

ALANYA ACADEMIC REVIEW CİLT 7 SAYI 1 YIL 2023

ALANYA AKADEMİK BAKIŞ



ALANYA AKADEMİK ALANYA ACADEMIC REVIEW BAKIŞ

EISSN: 2651-4192
VOLUME 7, ISSUE 1, YEAR 2023

ALANYA AKADEMİK BAKIŞ

ALANYA ACADEMIC REVIEW

EISSN 2651-4192

Cilt 7, Sayı 1, Yıl 2023

Volume 7, Issue 1, Year 2023

Sahibi / Owner

Prof. Dr. Ekrem KALAN

Rektör / Rector

**Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi /
Alanya Alaaddin Keykubat University**

Editör / Editor

Prof. Dr. Kemal VATANSEVER

Danışma Kurulu / Advisory Board

Prof. Dr. Aydın SARI Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. Bayram Zafer ERDOĞAN Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Erdoğan GAVCAR Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. Hakan AYGÖREN Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. İbrahim ORGAN Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. Ömer TORLAK İstanbul Ticaret Üniversitesi
Prof. Dr. Şerafettin SEVİM Dumlupınar Üniversitesi

Yayın Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. Aydın KAYABAŞI Dumlupınar Üniversitesi
Prof. Dr. Cem Oktay GÜZELLER Biruni Üniversitesi
Prof. Dr. Funda Rana ADAÇAY Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Güneş YILMAZ Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi

Prof. Dr. Harun UÇAK Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi
Prof. Dr. Hatice Gaye GENCER Yeditepe Üniversitesi
Prof. Dr. Hüdai YILMAZ Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. İlyas SÖZEN Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Kemal KANTARCI Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi
Prof. Dr. Kemal YILDIRIM Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Muharrem TUNA Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa GÜLMEZ Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
Prof. Dr. Nurullah UÇKUN Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Prof. Dr. Oğuz YILDIRIM Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi
Prof. Dr. Rüştü YAYAR Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Prof. Dr. Selim İNANÇLI Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Süleyman UYAR Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi
Prof. Dr. Volkan ÖNGEL Beykent Üniversitesi
Prof. Dr. Yiğit KAZANÇOĞLU Yaşar Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Aydın ÇEVİRGEN Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi

Alanya Akademik Bakış yılda üç kez yayımlanan uluslararası hakemli bir dergidir. Dergide yer alan yazılarda ileri sürülen görüşler yazarlara aittir, yayınlayan kurulu ve dergiyi bağlamaz.

Alanya Academic Review is a peer-reviewed international journal published three times a year. Any views expressed in this publication are the views of the authors and are not the views of Alanya Academic Review.

Index:



Bu dergi, Creative Commons Atıf-GayriTicari-AynıLisanslaPaylaş 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

This Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial- NoDerivatives 4.0 International License.

İletişim / Contact:

Alanya Akademik Bakış Editörlüğü
Kestel Merkez Mah. Sigorta Cad. 07425 ALANYA/ANTALYA
Tel: +90 (242) 510 61 00, Faks: +90 (242) 518 20 51
E-mail: alanyaacademic@gmail.com
Web: <http://dergipark.gov.tr/alanyaakademik>

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

	<u>Sayfa</u>
Şirketlerin CRM ve Sosyal CRM Yeteneklerinin Best-Worst Yöntemi ile Ölçülmesi - Measuring the CRM and Social CRM Capabilities of Companies with the Best-Worst Method (Araştırma Makalesi)	
Esma DURUKAL, Engin ÇAKIR	1-25
Tüketicilerin Sanal Asistanları Kullanma Niyetinde Etkili Faktörlerin Araştırılması - Examining Factors Effecting Consumers' Intention to Use Chatbots (Araştırma Makalesi)	
Abdil ARIK, Deniz ZEREN	27-49
Hızlı Servis Markalarında Marka Kişiliği ve Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti ve Sadakati Üzerindeki Etkisi - The Effect of Brand Personality and Perceived Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty in Quick Service Brands (Araştırma Makalesi)	
Melike GÜLEÇ, Adem UYSAL	51-76
Çalışanların İş-Yaşam Dengesinin Yaşam Doyumuna Etkisi: Otel İşletmelerinde Bir Uygulama - The Effect of Employees' Work-Life Balance on Life Satisfaction: An Application in Hotel Businesses (Araştırma Makalesi)	
Boran TOKER, M. Bahadır KALIPÇI	77-90
Entropi ve Critic Yöntemlerine Göre 3PL Hizmet Sağlayıcılardan Beklenen Lojistik Performans Göstergelerinin Önem Sıralaması - Significance Ranking of Logistic Performance Indicators Expected From 3PL Service Providers According to Entropy and Critic Methods (Araştırma Makalesi)	
Gül SENİR	91-109
2000-2020 Yılları Arasında Türkiye'deki Sermaye Kaçışları ile Seçilmiş Makroekonomik Faktörler Arasındaki İlişki - The Relationship between Capital Flows and Selected Macroeconomic Factors in Turkey between 2000-2020 (Araştırma Makalesi)	
Zehra Tanyeli AKSOY, Ali ÖZER	111-128
Elektrikli/Elektronik Tüketici Ürünlerinde Kalite Değerlendirme Kriterleri: Nitel bir Araştırma - Quality Evaluation Criteria for Consumer Electrical/Electronic Products: A Qualitative Study (Araştırma Makalesi)	
Ertuğrul ÇAVDAR, Bülent YILDIZ	129-146
Analytical Approach to Society 5.0 Phenomenon Studies with Scientometric Analysis Method - Bilimetric Analiz Yöntemi ile Toplum 5.0 Olgusu Çalışmalarına Yönelik Analitik Yaklaşım (Research Article)	
Sergen GÜRSOY, Ayten YAĞMUR	147-167
Seyahat Acentesi ve Tur Operatörleri Faaliyetleri Sektöründe Covid-19 Salgınının Finansal Performans ve Finansal Başarısızlık Riskine Etkisi - Impact of Covid-19 Pandemic on Financial Performance and Financial Failure Risk in Travel Agency and Tour Operators Activities Sector (Araştırma Makalesi)	
Cemile ÖCEK, Mehmet BEYAZGÜL, Erdiñç KARADENİZ	169-186
Kamu Mali Denetiminin Dijitalleşmesi: Blokzincir Teknolojisinin İncelenmesi - Digitalization of Public Financial Audit: A Review of Blockchain Technology (Araştırma Makalesi)	
Abdulkerim EROĞLU	187-207

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

	<u>Sayfa</u>
Avrupa'da Göç Olgusunun İstihdam ve Etno-Din Perspektifinden Analizi - Analysis of Migration in Europe from the Perspective of Employment and Ethno-Religion (Araştırma Makalesi)	
Hamit ÖZMAN	209-234
COVID-19'un Filipin Konaklama Firmaları Üzerindeki Etkisinin Mali Yapı Oranları Kullanılarak Analizi - Impact of COVID-19 on Philippines Accomodation Companies Using Capital Structure Ratios (Araştırma Makalesi)	
H. Yusuf GÜNGÖR	235-255
Türkiye'de Turizmin Ekonomik Büyümeye Etkisi - The Effect of Tourism on Economic Growth in Turkey (Araştırma Makalesi)	
Hüseyin YILMAZ	257-276
Doğal Gaz Piyasasında Fiyat Balonları - Price Bubbles in Natural Gas Market (Araştırma Makalesi)	
Berkan ATAŞ	277-290
Determining the Financial Performances of ISE Tourism Companies in the Period of 2009-2020 by Data Envelope Analysis - BIST Turizm Şirketlerinin 2009-2020 Dönem Araştırmadaki Finansal Performanslarının Veri Zarflama Analizi ile Tespiti (Research Article)	
Meziyet Sema ERDEM, Tülay YEL	291-310
Tele-Tıp Destekli Evde Sağlık Hizmetlerinin Ekonomik Boyutu: Finansmanı ve Maliyetleri Üzerine Bir İnceleme - Economic Dimension of Tele-Medicine Supported Home Health Services: A Review on Finance and Costs (Araştırma Makalesi)	
Nihal KALAYCI OFLAZ	311-335
Yatırım Teşvikleri ile Uluslararası Ticaret ve Doğrudan Yabancı Yatırımlar Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği (2001-2021) - The Relationships between Investment Incentives, International Trade and Foreign Direct Investments: The Case of Turkey (Araştırma Makalesi)	
Ertan SEVİNÇ, Ayberk ŞEKER	337-354
Pandemi Döneminde Havacılık Çalışanlarının Tutumları - Attitudes of Aviation Employees During the Pandemic Period (Araştırma Makalesi)	
Berat ÇİÇEK, Sibel BİLKAY, Kadir AKTAŞ	355-374
Firmaların Ar-ge Harcamaları ile Etkinlik Düzeyleri ve Toplam Faktör Verimlilikleri Arasındaki Nedensellik İlişkisi (BİST'te Faaliyet Gösteren Firmalar Üzerinde Bir İnceleme) - The Causality Relationship Between R&D Expenditure, Efficiency Levels and Total Factor Productivity of Firms (A Review on Firms Operating in BIST) (Araştırma Makalesi)	
Yaşar TURNA, Abdulvahap ÖZCAN	375-387
Otantikliğin Tavsiye Etme Niyeti ve Destinasyon Tatmini Üzerindeki Etkisinde Algılanan Destinasyon İmajının Aracılık Rolü - The Mediation Role of Perceived Destination Image in the Effect of Authenticity on the Intention to Recommend and Destination Satisfaction (Araştırma Makalesi)	
Havva ÇIVGIN, Muharrem TUNA	389-411

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

	<u>Sayfa</u>
Koronavirüs Pandemi Sürecinin Türkiye’de BIST Alt Sektör Endeksleri Üzerine Etkileri - The Effects of the Coronavirus Pandemic Process on BIST Sub-Sector Indices in Turkey (Araştırma Makalesi)	
Gökhan GÜVEN, Önder UZKARALAR	413-428
Economic Effect of Globalization on Island of Mauritius: ARDL Bounds Testing Approach - Küreselleşmenin Morityus Adası Ekonomisine Etkisi: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı (Research Article)	
Zafiira BEEHARRY, Yaşam DEMİR	429-444
Konut Fiyat Endeksinin Mekânsal Analizi: Türkiye İBBS-Düzey2 Bölgeleri İçin Bir Uygulama - Spatial Analysis of the Housing Price Index: An Application for Turkey NUTS-Level2 Regions (Araştırma Makalesi)	
Serpil TÜRKYILMAZ	445-460
Lojistik ve Tedarik Zincirinde Yapay Zekâ Çalışmaları: Bibliyometrik Bir Analiz - Artificial Intelligence Studies in Logistics and Supply Chain: A Bibliometric Analysis (Araştırma Makalesi)	
Aslıhan TURGUT	461-480
KOBİ’lerde Stratejik Yönelimlerin Örgütsel Dayanıklılık Üzerine Etkisi: Pandemi Deneyimi - The Effect of Strategic Orientations on Organizational Resilience in SMEs: The Pandemic Experience (Araştırma Makalesi)	
Halil YORULMAZ, Elif BAYKAL	481-509
Karar Ağacı Destekli Hile Tespiti ve Bir Uygulama - Decision Tree Supported Fraud Detection and an Application (Araştırma Makalesi)	
Önder GÜR	511-528
Alturistik Liderlik Algısının Sosyal Tembellik Davranışı Üzerindeki Etkisinde Sosyal Karşılaştırma Yöneliminin Rolü: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama - The Role of Social Comparative Order in The Effect of Altruistic Leadership Perception on Social Lazy Behavior: An Application in Hospitality Businesses (Araştırma Makalesi)	
Okan TÜRK, Nuray TÜRKÖĞLU	529-546
Hanehalklarının Tasarruf Tercihlerinin Belirleyicileri: Türkiye Örneğine Nested Logit Model Uygulaması - Determinants of Households’ Saving Preferences: Application of Nested Logit Model to Turkey Example (Araştırma Makalesi)	
Kübranur ÇEBİ KARAASLAN, Erkan OKTAY, Abdulkerim KARAASLAN, Ömer ALKAN	547-564
Asya’da Alternatif Bölgeselleşme Arayışları: CICA’nın Etkinlik Sorunsalı ve Türkiye - Searching for Alternative Regionalization in Asia: The Problem of CICA’s Effectiveness and Turkey (Araştırma Makalesi)	
Ömer Faruk KOCATEPE	565-579
Türkiye’de İşsizlik ve Sosyal Dışlanma İlişkisi: Yozgat İlinde Bir Alan Araştırması - The Relationship between Unemployment and Social Exclusion in Turkey: A Field Study in Yozgat Province (Araştırma Makalesi)	
Şule Nur COŞGUN, Ahmet Utku ERDAYI	581-598

Şirketlerin CRM ve Sosyal CRM Yeteneklerinin Best-Worst Yöntemi ile Ölçülmesi¹

(Araştırma Makalesi)

Measuring the CRM and Social CRM Capabilities of Companies with the Best-Worst Method

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1029556

Esmâ DURUKAL

Dr. Öğr. Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Nazilli İİBF, İşletme Bölümü
ecacayip@adu.edu.tr

Orcid No: 0000-0001-8684-6311

Engin ÇAKIR

Doç. Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Nazilli İİBF, İşletme Bölümü
engincakir@adu.edu.tr

Orcid No: 0000-0002-5906-4178

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Durukal, E., & Çakır, E. (2023). Şirketlerin CRM ve Sosyal CRM Yeteneklerinin Best-Worst Yöntemi ile Ölçülmesi. *Alanya Akademik Bakış*, 7(1), Sayfa No.1-25.

ÖZET

Anahtar kelimeler:
CRM Yetenekleri,
Sosyal CRM
Yetenekleri, Best-
Worst Yöntemi

Makale Geliş Tarihi:
28.11.2021
Kabul Tarihi:
13.01.2023

Şirketler başarıları için CRM kaynaklarını nasıl kullanacaklarına önem vermeleri gerekir. Bu bağlamda şirketlerin üstün bir CRM yeteneği ve Sosyal CRM yeteneği geliştirmeleri müşteriler ile şirketler arasındaki etkileşimi artıran önemli konulardır. Bu çalışmanın amacı; şirketlerin CRM yetenekleri ile Sosyal CRM yeteneklerine bağlı faktörlerin önem sıralamasının şirket yetkilileri ve akademisyenler aracılığıyla belirlenmesidir. Çalışma bulguları değerlendirildiğinde, hem CRM yetenekleri hem de Sosyal CRM yetenekleri faktörlerinin şirket yetkilileri ve akademisyenler nezdinde farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmanın literatürdeki mevcut çalışmalardan farkı CRM yetenekleri ve Sosyal CRM yeteneklerinin bir arada ele alınması ve şirketlerin pazarlama yöneticileri ile pazarlama alanında uzman akademisyenlerin değerlendirmeleri ve karşılaştırılması bakımından literatüre özgün bir katkı sağlayacak olmasıdır. Ayrıca çalışmada çok kriterli karar verme yöntemlerinden biri olan Best-Worst yöntemi kullanılması da literatürdeki diğer çalışmalardan farklılaşmaktadır. CRM kaynaklarının etkin kullanımı şirketlerin başarılarında önem arz etmektedir. Bu bağlamda şirketlerin üstün bir CRM yeteneği ve Sosyal CRM yeteneği geliştirmeleri müşteriler ile şirketler arasındaki etkileşimi artıran önemli konulardır. Bu çalışmanın amacı; şirketlerin CRM yetenekleri ile Sosyal CRM yeteneklerine bağlı faktörlerin önem sıralamasının belirlenmesidir. Çalışma sonuçlarına göre şirketler için CRM yeteneklerinde en önemli kriter müşteri ilişkileri yükseltme yeteneği iken akademisyenler için personel yeteneğidir. Sosyal CRM yeteneklerinde ise hem şirketler için hem de akademisyenler için bilgi üretimi en önemli kriterdir. Bu çalışmanın literatürdeki mevcut çalışmalardan farkı CRM yetenekleri ve Sosyal CRM yeteneklerinin bir arada ele alınması

¹ Bu çalışma için, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'nun 27.10.2021 tarihli toplantısının 13 nolu kararınca etik kurul onayı alınmıştır.

ve şirketlerin pazarlama yöneticileri ile pazarlama alanında uzman akademisyenlerin değerlendirmeleri ve karşılaştırılması bakımından literatüre özgün bir katkı sağlayacak olmasıdır. Ayrıca çalışmada çok kriterli karar verme yöntemlerinden biri olan Best-Worst yöntemi kullanılması da literatürdeki diğer çalışmalardan farklılaştırmaktadır.

ABSTRACT

Keywords:

CRM Capabilities,
Social CRM
Capabilities, Best-Worst
Method

Companies need to learn how to use CRM resources in their success. From this perspective, developing a superior CRM capability and Social CRM capability of companies are important issues that increase the interaction between customers and companies. The purpose of this study is to determine the order of importance of the factors related to the CRM capabilities of companies and their Social CRM capabilities. The difference of this study from the existing studies in the literature is that it will make a unique contribution to the literature in terms of considering CRM capabilities and Social CRM capabilities together and evaluating and comparing the marketing managers of companies and academicians who are experts in the field of marketing. Moreover, the use of the Best-Worst method, which is one of the multi-criteria decision-making methods in this study also differentiates it from other studies in the literature. Effective use of CRM resources is important in the success of companies. In this context, the development of a superior CRM and Social CRM capability of companies are important issues that increase the interaction between customers and companies. The aim of this study; It is determine the order of importance of the factors related to the CRM capabilities of companies and their Social CRM capabilities. According to the results of the study, the most important criterion in CRM capabilities for companies is the ability to raise customer relations, while for academics, staff ability. In social CRM capabilities, knowledge production is the most important criterion for both companies and academics. The difference of this study from the existing studies in the literature is that it will make a unique contribution to the literature in terms of considering CRM capabilities and Social CRM capabilities together and evaluating comparing the marketing managers of companies and academicians who are experts in the field of marketing. In addition the use of the Best-Worst method, which is one of the multi-criteria decision-making methods, also differentiates it from other studies in the literature.

1. GİRİŞ

Günümüzde dijital teknolojiler, pazarlama iletişimi paradigmasını değiştirmektedir (Pour ve Hosseinzadeh, 2020: 44). Teknoloji devrimi, özellikle World Wide Web (www), firmaların müşterileriyle doğrudan etkileşime girmeleri, artan ve değişken ihtiyaçlarını özelleştirmeleri, onlarla güçlü bir uzun vadeli ilişki kurmaları için daha iyi çözümler sunması ve daha önce mevcut olmayan hizmetler sunmaları önemli bir fırsattır (Alshura, 2018: 262). Hedef kitleyle uzun vadeli karlı ilişkiler sürdürme ve yönetme görevi, son yıllarda şirketler için en önemli öncelik haline gelmiştir. Şirketler bu amaçlarına erişebilmek için, müşteri ilişkileri yönetimi (CRM) stratejileri ve uygulamalarına dikkat çekmektedir (Yoon ve Sims, 2016: 327). Bilgiye dayalı bir ekonomide, şirketler arasındaki rekabet gücünün en önemli başarı faktörlerinden biri olan müşteri bilgi yönetimi (Pour ve Hosseinzadeh, 2020: 43) dolayısıyla, müşteri bilgisi şirketler için kritik bir varlıktır. Müşteri bilgisini toplamak, yönetmek ve paylaşmak, kuruluşlar için değerli bir rekabet etkinliği olabilmektedir (Khodakarami ve Chan, 2014: 27). Günümüz iş dünyasında şirketler kaçınılmaz olarak; tüketim trendlerindeki öngörülemez değişiklikler ve daha sofistike müşteri talepleri gibi muazzam zorluklarla karşılaşmaktadır. (Yu ve Lee,

2018: 86). Müşteri talebi, küresel rekabet ve mevzuata uygunluktaki değişiklikler, şirketleri satış, pazarlama, hizmet ve operasyonlar dahil olmak üzere tüm işlevsel gruplarda daha doğru tahminler yapmaya ve işlerini daha etkili bir şekilde yönetmeye zorlamaktadır (Jain, 2005: 275). Dolayısıyla, müşteri ile karşılıklı ilişkiyi yönetmek her sektörde belirleyici bir görevdir (Gopalsamy ve Gokulapadmanaban, 2021: 401). CRM, ilişkisel pazarlama teorisi tarafından desteklenen pazarlama için stratejik bir yöntemdir. CRM, 'bir kuruluşun kârlı müşterileri onlarla ilişkiler kurarak ve sürdürerek tespit etmesini, edinmesini, elde tutmasını ve beslemesini sağlayan kapsamlı bir strateji olarak tanımlanmıştır (Ahani vd., 2017: 561). Firmaların CRM kaynaklarına sahip olması yeterli değildir, firmalar güçlü CRM yetenekleri oluşturmak için bu kaynakları nasıl kullanacaklarını öğrenmelidir (Trif vd., 2019:293). CRM yetenekleri, kurumsal süreçlerdeki CRM etkinliklerine gömülüdür ve bir firmanın "çekici müşterileri ve potansiyel müşterileri belirlemek, çekici müşterilerle ilişkiler başlatmak ve sürdürmek ve bu ilişkileri müşteri düzeyinde kârlara dönüştürmek için" becerilerini ve birikmiş bilgilerini yansıtmaktadır (Wang ve Feng, 2012: 117). CRM kavramı, yönetim ve teknoloji olmak üzere iki yönden oluşmaktadır. Kuşkusuz teknoloji, firma ile müşterileri arasında karşılıklı olarak yararlı ilişkiler geliştirmek ve yönetmek için onun doğasında bulunan bir parçadır. Ortaya çıkan teknolojik gelişmeler, geleneksel CRM sistemini e-CRM, m-CRM ve şu anda Sosyal CRM'ye dönüştürmede önemli bir rol oynamıştır (Agrawal, 2020: 1).

Yeni iletişim teknolojileri müşteriler arasında büyük değişiklikler yaratmıştır. Bu bağlamda firmalar ve müşteriler arasındaki etkileşimi artıran sosyal medya, CRM yeteneklerini geliştirmek için yeni fırsatları da beraberinde getirmektedir (Trif vd., 2019:293). Sosyal medya pazarlamasının kullanımı, bir CRM stratejisi geliştirmede güçlü bir faktördür (Elena, 2016: 785). Sosyal CRM'nin, şirketlerin müşterileri hakkında sosyal medya tarafından kullanıma sunulan büyük miktarda veriyi analiz ederek elde ettikleri içgörüler temeli üzerine inşa edildiği varsayılmaktadır (Malthouse vd., 2013: 272). Pazarlama ve bilgi sistemlerini kapsayan sosyal CRM, yıkıcıdır ve geleneksel CRM'den farklıdır. Kuruluşların stratejik ve teknik perspektiflerden anlaması ve uygulaması karmaşıktır. Hem yöneticilere hem de araştırmacılara yardımcı olmak için bu alanda bütüncül disiplinler arası araştırmalara ihtiyaç vardır (Harrigan vd., 2020: 2). Dolayısıyla, şirketler müşterileriyle ilişkili performanslarını kolaylaştırmak için yeni sosyal CRM yetenekleri geliştirmeyi gerekli bulmaktadır (Kim ve Wang, 2018: 40). Bununla birlikte, basit bir teknoloji uygulaması veya CRM'nin bir uzantısı olmaktan ziyade bir iş stratejisi olan sosyal CRM uygulaması, sosyal teknoloji kaynaklarından ve teknoloji kullanım yeteneklerinden fazlasını gerektirmektedir (Sigala, 2016: 310). Sosyal CRM yetenekleri, pazarlama stratejisi için kritik öneme sahiptir ve etkili olması için ilişki yönetimi sürdürülmelidir (Jermsittiparsert vd., 2018: 1257).

Bu çalışma, kaynak temelli görüşü CRM ve sosyal CRM bağlamına genişletmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada ele alınan CRM yetenekleri ve Sosyal CRM yetenekleri Dinamik Yetenek Teorisine dayanmaktadır. Kaynak tabanlı görünüm (RBV), işletmeler için rekabet avantajının gerçek temelini temsil eden değerli, nadir, taklit edilemez ve ikame edilemeyen kaynakların edinimi ve kontrolü olduğunun altını çizmektedir. Somut olmayan kaynakların somut olanlara kıyasla değerini vurgular (Diffley vd., 2018:1074). CRM uygulamasına uygun çok boyutlu bir bakış açısı sağlar, çünkü üstün firma performansını firmaların sahip olduğu çeşitli kaynaklar ve yeteneklerle ilişkilendirmeye çalışır (Coltman, 2007: 302). Yetenekler, girdilerin istenen sonuçlara dönüştürülebilmesi için kaynakları etkin bir şekilde kullanma yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Cheng ve Shiu, 2019: 26). Dinamik yetenekler teorisi, bir kuruluşun iç kaynaklardan yararlanma yeteneğinin kendisini rakiplerinden farklılaştırmasına ve daha iyi performans göstermesine olanak tanıdığını savunan, kuruluşların kaynak temelli bir RBV'den türetilmiştir (Harrigan vd., 2020: 3). Dolayısıyla RBV, benzersiz kaynaklara sahip

olmanın ve dağıtımının önemini vurgularken, dinamik yetenekler teorisi, onu değişen bir ortama yanıt olarak bu kaynakları yeniden yapılandırmanın ve yeniden dağıtımın önemini getirecek şekilde genişletir (Guha vd., 2017:196). RBV, gelişmiş CRM performansının, teknolojik kaynakların ek tamamlayıcı kaynaklarla birleştirilmesiyle elde edildiğini göstermektedir. Bu mantık, sosyal CRM sürecini de kapsar. Dinamik yetenekler yaklaşımı, web siteleri, veri tabanları ve çağrı merkezleri gibi CRM kaynaklarına yapılan yatırımın mutlaka başarıya eşit olmadığını göstermektedir. Bunları yönetmek için dinamik yetenekler yaklaşımı sosyal CRM çalışmalarında da uygulanmaktadır (Diffley vd., 2018: 1074). Tüm organizasyonların kullandığı bir kaynak olarak sosyal medyanın nasıl farklı performans sonuçlarına yol açabileceğini açıklamak için dinamik yetenekler teorisine dayanmaktadır (Harrigan vd., 2020: 2).

Pazarlama literatürde CRM yetenekleri ile (Foltean vd., 2019; Trif vd., 2019; Alshura, 2018; Bhat ve Darzi 2016; Tuleu vd., 2015; Wang ve Feng, 2012; Battor ve Battor, 2010) ve Sosyal CRM yetenekleri (Cheng ve Shiu, 2019; Bhatti vd., 2019; Yu ve Lee, 2018; Chierici vd., 2018; Kim ve Wang, 2018; Jermstiparsert vd., 2018; Trainor vd., 2014) ilgili çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalarda; CRM yeteneklerinin ölçümü, CRM yeteneklerinin işletme performansına, müşteri memnuniyetine ve pazar etkinliğine etkisi araştırılmıştır. Sosyal CRM yetenekleri ile ilgili çalışmalarda ise; Sosyal CRM yeteneklerinin ölçümü, CRM yeteneklerini geliştirmede sosyal medya kullanımı, Sosyal CRM yeteneklerinin firma performansına, müşteri ilişkileri performansına ve finansal performansa etkisi araştırılmıştır. Literatürde CRM yeteneklerinin ve Sosyal CRM yeteneklerinin birlikte araştırılmadığı ve bu yeteneklere bağlı faktörlerin önem sıralamasının yapılmadığı tespit edilmiş ve bir araştırma boşluğu olduğu gözlemlenmiştir. Literatürdeki bu boşluğu doldurmak için bu çalışmanın amacı; şirketlerin CRM yetenekleri ile Sosyal CRM yeteneklerine bağlı faktörlerin önem sıralamasının belirlenmiştir. Bu çalışmanın literatürdeki mevcut çalışmalardan farkı CRM yetenekleri ve Sosyal CRM yeteneklerinin bir arada ele alınarak literatüre özgün bir katkı sağlayacak olmasıdır. Bununla birlikte çalışmada şirketlerin pazarlama yöneticileri ile birlikte pazarlama alanında uzman akademisyenlerin değerlendirmeleri ve karşılaştırılması bakımından da önemli bir değer yaratacak olmasıdır. Dolayısıyla akademisyenler ve şirket yöneticileri açısından teoride ve pratikte nasıl değiştiği araştırılmıştır. Ayrıca çalışma çok kriterli karar verme yöntemlerinden biri olan Best-Worst yöntemi kullanılması da literatürdeki diğer çalışmalardan farklılaştıracaktır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. CRM Yetenekleri

CRM, günümüzün rekabet ortamında kuruluşların başarı anahtarı olarak kabul edilmektedir (Elkordy, 2014: 131). İşletmenin organizasyonel etkililiğini ve verimliliğini artıracak müşteriden yararlı bilgileri almasına yardımcı olacak müşteri ilişkileri kurmak ve yönetmek için müşteri ihtiyaçlarını anlamak, öngörmek ve yönetmekle ilgilidir (Tseng, 2016). Bu nedenle CRM, bilgi teknolojisindeki gelişmelerden ve müşteri odaklı süreçlerdeki organizasyonel değişikliklerden gelişmiştir. CRM'in büyük bir kısmı teknoloji olsa da yalnızca teknoloji içeren bir çözüm olarak görmek büyük olasılıkla başarısız olacaktır. CRM uygulamalarını başarılı bir şekilde yönetebilmek için; insan, teknoloji ve süreç entegrasyonu ile birlikte dengeli bir yaklaşım gerektirir (Chen ve Popovich, 2013: 672). CRM teknolojisi, özellikle üstün ön destek ve entegre müşteri verilerine erişim sunarak firmaların daha uygun pazarlama stratejileri formüle etmelerini ve belirli pazarlama eylemlerini daha verimli ve hızlı bir şekilde yürütmelerini sağlar (Chang vd., 2010: 850). Bir şirketin müşterilerini mümkün olan en iyi şekilde anlamayı amaçlayan süreçler, insan sermayesi ve teknolojinin entegrasyonu olan CRM

odağına özellikle müşteriye elde tutma ve ilişki yönetimi yerleştirildiğinde, ilişki yönetimi için mevcut olan en yeni bütünleştirici yaklaşımdır (Gil-Gomez vd., 2020: 2734).

Yirmi birinci yüzyılın başında, geçerli iş yöneliminin CRM'e odaklandığı ve her müşterinin tercihlerine bağlı olarak bireysel ve benzersiz bir şekilde muamele gördüğü bir aşama başladı (Orenga-Roglá ve Chalmeta, 2016: 1). Müşterilerin görüşünü kazanmak için, birçok şirket, ilk olarak 1990'larda geçerli olan CRM projelerini giderek daha fazla uygulama eğilimindedir (Pour ve Hosseinzadeh, 2021: 43). CRM, tüm yeni girişimler gibi, yetersiz anlaşıldığında, yanlış uygulandığında ve yanlış ölçüldüğünde ve yönetildiğinde başarısızla sonuçlanmaktadır (Coltman, 2007: 315). Örneğin, araştırma ve danışmanlık firması Gartner Group, tüm CRM projelerinin yaklaşık %50'sinin beklentileri karşılayamadığını iddia etmektedir. Birçok CRM girişiminin hayal kırıklığı yaratan sonuçlarının bir nedeninin, bir BT çözümü olarak CRM'e aşırı vurgu yapılmasına ve CRM başarısı için stratejik bir çerçevenin bulunmamasına bağlanabileceğini öne sürülmektedir (Coltman, 2007: 302). Dolayısıyla CRM, kademeli olarak sadece bir ön büro veya satış gücü otomasyon araçları olmaktan, işbirliğine dayalı teknolojilerin ortaya çıkması ve benimsenmesi nedeniyle dönüştürülen bilgi yönetimi ve analitiği kullanan müşteri merkezli bir sürece dönüşmüştür (Dubey vd., 2020: 127). Dolayısıyla; karı, geliri ve müşteri memnuniyetini artırmak için tasarlanmış yazılım ve hizmetlerden oluşan bir iş stratejisi olarak tanımlanmaktadır (Simbolon, 2014: 278).

CRM'nin özü, kuruluşların stratejisini değiştirerek ürün odaklı bir stratejiden müşteri odaklı bir stratejiye geçmektir. Amaç, müşteriler için değer yaratmak, ihtiyaçlarını anlamak ve katma değerli hizmetler sunmaktır. Bu, şirketin değerini artırır ve rakiplerine karşı stratejik bir avantaj elde etmesini sağlar, çünkü müşteriler daha memnun olur ve bu nedenle onları elde tutmak daha kolaydır (Orenga-Roglá ve Chalmeta, 2016: 2). CRM, organizasyonun ve süreçlerinin müşteriye yönlendirilmesi için yeniden tasarlanmasını gerektirir, böylece firma ürünlerini ve hizmetlerini kişiselleştirerek müşteri ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılayabilir ve böylece uzun vadeli, karşılıklı fayda sağlayan bir sadakat oluşturabilir (Garrido-Moreno ve Padilla-Meléndez, 2011). Özel CRM platformları, ekonomik kuruluşlara müşterilerle etkileşimleri gruplama ve ayrıca onlar hakkındaki tüm bilgileri saklama yeteneği veren kılavuzlar, prosedürler, süreçler ve stratejiler içerir (Grigorescu vd., 2016). Yetenek görüşüne göre, firmaların bireysel müşterilerin değişen ihtiyaçlarına cevap verme yeteneklerini artıran kaynakları edinmeleri ve entegre etmeleri gerekmektedir. CRM'in bir yetenek olarak CRM'in en kapsamlı görüşü olduğu iddia edilebilir, çünkü CRM süreçlerini, bu tür süreçleri gerçekleştirmek için gerekli görülen diğer tamamlayıcı maddi ve manevi varlıklarla birleştirmektedir (Elkordy, 2014: 131).

CRM yetenekleri, literatürde iş performansının önemli bir itici gücü olarak bilinir (Trif vd., 2019:292). CRM'de yetenekler perspektifinden yaklaşmanın, şirketleri bu sürecin etkililiğini ve verimliliğini artıran yeni kaynaklara yatırım yapmaya teşvik ettiği iddia edilmektedir (Foltean vd., 2019:563). Üstün bir CRM yeteneği geliştirmek yani yakın müşteri ilişkileri oluşturmak ve yönetmek, günümüzün rekabetçi iş ortamında üstün performansın en önemli kaynaklarından biri olması beklenmektedir. Amazon.com'un satışlarının yaklaşık %59'u sürekli müşterilerden geliyor. Bunun nedeni, Amazon'un stratejisinin müşterilerini sadık tutmak olmasıdır (Battor ve Battor, 2010: 1). Böylece, CRM yetenekleri büyük CRM'i yansıtır. Müşteri etkileşimi yönetimi (örn. müşteri tanımlama, müşteri edinme ve müşteriye elde tutma), müşteri ilişkilerinin iyileştirilmesi (örn. çapraz satış ve üst satış) ve müşteri ilişkilerinin geri kazanılması (kaybedilen ancak karlı müşterilerle yeniden ilişki kurma) gibi faaliyetlerdir. Bu nedenle, CRM yeteneklerini üç bileşenden oluşan çok boyutlu bir yapı olarak ele alabiliriz: (Wang ve Feng, 2012:117). Müşteri etkileşimi yönetimi yeteneği; işletmelerin kar getirisi olan

müşterileri belirleme, elde etme, elde tutma ve sürekli etkileşim sağlayama yeteneğidir. Dolayısıyla bunların gerçekleşebilmesi için doğrudan veya dolaylı pazarlama yapılması, satış ziyaretleri gerçekleştirilmesi, şikayet değerlendirmeleri, çağrı merkezi (call center) oluşturulması, web ve telefon aracılığıyla iletişim kurulması gibi faaliyetler gerçekleştirilmektedir (Bakan ve Şekkeli, 2015: 42). Üstün müşteri ilişkileri yetenekleri, müşterilerin ihtiyacını bir öncelik olarak gören organizasyon kültüründen, müşteri ilişkileri oluşturmayı destekleyen organizasyon sisteminden, müşteri bilgi edinimlerini ve analizini sağlayan bilgi teknolojilerinden kaynaklanmaktadır. Yeni ürünler için mevcut ve potansiyel ihtiyaçlarını öğrenmek için müşterilerle düzenli toplantılar; kilit müşterilerle ilişkiler kurmak; müşterilerle iki yönlü etkileşimli bir iletişim sürdürmek; her bir müşteriyle sürekli diyalog kurmak ve ilişkilerimizi geliştirmek için iyi geliştirilmiş yöntemler kullanmak ve kilit müşterilerle ilişki sürdürmek, firmaların geniş bir müşteri tabanını korumasını ve böylece sürdürülebilir rekabet avantajları yaratmasını sağlayacaktır (Alshura, 2018:264). Rekabetin yoğunlaştığı mevcut rekabet ortamında, müşteri ilişkilerini iyileştirme yeteneği, olası bir rekabet avantajı kaynağı olarak görülmektedir (Dalla Pozza vd., 2018: 391). Dolayısıyla müşteri ilişkilerini iyileştirme yeteneği; mevcut müşterilere yapılan satışları hem miktar ve fiyat açısından hem de satın alma sıklığı açısından artırma yeteneğidir. Çapraz satışlarla müşterilerin değişen ihtiyaçlarına cevap verebilmek için aynı firma bünyesinde yer alan farklı ürün gruplarının satılması yoluyla müşterilerin işletmelere bağlılığı ve sadakati sağlanmaktadır (Bakan ve Şekkeli, 2015: 42). Bu tür yeteneklere sahip firmalar: müşteri memnuniyetinin sistematik ve sık sık ölçülmesi; değerli müşterilere ek satış için prosedürlerin resmileştirilmesi; değerli müşterilere çapraz satış prosedürlerini resmileştirmek ve sistematik olarak yüksek değerli müşterilerle “müşterilerin payını” genişletmek, sürdürülebilir bir rekabet avantajı sağlayabilir (Alshura, 2018: 264). Kaybedilen müşteriler ile ilişkileri yeniden kurabilmek ve müşteriyi yeniden kazanabilmek işletmelerin CRM yeteneklerinde ele alınan oldukça önemli bir konudur (Bakan ve Şekkeli, 2015: 42). Müşteri geri kazanma yeteneği; firmaların kaybedilen veya etkin olmayan ancak karlı müşterilerle ilişkiyi yeniden kurmak için kullandıkları beceriler" anlamına gelmektedir. Çünkü müşterilerin kaybı, uzun vadede firma performansı üzerinde çok büyük bir olumsuz etkiye sahip olacak ve dolayısıyla yeni müşteri edinme gayreti ve çalışan morali üzerinde negatif bir şekilde etki edecektir. Şirketin müşterilere verdiği rahatsızlık veya kayıptan dolayı özür dilemek veya zamanında telafi etmek; değerli kayıp ve pasif müşterilerle ilişkileri yeniden kurmak için sistematik bir yaklaşım izlemek; düzeltici önlemler almak, müşterilerin ürün veya hizmetin uygunluğundan memnun olmadıkları anlaşıldığında ayrılan veya itici olmayan müşterilerle düzenli olarak olumlu ilişkiler sürdürmek gerekmektedir (Alshura, 2018: 264-265). Ayrıca bu çalışmaya ilave edilen çalışanların müşterilere hizmet sunumu da önemli bir rol oynar ve hizmet organizasyonlarında CRM derecesini etkileyebilirler (Bhat ve Derzi, 2016: 3). Değişimin hızla gerçekleştiği günümüz iş dünyasında işletmeler; rekabet avantajı kazanmak, yaratıcı fikirlerle başarıyı sağlamak ve fark yaratmak için sürekli yenilik yapmaya başvururlar. Bu ihtiyacı karşılama yollarından biri de işletmeye yetenekli çalışanları çekmek, onları elde tutmak ve onlardan en etkili şekilde fayda sağlamaya çalışmaktır (Kozak ve Özdemir, 2013:7).

2.2. Sosyal CRM Yetenekleri

Şirketler, CRM'e yönelik yaklaşımlarını değiştirmeyi ve müşteri memnuniyetini kolaylaştıran yeni pazarlama yetenekleri geliştirmeyi gerekli bulmaktadır (Wang ve Kim, 2017:15). Pazarlamacılar, müşteri ile işletme arasında daha fazla müşteri katılımına ve etkileşime izin veren, sosyal medya aracılığıyla müşteri ilişkileri oluşturmayı vurgulayan stratejiler geliştirmeye odaklanmaktadır (Kim ve Wang, 2018). Sosyal medya, pazarlama ve operasyonlardan başlayarak finans ve insan kaynakları yönetimine kadar işletmenin temel

modlarında bir paradigma değişikliğine neden olmuştur (Guha vd., 2017:195). Bu değişim, işletmeleri yeni teknolojiler ve yetenekler kullanarak daha fazla müşteri-firma etkileşimini kolaylaştırmaya zorlamaktadır. Bir "sosyal müşteri" nin ortaya çıkması, uygulayıcıları ve araştırmacıları müşteri ilişkilerini yönetmenin ne anlama geldiğini yeniden düşünmeye teşvik etmektedir (Trainor et al., 2014:1202). Ayrıca sosyal medyanın ortaya çıkışı, şirketlere müşterilerini dinleme ve onlarla etkileşim kurma ve potansiyel olarak ürünlerini savunucuları olmaya teşvik etme fırsatları sunmaktadır (Malthouse vd., 2013:271). Giderek daha fazla işletme, markalarını ve ürünlerini tanıtmak ve ayrıca tüketicilerle daha iyi iletişim kurmak için sosyal medyayı kullanma eğilimindedir (Paliouras ve Siakas, 2017:20).

"Sosyal medya", yaratıcı çevrimiçi kullanıcıların ucuz içerik oluşturmasını, etkileşimini ve birlikte çalışabilirliğini kolaylaştıran bir dizi donanım ve yazılım teknolojik yenilikleri (Web 2.0) olarak tanımlanmaktadır (Wang ve Kim, 2017:17; Yu ve Lee, 2018: 86). Sosyal medya teknolojisi (ör. Sosyal ağlar, bloglar, çevrimiçi topluluklar, video paylaşımı, podcast'ler ve wiki'ler) iş süreçlerini değiştirme, müşteri ilişkilerini geliştirme ve operasyonel performansı artırma potansiyeline sahip olsada, pazarlamacılar henüz sosyal medyanın yeni iş fırsatları veya tehditler yaratma potansiyelini fark etmemektedir (Foltean vd., 2019:563). Müşteriler, akranlarıyla bağlantı kurmak için sosyal medya uygulamalarını (Facebook, LinkedIn, Twitter, vb.) kullanmaktadır (Trainor et al., 2014:1202). Günümüzde, sosyal medya teknolojisi, müşteriler içerik ürettikçe, fotoğraf paylaştıkça, "beğenmeyi" seçtikçe veya sosyal medya ortamında etkileşime girdikçe insan hayatının önemli bir parçası haline geldi. Aslında, sosyal medya teknolojisi yalnızca insan davranışını etkilemekle kalmaz, aynı zamanda organizasyon davranışını da önemli ölçüde etkiler (Ahani vd., 2017:562). Sosyal medya kullanımının artması, müşterilerle ilişkileri etkili bir şekilde yönetmenin yeni bir yolunu sunan, sosyal medya teknolojisiyle güçlendirilmiş yeni bir CRM sürümü (Ahani vd., 2017:561) olan Sosyal CRM, sosyal medya teknolojileri aracılığıyla bir firma ile müşterileri arasında uzun süreli ilişkiler kurmayı amaçlayan (Cheng ve Shiu, 2019:25), müşterilerle yeni iki yönlü iletişim kanalları sunan mevcut bir iş trendidir (Paliouras ve Siakas, 2017:20). Sosyal CRM, temel CRM'nin sosyal medya ile uyumlaştırılmasıdır (Marolt vd., 2015: 260). Yeni kanalların veya etkileşim kanallarının gelişmesi nedeniyle çekirdek CRM altyapısının iyileştirilmesi önerilmektedir (Dubey vd., 2020: 115). Sosyal CRM'in eklediği şey, sosyal özellikler, işlevler, süreçler ve şirket ile müşterileri, tedarikçileri ve ortakları arasındaki farklı etkileşim biçimleridir (Orenga-Roglá ve Chalmeta, 2016:3).

Sosyal CRM'in getirebileceği faydalara rağmen, birçok kuruluş hala benimseme sürecinin erken aşamasındadır. Sosyal pazarlamanın ötesine geçmek ve satış ve müşteri hizmetleri tarafından sunulan fırsatlardan yararlanmak için kuruluşların, sosyal CRM'in benimsenmesini sağlayan faktörlerin ve performans sonuçları için sosyal CRM'nin benimsenmesinin farklı sonuçlarının farkında olması gerekir (Marolt vd., 2015: 260). Bir şirkette sosyal CRM'nin geliştirilmesi ve uygulanması, farklı organizasyonel, insani ve teknolojik yönleri içeren karmaşık bir görevdir. Bu tür bir sürece yardımcı olmak için, Sosyal CRM'de yer alan yeniliği ve değişikliği yönetmek için bir metodolojiye ihtiyaç duyulurken, aynı zamanda hem uygulamadaki başarısızlık riskini hem de iş faydalarını elde etmek için gereken süreyi azaltır (Orenga-Roglá ve Chalmeta, 2016:3). Sosyal CRM, bütünsel bir "tüm organizasyonel kısımlar arasında dönüşüm çabaları", önemli organizasyon değişiklikleri ve / veya uygun bir organizasyon kültürü gerektirir. Dahası, sosyal CRM, aktif müşteri katılımını teşvik etmek için sosyal medyayı kullanmayı amaçladığından, işletmeler ve müşteriler arasındaki iletişimde gerekli değişikliği vurgulayan bir müşteri katılımı yeteneği geliştirmek için, firmaların teknoloji sistemlerini örgütsel süreçlere entegre etme ve kullanma konusunda müşteri merkezli bir yaklaşım benimsemeleri de gerekir (Sigala, 2016:310).

Sosyal medya uygulamalarının getirdiği teknolojik ve sosyal değişimler, CRM kavramına sağladığı yeni yetenekleri tanıyan geniş bir perspektife yol açmaktadır (Yu ve Lee, 2018:91). Dolayısıyla, sosyal CRM kullanan işletmeler sosyal CRM kaynaklarını etkin bir şekilde kullanmak için yeteneklere ihtiyaç duyarlar (Cheng ve Shiu, 2019:23). Sosyal medyanın popülaritesi, şirketlerin geleneksel format ve taktiklerin ötesinde yeni CRM yetenekleri geliştirmeleri gerektiği anlamına gelmektedir. Sosyal medyayı mevcut CRM sistemleriyle entegre ederek, müşteri memnuniyetini artırmak için yeni yetenekler geliştirebilir ve müşteri ilişkilerini yönetmek için bu işbirliğine dayalı, etkileşimli platformlardan etkin bir şekilde yararlanabilirler (Kim ve Wang, 2018:42). Şirketler, yüksek düzeyde sosyal CRM yeteneği geliştirebildiklerinde, tatmin edici sosyal CRM ile ilgili performans elde edebilirler (Yu ve Lee, 2018: 92). Sosyal CRM'nin yetenekleri, sosyal CRM varlığında yüksek firma performansının nedeni olan müşterinin memnuniyet ve sadakat düzeyini artırmaktadır. Aynı şekilde, müşteri ile etkili ilişki, sosyal CRM'nin etkin yetenekleriyle gelişir ve bu, kurumdaki yüksek firma performansı için gereklidir (Bhatti vd., 2019:315). Ayrıca sosyal CRM yetenekleri, müşterilerin ihtiyaçlarını daha iyi anlamak ve tercihlerine uygun ürün ve hizmetleri pazara sunmak için yararlı olabilir (Chierici vd., 2018:83). Özetle; sosyal CRM yeteneği, bir firmanın sosyal medya pazarlama kaynaklarını istenen satış gelirin ve müşteri- sonuçlarına entegre etme ve dönüştürme etkinliğini ifade eder (Yu ve Lee, 2018:85). Sosyal CRM yetenekleri ile ilgili kriterler şu başlıklarda toplanmıştır: Bilgi üretimi ve bilginin yaygınlaştırılması; sosyal medyanın kullanımı, geri bildirimlerini yeni ürün/hizmet geliştirmeye dahil ederek müşterilerle doğrudan iletişim kurmak için daha etkili bir tartışma platformu sağlar (örn. fikir oluşturma aşaması, geliştirme aşaması veya başlatma aşaması). Örneğin, Google, Microsoft, T-Mobile, Amazon ve IBM gibi firmalar, kullanıcıları çekmek, bilgi edinmek ve yaratıcılıklarından 'dokunmak' için sosyal medyayı geliştirmeye ve sürdürmeye önemli miktarda kaynak yatırmaya devam etmektedirler (Cheng ve Shiu, 2019:23). Planlama; net ve uygulanabilir bir sosyal CRM değer teklifi geliştirilmeli ve ardından kanal veya platform karması (sosyal ağlar, bloglar, uygulamalar, sosyal yer imleri), ihtiyaç duyulan araçlar ve uygulamalar dahil yol haritası belirlenmelidir (Acker vd., 2011:8). Sosyal CRM faaliyetlerinin planlanmaması, sosyal medya başarısızlıklarına bağlanmıştır (Yu ve Lee, 2018: 92). Tepki vermek/Yanıtlamak; sosyal medya teknolojileri, şirketlere yalnızca müşteri incelemelerini izleme aracı değil, aynı zamanda müşteri memnuniyetine olan bağlılıklarını göstermek için onlara proaktif olarak yanıt verebilecekleri bir platform sunar (Yu ve Lee, 2018: 92). Yerleşik etkinlikleri gerektiği gibi iyileştirmek, genişletmek veya askıya almak için düzenli olarak yeniden değerlendirilmeli ve sosyal ağın dinamik bir ortam olduğunu unutulmamalıdır. Bu nedenle sosyal ağlara uyum sağlanmalı ve müşterilerden gelen sorulara yanıt verme süreklilik kazanmalıdır. İzleme; sosyal ağın söyleyecekleri dinlenmelidir. Hedef kitle ve onun dinamikleri, kodları, yazılı olmayan kurallarını anlamak için sistematik olarak içgörü, veri ve deneyim toplanmaktadır. Bu genellikle en iyi şekilde herhangi bir müşterinin yapacağı gibi sosyal ağa katılarak yapılır ve rakipler de dikkate alınır (Acker vd., 2011:8).

3. LİTERATÜR ÖZETİ

Trif vd., 2019'de 102 firmaya yapılan çalışmada, müşteri ilişkileri yöneliminin CRM yetenekleri üzerindeki etkisinin ve bu yeteneklerin müşteri memnuniyeti ve pazar etkinliği üzerindeki etkisinin farklı şirket türleri arasında nasıl değiştiği araştırılmıştır. Müşteri ilişkileri yöneliminin, CRM yeteneklerinin bir boyutu olan müşteri ilişkileri iyileştirme kabiliyetini etkilemediğini, müşteri etkileşimi yönetimi yeteneği ve müşteri geri kazanma yeteneği müşteri memnuniyetini sağladığı sonucu elde edilmiştir. CRM yetenekleri; müşteri etkileşimi yönetimi, müşteri ilişkileri iyileştirmesi, müşteri geri kazanma yeteneği boyutları ile ele alınmıştır.

Bhatti vd., 2019'da çalışmasında Sosyal CRM yeteneklerinin ve müşteri katılımının Pakistan'ın tekstil endüstrisindeki firma performansı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Ayrıca, sosyal medya kullanımının sosyal CRM yeteneklerinin, müşteri ilişkileri yönetiminin ve firma performansının bağlantı noktası üzerindeki aracı rolü incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre; sosyal CRM yeteneklerinin ve müşteri katılımının firma performansı ile pozitif bir bağa sahip olduğunu, sosyal medya kullanımının ise sosyal CRM yetenekleri, müşteri ilişkileri yönetimi ve firma performansı arasındaki ilişkiye olumlu aracılık ettiğini ortaya koyulmuştur.

Foltean vd., 2019 Romanya'da 149 işletmeye uygulanan çalışmada sosyal medya teknolojisi kullanımının CRM yeteneklerinin firma performansını nasıl etkilediği incelenmiştir. Sosyal medya teknolojisi kullanımının doğrudan firma performansına yol açmadığı, CRM yetenekleri, sosyal medya teknolojisi kullanımı ile firma performansı arasındaki ilişkiye yalnızca dolaylı olarak aracılık ettiği ve CRM yeteneklerinin firma performansına yol açtığı sonuçları elde edilmiştir. Sosyal medya teknolojisi kullanımının şirketler için bir rekabet avantajı kaynağı olmadığı ve kendiliğinden firma performansının artmasına yol açmadığı ve CRM yeteneklerinin sosyal medya teknolojisi kullanmadan da performans üretebileceği ortaya çıkmıştır.

Kim ve Wang, 2018 çalışmasında sosyal CRM yeteneğini sistematik olarak kavramsallaştırmayı ve ölçmeyi amaçlamıştır. Bu çalışma sosyal CRM yeteneklerini ölçmek için sosyal medya kaynak girdilerini ve müşteri ile ilgili çıktıları dahil etmeyi önermektedir. Ampirik bir uygulama, sosyal CRM yeteneğinin kritik olduğunu öne sürmektedir; sosyal medya teknolojisine yatırım yapmak, önemli CRM faydaları ve firma için daha yüksek piyasa değeri sağlayabilir. Sosyal CRM yeteneklerinin iş performansının önde gelen belirleyicileri olarak rolünü ilişkisi doğrulamaktadır. Müşteri katılımından bilgi edinme, üretme, organize etme ve entegre etme yeterliliğini detaylandırmaktadır; müşteri ilişkilerini sürdürmek ve geliştirmek için müşteri bilgilerini kullanmak ve firmanın finansal performansını verimli bir şekilde etkilemektedir.

Jermsttiparsert vd., 2018 çalışmasında müşteri ilişkileri yönetimi için sosyal medya uygulamalarının benimsenmesi gibi teknolojik gelişmeler incelenmiştir. Sosyal CRM yetenekleri, en son teknolojik sosyal medya uygulamalarını entegre ederken müşterilerle ilişkileri yönetme yeteneklerini geliştirmede önemli ve hayati bir rol oynar. Müşteri ilişkileri yönetimi ve performansının sosyal CRM'nin gelişmiş yeteneklerinden etkilendiği tespit edilen araştırmanın bulguları, firmaların teknolojiyi entegre ettiklerini ve müşterilerle ilişkilerini sürdürme ve sürdürme yeteneklerini geliştirdiklerini gösteriyor. Sosyal medya kullanımında başarılı. Sosyal CRM yetenekleri ile ilişki performansı arasındaki ilişkinin daha güçlü olması nedeniyle sosyal medya kullanımının moderatör rolü önemliydi. Bu çalışmanın amacı, başarılı müşteri ilişkileri yönetimi ve performansını sürdürmek için sosyal medya uygulamasının nasıl entegre edileceğini ve CRM için yeteneklerin nasıl geliştirileceğini incelemektir.

Chierici vd., 2018'de 102 Avrupalı e-perakendeci ile yapılan çalışmada sosyal CRM yeteneklerinin müşteri ilişkileri performansı ve finansal performans üzerindeki rolü ve etkisini incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre; sosyal CRM yetenekleri ile müşteri ilişkileri performansı arasında güçlü bir ilişkiyi vurgular ve yalnızca bu yetenekler müşteri ilişkileri performansını iyileştirdiğinde, firmaların finansal performansı da önemli ölçüde artırabileceğini öne sürer.

Alshura 2018 çalışmasında CRM yeteneklerinin Ürdün'deki cep telefonu operatörlerinde sürdürülebilir bir rekabet avantajı inşa etme üzerindeki etkisini araştırmıştır. (CRM) yetenekleri için geçerli bir ölçüm modeli geliştirmeyi ve CRM'nin rekabet avantajı sağlayan temel

faktörlerini keşfetmeyi amaçlamaktadır. CRM'nin üç yetenekli (müşteri etkileşimi yönetimi, müşteri ilişkilerini yükseltme ve müşteri geri kazanma) ölçüm modeli geliştirilmiş ve test edilmiştir. Dahası, sonuçlar, bu üç yeteneğin varsayılmış etkilerini, firmaların sürdürülebilir bir rekabet avantajı oluşturmaları üzerindeki etkisini desteklemektedir.

Wang ve Kim, 2017'de ABD'de 232 işletmeye yapılan çalışmasında sosyal medya kullanımının şirketlerin yeni CRM yetenekleri geliştirmesine ve iş performansını iyileştirmesine nasıl yardımcı olabileceğini araştırmaktadır. Sonuçlar, şirketlerin sosyal medyayı müşteri katılımını ve firma performansını iyileştirmek için pazarlama stratejileriyle birleştirdiklerinde sosyal CRM yeteneğinin kritik olduğunu göstermektedir. Bu çalışma aynı zamanda sosyal medya kullanımının sosyal CRM yetenekleri ve firma performansı arasında önemli bir moderatör rol oynadığını bulmuştur.

Bhat ve Derzi, 2016'da Jammu ve Keşmir'deki özel bir bankanın 409 müşterisinden bankacılık sektöründeki çeşitli CRM yeteneklerine yönelik müşteri algısı üzerindeki demografik değişken grupları arasındaki fark araştırmıştır. Araştırmanın bulguları, müşterilerin CRM yeteneklerine yönelik algılarında cinsiyet, gelir, yaş ve eğitim açısından anlamlı bir ortalama farklılık olmadığını göstermektedir. Erkek ve kadın müşterilerin; genç ve yaşlı müşterilerin; yüksek gelirli ve düşük gelirli müşteri; farklı eğitim geçmişli olan müşteriler, CRM yeteneği boyutlarına, yani hizmet kapasitesi, ürün kapasitesi ve personel kapasitesi konusunda aynı algıya sahiptir.

Trainor vd., tarafından 2014'de ABD'de de 308 şirkette yapılan çalışmada, sosyal CRM yeteneğinin kavramsallaştırılması ve ölçülmesi ile birlikte sosyal CRM yeteneğinin hem müşteri merkezli yönetim sistemlerinden hem de sosyal medya teknolojilerinden nasıl etkilendiği incelenmiştir. Bu iki kaynağın, müşteri ilişkileri performansı ile pozitif olarak ilişkili olduğu gösterilen firma düzeyinde bir yetenek oluşumu üzerinde etkileşimli bir etkisi olduğu bulunmuştur.

Elkordy, 2014'te Mısır şirketlerine yapılan çalışmada, CRM yeteneğinin dört boyutu önerilmiştir: CRM teknolojisi, CRM süreçleri, müşteri odaklılık ve CRM organizasyonu. Araştırma modelinde CRM tarafından önerilen tüm boyutlar, performansla önemli bir bağlantı göstermiştir. Ancak, tüm etkiler aynı anda düşünüldüğünde, CRM organizasyonu performansın tek önemli belirleyicisi olarak ortaya çıkmıştır.

Wang ve Feng, 2012 çalışmasında CRM yeteneklerinin üç faktörlü (müşteri etkileşimi yönetimi yeteneği, müşteri ilişkilerini iyileştirme yeteneği ve müşteri geri kazanma yeteneği) ölçüm modeli geliştirilmiş ve test edilmiştir. Ayrıca sonuçlar, müşteri oryantasyonunun, müşteri merkezli organizasyonel sistemin ve CRM teknolojisinin CRM yetenekleri üzerindeki varsayılmış etkilerini ve CRM yeteneklerinin organizasyonel performans üzerindeki etkisini desteklemektedir.

Battor ve Battor, 2010 çalışmasında, CRM yeteneğinin firma performansına katkıda bulunduğu; inovasyon kabiliyetinin, CRM'nin firma performansına nasıl katkıda bulunduğu bağlamında daha önce kavramsallaştırılmamış eksik bir halka olduğunu göstermiştir. Sonuçlar, yeniliğin CRM yeteneği ve performans arasındaki ilişki üzerindeki aracılık etkisine destek sağlamıştır.

4. METODOLOJİ

Mevcut araştırmanın teorik temellerini RBV ve dinamik yetenekler perspektifi oluşturmaktadır. Her iki bakış açısı da performansın bir firmanın kaynak donanımı ve bu kaynakları yeteneklere dönüştürmedeki etkinliği tarafından belirlendiği öne sürmektedir (Wang ve Kim, 2017:16). Kaynak temelli teori perspektifinden bakıldığında, CRM, şirketlerin rekabet avantajı oluşturmak için müşteri ilişkileri kaynaklarını kullanmasına olanak tanıyan en önemli pazarlama yeteneklerinden biri olarak işlevler arası yeteneklerinin bir parçasıdır. Yeteneklerin iş performansını artırmada ve sürdürülebilir bir rekabet avantajı oluşturmadaki rolü, kaynak temelli teori ve dinamik yetenekler teorisi literatüründe belgelenmiştir (Tuleu, 2015: 1287). Çalışmada ele alınan CRM yetenekleri ve Sosyal CRM yetenekleri Dinamik Yetenek Teorisine dayanmaktadır. Anket soru formu hazırlanmasında CRM yetenekleri (Wang ve Feng, 2012; Bhat ve Darzi 2016) çalışmalarından, Sosyal CRM yetenekleri (Trainor et al., 2014; Yu ve Lee, 2018; Cheng ve Shiu, 2019) çalışmalarından ve oluşturulmuştur. Anket soru formunda CRM yetenekleri; müşteri etkileşimi yönetimi özelliği (3 ifade), müşteri ilişkileri iyileştirme yeteneği (4 ifade), müşteri geri kazanma özelliği (4 ifade), personel yeteneği (3 ifade) ölçekleri olmak üzere toplam 14 ifadeden oluşmaktadır. Sosyal CRM yetenekleri ise; bilgi üretimi (3 ifade), bilginin yaygınlaştırılması (4 ifade), planlama (4 ifade), tepki vermek / yanıtlamak (6 ifade), izleme (4 ifade) ölçekleri olmak üzere toplam 21 ifadeden oluşmaktadır.

Literatüre göre belirlenen CRM yetenekleri ve Sosyal CRM yeteneklerine ait kriterlerin özet hali Tablo 1 ve Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 1. CRM Yeteneklerine Bağlı Ana ve Alt Kriterler

Ana kriterler		Alt kriterler	
Ana kriter kodu	Ana kriter açıklaması	Alt kriter kodu	Alt kriter açıklaması
C11	Müşteri etkileşimi yönetimi yeteneği	C111	Firmamızın, yeni ürünler ile ilgili müşterilerin mevcut ve potansiyel ihtiyaçlarını öğrenmek üzere düzenli olarak müşteriler ile etkileşimi
		C112	Firmamızın, kilit müşteriler ile ilişkiler kurma konusunda iyi olması
		C113	Firmamızın, her müşteri ile sürekli bir diyalogu olması ve ilişkilerini geliştirmek için iyi gelişmiş yöntemler kullanması
		C121	Firmamızın, müşteri memnuniyetini sistematik ve sık sık ölçmesi
C12	Müşteri ilişkileri yükseltme yeteneği	C122	Firmamızın, değerli müşterilerine satış prosedürleri resmileştirmesi
		C123	Firmamızın, değerli müşterilerine çapraz satış prosedürlerini resmileştirmesi
		C124	Firmamızın, yüksek katma değerli müşteri payını sistematik olarak genişletmeye çalışması
		C131	Firmamızın, müşterilerine verdiği rahatsızlık veya kayıp için zamanında özür dilemesi ya da hatasını telafi etmesi
C13	Müşteri geri kazanma yeteneği	C132	Firmamızın, değerli kayıp müşterileri ve aktif olmayan müşterileri ile yeniden ilişkiler kurmak için sistematik bir süreci olması.
		C133	Firmamız, müşterilerinin ürün veya hizmet uygunluğundan memnun olmadıkları tespit edildiğinde derhal düzeltici önlemler alması

		C134	Firmamızın, diğer firmalar ile çalışmayı tercih eden veya katma değeri yüksek olmayan müşteriler ile düzenli olarak olumlu ilişkiler sürdürmesi
		C141	Firmamızın güler yüzlü ve yardımsever bir kadroya sahip olması
C14	Personel yeteneği	C142	Firmamızın müşterilere zamanında hizmet verebilecek nitelikte personele sahip olması
		C143	Firmamızın personelinin işbirliği içerisinde ve her zaman yardım etmeye istekli olması

Tablo 2. Sosyal CRM Yeteneklerine Bağlı Ana ve Alt Kriterler

Ana kriter kodu	Ana kriter açıklaması	Alt kriter kodu	Alt kriter açıklaması
C21	Bilgi üretimi	C211	Firmamızın, pazar araştırması yapmak için sosyal medya kullanması
		C212	Firmamızın, müşteri ürün tercihlerindeki değişiklikleri tespit etmek için sosyal medya kullanması
		C213	Firmamızın, sektördeki temel değişiklikleri tespit etmek için (örneğin: rekabet) sosyal medya kullanması
		C221	Firmamızın, sosyal medya üzerinden belirlenen pazar eğilimlerini tartışmak için bölümler arası toplantılar yapması
C22	Bilginin yaygınlaşması	C222	Firmamızın, pazarlama personelinin diğer departmanlarla müşterilerin sosyal medya uygulamalarında gelecekteki ihtiyaçlarını tartışmak için zaman harcaması
		C223	Firmamızın, sosyal medya kullanarak müşteri memnuniyeti konusunda toplanan verileri düzenli olarak her düzeyde dağıtması
		C224	Firmamızın, bir departmanın sosyal medya kullanan rakipler hakkında önemli bir şey bulduğunda, diğer departmanları uyarmak konusunda hızlı olması
		C231	Firmamızın, sosyal medya tarama ortamını kullanması
C23	Planlama	C232	Firmamızın uygun sosyal CRM hedefini tanımlama yeteneğine sahip olması
		C233	Firmamızın uygun sosyal CRM stratejisi geliştirme yeteneğine sahip olması
		C234	Firmamızın hedef müşteriye etkin bir şekilde tanımlama yeteneğine sahip olması
		C241	Firmamızın rakiplerin fiyat değişikliklerine cevap vermek için sosyal medya kullanması
C24	Tepki vermek/ Yanıtlamak	C242	Firmamızın müşterilerin ürün veya hizmet ihtiyaçlarındaki değişikliklere dikkat etmek için sosyal medya kullanması
		C243	Büyük bir rakip müşterileri hedefleyen yoğun bir kampanya başlatırsa, firmamızın derhal sosyal medyayı kullanarak yanıt vermesi
		C244	Firmamızın farklı departmanlardaki sosyal medya faaliyetlerini koordine edebilmesi
		C245	Firmamızda müşteri şikayetlerinin sosyal medya kullanılarak takip edilebilmesi ve yanıtlanması
C25	İzleme	C246	Müşterilerimiz bir ürünü / hizmeti değiştirmemizi istediğinde, firmamızın bu değişikliği sosyal medya aracılığıyla duyurması
		C251	Firmamızın, firmadan kimin bahsettiğini izlemek için sosyal medyayı kullanması

C252	Firmamızın, insanların firma hakkında nerede konuştuklarını izlemek için sosyal medyayı kullanması
C253	Firmamızın insanların firma hakkında neler söylediğini izlemek için sosyal medyayı kullanması
C254	Firmamızın, müşterinin birbirleriyle nasıl etkileşime girdiğini izlemek için sosyal medyayı kullanması

Çalışmanın analizinde çok kriterli karar verme yöntemlerinden biri olan Best-Worst yöntemi kullanılmıştır. Çok kriterli karar verme genellikle birbiriyle çelişen birden çok kriter gerektiren sınırlı sayıda alternatif arasından bir veya daha fazla alternatifi sıralamak veya seçmek için etkili bir yaklaşım olduğu kanıtlanmıştır (Yeh, 2003: 289). Bu yöntemlere alternatif yöntemlerden birisi de Best-Worst Yöntemi (BWM)'dir. Bu yöntemin ikili karşılaştırma sürelerini azaltmadaki etkinliği ve yargular arasındaki tutarlılığı sürdürmedeki iyi performansı nedeniyle birçok akademisyenin dikkatini çekmiştir (Mi vd., 2019: 206). BWM, en iyi kriter ile en kötü kriteri seçme ve bu kriterleri diğer kriterlerle karşılaştırabilen birden çok kriterli karar verme yöntemidir. BWM yöntemi ile anket uygulanan kişilerin tüm kriterler arasında karşılaştırma yapmasına gerek duyulmadan, sadece en iyi ve en kötü kriterleri diğerleriyle karşılaştırmaları yeterli olmaktadır (Rezaei, 2015; Mou vd., 2016).

Rezaei (2015) tarafından geliştirilen BWM, Salimi ve Rezaei (2016); Rezaei vd. (2016); Gupta ve Barua (2016); Mou vd. (2016); Ren vd. (2017); Ahmadi vd. (2017); Gou ve Zhao (2017); Ahmad vd. (2017); Gupta (2018); Zare, Malakoutikhah ve Alimohammadlou (2019); Aşan ve Ayçin (2020); Sofuoğlu (2020) gibi çok sayıda araştırmacı tarafından denenmiş ve başarılı sonuçlar alınmıştır. Yönteme bağlı anketlerin karar vericiler tarafından kolaylıkla anlaşılabilmesi ve karar vericilerin tutarlı olup olmadıklarını vermesi nedeniyle Best – Worst yöntemi tercih edilmiştir: Söz konusu yöntemin uygulama aşamaları şu şekilde sıralanmıştır (Rezaei, 2015):

Adım 1: Öncelikle kriterlerin uzman kişiler tarafından belirlenmesi gerekmektedir. Bu aşamada karar verici karar vermek için kullanılan n adet kriter $\{C_1, C_2, \dots, C_n\}$ belirlemektedir.

Adım 2: En doğru (en çok gereken ve en önemli) ve en yanlış (en az gerekli, en az önemli) kriterler belirlenmelidir.

Adım 3: Karar verilen en doğru kriterin diğer tüm kriterlere göre seçim oranını 1-9 arasında bir rakam kullanarak belirleme adımıdır. 1 ile 9 arasında bir rakam kullanılarak diğer tüm faktörlere göre en iyi faktörün seçimi belirlenmelidir. (1: eşit derecede önemli, 3: orta derecede daha önemli, 5: yüksek derecede önemli 7: çok daha yüksek derecede önemli, 9: son derece daha önemli) Bu aşamanın neticesinde en doğrudan diğerlerine ilerleyen Best-Others (AB) ismi verilmiş bir vektöre ulaşılmaktadır. Bu vektörün şu şekilde olması gerekir:

$$A_B = (a_{B1}, a_{B2}, \dots, a_{Bn}), \quad (1)$$

AB vektörü içerisindeki her bir a_{Bj} , en iyi kriter B'nin kriter j'e göre tercihini göstermektedir. Ayrıca $a_{BB} = 1$ olmaktadır. Bu da en önemli seçimin kendisiyle karşılaştırılacağı anlamı taşımaktadır.

Adım 4: 1 ve 9 arasında bir rakam kullanarak, diğer tüm faktörlerin tercih edilen en kötü faktöre göre tercih oranını seçmekle alakalıdır. Bu aşamada, diğer faktörlerin en kötü faktör üzerindeki

önemi karar verici tarafından 1'den 9'a kadar bir rakam ile belirlenmektedir. Bu aşamanın sonucunda diğerlerinden en kötü olan vektörün şöyle olması gerekmektedir:

$$A_W = (a_{1W}, a_{2W}, \dots, a_{nW})^T, \quad (2)$$

Bu vektörde her bir a_{jw} , kriter j 'nin en kötü kriter W 'ye göre tercihini belirtir ve $a_{ww} = 1$ olmalıdır. Bu da en kötü kriterin kendisiyle karşılaştırılacağı anlamını taşımaktadır.

Adım 5: Son aşamada ise her bir faktör için en uygun ağırlığın belirlenmesi gerekmektedir

$$(w_1^*, w_2^*, \dots, w_n^*).$$

Bu aşamada hedef, maksimum mutlak farklar yaratacak şekilde faktörlerin optimal ağırlıklarını belirleyebilmektir. Bu faktörler için en uygun ağırlık, her bir w_B/w_j ve w_j/w_w çifti için sırasıyla $w_B/w_j = a_{Bj}$ ve $w_j/w_w = a_{jw}$ 'dir. Maksimum mutlak farkların minimize edildiği $\{|w_B - a_{Bj}w_j|, |w_j - a_{jw}w_w|\}$ bir j değerlerine ulaşılmalıdır ki bu aşağıdaki min – max modeline çevrilmiştir:

$$\min \max_j \left\{ |w_B - a_{Bj}w_j|, |w_j - a_{jw}w_w| \right\} \text{ kısıtları altında} \quad (3)$$

$$\sum_j w_j = 1 \quad (4)$$

$$w_j \geq 0, \text{ tüm } j \text{ 'ler için} \quad (5)$$

Problem denklemini aşağıdaki doğrusal programlama problemine aktarılmaktadır:

$$\min \xi^L \quad (6)$$

$$\left| \frac{w_B}{w_j} - a_{Bj} \right| \leq \xi, \text{ tüm } j \text{ 'ler için} \quad (7)$$

$$\left| \frac{w_j}{w_w} - a_{jw} \right| \leq \xi, \text{ tüm } j \text{ 'ler için} \quad (8)$$

$$\sum_j w_j = 1 \quad (9)$$

$$w_j \geq 0, \text{ tüm } j \text{ 'ler için} \quad (10)$$

Tüm modelin tamamlanıp çözülmesiyle birlikte optimum ağırlıklar $(w_1^*, w_2^*, \dots, w_n^*)$ ve ξ değeri elde edilmektedir. ξ değerinin Tablo 3'teki kriter sayısına bağlı tutarlılık indeksine bölünmesi ile tutarlılık oranına ulaşılmaktadır. Söz konusu değer arttıkça karşılaştırmaların tutarlıklarının daha zayıf ve daha az güvenilir olduğu; söz konusu değer azaldıkça ise tutarlılık oranlarının yüksek olduğu sonucu çıkarılmaktadır.

$$Tutarlılık Oranı (CR) = \frac{\xi}{Tutarlılık İndeksi} \quad (11)$$

Tablo 3. BWM Tutarlılık İndeksi

abw	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Tutarlılık İndeksi	0,00	0,44	1,00	1,63	2,30	3,00	3,73	4,47	5,23

5. BULGULAR

Çalışmada literatürden farklı olarak firmaların CRM yetenekleri ile Sosyal CRM yeteneklerine bağlı faktörlerin önem sıralaması çok kriterli karar verme yöntemlerinden Best – Worst yöntemi ile yapılmıştır. İlk olarak CRM konusunda ciddi ilerlemeler kaydetmiş altı şirket (şirkette yetkili kişiler) karar verici olarak belirlenmiştir. Bu şirketlerden üçü Aydın’da, ikisi İstanbul’da ve biri Ankara’da faaliyet göstermektedir. Şirket yetkililerin talepleri doğrultusunda, şirketlerin isimleri gizli tutulmuştur.

Öncelikle, bu şirketlerde çalışan CRM yetkililerine Ek1’deki anket kullanılarak Tablo 1’deki “CRM Yetenekleri” faktörüne bağlı ana ve alt kriterlerin değerlendirme işlemlerini yüzyüze yapmaları istenmiştir. Elde edilen verilerin Best-Worst yöntemi ile değerlendirilmesi sonucunda Tablo 4’teki bulgulara ulaşılmıştır. Tablo incelendiğinde ana kriterlere bağlı hesaplanan tutarlılık oranının %7,21 ve alt kriterlere bağlı hesaplanan tutarlılık oranlarının (sırasıyla) %12,02, %9,53, %8,27 ve %8,72 değerleri ile karar vericilerin tutarlı değerlendirme yaptıkları söylenebilir.

Tablo 4. Şirketlerin CRM Yetenekleri Ana Kriter ve Alt Kriter Değerlendirme Sonuçları

Ana Kriter Kodu	Ana Kriter Ağırlığı	Ana Kriter ξ (Ksi)	Ana Kriter CR	Alt Kriter Kodu	Alt Kriter Ağırlığı	Alt Kriter ξ (Ksi)	Alt Kriter CR	Alt Kriter Nihai Ağırlığı
C11	0,3062	0,1175	0,0721	C111	0,3118	0,1202	0,1202	0,0955
				C112	0,1490			0,0456
				C113	0,5392			0,1651
C12	0,3160			C121	0,2503	0,1553	0,0953	0,0791
				C122	0,1353			0,0428
				C123	0,2637			0,0833
				C124	0,3506			0,1108
C13	0,2533			C131	0,1542	0,1348	0,0827	0,0391
				C132	0,3923			0,0994
				C133	0,3144			0,0796
C14	0,1245			C134	0,1391	0,0872	0,0872	0,0352
				C141	0,1806			0,0225
				C142	0,3798			0,0473
				C143	0,4396			0,0547

Elde edilen sonuçlara göre “CRM Yetenekleri” faktörüne bağlı en önemli ana kriterin %31,60 ağırlık değeriyle “C12-Müşteri ilişkileri yükseltme yeteneği” kriteri olduğu; alt kriterlerin ana kriterler tarafından düzeltilmiş ağırlıkları incelendiğinde “CRM Yetenekleri” faktörüne bağlı en önemli alt kriterin %16,51 ağırlık değeriyle “C113-Firmamızın, her müşteri ile sürekli bir diyalogu olması ve ilişkilerini geliştirmek için iyi gelişmiş yöntemler kullanması” kriteri olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Aynı şirket yetkilileri yüzyüze olarak Tablo 2’deki “Sosyal CRM Yetenekleri” faktörüne bağlı ana ve alt kriterlerin değerlendirme işlemini yapmış ve sonrasında Best-Worst yöntemine göre analizi yapıldığında elde edilen kriter ağırlıklarına Tablo 5’ de yer verilmiştir. Tablo incelendiğinde ana kriterlere bağlı hesaplanan tutarlılık oranının % 6,21 ve alt kriterlere bağlı hesaplanan tutarlılık oranlarının (sırasıyla) %12,40, %7,31, %6,08, %3,50 ve %6,60 değerleri ile karar vericilerin tutarlı değerlendirme yaptıkları söylenebilir.

Tablo 4. Şirketlerin Sosyal CRM Yetenekleri Ana Kriter ve Alt Kriter Değerlendirme Sonuçları

Ana Kriterler				Alt Kriter Ağırlığı				
Ana Kriter Kodu	Ana Kriter Ağırlığı	Ana Kriter ξ (Ksi)	Ana Kriter CR	Alt Kriter Kodu	Alt Kriter Ağırlığı	Alt Kriter ξ (Ksi)		Alt Kriter Düzeltmeli Ağırlığı
C21	0,2195	0,1429	0,0621	C211	0,2259	0,1240	0,1240	0,0496
				C212	0,4019			0,0882
				C213	0,3722			0,0817
C22	0,1913			C221	0,3567	0,1191	0,0731	0,0682
				C222	0,1964			0,0376
				C223	0,2011			0,0385
				C224	0,2458			0,0470
C23	0,2107			C231	0,1207	0,0991	0,0608	0,0254
				C232	0,3627			0,0764
				C233	0,2376			0,0501
C24	0,2153			C234	0,2790	0,1051	0,0350	0,0588
				C241	0,1715			0,0369
				C242	0,1761			0,0379
				C243	0,1546			0,0333
				C244	0,2274			0,0490
C25	0,1632	C245	0,1700	0,1075	0,0660	0,0366		
		C246	0,1003			0,0216		
		C251	0,1691			0,0276		
		C252	0,1986			0,0324		
		C253	0,3595			0,0587		
								0,0445

Elde edilen sonuçlara göre “Sosyal CRM Yetenekleri” faktörüne bağlı en önemli ana kriterin %21,95 ağırlık değeriyle “C21-Bilgi üretimi” kriteri olduğu; alt kriterlerin ana kriterler tarafından düzeltilmiş ağırlıkları incelendiğinde “Sosyal CRM Yetenekleri” faktörüne bağlı en önemli alt kriterin %8,82 ağırlık değeriyle “C212-Firmamızın, müşteri ürün tercihlerindeki değişiklikleri tespit etmek için sosyal medya kullanması” kriteri olduğu sonucuna ulaşılmıştır

Uygulamanın diğer bölümünde CRM Yetenekleri ve Sosyal CRM yetenekleri ana kriterleri ve bu kriterlere bağlı alt kriterlerin değerlendirme işlemleri CRM konusunda çalışmalar yürüten akademisyenler (YÖKSİS sisteminde CRM konulu çalışma yürüttüğünü beyan edip, irtibata geçilen ve geri dönüş alınan akademisyenler) ile yürütülmüştür. Burada amaç, şirketler tarafından değerlendirilen ana ve alt kriterlerin akademisyenler tarafından nasıl değerlendirmeye tabi tutulduğunun görülmesidir.

Öncelikle karar verici olarak belirlenmiş altı akademisyene Ekl 1’deki anket yardımıyla Tablo 1’de yer alan “CRM Yetenekleri” faktörüne bağlı ana ve alt kriterlerin değerlendirme işlemlerini yapmaları istenmiştir. Elde edilen verilerin Best-Worst yöntemi ile değerlendirilmesi sonucunda Tablo 6’daki bulgulara ulaşılmıştır. Tablo incelendiğinde ana kriterlere bağlı hesaplanan tutarlılık oranının %7,40 ve alt kriterlere bağlı hesaplanan tutarlılık oranlarının (sırasıyla) %8,69, %4,06, %3,84 ve %4,74 değerleri ile karar vericilerin tutarlı değerlendirme yaptıkları söylenebilir.

Tablo 5. Akademisyenlerin CRM Yetenekleri Ana Kriter ve Alt Kriter Değerlendirme Sonuçları

Ana Kriterler				Alt Kriter Ağırlığı				
Ana Kriter Kodu	Ana Kriter Ağırlığı	Ana Kriter ξ (Ksi)	Ana Kriter CR	Alt Kriter Kodu	Alt Kriter Ağırlığı	Alt Kriter ξ (Ksi)	Alt Kriter CR	Alt Kriter Nihai Ağırlığı
C11	0,2292	0,1207	0,0740	C111	0,1467	0,0869	0,0869	0,0336
				C112	0,2595			0,0595
				C113	0,5938			0,1361
C12	0,2992			C121	0,3519	0,0662	0,0406	0,1053
				C122	0,2144			0,0641
				C123	0,1057			0,0316
				C124	0,3280			0,0981
C13	0,1377			C131	0,3109	0,0626	0,0384	0,0428
				C132	0,1684			0,0232
				C133	0,3940			0,0543
				C134	0,1267			0,0175
C14	0,3339			C141	0,2130	0,0474	0,0474	0,0711
				C142	0,4496			0,1501
				C143	0,3374			0,1126

Elde edilen sonuçlara göre “CRM Yetenekleri” faktörüne bağlı en önemli ana kriterin %33,39 ağırlık değeriyle “C14-Personel yeteneği” kriteri olduğu; alt kriterlerin ana kriterler tarafından düzeltilmiş ağırlıkları incelendiğinde “CRM Yetenekleri” faktörüne bağlı en önemli alt kriterin %15,01 ağırlık değeriyle “C142-Firmamızın müşterilere zamanında hizmet verebilecek nitelikte personele sahip olması” kriteri olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Aynı akademisyenler Tablo 2’deki “Sosyal CRM Yetenekleri” faktörüne bağlı ana ve alt kriterlerin değerlendirme işlemi yapmış ve sonrasında Best-Worst yöntemine göre analizi yapıldığında elde edilen kriter ağırlıklarına Tablo 7’de yer verilmiştir. Tablo incelendiğinde ana kriterlere bağlı hesaplanan tutarlılık oranının %2,22 ve alt kriterlere bağlı hesaplanan tutarlılık oranlarının (sırasıyla) %8,02, %4,40, %3,77, %2,53 ve %4,67 değerleri ile karar vericilerin tutarlı değerlendirme yaptıkları söylenebilir.

Tablo 6. Akademisyenlerin Sosyal CRM Yetenekleri Ana Kriter ve Alt Kriter Değerlendirme Sonuçları

Ana Kriterler				Alt Kriter Ağırlığı				
Ana Kriter Kodu	Ana Kriter Ağırlığı	Ana Kriter ξ (Ksi)	Ana Kriter CR	Alt Kriter Kodu	Alt Kriter Ağırlığı	Alt Kriter ξ (Ksi)	Alt Kriter CR	Alt Kriter Nihai Ağırlığı
C21	0,3303	0,0511	0,0222	C211	0,1947	0,0802	0,0802	0,0643
				C212	0,5436			0,1795
				C213	0,2617			0,0864
C22	0,1553			C221	0,1865	0,0717	0,0440	0,0290
				C222	0,1262			0,0196
				C223	0,5016			0,0779
				C224	0,1856			0,0288
C23	0,1343			C231	0,1331	0,0614	0,0377	0,0179
				C232	0,2049			0,0275
				C233	0,2966			0,0398
				C234	0,3654			0,0491
C24	0,2505			C241	0,1334	0,0758	0,0253	0,0334
				C242	0,2327			0,0583
				C243	0,1538			0,0385
		C244	0,0896	0,0225				
		C245	0,2829	0,0709				
C25	0,1297	C246	0,1075	0,0761	0,0467	0,0269		
		C251	0,1541			0,0200		

				C252	0,1552			0,0201
				C253	0,5351			0,0694
				C254	0,1556			0,0202

Elde edilen sonuçlara bakıldığında “Sosyal CRM Yetenekleri” faktörüne bağlı en önemli ana kriterin %33,03 ağırlık değeriyle “C21-Bilgi üretimi” kriteri olduğu; alt kriterlerin ana kriterler tarafından düzeltilmiş ağırlıkları incelendiğinde “Sosyal CRM Yetenekleri” faktörüne bağlı en önemli alt kriterin %17,95 ağırlık değeriyle “C212-Firmamızın, müşteri ürün tercihlerindeki değişiklikleri tespit etmek için sosyal medya kullanması” kriteri olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

6. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Müşteri bilgisi şirketler için kilit bir unsurdur. Günümüzde dijital teknolojilerin artan etkinliği müşteri bilgi yönetimini daha önemli kılmıştır. Bu bağlamda sürdürülebilir rekabet avantajı yaratmak isteyen şirketler hedef müşteriler ile uzun vadeli ve karlı ilişkiler oluşturmayı ve yönetmeyi ana amaç olarak benimseler. Şirketlerin karlı müşteriler ile ilişki kurması, sürdürmesi, müşteri edinmesi, elde tutması ve yükseltmeyi kapsayan CRM, sahip olduğu kaynakları CRM yeteneklerini oluşturmak için nasıl kullanacaklarını öğrenerek başarıya ulaşabilmektedir. Dolayısıyla çekici müşterileri ve potansiyel müşterileri belirlemek, çekici müşterilerle ilişkiler başlatmak ve sürdürmek ve bu ilişkileri müşteri düzeyinde kârlara dönüştürmek için" becerilerini ve birikmiş bilgilerini yansıtmaktadır. Bununla birlikte sosyal medya uygulamalarının getirdiği teknolojik ve sosyal değişimler, CRM kavramına sağladığı yeni yetenekleri tanyan geniş bir perspektifle Sosyal CRM yeteneklerini oldukça önemli kılmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre; şirket yetkilileri CRM yetenekleri içerisinde en önemli ana kriterin “müşteri ilişkileri yükseltme yeteneği” olarak belirlerken, akademisyenler ise “personel yeteneği” olarak ifade etmiştir. Bu durumda şirket yöneticileri ile akademisyenler arasında görüş ayrılığı ortaya çıkmıştır. Ayrıca akademisyenlerin şirket yetkililerine göre daha tutarlı değerlendirme yaptıkları sonucu da bir diğer önemli bulgudur. Şirket yetkilileri CRM yetenekleri önem sıralamasını; müşteri ilişkileri yükseltme yeteneği, müşteri etkileşimi yeteneği, müşteri geri kazanma yeteneği ve personel yeteneği olarak belirlerken, akademisyenler ise; personel yeteneği, müşteri ilişkileri yükseltme yeteneği, müşteri etkileşimi yeteneği, müşteri geri kazanma yeteneği olarak belirlemişlerdir. Müşteri etkileşimi yeteneği ana kriterinde hem akademisyenler hem de şirket yetkililerinin en önemli alt kriter olarak “firmaların her müşteri ile sürekli bir diyalogu olması ve ilişkilerini geliştirmek için iyi gelişmiş yöntemler kullanması” olarak belirlenmiştir. Dolayısıyla şirketlerin müşteri ile etkileşim yeteneğinde veri tabanlarında yer alan sayısız müşteri verisinin kaynak olarak tek başına yeterli olamayacağını başarılı bir performans için müşterilere kişiselleştirilmiş ve özelleştirilmiş hizmetler sunarak sürekli bir ilişki geliştirmenin kilit bir rol oynadığı söylenebilir. Müşteri ilişkileri yükseltme yeteneğinde şirket yetkilileri en önemli alt kriteri “firmanın, yüksek katma değerli müşteri payını sistematik olarak genişletmeye çalışması” olarak ifade ederken, akademisyenler ise “firmanın, müşteri memnuniyetini sistematik ve sık sık ölçmesi” olarak ifade etmişlerdir. Müşteri geri kazanma yeteneği olarak şirket yetkilileri tarafından en önemli alt kriter “firmanın, değerli kayıp müşterileri ve aktif olmayan müşterileri ile yeniden ilişkiler kurmak için sistematik bir süreci olması” belirtilirken, akademisyenler tarafından “firmanın, müşterilerinin ürün veya hizmet uygunluğundan memnun olmadıkları tespit edildiğinde derhal düzeltici önlemler alması” olarak belirtilmiştir. Dolayısıyla şirketlerin CRM uygulamalarında başarısızlıklarındaki ana neden olan teknoloji, süreç ve insan entegrasyonundaki eksikler bu çalışmadaki şirket yetkililerinin görüşlerinde de açıkça ortaya çıkmıştır. Şirketlerin CRM kaynaklarına sahip olmaları yani süreç ve teknolojik alt yapının yeterli olmayacağı müşteri

memnuniyeti ölçümlerine, memnun olmadıkları yönlelere ağırlık vermenin şirket başarılarında oldukça önemli olduğu söylenebilir.

Ayrıca personel yeteneğinin akademisyenler tarafından CRM yeteneklerinde en önemli kriter olarak ele alınmasının CRM başarısında eksik bırakılan tarafın doldurulması açısından önemli bir bulgudur. Bununla birlikte personel yeteneği olarak en önemli alt kriter şirket yetkilileri tarafından “firmanın, personelinin iş birliği içerisinde ve her zaman yardım etmeye istekli olması” olarak ifade edilirken, akademisyenler tarafından “firmanın, müşterilere zamanında hizmet verebilecek nitelikte personele sahip olması” olarak değerlendirilmiştir. Dolayısıyla şirketlerin CRM yeteneklerinde personelin her zaman müşterilere yardım etmeye istekli oluşu oldukça önemliyken şirketlerin neyi, ne zaman, neden ve nasıl yapacağını bilen nitelikli personel kadrolarına sahip olmaları da oldukça önemlidir denilebilir.

Sosyal CRM yetenekleri ile ilgili hem şirket yetkilileri hem de akademisyenler en önemli ana kriter olarak “bilgi üretimi” kriteri olarak ifade etmişlerdir. Dolayısıyla Sosyal CRM yetenekleri ile ilgili iki farklı grup aynı kriteri en önemli ana kriter olarak belirleyerek görüş birliği ortaya çıkmıştır. Şirket yetkilileri Sosyal CRM yetenekleri önem sıralaması; bilgi üretimi, tepki vermek/yanıtlamak, planlama, bilginin yaygınlaştırılması ve izleme olarak belirlerken, akademisyenler ise bilgi üretimi, tepki vermek/yanıtlamak, bilginin yaygınlaştırılması, planlama ve izleme olarak değerlendirmişlerdir. Bilgi üretimi ana kriterinde hem akademisyenler hem de şirket yetkililerinin en önemli alt kriter olarak “firmanın, müşteri ürün tercihlerindeki değişiklikleri tespit etmek için sosyal medya kullanması” olarak belirlenmiştir. Dolayısıyla günümüzde sosyal medya müşteriler ile ilgili veri toplamak ve bilgiye dönüştürmek için oldukça önemlidir. Şirketler hedef kitlelerinin sosyal medya platformlarındaki tercihlerini baz alarak sürekli olarak müşteri görüşlerini ve tercihlerini dikkate almak zorundadırlar. Bilginin yaygınlaştırılması ana kriterinde şirket yetkilileri en önemli alt kriteri “firmanın, sosyal medya üzerinden belirlenen pazar eğilimlerini tartışmak için bölümler arası toplantılar yapması” olarak ifade ederken, akademisyenler ise “firmanın, sosyal medya kullanarak müşteri memnuniyeti konusunda toplanan verileri düzenli olarak her düzeyde dağıtması” olarak ifade etmişlerdir. Planlama ana kriteri olarak şirket yetkilileri tarafından en önemli alt kriter “firmanın, uygun sosyal CRM hedefini tanımlama yeteneğine sahip olması” belirtilirken, akademisyenler tarafından “firmanın, hedef müşteriyi etkin bir şekilde tanımlama yeteneğine sahip olması” olarak belirtilmiştir. Tepki vermek/yanıtlamak ana kriteri olarak en önemli alt kriter şirket yetkilileri tarafından “firmanın, farklı departmanlardaki sosyal medya faaliyetlerini koordine edebilmesi” olarak ifade edilirken, akademisyenler tarafından “firmanın, müşteri şikayetlerinin sosyal medya kullanılarak takip edilebilmesi ve yanıtlanması” olarak değerlendirilmiştir. İzleme ana kriterinde hem akademisyenler hem de şirket yetkililerinin en önemli alt kriter olarak “firmanın, insanların firma hakkında neler söylediğini izlemek için sosyal medyayı kullanması” olarak belirlenmiştir. Dolayısıyla şirketlerin sosyal medyada müşterilerin neler söylediklerini sürekli izlemeleri gerekmektedir. Olumlu yayılan haberler şirketler için herhangi bir pazarlama harcamasına gerek duymadan viral olma özelliği taşıırken, olumsuz yayılan haberler şirketler için bir tehdit unsuru olacaktır. Bu noktada kurum imajına zarar verebilecek nitelikte yayılan haberlerin şirketler tarafından izlenerek kısa sürede telafi edilmesi gerekmektedir.

Şirketlerin CRM yetenekleri ve Sosyal CRM yetenekleri, sahip oldukları kaynakları doğru bir şekilde yönetebilmeleri ile onları başarıya götürecektir. Dolayısıyla müşteri ve personel yani insan faktörü teknolojik altyapı ve süreçlerle entegre edildiğinde şirketlerin başarısı kaçınılmaz olacaktır. Gelecekte CRM ve Sosyal CRM yetenekleri ile ilgili yapılacak çalışmalarda farklı

yöntemler kullanılabilir, ayrıca uygulamada sadece pazarlama akademisyenleri ya da şirketler değerlendirilebilir.

KAYNAKÇA

- ACKER, O., GRÖNE, F., AKKAD, F., PÖTSCHER, F., & YAZBEK, R. (2011). “Social CRM: How Companies Can Link into the Social Web of Consumers”, *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 13(1): 3-10.
- AGRAWAL, S. R. (2020). “Adoption of Whatsapp for Strengthening Internal CRM Through Social Network Analysis”, *Journal of Relationship Marketing*, 1-21. doi: 10.1080/15332667.2020.1802643
- AHANI, A., RAHIM, N. Z. A., & NILASHI, M. (2017).” Forecasting Social CRM Adoption In Smes: A Combined SEM-Neural Network Method”, *Computers in Human Behavior*, 75: 560-578.
- AHMAD, W. N. K. W., REZAEI, J., SADAGHIANI, S., & TAVASSZY, L. A. (2017). Evaluation of The External Forces Affecting the Sustainability of Oil And Gas Supply Chain Using Best–Worst Method”, *Journal of Cleaner Production*, 153: 242-252.
- ALSHURA, M. S. (2018). “Customer Relationship Management (CRM) Capabilities & Building A Sustainable Competitive Advantage in Mobile Phone Operators in Jordan”, *International Journal of Business and Management*, 13 (3): 262-269.
- AŞAN, H., & AYÇİN, E. (2020). “Kurumsal Kaynak Planlama Sistemlerinin Seçimindeki Kriterlerin Best-Worst Metodu ile Değerlendirilmesi”, *Akademik İzdüşüm Dergisi*, 5 (2): 114-124.
- BAKAN, İ., & ŞEKKELİ, Z. H. (2015). “Lojistik Koordinasyon Yeteneği, Lojistik İnovasyon Yeteneği ve Müşteri İlişkileri (MİY) Yeteneği ile Rekabet Avantajı ve Lojistik Performans Arasındaki İlişki: Bir Alan Araştırması”, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5 (2): 39-68.
- BATTOR, M., & BATTOR, M. (2010). “The Impact of Customer Relationship Management Capability on Innovation and Performance Advantages: Testing A Mediated Model”, *Journal of Marketing Management*, 26 (9-10): 842-857.
- BHAT, S. A., & DARZI, M. A. (2016). “An Empirical Study of Customer Perception Towards CRM Capabilities and Demographic Variables in Banking Sector, Sankalpa, 6 (1): 1-18.
- BHATTI, M. A., FARHAN, M., AHMAD, M. J., & SHARIF, M. N. (2019). “The Impact of Social CRM Capabilities and Customer Engagement on the Company Performance: Mediating Role of Social Media Usage”, *Pakistan Journal of Humanities and Social Sciences*, 7(3): 313-324.
- CHANG, W., PARK, J. E., & CHAIY, S. (2010). “How Does CRM Technology Transform into Organizational Performance? A Mediating Role of Marketing Capability”, *Journal of Business Research*, 63(8): 849-855.
- CHEN, I. J., & POPOVICH, K. (2003). “Understanding Customer Relationship Management (CRM)”, *Business Process Management Journal*, 9 (5): 672-688.

- CHENG, C. C., & SHIU, E. C. (2019). "How to Enhance SMEs Customer Involvement Using Social Media: The Role of Social CRM", *International Small Business Journal*, 37 (1): 22-42.
- CHIERICI, R., MAZZUCHELLI, A., CERUTI, F., & GAVINELLI, L. (2018). "Improving E-Retailers Performance via Social CRM Capabilities", *International Journal of Business and Social Science*, 9 (2): 81-90.
- COLTMAN, T. (2007). "Why Build a Customer Relationship Management Capability?", *The Journal of Strategic Information Systems*, 16(3): 301-320.
- DALLA POZZA, I., GOETZ, O., & SAHUT, J. M. (2018). "Implementation Effects in the Relationship between CRM and its Performance", *Journal of Business Research*, 89: 391-403.
- DIFFLEY, S., MCCOLE, P., & CARVAJAL-TRUJILLO, E. (2018). "Examining Social Customer Relationship Management among Irish Hotels", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30 (2): 1072-1091.
- DUBEY, N. K., SHARMA, P., & SANGLE, P. (2020). "Implementation and Adoption of CRM and Co-creation Leveraging Collaborative Technologies", *Journal of Indian Business Research*. 12(1): 113-132.
- ELENA, C. A. (2016). "Social Media–A Strategy in Developing Customer Relationship Management", *Procedia Economics and Finance*, 39: 785-790.
- ELKODRY, M. (2014). "The Impact of CRM Capability Dimensions on Organizational Performance", *European Journal of Business and Social Sciences*, 2 (10): 128-146.
- FOLTEAN, F. S., TRIF, S. M., & TULEU, D. L. (2019). "Customer Relationship Management Capabilities and Social Media Technology Use: Consequences on Company Performance", *Journal of Business Research*, 104: 563-575.
- GARRIDO-MORENO, A., & PADILLA-MELÉNDEZ, A. (2011). "Analyzing the Impact of Knowledge Management on CRM Success: The Mediating Effects of Organizational Factors", *International Journal of Information Management*, 31 (5): 437-444.
- GIL-GOMEZ, H., GUEROLA-NAVARRO, V., OLTRA-BADENES, R., & LOZANO-QUILIS, J. A. (2020). "Customer Relationship Management: Digital Transformation and Sustainable Business Model Innovation", *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 1-18. doi: 10.1080/1331677X.2019.1676283
- GOPALSAMY, S., & GOKULAPADMANABAN, S. (2021). "Does Implementation of Customer Relationship Management (CRM) Enhance the Customer Loyalty? An Empirical Research in Banking Sector", *Iranian Journal of Management Studies*, 14 (2): 401-417.
- GRIGORESCU, A., CERCHIA, A. E., & JEFLEA, F. V. (2016). "Modern Technologies for Data Storage, Organization and Managing in CRM Systems", *International Conference on Applied Internet and Information Technologies*, 66-75. doi: 0.20544/AIIT2016.09
- GUHA, S., HARRIGAN, P., & SOUTAR, G. (2018). "Linking Social Media to Customer Relationship Management (CRM): A Qualitative Study on SMEs", *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 30 (3): 193-214.

- GUPTA, H., & BARUA, M. K. (2016). "Identifying Enablers of Technological Innovation for Indian MSMEs Using Best–Worst Multi Criteria Decision Making Method", *Technological Forecasting & Social Change*, 107: 69-79.
- HARRIGAN, P., MILES, M. P., FANG, Y., & ROY, S. K. (2020). "The Role of Social Media in the Engagement and Information Processes of Social CRM", *International Journal of Information Management*, 54, 102151.
- JAIN, S. C. (2005). "CRM Shifts the Paradigm", *Journal of Strategic Marketing*, 13 (4): 275-291.
- JERMSITTIPARSERT, K., SUTDUEAN, J., & SRIYAKUL, T. (2018). "Social Customer Relationship Management Capabilities and Customer Relationship Performance: Moderating Role of Social Media (Face-Book) Usage Among Indonesian Companys", *Opcion*, 34 (86): 1257-1273.
- KHODAKARAMI, F., & CHAN, Y. E. (2014). "Exploring the Role of Customer Relationship Management (CRM) Systems in Customer Knowledge Creation", *Information & Management*, 51 (1): 27-42.
- KIM, H. G., & WANG, Z. (2019). "Defining and Measuring Social Customer-relationship Management (CRM) Capabilities", *Journal of Marketing Analytics*, 7 (1): 40-50.
- KOZAK, M. A., & ÖZDEMİR, C. (2013). "Yetenek Kavramının Otel İşletmelerinde Operasyonel Personel Bağlamında Değerlendirilmesi", *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 10(1): 6-19.
- MALTHOUSE, E. C., HAENLEIN, M., SKIERA, B., WEGE, E., & ZHANG, M. (2013). "Managing Customer Relationships in the Social Media era: Introducing the Social CRM House", *Journal of Interactive Marketing*, 27 (4): 270-280.
- MAROLT, M., PUCIHAR, A., & ZIMMERMANN, H. D. (2015). "Social CRM Adoption and Its Impact on Performance Outcomes: A Literature Review", *Organizacija*, 48 (4): 260-271.
- MI, X., TANG, M., LIAO, H., SHEN, W., & LEV, B. (2019). "The state-of-the-art survey on integrations and applications of the Best Worst method in decision making: Why, what, what for and what's next?", *Omega*, 87: 205-225.
- MOU, Q., XU, Z., & LIAO, H. (2016). "An Intuitionistic Fuzzy Multiplicative Best-Worst Method For Multi-Criteria Group Decision Making", *Information Sciences*, 374: 224-239.
- ORENGA-ROGLÁ, S., & CHALMETA, R. (2016). "Social Customer Relationship Management: Taking Advantage of Web 2.0 and Big Data Technologies", *SpringerPlus*, 5 (1): 1-17.
- PALIOURAS, K., & SIAKAS, K. V. (2017). "Social Customer Relationship Management", *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*, 5 (1): 20-34.
- POUR, M. J., & HOSSEINZADEH, M. (2020). "An Integrated Framework of Change Management for Social CRM Implementation", *Information Systems and e-Business Management*, 19: 43-75.

- REN, J., LAING, H., & CHAN, F. T. S. (2017). "Urban Sewage Sludge, Sustainability, and Transition for Eco-City: Multi-Criteria Sustainability Assessment of Technologies Based on Best-Worst Method", *Technological Forecasting & Social Change*, 116: 29-39.
- REZAEI, J. (2015). "Best-Worst Multi-Criteria Decision-Making Method", *Omega*, 53, 49-57.
- REZAEI, J., NISPELING, T., SARKIS, J., & TAVASSZY, L. (2016). "A Supplier Selection Life Cycle Approach Integrating Traditional and Environmental Criteria Using The Best–Worst Method", *Journal of Cleaner Production*, 135: 577-588. doi: 10.1016/j.jclepro.2016.06.125
- SIGALA, M. (2016). "Social CRM capabilities and readiness: findings from Greek tourism companys", In: Inversini A., Schegg R. (eds) *Information and Communication Technologies in Tourism 2016* (pp. 309-322). Cham: Springer. doi: 10.1007/978-3-319-28231-2_23
- SIMBOLON, F. (2014). "Model Pengukuran Kinerja Customer Relationship Management dalam Industri Perbankan", *Binus Business Review*, 5 (1): 278-287.
- SOFI, M. R., BASHIR, I., PARRY, M. A., & DAR, A. (2020). "The Effect of Customer Relationship Management (CRM) Dimensions on Hotel Customer's Satisfaction in Kashmir", *International Journal of Tourism Cities*, 6, S.3: 601-620. doi: 10.1108/IJTC-06-2019-0075
- SOFUOĞLU, M. A. (2020). "Fuzzy applications of Best–Worst method in manufacturing environment", *Soft Computing*, 24 (1): 647-659. doi:10.1007/s00500-019-04491-5
- TRAINOR, K. J., ANDZULIS, J., RAPP, A., & AGNIHOTRI, R. (2014). "Social media technology usage and customer relationship performance: A capabilities-based examination of social CRM", *Journal of Business Research*, 67: 1201-1208.
- TRIF, S. M., DUȚU, C., & TULEU, D. L. (2019). "Linking CRM capabilities to business performance: A comparison within markets and between products", *Management & Marketing*, 14 (3): 292-303.
- TSENG, S. M. (2016). "Knowledge Management Capability, Customer Relationship Management, and Service Quality", *Journal of Enterprise Information Management*, 29(2): 202-221.
- TULEU, D. (2015). "Antecedents of Customer Relationship Management Capabilities", *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 24 (1): 1285-1294.
- WANG, Y., & FENG, H. (2012). "Customer Relationship Management Capabilities: Measurement, Antecedents and Consequences", *Management Decision*, 50(1): 115-129.
- WANG, Z., & KIM, H. G. (2017). "Can Social Media Marketing Improve Customer Relationship Capabilities and Company Performance? Dynamic Capability Perspective", *Journal of Interactive Marketing*, 39: 15-26. doi: 10.1108/00251741211194903

- YEH, C. H. (2003). "The Selection of Multiattribute Decision Making Methods for Scholarship Student Selection", *International Journal of Selection and Assessment*, 11(4): 289-296.
- YOON, K., & SIMS, J. D. (2016). "Integrating Social Media and Traditional CRM: Toward A Conceptual Framework for Social CRM Practices. In *Social Media and Networking: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*" (pp. 327-354). IGI Global.
- YU, J., & LEE, Y. C. (2018). "Examining the Effect of Social CRM Competence and Capability on CRM Performance: Empirical Evidence from Enterprises in China", *Internet E-commerce Research*, 18 (6): 85-103.
- ZARE, A., MALAKOUTIKHAH, M., & ALIMOHAMMADLOU, M. (2019). "Selecting Lighting System Based on Workers' Cognitive Performance Using Fuzzy Best–Worst Method and QUALIFLEX", *Cognition, Technology and Work*, 22: 641-652. doi:10.1007/s10111-019-00593-0

Tüketicilerin Sanal Asistanları Kullanma Niyetinde Etkili Faktörlerin Araştırılması¹

(Araştırma Makalesi)

Examining Factors Effecting Consumers' Intention to Use Chatbots

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1051081

Abdil ARIK

Arş. Gör., Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü
abdilarik@cu.edu.tr

Orcid No: 0000-0001-5784-6953

Deniz ZEREN

Prof. Dr., Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü
dzeren@cu.edu.tr

Orcid No: 0000-0003-1197-5375

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Arık, A., & Zeren, D. (2023). Tüketicilerin Sanal Asistanları Kullanma Niyetinde Etkili Faktörlerin Araştırılması. *Alanya Akademik Bakış*, 7(1), Sayfa No.27-49.

ÖZET

Anahtar kelimeler:

Sanal Asistanlar,
Teknoloji Kabul
Modeli, Kullanımlar
ve Doyumlar Teorisi,
Kullanma Niyeti

Makale Geliş Tarihi:

30.12.2021

Kabul Tarihi:

05.12.2022

Sanal asistanlar metin ve ses komutlarını insan diyaloglarını taklit ederek yerine getiren yapay zeka uygulamalarıdır. E-ticaret firmaları müşteri desteği sağlama, sipariş alma ve ürün önerileri gibi birçok görevi gerçekleştirebilmeleri sebebiyle faaliyetlerinde sanal asistanları kullanmaktadır. Bu çalışmada, tüketicilerin sanal asistanları kullanma niyetine etkili faktörler ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Teknoloji Kabul Modeli ve Kullanımlar ve Doyumlar Teorisinden faydalanılan çalışma kapsamında 382 tüketiciden veri elde edilmiştir. Yapısal eşitlik modeli ile verilerin analizi sonucunda, sanal asistanların uyumluluğunun kullanma niyetini olumlu, gizlilik kaygılarının ise olumsuz etkilediği belirlenmiştir. Algılanan kullanım kolaylığı ile algılanan faydanın kullanmaya yönelik tutumu olumlu, kullanmaya yönelik tutumun da kullanma niyetini olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir. Ayrıca, sanal asistanların sohbet gerçekliği, zevkli olmaları, zaman geçirebilirliği ve olgunlaşmamış teknoloji olmalarının kullanma niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı belirlenmiştir.

ABSTRACT

Keywords:

Chatbots, Technology
Acceptance Model,
Uses and
Gratifications Theory,
Usage Intention

Chatbots are artificial intelligence applications that perform text and voice commands by imitating human dialogues. E-commerce companies use chatbots in their activities because they can perform many tasks such as providing customer support, ordering and product recommendations. In this study, it is aimed to reveal factors effecting consumers' intention to use chatbots. Data were obtained from 382 consumers within scope of the study, which benefited from Technology Acceptance Model and Uses and Gratifications Theory. As a result of analysis of the data with structural equation model, it was determined that compatibility of chatbots positively

¹ Bu çalışma için, Çukurova Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Alanında Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 30.12.2020 tarihli ve 05 nolu kararınca etik kurul onayı alınmıştır.

effected intention to use, while privacy concerns negatively effected. It has been determined that perceived ease of use and perceived usefulness effect attitude towards using positively, and attitude towards using positively effects intention to use. In addition, it was determined that chatbots' authenticity of conversation, enjoyment, pass time and being immature technology did not have a significant effect on their intention to use.

1. GİRİŞ

Her geçen gün, yapay zekâ teknolojilerindeki gelişmeler, işletmeler için tüketicilerin alışveriş deneyimlerini iyileştirmede kullanabilecekleri yeni araçları ortaya çıkarmaktadır. Bu araçlar, işletmelerin tüketicilere otomatik bildirimler göndermelerinden, kişiselleştirilmiş reklamlar sunabilmelerine ve hatta tüketici davranış kalıplarını belirlemelerine kadar geniş çeşitlilikte fayda sağlamaktadır. Bu araçlar arasında, işletmelere müşteri deneyimini kontrol etme, yönlendirme ve müşteri ilişkilerini yönetme imkanı sağlayan sanal asistan da bulunmaktadır (Youn ve Jin, 2021:1). Sanal asistanlar, tüketicilerle sözlü etkileşim kurabilme yeteneğine sahip interaktif yazılımlardır (Przegalinska vd., 2019: 786). Doğal dili anlama ve kullanıcı isteklerine doğal dili kullanarak cevap verme yeteneklerine sahip sanal asistanlar gerçek zamanlı bilgi alma ihtiyacına yönelik sorgulamalara cevap verebilir ya da görevleri gerçekleştirebilirler (Rese vd., 2020:2). Metin temelli uygulamalar olarak nitelendirilen sanal asistanlar konuşma tanıma, dil işleme ve diğer yapay zeka teknolojilerindeki ilerlemelerle birlikte kullanıcılara çok daha farklı biçimlerde zengin deneyimler sunabilmektedir (Dale, 2016:811).

İşletmeler web tabanlı ve mobil uygulamalarında müşteri hizmetleri faaliyetlerinde sanal asistanları kullanmaktadır. Satın alma öncesi, satın alma anı ve satış sonrası hizmetlerde, bir başka ifadeyle müşteri deneyiminin her noktasında sanal asistanlardan faydalanılabilmektedir (Copulsky, 2019:312). Mindbrowser (2017) raporuna göre sanal asistanların perakende işletmelere müşteri hizmetleri açısından yaklaşık %95, satış ve pazarlama faaliyetleri açısından yaklaşık %55 ve sipariş işleme açısından yaklaşık %48 oranında faydalı olacağı ifade edilmiştir. Sanal asistanlar müşterilere yüksek kaliteli hizmet sunmanın yanında müşteri şikayetleri, ağızdan ağıza iletişim ve müşteri sadakatinin sağlanması konusunda da olumlu etki yaratır (McLean ve Osei-Frimpong, 2019:55). Tüm bu avantajlar dolayısıyla sanal asistan kullanan işletmelerin sayısı günden güne artmaktadır. 2016 yılında yaklaşık 11,000 adet sanal asistan mevcut iken, bu sayı 2017 yılında 100,000'lere ve 2019 yılında 300,000'lere ulaşmıştır (Statista, 2019). 2020 yılına gelindiğinde sanal asistan pazar büyüklüğü 2,9 milyar dolara ulaşmış ve 2026 yılında 10,5 milyar dolara ulaşması beklenmektedir. Bu artışta etkili en büyük faktörlerinden biri Facebook ve Whatsapp gibi platformların uygulama programlama arayüzlerini (API) dış programcılara açması olmuştur. Sadece Facebook; Botsify, Chatteron ve Chatfuel gibi sanal asistan geliştiricileri programcılara sunmuştur. Büyük platformlarla entegre asistanların ortaya çıkışı, kullanıcıların aşına oldukları ara yüzlerde sanal asistanların kullanılabilir hale gelmesini sağlamıştır (Rese vd., 2020:2). Böylece tüketicileri özellikle e-ticaret sitelerinde sıklıkla karşı karşıya geldikleri sanal asistanları kullanma niyetlerinin anlaşılması her geçen gün daha önemli hale gelmektedir. Uygulamadaki yaygın kullanım alana akademik ilginin artmasına neden olsa da sanal asistanları kullanma niyetine ilişkin çalışmalar henüz oldukça sınıtlı sayıdadır.

Bu çalışmada sanal asistanların tüketiciler tarafından benimsenmesine Kullanım ve Doymular Teorisi (KDT) ve Teknoloji Kabul Modeli (TKM) kullanılarak açıklama getirmek amaçlanmıştır. Sanal asistan kullanma niyetine etki edilen faktörler ortaya çıkartılarak ilgili alan yazına katkı sağlamak amaçlanmaktadır. Bu amaçla araştırmada iki farklı teoriden yararlanılması kullanımı kabulünü açıklamada daha detaylı bilgi edinilmesini ve etki eden değişkenlerin anlaşılmasına olanak sağlayacaktır.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Kullanımlar ve Doymalar Teorisi (KDT)

Kullanımlar ve Doymalar Teorisi 1960'lı yılların başlarında iletişim alanında ortaya çıkmış bir teoridir. KDT, medya kullanımına farklı bir pencereden bakarak, medya-izleyici ilişkisinde izleyicinin, daha önceki modellerde resmedildiğinin aksine, daha aktif olduğu görüşünü savunmaktadır (Zeren, 2021:214). Teoriye göre, izleyiciler farklı ihtiyaçları doğrultusunda farklı medya tüketim kalıplarına sahiptir (Alikılıç vd., 2013:42). KDT ile ilgili çalışmalar 1970 ve 1980'li yıllarda televizyon kullanımı üzerine yoğunlaşmıştır (Severin ve Tankard, 2001:264). 1990'lı yıllarda internetin popülerleşmesi ve medyadaki değişimle birlikte bireylerin internet tabanlı iletişimdeki davranışlarını açıklamada da bu teoriden yararlanılmıştır.

KDT, medya kullanım davranışlarına kullanıcıların ihtiyaçları ve bu ihtiyaçlarına yönelik doymalarını göz önünde bulundurarak açıklama getirmektedir (Ruggiero, 2000:3). Söz konusu ihtiyaçlar, bireyi doyuma ulaşmak üzere belirli bir yöne iten güç olarak ifade edilmektedir (Chen, 2011:756). Doymalar ise, bu ihtiyacın tatmin edilmesine yönelik kullanıcı algılarıdır (Palmgreen, 1984:21). Doymalar, kullanıcının medya kullanımı sonrasında elde edeceği faydaları belirtmektedir. Doymalar genel olarak faydacı ve hedonik olarak iki boyutta sınıflandırılmaktadır. Faydacı boyut medyanın kullanışlılığı ile ilgilenirken, hedonik boyut medya kullanımı deneyimi sırasındaki hazla ilgili faktörlerle ilgilenir. KDT, çok çeşitli medya uygulamalarının kullanıma açıklama getirmek amacıyla kullanılmıştır. Kullanım doymaları da medya türüne göre çeşitlenebilmektedir. Tablo 1'de Rese vd. (2020)'nin çalışmalarında derledikleri kullanım kabulünü açıklamada KDT'nin kullanıldığı bazı medya türleri ve doymalar sunulmuştur.

Tablo 1. KDT'nin Kullanıldığı Medya Çalışma Örnekleri

Medya Türü	Araştırmacılar	Örnekleme	Doymalar
İnternet	Ferguson ve Perse (2000)	250 Amerikalı üniversite öğrencisi	Hedonik: Eğlence, zaman geçirme, rahatlama; Sosyal: Sosyal bilgi
Cep telefonu	Leung ve Wei (2000)	18 yaş ve üstü 834 Güney Koreli katılımcı	Faydacı: Hareketlilik, acil erişim, araçsallık, güvence; Hedonik: Rahatlama; Sosyal: Sevgi/Sosyallik
E-posta	Ku vd. (2013)	167 Tayvanlı üniversite öğrencisi ve üniversite personeli kullanıcı	Faydacı: Bilgi arama; Hedonik: Eğlence; Sosyal: İlişki sürdürme, Stil / statü
Mesajlaşma uygulaması	Gan ve Li (2018)	297 Çinli WeChat kullanıcısı	Faydacı: Kendini tanıtırma, bilgi ve dokümantasyon bilgi paylaşımı; Hedonik: Algılanan zevk, zaman geçirme,

			Sosyal: Sosyal etkileşim, sosyal varoluş Teknoloji: Medya çekiciliği
Sosyal ağlar	Sheldon (2008)	172 Amerikalı üniversite öğrencisi	Hedonik: Zaman geçirme, eğlence Sosyal: İlişki sürdürme, sanal topluluk, arkadaşlık, sakinlik
Çevrimiçi ve mobil oyunlar	Wei ve Lu (2014)	237 Tayvanlı Çevrimiçi ve mobil oyun oyuncuları	Hedonik: Zevk alma; Sosyal: Başkalarıyla etkileşim
Sanal asistanlar	Brandtzaeg ve Folstad (2017)	16-55 yaşları arasında 146 Amerikalı sanal asistan kullanıcısı	Faydacı: Verimlilik; Hedonik: Eğlence/zaman geçirme ; özgünlük/merak; Sosyal: Sosyal/ ilişkisel
Sanal asistanlar	Rzepka vd. (2020)	21-82 yaşları arasında 30 Alman sanal asistan kullanıcısı	Faydalar: Verimlilik, uyumluluk, zevk; Maliyet/ olumsuz inançlar: Kısıtlı şeffaflık, Düşük teknik olgunluk, kısıtlı kontrol, güven eksikliği
Mağaza içi teknolojiler	Boudkouss ve Djelassi (2021)	20 Amerikalı tüketici, 8 satış personeli ve 4 uzman	Faydacı: Zaman kazanma, bilgi arama, kontrol Sosyal: Sosyal etkileşim Hedonik: Zevk
Facebook reklamları	Pragash vd. (2021)	309 Malezyalı üniversite öğrencisi	Faydacı: Bilgi arama, uyumluluk Sosyal: Sosyal etkileşim Hedonik: Eğlence, zaman geçirme,
Alışveriş canlı yayınları	Ma (2021)	339 Çinli tüketici	Faydacı: Algılanan fayda, öz sunum Sosyal: Sosyal etkileşim, sosyal bulunma Hedonik: Algılanan zevk

Kaynak: Rese, A., Ganster, L., & Baier, D. (2020). Chatbots in retailers' customer communication: How to measure their acceptance?. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56, 102-176 çalışmasından yararlanılmıştır.

Tablo 1'de görüldüğü üzere KDT birçok yeni medya teknolojisinin kullanım kabulünü açıklamada kullanılmış bir modeldir. Sanal asistan ile ilgili olarak gerçekleştirilen önceki çalışmalarda, Brandtzaeg ve Folstad (2017) sanal asistanların zamanı verimli kullanmaya ve istenilen bilgiye ulaşmaya yardımcı olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca; eğlence, sosyal etkileşim ve merak faktörlerinin bireyleri sanal asistan kullanmaya motive ettiğini belirlemişlerdir. Rzepka vd. (2020) tüketicilerin alışveriş sesli sanal asistanlarını kullanma davranışına etki eden fayda unsurlarını; uyumluluk, verimlilik ve eğlence olarak ifade etmişlerdir. Çalışmada algılanan maliyet unsurları düşük etkileşim kalitesi, güven eksikliği, kısıtlı şeffaflık ve kısıtlı kontrol olarak belirlenmiştir. Rese vd. (2020) ise faydacı faktörler olan sohbet gerçekliği, algılanan fayda ve hedonik faktör olan algılanan zevkin Emma sanal asistanını kullanım kabulünü olumlu yönde etkilediğini sonucuna varmıştır. Bu bulgular alanla ilgili kısıtlı sayıdaki çalışmanın birbiriyle örtüşen sonuçlar elde etmediğini göstermektedir.

Ayrıca, çalışmaların tamamının gelişmiş, batılı ülkelerde gerçekleştirilmiş olması, sonuçların gelişmekte olan genç nüfuslu ülke tüketicilerini temsil etmemesine neden olmaktadır. Bu nedenle bu çalışma söz konusu çalışmaları temel alarak, Türkiye’de tüketicilerin sanal asistanların kullanımına ilişkin niyeti ortaya koymada KDT’den yararlanmaktadır.

Papacharissi ve Rubin (2000) kullanımlar ve doyumlar teorisi kapsamında internet kullanımını ölçek geliştirme çalışmalarında, internet kullanımını belirleyen faktörlerden birinin uyumluluk olduğunu belirlemişlerdir. Uyumluluk, potansiyel benimseyicilerin ihtiyaçları ve değerleriyle yenilik arasındaki tutarlılık derecesidir (Rogers, 1995:327). Hsu ve Cheng (2013), algılanan uyumluluğun e-öğrenme sistemi Moodle’ı kullanmaya yönelik tutumu pozitif yönde etkilediğini tespit etmişlerdir. Izquierdo-Yusta ve Schultz (2011) uyumluluğun ürün satın almak için interneti kullanma niyetini pozitif yönde etkilediğini belirlemişlerdir. Alt vd. (2021) bankacılıkta kullanılan sanal asistanların tüketicilerle uyumluluğun sanal asistanları kullanma niyetini olumlu yönde etkilediğini belirlemişlerdir. Buradan hareketle, H₁ hipotezi geliştirilmiştir.

H₁: Sanal asistanların tüketicilerle uyumluluğu tüketicilerin sanal asistan kullanma niyetini pozitif yönde etkiler.

Kullanıcıların sanal asistanlarla olan doğal bir iletişim kurabilmesi sohbet gerçekliği olarak ifade edilmektedir (Hill vd., 2015: 245). Rese vd. (2020)’e göre, sohbet gerçekliği sanal asistanların faydacı unsurlarından biridir. Buradan hareketle H₂ hipotezi geliştirilmiştir.

H₂: Sanal asistanlarla gerçekleştirilen sohbet gerçekliği tüketicilerin sanal asistan kullanma niyetini pozitif yönde etkiler.

Hedonik bir unsur olan zevkli olma, bireyin benimseme niyetine etki eden içsel bir motivasyon kaynağıdır. Algılanan zevk, yeniliğini kullanmanın sonuçlardan bağımsız olarak birey tarafından zevk alınan bir faaliyet olarak algılanma derecesini ifade eder (Davis vd., 1992:1113). Heerink vd. (2008) yaşlı bireyler üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmalarında bir yeniliği kullanmaktan elde edilen algılanan zevkin robotları kullanma niyeti üzerinde pozitif etkisi olduğunu tespit etmişlerdir. Cha (2020) algılanan zevkin restoranlarda hizmet veren robotları kullanma niyeti üzerinde pozitif etkisi olduğunu belirlemiştir. Turja vd. (2020) sağlık çalışanlarının robotları kullanma niyetini etkileyen faktörleri inceledikleri çalışmalarında, algılanan zevkin robotları kullanma niyeti üzerinde pozitif etkisi olduğunu belirlemişlerdir. Buradan hareketle, H₃ hipotezi geliştirilmiştir.

H₃: Sanal asistanların zevkli olması kullanma niyetini olumlu yönde etkiler.

Tüketicilerin bir yeniliği zaman geçirme aracı olarak görmesi Ferguson ve Perse (2000) tarafından yeniliğin kabul görmesinde etkili hedonik faktörlerden biri olarak değerlendirilmektedir. Kyun Choi vd. (2009) mobil televizyon kullanma niyetine etki eden faktörleri inceledikleri çalışmada, zaman geçirebilirliğin mobil TV kullanmaya yönelik tutuma pozitif etkisi olduğunu belirlemişlerdir. Whiting ve Williams (2013), bireylerin sosyal medya platformlarını benimsemelerini etkileyen faktörlerden biri olarak zaman geçirebilirliği ifade etmişlerdir. Spencer vd. (2012) Amerikalı bireylerin interneti kullanma niyetlerini inceledikleri çalışmalarında, zaman geçirebilirliğin kullanım niyetini etkilediğini tespit etmişlerdir. Buradan hareketle, H₄ hipotezi geliştirilmiştir.

H₄: Sanal asistanlarla zaman geçirebilirlik kullanma niyetini olumlu yönde etkiler.

Gizlilik kaygıları, birey hakkındaki bilgilerin kontrolü dışında edinilmesi ve daha sonra kullanılmasına yönelik bireyin endişeleri olarak tanımlanabilir (Tan vd., 2012:214). Cardona

vd. (2021) sigorta işletmeleri tüketicilerinin gizlilik kaygılarının sanal asistanları kullanma niyetlerini negatif yönde etkilediğini belirlemişlerdir. Rese vd. (2020), tüketicilerin gizlilik kaygılarının çevrimiçi alışveriş sitelerindeki sanal asistanları kullanma niyetlerini negatif yönde etkilediğini tespit etmişlerdir. Kasilingam (2020) alışveriş sanal asistanlarından algılanan riskin kullanmaya yönelik tutumu negatif yönde etkilediğini belirlemiştir.

H₅: Sanal asistanlara yönelik gizlilik kaygıları kullanma niyetini olumsuz yönde etkiler.

Teknolojinin olgunluğu, teknolojinin yeterince uzun süredir kullanımda olması ve ilk ortaya çıktığındaki hatalarının ortadan kalktığını ya da azaldığını ifade etmektedir (Albert, 2016:19). Rzepka vd. (2020) sanal asistanların olgunlaşmamış teknoloji olmasını olumsuz bir kullanım doyumunu olarak ifade etmişlerdir. Rese vd. (2020), sanal asistanların henüz olgunlaşmamış bir teknoloji olmasının çevrimiçi alışveriş sitelerindeki sanal asistanları kullanma niyetlerini negatif yönde etkilediğini tespit etmişlerdir.

H₆: Sanal asistanların olgunlaşmamış teknoloji olması kullanma niyetini negatif yönde etkiler.

2.2. Teknoloji Kabul Modeli

Bilişim teknolojilerindeki hızlı gelişim yeni teknolojilerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu yeni teknolojilerin ortaya çıkmasıyla hem iş yaşamında hem de bireylerin kişisel yaşantılarında bu teknolojilerin kullanımının kabul edilmesine yönelik teoriler ve modeller araştırmacıların ilgisini çekmiştir. Teknoloji Kabul Modeli (TKM), Fred Davis tarafından 1989 yılında bireylerin teknoloji kullanım kabullerini etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla geliştirilmiş bir modeldir (Marangunic ve Granic, 2013:81). TKM, sosyal psikoloji teorileri olan Gerekçeli Eylem Teorisi ve Planlı Davranış Teorisi'nden türetilmiş bir modeldir. TKM'ye göre, bireylerin yeni teknolojileri kabulünü algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığı faktörleri belirlemektedir (Zeren, 2014:172).

Algılanan kullanım kolaylığı, bireyin teknolojiyi kullanırken fiziksel ve zihinsel çaba harcamayacağına yönelik algılama derecesidir (Davis, 1989:320). Teknoloji kullanımının bireyler tarafından kolay olarak algılanması, bireylerin kullanıma yönelik istekliliklerini arttırmaktadır (Akça ve Özer, 2012:82). TKM'nin bir diğer temel değişkeni *algılanan fayda* ise, bireyin teknoloji kullanması halinde (iş) performansının artacağına inanma derecesini ifade etmektedir (Amoako-Gyampah ve Salam, 2004:733).

Sanal asistanlar; müşteri hizmetleri, e-ticaret, finansal destek hizmetleri, eğitim vb. birçok farklı alanda tüketicilere yardımcı olmak için geliştirilmiş diyalog temelli araçlardır. Sanal asistanlar, işlemlerin daha kolay gerçekleştirilmesine ve işletmelerin maliyet faydası elde etmelerine yardımcı olur. Alan yazında sanal asistanların henüz yeni bir teknoloji olması ve tüketiciler tarafından sadece makine olarak algılanmalarının, sanal asistanların kullanım kabulüne gölge düşürebileceğini savunan görüş mevcuttur (Chocarro vd., 2021:2). Yeni teknolojilerin kullanım kabulünü açıklama sıklıkla kullanılan TKM, yeni bir teknoloji olan sanal asistanların kullanımının kabulüne açıklama getirmede de faydalanılabilir bir modeldir. Daha önce Arajuo ve Casasis (2020), Chen vd. (2020), Chocarro vd. (2021), Rese vd. Baier (2020) sanal asistanların kullanım kabulünü açıklamada TKM'yi kullanmışlardır. Arajuo ve Casasis (2020) ve Chocarro vd. (2021) hem algılanan fayda hem algılanan kullanım kolaylığının kullanım kabulünde etkili olduğunu belirlerken, Chen vd. (2020) ve Rese vd. (2020) çalışmalarında yalnızca algılanan faydanın kullanım kabulünde etkili olduğunu belirtmişlerdir. Buradan hareketle, TKM ile sanal asistan kabulüne yönelik yazında bir genel geçer görüş oluşmadığı ve daha fazla ampirik sonuca ihtiyaç olduğu anlaşılmaktadır. Bu çalışmada da TKM sanal asistan kullanımına ilişkin tüketici tutumlarının ve niyetinin araştırılmasında kullanılmaktadır.

TKM'nin temel unsurlarından olan algılanan fayda yeni teknolojiyi kullanmanın bireyin performansını arttıracığına inanma derecesini ifade etmektedir. TKM'nin bir diğer temel unsuru olan algılanan kullanım kolaylığı, bireyin yeni teknolojiyi kullanmasının çaba gerektirmeyeceğine inanma derecesini ifade eder. (Davis, 1989:320). Bratchen vd. (2021) algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığının sanal asistanları kullanmaya yönelik tutumu pozitif yönde etkilediğini tespit etmişlerdir. Arajuo ve Casasis (2020), alışveriş sanal asistanlardan algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığının kullanmaya yönelik tutumu pozitif yönde etkilediğini tespit etmişlerdir. Ayrıca, doğrudan sanal asistanlara yönelik olmasa da sanal ürün ve hizmetlere yönelik olarak yürütülmüş ulusal çalışmalarda da TKM kullanılmıştır. Örneğin, Kalyoncuoğlu (2018) algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığının tüketicilerin çevrimiçi alışverişte sanal kart kullanmaya yönelik tutumlarını pozitif yönde etkilediğini belirlemiştir. Çelik ve Taş (2021) algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığının e-ticarette mobil uygulamaları kullanmaya yönelik tutumu pozitif yönde etkilediğini tespit etmişlerdir. Tiryaki ve Önder (2022) tüketicilerin akıllı giyilebilir teknolojileri kullanma niyetine etki eden faktörleri inceledikleri çalışmalarında algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığının kullanmaya yönelik tutumu pozitif yönde etkilediğini belirtmişlerdir. Arı ve Yılmaz (2015) algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığının çevrimiçi yemek siparişi sitelerini kullanmaya yönelik tutumu pozitif yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Buradan hareketle, H₇ ve H₈ hipotezleri geliştirilmiştir.

H₇: Sanal asistanlardan algılanan fayda kullanmaya yönelik tutumu pozitif yönde etkiler.

H₈: Sanal asistanlardan algılanan kullanım kolaylığı kullanmaya yönelik tutumu pozitif yönde etkiler.

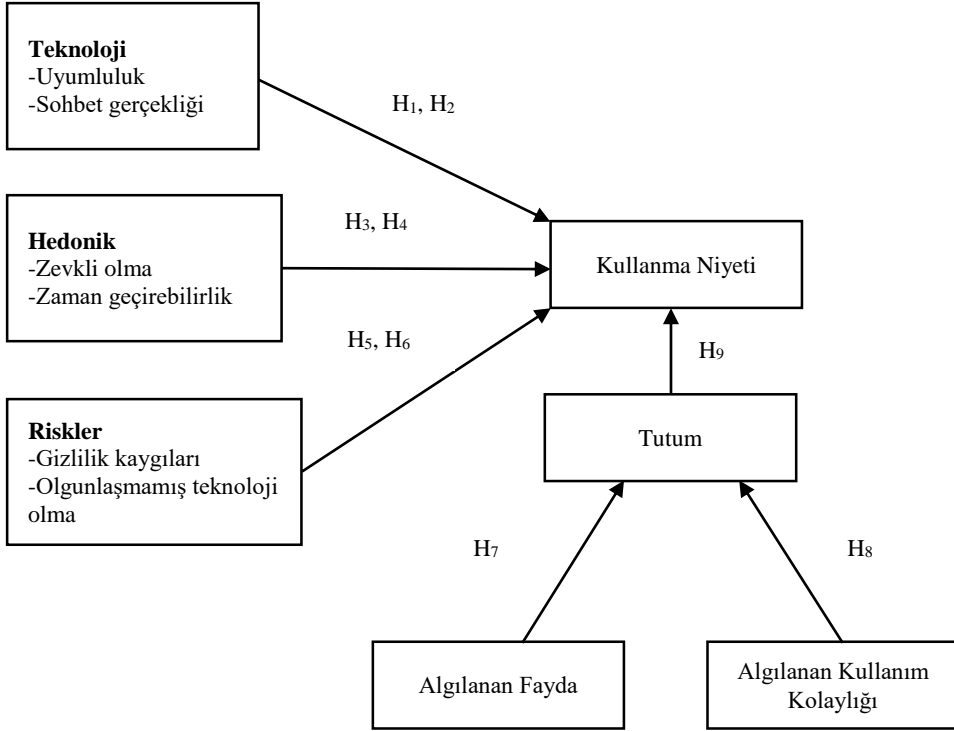
Tutum; bireyler, nesnelere ve düşüncelere yönelik olumlu ya da olumsuz eğilimlerdir (Çolakoğlu ve Bozkurt, 2021:153). Fishbein ve Ajzen (1975) Gereçekli Eylem Teorisi'nde tutumu davranışsal niyetin öncülü olarak belirtmişlerdir. Bir başka ifadeyle, bireyin davranışı gerçekleşmeye yönelik niyeti bireyin tutumları tarafından ortaya çıkmaktadır. Richad vd. (2019) bankacılıkta kullanılan sanal asistanları kullanmaya yönelik tutumun kullanmaya niyetini pozitif yönde etkilediğini belirlemişlerdir. Bratchen vd. (2021) sanal asistanları kullanmaya yönelik tutumun kullanma niyetini pozitif yönde etkilediğini tespit etmişlerdir. Arajuo ve Casasis (2020), alışveriş sanal asistanlarını kullanmaya yönelik tutumun kullanma niyetini pozitif yönde etkilediğini belirlemişlerdir.

H₉: Sanal asistanlarda kullanmaya yönelik tutum kullanma niyetini pozitif yönde etkiler.

3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

3.1. Araştırmanın Kavramsal Modeli

Sanal asistanları kullanma niyetini TKM ve KDT çerçevesinde inceleyen çalışmanın kavramsal modeli Şekil 1'de sunulmuştur.



Şekil 1. Araştırmanın Kavramsal Modeli

3.2. Veri Toplama Süreci ve Araştırmanın Ölçekleri

Araştırmada tanımlayıcı araştırma modeli kullanılmış ve veriler anket yoluyla toplanmıştır. Araştırmanın veri toplama aracı olan anket Covid-19 pandemisi sebebiyle çevrimiçi ortamda gerçekleştirilmiştir. Çevrimiçi anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, sanal asistanlar açıklanarak örnek sanal asistan görselleri sunulmuştur. Ayrıca, katılımcıların internet üzerinden alışveriş yapmaya ve sanal asistanları kullanmaya yönelik alışkanlıklarına ilişkin sorular da ilk bölümde yer almaktadır. Çevrimiçi anketin ikinci bölümünde, araştırma değişkenlerini ölçmek amacıyla 5'li Likert ölçeği kullanılarak derecelendirilmiş ifadeler bulunmaktadır. Uyumluluğun ölçümünde Childers vd. (2001) ve Ko vd. (2005); sohbet gerçekliğinin ölçümünde Rese vd. (2020); zevkli olma ve gizlilik kaygılarının ölçümünde Rauschnabel vd. (2017); zaman geçirebilirliğin ölçümünde Papacharissi ve Rubin (2000); olgunlaşmamış teknoloji olmanın ölçümünde Fittkau ve Maaß Consulting (2017) ve Kayak (2017) algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığının ölçümünde Davis (1989) ve Venkatesh ve Davis (2000); tutumun ölçümünde Lee (2009); kullanma niyetinin ölçümünde Moon ve Kim, (2001), Lee (2009) ve Venkatesh vd. (2012) çalışmalarından yararlanılmıştır.

3.3. Araştırmanın Örnekleme Süreci

Araştırmanın ana kütesini e-ticaret sitelerinden alışveriş gerçekleştiren tüketiciler oluşturmaktadır. İnternette alışveriş gerçekleştiren tüketicilere ulaşmak amacıyla çevrimiçi ankette katılımcılara alışveriş gerçekleştirip gerçekleştirmediklerine ilişkin bir eleme sorusu sorulmuştur. Sadece internette alışveriş gerçekleştiren katılımcılardan elde edilen veriler değerlendirilmeye alınmıştır. Covid-19 pandemisi ve zaman kısıtından dolayı kolayda

örnekleme yöntemiyle çevrimiçi ortamda internetten alışveriş yapan 382 tüketiciden veri elde edilmiştir. Araştırmanın verileri Aralık 2020- Mart 2021 tarihleri arasında toplanmıştır. Çalışmada yapısal eşitlik modeli kullanılması sebebiyle analizin geçerli olabilmesi için örneklem büyüklüğünü hesaplamada Westland (2015) formülünden yararlanılmıştır. Bu formülde n (örneklem büyüklüğü)/ q (ifade sayısı) eşitliğinden yararlanılarak örneklem büyüklüğü değerlendirilmektedir. Çalışmanın modelini oluşturan boyutları ölçmede 37 ifade bulunmaktadır. Çalışmanın n/q oranı $382/37$ 'den 10,32 çıkmıştır. Bu değer Westland (2015) formülüne göre kabul edilebilir bir orandır. Verilerin analizinde IBM SPSS Statistics 24 ve IBM Amos Version 22 paket programlarından yararlanılmıştır.

4. BULGULAR

4.1. Demografik Özellikler

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo 2'de sunulmuştur. Buna göre katılımcıların %66,8'i kadınlardan, %32,2'si ise erkeklerden oluşmaktadır. %45,5 oranında katılımcı evli ve %53,4 oranında katılımcı bekarıdır. Eğitim durumu açısından katılımcıların %36,1'i lisans, %28,8'i lisansüstü, %19,6'sı lise, %9,4'ü ilköğretim ve %6'sı yüksekokul mezunudur. Aylık hane geliri açısından ise katılımcıların; %20,2'si 5.001-7.500 TL, %19,1'i 10.000 TL'nin üzeri, %18,1'i 2.501-3.500 TL, %14,9'u 2.500 TL ve altı, %14,1'i 7.501-10.000 TL ve %13,6'sı 3.501-5.000 TL aylık hane gelirine sahiptir.

Tablo 2. Demografik Özellikler

Demografik Özellikler		n	%	Demografik Özellikler		n	%	
Cinsiyet	Kadın	255	66,8	Eğitim Durumu	İlköğretim	36	9,4	
	Erkek	127	32,2		Lise	75	19,6	
	Toplam	382	100		Yüksekokul	23	6	
Medeni Durum	Evli	176	46,1		Lisans	138	36,1	
	Bekâr	206	53,9		Lisansüstü	110	28,8	
	Toplam	382	100		Toplam	382	100	
Yaş	18-25	85	22,3		Aylık Hane Geliri	2.500 TL ve altı	57	14,9
	26-35	160	41,9			2.501-3.500 TL	69	18,1
	36-45	88	23			3.501-5.000 TL	52	13,6
	46-55	36	9,4	5.001-7.500 TL		77	20,2	
	56-65	7	1,8	7.501-10.000 TL		54	14,1	
	65 ve üzeri	6	1,6	10.000 TL'nin üzeri		73	19,1	
	Toplam	382	100	Toplam		382	100	

4.2. Katılımcıların İnternet Alışverişi ve Sanal Asistan Kullanım Özellikleri

Katılımcılara internet alışverişi ve sanal asistan kullanım özelliklerini belirlemek amacıyla sorular sorulmuştur. Tablo 3'te internet alışverişine yönelik katılımcı yanıtlarının dağılımı sunulmuştur.

Tablo 3. Katılımcıların İnternet Alışverişi Özellikleri

Alışveriş Özelliği		n	%
Alışveriş Sıklığı	Haftada 3-4 kez ve daha fazla	23	6
	Haftada 1-2 kez	59	15,4
	Ayda 3-4 kez	86	22,5
	Ayda 1-2 kez	115	30,1
	3 ayda 1 kez	65	17
	Daha seyrek	34	8,9

Alışverişte Harcanan Tutar	0-200 TL	128	33,5
	201-400 TL	94	24,6
	401-600 TL	63	16,5
	601-800 TL	28	7,3
	801-1.000 TL	27	7,1
	1.000 TL üzeri	42	11
Alışveriş Süresi	10 dakikadan az	18	4,7
	10-30 dakika	192	50,3
	30-60 dakika	115	30,1
	60-90 dakika	33	8,6
	90 dakikadan fazla	24	6,3
Ürün Grupları	Giyim / Ayakkabı	92	24,1
	Teknolojik / Elektronik Ürünler	14	3,7
	Kişisel Bakım / Hobi	14	3,7
	Film / Kitap	11	2,9
	Seyahat / Tatil	10	2,6
	Gıda	6	1,6
	Yanıt Vermeyenler	235	61,5
Toplam		382	100

Tablo 3'te yer alan katılımcıların internet alışverişini özellikleri incelendiğinde; %30,1 oranında katılımcının ayda 1-2 kez, %22,5 ayda 3-4 kez, %17 3 ayda 1 kez, %15 4 haftada 1-2 kez, %6 haftada 3-4 kez ve daha fazla ve %8,9 oranında katılımcı bu sıklıkların hepsinden daha seyrek aralıkta alışveriş gerçekleştirdiğini ifade etmişlerdir. Aylık alışveriş harcamaları incelendiğinde; katılımcıları %33,5'i 0-200 TL, %24,6'sı 201-400 TL, %16,5'i 401-600 TL, %11'i 1.000 TL ve üzeri, %7,3'ü 601-800 TL ve %7,1'i 801-1.000 TL tutarında alışveriş gerçekleştirdiğini ifade etmiştir. Alışveriş sürelerinin %50,3 ve %30,1 oranları ile 10-30 dakika ve 30-60 dakika süre aralıklarında yığıldığı görülmektedir. En çok alışveriş gerçekleştirilen ürün grupları ise sırasıyla; %24,1 oranıyla giyim/ayakkabı, %3,7 oranıyla teknolojik/elektronik ürünler, %3,7 oranıyla kişisel bakım/hobi, %2,9 oranıyla film/kitap, %2,6 oranıyla seyahat/tatil ve %1,6 oranıyla gıda ürünleridir. Bu soruya katılımcıların %61,5'i yanıt vermek istememiştir.

İkinci olarak, katılımcıların sanal asistan kullanıma yönelik sorular sorulmuştur. Katılımcıların %57,9'u sanal asistan kullanma deneyimine sahip olduğunu ve %42,1 oranında katılımcı daha önce sanal asistan kullanmadıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca, katılımcılara bir e-ticaret sitesinin sanal asistana sahip olup olmamasının kendilerini için önemini 1'den 10'a kadar derecelendirmeleri istenmiştir. Yanıtların ortalaması 5,97 olarak belirlenmiştir. Buna göre bir e-ticaret sanal asistana sahip olup olmamasının katılımcılar için ortalama üstü bir öneme sahip olduğu söylenebilir.

4.3. Normallik Testi

Araştırma verilerinin normal dağılım gösterip göstermediğini anlamak amacıyla veri setinin çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri incelenmiştir. Çarpıklık ve basıklık değerlerinin George ve Mallery (2010)'nin kabul edilebilir sınırlar olarak ifade ettiği +2 ve -2 aralığında olması veri setinin normal dağılıma sahip olduğunu göstermektedir. Bu açıdan Tablo 4 incelendiğinde veri setinin normal dağılıma sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 4. Normallik Testi

	Çarpıklık Değeri	Basıklık Değeri
Uyumluluk	-0,758	0,300
Sohbet Gerçekliği	-0,227	-0,480
Zevkli Olma	-0,113	-0,829
Zaman Geçirebilirlik	0,495	-0,087
Gizlilik Kaygıları	0,082	-0,810
Olgunlaşmamış Teknoloji Olma	0,168	-0,253
Algılanan Fayda	-0,207	-0,319
Algılanan Kullanım Kolaylığı	-0,473	-0,017
Tutum	-0,413	-0,391
Niyet	-0,374	-0,445

4.4. KMO Katsayısı ve Barlett Küresellik Testi

Araştırma verilerinin faktör analizine uygunluğunu test etmek amacıyla Kaiser-Meyer Olkin (KMO) katsayısı incelenmiş ve Barlett küresellik testi gerçekleştirilmiştir. Veri setinin faktör analizine uygun olması için KMO 0,60'dan yüksek olması ve Barlett testinin p değerinin anlamlı çıkması gerekmektedir (Tabachnick ve Fidell, 1996). KMO katsayısı ve Barlett küresellik testi sonuçları Tablo 5'te sunulmuştur.

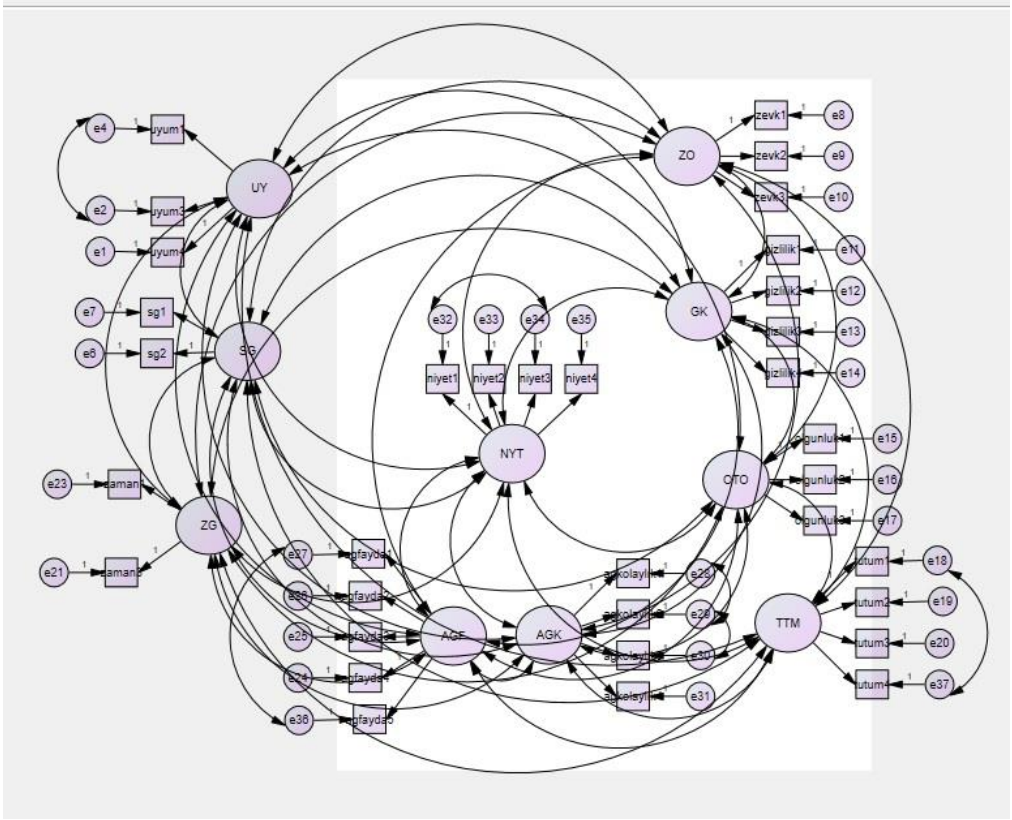
Tablo 5. KMO Katsayısı ve Barlett Küresellik Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Katsayısı		0,951
Bartlett's Küresellik Testi	Approx. Chi-Square	12.128,730
	df	561
	Sig.	,000

Tablo 5 incelendiğinde KMO katsayısının 0,60'dan yüksek (0,951) ve Barlett küresellik testinin p değerinin anlamlı olduğu görülmektedir. Buradan hareketle araştırma verilerinin faktör analizine uygun olduğu söylenebilir.

4.5. Doğrulatory Faktör Analizi

Araştırma verilerinin geçerliğini test etmek amacıyla doğrulatory faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Doğrulatory faktör analizi toplanan verilerin model yapısı ile uyumlu olup olmadığını test etmektedir. Model uyumunu belirleme ile ilgili olarak birçok değer olmasına rağmen çalışmalarda genellikle χ^2/df , CFI, RMSEA, IFI ve GFI değerleri raporlanmaktadır. Bu çalışmada da bu değerler Meydan ve Şeşen (2015) çalışmasında ifade ettikleri uyum iyiliği değerleri referans alınarak sunulmuştur. Doğrulatory faktör analizi gerçekleştirmek amacıyla tüm ölçüklerin yer aldığı model Şekil 2'de, modele ilişkin uyum iyiliği değerleri de Tablo 6'da sunulmuştur.



Şekil 2. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilirken AMOS programının önerdiği modifikasyonlar gerçekleştirilmiştir. Modifikasyonlar sonucunda; uyumluluk ve sohbet gerçekliği, zaman geçirebilirlik ölçeklerinden birer ifade çıkartılmıştır.

Tablo 6. Doğrulayıcı Faktör Analizi Referans Uyum İyiliği Değerleri

Uyum Ölçüleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
χ^2/df	≤ 3	$\leq 4-5$
CFI	$\geq 0,97$	$\geq 0,90$
RMSEA	$\leq 0,05$	0,06- 0,08
IFI	$\geq 0,97$	0,94-0,90
GFI	$\geq 0,90$	0,89 – 0,80

Kaynak: Meydan, C. H. & Şeşen, H. (2015). Yapısal Eşitlik Modellemesi Amos Uygulamaları 2.Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara. ve Uğurlu, C. T. (2014). A study of reliability and validity of informal communication scale". İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 15 (3): 83-100 çalışmalarından yararlanılmıştır.

Tablo 7. Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İyiliği Değerleri

Model Değeri	χ^2/df	CFI	RMSEA	IFI	GFI
	2, 841	0,927	0,70	0,927	0,819

Tablo 6’da yer alan referans uyum iyiliği değerleri Meydan ve Şeşen (2015) ve Uğurlu (2014) çalışmalarında ifade ettikleri yapısal eşitlik modelinin uyumuna ilişkin istatistiksel değerlerden yararlanılarak oluşturulmuştur. Tablo 7’de yer alan çalışmanın doğrulayıcı faktör analizi uyum

iyiliği değerleri incelendiğinde; modelin χ^2/df , CFI, RMSEA, IFI ve GFI değerlerinin kabul edilebilir uyuma sahip olduğu görülmektedir.

4.6. Güvenirlik Analizi

Araştırmada kullanılan tüm değişkenlerin güvenirlilik analizi Alfa katsayısı ile değerlendirilmiştir. Değişkenlerin Cronbach Alfa katsayılarına ilişkin bulgular Tablo 8'de sunulmuştur. Tüm değişkenlerin Cronbach Alfa katsayıları 0,70'in üzerinde olması sebebiyle ölçeklerin güvenilir olduğu söylenebilir (Gürbüz ve Şahin, 2017:329).

Tablo 8. Güvenirlik Analizi

Değişkenler	İfadeler	Alfa katsayısı
Uyumluluk	<ul style="list-style-type: none"> - Sanal asistanları (chatbotları) kullanarak firmalarla iletişime geçmenin iyi bir şey olduğunu düşünüyorum. - Sanal asistanları her zaman ve her yerde kullanabilmemin iyi bir şey olduğunu düşünüyorum. - Sanal asistanları her zaman ve her yerde kullanabilmemin iyi bir şey olduğunu düşünüyorum. 	0,792
Sohbet Gerçekliği	<ul style="list-style-type: none"> - Sanal asistanlarla doğal bir şekilde iletişim kurmayı keyifli buluyorum. - Alışveriş sitesinde gezinmek için menüleri kullanmaktansa kendimi metin biçiminde (mesaj yazarak) ifade etmeyi daha keyifli buluyorum. 	0,703
Zevkli Olma	<ul style="list-style-type: none"> - Sanal asistanları kullanmak eğlencelidir. - Sanal asistanları kullanmak heyecan vericidir. - Sanal asistanları kullanmak keyiflidir. 	0,940
Zaman Geçirebilirlik	<ul style="list-style-type: none"> - Sanal asistanları kullanmak can sıkıntımın geçmesine iyi gelir. - Sanal asistanlarla zamanımı geçirebilirim. 	0,854
Gizlilik Kaygıları	<ul style="list-style-type: none"> - Sanal asistanlar kullanılırken çok fazla kişisel veri toplanır. - Sanal asistanların sohbet geçmişlerini kaydetmesinden korkuyorum. - Sanal asistanları kullanırken kişisel bilgilerimin gizliliği üzerindeki kontrolümü kaybedeceğimi düşünüyorum. - Sanal asistanları kullanırken kişisel verilerimin güvenli bir şekilde depolandığı konusunda endişeliyim. 	0,904
Olgunlaşmamış Teknoloji Olma	<ul style="list-style-type: none"> - Bana göre sanal asistanlar metinleri tam doğru biçimde tanıyamıyor. - Sanal asistanlar bana uygun olmayan ürünleri sunuyor. - Sanal asistanların karmaşık soruları anladıklarını düşünmüyorum. 	0,786
Algılanan Fayda	<ul style="list-style-type: none"> - Sanal asistanlarla alışverişi daha kazançlı hale getirebilirim. - Sanal asistanlar alışveriş sitelerindeki işlemlerimi daha hızlı yapmamı sağlıyor. - Sanal asistanlarla daha işe yarar alışveriş yapabiliyorum. - Sanal asistanlar alışveriş sitelerindeki işlemlerimde daha fazla kontrole sahip olmamı sağlıyor. - Sanal asistanları alışveriş için yararlı buluyorum. 	0,909
Algılanan Kullanım Kolaylığı	<ul style="list-style-type: none"> - Sanal asistanlarla kurulan iletişim açık ve anlaşılırdır. - Sanal asistanları kullanmanın kolay olduğunu düşünüyorum. - Sanal asistanlarla iletişim kurmak çok fazla çaba gerektirmez. - İstedğim şeyi sanal asistanlarla yapmayı kolay buluyorum. 	0,895

Tutum	<ul style="list-style-type: none"> - Sanal asistanları kullanmanın iyi bir fikir olduğunu düşünüyorum. - Sanal asistanları kullanmanın zevkli olduğunu düşünüyorum. - Alışveriş sitelerinde işlem yapmak için sanal asistan kullanmak akıllıca bir fikir olurdu. - Bence sanal asistanları kullanmak caziptir 	0,934
Niyet	<ul style="list-style-type: none"> - Gelecekte sanal asistanları kullanma niyetim var - Gelecekte sanal asistanları kullanmayı planlıyorum. - Başkalarına sanal asistan kullanmalarını tavsiye edeceğim. - Gelecekte sanal asistanları kullanacağımı tahmin ediyorum 	0,944

4.7. Birleşik Güvenirlik ve Yakınsak Gerçeklik Değerleri

Araştırmada kullanılan ölçeklerin birleşik güvenirlik (CR) ve yakınsak gerçeklik (AVE) değerlerine ilişkin bilgiler Tablo 9'da sunulmuştur.

Tablo 9. Birleşik Güvenirlik ve Yakınsak Gerçeklik Değerleri

Ölçekler	Faktör Yükleri		CR	AVE
	İfade	Yük		
Uyumluluk	İfade 4	0,706	0,663	0,479
	İfade 3	0,682		
	İfade 1	0,687		
Sohbet Gerçekliği	İfade 2	0,649	0,610	0,559
	İfade 1	0,834		
Zevkli Olma	İfade 1	0,908	0,911	0,845
	İfade 2	0,890		
	İfade 3	0,958		
Zaman Geçirebilirlik	İfade 3	0,853	0,783	0,746
	İfade 1	0,874		
Gizlilik Kaygıları	İfade 1	0,703	0,863	0,712
	İfade 2	0,858		
	İfade 3	0,941		
	İfade 4	0,856		
Olgunlaşmamış Teknoloji Olma	İfade 1	0,812	0,755	0,557
	İfade 2	0,783		
	İfade 3	0,631		
Algılanan Fayda	İfade 4	0,869	0,892	0,686
	İfade 3	0,878		
	İfade 2	0,849		
	İfade 5	0,795		
	İfade1	0,742		
Algılanan Kullanım Kolaylığı	İfade 1	0,799	0,855	0,637
	İfade 2	0,739		
	İfade 3	0,747		
	İfade 4	0,898		
Tutum	İfade 1	0,899	0,918	0,793
	İfade 4	0,920		
	İfade 2	0,855		
	İfade 3	0,886		
Niyet	İfade 1	0,932	0,928	0,818
	İfade 2	0,930		
	İfade 3	0,868		
	İfade 4	0,887		

Fornel ve Larcker (1981) AVE değerlerinin 0,50'den büyük olmasının yakınsak geçerliğin kanıtı olduğunu ifade etmişlerdir. Araştırmada kullanılan ölçeklerin AVE değerleri incelendiğinde, değerlerin 0,50'den büyük ya da yakın olduğu görülmektedir. Cronbach's Alpha katsayısına alternatif bir değer olan birleşik güvenirlik değerlerinin (CR) 0,70 ve üzerinde olması gerektiği Hair vd. (2014) tarafından öne sürülmüştür. Araştırmada kullanılan ölçeklerin CR değerleri incelendiğinde 0,70'den büyük ya da yakın olduğu görülmektedir. Ayrıca, Tablo 10'da değişkenlere ilişkin korelasyon matrisi sunulmuştur. Tabloda kalın olarak belirtilmiş değerler AVE değerlerinin karekökünü ifade etmektedir.

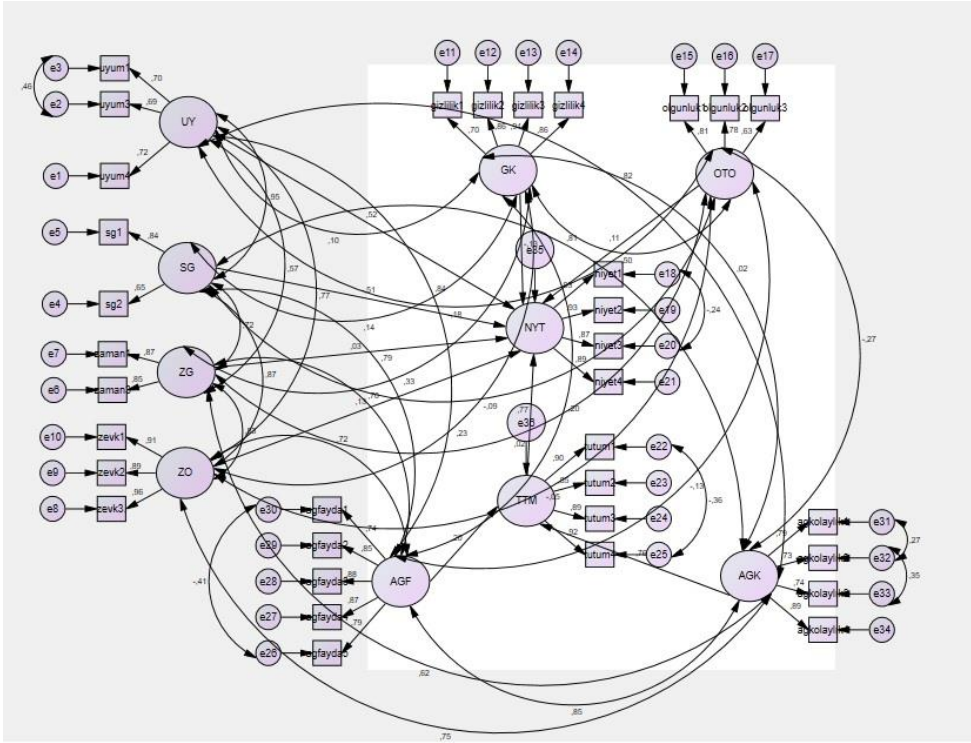
Tablo 10. Korelasyon Matrisi

	AGK	UY	SG	ZO	GK	OTO	TTM	ZG	AGF	NYT
AGK	0,798									
UY	0,803	0,692								
SG	0,773	0,978	0,747							
ZO	0,713	0,784	0,877	0,919						
GK	0,003	0,101	0,145	0,234	0,844					
OTO	-0,286	-0,187	-0,092	-0,051	0,498	0,746				
TTM	0,920	0,852	0,828	0,771	0,079	-0,196	0,890			
ZG	0,592	0,574	0,725	0,834	0,334	0,017	0,659	0,864		
AGF	0,846	0,845	0,790	0,720	0,202	-0,136	0,843	0,698	0,828	
NYT	0,792	0,771	0,703	0,648	-0,007	-0,168	0,862	0,513	0,744	0,905

AGK: Algılanan Kullanım Kolaylığı, UY: Uyumluluk, SG: Sohbet Gerçekliği, ZO: Zevkli Olma, GK: Gizlilik Kaygıları, OTO: Olgunlaşmamış Teknoloji Olma, TTM: Tutum, ZG: Zaman Geçirebilirlik, AGF: Algılanan Fayda, NYT: Niyet

4.8. Yapısal Eşitlik Modeli

Araştırma hipotezlerini test etmek için oluşturulan yapısal model Şekil 3'te sunulmuştur.



Şekil 3. Yapısal Model

Modelin uyum iyiliği değerleri kabul edilebilir değerlerdir (χ^2/df : 2,860, CFI: 0,925, RMSEA: 0,70, IFI: 0,925, GFI: 0,816). Uyum değerlerinin kabul edilebilirliği belirlemede Meydan ve Şeşen (2015) ve Uğurlu (2014)'nin çalışmalarında ifade ettikleri uyum iyiliği değerleri referans alınmıştır. Hipotez test sonuçlarının yer aldığı analiz sonuçları Tablo 11'de sunulmuştur.

Tablo 11. Hipotez Testi Sonuçları

Hipotez	Standardize β	Standart Hata	p	Sonuç
H ₁	0,649	0,390	0,096	Desteklendi
H ₂	-0,673	0,530	0,205	Desteklenmedi
H ₃	0,116	0,135	0,391	Desteklenmedi
H ₄	0,026	0,112	0,819	Desteklenmedi
H ₅	-0,176	0,078	0,023	Desteklendi
H ₆	0,135	0,074	0,068	Desteklenmedi
H ₇	0,224	0,072	0,002	Desteklendi
H ₈	0,879	0,084	***	Desteklendi
H ₉	0,831	0,089	***	Desteklendi

Elde edilen bulgulara göre; uyumluluğun kullanma niyetini olumlu yönde (standardize β : 0,649) ve gizlilik kaygılarının ise kullanma niyetini olumsuz yönde (standardize β : -0,176) etkiledikleri belirlenmiştir. Buna göre, H₁ ve H₅ hipotezleri desteklenmiştir. Sohbet gerçekliği, zevkli olma, zaman geçirebilirlik ve olgunlaşmamış teknoloji olmanın kullanma niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmadığı belirlenmiştir. Buradan hareketle, H₂, H₃, H₄ ve H₆ hipotezleri desteklenmediği söylenebilmektedir. Algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığının sanal

asistan kullanmaya yönelik tutumu olumlu yönde (standardize β : 0,224 ve 0,879) etkilediği, kullanmaya yönelik tutumun da sanal asistan kullanma niyetini olumlu yönde etkilediği (standardize β : 0,831) belirlenmiştir. Buna göre, **H7**, **H8** ve **H9** hipotezlerinin desteklendiği söylenebilmektedir.

5. SONUÇ

E-ticaret, bankacılık, insan kaynakları gibi farklı alanlarda kullanılan sanal asistanlar insan diyaloglarını taklit eden ses ve metin temelli komutları gerçekleştirebilen yazılımlar ve rekabetin artmasıyla, bir rekabet avantajı unsuru olarak kullanılmaktadır. Sanal asistanlar e-ticaret sitelerinde müşteri desteği sağlama, sipariş alma ve ürün önerme gibi birçok farklı amaç için kullanılarak müşteri etkileşimi yaratılmasına yardımcı olmaktadır.

Pandemi döneminde yükselen trend olan e-ticaret yeni bir teknoloji olan sanal asistanları son birkaç yılda yoğun olarak kullanmaya başlasa da yeniliğin sürdürülebilirliği esasen tüketicilerin bu yeniliği kabulüne bağlıdır. Bu çalışma ile tüketicilerin sanal asistanları kullanma niyetini anlamak üzere bu niyete etki eden faktörlere açıklama getirmek amaçlanmıştır. Kullanım niyetine etki eden faktörleri açıklamada, literatürde yeni teknolojilerin kabulünü açıklamada sıkça kullanılan TKM ve kullanım davranışını ihtiyaçlar ve doyumlar çerçevesinde açıklayan KDT'den yararlanılmıştır. Araştırma kapsamında internette alışveriş gerçekleştiren 382 tüketiciden kullanılabilir veri elde edilmiştir. Verilerin normal dağılım gösterdiği belirlenmiştir. Katılımcıların çoğunluğunun ayda 1-2 kez ve ayda 3-4 kez internet alışverişini gerçekleştirdiği belirlenmiştir. Katılımcıların yarıdan fazlasının aylık internet harcamasının 400 TL'den az olduğu tespit edilmiştir. Yaklaşık %85 oranında katılımcının internet alışverişine 1 saat ve daha az süre ayırdığı da belirlenmiştir. En fazla alışveriş gerçekleştirilen ürün grubunu giyim/ayakkabı ürünleri oluşturduğu belirlenmiştir.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerliği doğrulayıcı faktör analizi ile test edilmiş ve istatistiksel paket programın önerdiği modifikasyonlar gerçekleştirilmiştir. Yapılan modifikasyonlar sonucunda tüm ölçeklerin Cronbach alfa katsayısı 0,70'in üzerinde olduğu belirlenmiştir. Buna göre, ölçeklerin güvenilir olduğu söylenebilmektedir. Hipotezleri test etmek için yapılan yol analizi sonucunda uyumluluğun kullanma niyetini olumlu yönde, gizlilik kaygılarının da olumsuz yönde etkilediği belirlenmiştir. Buna göre, e-ticaret sitelerinde kullanılan sanal asistanların tüketicilerin bireysel değerleri ve ihtiyaçlarıyla uyumlu olmasının sanal asistan kullanma niyetini olumlu yönde etkilediği söylenebilmektedir. Buna karşılık tüketicilerin kişisel verilerin kontrolden çıkmasına yönelik endişelerin sanal asistan kullanma niyetini olumsuz yönde etkilediği söylenebilir. Son yıllarda verilerin gizliliği pek çok tüketici için sosyal medya ve e-ticaret alanlarında kaygı yaratan bir konu haline gelmiştir (McKinsey, 2020). Alışverişlerin gelenekselden internete kayması ile bu durumun daha da artması beklenmektedir. Bu durumda işletmelerin etkileşimlerini arttırmak, sanal asistanlar kullanımını etkin bir şekilde sürdürebilmek için bu yolla toplanan verilerin gizliliğini garanti etmesi büyük önem taşımaktadır. Çalışmada KDT diğer unsurları olan sohbet gerçekliği, zevkli olma, zaman geçirebilirlik ve olgunlaşmamış teknoloji olma faktörlerinin kullanım niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı belirlenmiştir. Buna göre, Türkiye'de tüketicilerin sanal asistanları kullanım davranışında ihtiyaçlar ve doyumlar ekseninde değerlendirmelerinin kısıtlı olduğu söylenebilir. Sanal asistanların büyük e-ticaret firmaları tarafından yoğun kullanımının da sanal asistanlara yönelik olgunlaşmamış teknoloji olma algısını azalttığı söylenebilir. Katılımcıların sohbet gerçekliği, sohbetin zevkli olması ve uygulamada zaman geçirebilirlik unsurlarını sanal asistan kullanma niyetini etkileyen bir faktör olarak görmemeleri, sanal asistanlara yaklaşımlarının görev ya da problem çözme odaklı bir araç şeklinde olmasından kaynaklanıyor olabilir. Zira

katılımcıların kullanım niyetlerini etkileme noktasında; uyumluluk, algılanan fayda ve kullanım kolaylığı gibi unsurlarının etkili olması da kullanım deneyiminden ziyade işlevsel kullanımın daha fazla önemsendiğini işaret etmektedir. Bu durum, Türkiye’de bankacılık alanındaki sanal asistanlara yönelik hazırlanan ve tüketicilerin büyük oranda kredi tipleri, faiz oranları, kredi başvurusu ve şifre işlemleri gibi işlevsel özellikleri için sanal asistanların kullanıldığı belirten Cbot (2021) raporunu da destekler niteliktedir. Raporda katılımcıların sadece %8’inin sosyal sohbet amacıyla sanal asistanları kullandığı da ifade edilmektedir.

Çalışmada tüketicilerin sanal asistanların kullanımına yönelik olarak algıladıkları fayda ve algılanan sanal asistan kullanım kolaylığının sanal asistan kullanmaya yönelik tutumu olumlu yönde etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır. Buna ek olarak tüketicilerin sanal asistan kullanımına yönelik tutumlarının da sanal asistan kullanma niyetini olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir. Buna göre, Davis (1989)’in TKM’de öne sürdüğü yeni teknolojilerin kullanım kabulü işleyişinin sanal asistanlar için de geçerliği olduğunu söylenebilmektedir.

Her çalışmada olduğu gibi bu çalışmanın da bazı kısıtları bulunmaktadır. Bu kısıtların başında zaman ve maliyetler gelmektedir. Ayrıca çalışmanın yürütüldüğü dönemin Pandemi dönemine denk gelmesi veri toplanmasını güçleştiren bir rol oynamıştır.

Bu çalışma e-ticaret sitelerinden alışveriş gerçekleştiren tüketicilere yönelik gerçekleştirilmiştir. Gelecek çalışmalar farklı tüketici gruplarına yönelik sanal asistanların kullanım niyetinin incelenmesi kapsamında gerçekleştirilerek sonuçların karşılaştırılmasına olanak sağlarken daha zengin bir anlayış elde edilebilir. Ayrıca, gelecek çalışmalarda TKM ve KDT dışındaki teknoloji kabulünün anlaşılmasına yönelik diğer kuramlardan yararlanılması kapsamlı açıklamalar getirmeye yardımcı olabilir.

KAYNAKÇA

- AKÇA, Y., & ÖZER, G. (2012). “Teknoloji Kabul Modeli’nin Kurumsal Kaynak Planlaması Uygulamalarında Kullanılması”. *Business and Economics Research Journal*, 3 (2): 79-96.
- ALBERT, T. (2016). *Measuring Technology Maturity: Theoretical Aspects*. In: *Measuring Technology Maturity. Forschungs-/Entwicklungs-/Innovations-Management*. Springer Gabler, Wiesbaden.
- ALİKILIÇ, Ö., GÜLAY, H. G., & BİNBİR, S. (2013). “Kullanımlar ve Doymalar Kuramı Çerçevesinde Facebook Uygulamalarının İncelenmesi: Yaşar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (37): 40-67.
- ALT, M. A., VİZELİ, I., & SAPLACAN, Z. (2021). “Banking with A Chatbot- A Study on Technology Acceptance”. *Studia Universitatis Babeş-Bolyai*, 66 (1): 13-35.
- AMOAKO-GYAMPAH, K., & SALAM, A. F. (2004). An Extension of the Technology Acceptance Model In An ERP Implementation Environment. *Information & Management*, 41 (6): 731-745.
- ARAUJO, T., & CASAIS, B. (2020). Customer Acceptance of Shopping-Assistant Chatbots. In: Rocha Á., Reis J., Peter M., Bogdanović Z. (eds) *Marketing and Smart Technologies. Smart Innovation, Systems and Technologies*, 167. Springer, Singapore.

- ARI, E., & YILMAZ, V. (2016). "Üniversite Öğrencilerinin Online Yemek Siparişi Davranışlarının Teknoloji Kabul Modeliyle Araştırılması". *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 7 (2), 65-84.
- BOUDKOUSS, H., & DJELASSI, S. (2021). "Understanding In-Store Interactive Technology Use: A Uses And Gratifications Theory (UGT) Perspective". *International Journal of Retail & Distribution Management*, 49 (12): 1621-1639.
- BRACHTEN, F., KISSMER, T., & STIEGLITZ, S. (2021). "The Acceptance of Chatbots in An Enterprise Context—A Survey Study". *International Journal of Information Management*, 60: 1-15.
- BRANDTZAEG P.B., & FOLSTAD A. (2017) Why People Use Chatbots. In: Kompatsiaris I. et al. (eds) *Internet Science. INSCI 2017. Lecture Notes in Computer Science*. Springer, Cham.
- CARDONA, D. R., JANSSEN, A., GUHR, N., BREITNER, M. H., & MILDE, J. (2021). A Matter of Trust? Examination of Chatbot Usage in Insurance Business. In *Proceedings of the 54th Hawaii International Conference on System Sciences* (s. 556).
- CBOT (2021). Türkiye bankacılık sektöründe sanal asistan kullanımı 3 Yılda %250 arttı (2021) CBOT. Erişim adresi: <https://www.cbot.ai/tr/turkiye-bankacilik-sektorunde-sanal-asistan-kullanimi-3-yilda-0-artti/> Erişim tarihi; 23 Ekim 2022.
- CHA, S. S. (2020). "Customers' Intention to Use Robot-Serviced Restaurants in Korea: Relationship of Coolness and MCI Factors". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32 (9): 2947-2968.
- CHEN, G. M. (2011). "Tweet This: A Uses and Gratifications Perspective on How Active Twitter Use Gratifies A Need To Connect With Others". *Computers in Human Behavior*, 27(2): 755-762.
- CHEN, H. L., WIDARSO, G. W., & SUTRISNO, H. (2020). "A Chatbot for Learning Chinese: Learning Achievement and Technology Acceptance". *Journal of Educational Computing Research*, 58 (6): 1161-1189.
- CHILDERS, T.L., CARR, C.L., PECK, J., & CARSON, S., (2001). "Hedonic and Utilitarian Motivations for Online Retail Shopping Behavior". *Journal of Retailing*, 77 (4): 511–535.
- CHOCARRO, R., CORTINAS, M., & MARCOS-MATAS, G. (2021). "Teachers' Attitudes Towards Chatbots in Education: A Technology Acceptance Model Approach Considering the Effect of Social Language, Bot Proactiveness, and Users' Characteristics". *Educational Studies*, 1-19.
- COPULSKY, J. (2019). "Do Conversational Platforms Represent The Next Big Digital Marketing Opportunity?". *Applied Marketing Analytics*, 4 (4): 311-316.
- ÇELİK, K., & TAŞ, A. (2021). "E-Ticarette Mobil Alışveriş Uygulamalarını Kullanmaya Devam Etme Niyetinin Araştırılması: Genişletilmiş Teknoloji Kabul Modeli". *Third Sector Social Economic Review*, 56(3), 1997-2019.
- ÇOLAKOĞLU, E., & BOZKURT, İ. (2021). "Algılanan Hizmet Kalitesinin Tutum Üzerine Etkisinde Hastane Türünün Düzenleyici Etkisi". *JOEEP: Journal of Emerging Economies and Policy*, 6(2): 151-161.

- DALE, R. (2016). "The Return of the Chatbots". *Natural Language Engineering*, 22 (5):811–817.
- DAVIS, F. D. (1989). "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology". *MIS Quarterly*, 13 (3): 319-340.
- DAVIS, F. D., BAGOZZI, R. P., & WARSHAW, P. R. (1992). "Extrinsic and Intrinsic Motivation to Use Computers in the Workplace". *Journal of Applied Social Psychology*, 22(14): 1111–1132.
- FERGUSON, D. A., & PERSE, E. M. (2000). "The World Wide Web As A functional Alternative to Television". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44 (2): 155-174.
- FISHBEIN, M., & AJZEN, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, And Behavior: An Introduction To Theory And Research*, Addison-Wesley, Reading.
- FITTKAU & MAAß CONSULTING (2017). Chatbots Are Rejected By Every Second Online Buyer. <http://www.fittkaumaass.de/news/chatbots-von-jedem-zweiten-online-kaeufuer-abgelehnt>. Erişim tarihi: 5 Aralık 2020.
- FORNELL, C., & LARCKER, D.F. (1981). "Evaluating Structural Equation Models With Unobservable Variables And Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- GAN, C., & LI, H. (2018). "Understanding the Effects of Gratifications on the Continuance Intention to Use Wechat in China: A Perspective on Uses and Gratifications". *Computers in Human Behavior*, 78: 306–315.
- GEORGE, D., & MALLERY, M. (2010). *Spss For Windows Step By Step: A Simple Guide And Reference*, 17.0 Update, 10a Edition, Pearson, Boston.
- GÜRBÜZ, S., & ŞAHİN, F. (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: Felsefe –Yöntem Analiz*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- HEERINK, M., KRÖSE, B., EVERS, V., & WIELINGA, B. (2008). "The Influence of Social Presence on Acceptance of A Companion Robot By Older People". *Journal of Physical Agents*, 2 (2): 33-40.
- HAIR, J., BLACK, W., BABIN, B., & ANDERSON, R. (2014). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*, 7. Baskı, Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- HILL, J., RANDOLPH FORD, W., & FARRERAS, I. G. (2015). "Real Conversations with Artificial Intelligence: A Comparison Between Human–Human Online Conversations and Human–Chatbot Conversations". *Computers in Human Behavior*, 49: 245–250.
- HSU, H. H., & CHANG, Y. Y. (2013). "Extended TAM Acceptance and Use of Moodle Model: Impacts of Convenience on Acceptance and Use of Moodle". *US-China Education Review*, 3(4): 211–218.
- IZQUIERDO-YUSTA, A., & SCHULTZ, R. J. (2011). "Understanding the Effect of Internet Convenience on Intention to Purchase Via The Internet". *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 5 (49): 32–50.

- KALYONCUOĞLU, S. (2018). “Tüketicilerin Online Alışverişlerindeki Sanal Kart Kullanımlarının Teknoloji Kabul Modeli İle İncelenmesi”. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 20(2), 193-213.
- KASILINGAM, D. L. (2020). “Understanding the Attitude and Intention to Use Smartphone Chatbots for Shopping”. *Technology in Society*, 62: 1-15.
- KAYAK (2017). Mobile Travel Report. https://www.kayak.de/news/wp-content/uploads/2017/05/DE_Report-compressed-1.pdf. Erişim tarihi: 5 Aralık 2020.
- KO, H., CHO, C.H., & ROBERTS, M.S. (2005). “Internet Uses and Gratifications: A Structural Equation Model of Interactive Advertising”. *Journal of Advertising*, 34 (2): 57–70.
- KU, Y.C., CHU, T.H., & TSENG, C.H. (2013). “Gratifications for Using CMC Technologies: A Comparison Among SNS, IM, and E-Mail”. *Computers in Human Behavior*, 29 (1): 226–234.
- KYUN CHOI, Y., KIM, J., & MCMILLAN, S. J. (2009). “Motivators For The Intention To Use Mobile TV: A Comparison of South Korean Males and Females”. *International Journal of Advertising*, 28(1): 147-167.
- LEE, M. C. (2009). “Factors Influencing The Adoption of Internet Banking: An Integration of TAM and TPB with Perceived Risk and Perceived Benefit”. *Electronic Commerce Research And Applications*, 8(3): 130-141.
- LEUNG, L., & WEI, R. (2000). “More Than Just Talk on the Move: Uses and Gratifications of the Cellular Phone”. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77 (2): 308–320.
- MA, Y. (2021). “To Shop Or Not: Understanding Chinese Consumers’ Live-Stream Shopping Intentions from the Perspectives of Uses and Gratifications, Perceived Network Size, Perceptions of Digital Celebrities, and Shopping Orientations”. *Telematics and Informatics*, 59: 1-17.
- MACCALLUM, R. C., WIDAMAN, K. F., PREACHER, K. J., & HONG, S. (2001). “Sample Size in Factor Analysis: The Role of Model Error”, *Multivariate Behavioral Research*, 36(4): 84-99.
- MARANGUNIC, N., & GRANIC, A. (2015). “Technology Acceptance Model: A Literature Review From 1986 to 2013”. *Universal Access in the Information Society*, 14(1): 81-95.
- MCKINSEY. (2020). The consumer-data opportunity and the privacy imperative. McKinsey. Erişim adresi: <https://www.mckinsey.com/business-functions/risk-and-resilience/our-insights/the-consumer-data-opportunity-and-the-privacy-imperative>. Erişim tarihi: 24 Mayıs 2021.
- MCLEAN, G., & OSEI-FRIMPONG, K. (2019). “Chat Now... Examining the Variables Influencing the Use of Online Live Chat”. *Technological Forecasting and Social Change*, 146: 55-67.
- MEYDAN, C. H., & ŞEŞEN, H. (2015). *Yapısal Eşitlik Modellemesi Amos Uygulamaları 2.Baskı*, Detay Yayıncılık, Ankara.

- MINDBROWSER (2017). "Chatbot Survey 2017". San Fransico, Amerika Birleşik Devletleri: Mindbrowser.
- MOON, J.W., & KIM, Y.G. (2001). "Extending the TAM for A World-Wide-Web Context". *Information & Management*, 38 (4): 217–230.
- NUNNALLY, J. C. (1978). *Psychometric Theory*, McGraw Hill, New York.
- PALMGREEN, P. (1984). "Uses And Gratifications: A Theoretical Perspective". *Annals of the International Communication Association*, 8 (1): 20-55.
- PAPACHARISSI, Z., & RUBIN, A. M. (2000). "Predictors of Internet Use". *Journal Of Broadcasting & Electronic Media*, 44 (2): 175-196.
- PRAGASH, M. R., FONG, M. L., NG, S. M., KOK, S. S., & LIEW, S. Y. (2021). "Facebook Advertising And Purchasing Decisions: An Analysis Of The Uses And Gratifications Theory". *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs*, 3 (7): 10-23.
- PRZEGALINSKA, A., CIECHANOWSKI, L., STROZ, A., GLOOR, P., & MAZUREK, G. (2019). "In Bot We Trust: A New Methodology Of Chatbot Performance Measures". *Business Horizons*, 62 (6): 785-797.
- RAUSCHNABEL, P.A., ROSSMANN, A., & DIECK, M.C. T. (2017). "An Adoption Framework for Mobile Augmented Reality Games: The Case of Pokemon Go." *Computers in Human Behavior*, 76:276–286.
- RESE, A., GANSTER, L., & BAIER, D. (2020). "Chatbots in Retailers' Customer Communication: How to Measure Their Acceptance?". *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56: 102-176.
- RICHAD, R., VIVENSUS, V., SFENRIANTO, S., & KABURUAN, E. R. (2019). "Analysis of Factors Influencing Millennial's Technology Acceptance of Chatbot in the Banking Industry In Indonesia". *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 10(4): 1270-1281.
- ROGERS, E. M. (1995). "Lessons for Guidelines from the Diffusion of Innovations". *The Joint Commission Journal on Quality Improvement*, 21(7): 324–328.
- RUGGIERO, T. E. (2000). "Uses And Gratifications Theory in the 21st Century". *Mass Communication & Society*, 3(1): 3-37.
- RZEPKA, C., BERGER, B., & HESS, T. (2020). Why Another Customer Channel? Consumers' Perceived Benefits and Costs Of Voice Commerce. In *Proceedings of the 53rd Hawaii International Conference on System Sciences*.
- SEVERIN, W. J., & TANKARD, J. W. JR. (2001). *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*, Addison Wesley Longman Inc., 5th Edition, Boston.
- SHELDON, P. (2008). "Student Favorite: Facebook and Motives For Its Use". *SW Mass Communication Journal*, 23 (2): 39–53.
- SPENCER, A. T., CROUCHER, S. M., & HOELSCHER, C. S. (2012). "Uses And Gratifications Meets The Internet: A Cross-Cultural Comparison of US & Nicaraguan New Media Usage". *Human Communication*, 15 (4): 229-240.

- STATISTA, 2019. “Number of available chatbots on Facebook Messenger in selected months from June 2016 to April 2019 (in 1,000)” Adres: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/662144/umfrage/anzahl-derverfuegbarenchatbots-fuer-den-facebook-messenger/>. (Erişim tarihi 22 Aralık 2020).
- TABACHNICK, B.G., & FIDELL, L.S. (1996). Using multivariate statistics, Harper Collins College, New York.
- TAN, X., QIN, L., KIM, Y., & HSU, J. (2012). “Impact of Privacy Concern in Social Networking Web Sites”. *Internet Research*, 22 (2): 211–233.
- TİRYAKİ, İ., & ÖNDER, L. G. (2022). “Tüketicilerin Akıllı Giyilebilir Nesnelerin Kullanımına Yönelik Davranış Niyetlerinin Genişletilmiş Teknoloji Kabul Modeli Aracılığıyla İncelenmesi”. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14(1), 182-202.
- TURJA, T., AALTONEN, I., TAIPALE, S., & OKSANEN, A. (2020). “Robot Acceptance Model for Care (RAM-Care): A Principled Approach to the intention to Use Care Robots”. *Information & Management*, 57 (5): 1-27.
- UĞURLU, C. T. (2014). “A Study of Reliability and Validity of Informal Communication Scale”. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15 (3): 83-100.
- VENKATESH, V., & DAVIS, F.D. (2000). “A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies”. *Management Science*, 46 (2): 186–204.
- VENKATESH, V., THONG, J.Y., & XU, X. (2012). “Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology”. *MIS Quarterly*, 36 (1): 157–178.
- WEI, P.S., & LU, H.P. (2014). “Why Do People Play Mobile Social Games? An Examination of Network Externalities and of Uses and Gratifications”. *Internet Research*, 24 (3): 313–331.
- WESTLAND, J. C. (2015). *Structural Equation Models*, Springer International Publishing, İsviçre.
- WHITING, A., & WILLIAMS, D. (2013), “Why People Use Social Media: A Uses And Gratifications Approach”. *Qualitative Market Research*, 16 (4): 362-369.
- YOUN, S., & JIN, S. V. (2021). ““In AI We Trust?” The Effects of Parasocial Interaction and Technopian Versus Luddite Ideological Views on Chatbot-Based Customer Relationship Management in the Emerging “Feeling Economy””. *Computers in Human Behavior*, 119: 1-13.
- ZEREN, D. (2014). “Teknoloji Kabul Modeli”, İ.M. YAĞCI & S. ÇABUK (Ed.) *Pazarlama Teorileri*, Mediacat Yayıncılık, İstanbul.
- ZEREN, D. (2021). “Kullanımlar ve Doyumlar Teorisi”, İ.M. YAĞCI & S. ÇABUK (Ed.) *Pazarlama Teorileri 2*, Mediacat Yayıncılık, İstanbul.

Hızlı Servis Markalarında Marka Kişiliği ve Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti ve Sadakati Üzerindeki Etkisi

(Araştırma Makalesi)

The Effect of Brand Personality and Perceived Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty in Quick Service Brands

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1051840

Melike GÜLEÇ

Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Pazarlama Bölümü

melikealtingul@hotmail.com

Orcid No: 0000-0002-5188-2360,

Adem UYSAL

Arş. Gör. Dr., Muş Alparslan Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimleri Fakültesi, İşletme Bölümü
a.uysal@alparslan.edu.tr

Orcid No: 0000-0001-7381-3852

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Güleç, M., & Uysal, A. (2023). Hızlı Servis Markalarında Marka Kişiliği ve Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti ve Sadakati Üzerindeki Etkisi. *Alanya Akademik Bakış*, 7(1), Sayfa No.51-76.

ÖZET

Anahtar kelimeler:

Marka Kişiliği,
Algılanan Hizmet
Kalitesi, Müşteri
Memnuniyeti, Müşteri
Sadakati Bileşenleri,
Üniversite Öğrencisi

Makale Geliş Tarihi:

31.12.2021

Kabul Tarihi:

13.01.2023

Çalışmanın amacı, hızlı servis markalarında marka kişiliğinin ve algılanan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine doğrudan ve müşteri sadakati boyutlarına dolaylı etkisini incelemektir. Çalışmanın kapsamına, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesinde eğitim gören ve son 6 ay içinde McDonald's, KFC, Burger King, Arby's ve Popeyes fast food restoran zincirlerini ziyaret ettiğini belirten üniversite öğrencileri dahil edilmiştir. Bu kapsamda, 340 öğrenciden yüz yüze anket yöntemiyle veriler toplanmış, doğrulayıcı faktör analizi ve yol analizi yöntemiyle sonuçlar değerlendirilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, marka kişiliğinin algılanan hizmet kalitesini ve müşteri memnuniyetini pozitif olarak etkilediği bulunmuştur. Ayrıca, algılanan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti; müşteri memnuniyetinin müşteri sadakatleri boyutları üzerinde pozitif yönlü etkiye sahip olduğu saptanmıştır.

ABSTRACT

Keywords:

Brand Personality,
Perceived Service
Quality, Customer
Satisfaction, Customer
Loyalty Dimensions,
Undergraduate

The aim of the study is to examine the direct and indirect effects of brand personality and perceived service quality on customer satisfaction and customer loyalty dimensions in quick service brands. The scope of the study included university students who studied at Istanbul University Business School and stated that they had visited McDonald's, KFC, Burger King, Arby's and Popeyes fast food restaurant chains in the last 6 months. In this context, data were collected from 340 students by face-to-face survey method and the results were evaluated by confirmatory factor analysis and path analysis method. As a result of the analyses, it was found that brand personality positively affects the perceived service quality and customer

satisfaction. In addition, it has been determined that perceived service quality has a positive effect on customer satisfaction and customer satisfaction has a positive effect on customer loyalty dimensions.

1. GİRİŞ

Dünyanın önde gelen fast-food markaları arasında süregelen güçlü rekabet, online siparişin yaygınlaşması, teslimat hizmeti veren uygulama tabanlı şirketlerin katkısı ve gelişmekte olan ekonomilerde fast-food tüketiminin benimsenmesindeki hızlı artış, hızlı servis markalarının öngörülebilir bir şekilde büyümesine olanak tanımaktadır (Slack vd., 2020). Ayrıca, hızlı servis sektöründe yer alan marka sayısının hızla artması, yoğun bir rekabetin oluşmasına neden olmaktadır. Bu süreç hizmet sektörü yöneticilerinin, markalarını yalnızca fonksiyonel niteliklere göre ayırt etmelerini zorlaştırmaktadır. Bu sebeple, sembolik anlamlar giderek daha fazla markaların konumlandırılması ve farklılaştırılması için bir temel oluşturabilmektedir (Siguaw vd., 1999). Bu durum, yöneticilerin markalaşma çabalarında kendi marka kişiliklerini oluşturmaları gerektiğini, böylece kendilerini tüketicinin zihninde konumlandırma ve ayırt etme becerisine sahip markalar yaratmaya yönlendirmektedir (Devlin, 2003). İyi oluşturulmuş bir marka kişiliği tüketicilerin markayı tercih etmelerinde, marka ile tüketiciler arasında daha yüksek duygusal bağ oluşmasında önem kazanmaktadır. Bu bağlamda başarılı bir marka kişiliği oluşturmak hızlı servis sektöründe önemli bir rekabet avantajı sağlamak ve piyasada bulunan rakiplerden ayrışabilmenize imkân tanımaktadır (López-Rodríguez vd., 2020).

Literatürde marka kişiliği tanımlamak için iki yaygın tanım kullanılmaktadır. Aaker (1997, s. 347) marka kişiliğini geniş anlamda “bir markayla ilişkili insan özellikleri seti” olarak tanımlamıştır. Azoulay ve Kapferer’in (2003, s. 151) yaygın olarak kullandığı ikinci tanım, insan kişilik özellikleri ile sınırlıdır: “Markalara uygulanabilen ve markalarla ilgili kişilik özellikleri seti”. Her iki tanımda da tüketicilerin markaları insan olarak gördükleri ve onları insan benzeri özelliklerle ilişkilendirdikleri varsayımı vardır.

Hızlı servis endüstrisi yıllardır tüketicileri sadece fiyat odaklı şartlamıştır. Bu odaklanma, müşteri sadakatini ve firmaların gelirini azaltarak bitmeyen fiyat savaşlarıyla sonuçlanmıştır. Bu sorunla mücadele etmek adına son yıllarda bazı hızlı servis markalarının farklı marka kişilikleri oluşturmayı esas alan iletişim çabalarına yöneldikleri görülmektedir. Bunlardan biri de McDonald’s örneğidir. McDonald’s gerçekleştirilen marka kişiliği oluşturma çabaları sonucunda eğlence ile karakterize edilmektedir (Siguaw vd., 1999). Bazı yazarlar (Ouwensloot ve Tudorica, 2001) işletme yöneticilerinin marka kişiliklerini memnuniyet hedeflerine ulaşmada bir araç olarak düşünmeleri gerektiğini ifade etmişlerdir (Achouri ve Bouslama, 2010).

Fast Food terimi İngilizce’den Türkçe’ye ayaküstü yemek veya hızlı yemek olarak çevrilmekte olup yaygın olarak aynı şekilde kullanılmaktadır. Günümüzde, teknolojinin ve tüketicilerin sosyo-ekonomik koşullarının gelişmesi, çalışma hayatında ise zamanla yarışır duruma gelmesi ile dışarıda yemek yeme alışkanlığı artmıştır. Bu durum da fast food sektörünün tüm dünyada ve Türkiye’de de hızlı bir gelişme göstermesine sebebiyet vermiştir. Bu sektör hâlihazırda tüm dünyada gıda sektöründe en çok gelişen sektör olarak görülmektedir. Bunda ayaküstü yemenin kolay, pratik, hızlı, uygun fiyatlı olmasının ve doyuruculuğunun katkısı büyüktür (Yurtman 2001). Ayrıca ekonomik büyüme ve sosyo-kültürel değişimlere paralel olarak fast-food sektörünün pazar payı hızla artmaktadır. Hızlı tüketim pazar payı oranı 1980’lerde %39 iken 1990’larda %46 olmuştur. 2016 verilerine bakıldığında ise ülkemizde tüketim harcamalarının çok büyük bir kısmı gıda tüketimlerine yapıldığı görülmektedir. Ev dışı tüketim harcamalarının %62’sinin gıda sektöründe yapıldığı ve bu gıda sektöründeki

harcamaların %56'sının restoranlar ile fast-food mekanlarında yapıldığı saptanmıştır*. Artan pazar payı, rekabetin de artmasına yol açmış, ve böylece hızlı tüketim restoranları hizmet kalitelerini arttırarak rekabet etmeyi denemişlerdir (Qin ve Prybutok, 2008). Seidman (2001)'a göre hızlı tüketim sektöründeki tüketicilerin %50'si şikayetlerini dile getirmemekte ve %90'ı rakip firmalara yönelmektedir.

Dolayısıyla, hizmet kalitesini müşterilerin bakış açısıyla anlamak, kuruluşlara bilinçli kararlar alma, dolayısıyla iş performansını artırma, temel yetkinlikleri güçlendirme ve stratejik bir pazar konumuna ulaşma olanağı sağlamaktadır (Cronin ve Taylor 1992). Ayrıca, müşteri perspektifinden algılanan hizmet kalitesi ve algılanan hizmet değeri, rakiplerine karşı hizmet sunumunda rekabet avantajını kazanılmasını kolaylaştırmaktadır (Thongthip ve Polyorat, 2015). Hizmet kalitesi, müşteri memnuniyetini etkileyen en önemli faktörlerden biri olarak görülmektedir (Nguyen vd., 2018; Tran ve Le, 2020). Ayrıca, mükemmel bir hizmet kalitesi aynı zamanda müşteri memnuniyetini artırmakla birlikte, tekrarlanan müşterilere ve artan satışlara, yani daha fazla müşteri sadakatine ve ekonomik getirilere yol açabilmektedir (Yap, vd., 2012; Zhong ve Moon, 2020). Bu açıdan, marka kişiliği değişkeniyle birlikte, algılanan hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve marka sadakati değişkenlerinin bu çalışmaya dahil edilmesine karar verilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkileri ele almanın pazarlama alanındaki gelişmelere katkı sağlayacağı ve hızlı servis hizmetinde faaliyet gösteren marka yöneticilerine öneriler sunabileceği düşünülmektedir.

Bununla birlikte, Eurostat'ın araştırmalarına göre† Türk halkı, Avrupalılara kıyasla haftada 9 saat daha fazla çalışmaktadır. Bu sebeple evde yemek hazırlamak için yeterli zamanları bulunmamaktadır. Yapılan araştırmada Mediabrands/Insigh Research anketine katılanların %45'i de 16-34 yaş aralığındaki kişilerden oluştuğu belirtilmiştir. Tüm bu faktörler, hazır yemek konseptinin Türkiye'deki önemini vurgulamaktadır. Çalışmamız, üniversite öğrencileriyle gerçekleştirmek suretiyle Türkiye'deki genç nüfusu temsil edeceği düşünülmektedir.

Bu açıklamalar doğrultusunda çalışmanın amacı, hızlı servis markalarında marka kişiliği ve algılanan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine doğrudan, marka sadakati boyutlarına dolaylı etkisini incelemektir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde araştırmanın değişkenlerinden algılanan hizmet kalitesi, marka kişiliği, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati kavramlarından bahsedilecektir.

2.1. Marka Kişiliği

Pazarlamacılar marka kişiliğini ürün kategorisinde bir markayı farklılaştırmak için önemli bir yol, tüketicinin ürünü tercih etmesinde ve kullanmasında önemli bir etmen ve markanın farklı kültürlerle sahip pazarlarda var olması durumunda ise ortak bir payda olarak görmektedirler (Aaker, 1997). Bu bağlamda marka kişiliğinin pazarlamacılar için önemi, gün geçtikçe artmaktadır.

Marka kişiliği, marka ile ilgili tüm insani kişilik özellikleri olarak tanımlanabilir. Ayrıca kişilik özellikleri ürüne ilişkin özellikler, ürün kategorisi bileşenleri, marka adı, sembol veya logo,

* <https://ekonomi.haber7.com/ekonomi/haber/2825666-gastronomi-ekonomisi-ara-raporu-yayinlandi>

† <https://worldfood-istanbul.com/Haberler/turkiyede-fast-food-sektoru-buyumeye-devam-ed>

Reklam tarzı, fiyat, dağıtım kanalı sayesinde bir markayla dolaylı olarak ilişkilendirilmektedir (Aaker, 1997).

Siguaw vd.(1999) iyi oluşturulmuş bir marka kişiliğinin tüketicilerin markayı tercih etmelerinde, kullanmalarında, marka ile tüketiciler arasında daha yüksek duygusal bağ oluşmasında, güven ve sadakatin oluşmasında artış sağlayabileceğini ifade etmişlerdir. Markayı başarılı bir şekilde farklılaştırmak için kişilik; özgün, güçlü, çekici ve daimi olmalıdır. Birçok hizmet markası tutarsız, anlamsız veya istenmeyen marka algılamaları ile mücadele etmektedir. Yazarlar hızlı servis (fast-food) endüstrisinin uzun yıllar boyunca tüketicileri yalnızca fiyat odaklı şartladıklarını ve pazarlama faaliyetlerini fiyat odaklı gerçekleştirdiklerini ifade etmişlerdir. Bu odaklanmanın da müşteri sadakatini ve gelirleri azaltarak bitmeyen fiyat savaşlarıyla sonuçlandığı görülmektedir. Bu problemle mücadele etmek için son yıllarda bazı hızlı servis zincirleri, farklı marka kişilikleri oluşturmayı esas alarak, iletişim çabalarına yön vermişlerdir.

Tüketici davranışları alanında marka kişiliği ile ilgili insan özelliklerine atf yapan birçok çalışma bulunmaktadır. Konunun öncülerinden Aaker (1997), marka kişiliğinin tüketicilerin kendilerini ifade etmesine nasıl olanak tanıdığına, ideal benliğe, bir marka kullanarak benlik boyutlarına odaklanmıştır. Ayrıca marka kişiliği ile ilgili sistematik bir ölçek geliştiren yazar yapmış olduğu çalışmada samimiyet, heyecan, yetenek, çok yönlülük ve sertlik olarak beş boyutlu ölçek elde etmiştir.

İzleyen yıllarda Siguaw vd., (1999) genel olarak marka kişilik stratejilerinin ürün ya da hizmetler üzerine odaklandığını ve bu ürün ve hizmetlerin fonksiyonel ve faydacı avantajlarıyla ilişkili olduğunu ifade etmişlerdir. Son yıllarda, marka sayısının çoğaldığını ve rekabetin yoğunlaştığını; bu durumun yöneticilerin markaları yalnızca fonksiyonel niteliklere göre ayırt etmelerini zorlaştırdığını belirtmişlerdir. Baker (2003) da benzer görüşte olup marka kişiliğinin önemini vurgulamış, gelişen teknoloji ve yeterli yatırımlar sayesinde rakip firmaların lider markaları takip edebildiğini ve hatta fonksiyonel özelliklerle onları geçebilmekte olduğunu ifade etmiştir. Bu anlamda markanın biricik olma niteliğini devam ettirebilmesinin bir yolu da markaya müşterilerin bazen fonksiyonel özelliklerden daha çok önemseyebildikleri duygusal değerler yüklemektir. De Chernatony (1999: 159)'e göre marka kişiliği markanın duygusal özelliklerini temsil eder ve işletme yönetiminin temel değerleri ve kültüründen olduğu kadar, konumlandırma faaliyetinden de etkilenen bir yapı sergilemektedir.

Siguaw vd., (1999) hangi restoran markalarının marka kişiliklerinin tüketicilerin zihninde belirgin olduğunu ve farklı biçimde oluştuğunu ortaya koymak amacıyla bir çalışma yapmışlardır. Çalışma sonucunda ise pazarlamacıların, marka tutundurma çalışmalarına yol gösterebileceğini ve markaların kişilik geliştirme ve konumlandırma stratejilerine veri sağlayabileceğini ifade etmişlerdir.

Caprara vd. (2001), bir tüketici açısından psikolojideki beş kişilik özelliğinin markaların kalıcı özelliklerini tanımlamak için bir metafor görevi görebileceğini belirterek 12 kitlesel pazar markası incelemişlerdir. Lii vd. (2004) pazar bölümlenmede, ekonomik otel segmentinde marka kişiliklerinin uygulanabilirliğini ve otel markası kişiliklerinin benzer otel markaları arasında farklılaşp farklılaşmayacağını araştırmak amacıyla bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışmanın sonuçları, ekonomik otel sektöründe marka kişilik boyutlarının açıkça tanımlanabileceğini ve Aaker'in geliştirdiği ölçeğin otel sektörüne uyarlanabileceğini göstermiştir. Geuens vd. (2009) ise farklı ülkeler için geçerli olabilecek daha genel bir marka kişiliği ölçeği geliştirmişlerdir. Bu ölçek 12 öğeden ve etkinlik, sorumluluk, saldırganlık, sadelik, duygusallık olmak üzere 5 boyuttan oluşmaktadır. Marka kişiliği ile ilgili temel olarak

geliştirilmiş ölçeklerin yer aldığı bu çalışmalar dışında daha sonra yeni ölçek geliştirme ve mevcut ölçekleri adapte etmek amacıyla yapılmış pek çok çalışma olduğu görülmektedir.

Siguaw vd. (1999)'ne göre pazarlama yöneticileri uzun bir süre rekabet avantajı elde etmenin bir yolu olarak markalarını diğerlerinden farklılaştırmaya çalışmış, ancak net bir şekilde tanımlanmış marka kişiliğinin geliştirilmesi marka yönetiminin önemli bir hedefi olabileceğini zaman zaman gözden kaçırmışlardır. Her ne kadar hızlı servis sektörü her yıl reklam ve marka imajı oluşturmak ve korumak için milyarlarca doları harcıyor olsa da yazarlar, restoran markalarının kişiliklerinin belirlenmesine ya da hangi marka kişilik boyutlarına göre farklılaştığının incelenmesine yönelik çalışmaların önemli olduğunu ancak yeterli olmadığını ifade etmişlerdir.

2.2. Algılanan Hizmet Kalitesi

Cronin ve Taylor (1992) hizmet kalitesini, beklentilerin performansla karşılaştırılması sonucunda elde edilen tatminle ilgili tutum biçimi olarak tanımlamışlardır. Parasuraman vd. (1988) kalitenin belirsiz ve zor bir yapı olduğunu ve kalite ile onun koşullarının tüketiciler tarafından kolay ifade edilemediğini söylemektedirler. Kavramı ele alırken özellikle kısa tanımlar yapan ve tek boyutlu ölçek kullanan araştırmacılar, kalitenin açıklanmasının ve ölçümünün önemli bir problem olduğunu belirtmişlerdir. Yazarlara göre kalitenin belirleyicileri ve özü tanımlanamaz olabilir ancak firmalar ve tüketiciler için önemi anlaşılır ve nettir. Hizmet sektörünün olağanüstü hızla büyümesine rağmen hizmet kalitesine odaklanan çok az sayıda araştırmacı olduğunu belirtmişler ve model geliştirmek amacıyla bir çalışma yapmışlardır. Daha sonra geliştirdikleri modelden yola çıkarak SERVQUAL ölçeğini geliştirmişlerdir. Ölçek beş boyuttan oluşmaktadır.

SERVQUAL farklı gerekçelerle pek çok araştırmacı tarafından eleştirilmiştir. Hizmet kalitesi alanında çalışma yapan Cronin ve Taylor, hizmet kalitesinin kavramsallaştırılmasını ve ölçülmesini amaçlayarak yeni bir ölçek geliştirmişlerdir. Ayrıca yaptıkları çalışmayla hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve satın alma niyeti arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya çalışmışlardır (Cronin ve Taylor, 1992). SERVPERF ismini verdikleri ölçek, 5 boyuttan oluşmaktadır (Akdere vd., 2020). Bunlar:

- a) Fiziksel Görünüm: fiziksel tesisler, ekipman ve personelin görünümü.
- b) Güvenilirlik: Söz verilen hizmeti güvenilir ve doğru bir şekilde yerine getirebilme yeteneği.
- c) Sorumluluk: Müşterilere yardım etme ve hızlı hizmet sunma istekliliği.
- d) Güvence: Çalışanların bilgisi ve nezaketi ve müşterilere güven ve itimat aşılama yetenekleri.
- e) Empati: Başkalarını önemsemek ve müşterilere bireysel ilgi göstermek.

2.3. Müşteri Memnuniyeti

Pazarlama sektöründe, firmaların uzun dönem hedeflerinden biri de müşteri memnuniyetidir. Bundan dolayı, müşteri memnuniyeti her zaman pazarlama araştırmacıları ve uygulayıcılarının dikkatini çekmiştir (Gupta ve Stewart, 1996). Şiddetli rekabette şirketlerin hayatta kalabilmesi için müşteri memnuniyeti yadsınamaz bir gerçektir. Araştırmalar, müşteri memnuniyetinin, müşterileri tatmin etmek ve onları korumak için uygun maliyet avantajı sağladığını göstermektedir (Sun ve Kim, 2013). Çünkü, yeni bir müşteri kazanmanın parasal ve kaynaklı olarak var olan müşteriden beş kat daha maliyetli olduğu pazarlamada çok bilinen bir gerçektir (Lin ve Wang, 2005). Bu nedenle, müşteri memnuniyetini artırmanın ve müşterileri korumanın

şirketlerin başlıca hayatta kalma stratejisi olabileceğini varsaymak mümkündür (Sun ve Kim, 2013).

Literatürde müşteri memnuniyeti yaygın olarak bir ürünün algılanan performansı ya da sonucuyla ilgili bir karardan kaynaklanan, kişinin duygusal değerlendirmesi olarak tanımlanır (Oliver, 1982). Müşteri memnuniyeti, “müşteri tarafından algılanan ürün/hizmeti ile ürün/hizmetin dayandığı objektif unsurlara bağlı olarak, müşterinin tüketim sonrası deneyimlerini değerlendirmesidir (Oliver, 1997).”

Chen ve Wang (2009), müşteri memnuniyetini, beklentileri önceden belli olan bir tutarlılık değerlendirmesi olarak görmektedir. Buna göre, müşterinin ürün veya hizmete yönelik olumlu değerlendirmesi, bir şirkete ait ürün veya hizmetlerin satın alınmaya devam edilmesinin önemli bir nedeni oluşturmakta, dolayısıyla müşteri sadakatının oluşmasında önem arz etmektedir. Müşteri memnuniyeti bütün işletmeler için gereklidir. Müşteri memnuniyeti, işletmenin reklamını yapmada, sadık müşteriler kazanmada ve işletme başarısını artırarak işletmenin sürekliliğini sağlamada önemli bir rol oynamaktadır.

2.4. Müşteri Sadakati

Yenilikçi ürünlerle hızlı pazar girişlerinin yaşandığı günümüzde var olan ve artan küresel rekabet ortamı ve belirli ürün pazarlarındaki doygunluk durumu, sadakati yönetme görevinin önemini ortaya çıkarmıştır. Yaşamsal bir kavram olan müşteri sadakati son yıllarda işletmeler için geçmişte olduğundan daha fazla önem arz etmektedir. Günümüzde müşterileri kazanılmasının zorlaştığı ve dahası müşteri kaybedilmesinin kolaylaştığı gerçeği bu önemin derecesini göstermektedir.

Literatürde müşteri sadakatının ölçülmesinde farklı değerlendirmeler ve tanımlamalar bulunmaktadır. Sadakat, “bir ürün ve hizmete müşteri olma sıklığı, sürekli olarak aynı markayı ya da ürün ve hizmeti tercih etmek” olarak tanımlanmaktadır (Zeithaml vd, 1996; Dick ve Basu, 1994). Davranışsal ölçütleri dikkate alarak tanımlama yapan Kumar ve Shah (2004)’de bu kavramı, satın alma oranı, satın alma ihtimali ve satın alma sıklığı üzerinden değerlendirmiştir.

Ancak, tekrarlı satın almaların sadakati açıklamakta yetersiz olduğu görüşü dile getirilmiştir (Srinivasan vd., 2002: 42). Yüksek tekrar eden satın almalar durumsal etkilerden kaynaklanabilir veya düşük tekrar eden satın alma basitçe farklı kullanım durumlarını, tüketicinin çeşitlilik isteğini veya marka tercihi konusunda belirsizlikleri olduğunu gösterebilmektedir. Sonuç olarak davranışsal tanımlar, müşteri sadakatının neden ve nasıl geliştiğini ve/veya değiştiğini açıklamada yetersiz olmuştur (Devrani, 2009: 408). Böylece, literatürde sadakatin tutumsal yönünü dikkate alan tanımlamalar yapılmıştır.

Day (1969), müşteri sadakatının güçlü içsel eğilimler tarafından yönlendirilen yeniden satın alma davranışları olduğunu belirtmiştir (akt: Sheth ve Park, 1974). Bu tanımla birlikte müşteri sadakatinde tutumsal yaklaşımın ön plana çıktığını söylemek mümkündür. Jacob ve Chestnut (1978) tarafından yapılan tanıma göre müşteri sadakati; tesadüfi olmayan (bilinçli), davranışsal cevabı olan (istemek yeterli değil, satın alma davranışına da dönüştürülmeli), zamanla kendini tekrarlayan (en az iki farklı zaman diliminde tekrarlanması gerekir), karar verme ünitesi olan (markayı satın alan değil, karar veren önemli) ve bir veya birkaç alternatifli olan (markalar arasında tercih yapma) psikolojik bir fonksiyon sürecidir.

Dick ve Basu (1994)’ya göre müşteri sadakati bireyin nisbi tutumu ile yeniden satın alma davranışı arasındaki ilişkinin gücüdür. Oliver (1999)’a göre seçilmiş üre ya da hizmetin gelecekte sürekli olarak yeniden satın alma veya müşterisi olma konusunda derinden tutulan

sözdür. Dolayısıyla, durumsal etkilerin ve pazarlama çabalarının davranışları değiştirmeye sebebiyet verme olasılığı olsa bile tekrarlı şekilde aynı marka ya da marka grubunun satın alımına sebep olmaktadır.

Knox ve Walker (2001) ise müşteri sadakati kavramına daha dar bir perspektiften bakmışlardır. Müşteri sadakati kavramını, tüketicinin satın alma portföylerindeki bir dizi marka yerine sadece belirli bir markaya olan tutumsal ve davranışsal tepkiler şeklinde tanımlamışlardır.

Müşteri sadakatinin ölçülmesine yönelik çeşitli modeller geliştirilmiştir. En temel modellerin Dick ve Basu ile Oliver tarafından geliştirilen modeller olduğu söylenebilir.

Dick ve Basu (1994), müşteri sadakatini nispi tutum ile yeniden satın alma davranışının ilişkisi olarak tanımlamıştır. Tutumlar nesne değerlendirme işlevi olarak görülebilir. Nispi tutum, nesne ve değerlendirme arasındaki ilişkiyi tanımlamaktadır. Tutumlar davranışlar ile ilişkilidir. Birey bir markaya karşı olumlu bir tutuma sahip olabilir ancak o markayı satın almayabilir. Bu diğer markalara karşı daha güçlü tutumsal sınıra sahip olmasından kaynaklanabilir. Araştırmacılar müşteri sadakatinin ölçülmesine yönelik geliştirdikleri modelde nispi tutum ve satın alma ilişkisi arasında çapraz sınıflandırma yaparak (her ikisinin de düşük veya yüksek olması şeklinde) dört sadakat durumu belirlemişlerdir. Bunlar: sadakatsizlik, sahte sadakat, gizli sadakat ve sadakattir.

Oliver, Dick ve Basu'nun tanımladığı nispi tutumu etkileyen öncüllerden (bilişsel, duygusal ve niyetsel) yola çıkarak, dört aşamalı bir sadakat modeli geliştirmiştir. İlk üç aşama önceki çalışmadaki öncülleri kapsasa da Dick ve Basu'dan farklı olarak dördüncü aşamayı (eylemsel) eklemiştir. Oliver (1999) önceki çalışmalara oranla durumsal etkilerin üzerinde daha fazla durmuş ve süreçsel bir yaklaşım benimsemiştir. Dört sadakat bileşeninden ilki olan bilişsel sadakat, sadakatin ilk aşamasıdır. Bu aşamada bir markanın özellikleri hakkındaki bilgi, onu alternatiflerine göre daha çok tercih edilebilir kılmaktadır (Han vd., 2011). Duygusal sadakat, tüketicilerin bir ürün, hizmet veya marka hakkında memnuniyetini, duygularını ifade etmeleri, olumlu tutumlarını beyan etmeleri ve genel değerlendirmelerini iletmeleridir (Worthington vd., 2010). Niyetsel sadakat, markaya özel bir geri alım taahhüdünü içermektedir (Oliver, 1999). Eylemsel sadakat, markaya yönelik olumlu tutumun ve tekrarlanan satın alma davranışının devam ettiği bileşen olup sadakatin en yoğun aşamasıdır (Han vd., 2011).

Bu çalışmada müşteri sadakati hızlı servis restoranları bağlamında incelenmiştir. Genel olarak müşteri sadakati; literatürde davranışsal, tutumsal ve bunların bir karması biçiminde incelenmiştir. Bu çalışmada da araştırmacılar tarafından genellikle kabul görülen Oliver (1997)'in modeli temel alınarak sadakatin hem tutumsal hem de davranışsal boyutu incelenmiştir. Araştırmanın modeline dahil olan sadakat; bilişsel, duygusal ve niyetsel bileşenleriyle ölçülmüştür.

3. YÖNTEM

Araştırmada yer alan marka kişiliği, algılanan hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati değişkenlerinin bu alanda yapılmış olan bazı çalışmaların yer aldığı bu bölümde ayrıca marka kişiliğini ölçme çalışmalarından, müşteri sadakati ve memnuniyeti arasındaki ilişkiden, müşteri sadakati türlerinden de bahsedilmiştir. Çalışmanın değişkenlerine ilişkin açıklamaların ve literatür bilgilerinin yer aldığı bölümlerden sonra araştırmanın yöntem ve analizlerinden bahsedilecektir.

Araştırmada ana kütleye ulaşmanın zaman ve maliyet bakımından mümkün olamayacağı göz önüne alınarak örnekleme yapma yoluna gidilmiştir. Araştırmanın katılımcılarının

belirlenmesinde örnekleme yöntemi olarak tesadüfi olmayan örnekleme türlerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Birinci veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmış olup yüz yüze anket yönetimiyle 340 katılımcıya ulaşılmıştır. Bu çalışmada kullanılan ölçeklerin geçerliliğini test etmek için doğrulayıcı faktör analizi ve araştırma modelinin hipotezlerinin test edilmesi için de yapısal eşitlik modelinden yararlanılmıştır.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu araştırmanın amacı hızlı servis markalarında marka kişiliğinin ve algılanan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine doğrudan, sadakat boyutlarına dolaylı etkisini incelemektir.

Hızlı servis markalarında alışveriş yapan tüketiciler araştırma kapsamında yer almakta ve araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Çalışma kapsamına, Interbrand tarafında 2016 yılında yayınlanan “En değerli markalar” listesinde yer alan ve Türkiye’de aktif olarak faaliyetlerini sürdürün Burger King, Popeyes, KFC, Arby’s ve ve Mcdonald’s markaları dahil edilmesine karar verilmiştir. Rekabetin bu denli yoğun olduğu fast food sektöründe literatürdeki çalışmalarda dikkate alındığında, marka kişiliği ve hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti için öneminin büyük olduğu düşünülmektedir.

3.2. Araştırmanın Hipotezleri

Margin vd. (2003) ve Lee vd. (2009) yaptıkları çalışmada marka kişiliğinin müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşmışken; Achouri ve Bouslama (2010) marka kişiliği yanı sıra öz imaj uyumun tüketici memnuniyetini ve sadakatin olumlu yönde etkilediğini ifade etmiştir. Bu çalışmalardan yola çıkarak oluşturulan hipotez şu şekildedir:

H₁: Marka kişiliği müşteri memnuniyetini olumlu yönde etkilemektedir.

Bireyler, bir ürün veya hizmetin beklentilerine uygun olup olmadığını belirlemek için algıladıkları kaliteyi kullanmaktadır (Severt vd., 2020). Kalite, memnuniyete yol açan çok boyutlu bir yapıdır ve tüketiciler kaliteyi değerlendirirken memnuniyetleri için gerekli olan tüm faktörleri göz önünde bulundurmaktadır (Hanifati and Salehudin, 2021).

Algılanan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetini olumlu etkilediği yönündeki çalışmalarında Tam (1999) hizmet kalitesinin davranışsal niyet üzerine etkisinin müşteri memnuniyeti vasıtasıyla sağlandığı sonucuna ulaşırken; Brady vd. (2001) hizmet kalitesinin davranışsal niyete etkisi üzerinde tüketicinin memnuniyetinin aracılık etkisi olduğu ve bu ilişkinin kültürler arasında da tutarlı olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Wang ve Yang (2004) ise hizmet kalitesinin, algılanan değer ve tüketicinin algıladığı fedakarlığın memnuniyeti etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.

Nguyen vd. (2018) çalışmaları sonucunda, fast-food endüstrisinde müşteri memnuniyetini sağlamada algılanan hizmet kalitesi boyutlarından somutluk, hızlı yanıt verme ve güvencenin en önemli rol oynadığını ve bunu güvenilirlik ve empatinin izlediğini göstermiştir. Ayrıca, hizmet kalitesinde fiziksel görünümün müşteri memnuniyetinde önemli bir işlev gösterdiği sonucuna ulaşmışlardır. Sukarsa vd. (2022) fast-food endüstrisi için daha verimli ve uygulanabilir olduğu iddia ettikleri SERVPERF ölçeğini kullanarak yaptıkları analiz sonucunda, hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetini önemli ölçüde etkilediğini ortaya koymuştur.

Hızlı servis restoranlarında algılanan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini incelemeye yönelik yaptıkları çalışmada Qin ve Prybutok (2008), hizmet kalitesi

unsurlarından somut unsur, güvenilirlik, empati, güvenlik ve telafi unsurlarının önemli olduğu ve hizmet kalitesi ve gıda kalitesinin, müşteri memnuniyetini belirleyen iki temel değişken olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ryu ve Han (2010) yaptıkları araştırma sonucunda gıda kalitesi, hizmet ve fiziksel çevrenin müşteri memnuniyetinin belirleyici unsurları olduğunu ifade etmişlerdir. Aynı sektörde çalışma yapan Phau ve Ferguson (2013) ise hizmet personelinin ve servis biçiminin müşteri memnuniyetinin en önemli belirleyicisi olduğunu belirtmişlerdir. Yapılmış çalışmalardan yola çıkılarak oluşturulan hipotez şu şekildedir:

H₂: Algılanan hizmet kalitesi müşteri memnuniyetini olumlu yönde etkilemektedir.

Thongthip ve Polyorat (2015) yapmış oldukları çalışmada Aaker (1997) 'ın geliştirmiş olduğu beş marka kişilik boyutunun algılanan hizmet kalitesi ve algılanan hizmet değeri üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Araştırmacılar algılanan hizmet kalitesi ve algılanan hizmet değeri üzerinde yalnızca üç kişilik boyutunun (samimiyet, yetkinlik ve gelişmişlik) etkisinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Samimiyet ve yetkinlik boyutları algılanan hizmet kalitesini ve algılanan hizmet değerini etkilerken, gelişmişlik sadece algılanan hizmet kalitesini etkilemiştir.

Ramaseshan ve Tsao (2007) çalışmalarında, marka kavramlarının marka kişiliği ile algılanan kalite arasındaki ilişkisinde aracılık etkisini araştırmıştır. Altı markanın kullanıldığı analizde, algılanan kaliteyle en güçlü bağlantının marka kişilik boyutlarından heyecan ve çok yönlülük boyutu olduğu görülmüştür. Heyecan ve çok yönlülük boyutları, sırasıyla markaların sembolik ve deneyimsel marka kavramlarına sahip olduğu zaman, algılanan kaliteyle pozitif yönlü ilişkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Tüm bu çalışmalardan yola çıkılarak aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur:

H₃: Marka kişiliği algılanan hizmet kalitesini olumlu yönde etkilemektedir. Müşteri memnuniyetinin müşteri sadakati üzerindeki olumlu etkisini belirlemeye yönelik pek çok çalışma bulunmaktadır (Sivadas ve Baker-Prewitt, 2000; Harris ve Goode, 2004; Helsen, 2006; Ladhari vd., 2008; Rashid vd., 2015).

Memnuniyet ile sadakat boyutları arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalara baktığımızda ise Kwon vd. (2005) müşteri memnuniyetleri ile niyetsel sadakat arasında pozitif ilişki gözlemlemişken; Back ve Parks (2003) ile Uygur ve Küçükergin (2011) müşteri memnuniyetinin bilişsel sadakat üzerinde doğrudan etkisi olduğunu ifade etmiştir.

Müşteri memnuniyetinin davranışsal sadakat üzerindeki etkisini incelemeye yönelik yaptıkları çalışmada Çatı ve Koçoğlu (2010) müşteri memnuniyeti ile davranışsal sadakat arasındaki ilişkiyi ortaya koyarken; Ryu vd. (2012) davranışsal sadakatin oluşmasında memnuniyetin önemini tespit etmiştir. Tüm bu çalışmalardan yola çıkılarak aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

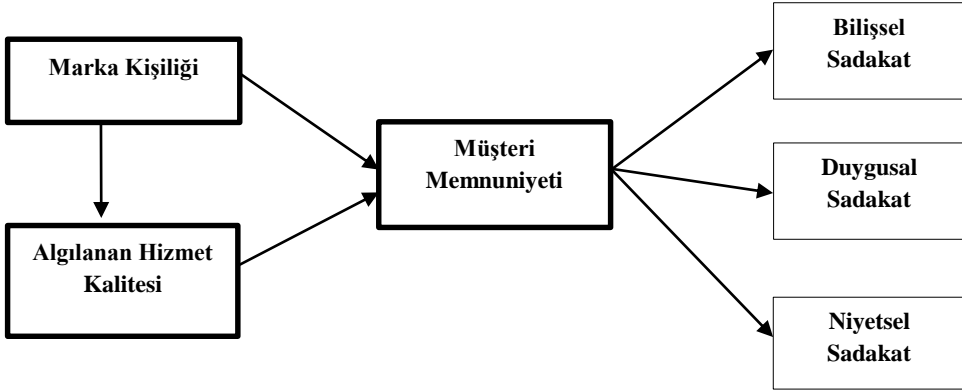
H₄: Müşteri memnuniyeti bilişsel sadakati olumlu yönde etkilemektedir.

H₅: Müşteri memnuniyeti duygusal sadakati olumlu yönde etkilemektedir.

H₆: Müşteri memnuniyeti niyetsel sadakati olumlu yönde etkilemektedir.

3.3. Araştırma Modeli ve Değişkenleri

Araştırmada yer alan değişkenler marka kişiliği, algılanan hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakattir. Araştırmanın modelinin oluşturulmasında Haris ve Goode (2004), Ladhari vd. (2008), Lee vd (2009), Achour ve Bouslama (2010), Ryu ve Han (2010), Picon vd., (2013) ve Rashid vd. (2015)'nin yapmış oldukları çalışmalarda geliştirdikleri modellerden yararlanılmıştır. Araştırmanın modeli aşağıdaki gibidir.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Marka kişiliği değişkenini ölçmek için Geuens, vd. (2009)'nin geliştirmiş olduğu marka kişiliği ölçeğinden yararlanılmıştır. Ölçek 12 ifadeden oluşmaktadır. Hizmet kalitesi için Cronin ve Taylor (1994)'ın geliştirmiş olduğu SERVPERF ölçeğinden yararlanılmış olup ölçek 21 ifadeden oluşmaktadır. Müşteri memnuniyeti için 3 ifadeden oluşan Levesque ve McDougall (1996)'ın tarafından geliştirilen memnuniyet ölçeğinden yararlanılmıştır. Müşteri sadakati için de Back ve Parks (2003) ile Han ve Hyun (2012) geliştirmiş oldukları ölçeklerden yararlanılmıştır. Ölçek 10 ifadeden oluşmaktadır.

3.4. Örneklem Süreci

Çalışmanın ana kümesini İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesinde eğitim gören ve son 6 ay içinde McDonald's, KFC, Burger King, Arby's ve Popeyes fast food restoran zincirlerini ziyaret ettiğini belirten üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Ana kütenin tümüne ulaşmanın zaman ve maliyet bakımından mümkün olmayacağı göz önüne alınarak örneklem yapma yoluna gidilmiştir. Araştırmanın katılımcılarının belirlenmesinde örneklem yöntemi olarak tesadüfi olmayan örneklem türlerinden iki aşamalı kotalı örneklem yöntemi kullanılmıştır. Kota örnekleme, iki aşamalı bir yargısal örnekleme olarak görülebilir. İlk aşama, ana kütenin kontrol kategorisini (kotasını) oluşturmaktan ibarettir. İkinci aşamada, örnek birimleri kolayda ya da yargısal örnekleme esaslarına göre belirlenir (Nakip ve Yaraş,2016). İlk aşama olarak, İstanbul Üniversitesi Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı'ndan alınan bilgiler doğrultusunda İşletme Fakültesi öğrenci sayısı belirlenmiştir.

Ana küleye uygun örneklemin tespitine yönelik aşağıdaki formül kullanılmıştır.

$$n = \frac{\pi(1 - \pi)}{(e/z)^2}$$

Yukarıdaki formül kullanılarak uygulamada değişik ana kütle büyüklükleri (N) ve farklı tolerans düzeyleri (e) için belirli güven sınırları (z) ve ana kütle varyansı varsayılarak % 95 güven sınırları ve 0.21 varyans için alternatif örnek büyüklüğü 291 olarak hesaplanmıştır (Kurtuluş, 2008: 93). Örnekleme, öğrencilerin sınıf ve cinsiyet dağılımına göre oluşturulmuştur. Bu doğrultuda, çalışmada toplam 340 öğrenciden veri elde edilmiştir. İkinci aşama olarak, kotalar dikkate alınarak örnek birimleri kolayda örnekleme esasına göre belirlenmiştir.

Anket çok az zaman içerisinde az bir maliyetle çok sayıda bireyden bilgi toplama imkânı tanımaktadır (Baş, 2008:199). Ayrıca, anket tekniği hedef kitlesinden küçük bir örnek grubu

üzerinde çalışan araştırmacıya, belirlediği hedef kitle hakkında genelleme yapılabilmesine kolaylık sağlamaktadır (Leon vd., 2003).

Araştırma ile ilgili veri toplamadan önce anket formunda yer alan ölçekleri değerlendirmek için ön çalışma yapılmıştır. Ayrıca ön çalışma kapsamında ölçeklerin geçerliliği, markaları tanıyan ve kullanan 25 kişiden oluşan bir örnekleme test edilmiştir. Bu süreçte anlaşılmayan veya yanlış anlaşılan madde ifadeleri tespit edilerek yeniden düzenlenmiş, ölçek ifadelerinin uyumluluğu da değerlendirilmiştir.

Anket formunda 3 bölüm yer almaktadır. Birinci bölümde araştırmaya katılan tüketicilerin KFC, McDonald's, Burger King, Arby's ve Popeyes markalarından satın alma sıklığına ve bu markalardan hangisini öncelikli olarak tercih ettiklerine dair ifadelerin yanı sıra her ay aylık gelirinin ne kadarını bu markalardan satın almaya harcadıklarına dair ifadeler bulunmaktadır. İkinci bölümde ise marka kişiliğini, algılanan hizmet kalitesini, müşteri memnuniyetini ve müşteri sadakatini belirlemeye yönelik ifadeler yer almaktadır. Katılımcılardan bu ifadelere katılma dereceleri 5'li Likert ölçeğine göre cevaplamaları istenmiştir. Anketin üçüncü bölümünde ise cevaplayıcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik ifadeler bulunmaktadır. Anketler uygulanırken cevaplayıcılardan en çok tercih ettikleri markaları göz önünde bulundurarak ifadeleri değerlendirmeleri istenmiştir.

4. VERİLERİN ANALİZİ

4.1. Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmaya katılan tüketicilerin restoranları ziyaret süreleri, restoranlara gitme sıklıkları, restoranlarda harcadıkları aylık para miktarı, en fazla tercih ettikleri hızlı servis markası ve sosyo-demografik özelliklerine ilişkin dağılımları aşağıdaki gibidir.

Tablo 1 incelendiğinde, en fazla ziyaret edilen markanın Burger King olduğu, katılımcılar tarafından en az ziyaret edilen markanın ise Arby's olduğu gözükmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Restoranları Ziyaret Süreleri

	HİÇ ziyaret etmedim	1 yıldan az	1 yıl	1 yıldan çok - 2 yıldan az	2 yıl	2 yıldan çok - 3 yıldan az	3 yıl	3 yıldan çok
	Yüzde (%)							
McDonald's	15,0	34,1	7,4	4,1	3,2	2,1	5,0	29,1
KFC	25,0	25,6	10,6	6,8	5,3	5,6	1,5	19,7
Burger King	3,8	38,8	8,8	2,6	2,6	4,7	3,5	35,0
Arby's	44,4	22,1	7,4	5,9	3,8	2,9	2,1	11,5
Popeyes	29,7	28,5	9,7	5,3	6,8	2,6	2,6	14,7

Tablo 2 incelendiğinde katılımcıların restoran ziyaret sıklıkları açısından tüm restoranlara çok sık giden, nadiren giden ve hiç gitmeyen katılımcılar bulunmaktadır. Ancak restorana çok sık

gittiğini ifade eden katılımcıların çoğunluğunun (%52,6) Burger King'i tercih ettiği ve tercih sıklıkları arasında en az payın Arby's'e ait olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Katılımcıların Restoranları Ziyaret Sıklıkları

	Çok sık		Nadiren		Hiç	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
McDonald's	118	34,7	164	48,2	58	17,1
KFC	82	24,1	153	45,0	105	30,9
Burger King	179	52,6	138	40,6	23	6,8
Arby's	39	11,5	134	39,4	167	49,1
Popeyes	64	18,8	156	45,9	120	35,3

Tablo 3 incelendiğinde, katılımcıların restoranlarda aylık harcama oranı, her gelir grubunda harcamanın olduğu ve çoğunluğunun (%34,9) 76-100 TL arası harcama kaleminde olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Katılımcıların Tüketim Alışkanlıkları

Her ay gelirinizin ne kadarını bu restoranlarda harcarsınız?	Frekans	Yüzde	En fazla kullandığımız hızlı servis (fast-food) markası hangisidir?	Frekans	Yüzde
10-25 TL	49	0	McDonald's	94	27,6
26-50 TL	98	11,3	KFC	49	14,4
51-75 TL	82	24,7	Burger King	164	48,2
76-100 TL	53	34,9	Arby's	16	4,7
100 TL ve üzeri	58	29,1	Popeyes	17	5,0
Toplam	340	100,0	Toplam	340	100,0

Ayrıca, araştırmaya katılan tüketicilerin hızlı servis markası tercihleri kıyaslandığında, Burger King' i tercih eden tüketicilerin oranının en fazla olduğu (%48,2) görülmektedir. Bu markayı sırasıyla, McDonald's (%26,7), KFC (%14,4), Popeyes (%5,0) ve Arby's (%4,7) tercihi takip etmektedir.

Tablo 4. Araştırmaya Katılan Tüketicilerin Demografik Özellikleri

Ailenin Aylık Toplam Geliri	Frekans	Yüzde	Sınıf	Frekans	Yüzde
2.000 TL ve altı	86	25,3	500 TL ve altı	123	36,2
2.001-4.000 TL	135	39,7	501-1.000 TL	113	33,2
4.001-6.000 TL	68	20,0	1.001-1.500 TL	57	16,8
6.001 ve üstü	51	15	1.501 TL ve üstü	47	13,9
Yaş Grupları	Frekans	Yüzde	Meslek	Frekans	Yüzde
18-25	288	84,7	1.Sınıf	86	25,3
26-41	52	15,3	2.Sınıf	70	20,6
			3.Sınıf	65	19,2
			4.Sınıf	119	34,9

Cinsiyet	Frekans	Yüzde	Aylık Para Miktarına Yönelik Değerlendirmeler	Frekans	Yüzde
Kadın	156	40,9	Temel İhtiyaçlarımı Karşılama Yeterli	185	54,4
Erkek	184	60,1	Ek Gelire İhtiyaç Duyuyorum	103	30,3
			Temel İhtiyaçlarımı Karşılıyıp Tasarruf Yapabiliyorum	52	15,3

Tablo 4 incelendiğinde araştırmaya katılan tüketicilerin kadın ve erkek dağılımı (%40; %60) olduğu, yaş aralıkları açısından çoğunluğunun (%84,7) 18-25 yaş arasında yer aldığı, bireysel gelir olarak her gelir grubunda katılımcıların olduğu ve aile gelirleri açısından çoğunluğunun (%64) 4.000 TL altı gelire sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca katılımcıların büyük bir kısmının (%54,4) aylık elde ettikleri para miktarının temel ihtiyaçları karşılamaya yeterli ve %30,3 'ünün ise ek gelire ihtiyaç duyduğunu belirtmiştir. Bununla birlikte, katılımcıların sınıf dağılımlarına bakıldığında ana kütlelin kontrol kotasının dikkate alınarak katılımcılara ulaşıldığı tespit edilmiştir.

4.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ölçme modellerinin tahmini veriyle uyumlu olup olmadığını ya da ölçme modellerinin doğruluğunu tespit etmek amacı ile geliştirilmiş çok değişkenli istatistik yöntemlerinden biridir (Yılmaz ve Çelik, 2009). Daha önceden belirlenen yapıyı doğrulamada yararlanılan doğrulayıcı faktör analizinde modelin elde edilen veriyi iyi açıklayıp açıklamadığı uyum iyiliği indeksleri ile belirlenmektedir. Modelin kabul ve reddedilme kararının verilmesini sağlamada uyum iyiliği indekslerinden yararlanılmaktadır (Şimşek, 2007: 13).

Uygulanan yapısal eşitlik modellemesinde ilk adım olarak doğrulayıcı faktör analizi yardımıyla araştırmanın ölçüm modeli incelenmiştir. Bu kapsamda, hizmet kalitesine ait boyutlardan fiziksel görünüm boyutu 5 değişken, güvenilirlik boyutu 5 değişken, sorumluluk boyutu 3 değişken, güven boyutu 4 değişken, empati boyutu 4 değişken; marka kişiliğine ait boyutlardan sorumluluk boyutu 3 değişken, hareketlilik boyutu 3 değişken, saldırganlık boyutu 2 değişken, sadelik boyutu 2 değişken, duyarlılık boyutu 2 değişken; müşteri memnuniyeti 3 değişken, müşteri sadakatine ait boyutlardan bilişsel sadakat boyutu 4 değişken, duygusal sadakat boyutu 3 değişken ve niyetsel sadakat boyutu 3 değişken, olmak üzere toplamda 46 değişken DFA'ya dahil edilmiştir.

Doğrulayıcı faktör analizi sonucu model kapsamında yer alan toplam 46 değişkene ait model uyum değerlerinin kabul edilebilir düzeyde çıkmadıkları tespit edilmiştir. Ayrıca, Hair vd. (2010: 708) standartlaştırılmış faktör yüklerinin en az 0,50 ve üstünde, ideal olarak ise 0,70 ve üstünde bir değere sahip olması gerektiğini ifade etmektedirler. Standartlaştırılmış faktör yükleri incelendiğinde, yükü 0,50'nin altında olan değişkenler gözlemlenmiştir. Bu değişkenlerin modelden çıkarılması gerekmektedir. Standartlaştırılmış faktör yükü 0,50'nin altında olan değişkenlerin modelden çıkarılması, modelin uyum iyiliği değerlerini yükseltmesi beklenmektedir.

Tablo 5'te elde edilen verilere bakıldığında standartlaştırılmış faktör yükü 0,50'nin altında değişkenler ölçüm modelinden çıkarıldıktan sonra, her bir gizli ve gözlenen değişkenin SRA değerlerinin yüksek çıktığı görülmektedir. Ölçüm modelindeki tüm gözlenen değişkenlerin

faktör yükleri (standartlaştırılmış yükler) için hesaplanan t değerlerinin, kritik t değerinden (0,05 anlamlılık düzeyinde kritik t değeri 1,96) yüksek olduğu görülmektedir.

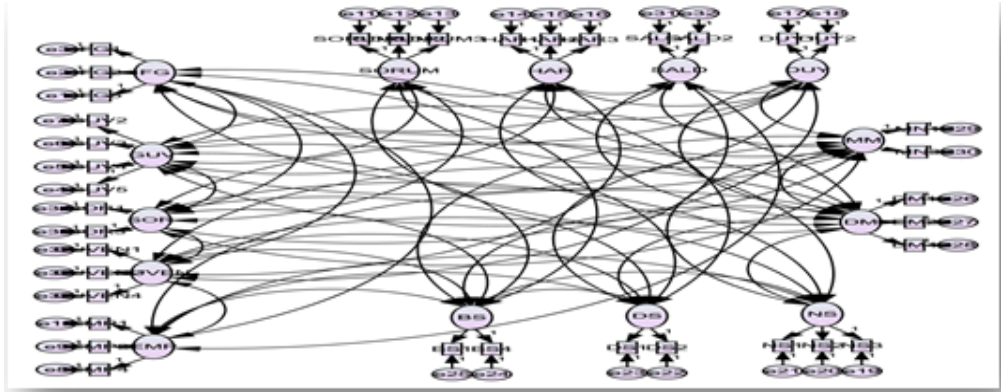
Ayrıca, AVE ve CR değerleri kontrol edilerek, çalışmada yakınsama geçerliliğine bakılmıştır. Hair vd. (2010:666)'ne göre yakınsama geçerliliğinde CR (Birleşik Güvenlilik) değerinin 0,70'ten AVE (Açıklanan Ortalama Varyans) değerinin de 0,50'den büyük olması gerekmektedir. Çalışmada yakınsama geçerliliği de sınanmış olup bunun için AVE ve CR değerlerine bakılmıştır. Tablo: 5'te görüldüğü üzere ilgili gizil değişkenlerin büyük çoğunluğunun 0,50 değerinin üzerinde ya da 0,50 değerine oldukça yakın AVE değerlerine sahip olduğu gözlenmektedir. AVE değeri 0,50'ye oldukça yakın değerler (0,44 vb.) alan değişkenlerin modelde yer almasında bir sakınca bulunmadığı ifade edilebilir (Kolar ve Zabkar, 2010: 658). Hizmet kalitesine ait sorumluluk boyutu, bilişsel sadakat değişkeninin (0,34; 0,35) 0,50'nin oldukça altında olduğu görülmektedir. Ancak öngörülen ölçüm modelinin bütün yapısını bozmamak adına, AVE değeri düşük olmasına rağmen, her iki değişkeninin modelde yer almaya devam etmesine karar verilmiştir (Nasri ve Charfeddine, 2012 akt: Kurtuldu,2016: 176).

Tablo 5. Araştırma Ait Ölçüm Modeline İlişkin Sonuçlar

Değişkenler ve Maddeler	Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları	t	A.D*	Birleşik Güvenlilik (CR)	Ortalama Açıklanan Varyans (AVE)
HİZMET KALİTESİ BOYUTLARI					
Fiziksel Görünüm Boyutu				0,78	0,54
FG1	0,833	-	0,000		
FG2	0,848	15,517	0,000		
FG5	0,500	8,995	0,000		
Güvenlilik Boyutu				0,76	0,44
GUV2	0,657	10,353	0,000		
GUV3	0,663	-	0,000		
GUV4	0,652	10,276			
GUV5	0,705	10,976	0,000		
Sorumluluk Boyutu				0,51	0,34
S1	0,593	-	0,000		
S3	0,582	9,040	0,000		
Güven Boyutu				0,84	0,64
GÜVEN1	0,809	-	0,000		
GÜVEN 2	0,890	17,660	0,000		
GÜVEN 4	0,699	13,526			
Empati Boyutu				0,55	0,35
EPT1	0,547	-	0,000		
EPT2	0,544	11,287			
EPT3	0,537	8,697	0,000		
MARKA KİŞİLİĞİ BOYUTLARI					
Sorumluluk Boyutu				0,86	0,68
SORUM1	0,733		0,000		
SORUM2	0,900	15,867	0,000		
SORUM3	0,840	15,057	0,000		
Hareketlilik Boyutu				0,85	0,66
HAR1	0,754		0,000		
HAR2	0,839	14,569	0,000		

HAR3	0,842	13,072			
Saldırganlık Boyutu				0,78	0,65
SALD1	0,743		0,000		
SALD2	0,868	13,889	0,000		
Duyarlılık Boyutu				0,80	0,66
DUY1	0,808	-	0,000		
DUY2	0,827	8,524	0,000		
MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ				0,75	0,60
MM1	0,723	-	0,000		
MM3	0,821	8,825	0,000		
MÜŞTERİ SADAKATI BOYUTLARI					
Bilişsel Sadakat Boyutu				0,52	0,35
BS1	0,615	-	0,000		
BS4	0,557	9,415			
Duygusal Sadakat Boyutu				0,69	0,51
DS1	0,718		0,000		
DS2	0,714	10,987	0,000		
Niyetsel Sadakat Boyutu				0,81	0,60
NS1	0,795	-	0,000		
NS2	0,838	15,603	0,000		
NS3	0,668	12,289	0,000		

Araştırmanın nihai ölçüm modelini elde edebilmek ve modeldeki iyileşmeleri görebilmek amacıyla yeniden doğrulayıcı faktör analizi (ölçüm modeli) yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda oluşan, araştırmanın nihai ölçüm modeli Şekil 2'deki gibidir.



Şekil 2. Doğrulayıcı Faktör Analizi Modeli

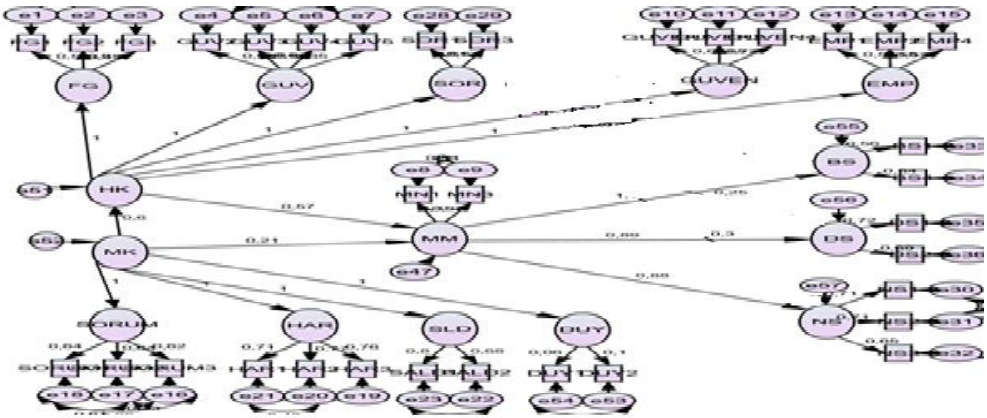
Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda, gerekli olan modifikasyonlar yapılmış, istatistiki bakımdan uygun olmayan marka kişiliği ölçeğinden 2 değişken, algılanan hizmet kalitesi ölçeğinden 6 değişken, müşteri memnuniyeti ölçeğinden 1 değişken ve son olarak marka sadakati ölçeğinden 3 değişken elenmiştir. Modifikasyon sonrası model uyum değerleri literatürde belirtilen sınır değerleri açısından değerlendirilmiştir (Hair vd., 2010) Uyum indeksleri incelendiğinde; χ^2/sd (2,119), RMSEA (0,057), NFI (,868), GFI (,903), CFI (0,905) ve AGFI (0,856) değerlerinin iyi ve kabul edilebilir uyum değerlerine sahip olduğu

görülmüştür (Hair vd., 2010). Sonuç olarak, gerek model uyum istatistikleri, gerekse diğer değerler doğrultusunda ölçüm modelinin bir bütün olarak uygun olduğuna ve çalışmanın sonraki bölümünde bu ölçüm modeli yapısının kullanılmasına karar verilmiştir.

4.3. Yapısal Eşitlik Modeli

Ölçüm modeliyle birlikte verilerin geçerlilik ve güvenilirliği sağlandıktan sonra, araştırma modeline ait hipotezleri test etmek için yapısal model kullanılmıştır

Yol analizine geçmeden önce, hizmet kalitesi ve marka kişiliği boyutlarını temsil eden ifadelerinin yapısal geçerliliğini test etmek adına, ikinci düzey DFA uygulanmıştır. İkinci düzey DFA faktör uygulamalarında; gizil değişkenlerin başka bir gizil değişkenin alt boyutu olarak kurgulandığı ölçüm modelleridir (Yılmaz ve Çelik 2013). Böylece, gözlenen değişkenler birden fazla birbiriyle bağlantısız boyut altında toplandıktan sonra, bu boyutlarda daha geniş ve kapsayıcı bir boyut altında birleşir (Karagöz, 2016:1039). Dolayısıyla, hizmet kalitesine ait beş boyut ve bu boyutlara bağlı değişkenlerin hepsi bir hizmet kalitesi gizil değişkenine ve marka kişiliğine ait beş boyut ve bu boyutlara bağlı değişkenlerin hepsi bir marka kişiliği gizil değişkenine bağlanmıştır. Yol analizi sonucunda oluşan model Şekil 3'teki gibidir.



Şekil 3. Yol Analizi

Yapılan analiz sonucunda elde edilen değerler şu şekildedir: χ^2/sd (2,521), RMSEA (0,067), NFI (,869), GFI (,901), CFI (0,903) ve AGFI (0,851). Analiz sonucuna bakıldığında, model ile veri arasındaki uyumu gösteren değerlerin elde edildiği belirlenmiştir (Hair vd., 2010:643).

Tablo 6. Araştırma Modeline İlişkin Standardize Edilmiş Regresyon Katsayıları

			SRA	Standart Hata	t değeri	AD*
Hizmet Kalitesi	<--	Marka Kişiliği	0,597	0,084	7,493	***
Müşteri Memnuniyeti	<--	Marka Kişiliği	0,209	0,050	2,617	***
Müşteri Memnuniyeti	<--	Hizmet Kalitesi	0,567	0,073	4,570	***
Bilişsel Sadakat	<--	Müşteri Memnuniyeti	0,362	0,303	5,370	***
Duygusal Sadakat	<--	Müşteri Memnuniyeti	0,250	0,293	5,412	***
Niyetsel Sadakat	<--	Müşteri Memnuniyeti	0,301	0,297	5,399	***

Şekil 3'te elde edilen sonuçlara göre marka kişiliğinin hizmet kalitesini ($\beta_1=0,597$) ve müşteri memnuniyeti üzerinde pozitif yönlü etkiye ($\beta_2=0,209$) sahip olduğu bulunmuş ve araştırmanın H_1 ve H_2 hipotezi desteklenmiştir. Ayrıca, hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerinde pozitif etkiye ($\beta_3=0,567$) sahip olduğu sonucuna ulaşılmış ve araştırmanın H_3 hipotezi desteklenmiştir. Bununla birlikte, müşteri memnuniyetinin bilişsel, duygusal ve niyetsel sadakat boyutları üzerinde pozitif etkiye ($\beta_3=1,09$; $\beta_3=0,886$; $\beta_3=0,877$) sahip olduğu görülmüş ve araştırmanın H_4 , H_5 ve H_6 hipotezleri de desteklenmiştir.

Tablo 7. Hipotez Testi Sonuçlarının Özet Gösterimi

Hipotezler		Tahmin	
H1: Marka kişiliği müşteri memnuniyetini olumlu yönde etkilemektedir.	MK → MM	0,230	Kabul
H2: Algılanan hizmet kalitesi müşteri memnuniyetini olumlu yönde etkilemektedir.	HK → MM	0,554	Kabul
H3: Marka kişiliği algılanan hizmet kalitesini olumlu yönde etkilemektedir.	MK → HK	0,599	Kabul
H4: Müşteri memnuniyeti bilişsel sadakati olumlu yönde etkilemektedir.	MM → BS	1,094	Kabul
H5: Müşteri memnuniyeti duygusal sadakati olumlu yönde etkilemektedir.	MM → DS	0,878	Kabul
H6: Müşteri memnuniyeti niyetsel sadakati olumlu yönde etkilemektedir.	MM → NS	0,866	Kabul

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Her geçen gün artan yoğun rekabet ortamı, hızlı servis sektöründe yer alan markalar için de bir sorun olmakta ve yeni pazarlama stratejilerinin geliştirmesini zorunlu kılmaktadır. Markaları sadece fonksiyonel özellikleriyle tanıtarak yoğun rekabet ortamında mücadele etmek zor gözükmektedir. Çünkü ürün ve markaların fonksiyonel özelliklerinin taklit edilerek farklı bir marka olarak piyasaya sürülmesi günümüz koşullarında oldukça yaygındır. Markanın özgün sembolik anlamlar taşıyarak tüketici zihninde farklılaşması bu taklitlerle mücadele etmek açısından önem arz etmektedir. Tüketici zihninde markanın farklı bir konum edinmesi rekabet avantajı sağlaması açısından önemli olmaktadır. Ayrıca, tüketicilerin markaya yönelik algıladıkları hizmet kalitesi, markaların farklılaşması ve müşteri memnuniyetinin sağlanması açısından önemlidir.

Bu çalışmada, marka kişiliği, algılanan hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve marka sadakati değişkenleri yer almıştır. Çalışmada hızlı servis markalarında marka kişiliğinin ve algılanan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetini doğrudan, marka sadakat boyutlarına dolaylı etkisini incelenmiştir. Çalışmanın ana küntesini İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesinde eğitim gören ve son 6 ay içinde Burger King, Popeyes, KFC, Arby's ve McDonald's fast food restoran zincirlerini ziyaret ettiğini belirten üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Katılımcılardan en çok tercih ettiği hızlı servis markasını (McDonald's, KFC, Burger King, Popeyes ve Arby's) düşünerek marka kişiliği ve algılanan hizmet kalitesi bağlamında anket formundaki soruları değerlendirmeleri istenmiştir.

Çalışma sonuçlarına göre, marka kişiliğinin algılanan hizmet kalitesi üzerinde pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Buna göre, markalar için önemli bir sembolik nitelik olma özelliği taşıyan ve onu diğer tüm markalardan ayıran marka kişiliğinin söz konusu markaya ilişkin hizmet kalitesinin olumlu değerlendirilmesine öncülük ettiği saptanmıştır. Bu çalışmamızda, marka kişiliği ve algılanan hizmet kalitesi arasındaki ilişki bağlamında elde edilen sonuçlar benzer çalışma ile uyum göstermektedir (Thongthip ve Polyorat, 2015)

Bununla birlikte, araştırma sonuçlarına göre, marka kişiliğinin ve hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetini olumlu yönde etkilediğini görülmüştür. Marka kişiliğinin müşteri memnuniyetini %23 oranında açıkladığını ve algılanan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetindeki değişimin %55,4'ünü açıkladığı bulunmuştur. Bu bulgular literatürdeki diğer çalışmaların bulguları ile tutarlılık göstermektedir (Margin vd., 2003; Lee vd., 2009; Qin ve Prybutok, 2009; Ryu ve Han, 2010). Elde edilen bulgular irdelendiğinde, hızlı servis sektöründe önemli bir rekabet avantajının kazanılmasında önem arz eden başarılı bir şekilde oluşturulmuş marka kişiliği, piyasada bulunan rakiplerinizden ayrışabilmenize imkân tanımakla birlikte marka ile tüketiciler arasında daha yüksek duygusal bağ oluşmasında, yani memnuniyet ve sadakatin oluşmasında artış sağlayabildiğini göstermektedir. Ayrıca, tüketici nezdinde hizmet kalitesindeki olumlu izlenim, müşteri memnuniyetinin oluşmasında önemli anahtarlardan biri olduğu bu çalışmada görülebilmektedir.

Ayrıca, son olarak sonuçlar, müşteri memnuniyetinin marka sadakati boyutlarından bilişsel sadakat, duygusal sadakat ve niyetsel sadakati pozitif yönde etkilemekte olduğunu göstermiştir. Çok sayıda teorik ve ampirik pazarlama çalışması, müşteri memnuniyetin birçok sektörlerde olduğu gibi, hızlı servis restoranlarında da marka sadakatinin oluşumunda en önemli kriterlerden biri olduğunu göstermiştir (Back ve Parks, 2003; Kwon vd. 2005; Çatı ve Koçoğlu, 2010). Buna göre, çalışmamız fast-food markalarına ilişkin memnuniyetin davranışsal ve tutumsal olarak söz konusu markalara karşı sadakat beslenmesinde etkili bir faktör olduğunu göstermiştir.

Araştırmadan elde edilen bulgular firmalara da birtakım öneriler sunmaktadır. Marka kişiliği, marka kimliğinin önemli bir parçası olarak markayı rakiplerinden farklı kılmaktadır. Herhangi bir rakipten ayıracak özellikleri barındırması açısından, markanın kendine özgü bir kişiliğe sahip olması gerekmektedir. Bununla birlikte, günümüzde marka kişiliği belirgin olarak tanımlanmış olan markalarda mevcut marka kişiliğini, zaman ve her mekâna yayarak bunun sürdürülmesi gerektiği görülmektedir. İletişim ve pazarlama karmalarında marka kişiliğini sürekli olarak yansıtmak önemlidir. Ayrıca, tüketicinin markaya yönelik algıladığı kalitenin belirginliği, tüketici nezdinde memnuniyet yaratması ve markaya yönelik davranışsal niyetlerin gelişmesine öncülük edecektir .

Çalışmanın üniversite öğrencilerine yönelik yapılması katılımcıların belirli yaş ve gelir dağılımında olması sebebiyle çalışmanın kısıtlarından birini oluşturmaktadır. Ayrıca yalnızca İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesinde eğitim gören öğrencilerden veri toplanmış olması da çalışmanın bir diğer sınırlılığıdır. Çalışmada Burger King, Popeyes, KFC, Arby's ve ve Mcdonald's gibi fast food markalarının ele alınmış olması da bir diğer kısıt olarak ifade edilebilir. Gelecekte bu alanda çalışma yapmak isteyen araştırmacılara bu hızlı servis markalarına ek olarak yaygın başka yabancı veya Türk markalarının da ele alınmasının daha kapsamlı sonuçlar vereceği öngörülebilir. Hatta yabancı ve Türk markaları çalışmaya dahil ederek ülke menşei gibi farklı değişkenlerle ele alınıp karşılaştırma yapılabilir. Ayrıca örnek grup olarak üniversite öğrencileri yerine genel tüketici grubu hedef alınabilir. Çalışmada ele alınmış olan modelin farklı sektörlerde yer alan markalar için ele alınması da literatüre ayrıca katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- ACHOURI, M. A., & BOUSLAMA, N. (2010). The Effect of the Congruence between Brand Personality and Self-Image on Consumers' Satisfaction and Loyalty: A Conceptual Framework. *IBIMA Business Review*.
- AAKER, J. L. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of marketing research*, 347-356.
- AKDERE, M., TOP, M., & TEKİNGÜNDÜZ, S. (2020). Examining patient perceptions of service quality in Turkish hospitals: The SERVPERF model. *Total quality management & business excellence*, 31(3-4), 342-352.
- BACK, K., & PARKS, S.C. (2003). A Brand Loyalty Model Involving Cognitive, Affective, and Conative Brand Loyalty and Customer Satisfaction. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 27(4), 419-435
- BAŞ, T (2008). Anket: anket nasıl hazırlanır? anket nasıl uygulanır? anket nasıl değerlendirilir? 2. cilt/Seçkin Yayıncılık (yayınları): Araştırma yöntemleri dizisi. Ankara.
- BRADY, M. K., ROBERTSON, C. J., & CRONIN, J. J. (2001). Managing behavioral intentions in diverse cultural environments: An investigation of service quality, service value, and satisfaction for American and Ecuadorian fast-food customers. *Journal of International Management*, 7(2), 129-149.
- BURNHAM, T. A., FRELS, J. K., & MAHAJAN, V. (2003). Consumer switching costs: a typology, antecedents, and consequences. *Journal of the Academy of marketing Science*, 31(2), 109-126.
- CHI, C. G. Q., & QU, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism management*, 29(4), 624-636.
- CRONIN JR, J. J., & TAYLOR, S. A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality. *The Journal of Marketing*, 125-131.
- CRONIN JR, J. J., & TAYLOR, S. A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *The journal of marketing*, 55-68
- DAY, G. S. (1969), "A Two Dimensional Concept of Brand Loyalty" *Journal of Advertising Research*, 35, 45-56.
- De CHERNATONY, L. (1999). Brand management through narrowing the gap between brand identity and brand reputation. *Journal of marketing management*, 15(1-3), 157-179.
- DEVİRANİ, T. K. (2009). Marka Sadakati Öncülleri: Çalışan Kadımların Kozmetik Ürün Tüketimi Üzerine Bir Çalışma. *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 14(3).
- FORNELL, C., (1992). "A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience", *Journal of Marketing*, Vol. 56, (January): 6-21
- GEUENS, M., WEIJTERS, B., & DE WULF, K. (2009). A new measure of brand personality. *International Journal of Research in Marketing*, 26(2), 97-107.

- GUPTA, K., & STEWART, D. W. (1996). Customer satisfaction and customer behavior: the differential role of brand and category expectations. *Marketing Letters*, 7(3), 249-263.
- HAN, H., & HYUN, S. S. (2012). An Extension of the Four-Stage Loyalty Model: The Critical Role of Positive Switching Barriers. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(1), 40-56.
- HANIFATI, L., & SALEHUDIN, I. (2021). The Effect of Perceived Product Quality, Brand Personality, and Loyalty on Brand Switching Intention of Technological Products. *The South East Asian Journal of Management*, 15(2), 169-187.
- HENNIG-THURAU, T. (2004). Customer orientation of service employees: Its impact on customer satisfaction, commitment, and retention. *International Journal of Service Industry Management*, 15(5), 460-478.
- IBÁÑEZ, V. A., HARTMANN, P., & CALVO, P. Z. (2006). Antecedents of customer loyalty in residential energy markets: Service quality, satisfaction, trust and switching costs. *The Service Industries Journal*, 26(6), 633-650.
- JANI, D., & HAN, H. (2014). Personality, satisfaction, image, ambience, and loyalty: Testing their relationships in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 37, 11-20.
- JACOBY, J. R., & KYNER, D. B. (1973), "Brand Loyalty vs Repeat Purchase Behavior", *Journal of Marketing Research*, 10, 1-9.
- JONES, M. A., MOTHERSBAUGH, D. L., & BEATTY, S. E. (2000). Switching barriers and repurchase intentions in services. *Journal of retailing*, 76(2), 259-274.
- JONES, M. A., MOTHERSBAUGH, D. L., & BEATTY, S. E. (2002). Why customers stay: measuring the underlying dimensions of services switching costs and managing their differential strategic outcomes. *Journal of business research*, 55(6), 441-450.
- KANTSPERGER, R., & KUNZ, W. H. (2010). Consumer trust in service companies: a multiple mediating analysis. *Managing Service Quality: An International Journal*, 20(1), 4-25.
- KARAGÖZ, Y. (2016). İstatistiksel analizler. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- KIM, T. T., KIM, W. G., & KIM, H. B. (2009). The effects of perceived justice on recovery satisfaction, trust, word-of-mouth, and revisit intention in upscale hotels. *Tourism Management*, 30(1), 51-62.
- KNOX, S., & WALKER, D. (2001). Measuring and managing brand loyalty. *Journal of Strategic Marketing*. 9 .111–128
- KUMAR, V., & SHAH, D. (2004). Building and sustaining profitable customer loyalty for the 21st century. *Journal of retailing*, 80(4), 317-329.
- KÜÇÜKERGİN, K. G., & ÖZGÜR, S. M. (2012). Müşteri Sadakatinin Oluşum Sürecine Müşteri Tatmini ve Ataletin Etkisi: Yiyecek-İçecek İşletmelerine Yönelik Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Eğitimi Ana Bilim Dalı, Ankara.

- LADHARI, R., BRUN, I., & MORALES, M. (2008). Determinants of Dining Satisfaction and Post-Dining Behavioral Intentions, *International Journal of Hospitality Management*, 27, 563–573.
- LAM, S.Y., VENKATESH, S., ERRAMILI, K.M., & BVSAN, M. (2004). Customer Value, Satisfaction, Loyalty, And Switching Costs: An Illustration From A Business-to-Business Service Context, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(3) 293-311.
- LANDRUM, H., PRYBUTOK, V. R., & ZHANG, X. (2007). A comparison of Magal's service quality instrument with SERVPERF. *Information & Management*, 44.1: 104-113.
- LEE, J., LEE, J., & FEICK, L. (2001). The Impact of Switching Costs On The Customer Satisfaction-Loyalty Link: Mobile Phone Service In France. *Journal of Services Marketing*, 15, 35-48.
- LEON, J.J., RUCH, J. O., BROWN W. C., & JANHSON, T.E (2003). *Survey Research: In Person, Mail, Telephone and Web Methods*. First Edition, Streamline Survey Inc. Hanolulu.
- LEE, Y. K., BACK, K. J., & KIM, J. Y. (2009). Family restaurant brand personality and its impact on customer's emotion, satisfaction, and brand loyalty. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 33(3), 305-328.
- LEE, J., KYLE, G., & SCOTT, D. (2012). The mediating effect of place attachment on the relationship between festival satisfaction and loyalty to the festival hosting destination. *Journal of Travel Research*, 51(6), 754-767.
- LEVESQUE, T., & MCDUGALL, G. H. (1996). Determinants of customer satisfaction in retail banking. *International Journal of Bank Marketing*, 14(7), 12-20.
- LÓPEZ-RODRÍGUEZ, C. E., CRISTANCHO-TRIANA, G. J., & AMAYA-TÉLLEZ, J. L. (2020). Perception and desired brand personality in organizations that internationalize services: The case of the Colombian business environment. *European Research Studies*, 23(3), 581-597.
- MAGIN, S., ALGESHEIMER, R., HUBER, F., & HERRMANN, A. (2003). The impact of brand personality and customer satisfaction on customer's loyalty: Theoretical approach and findings of a causal analytical study in the sector of internet service providers. *Electronic Markets*, 13(4), 294-308.
- MARTINEZ, P., & DEL BOSQUE, I. R. (2013). CSR and customer loyalty: The roles of trust, customer identification with the company and satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 35, 89-99.
- MCDUGALL, G. H., & LEVESQUE, T. (2000). Customer satisfaction with services: putting perceived value into the equation. *Journal of services marketing*, 14(5), 392-410
- MICHAEL, J. B. (2003). *The marketing book*. s. 377
- NGUYEN, Q., NISAR, T. M., KNOX, D., & PRABHAKAR, G. P. (2018). Understanding customer satisfaction in the UK quick service restaurant industry: The influence of the tangible attributes of perceived service quality. *British Food Journal*.

- OLIVER, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. New York ' NY: Irwin-McGraw-Hill.
- ÖZGÜVEN, N. (2008). Hizmet Pazarlamasında Müşteri Memnuniyeti ve Ulaştırma Sektörü Üzerinde Bir Uygulama. *Ege Akademik Bakış*, 8(2), 651-682.
- QIN, H., & PRYBUTOK, V. R. (2008). Determinants of customer-perceived service quality in fast-food restaurants and their relationship to customer satisfaction and behavioral intentions. *The Quality Management Journal*, 15(2), 35.
- PATTERSON, P. G., & SMITH, T. (2003). A cross-cultural study of switching barriers and propensity to stay with service providers. *Journal of retailing*, 79(2), 107-120.
- PEÑA, A. I. P., JAMILINA, D. M. F., & MOLINA, M. Á. R. (2013). Antecedents of loyalty toward rural hospitality enterprises: The moderating effect of the customer's previous experience. *International Journal of Hospitality Management*, 34, 127-137.
- PHAU, I., & FERGUSON, G. (2013). Validating the Customer Satisfaction Survey (CSS) Scale in the Australian fast food industry. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 21(3), 147-154.
- PICÓN, A., CASTRO, I., & ROLDÁN, J. L. (2014). The relationship between satisfaction and loyalty: A mediator analysis. *Journal of Business Research*, 67(5), 746-751.
- RASHID, I. M. A., RANI, M. J. A., YUSUF, B. N. M., & SHAARI, M. S. (2015). The Impact Of Service Quality And Customer Satisfaction On Customer's Loyalty: Evidence From Fast Food Restaurant Of Malaysia. *International Journal of Information, Business and Management*, 7(4), 201.
- RYU, K., & HAN, H. (2010). Influence of the Quality of Food, Service, and Physical Environment on Customer Satisfaction and Behavioral Intention in Quick-Casual Restaurants: Moderating Role of Perceived Price. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 34(3), 310-329.
- RYU, K., LEE, H.-R., & KIM, W. G. (2012). The Influence of the Quality of the Physical Environment, Food, and Service on Restaurant Image, Customer Perceived Value, Customer Satisfaction, and Behavioral Intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(2), 200 – 223.
- SAAD ANDALEEB, S., & CONWAY, C. (2006). Customer satisfaction in the restaurant industry: an examination of the transaction-specific model. *Journal of services marketing*, 20(1), 3-11.
- SEVERT, K., SHIN, Y. H., CHEN, H. S., & DIPIETRO, R. B. (2020). Measuring the relationships between corporate social responsibility, perceived quality, price fairness, satisfaction, and conative loyalty in the context of local food restaurants. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 1–23.
- SIGUAW, J. A., MATTILA, A., & AUSTIN, J. R. (1999). The brand-personality scale. *Cornell Hospitality Quarterly*, 40.3: 48.
- SHETH, J. N., & PARK, C. W. (1974). A theory of multidimensional brand loyalty. *NA-Advances in Consumer Research Volume 01*.

- SLACK, N. J., SINGH, G., ALI, J., LATA, R., MUDALIAR, K., & SWAMY, Y. (2020). Influence of fast-food restaurant service quality and its dimensions on customer perceived value, satisfaction and behavioural intentions. *British Food Journal*.
- SRINIVASAN, S. S., ANDERSON, R., & PONNAVOLU, K. (2002). Customer loyalty in e-commerce: an exploration of its antecedents and consequences. *Journal of retailing*, 78(1), 41-50.
- SUH, J. C., & YOUJAE, Y. (2006). When brand attitudes affect the customer satisfaction-loyalty relation: The moderating role of product involvement. *Journal of Consumer Psychology*, 16(2), 145-155.
- SUKARSA, A., PHINA, D., ANGGRAINI, D. R., NUGRAHA, J. J., RIVANSKY, K. A., & ARDIANTO, E. (2022). The Effect of Price and Perceived Quality Dimensions on Customer Satisfaction. *PERWIRA-Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 5(1), 55-65.
- SUN, K. A., & KIM, D. Y. (2013). Does customer satisfaction increase firm performance? An application of American Customer Satisfaction Index (ACSI). *International Journal of Hospitality Management*, 35, 68-77.
- SUNG, M., & YANG, S. U. (2008). Toward the model of university image: The influence of brand personality, external prestige, and reputation. *Journal of public relations research*, 20(4), 357-376.
- TARN, J. L. (1999). The effects of service quality, perceived value and customer satisfaction on behavioral intentions. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 6(4), 31-43.
- TRAN, V. D., & LE, N. M. T. (2020). Impact of service quality and perceived value on customer satisfaction and behavioral intentions: Evidence from convenience stores in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 517-526.
- THONGTHIP, W., & POLYORAT, K. (2015). The influence of brand personality dimensions on perceived service quality and perceived service value. *The Business & Management Review*, 6(4), 22.
- TUU, H. H., & OLSEN, S. O. (2010). Ambivalence and involvement in the satisfaction–repurchase loyalty relationship. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 18(3), 151-158.
- UDO, G. J., BAGCHI, K. K., & KIRS, P. J. (2011). Using SERVQUAL to assess the quality of e-learning experience. *Computers in Human Behavior*, 27.3: 1272-1283.
- WALLIN ANDREASSEN, T., & LINDESTAD, B. (1998). Customer loyalty and complex services: The impact of corporate image on quality, customer satisfaction and loyalty for customers with varying degrees of service expertise. *International Journal of service Industry management*, 9(1), 7-23.
- WANG, Y., LO, H. P., & YANG, Y. (2004). An integrated framework for service quality, customer value, satisfaction: Evidence from China's telecommunication industry. *Information systems frontiers*, 6(4), 325-340.
- WANG, C. (2009). Investigating antecedents of consumers' recommend intentions and the moderating effect of switching barriers. *The Service Industries Journal*, 29, 1231–1241.

- WORTHINGTON, S., RUSSELL-BENNETT, R., & HÄRTEL, C. (2010). A tri-dimensional approach for auditing brand loyalty. *Journal of Brand Management*, 17(4), 243-253.
- WU, C. H. J., & LIANG, R. D. (2009). Effect of experiential value on customer satisfaction with service encounters in luxury-hotel restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 28(4), 586-593.
- YAP, B. W., RAMAYAH, T., & SHAHIDAN, W. N. W. (2012). Satisfaction and trust on customer loyalty: a PLS approach. *Business strategy series*, 13(4), 154-167.
- YILMAZ, V., & ÇELİK, E.H. (2013). LISREL 9.1 ile yapısal eşitlik modellemesi. Temel kavramlar uygulamalar programlama. Anı Yayıncılık, Yenilenmiş 2. Baskı, 25-238.
- YURTMAN, A. (2001). Fast Food Sektör Profil Araştırması. İstanbul Ticaret Odası Yayınları,
- ZEITHAML, V. A., BERRY, L. L., & PARASURAMAN, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *The Journal of Marketing*, 31-46.
- ZHONG, Y., & MOON, H. C. (2020). What drives customer satisfaction, loyalty, and happiness in fast-food restaurants in China? Perceived price, service quality, food quality, physical environment quality, and the moderating role of gender. *Foods*, 9(4), 460.

EK-1: DEĞİŞKENLER MARKA KİŞİLİĞİ BOYUTLARI

Sorumluluk

Bu marka gerçekçidir.
Bu marka güvenilirlidir.
Bu marka sorumluluk sahibidir.

Hareketlilik

Bu marka etkilidir.
Bu marka dinamiktir.
Bu marka yaratıcıdır.

Saldırganlık

Bu marka girişkendir.
Bu marka cesurdur.

Sadelik

Bu marka sadedir.
Bu marka sıradandır.

Duyarluluk

Bu marka romantiktir.
Bu marka duygusaldır.

HİZMET KALİTESİ BOYUTLARI

Fiziksel Görünüm

Bu markanın restoranları modern bir görünüme sahiptir.
Bu markanın restoranları cazip görünmektedir.
Bu markanın çalışanları profesyoneldir.
Bu markanın menü/ menü boardlarının cezbedici olmadığını düşünüyorum.
Bu markanın hizmet sunduğu saatler makuldür.

Güvenilir

Bu marka hizmetlerini vaat edildiği gibi sunmamaktadır.
Hizmet alırken karşılaşılan problemlerin çözümünde bu markaya güvenebilirim.
Bu marka sunduğu hizmeti ilk seferde doğru bir şekilde gerçekleştirmektedir.
Bu markanın çalışanları hizmetleri vaat edilen sürede sunar.
Bu marka müşterilerini hizmet verebilecekleri zamanlar hakkında bilgilendirmektedir.

Sorumluluk

Bu markanın çalışanları müşterilerine hızlı hizmet sunmaktadır.
Bu markanın çalışanları müşterilerine yardım etme konusunda istekli değildir.
Bu markanın çalışanları müşterilerinin isteklerine cevap vermeye hazırdır.

Güven

Bu markanın çalışanları saygılıdır.
Bu markanın çalışanları müşterilerine güven vermektedir.
Bu markanın çalışanları yaptıkları işlemlerde müşterilerini güvende hissettirmemektedir.
Bu markanın çalışanları müşterilerin sorularına cevap verecek bilgiye sahiptir.

Empati

Bu markanın çalışanları müşterilerine özel ilgi göstermektedir.
Bu markanın çalışanları müşterilerin kalbini kazanmaktadır.
Bu markanın çalışanları müşterilerle ilgilenmez.
Bu markanın çalışanları müşterilerinin ihtiyaçlarını anlamaktadır.

MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ

Her açıdan düşünüldüğünde bu markadan memnun değilim.

Bu marka beklentilerimi her zaman karşılamaktadır.

Bu markanın sunduğu hizmetlerin genel olarak kalitesiz olduğunu düşünmekteyim.

MÜŞTERİ SADAKATİ BOYUTLARI

Bilişsel Sadakat

Bu marka diğer markalara kıyasla kalitesi yüksek düzeydedir.

Hiçbir marka bu markadan daha iyi olamaz.

Bu markanın kendi kategorisindeki markalardan daha fazla fayda sunduğunu düşünmüyorum.

Bu markadan aldığım hizmet, ödediğim fiyatı karşılamaktadır.

Duygusal Sadakat

Bu markayı tercih etmeyi seviyorum.

Bu markayı satın aldığım zaman kendimi iyi hissediyorum

Bu markayı diğer markalardan daha fazla beğendiğim söylenemez.

Niyetsel Sadakat

Bu markayı tercih etmeyi sürdürme eğilimindeyim.

Bu markayı ilk tercihim olarak görüyorum.

Bu markayı yakın çevreme tavsiye edeceğim.

Çalışanların İş-Yaşam Dengesinin Yaşam Doyumuna Etkisi: Otel İşletmelerinde Bir Uygulama

(Araştırma Makalesi)

The Effect of Employees' Work-Life Balance on Life Satisfaction: An Application in Hotel Businesses

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1052985

Boran TOKER

Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Serik İşletme Fakültesi
borantoker@akdeniz.edu.tr
Orcid No: 0000-0002-4658-1934

M. Bahadır KALIPÇI

Öğr. Gör. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Manavgat Meslek Yüksekokulu
bkalipci@gmail.com
Orcid No: 0000-0001-7310-890X

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Toker, B., & Kalıpçı, M.B. (2023). Çalışanların İş-Yaşam Dengesinin Yaşam Doyumuna Etkisi: Otel İşletmelerinde Bir Uygulama. *Alanya Akademik Bakış*, 7(1), Sayfa No.77-90.

ÖZET

Anahtar kelimeler:
İş-Yaşam Dengesi,
Yaşam Doyumu, Otel
Çalışanları, Antalya

Makale Geliş Tarihi:
03.01.2022
Kabul Tarihi:
05.12.2022

Bu çalışmada, iş-yaşam dengesinin çalışanların yaşam doyumuna etkilerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Anket tekniğinin kullanıldığı çalışma, Antalya'nın Manavgat ilçesinde bulunan 5 yıldızlı otel işletmelerindeki 307 çalışan üzerinde uygulanmıştır. Hayman'ın (2005) İş-Yaşam Dengesi Ölçeği ve Diener vd.'nin (1985) Yaşam Doyumu Ölçeğinden elde edilen verilerin analizinde güvenilirlik, faktör ve regresyon analizleri kullanılmıştır. Analizler sonucunda, iş-yaşam dengesi ölçeğinin alt boyutu olan iş-yaşam gelişimi ile yaşam doyumunu arasında pozitif bir ilişki tespit edilirken, diğer boyutlarda anlamlı ilişkiler saptanamamıştır. Ayrıca, iş-yaşam dengesi alt boyutlarından iş-yaşam gelişiminin yaşam doyumunu pozitif yönde etkilediği de görülmüştür. Literatürde turizm çalışanlarının iş-yaşam dengesi ve yaşam doyumunu birlikte ele alan sınırlı sayıda çalışmaya rastlanmış olması, bu araştırmaya özgünlük katmaktadır.

ABSTRACT

Keywords:
Work-Life Balance,
Life Satisfaction, Hotel
Employees, Antalya

In this study, it is aimed to examine the effects of work-life balance on life satisfaction of employees. The study, in which the questionnaire technique was used, was applied to 307 staff in 5-star hotels in Antalya's Manavgat district. Reliability, factor and regression analyzes were used to analyze the data obtained from Hayman's (2005) Work-Life Balance Scale and Diener et al.'s (1985) Life Satisfaction Scale. Work-personal life enhancement, a sub-dimension of the work-life balance scale, and life satisfaction were shown to have a positive association as a consequence of the analysis, whereas no significant relationships were discovered in the other dimensions. Work-personal life enhancement, one of the sub-dimensions of work-life balance, has also been shown to have a favorable impact on life satisfaction. The

study's novelty stems from the fact that there is little research on the work-life balance and life satisfaction of tourism workers in the literature.

1. GİRİŞ

İş-özel (aile) yaşamı arasında bir denge kurma çabası olarak iş-yaşam dengesi, 2000'li yılların başından itibaren emek politikalarında önemli bir ilgi alanı olmuştur. Son yıllarda, birçok gelişmiş ülkenin hükümetleri, iş-yaşam dengesi uygulamalarını vurgulayan iş/emek politikalarını desteklemektedir. Bu uluslararası eğilimle birlikte, iş-yaşam dengesi konusundaki farkındalık, işverenler ve çalışanlar arasında geniş bir alana yayılmış ve bu konular kişi ve örgütler açısından göz ardı edilemez hale gelmiştir (Noda, 2020: 1325). İşyerlerinde ve çalışan demografisindeki birçok değişiklik, işgörenlerin işi ile iş dışı yaşamları arasındaki sınırı ve etkileşimi anlamak için artan bir endişeye yol açmıştır (Hayman, 2005: 85). Bazı araştırmacılar, çalışanların iş ve ev sorumluluklarını dengelemek için ihtiyaç duyduğu şeyin tele-çalışmanın sağladığı esneklik olduğunu ifade ederken; bazıları ise sanal ofisin iş ve ev hayatı arasındaki sınırları bulanıklaştırma potansiyeline sahip olduğunu düşünmektedirler (Hill vd., 1998: 670).

İş-yaşam dengesi, çalışanları nerede, ne zaman ve nasıl çalışacaklarını seçmelerine izin vererek optimal bir yaşam kalitesi sağlamaya teşvik etmektedir. Böylece bireyin, işverenin ve toplumun karşılıklı yararı için, hem iş hem de özel yaşamı içeren yaşam hakkının bir standart olarak benimsenmesi ve saygı duyulması ile iş-yaşam dengesi sağlanabilir (McIntosh, 2003: 182). Bunun yanında son zamanlarda, iş-yaşam dengesinin yaşam kalitesine katkıda bulunan bir unsur olarak önemi konusunda kamuoyunda tartışmalar artmıştır (Yu, 2014: 203). Öte yandan, iş-yaşam dengesinin temelini oluşturan iş ve iş dışı yaşamın etkilerinin, emek yoğun bir sektör olan ve nitelikli işgücü sorunu yaşayan turizm sektörünü değerlendirirken göz önünde bulundurulması gerektiği düşünülmektedir. Bu kapsamda çalışmanın amacı, turizm sektöründeki iş-yaşam dengesinin çalışanların yaşam doyumuna etkilerinin incelenmesidir. Bu çerçevede Antalya'nın Manavgat ilçesinde yer alan 5 yıldızlı otel işletmelerinin çalışanları üzerinde bir uygulama gerçekleştirilmiştir.

2. LİTERATÜR

2.1. İş-Yaşam Dengesi

İş-yaşam dengesi, bir yanda "iş" (kariyer ve hırs) ile diğer yanda "yaşam" (sağlık, zevk, boş zaman, aile ve ruhsal gelişim) arasında uygun önceliklendirmeyi içeren geniş bir kavramdır (Liu vd., 2021: 3). Farklı ülkelerde sürekli değişen sosyal, ekonomik ve yasal koşullar nedeniyle, iş-yaşam dengesi konusunda tam anlamıyla evrensel bir tanım yoktur (Wong ve Ko, 2009: 196). İş-yaşam dengesinde yer alan denge kavramı eşitlik üzerine kuruludur. Bir başka deyişle, iş ve yaşama ilişkin beklentilerin eşit olarak karşılanmasını sağlamaktır (Pekdemir ve Koçoğlu, 2014: 315). Çalışan açısından ise bu kavram, iş ve evdeki faaliyetler arasında bir denge kurulmasını gerektirmektedir (De Cieri, Holmes, Abbott ve Pettit, 2005: 90). Ayrıca, işten doyumun ve aileden doyumun bireyin mutluluğu, yaşam doyumunu ve algılanan yaşam kalitesi üzerinde ek etkileri olduğu da saptanmıştır (Greenhaus ve Powell, 2006: 73).

Öte yandan, iş-yaşam dengesinin doğası öznel veya nesnel olarak da tanımlanabilir. "Nesnel" göstergeler, taahhütsüz çalışma saatlerini veya iş dışında boş zamanlarını, evde ve başka yerlerdeki diğer faaliyetleri içerir. Aile rolleri, evde ve muhtemelen daha geniş toplulukta sorumlulukların dağılımını ifade eder. "Öznel" göstergeler, denge ve dengesizlik durumlarını ifade eder. Hem iş hem de ev faaliyetlerine eşit ağırlık verildiğinde denge sağlanabilir ve ciddi bir çatışma ortaya çıkmamaktadır (Guest, 2002: 266). Daha yakın zamanlarda ise terim bazı karışıklıklardan yararlanmış; bunun kısmen, iş ve iş hedeflerinin 24 saatlik bir döngüde

tamamlanmasını mümkün kılan son teknolojik değişiklikler ve ilerlemelerden kaynaklanmakta olduğu söylenebilir. Çünkü, akıllı telefonların kullanımı, e-posta, görüntülü görüşme ve diğer teknolojik yenilikler, tipik bir "9-5 mesai" olmadan çalışmayı mümkün kılmıştır (Joseph, 2013: 4). Böylece yeni milenyumda iş gücünde temsil edilen aile yapılarının artan çeşitliliği ile insan kaynakları profesyonellerinin iş ve aile ilişkilerinin arayüzünü ve bunun işyerinde ortaya çıkan etkisini daha iyi anlamaları önem taşımaktadır (Lockwood, 2003: 3).

İş-yaşam dengesi kavramının işlevselleştirilmesi, Hayman (2005) tarafından kullanılan boyutlara ve göstergelere dayanmaktadır. Bu çerçevede, iş-yaşam dengesi kavramını ölçmek için işe müdahale, özel hayata müdahale ve iş-yaşamını iyileştirme boyutları ele alınmıştır. İş-yaşam dengesi ölçülürken, işin özel hayata ve özel hayatın işe karışması negatif, iş hayatının gelişimi ise pozitif olarak değerlendirilmiştir (Hayman, 2005). Bu üç boyut, işin kişisel yaşam üzerindeki etkisini, kişisel yaşamın bireylerin çalışmaları üzerindeki etkisini ve iş ile özel yaşamın birbirini nasıl geliştirdiğini ölçmektedir.

2.2. Yaşam Doyumu

Yaşam doyumu sosyal bilimciler için çok önemli bir değişkendir. Genellikle "psikolojik iyi-oluş" ve/veya "mutluluk" olarak adlandırılan bu terim, günlük yaşamla ilgili genel değerlendirmelerimizi ifade eder. Kavramın, sosyal yaşamımızın kalitesi, çeşitli psikolojik rahatsızlıklar, fiziksel sağlık ve hatta ölümle ilgili olduğunu kolayca hayal edebiliriz (Kamo, 1998: 127). Pavot, Diener, Colvin ve Sandvik (1991: 150) yaşam doyumunu "kişinin yaşamının genel değerlendirmesi" olarak tanımlamıştır. Yaşam doyumu, bilişsel, yargılayıcı bir süreci ifade eder ve memnuniyete ilişkin yargıları, kişinin koşullarının uygun bir standart olduğu düşünülen unsurlarla karşılaştırılmasına bağlıdır (Diener, Emmons, Larsen ve Griffen, 1985). Bu yargı benzersizdir ve çoğu zaman kişinin kendi standartlarına, bunun derecesine ve hangi standartlara ulaşıldığına dayanır. Mevcut durum ile ideal koşulları arasındaki farkı azaltabilen insanlar genellikle daha iyi yaşam doyumuna sahiptir (Pavot ve Diener, 2009: 109).

Yaşam doyumu ya da yaşam kalitesi, bilişsel ve duyuşsal yönleri içerir; aile tatmini, iş tatmini ve boş zaman tatmini dahil hayatın tüm alanlarını kapsar. Duyuşsal yön, bireylerin hoş deneyimler hissetme derecesidir; bilişsel yön ise bireylerin arzulara ulaşılıp ulaşılmadığını algılama derecesidir (Lin vd., 2013: 179). Böylece yaşam doyumu, kısmen iş, aile, sağlık vb. gibi çeşitli yaşam alanlarından duyulan memnuniyetin bir sonucu olarak kavramsallaştırılır ve çevre koşullarının yaşam doyumu üzerindeki etkilerinin büyük ölçüde yaşam alanlarından duyulan doyuma aracılık ettiği varsayılır. Araştırmalar, iş ve iş dışı alanlardaki memnuniyetin, yaşam memnuniyetindeki varyansın yaklaşık yüzde 50'sini oluşturduğunu göstermektedir (Near vd., 1984; Hart, 1999; Rode, 2004: 1206). Bu kapsamda, yaşam doyumu sanki bir pastaymış gibi, "dilimleri" ya da bileşenleri, işin dahil olduğu belirli yaşam alanlarından duyulan doyumla temsil edilebilir. Yaşam doyumu, genel yaşam doyumuna göreli katkısı açısından her biri farklı şekilde ağırlıklandırılan bu bileşenlerin toplamı olarak görülür (Near vd., 1983: 127).

Daha geniş anlamda, yaşam doyumunun yüksek olması ve mutluluk gibi pozitif bir etkinin sosyal ilişkiler, fiziksel ve zihinsel sağlık gibi bir dizi temel yaşam sonucuyla bağlantılı olduğunu gösteren birçok kanıt vardır (Pavot ve Diener, 2008: 141). Ayrıca, mutlu bir yaşam sürmenin sayısız katkısı bulunmaktadır. En önemli katkı, insanların kendileri ve yaşamları hakkında daha iyi hissetmeleri ve bunun da genel iyilik hallerini artırmasıdır. Yaşamlarından memnun olan insanlar genellikle daha mutludur ve başkalarına daha iyi davranırlar. Ayrıca, işle ilgili sorunlarla yapıcı ve etkili bir şekilde başa çıkma olasılıkları daha yüksek olur (Pasupuleti ve diğerleri, 2009: 320).

2.3. Yaşam Doyumu ile İş-Yaşam Dengesi İlişkisi

Yaşam doyumu ile iş-yaşam dengesi arasındaki ilişki geniş çapta araştırılmamıştır. Ayrıca, turizm alanında çalışan bireylerle ilgili bu ilişkiyi araştıran çalışmalar da oldukça sınırlıdır. Mevcut araştırmalar, yaşam doyumu ve iş-yaşam dengesi arasında pozitif yönde bir ilişki olduğunu göstermektedir (Marks ve MacDermid, 1996; Keyes, 2002; Best ve Chinta, 2021). İş-yaşam dengesinin etkileriyle ilgili mevcut araştırmalar, iş ve yaşam rolleri arasındaki dengeyi algılayan bireylerin yaşamlarından daha fazla memnun olma eğiliminde olduklarını ve daha iyi fiziksel ve zihinsel sağlık durumu bildirdiklerini göstermektedir (Haar vd., 2014: 362). Casper vd. (2018) gerçekleştirdikleri meta analitik çalışmada, iş-yaşam dengesinin iş, aile ve yaşam doyumu ile güçlü ilişkilerinin olduğunu belirtmektedirler. Ayrıca bu çalışmada, iş-yaşam dengesinin iş ve iş dışı sonuçlarla bağlantısının olup olmadığı ve nasıl bir bağlantısı olduğu hakkında ampirik araştırmalara ihtiyaç olduğu da ifade edilmektedir (Kaya ve Karatepe, 2020: 200). Öte yandan elde edilen analitik sonuçlar, 34 OECD ülkesinde hem erkek hem de kadınlar arasında iş-yaşam dengesinin yaşam doyumu üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu doğrulamaktadır. Bu nedenle, iş-yaşam dengesi, gelişmiş ülkelerdeki insanların refahına önemli bir katkısı olduğu kabul edilebilir (Noda, 2020: 1326).

Haar vd. (2014) iş-yaşam dengesinin kültürler arasında çeşitli bireysel sonuçlar üzerindeki etkilerini yedi farklı kültürden 1416 çalışan üzerinde araştırdıkları çalışmada, iş-yaşam dengesinin iş ve yaşam tatmini ile olumlu bir ilişkiye sahip olduğunu saptamışlardır. Omran ve Kamel (2016) ise Mısır'daki üç iletişim şirketinde tam zamanlı çalışan 276 çalışan üzerinde, iş-aile dengesi ile örgütsel bağlılık, örgütsel vatandaşlık davranışı, yaşam doyumu, işe bağlılık ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkileri incelemişlerdir. Çalışma sonucunda, iş-aile dengesi ve örgütsel bağlılık, örgütsel vatandaşlık davranışı, yaşam doyumu, işe bağlılık birbiriyle pozitif ve anlamlı, ayrılma niyeti ile negatif ilişkili olduğu görülmüştür.

Botha ve Booyesen (2014) Güney Afrika'da aile işleyişi ile yaşam doyumu ve mutluluk düzeyleri arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Çalışma sonuçları, daha iyi aile işleyişinin daha mutlu insanlar ve daha fazla yaşam doyumu ile güçlü bir şekilde ilişkili olduğunu göstermektedir. Bu nedenle, aile içinde iyi ilişkilere sahip olmanın, ortalama olarak her bir aile üyesinin mutluluğu ve yaşam doyumu için faydalı olacağı ifade edilmektedir. Bekmezci vd. (2021) ise Türkiye'de 622 birey üzerinde yaptıkları araştırmada, iş-yaşam ve yaşam-iş çatışmasının kamu ve özel sektör çalışanları üzerindeki yaşam doyumunu ne ölçüde etkilediğini araştırmışlardır. Araştırmacılar, iş-yaşam çatışmasının (işin kişisel yaşam üzerindeki etkisi) yaşam memnuniyetini düşürdüğünü ve bunun sonucunda faaliyet gösterdikleri sektörün (kamu ve özel) iş-yaşam dengesi ve yaşam mutluluğu arasındaki ilişki üzerinde düzenleyici etkiye sahip olduğunu keşfetmişlerdir.

Çetinkaya ve Dinçer (2021), Türkiye'deki 302 profesyonel turist rehberinin iş-yaşam dengesi, tükenmişlik düzeyi ve yaşam doyumlarını araştırmış ve rehberlerin iş-yaşam dengesinin yaşam doyumlarını olumlu etkilediği sonucuna varmışlardır. Toker ve Kalıpçı (2020), 598 otel çalışanı üzerinde yaptıkları çalışmada, iş-yaşam dengesi ile yaşam doyumu arasında önemli bağlantılar keşfettiler. İş-yaşam dengesinin yaşam doyumu üzerindeki etkisinde işe gömülmüşlüğü'nün aracı işlevini değerlendirmişlerdir. Bouzari ve Karatepe (2019), İran'da bulunan 210 oteldeki satış personeli ile yaptıkları çalışmada, iş-yaşam dengesinin yaşam memnuniyeti ve yaratıcı performans üzerindeki etkisine aracılık etmede iyimserliğin rolüne baktılar. Çalışmaya göre iş-yaşam dengesi, otel satış görevlilerinin iyimserliğini artıran önemli bir istihdam kaynağıdır. Ayrıca, çalışmada iş-yaşam dengesinin satış elemanlarının iyimserliğini artırdığı, bunun da yaşam mutluluklarını ve yaratıcı performanslarını artırdığı

keşfedildi. Cain vd. (2018), Amerika Birleşik Devletleri'nde 281 yönetici şefle yaptıkları çalışmada görev sevgisi, işgören bağlılığı, yaşam doyumu ve iş-yaşam dengesi arasındaki ilişkileri analiz etmek için rol teorisi ve yayılma teorisini kullanmışlardır. Bu çalışmanın bulgularına göre, iş-yaşam dengesi, görev sevgisi ve yaşam doyumunun yanı sıra çalışan bağlılığı ve yaşam memnuniyeti arasında arabulucu olarak önemli bir rol oynamaktadır. Çin'deki 26 otelden 121 satış yöneticisini içeren bir çalışmada Zhao vd. (2011), iş-aile çatışmasının iş ve yaşam doyumu üzerindeki doğrudan ve dolaylı etkilerine bakmışlardır. Bulgulara göre, işe yönelik duygusal tepkiler, iş-aile çatışması ile yaşam doyumu arasındaki ilişkide önemli bir etkiye sahiptir.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Hipotezleri

Çalışma ile ilgili hipotezler aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur:

H₁: İş-yaşam dengesi alt boyutu iş-özel hayat ile yaşam doyumu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₂: İş-yaşam dengesi alt boyutu özel hayat-iş ile yaşam doyumu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₃: İş yaşam dengesi alt boyutu iş-yaşam gelişimi ile yaşam doyumu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₄: İş-yaşam dengesi alt boyutu iş-özel hayatın yaşam doyumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H₅: İş-yaşam dengesi alt boyutu özel hayat-işin yaşam doyumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H₆: İş-yaşam dengesi alt boyutu iş-yaşam gelişiminin yaşam doyumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

3.2. Ölçüm Aracı ve Örneklem

Araştırmada kullanılan temel veri toplama aracı ankettir. Ankette ilk bölümde, iş-yaşam dengesi ölçümünde kullanılan sorular Hayman (2005) tarafından geliştirilen ve "iş-özel hayat, özel hayat-iş ve iş-yaşam gelişimi" boyutlarından oluşan ölçek temel alınarak düzenlenmiştir. Diğer bölümde ise Diener vd.'nin (1985) geliştirdiği, tek boyutlu Yaşam Doyumu Ölçeği kullanılmıştır. Anketin son bölümünde ise otel çalışanlarının demografik ve çalışma durumlarının tespiti ile ilgili sorular yer almaktadır. Ölçekler, beşli Likert derecelendirmesi (1- Kesinlikle Katılmıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum) şeklinde hazırlanmıştır.

Araştırmanın örnekleme, Antalya ili Manavgat ilçesinde yer alan yatırım ve işletme belgeli konaklama işletmeleri çalışanlarından oluşmaktadır. Örneklem olarak Manavgat'ın seçilme nedeni ise Türkiye'nin ve Antalya'nın en çok turist çeken bölgelerinden biri olması yanında araştırmada daha sağlıklı sonuçların elde edilmesini sağlayacak tüm yıl faaliyet gösteren otellerin bölgede bulunmasıdır. Ancak, anketi cevaplayabilecek tüm çalışanların örnekleme dahil edilmesi amaçlandığından, kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Manavgat'ta tüm yıl açık 42 adet 5 yıldızlı otelin 11'i ziyaret edilmiş ve bu otellerin yönetimi ile görüşülerek Kasım-Aralık 2019 tarihleri arasında toplamda 340 anket sayısına ulaşılmıştır. Bu anketlerin 307 adedi analizlere dahil edilmiştir.

Otel personelinin yanıtları sonucunda elde edilen verilerin değerlendirilmesi için istatistik paket programları JASP 0.14.1.0 ve SPSS 23.0 kullanılmıştır. Öncelikle veriler, normal dağılıma sahip olup olmadıklarını görmek için çarpıklık ve basıklık değerleri açısından

değerlendirilmiştir. Tabachnick ve Fidell'e (2007) göre, çarpıklık ve basıklık değerleri (-1.5 ile +1.5) arasında olduğunda dağılım normal olarak adlandırılmaktadır. İş-yaşam dengesi ölçeğinin çarpıklık ve basıklık değerleri 0.300 ve 0.402, yaşam doyumu ölçeğinin çarpıklık ve basıklık değerleri ise -0.189 ve -0.566 bulundu. Sonuçta verilerin normal dağılım gösterdiği ve parametrik test koşullarının uygun olduğu belirlendi. Daha sonra ölçeklerin güvenilirliği (Cronbach's alpha) istatistiksel olarak değerlendirildi. Ardından verilerin orijinal ölçekteki faktörlere uygunluğunu görmek için keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizleri gerçekleştirilmiştir. Sosyal bilimlerde sıkça kullanılan keşfedici faktör analizi, gözlenen daha fazla sayıdaki değişkenlerin altında yatan daha az sayıdaki gizil değişkenlerin (faktörler) saptanmasında kullanılan istatistiksel bir tekniktir. Adından de anlaşılacağı üzere keşfedici faktör analizi var olan yapıyı keşfetmeye yardımcı olmaktadır (Hurley vd., 1997; Hayton, Allen ve Scarpello, 2004; Orçan, 2018). Doğrulayıcı faktör analizi ise gizil değişkenlerle ilgili teorilerin test edilmesinde ve daha üst düzeyde kullanılan oldukça geniş bir tekniktir. Bununla birlikte, keşfedici faktör analizinde saptanan faktörler ile teorik olarak ortaya konulan faktörler arasında uyum olup olmadığı doğrulayıcı faktör analizi ile değerlendirilir. Diğer bir ifadeyle, teorik olarak ortaya konulan faktörleri saptamada rol oynayan değişkenler ile keşfedici faktör analizi ile saptanan faktörleri oluşturan orijinal değişkenler arasında uyumluluk olup olmadığı doğrulayıcı faktör analizi ile test edilir. Bu kapsamda doğrulayıcı faktör analizi, keşfedici faktör analiziyle tespit edilen yapıların, yapı geçerliğini değerlendirmek için kullanılır (Stapleton, 1997; Tabachnick ve Fidell, 2007; Doğan, Soysal ve Karaman, 2017). Bu bağlamda çalışmamızda hem keşfedici hem de doğrulayıcı faktör analizleri kullanılmış ve elde edilen modeller yaygın olarak kullanılan RMSEA, NFI ve SRMR uyum indeksleri kullanılarak değerlendirilmiştir (Hu ve Bentler, 1999; McDonald ve Ho, 2002; Hooper, Coughlan ve Mullen, 2008). Son olarak, araştırmanın ilk üç hipotezi Pearson korelasyon analizi ile, geriye kalan üç hipotez ise regresyon analizi ile test edilmiştir.

3.3. Bulgular

Katılımcıların demografik profili ile ilgili detaylar Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1. Katılımcı Demografik Profili

		Sayı	%
Cinsiyet	Erkek	188	61.2
	Kadın	119	38.8
Yaş	18-25	63	20.5
	26-35	126	49.1
	36 ve üzeri	118	30.4
Medeni Durum	Evli	191	62.2
	Bekar	116	37.8
Turizm Eğitimi	Evet	113	36.8
	Hayır	194	63.2
Öğrenim Türü	İlköğretim	92	30.0
	Lise	132	43.0
	Üniversite (Ön lisans/Lisans/Lisansüstü)	83	27.0
Departman	Önbüro	29	9.4
	Yiyecek ve İçecek	60	19.5

	Mutfak	31	10.1
	Kat Hizmetleri	62	20.2
	Muhasebe	26	8.5
	Teknik Servis	20	6.5
	Güvenlik	23	7.5
	Diğer	56	18.2
Aylık Kazanç Miktarı (Türk Lirası)	2020 TL'ye kadar	79	25.7
	2021-3000 TL	162	52.8
	3001-4000 TL	51	16.6
	4001- 5000 TL	6	2.0
	5001 TL ve üzeri	9	2.9
İşletmede Çalışma Yılı	1-3 yıl	225	73.2
	4 yıldan fazla	82	26.8
Sektörde Çalışma Yılı	1 – 9 yıl	181	58.9
	10 yıldan fazla	126	41.1
Çalışma Durumu	Tam Zamanlı	224	73.0
	Sezonluk	83	27.0

İlk olarak, istatistiksel açıdan, çalışmadaki veriler üzerinde güvenilirlik analizi yapılmıştır. İş-yaşam dengesi ölçeğinin genel güvenilirlik değeri 0.82 olarak saptanırken; alt boyutların güvenilirlik değerleri iş-özel hayat boyutu için 0.91, özel hayat-iş boyutu için 0.82 ve iş-yaşam gelişimi boyutu için 0.80 olarak bulunmuştur. Yaşam doyumu ölçeğinin genel güvenilirlik değeri de 0.85 olarak tespit edilmiştir. Hayman (2005) iş-yaşam dengesi ölçeği alt boyutlarından iş-özel hayat güvenilirlik değerini 0.93, özel hayat-iş güvenilirlik değerini 0.85 ve iş-yaşam gelişimi güvenilirlik değerini ise 0.69 olarak tespit etmiştir. Diener vd.'nin (1985) geliştirdiği yaşam doyumu ölçeğinin güvenilirlik değeri 0.87 olarak bildirilmiştir.

Sonrasında, ölçeklerin yapı geçerliğini test etmek ve değişkenleri daha kesin olarak belirlemek adına iş-yaşam dengesi ve yaşam doyumu ölçeklerine faktör analizi yapılmıştır.

Tablo 2. Faktör Analizi Sonuçları – İş-Yaşam Dengesi

	Faktör Yüğü	Özdeğer	Tanımlanan Fark Yüzdesi	Ortalama	Güvenilirlik
İş-Özel Hayat		4.778	36.756	2.50	.91
S3	.878				
S4	.866				
S1	.843				
S2	.837				
S5	.736				
Özel Hayat-İş		2.532	19.476	2.26	.81
S10	.878				
S9	.818				
S8	.703				
S11	.698				

İş-Yaşam Gelişimi		1.622	12.480	3.63	.80
S15	.864				
S13	.839				
S14	.785				
S12	.666				

İş-yaşam dengesi ölçümü için kullanılan keşfedici faktör analizinde 15 sorudan düşük faktör yüküne sahip iki soru çıkarılmıştır. Kalan 13 madde için Barlett küresellik testi bulguları (0.0001 ve sig. $P < 0.001$) ve Kaiser-Meyer-Olkin örnek değeri (.816) kabul edilebilir sınırlar içinde bulunmuştur. Varimax faktör döndürme seçeneğinin kullanıldığı analizdeki saçılım diyagramındaki özdeğeri 1'in (>1) üstünde olan veriler değerlendirilmiş ve 3 boyut tespit edilmiştir (Tablo 2). Öte yandan, bu ölçüğe yapılan doğrulayıcı faktör analizi uyum indeksleri de (SRMR=0.071; RMSEA=0.08) kabul edilebilir sınırlar içerisindedir.

Tablo 3. Faktör Analizi Sonuçları – Yaşam Doymu

	Faktör Yüğü	Özdeğer	Tanımlanan Fark Yüzdesi	Ortalama	Güvenilirlik
Yaşam Doymu		3.181	63.625	3.18	.85
S2	.856				
S4	.816				
S1	.804				
S3	.775				
S5	.732				

Yaşam doymu ölçüğüne uygulanan keşfedici faktör analizinde 5 soru üzerinde yapılan Barlett küresellik testi (.10 ve sig. $P < 0.001$) ve Kaiser-Meyer-Olkin örneklem değeri (.837) sonuçları kabul edilir sınırlar içinde bulunmuştur. Analizde varimax faktör döndürme seçeneği kullanılmış ve elde edilen saçılım diyagramında özdeğeri 1'in (>1) üzerinde olan veriler değerlendirilmiş olup tek bir boyut keşfedilmiştir (Tablo 3). Ölçüğe uygulanan doğrulayıcı faktör analizinin uyum indeksleri de (SRMR=0.036; NFI=0.959; RMSEA=0.079) kabul edilebilir sınırlar içerisindedir.

Tablo 4. Korelasyon Analizinin Sonuçları

		Yaşam Doymu	İş-Özel Hayat	Özel Hayat-İş	İş-Yaşam Gelişimi
Yaşam doymu	Pearson Corr.	1	-.090	-.074	.239**
	Sig. (2-tailed)		.115	.198	.000
İş-Özel Hayat	Pearson Correlation		1	.479**	.013
	Sig. (2-tailed)			.000	.816
Özel Hayat-İş	Pearson Correlation			1	.020
	Sig. (2-tailed)				.734
İş-Yaşam Gelişimi	Pearson Correlation				1
	Sig. (2-tailed)				

** *Korelasyon 0.01 düzeyinde çift taraflı öneme sahiptir.*

Araştırmada yer alan ilk üç hipotez korelasyon analizi kullanılarak test edilmiştir. Tablo 4, iş-yaşam dengesinin bir alt boyutu olan iş-özel yaşam ile yaşam doymu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığını göstermektedir ($r = -0.090$; $p > 0.01$). Bu çerçevede, H_1

hipotezi reddedilmiştir. İş-yaşam dengesi alt boyutu olan özel hayat-iş ile yaşam doyumu ($r = -0.074$; $p > 0.01$) arasında da istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmüş ve H_2 hipotezi de reddedilmiştir. Bununla birlikte, iş yaşam dengesi alt boyutu olan iş-yaşam gelişimi ile yaşam doyumu ($r = 0.239$; $p < 0.01$) arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilmiş ve H_3 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 5. Regresyon Analizinin Sonuçları

	Beta	T	Sig.	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	F
(Sabit)		2.447	.279	.261	.068	.059	7.328
İş-Özel Hayat	-.072	-1.134	.258				
Özel Hayat-İş	-.044	-.696	.487				
İş-Yaşam Gelişimi	.242	4.356	.000				

Bağımlı Değişken: Yaşam doyumu

Regresyon analizinde, iş-yaşam dengesi alt boyutları olan "İş-Özel Hayat, Özel Hayat-İş ve İş-Yaşam Gelişimi" bağımsız değişkenler, "Yaşam Doyumu" ise bağımlı değişken olarak alınmıştır. Tablo 5'teki regresyon analizi sonuçlarına göre, iş-yaşam dengesi alt boyutlarından iş-yaşam gelişiminin yaşam doyumunu pozitif yönde ($\beta = 0.242$; $t = 4.356$; $p < 0.05$) etkilediği saptanmıştır. Bu sonuca göre H_6 hipotezi kabul edilmiştir. İş-Özel Hayat ($\beta = -0.072$; $t = -1.134$; $p > 0.05$) ve Özel Hayat-İş ($\beta = -0.044$; $t = -0.696$; $p > 0.05$) boyutlarında ise istatistiksel olarak anlamlı bir sonuca ulaşılamamıştır. Böylece çalışmanın H_4 ve H_5 hipotezleri reddedilmiştir. Bununla birlikte, iş-yaşam dengesi alt boyutlarının yaşam doyumundaki değişimi açıklama oranı %6'dır (Düzeltilmiş R² = 0.059; $p < 0.0001$).

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmanın amacı, turizm sektöründeki çalışanların iş-yaşam dengesinin, onların yaşam doyumlarına etkilerinin analiz edilmesidir. Bu çerçevede, Antalya'nın en fazla turist çeken bölgelerinden biri olan Manavgat ilçesindeki 5 yıldızlı otel işletmelerinin çalışanları üzerinde bir uygulama gerçekleştirilmiştir. Otel çalışanlarının iş-yaşam dengesi ölçeği genel ortalamasının 2.88 olduğu görülmüştür ve bu değer ortalamasının altındadır. Öte yandan, iş-yaşam dengesi ölçeğinin alt boyutları olan iş-özel hayat boyutu 2.5, özel hayat-iş boyutu 2.26 ve iş-yaşam gelişimi boyutu ise 3.63 ortalamaya sahiptir. Ölçeğin alt boyutlarının ortalamaları incelendiğinde, otel çalışanlarının iş-yaşam gelişimi düzeyinin görece iyi olduğu söylenebilirken, diğer boyutların ise ortalamasının altında olduğu için aynı değerlendirmeyi yapmak mümkün değildir. Özellikle özel hayat-iş boyutunun, tüm boyutlar arasında en düşük ortalamaya sahip olduğu görülmüştür. Otel çalışanlarının yaşam doyumu ölçeği ortalaması ise 3.18 ile ortalamanın biraz üzerinde tespit edilmiştir. Toker ve Kalıpçı (2020) ise yine Manavgat'taki otel çalışanlarının 2018 yılındaki iş-yaşam dengesi ölçeği alt boyutlarının ortalamalarını, iş-özel hayat boyutu için 3.04; özel hayat-iş boyutu için 2.74 ve iş-yaşam gelişimi boyutu için 3.61 olarak tespit etmiştir. Bu ortalamalar incelendiğinde, iş-özel hayat boyutunun daha yüksek ve ortalamanın üzerinde olduğu görülürken, diğer boyutların çok benzer değerlere sahip olduğu görülmüştür. Çalışanların yaşam doyumu ortalamasının ise 3.42 ile daha yüksek bir değere sahip olduğu anlaşılmaktadır. Böylece 2018 yılından bu yana,

bölgedeki otel çalışanlarının iş-yaşam dengesi ve yaşam doyumu değerlerinde düşüş olduğu görülmektedir.

Çetinkaya ve Dinçer'in (2021) çalışmasında, Türkiye'deki profesyonel turist rehberlerinin iş yaşam dengesi ölçeği ortalaması 4.05 ile çalışmamız sonuçlarına göre daha yüksek bulunurken; yaşam doyumu ölçeği ortalamasının da beşli Likerte göre 3.50 ile yakın bir değerde olduğu görülmüştür. Bouzari ve Karatepe (2019) ise İran'daki otel satış elemanlarının iş-yaşam dengesi ölçeği ortalamasını, benzer şekilde 3.4 olarak tespit ederken; beşli Likerte göre yaşam doyumu ölçeği ortalamasını ise çalışmamızdan farklı olarak 4.09 ile daha yüksek düzeyde olduğunu saptamışlardır. Zhao vd. (2011) de Çin'deki otel satış yöneticilerinin yaşam doyumunu 3.9 ortalama ile çalışmamız bulgularına göre daha yüksek düzeyde olduğunu tespit etmişlerdir.

Korelasyon analizi sonucunda, iş-yaşam dengesi ölçeğinin alt boyutu olan iş-yaşam gelişimi ile yaşam doyumu arasında pozitif ve anlamlı; ancak iş-özel hayat ve özel hayat-iş boyutları ile yaşam doyumu arasında ise anlamlı ilişkilerin olmadığı görülmüştür. Benzer şekilde, Toker ve Kalıpçı (2020) da yaşam doyumu ile iş-yaşam dengesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit etmiştir. Cain vd. (2018) de iş-yaşam dengesi ve yaşam doyumu arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Öte yandan, Bouzari ve Karatepe (2019) yaşam doyumu ve iş-yaşam dengesi arasında anlamlı bir ilişki bulamamıştır. Zhao vd. (2011) ise iş-aile çatışması ölçeği boyutlarından iş yaşamıyla çalışan aile boyutunun yaşam doyumu ile negatif bir ilişkisi olduğunu saptamışlardır. Sonuç olarak, çalışanın iş-yaşam dengesindeki sorunlar, hem iş yaşamını hem de özel yaşamını etkilemektedir ve dolayısıyla kişinin yaşam doyumunu da olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

Regresyon analizi sonucunda ise iş-yaşam dengesi alt boyutlarından iş-yaşam gelişiminin yaşam doyumunu pozitif yönde etkilediği görülmüştür. Öte yandan, iş-özel hayat ve özel hayat-iş boyutlarında ise anlamlı bir sonuca ulaşılamamıştır. Benzer şekilde, Çetinkaya ve Dinçer (2021) de iş-yaşam dengesinin yaşam doyumu üzerinde pozitif etkisi olduğunu saptamışlardır. Cain vd. (2018) de çalışmalarında oluşturdukları modelde iş-yaşam dengesinin yaşam doyumuna anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bununla birlikte, Bouzari ve Karatepe (2019) ise iş-yaşam dengesinin otel satış görevlilerinin iyimserliğini artırdığını ve bunun da yaşam memnuniyetine ve yüksek seviyelerde yaratıcı performansa yol açtığını ortaya koymuşlardır.

Yaşam doyumu ile iş-yaşam dengesi arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır (Cain vd., 2018: 2299). Bunun yanında, olumlu ve destekleyici bir çalışma ortamı algısı, çalışanların yaşamlarındaki genel memnuniyetlerinde önemli bir rol oynayabilmektedir (Lapierre vd., 2008: 104). İş-yaşam dengesi bu bağlamda önemli bir konudur ve diğer turizm alt sektörlerinde olduğu gibi otel işletmelerinde de ele alınmalıdır. Mevcut çalışma koşullarında, örgüt kültür ve politikalarının yanı sıra prosedürler yoluyla çalışanların iş ve aile yaşamlarının desteklenmesi gerekmektedir. Günümüzde örgütlerin, iş ve aile taleplerini, çalışanlara ve örgütlere fayda sağlayacak şekilde daha iyi dengelemelerine yardımcı olmak için, çalışanları için aile dostu bir çalışma ortamı sağlamaları önemlidir. Bu bağlamda, esnek çalışma koşulları, izin hakları ve sağlık, sigorta, bakım gibi diğer destekleyici politikaları içeren böyle bir çalışma ortamının sağlanması hem çalışanlara hem de örgütlere olumlu çıktılar sağlayacaktır (Kanten, 2014: 27-22). Bazı otel işletmeleri, stratejik bir avantaj elde etmek için iş ve aile konularını ele alan politikalar ve programlar uygulamaktadır (Mulvaney vd., 2007: 79). Otel yönetimleri, olumlu bir çalışma ortamı geliştirmek ve sürdürmek için bu konuda gerekli adımlar atmalıdır. Çünkü böyle bir ortam, çalışanların iş ve aile yükümlülüklerini dengelemelerine yardımcı olurken

duygusal tükenmişliği de azaltabilir (Karatepe, 2013: 614). Ayrıca yöneticiler, çalışanların ev yaşamlarını olumsuz etkileyebilecek olası aşırı iş talepleri yaratmayarak, çalışanların yaşam memnuniyetlerini artırabilirler (Amfofo vd., 2018: 250).

Öte yandan, çalışmada bazı kısıtlar da söz konusudur. Araştırmanın önemli kısıtlarından biri örneklem grubunun sadece Manavgat'taki otel işletmelerinden oluşmasıdır. Bu nedenle, Manavgat dışında Antalya'nın ve Türkiye'nin diğer turistik merkezlerindeki tesislerin çalışanları üzerinde uygulamalar gerçekleştirilebilir. Ayrıca, yeni çalışmaların otel işletmeleri haricinde, turizm sektörünün diğer iki alt sektörü olan seyahat acentaları ve yiyecek içecek işletmeleri çalışanları üzerinde araştırmalar yapılarak elde edilen yeni bulgular ile literatüre katkı yapılabilir. Bununla birlikte, iş-yaşam dengesinin yaşam doyumu üzerindeki etkisi yanında örgüte bağlılık, iş tatmini, duygusal emek gibi değişkenlerin etkilerine de bakılması katkı sağlayabilecektir.

KAYNAKÇA

- AMPOFO, E. T., COETZER, A., & POISAT, P. (2018). "Extending the job embeddedness-life satisfaction relationship: An exploratory investigation", *Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance*, 5(3): 236-258.
- BEKMEZCİ, M., MERT, İ. S., & ABUBAKAR, M. (2021). "İş-yaşam dengesinin yaşam tatminini yordamasında çalışan sektörün düzenleyici etkisi". *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1): 1-22.
- BEST, S., & CHINTA, R. (2021). "Work-life balance and life satisfaction among the self-employed", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(7): 995-1011.
- BOTHA, F., & BOOYSEN, F. (2014). "Family functioning and life satisfaction and happiness in South African households", *Social Indicators Research*, 119(1): 163-182.
- BOUZARI, M., & KARATEPE, O. M. (2020). "Does optimism mediate the influence of work-life balance on hotel salespeople's life satisfaction and creative performance?", *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 19(1): 82-101.
- CAIN, L., BUSSER, J., & KANG, H. J. A. (2018). "Executive chefs' calling: Effect on engagement, work-life balance and life satisfaction", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(5): 2287-2307.
- CASPER, W. J., VAZIRI, H., WAYNE, J. H., DeHAUW, S., & GREENHAUS, J. (2018). "The jingle-jangle of work-nonwork balance: A comprehensive and meta-analytic review of its meaning and measurement", *Journal of Applied Psychology*, 103(2): 182.
- ÇETİNKAYA, Ö., & DİNÇER, F. F. İ. (2021). "Profesyonel Turist Rehberlerinin İş Yaşam Dengelerinin Tükenmişlik ve Yaşam Doyumuna Olan Etkisi", *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 18(1): 185-205.
- DE CIERI, H., HOLMES, B., ABBOTT, J., & PETTIT, T. (2005). "Achievements and Challenges for Work/Life Balance Strategies in Australian Organizations", *The International Journal of Human Resource Management*, 16(1): 90-103.
- DIENER, E. D., EMMONS, R. A., LARSEN, R. J., & GRIFFIN, S. (1985). "The satisfaction with life scale", *Journal of Personality Assessment*, 49(1): 71-75.

- DOĞAN, N., SOYSAL, S., & KARAMAN, H. (2017). “Aynı Örnekleme Açımlayıcı ve Doğrulayıcı Faktör Analizi Uygulanabilir Mi?” (Ed.) DEMİREL S. Küreselleşen Dünyada Eğitim, Pegem Yayınevi, Ankara.
- GREENHAUS, J. H., & POWELL, G. N. (2006). “When Work and Family Are Allies: A Theory of Work-Family Enrichment”, *The Academy of Management Review*, 31(1): 72-92.
- GUEST, D. E. (2002). “Perspectives on the study of work-life balance”, *Social Science Information*, 41(2): 255-279.
- HAAR, J. M., RUSSO, M., SUÑE, A., & OLLIER-MALATERRE, A. (2014). “Outcomes of work–life balance on job satisfaction, life satisfaction and mental health: A study across seven cultures”, *Journal of Vocational Behavior*, 85(3): 361-373.
- HART, P. (1999). “Predicting employee life satisfaction: A coherent model of personality, work and nonwork experiences, and domain satisfactions”, *Journal of Applied Psychology*, 84(4): 564-584.
- HAYMAN, J. (2005). “Psychometric assessment of an instrument designed to measure work life balance”, *Research and Practice in Human Resource Management*, 13 (1): 85-91.
- HAYTON, J.C., ALLEN, D. G., & SCARPELLO, V. (2004). “Factor retention decisions in exploratory factor analysis: A tutorial on parallel analysis”, *Organizational Research Methods*, 7(2): 191-205.
- HILL, E. J., MILLER, B. C., WEINER, S. P., & COLIHAN, J. (1998). “Influences of the virtual office on aspects of work and work/life balance”, *Personnel psychology*, 51(3): 667-683.
- HOOPER, D., COUGHLAN, J., & MULLEN, M. R. (2008). “Structural equation modelling: Guidelines for determining model fit”, *Electronic journal of Business Research Methods*, 6(1): 53-60.
- HU, L. T., & BENTLER, P. M. (1999). “Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives”, *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1): 1-55.
- HURLEY, A. E., SCANDURA, T. A., SCHRIESHEIM, C. A., BRANNICK, M. T., SEERS, A., VANDENBERG, R. J., & WILLIAMS, L. J. (1997). “Exploratory and confirmatory factor analysis: Guidelines, issues, and alternatives”. *Journal of Organizational Behavior*, 18(6): 667-683.
- JOSEPH, M. (2013). A Study About The Work Life Balance In Hospitality Industry With Reference To Kerala, Minor Research Project, Marian College Kuttikkanam
- KAMO, Y. (1998). “Sociological determinants of life satisfaction in Japan: The roles of gender, family, and work”, *International Journal of Japanese Sociology*, 7(1): 127-153.
- KANTEN, P. (2014). “Family Friendly Policies in Organizations and Their Effects on Work-Life Balance, Work Alienation and Life Satisfaction”, *International Journal of Business and Technology*, 2(2): 18-30.

- KARATEPE, O. M. (2013). "The effects of work overload and work-family conflict on job embeddedness and job performance", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(4): 614-634.
- KAYA, B., & KARATEPE, O. M. (2020). "Attitudinal and behavioral outcomes of work-life balance among hotel employees: The mediating role of psychological contract breach", *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 42: 199-209.
- KEYES, C. L. (2002). "The mental health continuum: From languishing to flourishing in life", *Journal of health and social behavior*, 207-222.
- LAPIERRE, L. M., SPECTOR, P. E., ALLEN, T. D., POELMANS, S., COOPER, C. L., O'DRISCOLL, M. P., ... & KINNUNEN, U. (2008). "Family-supportive organization perceptions, multiple dimensions of work-family conflict, and employee satisfaction: A test of model across five samples", *Journal of Vocational Behavior*, 73(1): 92-106.
- LIN, J., WONG, J., & HO, C. (2013). "Promoting frontline employees' quality of life: Leisure benefit systems and work-to-leisure conflicts", *Tourism Management*, 36: 178-187.
- LIU, T., GAO, J., ZHU, M., & JIN, S. (2021). "Women's Work-Life Balance in Hospitality: Examining Its Impact on Organizational Commitment", *Frontiers in Psychology*, 12: 223.
- LOCKWOOD, N. R. (2003). "Work/life balance. Challenges and Solutions", *SHRM Research*, USA, 2-10.
- MARKS, S.R., & MACDERMID, S.M. (1996). "Multiple roles and the self: a theory of role balance", *Journal of Marriage and the Family*, 58(2): 417-432.
- MCDONALD, R. P., & HO, M. H. R. (2002). "Principles and practice in reporting structural equation analyses", *Psychological methods*, 7(1): 64.
- MCINTOSH, S. (2003). "Work-life balance: how life coaching can help", *Business Information Review*, 20(4): 181-189.
- MULVANEY, R. H., O'NEILL, J. W., CLEVELAND, J. N., & CROUTER, A. C. (2007). "A model of work-family dynamics of hotel managers", *Annals of Tourism Research*, 34(1): 66-87.
- NEAR, J. P., SMITH, C. A., RICE, R. W., & HUNT, R. G. (1983). "Job Satisfaction and Nonwork Satisfaction as Components of Life Satisfaction", *Journal of Applied Social Psychology*, 13(2): 126-144.
- NEAR, J. P., SMITH, C. A., RICE, R. W., & HUNT, R. G. (1984). "A comparison of work and nonwork predictors of life satisfaction", *Academy of Management Journal*, 27(1): 184-190.
- NODA, H. (2020). "Work-life balance and life satisfaction in OECD countries: a cross-sectional analysis", *Journal of Happiness Studies*, 21(4): 1325-1348.
- OMRAN, S., & KAMEL, A. (2016). "Work-family balance dilemma among employed parents (An empirical study)", *International Journal of Business and Economic Development (IJBED)*, 4(1).
- ORÇAN, F. (2018). "Açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi: İlk hangisi kullanılmalı", *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, 9(4): 413-421.

- PASUPULETI, S., ALLEN, R. I., LAMBERT, E. G., & CLUSE-TOLAR, T. (2009). "The impact of work stressors on the life satisfaction of social service workers: A preliminary study", *Administration in Social Work*, 33(3): 319-339.
- PAVOT, W., DIENER, E. D., COLVIN, C. R., & SANDVIK, E. (1991). "Further validation of the Satisfaction with Life Scale: Evidence for the cross-method convergence of well-being measures", *Journal of Personality Assessment*, 57(1): 149-161.
- PAVOT, W., & DIENER, E. (2008). "The Satisfaction With Life Scale and The Emerging Construct of Life Satisfaction", *The Journal of Positive Psychology*, 3(2): 137-152.
- PAVOT, W., & DIENER, E. (2009). Review of the satisfaction with life scale. In *Assessing well-being* (pp. 101-117). Springer, Dordrecht.
- PEKDEMİR, I., & KOÇOĞLU, M. (2014). "İşkoliklik ile İş Yaşam Dengesi Arasındaki İlişkide Kişilik Özelliklerinin Aracılık Rolü Üzerine Bir Araştırma", *Abant İzzet Baysal Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(1): 309-337.
- RODE, J. C. (2004). "Job satisfaction and life satisfaction revisited: A longitudinal test of an integrated model", *Human Relations*, 57(9): 1205-1230.
- STAPLETON, C. D. (1997). "Basic Concepts and Procedures of Confirmatory Factor Analysis". Annual Meeting of the Southwest Educational Research Association, Austin.
- TABACHNICK, B. G., & FIDELL, L. S. (2007). *Using multivariate statistics*, Pearson, 5th edition, Boston, MA.
- TOKER, B., & KALIPÇI, M. B. (2020). "İş-yaşam dengesinin yaşam doyumuna etkisinde işe gömülmüşlüğü'nün aracılık rolü: Konaklama işletmelerinde bir uygulama", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(1): 888-901.
- WONG, S. C. K., & KO, A. (2009). "Exploratory study of understanding hotel employees' perception on work-life balance issues", *International Journal of Hospitality Management*, 28(2): 195-203.
- YU, S. (2014). "Work-life balance – work intensification and job insecurity as job stressors", *Labour & Industry: A Journal of The Social and Economic Relations of Work*, 24(3): 203-216.
- ZHAO, X. R., QU, H., & GHISELLI, R. (2011). "Examining the relationship of work-family conflict to job and life satisfaction: A case of hotel sales managers", *International Journal of Hospitality Management*, 30(1): 46-54.

Entropi ve Critic Yöntemlerine Göre 3PL Hizmet Sağlayıcılardan Beklenen Lojistik Performans Göstergelerinin Önem Sıralaması¹

(Araştırma Makalesi)

Significance Ranking of Logistic Performance Indicators Expected From 3PL Service Providers According to Entropy and Critic Methods

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1053365

Gül SENİR

Dr. Öğr. Üyesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
Uluslararası Ticaret ve Lojistik

gul.senir@ohu.edu.tr

Orcid No: 0000-0001-5454-2321

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Senir, G. (2023). Entropi ve Critic Yöntemlerine Göre 3PL Hizmet Sağlayıcılardan Beklenen Lojistik Performans Göstergelerinin Önem Sıralaması. Alanya Akademik Bakış, 7(1), Sayfa No.91-109.

ÖZET

Anahtar kelimeler:
3PL, Entropi, CRITIC

Makale Geliş Tarihi:

04.01.2022

Kabul Tarihi:

26.10.2022

Bu araştırmanın amacı firmaların 3PL hizmet sağlayıcılarda dikkate aldıkları lojistik performans göstergelerinin önem düzeylerinin sıralamasının ikincil verilere (sektör, büyüklük, sermaye yapısı ve bölge) göre farklılaşan ya da benzeşen noktalarının ihracatçı firmalar bakış açısından belirlenmesidir. Çalışmada 2017 yılı Türkiye'nin ilk 1000 ihracatçı firmasından, anket yöntemi ile veri toplanmıştır. 33 göstergeden oluşan lojistik performans göstergeleri 6 boyut altında toplanmıştır. Buna göre birinci boyut "ilişkisel-teknolojik yeterlilikler ve müşteri memnuniyeti performans göstergeleri", ikinci boyut "katma değerli hizmetler performans göstergeleri", üçüncü boyut "sevkiyat ve yükleme işlemlerinin etkinliği performans göstergeleri", dördüncü boyut "gelişime ve inovasyona yönelik performans göstergeleri", beşinci boyut "ulaştırma operasyon performans göstergeleri" ve altıncı boyut "sipariş işleme performans göstergeleri" olarak adlandırılmıştır. ENTROPİ ve CRITIC yöntemleriyle elde edilen lojistik performans göstergelerinin önem düzeyleri karşılaştırıldığında, firmaların 3PL hizmet sağlayıcılardan beklentileri farklılaşmakla birlikte genel olarak ulaştırma operasyonu ile sevkiyat ve yükleme işlemlerinin etkinliği ile ilgili beklentilerinin olduğu görülmüştür.

ABSTRACT

Keywords:
3PL, Entropi, CRITIC

The aim of this research is to determine the points of differentiation or similarity according to secondary data (sector, size, capital structure and region) of the order of importance of logistics performance indicators that companies consider in 3PL service providers from the point of view of exporting companies. In the study, data were collected from the top 1000

¹ Bu çalışma, Prof. Dr. Murat AKIN danışmanlığında Gül SENİR tarafından Nisan 2021 tarihinde tamamlanan "İhracatçı Firmalar Açısından Lojistik Hizmet Sağlayıcıların Performansının Değerlendirilmesi" başlıklı ve 670104 nolu doktora tezinden türetilmiştir.

exporting companies of Turkey in 2017, using the survey method. Logistics performance indicators consisting of 33 indicators are grouped under 6 dimensions. Accordingly, the first dimension is "relational-technological competencies and customer satisfaction performance indicators", the second dimension is "value-added services performance indicators", the third dimension is "performance indicators for the efficiency of shipping and loading operations", the fourth dimension is "performance indicators for development and innovation", and the fifth dimension is "performance indicators for development and innovation". dimension "transport operation performance indicators" and the sixth dimension "order processing performance indicators". When the importance levels of the logistics performance indicators obtained by the ENTROPİ and CRITIC methods are compared, it is seen that the expectations of the companies from the 3PL service providers differ, but in general, they have expectations about the efficiency of the transportation operation and shipping and loading processes.

1. GİRİŞ

Lojistikte araştırmaya ihtiyaç duyulan alanlardan biri performans ölçümü, olarak ifade edilebilir (Chen, 2002: 64). Lojistik performans nedir? sorusunun cevabı maliyet etkinliği, satışların artması, karlılık, verilen sözlerin yerine getirilmesi, iş güvenliğinin sağlanması ve çalışma koşullarının iyileştirilmesi, sosyal sorumlulukların yerine getirilmesi, müşteri memnuniyeti, ürün bulunabilirliği, zamanında teslimat, düşük kayıp ve hasar, girdiler için "adil" fiyatlar ve esneklik gibi çok yönlü ve birbiriyle çelişen hedefler ve çoklu hizmet ölçümlerinin birleşimidir (Chow vd., 1994: 23; Töyli vd., 2008: 57). Bu bağlamda firmaların stratejilerine ve hedeflerine uygun pek çok performans göstergesinin ortaya çıkması kaçınılmaz olmuş ve birçok araştırmacı da yaptıkları incelemeler sonucunda çok sayıda performans göstergesi ortaya koymuşlardır. Önemli olan, firmaların stratejilerine uyacak performans ölçüm sistemi ve performans göstergelerini kullanmasıdır.

Giderek artan rekabet, firmaları sektörde daha rekabetçi olabilmeleri için kapsamlı bir ölçüm modeli ile performanslarını değerlendirmeye zorlamaktadır. Kapsamlı bir modele sahip olmak için, farklı perspektiflerden geniş yelpazedeki göstergelerin dikkate alınması firmalar için gerekli olmaktadır (Bhagwat ve Sharma, 2009: 679). Bu durum yöneticileri, hangi göstergeleri kullanmaları gerektiği ve ne zaman kullanmaları gerektiği de dahil olmak üzere çeşitli sorulara cevap aramaya yönlendirmektedir (Gopal ve Thakkar, 2012: 40). Lojistik performans ölçümünde pek çok yöntem kullanılmakla birlikte, daha etkili bir seçim ve değerlendirme yöntemi bulunması için araştırmalar devam etmekte ve yeni yöntemler geliştirilmeye çalışılmaktadır. Firmalar da bu noktada rekabet avantajı sağlayabilmek için lojistik performans ölçümünde hem kullanacakları lojistik performans göstergelerini hem de lojistik performans ölçüm yöntemi tercihlerini belirlemelidir.

Bir firmanın lojistik performansı birçok faktörden etkilendiği için bir ÇKKV problemi olarak belirtilebilir. Bu çalışmada da ENTROPİ ve CRITIC yöntemleri, firmaların 3PL hizmet sağlayıcılarda dikkate aldıkları lojistik performans göstergelerinin önem düzeylerinin belirlenmesi amacıyla kullanılmıştır. Belirlenen göstergelerin sayıca fazla olması nedeniyle ikili karşılaştırma yapılmasının, hem anketlerin uygulanmasında hem de matrislerin çözümlenmesinde süreci uzatması ikili karşılaştırma yapan yöntemlerin dışında bir yöntem seçilmesini gerektirmiştir. Literatürde ENTROPİ ve CRITIC yöntemleri farklı ölçekler ve verilerle çözümlenmiştir. Çalışmaları yapan araştırmacıların (Adalı ve Işık 2017; Cengiz 2019; Chen ve Tzeng 2004; Kenger ve Organ 2017; Ömürbek ve Urmak Akçakaya 2018; Shemshadi vd. 2011; Tuş ve Adalı 2019; Ulutaş ve Karaköy 2019) kullandıkları veriler ve ölçekler de

farklılıkların olması bu yöntemlerin uygulanmasının yoruma açık olduğu şeklinde sonuca varılmıştır. Çalışmada göstergelerin önem düzeylerinin belirlenmesinde (Adalı ve Işık 2017; Cengiz 2019; Tuş ve Adalı 2019) çalışmalarında olduğu gibi 5’li Likert ölçek kullanılarak uzmanlarla çalışılmıştır. Belirlenen göstergelerin nitel özellikte olması yani sayısallaştırmaya elverişli olmaması ve AHP’ye göre daha objektif birer yöntem olmaları ENTROPİ ve CRITIC yöntemlerinin (Ayçin, 2019: 122) seçilmesindeki diğer nedenler olarak sayılabilir. Göstergelerin önem düzeyleri hesaplanırken her gösterge kendi içinde birbirinden bağımsız olarak kabul edilmiştir. Belirlenen 33 göstergenin hepsi fayda temelli olup, göstergelerin önem düzeyleri hesaplanırken fayda temelli göstergeler için kullanılan eşitlik yardımıyla hesaplama yapılmıştır. Tüm hesaplamalar için Microsoft Office Excel programından yararlanılmıştır.

Çalışmanın amacı, 2017 yılı ihracatçı ilk 1000 firmanın 3PL hizmet sağlayıcılarda dikkate aldıkları lojistik performans göstergelerinin önem düzeylerinin ENTROPİ ve CRITIC yöntemleriyle ikincil verilere (sektör, büyüklük, sermaye yapısı ve bölge) göre ayrı ayrı hesaplanarak sıralanması, firmaların önemsendiği lojistik performans göstergelerinin belirlenmesi ve elde edilen sonuçlar doğrultusunda öneriler geliştirilmesidir. Altı bölümden oluşan çalışmada giriş kısmından sonraki ilk bölümde literatür taraması, ikinci bölümde araştırmanın yöntemi, üçüncü bölümde araştırmanın uygulaması, dördüncü bölümde araştırmanın bulguları verilmiş ve son bölümde de sonuç bölümü verilerek çalışma tamamlanmıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Lojistik performans, iki girdinin birleşiminden etkilenmektedir: Bir yandan, lojistik süreçlerin performansı üçüncü taraflara taşınırken, diğer yandan lojistik süreçlerin performansı firmanın kendi bünyesinde gerçekleştirilmektedir (Zawawi vd. 2017: 172). Lojistiğin bir firmanın ana faaliyet konusu olması durumunda, lojistik performans ana kümede yer alacak ve bu durumda lojistik faaliyetlerin performansının daha detaylı ölçülmesi gerekli olacaktır. Eğer lojistik, firmanın ana faaliyeti değilse bu durumda hizmet 3PL hizmet sağlayıcılardan alınacaktır. Her iki şekilde yürütülen lojistik faaliyette, firmaların performans ölçümü temelde benzerlikler gösterse de aralarında küçük farklılıkların olduğu bir yapıya sahiptir. Literatür taraması, lojistik performansla ilgili çalışmaların, toplanan verilerin ve performans göstergelerinin sektörler açısından farklılaştığını göstermektedir (Öztemiz ve Kara, 2017: 255). Bu kapsamda firmaların, 3PL hizmet sağlayıcılardan beklediği bir lojistik performans standardı vardır. Örneğin, firmalar yaptıkları sözleşmelerle; teslimatta gecikme, ambalaj veya miktar hatası yapan 3PL hizmet sağlayıcılara ciddi yaptırımlarda bulunmaktadır (Wood vd., 2002: 414).

Verilen bu bilgiler kapsamında öncelikle lojistik performans ile ilgili yapılan araştırmaların sınıflandırılması yapılmış, sonra da bu sınıflandırmaya göre literatürdeki çalışmalar incelenmiştir. Tablo 1’de lojistik performans ile ilgili yapılan akademik çalışmaların sınıflandırılması yapılmıştır. Buna göre literatürdeki çalışmalar temel olarak 10 başlık altında ele alınmıştır. Performans ölçümüyle ilgili araştırma konularının her birinin detaylı olarak incelenmesi mümkün olmadığından, özellikle toplam kalite yönetimi ile ilgili çalışmalar kapsam dışı bırakılmış, çalışmanın ana konusu olan lojistikte performans ölçümü ve performans göstergelerinin değerlendirilmesi çalışmalarına odaklanılmıştır. Bu doğrultuda lojistik performans ölçümünde kullanılan göstergelere yer verilmiştir.

Tablo 1. Lojistik Performans ile İlgili Akademik Çalışmaların Sınıflandırılması

<p>Lojistik Performans Ölçümündeki Temel Göstergelerin Belirlenmesi ile İlgili Çalışmalar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Byrnes vd. (1987) • Chow vd. (1994) • Fawcett ve Smith (1995) • Hill (1996) • McMullan (1996) • Minahan (1997) • Fawcett ve Cooper (1998) • Bhatnagar vd. (1999) • Gunasekaran vd. (2001) • Morash (2001) • Waters (2003) • Tilokavichai vd. (2012) • Bakar ve Jaafar (2016) • Kucukaltan vd. (2016)
<p>Lojistik Performans Ölçümü ile İlgili Çalışmalar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Çakır ve Perçin (2013) • Bakan ve Şekkeli (2016)
<p>Lojistik Performans ile Finansal Performans Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi ile İlgili Çalışmalar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Töyli vd. (2008) • Green vd. (2008)
<p>Lojistik Performansın Örgütsel Performansa Etkilerinin Belirlenmesi ile İlgili Çalışma</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kayabaşı ve Özdemir (2008)
<p>Lojistik Performans ile Tedarik Zinciri Yönetim Bileşenleri İlişkinin Belirlenmesi ile İlgili Çalışma</p> <ul style="list-style-type: none"> • Moberg vd. (2004)
<p>Tek Bir Lojistik Faaliyetin Performansının Belirlenmesi ile İlgili Çalışmalar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fawcett ve Vellenga (1990) • Marr (1991)
<p>Lojistik Performansın Müşteri Sadakati ve Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisinin Belirlenmesi ile İlgili Çalışmalar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stank vd. (2003) • Ramanathan (2010) • Ltifi ve Gharbi (2015)
<p>Farklı Sektörlerdeki Lojistik Performans Ölçümü ile İlgili Çalışmalar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lehtonen (2001) • Schramm-Klein ve Morschett (2006) • Tilokavichai vd. (2012)
<p>Lojistik Performans ile Çevresel İlişkilerin Belirlenmesi ile İlgili Çalışma</p>

- Liu vd. (2018)

Nakliyecilerin ve Lojistik Dağıtım Merkezlerinin Performanslarının Belirlenmesi ile İlgili Çalışmalar

- Cabanis (1995)
- Daugherty vd. (1996)
- Tyworth ve Zeng (1998)
- Chen (2002)

Literatürde lojistik performans ile ilgili yapılan çalışmalar da kendi içinde farklılaşmaktadır. Bu kapsamda yapılan çalışmalar detaylı biçimde ele alınmıştır.

Tablo 1’de yer alan çalışmalardan bazıları lojistik performans ölçümündeki temel göstergelerin belirlenmesine (Byrnes vd., 1987; Chow vd., 1994; Fawcett ve Smith 1995; Hill 1996; McMullan 1996; Minahan 1997; Fawcett ve Cooper 1998; Bhatnagar vd., 1999; Gunasekaran vd., 2001; Morash 2001; Waters 2003; Tilokavichai vd., 2012; Bakar ve Jaafar 2016; Kucukaltan vd., 2016); bazıları lojistik performans ölçümüne (Çakır ve Perçin 2013; Bakan ve Şekkel 2016); bazıları lojistik performans ile finansal performans arasındaki ilişkinin belirlenmesine (Green vd., 2008; Töyli vd., 2008); bazıları lojistik performansın örgütsel performansa etkilerinin belirlenmesine (Kayabaşı ve Özdemir 2008); bazıları lojistik performans ile tedarik zinciri yönetim bileşenleri ilişkisinin belirlenmesine (Moberg vd., 2004); bazıları tek bir lojistik faaliyetin performansının belirlenmesine (Fawcett ve Vellenga 1990; Marr 1991); bazıları lojistik performansın müşteri sadakati ve memnuniyeti üzerine etkisinin belirlenmesine (Stank vd., 2003; Ramanathan 2010; Ltifi ve Gharbi 2015); bazıları farklı sektörlerdeki lojistik performans ölçümüne (Lehtonen 2001; Schramm-Klein ve Morschett 2006; Tilokavichai vd., 2012); bazıları lojistik performans ile çevresel ilişkilerin belirlenmesine (Liu vd., 2018); bazıları nakliyecilerin ve lojistik dağıtım merkezlerinin performanslarının belirlenmesine (Cabanis 1995; Daugherty vd., 1996; Tyworth ve Zeng 1998; Chen 2002) yöneliktir.

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın amacı ve önemi, araştırmanın anakütle seçimi ve veri toplama yöntemi ve aracından bahsedilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Firmaların lojistik performans ölçümü çeşitli performans göstergelerine dayanmaktadır. Ancak bu anahtar göstergelere karar verme ve göstergelerin önem düzeylerinin belirlenmesi hususlarında bazı belirsizlikler bulunmaktadır. Bu belirsizlikleri gidermek için anahtar lojistik performans göstergelerinin neler olabileceği ve bu göstergelerin önem düzeylerinin nasıl belirlenebileceği çalışmanın ana problemi olarak belirlenmiştir. Bu doğrultuda çalışmanın temel amacı, firmaların 3PL hizmet sağlayıcılarda dikkate aldıkları lojistik performans göstergelerinin önem düzeylerinin sıralamasının ikincil verilere (sektör, büyüklük, sermaye yapısı ve bölge) göre farklılaşan ya da benzeşen noktalarının ihracatçı firmalar bakış açısından belirlenmesidir.

Firmaların faaliyet gösterdikleri sektörler 1. gıda, içki ve tütün; 2. dokuma, giyim eşyası ve deri; 3. kimya-petrol, kömür, kauçuk ve plastik ürünler; 4. metal ana sanayi ve 5. metal eşya-makine ve teçhizat, ulaşım araçları; büyüklükleri küçük ölçekli, orta ölçekli ve büyük ölçekli;

sermaye yapıları yerli, ortak girişim ve yabancı; bölgeleri Marmara ve diğer bölgeler şeklinde belirlenmiştir.

3.2. Araştırmanın Anakütle Seçimi

Bu çalışmada veri tamsayım yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Araştırmanın anakütlesini 2017 yılı Türkiye'nin ilk 1000 ihracatçı firması oluşturmaktadır. Bu anakütlenin zaman ve maliyet kısıtları açısından değerlendirildiğinde ulaşılabilir bir büyüklükte olması nedeniyle, örneklem seçimine ihtiyaç duyulmamış ve anakütlenin tamamına ulaşmaya karar verilmiştir. Çalışmanın anakütlesini oluşturan firmaların belirlenmesinde Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) veri tabanından faydalanılmıştır (TİM, 2018). TİM veri tabanı güncel bir veri tabanı olması ve farklı sektörlerden ulusal bazda verileri içermesi nedeniyle tercih edilmiştir. Ancak listede “ismi açıklanmayan” ve “araştırmaya katılmayan” 175 firmanın kapsam dışı bırakılmasıyla anakütledeki firma sayısı 825 olarak belirlenmiştir.

3.3. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Çalışmada zaman kısıtı nedeniyle tercih edilen yöntem anketlerin e-posta yoluyla uygulanması ve verinin anket yöntemi ile toplanması olmuştur.

Kullanılacak anket formunun hazırlanmasından sonra, anketlerin ilgili birimlere ulaştırılması için e-postayla gönderilmesine geçilmiştir. Anket cevaplayıcılarının araştırma konusunda bilgiye sahip, özellikle firmaların “lojistik süreçlerini takip eden üst ve orta düzey yöneticiler” olmasına özen gösterilmiştir. Hatırlatma e-postaları gönderilmesi sonucunda kullanılabilir anket sayısı 187 olmuştur. Bu durumda geri dönüş oranı %22,6 olarak gerçekleşmiştir. Literatürdeki çalışmalarda geri dönüş oranının %10-20 aralığında olması normal kabul edilmektedir (Bakar ve Jaafar, 2016: 573). Buna dayanarak ve zaman kısıtı nedeniyle anketlerin gönderilmesine son verilmiş ve 187 adet anketin analiz için yeterli olduğu sonucuna varılmıştır.

Hazırlanan anket formunda 3PL hizmet sağlayıcılarda dikkate aldıkları lojistik performans göstergelerinin belirlenmesine yönelik yargılar yer almaktadır. Bu bölümde kullanılan literatür bilgisi Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Anket Formu İçin Kullanılan Literatür

Ölçek	Kaynak
3PL hizmet sağlayıcılarda dikkate alınan lojistik performans göstergeleri	Alkhatib vd. (2015); Baki ve Şimşek (2004); Bakar ve Jaafar (2016); Falsini vd. (2012); Garside ve Saputro (2017); Huang ve Peng (2012); Y. Li ve H.X. Li (2011); Kayakutlu ve Buyukozkan (2011); Küçükaltan vd. (2016); Mingming vd. (2010); Rajesh vd. (2012); Ruske vd. (2010); Sahu vd.(2015); Şengel (2012); Qureshi vd. (2008); Wang vd. (2012)

Anket formunda yer alan soruda 3PL hizmet sağlayıcılarda dikkate alınan lojistik performans göstergelerinin belirlenmesi için 5’li Likert ölçeği (1: Hiç Önemli Değil ve 5: Son Derece Önemli) derecelemesi oluşturulmuştur.

4. UYGULAMA

4.1. Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik, “bir testin veya ölçeğin ölçmek istediği şeyi tutarlı ve istikrarlı bir biçimde ölçme derecesidir” (Hair vd., 2014: 385). Bu doğrultuda veri toplama aracındaki ölçeklerin güvenilirliğini belirlemek için Cronbach’s Alfa değerinin göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Tablo 3’te veri toplama aracı olan ankette yer alan ölçeğin güvenilirlik değerleri yer almaktadır.

Tablo 3. Ölçeğin Güvenilirlik Değerleri

Ölçek	Cronbach's Alpha Değeri	Değerlendirilen Madde Sayısı
3PL Hizmet Sağlayıcılarda Dikkate Alınan Lojistik Performans Göstergeleri	0,968	64

3PL hizmet sağlayıcılarda dikkate alınan lojistik performans göstergeleri ölçeğiyle ilgili 64 madde için alfa değeri 0,968 olarak bulunmuştur. Ölçeklerin içsel tutarlılığını ölçmeyi amaçlayan bu katsayı 0 ile 1 arasında bir değer alır (Hair vd., 2014: 385). Tablo 3'te görüldüğü gibi ölçeğin alfa değeri 0,968 değerini almıştır. Bu sonuç ölçeğin güvenilir olduğunu ve ölçmek istenilen özelliğin büyük olasılıkla doğru biçimde ölçüldüğünü göstermektedir.

4.2. Lojistik Performans Göstergelerinin Önem Sıralaması

Firmaların 3PL hizmet sağlayıcılarda dikkate aldıkları lojistik performans göstergelerinin önem düzeyleri ENTROPİ ve CRITIC yöntemlerine göre ayrı ayrı hesaplanmıştır. Bu kapsamda firmaların sektör, büyüklük, sermaye yapısı ve bölgeleri baz alınarak göstergelerin önem düzeylerinin hesaplanmasının nedeni hangi lojistik performans göstergelerine öncelik verildiğinin belirlenmesidir.

Firmaların 3PL hizmet sağlayıcılarda dikkate aldıkları lojistik performans göstergeleri “temel ve destek lojistik faaliyetlere” göre geniş bir literatür araştırması ve alandaki akademisyenlerle yapılan görüşmeler sonucunda 64 gösterge olarak belirlenmiştir. Temel ve destek lojistik faaliyetlere göre belirlenen lojistik performans göstergeleri taşımacılık, depolama, ambalajlama/paketleme, elleçleme, stok yönetimi, sipariş yönetimi, müşteri hizmetleri, talep yönetimi, gümrük işlemleri, çevresel duyarlılık ve kurumsallık ile ilgili olarak sıralanmıştır. Bunlar Tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 4. Lojistik Performans Göstergeleri

Taşımacılık ile İlgili Performans Göstergeleri	G1. Zamanında sevkiyat
	G2. Hatasız yükleme
	G3. Acil durumlarda yükleme
	G4. Araç-mil/km başına yükleme sayısı
	G5. Birim sevkiyat başına taşınan kg miktarı
	G6. Hasarsız teslimat
	G7. Özel nakliye ekipmanlarının kullanılması
	G8. Düşük taşıma maliyeti
	G9. Filo büyüklüğü
	G10. Sürücülerin nitelik ve niceliği
	G11. Araçların yaşının genç olması ve yeterliliği
	G12. Araç takip sisteminin olması
	G13. Coğrafi yayılım ve hizmet yelpazesi
	G14. ADR sertifikalı (Tehlikeli Malların Karayolu ile Uluslararası Taşımacılığına İlişkin Avrupa Anlaşması) araçların bulunması
	G15. Bozulabilir ürünler için soğutulmuş araçların bulunması
	G16. Taşıma esnekliği (özel taşıma taleplerini karşılayabilme)

Depolama ile İlgili Performans Göstergeleri	G17. Depo yerinin ulaşılabilirliği
	G18. Kısa depo çevrim zamanı/kısa depo sipariş çevrim süresi
	G19. Depolardaki otomasyon seviyesi (WMS/ERP vb.) kullanımı
	G20. Özel depolama araçlarının bulunması
	G21. Özel depolama alanı (soğutma deposu, kimyasal konteynerler vb.) olması
	G22. Depolardaki güvenlik önlemlerinin yeterliliği
Ambalajlama/Paketleme ile İlgili Performans Göstergeleri	G23. Paketleme ve etiketleme ekipmanlarının çeşitliliği
	G24. Özel mallar (tehlikeli, çabuk bozulabilen vb.) için paketleme hizmeti sunma
	G25. Birim ambalajlama maliyetinin düşüklüğü
Elleçleme ile İlgili Performans Göstergeleri	G26. Elleçleme maliyetinin düşüklüğü
	G27. Otomatik elleçleme ekipmanlarının varlığı
Stok Yönetimi ile İlgili Performans Göstergeleri	G28. Stok bulundurma maliyetinin düşüklüğü
	G29. Stok tahmin doğruluğunun yüksekliği
Sipariş Yönetimi ile İlgili Performans Göstergeleri	G30. Hatasız sipariş tamamlama/hatasız sipariş yerine getirme
	G31. Sipariş prosedürü kolaylığı
	G32. Geri gelen siparişler/sipariş iadeleri
	G33. Özel sipariş işleme etkinliği
	G34. Siparişlerin ortalama yerine getirilme süresi/sipariş işleme süresi
Müşteri Hizmetleri ile İlgili Performans Göstergeleri	G35. Müşteri şikâyetleriyle ilgilenme
	G36. Müşteri bilgi isteklerini cevaplama
	G37. Esnek faturalandırma ve ödeme sistemi
	G38. Satış sonrası hizmetlerin yeterliliği
Talep Yönetimi ile İlgili Performans Göstergeleri	G39. Olağandışı talepleri karşılayabilme
	G40. Mal taleplerine hızlı yanıt
	G41. Talepleri karşılama yüzdesi
Gümrük İşlemleri ile İlgili Performans Göstergeleri	G42. Yeterli sayıda personel çalışması
	G43. Eğitimli ve nitelikli personellerin olması
	G44. Gümrük işlemlerinin kısa sürede yapılması
	G45. Gümrük işlemlerinin hatasız yapılması
	G46. Hizmet kalitesi ve yeterliliği
Çevresel Duyarlılık ile İlgili Performans Göstergeleri	G47. Yeterli düzeyde çevresel farkındalık
	G48. Atık emisyon miktarlarının-atık hacminin düşüklüğü
	G49. İletişim araçları kullanımı etkinliği
	G50. Geçmiş performansları
	G51. Etik sorumluluğu
	G52. Esnek lojistik planlama ve çizelgeleme becerisi

Kurumsallık ile İlgili Performans Göstergeleri	G53. Geri bildirim ve raporlama sistemlerinin olması
	G54. Çalışanların teknik uzmanlığı
	G55. Pazar bilgisi
	G56. Uzun dönemli ilişkiler
	G57. Miktar indirimleri
	G58. İlgili sektörlerin bilgi sistemleriyle bağlantı
	G59. Yeni teknolojileri kullanma
	G60. İmaj ve tanınırlık
	G61. İş sağlığı ve güvenliğinin yeterliliği
	G62. Kalite yönetimi sertifikalarının olması
	G63. Ar-Ge'ye ayrılan bütçe
	G64. Sosyal sorumluluk projelerinde yer alması

Profesyonellere göre, göstergelerin sayısını yönetilebilir bir seviyede tutmak anketin başarısı için çok önemli olmakta, çok fazla göstergenin ankete dahil edilmesi katılımcılar için belirsizliğe neden olabilmektedir (Tjader vd., 2014). Bununla birlikte belirlenen göstergelerin ÇKKV yöntemlerinde kullanım için sayıca fazla olması, göstergelerin sayısının artmasının ikili karşılaştırma yapılmasını zorlaştırması ve oluşan matrislerin sayısının artmasıyla çözümün uzaması ve karmaşıklaşması nedeniyle göstergelerin sayısının azaltılmasına (Chen, 2002; Kucukaltan vd., 2016) karar verilmiş ve bunun için de faktör analizi yapılmıştır. Yapılan faktör analiziyle faktör yükü 0,50 altında olan göstergeler Hair vd. (2014) önerilerine uygun olarak analizden çıkarılmıştır. Bu durumda belirlenen 64 gösterge 33 göstergeye indirilmiştir. Bu 33 göstergeden oluşan lojistik performans göstergeleri 6 boyut altında toplanmıştır. ENTROPİ ve CRITIC yönteminde kullanılan bu boyutlar Tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo 5. Lojistik Performans Göstergeleri Ölçeğinin Faktör Analizi Sonuçları

Lojistik Performans Göstergeleri Ölçeği	
Boyutlar/Maddeler	Yükler
Boyut 1: İlişkisel- Teknolojik Yeterlilikler ve Müşteri Memnuniyeti Performans Göstergeleri (Özdeğer=12,184; Açıklanan varyans= 32,094)	
İletişim Araçları Kullanımı Etkinliği	0,820
Esnek Lojistik Planlama ve Çizelgeleme Becerisi	0,803
Yeterli Düzeyde Çevresel Farkındalık	0,747
Kalite Yönetimi Sertifikalarının Olması	0,745
Talepleri Karşılama Yüzdesi	0,740
Eğitilmiş ve Nitelikli Personellerin Olması	0,713
Yeterli Sayıda Personel Çalışması	0,713
İlgili Sektörlerin Bilgi Sistemleriyle Bağlantı	0,701
Pazar Bilgisi	0,698
Yeni Teknolojileri Kullanma	0,690
Satış Sonrası Hizmetlerin Yeterliliği	0,688

İş Sağlığı ve Güvenliğinin Yeterliliği	0,682
Atık Emisyon Miktarlarının Düşüklüğü	0,658
Esnek Faturalandırma ve Ödeme Sistemi	0,639
Geri Bildirim ve Raporlama Sistemlerinin Olması	0,629
Müşteri Şikâyetleriyle İlgilenme	0,628
Miktar İndirimleri	0,600
Depolardaki Otomasyon Seviyesi (WMS/ERP vb.) Kullanımı	0,590
Özel Sipariş İşleme Etkinliği	0,546
Özel Depolama Alanı (soğutma deposu, kimyasal konteynerler vb.) olması	0,525
Boyut 2: Katma Değerli Hizmetler Performans Göstergeleri (Özdeğer= 2,965; Açıklanan varyans= 41,991)	
Elleçleme Maliyetinin Düşüklüğü	0,832
Otomatik Elleçleme Ekipmanlarının Varlığı	0,827
Birim Ambalajlama Maliyetinin Düşüklüğü	0,783
Özel Mallar (tehlikeli, çabuk bozulabilen vb.) İçin Paketleme Hizmeti Sunma	0,652
Boyut 3: Sevkiyat ve Yükleme İşlemlerinin Etkinliği Performans Göstergeleri (Özdeğer= 2,369; Açıklanan varyans= 48,885)	
Hasarsız Teslimat	0,850
Düşük Taşıma Maliyeti	0,773
Zamanında Sevkiyat	0,732
Boyut 4: Gelişime ve İnovasyona Yönelik Performans Göstergeleri (Özdeğer= 1,939; Açıklanan varyans= 55,358)	
Sosyal Sorumluluk Projelerinde Yer Alması	0,815
Ar-Ge'ye Ayrılan Bütçe	0,754
Boyut 5: Ulaştırma Operasyon Performans Göstergeleri (Özdeğer= 1,694; Açıklanan varyans= 61,643)	
Birim Sevkiyat Başına Taşınan Kg Miktarı	0,927
Araç Mil/Km Başına Yükleme Sayısı	0,889
Boyut 6: Sipariş İşleme Performans Göstergeleri (Özdeğer= 1,235; Açıklanan varyans= 66,818)	
Hatasız Sipariş Tamamlama	0,775
Sipariş Prosedürü Kolaylığı	0,735
N=85; KMO=0,759; Bartlett's Sph. =22,72062; p=0,000; Toplam Açıklanan Varyans= %74,173	

Faktör analizi sonucunda firmaların 3PL hizmet sağlayıcılarda dikkate aldıkları lojistik performans göstergeleri ölçeği ile ilgili hesaplanan KMO 0,759 ve Bartlett 0,000 değerleri analize uygunluğu göstermektedir. Özdeğerleri 1'den büyük 8 boyut ortaya çıkarken bu sekiz boyut toplam varyansın %74,173'ünü açıklamaktadır. Ancak yedinci boyuta 1 gösterge atanırken, sekizinci boyuta ise hiçbir gösterge atanmamıştır. Atanan 1 gösterge de boyut oluşturmadığından son 2 boyut analize tabi tutulmamıştır. Faktör analizi 6 boyutlu olarak kabul edilmiştir. Boyutlar altlarında yer alan göstergelere uygun şekilde literatürde yer alan (Alkhatib vd., 2015; Falsini vd., 2012; Garside ve Saputro 2017; Huang ve Peng 2012; Y. Li ve H.X. Li 2011; Sahu vd., 2015) çalışmalara göre adlandırılmaya çalışılmıştır.

Buna göre birinci boyut “ilişkisel-teknolojik yeterlilikler ve müşteri memnuniyeti performans göstergeleri”, ikinci boyut “katma değerli hizmetler performans göstergeleri”, üçüncü boyut “sevkiyat ve yükleme işlemlerinin etkinliği performans göstergeleri”, dördüncü boyut “gelişime ve inovasyona yönelik performans göstergeleri”, beşinci boyut “ulaştırma operasyon performans göstergeleri” ve altıncı boyut “sipariş işleme performans göstergeleri” olarak adlandırılmıştır. İlişkisel ve teknolojik yeterlilikler performans göstergeleri boyutu, tek başına varyansın %32,094’ini açıklamaktadır. Diğer boyutlar sırasıyla varyansın %41,991; %48,885; %55,358; %61,643 ve %66,818’ni açıklamaktadır.

Faktör analizi sonucunda belirlenen lojistik performans göstergeleri için ENTROPİ ve CRITIC yöntemleri kullanılarak, 3PL hizmet sağlayıcılardan hizmet alan firmaların sektör, büyüklük, sermaye yapısı ve bölgelere göre ayrı ayrı önem düzeyleri hesaplanmış daha sonra da sıralama yapılmıştır. ENTROPİ ve CRITIC yöntemlerinin her ikisinde de kriterler fayda ve maliyet temelli şeklinde gruplandırılarak kullanılmaktadır (Huang vd., 2018: 296; Keshavarz Ghorabae, 2017: 69). 3PL hizmet sağlayıcılarda dikkate alınan lojistik performans göstergelerinin belirlenmesinde kullanılan göstergeler de fayda ve maliyet temelli olarak ayrılmıştır. Belirlenen 33 lojistik performans göstergesinin hepsi fayda temellidir. Karar matrisinin satırlarında, lojistik performans göstergeleri sıralanmak istenen firmaları temsil eden alternatifler, sütunlarında ise karar vermede kullanılacak lojistik performans göstergeleri yer almıştır.

5. BULGULAR

ENTROPİ ve CRITIC yöntemlerine göre firmaların 3PL hizmet sağlayıcılarda dikkate aldıkları lojistik performans göstergelerinin önem düzeylerine göre sıralaması Tablo 6’da yer almaktadır. (1: İlişkisel-Teknolojik Yeterlilikler ve Müşteri Memnuniyeti Performans Göstergeleri, 2: Katma Değerli Hizmetler Performans Göstergeleri, 3: Sevkiyat ve Yükleme İşlemlerinin Etkinliği Performans Göstergeleri, 4: Gelişime ve İnovasyona Yönelik Performans Göstergeleri, 5: Ulaştırma Operasyon Performans Göstergeleri, 6: Sipariş İşleme Performans Göstergeleri) doğrultusunda sıralama yapılmıştır.

Tablo 6. Lojistik Performans Göstergelerinin Önem Düzeylerine Göre Sıralaması

Entropi Yöntemine Göre Önem Düzeyleri		Critic Yöntemine Göre Önem Düzeyleri	
Genel	2>5>4>6>1>3	Genel	3>5>4>2>6>1
Gıda, İçki ve Tütün	2>4>6>3>5>1	Gıda, İçki ve Tütün	4>5>6>3>2>1
Dokuma, Giyim Eşyası ve Deri	5>2>4>6>1>3	Dokuma, Giyim Eşyası ve Deri	4>6>1>3>5>2
Kimya-Petrol, Kömür,	5>2>6>4>1>3	Kimya-Petrol, Kömür,	6>3>5>4>1>2
Metal Ana Sanayi	4>2>6>5>1>3	Metal Ana Sanayi	2>3>5>4>1>6
Metal Eşya-Makine ve Teçhizat, Ulaşım Araçları	5>4>2>6>1>3	Metal Eşya-Makine ve Teçhizat, Ulaşım Araçları	3>5>6>4>2>1
Küçük Ölçekli	2>5>1>6>4>3	Küçük Ölçekli	3>4>6>5>1>2
Orta Ölçekli	4>2>5>6>1>3	Orta Ölçekli	3>4>5>2>1>6

Büyük Ölçekli	5>2>4>6>1>3	Büyük Ölçekli	3>5>4>2>1>6
Yerli	5>4>2>6>1>3	Yerli	3>5>4>2>1>6
Ortak Girişim	5>4>6>2>1>3	Ortak Girişim	3>2>5>4>6>1
Yabancı	2>6>5>1>4>3	Yabancı	5>3>2>4>6>1
Marmara Bölgesi	5>2>4>1>6>3	Marmara Bölgesi	3>5>6>4>2>1
Diğer Bölgeler	2>4>5>6>1>3	Diğer Bölgeler	3>5>4>6>1>2

Firmaların tamamı için ENTROPİ yöntemine göre 3PL hizmet sağlayıcılarda en önemli bulunan lojistik performans göstergeleri ikinci boyut olan katma değerli hizmetler performans göstergeleri iken, en önemsiz bulunan lojistik performans göstergeleri üçüncü boyut olan sevkiyat ve yükleme işlemlerinin etkinliği performans göstergeleri olmuştur.

ENTROPİ yöntemiyle firmaların sektörlerine göre elde edilen göstergelerin önem düzeyleri karşılaştırıldığında, firmaların 3PL hizmet sağlayıcılarda önemli buldukları lojistik performans göstergeleri sektörler göre farklılıklar göstermiştir. Lojistik performansla ilgili çalışmalar, performans göstergelerinin sektörler açısından farklılaştığını göstermektedir (Öztemiz ve Kara, 2017: 255). Sektörlerine göre firmalar arasında beşinci boyut olan ulaştırma operasyon performans göstergelerinin diğerlerine göre daha önemli bulunduğu görülmüştür. Gıda, içki ve tütün sektöründeki firmaların ikinci boyut olan katma değerli hizmetler performans göstergelerini; dokuma, giyim eşyası ve deri sektöründeki, kimya-petrol, kömür, kauçuk ve plastik ürünleri sektöründeki ve metal eşya-makine ve teçhizat, ulaşım aracı sektöründeki firmaların beşinci boyut olan ulaştırma operasyon performans göstergelerini ve metal ana sanayi sektöründeki firmaların dördüncü boyut olan gelişime ve inovasyona yönelik performans göstergelerini 3PL hizmet sağlayıcılarda önemsedikleri görülmüştür. Bu durumda çalışma kapsamında da literatüre paralel olarak performans göstergelerinin sektörler açısından farklılaştığı belirlenmiştir.

ENTROPİ yöntemiyle firmaların büyüklüklerine göre elde edilen göstergelerin önem düzeyleri karşılaştırıldığında, firmaların 3PL hizmet sağlayıcılarda önemli buldukları lojistik performans göstergeleri firmaların büyüklüklerine göre farklılıklar göstermiştir. Küçük ölçekli firmaların ikinci boyut olan katma değerli hizmetler performans göstergelerini; orta ölçekli firmaların dördüncü boyut olan gelişime ve inovasyona yönelik performans göstergelerini; büyük ölçekli firmaların beşinci boyut olan ulaştırma operasyon performans göstergelerini 3PL hizmet sağlayıcılarda önemsedikleri görülmüştür.

ENTROPİ yöntemiyle firmaların sermaye yapılarına göre elde edilen göstergelerin önem düzeyleri karşılaştırıldığında, firmaların 3PL hizmet sağlayıcılarda önemli buldukları lojistik performans göstergeleri firmaların sermaye yapılarına göre farklılıklar göstermiştir. Sermaye yapılarına göre firmalar arasında beşinci boyut olan ulaştırma operasyon performans göstergelerinin diğerlerine göre daha önemli bulunduğu görülmüştür. Yerli ve ortak girişim firmaların beşinci boyut olan ulaştırma operasyon performans göstergelerini; yabancı firmaların ikinci boyut olan katma değerli hizmetler performans göstergelerini 3PL hizmet sağlayıcılarda önemsedikleri görülmüştür.

ENTROPİ yöntemiyle firmaların bölgelerine göre elde edilen göstergelerin önem düzeyleri karşılaştırıldığında, firmaların 3PL hizmet sağlayıcılarda önemli buldukları lojistik performans göstergeleri firmaların bölgelerine göre farklılıklar göstermiştir. Marmara bölgesindeki

firmaların beşinci boyut olan ulaştırma operasyon performans göstergelerini; diğer bölgelerdeki firmaların ikinci boyut olan katma değerli hizmetler performans göstergelerini 3PL hizmet sağlayıcılarda önemsedikleri görülmüştür.

Firmaların tamamı için CRITIC yöntemine göre 3PL hizmet sağlayıcılarda en önemli bulunan lojistik performans göstergeleri üçüncü boyut olan sevkiyat ve yükleme işlemlerinin etkinliği performans göstergeleri iken, en önemsiz bulunan lojistik performans göstergeleri birinci boyut olan ilişkisel-teknolojik yeterlilikler ve müşteri memnuniyeti performans göstergeleri olmuştur.

CRITIC yöntemiyle firmaların sektörlerine göre elde edilen göstergelerin önem düzeyleri karşılaştırıldığında, firmaların 3PL hizmet sağlayıcılarda önemli buldukları lojistik performans göstergeleri firmaların sektörlerine göre farklılıklar göstermiştir. Lojistik performansla ilgili çalışmalar, performans göstergelerinin sektörler açısından farklılaştığını göstermektedir (Öztemiz ve Kara, 2017: 255). Gıda, içki ve tütün sektöründeki ve dokuma, giyim eşyası ve deri sektöründeki firmaların dördüncü boyut olan gelişime ve inovasyona yönelik performans göstergelerini; kimya-petrol, kömür, kauçuk ve plastik ürünleri sektöründeki firmaların altıncı boyut olan sipariş işleme performans göstergelerini; metal ana sanayi sektöründeki firmaların ikinci boyut olan katma değerli hizmetler performans göstergelerini; metal eşya-makine ve teçhizat, ulaşım aracı sektöründeki firmaların üçüncü boyut olan sevkiyat ve yükleme işlemlerinin etkinliği performans göstergelerini 3PL hizmet sağlayıcılarda önemsedikleri görülmüştür. Bu durumda çalışma kapsamında da literatüre paralel olarak performans göstergelerinin sektörler açısından farklılaştığı belirlenmiştir.

CRITIC yöntemiyle firmaların büyüklüklerine göre elde edilen göstergelerin önem düzeyleri karşılaştırıldığında, firmaların 3PL hizmet sağlayıcılarda önemli buldukları lojistik performans göstergeleri firmaların büyüklüklerine göre farklılıklar göstermemiştir. Küçük ölçekli, orta ölçekli ve büyük ölçekli firmaların üçüncü boyut olan sevkiyat ve yükleme işlemlerinin etkinliği performans göstergelerini önemsedikleri görülmüştür.

CRITIC yöntemiyle firmaların sermaye yapılarına göre elde edilen göstergelerin önem düzeyleri karşılaştırıldığında, firmaların 3PL hizmet sağlayıcılarda önemli buldukları lojistik performans göstergeleri firmaların sermaye yapılarına göre farklılıklar göstermiştir. Sermaye yapılarına göre firmalar arasında üçüncü boyut olan sevkiyat ve yükleme işlemlerinin etkinliği performans göstergelerinin diğerlerine göre daha önemli bulunduğu görülmüştür. Yerli ve ortak girişim firmaların üçüncü boyut olan sevkiyat ve yükleme işlemlerinin etkinliği performans göstergelerini; yabancı firmaların beşinci boyut olan ulaştırma operasyon performans göstergelerini 3PL hizmet sağlayıcılarda önemsedikleri görülmüştür.

CRITIC yöntemiyle firmaların bölgelerine göre elde edilen göstergelerin önem düzeyleri karşılaştırıldığında, firmaların 3PL hizmet sağlayıcılarda önemli buldukları lojistik performans göstergeleri firmaların bölgelerine göre farklılıklar göstermemiştir. Marmara bölgesindeki ve diğer bölgelerdeki firmaların üçüncü boyut olan sevkiyat ve yükleme işlemlerinin etkinliği performans göstergelerini 3PL hizmet sağlayıcılarda önemsedikleri görülmüştür.

6. SONUÇ

ENTROPİ ve CRITIC yöntemleriyle elde edilen lojistik performans göstergelerinin önem düzeyleri karşılaştırıldığında, firmaların 3PL hizmet sağlayıcılardan beklentileri farklılaşmakla birlikte genel olarak “ulaştırma operasyonu ile sevkiyat ve yükleme işlemlerinin etkinliği” ile ilgili beklentilerinin olduğu görülmüştür. Bu farklılığın temel sebebi Liu ve Wang (2009)’a göre firmaların kendi değerlendirme standartlarına veya özel değerlendirme kriterlerine sahip

olması ve bu standartların ve kriterlerin firmadan firmaya farklılık gösterebilmesinden kaynaklanmaktadır.

Lojistik sektörü Türkiye’de 1980’li yıllardan itibaren ulaştırma alanında yapılan yatırımlarla gelişme göstermeye başlamış, özellikle 1990’lı yıllarda büyük bir ivme kazanmış, 2000’li yıllardan itibaren de sunulan hizmetlerin kalitesini günden güne artırarak gelişmeye devam eden bir sektör olmuştur. Bu değişim devam ederken firmalar gittikçe zorlaşan ticaret ortamında lojistik operasyonlarının hiç aksamadan yürütülmesini istemektedir.

Firmaların 3PL hizmet sağlayıcılardan en önemli beklentilerinin geleneksel olarak ifade edebileceğimiz “maliyet avantajı, dakiklik, hasarsızlık, filoların büyüklüğü vb.” şeklinde olduğu ifade edilebilir. Bu noktada lojistiğin 7 doğrusu olarak bilinen doğru ürünün, doğru koşullarda, doğru miktarda, doğru yere, doğru zamanda, doğru bilgiyle ulaştırılabilme prensibinin devreye girdiği görülmektedir. Firmalar bu sayede rakiplerine göre farklılık yaratabilmede önemli bir avantaj yakalayacaktır. Firmaların, 3PL hizmet sağlayıcılardan öncelikli beklentileri teslimatların tam zamanında, hasarsız bir şekilde ve en uygun maliyetlerle karşılanması olarak sıralanmıştır.

KAYNAKÇA

- ADALI, E. A., & IŞIK, A. T. (2017). CRITIC and MAUT Methods for the Contract Manufacturer Selection Problem. *European Journal of Multidisciplinary Studies*, 2(5), 93-101.
- ALKHATIB, F.S., DARLINGTON, R., YANG, Z., & NGUYEN, T.T. (2015). A Novel Technique for Evaluating and Selecting Logistics Service Providers Based on the Logistics Resource View. *Expert Systems with Applications* 42, 6976-6989.
- AYÇİN, E. (2019). Çok Kriterli Karar Verme: Bilgisayar Uygulamalı Çözümler. Nobel Yayıncılık. Ankara.
- BAKAN, İ., & ŞEKKELİ, Z. (2016). Lojistik Koordinasyon Yeteneği, Lojistik İnovasyon Yeteneği ve Müşteri İlişkileri Yeteneği İle Rekabet Avantajı ve Lojistik Performans Arasındaki İlişki: Bir Alan Araştırması. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 39-68.
- BAKAR, M. A., & JAAFAR, H. S. (2016). Malaysian Logistics Performance: A Manufacturer’s Perspective. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 224, pp. 571-578.
- BAKİ, B., & ŞİMŞEK, B. (2004). Lojistik Faaliyetlere Göre Performans Ölçütlerinin Belirlenmesi. *Yöneylem Araştırması/ Endüstri Mühendisliği*, 24. Ulusal Kongresi, 15-18 Haziran, Gaziantep- Adana.
- BHAGWAT, R., & SHARMA, M. K. (2009). An Application of the Integrated AHP-PGP Model for Performance Measurement of Supply Chain Management. *Production Planning & Control*, 20(8), 678-690.
- BHATNAGAR, R., SOHAL, A. S., & MILLEN, R. (1999). Third Party Logistics Services: A Singapore Perspective. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 29(9), 569-587.
- BYRNES, J.L.S., COPACINO, W.C., & METZ, P. (1987). Forge Service into a Weapon with Logistics. *Transportation & Distribution*, September, pp. 42-8

- CABANIS, R.F. (1995). Comparing Domestic and International Distributors' Performance, A Manufacturer's Perspective. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol.25, No.6, pp.41-53.
- CENGİZ, G. (2019). Bütünleşik Bir Yaklaşım ile Havayolu Hizmet Kalitesinin Cinsiyetler Açısından Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- CHEN, Y.C. (2002). An Application of Fuzzy Set Theory to the External Performance Evaluation of Distribution Centers in Logistics. *Soft Computing* 6, 64-70.
- CHEN, M. F., & Tzeng, G. H. (2004). Combining Grey Relation and TOPSIS Concepts for Selecting an Expatriate Host Country. *Mathematical and Computer Modelling*, 40(13), 1473-1490.
- CHOW, G., HEAVER, T.D., & HENRIKSSON, L.E. (1994). Logistics Performance: Definition and Measurement. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 24(1), 17-28.
- ÇAKIR, S., & PERÇİN, S. (2013). Çok Kriterli Karar Verme Teknikleriyle Lojistik Firmalarında Performans Ölçümü. *Ege Akademik Bakış*, Cilt:13, Sayı:4, Ekim, ss.449-459.
- DAUGHERTY, P.J., ELLINGER A. E., & GUSTIN, C.M.. (1996). Integrated Logistics: Achieving Logistics Performance Improvements. *Supply Chain Management: An International Journal*, Vol. 1, Iss 3, 25 – 33.
- FALSINI, D., FONDI, F., & SCHIRALDI, M. M. (2012). A Logistics Provider Evaluation and Selection Methodology Based on AHP, DEA and Linear Programming Integration. *International Journal of Production Research*, 50(17), 4822-4829.
- FAWCETT, S. E., & VELLENGA, D. B. (1990). Concentration and the Relevant Market in Air Transportation Since Deregulation. In *Journal of the Transportation Research Forum*, Vol. 30, No. 2.
- FAWCETT, S.E., & SMITH, S.R. (1995). Logistics Measurement and Performance for United States- Mexican Operations Under NAFTA. *Transportation Journal*, Vol. 34, No.3, Spring, pp. 25-34.
- FAWCETT, S.E., & COOPER, M.B. (1998). Logistics Performance Measurement and Customer Success. *Industrial Marketing Management* 27, pp. 341–357.
- GOPAL, P. R. C., & THAKKAR, J. (2012). A Review on Supply Chain Performance Measures and Metrics: 2000-2011. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 61(5), 518-547.
- GARSIDE, A.K., & SAPUTRO, T.E. (2017). Evaluation and Selection of 3PL Provider Using Fuzzy AHP and Grey TOPSIS in Group Decision Making. 3rd International Materials. *Industrial and Manufacturing Engineering Conference (MIMEC2017)*.
- GREEN, K. W., WHITTEN, D., & INMAN, R. A. (2008). The Impact of Logistics Performance on Organizational Performance in a Supply Chain Context. *Supply Chain Management: An International Journal*.

- GUNASEKARAN, A., PATEL, C., & TIRTIROGLU, E. (2001). Performance Measures and Metrics in a Supply Chain Environment. *International Journal of Operations & Production Management*.
- HAIR, F. J., BLACK, C. W., BABIN, B.J., & ANDERSON R.E. (2014). *Multivariate Data Analysis*, Prentice Hall, London.
- HILL, J.F. (1996). Monitoring Information and Materials to Enhance Logistics Performance. *Logistics Information Management*, Vol.9, No.2, pp.10-15.
- HUANG, J. H., & PENG, K. H. (2012). Fuzzy Rasch Model in TOPSIS: A New Approach for Generating Fuzzy Numbers to Assess the Competitiveness of the Tourism Industries in Asian Countries. *Tourism Management*, 33(2), 456-465.
- HUANG, W., SHUAI, B., SUN, Y., WANG, Y., & ANTWI, E. (2018). Using Entropy-TOPSIS Method to Evaluate Urban Rail Transit System Operation Performance: The China Case. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 111, 292-303.
- KAYABAŞI, A., & ÖZDEMİR, A. (2008). Üretim İşletmelerinde Lojistik Yönetimi Faaliyetlerinde Performans Yönetimine Bakış: Beklenti-Fayda Farkı Analizi Uygulaması. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22(1), ss. 195-209.
- KAYAKUTLU, G., & BUYUKOZKAN, G. (2011). Assessing Performance Factors for a 3PL in a Value Chain. *Int. J. Production Economics*, 131, 441-452.
- KENGER, M. D., & ORGAN, A. (2017). Banka Personel Seçiminin Çok Kriterli Karar Verme Yöntemlerinden Entropi Temelli Aras Yöntemi ile Değerlendirilmesi. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(4), 152-170.
- KESHAVARZ GHORABAE, M., AMIRI, M., KAZIMIERAS ZAVADSKAS, E., & ANTUCHEVIČIENĖ, J. (2017). Assessment of Third-Party Logistics Providers Using a CRITIC-WASPAS Approach with Interval Type-2 Fuzzy Sets. *Transport*, 32(1), 66-78.
- KUCUKALTAN, B., IRANI, Z., & AKTAŞ, E. (2016). A Decision Support Model for Identification and Prioritization of Key Performance Indicators in The Logistics Industry. *Computers in Human Behavior*, 65, pp. 346-358.
- LEHTONEN, T.W. (2001). Performance Measurement in Construction Logistics. *International Journal of Production Economics*, Vol.69, pp.107-116.
- LI, Y., & LI, H. X. (2011). Study on Performance Measurement of Logistics Service Providers. *In Advanced Materials Research*, 271, 241-246.
- LIU, H.T., & WANG, W.K. (2009). An Integrated Fuzzy Approach for Provider Evaluation and Selection in Third-Party Logistics. *Expert Systems with Applications*, 36, 4387-4398.
- LIU, J., YUAN, C., HAFEEZ, M., & YUAN, Q. (2018). The Relationship Between Environment and Logistics Performance: Evidence from Asian Countries. *Journal of Cleaner Production*, 204, 282-291.

- LTIFI, M., & GHARBI, J. (2015). The Effect of Logistics Performance in Retail Store on the Happiness and Satisfaction of Consumers. *Procedia Economics and Finance* 23, pp. 1347-1353.
- MARR, N. E.. (1991). Management Sophistication and Service Performance. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 21(4), 32-41.
- MCMULLAN, A. (1996). Supply Chain Management Practices in Asia Pacific Today. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 26(10), 79-95.
- MINAHAN, T. (1997). Want to Outsource Logistics? Here's What You Should Know. *Purchasing*, 123(5), 59-60.
- MINGMING, H., XIONG, W., SHUN, L., YINGLIU, D., QINGQUAN, Y., & QUANFU, T. (2010, May). Research on Performance Evaluation of Logistics Enterprises Based on the Balanced Scorecard. In *2010 International Conference on Intelligent Computation Technology and Automation*, 3, 65-68. IEEE.
- MOBERG, C. R., WHIPPLE, T. W., CUTLER, B.D., & SPEH, T.W. (2004). Do the Management Components of Supply Chain Management Affect Logistics Performance?. *The International Journal of Logistics Management*, Vol. 15, Issue:2, pp. 15-30.
- MORASH, E. A. (2001). Supply Chain Strategies, Capabilities, and Performance. *Transportation Journal*, 37-54.
- ÖMÜRBEK, N., & URMAK AKÇAKAYA, E. D. (2018). Forbes 2000 Listesinde Yer Alan Havacılık Sektöründeki Şirketlerin ENTROPİ, MAUT, COPRAS ve SAW Yöntemleri İle Analizi. *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 23(1).
- ÖZTEMİZ, H.H., & KARA, İ.E. (2017). Lojistik Firmalarında Performans Ölçümü: Tek Skorlu Dengelenmiş Skor Kart ve Markov Zincirleri Analizi: Sertel Lojistik Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(2), 249-286.
- QURESHI, M.N., KUMAR, D., & KUMAR, P. (2008). An Integrated Model to Identify and Classify the Key Criteria and Their Role in the Assessment of 3PL Services Providers. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 20(2), 227-249.
- RAJESH, R., PUGAZHENDHI, S., GANESH, K., DUCQ, Y., & KOH, S. L. (2012). Generic Balanced Scorecard Framework for Third Party Logistics Service Provider. *International Journal of Production Economics*, 140(1), 269-282.
- RAMANATHAN. R. (2010). The Moderating Roles of Risk and Efficiency on the Relationship Between Logistics Performance and Customer Loyalty in E-commerce. *Transportation Research Part E* 46, pp. 950-962.
- RUSKE, K. D., KAUSCHKE, P., REUTER, J., VON DER GRACHT, H., GNATZY, T., & DARKOW, I. L. (2010). *Transportation & Logistics 2030*, 3, Emerging Markets-New Hubs, New Spokes, New Industry Leaders. Price Waterhouse Coopers <http://www.pwc.com/gr/en/publications/assets/transportation-logistics-2030-vol3.pdf>.

- SAHU, N. K, DATTA, S., & MAHAPATRA, S. S. (2015). Fuzzy Based Appraisalment Module for 3PL Evaluation and Selection. *Benchmarking: An International Journal*, 22(3), 354-392.
- SCHRAMM-KLEIN, H., & MORSCHEIT, D. (2006). The Relationship Between Marketing Performance, Logistics Performance and Company Performance for Retail Companies. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 16(02), 277-296.
- SHEMASHADI, A., SHIRAZI, H., TOREIHI, M., & TAROKH, M. J. (2011). A Fuzzy VIKOR Method for Supplier Selection Based on Entropy Measure for Objective Weighting. *Expert Systems with Applications*, 38(10), 12160-12167.
- STANK, T. P., GOLDSBY, T. J., VICKERY, S. K., & SAVITSKIE, K. (2003). Logistics Service Performance: Estimating Its Influence on Market Share. *Journal of Business Logistics*, 24(1), 27-55.
- ŞENGEL, S. (2012). Lojistik İşletmelerde Performans Değerlemede Lojistik Raşyoların Önemi ve Bir Araştırma, Detay Yayıncılık, Ankara.
- TILOKAVICHAI, V., SOPHATSATHIT, P., & CHANDRACHAI, A. (2012). An Emprical Analysis of the Impact of Information Systems in Logistics Performance Management of Retail Firms. *Journal of Business and Retail Management Research*, Vol. 7, Issue 1, pp. 74-85.
- TJADER, Y., MAY, J. H., SHANG, J., VARGAS, L. G., & GAO, N. (2014). Firm-Level Outsourcing Decision Making: A Balanced Scorecard-Based Analytic Network Process Model. *International Journal of Production Economics*, 147, 614-623.
- TÖYLI, J., HAKKINEN, L., OJALA, L., & NAULA, T. (2008). Logistics and Financial Performance An Analysis of 424 Finnish Small and Medium-Sized Enterprises. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 38(1), 57-80.
- TUŞ, A., & ADALI, E. A. (2019). The New Combination with CRITIC and WASPAS Methods for the Time and Attendance Software Selection Problem. *Opsearch*, 56(2), 528-538.
- TYWORTH, E., & ZENG, A. Z. (1998). Estimating the Effects of Carrier Transit-Time Performance on Logistics Cost and Service. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 32(2), 89-97.
- ULUTAŞ, A., & KARAKÖY, Ç. (2019). CRITIC ve ROV Yöntemleri İle Bir Kargo Firmasının 2011-2017 Yılları Sırasındaki Performansının Analiz Edilmesi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 223-230.
- WANG, T. C., & LEE, H. D. (2009). Developing a Fuzzy TOPSIS Approach Based on Subjective Weights and Objective Weights. *Expert Systems with Applications*, 36(5), 8980-8985.
- WANG, L., ZHANG, H., & ZENG, Y. R. (2012). Fuzzy Analytic Hierarchy Process (FAHP) and Balanced Scorecard Approach for Evaluating Performance of Third-Party Logistics (TPL) Enterprises in Chinese Context. *African Journal of Business Management*, 6(2), 521.
- WATERS, D. (2003). *Logistics: An Introduction to Supply Chain Management*. Palgrave Macmillan.

WOOD, D.F., BARONE, A., MURPHY, P., & WARDLOW, D. (2002). *International Logistics*, New York-USA: American Management Association.

ZAWAWI, N.F. WAHAB, S.A., & MAMUN, A. A. (2017). Logistics Capability, Logistics Performance, and the Moderating Effect of Firm Size: Empirical Evidence from East Coast Malaysia. *The Journal of Developing Areas*, 51(2), 172-182.

<https://www.tim.org.tr/tr/raporlar-ilk-1000-ihracatci-arastirmasi-dosyalar-2017>, 08.07.2018.

2000-2020 Yılları Arasında Türkiye'deki Sermaye Kaçışları ile Seçilmiş Makroekonomik Faktörler Arasındaki İlişki

(Araştırma Makalesi)

The Relationship between Capital Flows and Selected Macroeconomic Factors in Turkey between 2000-2020

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1062278

Zehra Tanyeli AKSOY

Yüksek Lisans Öğrencisi, Düzce Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

zehratanyelia@gmail.com

Orcid No: 0000-0001-8874-8176

Ali ÖZER

Doç. Dr., Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Finans ABD

aliozer@duzce.edu.tr

Orcid No: 0000-0003-4736-3418

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Aksoy, Z.T., & Özer, A. (2023). 2000-2020 Yılları Arasında Türkiye'deki Sermaye Kaçışları ile Seçilmiş Makroekonomik Faktörler Arasındaki İlişki. *Alanya Akademik Bakış*, 7(1), Sayfa No.111-128.

ÖZET

Anahtar kelimeler:

*Sermaye Kaçışı,
Makroekonomik
Faktörler, VAR
Analizi*

JEL: C32, C82, E22

Makale Geliş Tarihi:

24.01.2022

Kabul Tarihi:

05.12.2022

Bu çalışmada 2000-2020 yılları arasında Türkiye'de yaşanan sermaye kaçışları ile seçilmiş makroekonomik faktörler arasındaki ilişkiyi tespit etmek amaçlanmıştır. Çalışmada, Dünya Bankası yöntemine göre hesaplanan sermaye kaçışları ve dolar kuru, doğrudan yatırımlar, cari açık/fazla, dış borç stoku ve enflasyondan oluşan makroekonomik faktörler kullanılmıştır. Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) Birim Kök Testi, VAR Analizi, Johansen-Juselius Eşbütünleşme Testi, Granger Nedensellik Testi ve Varyans Ayrıştırması ile analizler yapılmıştır. Analizler sonucunda doğrudan yatırımlar ve enflasyonun sermaye kaçışları üzerinde, sermaye kaçışlarının da doğrudan yatırımlar, dolar kuru ve enflasyon üzerinde bir etkisi olduğu tespit edilmiştir.

ABSTRACT

Keywords:

*Capital Flight,
Macroeconomic
Factors, VAR Analysis
JEL: C32, C82, E22*

In this study, it is aimed to determine the relationship between capital flight and selected macroeconomic factors in Turkey between the years 2000-2020. In the study, macroeconomic factors consisting of capital flight and dollar exchange rate, direct investments, current account deficit/surplus, external debt stock and inflation calculated according to the World Bank method were used. Analyzes were made with the Extended Dickey-Fuller (ADF) Unit Root Test, VAR Analysis, Johansen-Juselius Cointegration Test, Granger Causality Test and Variance Decomposition. As a result of the analysis, it has been determined that direct investments and inflation have an effect on capital flight, and capital flight has an effect on direct investments, dollar exchange rate and inflation.

1. GİRİŞ

1980'lerin başındaki borç krizinden bu yana araştırmacılar, iç politikaların ve siyasi istikrarsızlığın çarpıtıcı etkisine yanıt olarak yerleşik sermayenin çıkışlarına odaklanmıştır. Bu çıkışlara sermaye kaçıışı denilmektedir. Dış borçlarını ödemekte sorun yaşayan birçok ülke sermaye kaçıışı yaşayabilmektedir. Sermaye kaçıışının ortaya çıkmasının, hâlihazırda borçlu olan zayıf ekonomilerin gelişimini ciddi şekilde kısıtladığı iddia edilmektedir. Dolayısıyla sermaye kaçıışı önlemleri, bir ülkenin uluslararası borç geri ödemelerini finanse etmedeki çıkılmazlığı önemli göstergesi olarak görülmektedir (Schneider, 2001: 1). Sermaye kaçıışı, ekonomik aktörlerin olumsuz bir yurt içi yatırımı veya yurt içinde yatırım yapmanın çok riskli olduğunu düşünmesi nedeniyle kişilerin servetlerini yurt dışına yatırmaya karar vermesidir. Sermaye kaçıışına neden olan unsurları ise genel olarak aşırı değerli döviz kurları, yüksek yurt içi enflasyon oranları, cari açıklar, yurt içi ve uluslararası faiz oranı farkları ve sermaye girişleri oluşturmaktadır. Bu unsurlara ek olarak yatırım yapılacak olan ülkedeki siyasi istikrarsızlık ve belirsizlik yatırımcıların yatırım yapma kararlarını olumsuz etkileyerek diğer ülkelere yatırım yapmaya yöneltebilmektedir. Bu yönelimlerin sonucunda da sermaye kaçıışları meydana gelmektedir (Lensink vd., 2000: 73). Taylor ve Sarpong (2020) yaptıkları çalışmalarında kriz ve ekonomik belirsizlik dönemleri yaşandığında ve yatırımcıların bunları risk olarak algıladığı durumlarda güvenliğe ve kaliteye kaçmak istediğini yani sermaye kaçıışlarını meydana getirmekte olduğunu tespit etmişlerdir. Diğer bir deyişle yatırımcılar, riskli gördüğü yatırımlardan kaçıp güvenli yatırımlara yönelerek sermaye kaçıışını gerçekleştirmektedir.

Sermaye kaçıışı, genellikle gelişmekte olan ülkelerin dış borç sorunudur. Sermaye kaçıışı terimi, olumsuz çağrışımlara sahiptir ve bu olumsuz çağrışımlar ile ilgili olarak politika reformu için öneriler veya sermaye kontrolleri gibi kısa vadeli önlemleri gerektirir (Cuddington, 1986: 1). Bal vd. (2016) yaptıkları çalışmalarında Cuddington (1986) çalışmasını destekleyerek sermaye kaçıışlarının gelişmekte olan ülkelerin tümünün genel bir problemi olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca Bal vd. (2016), sermaye kaçıışının; var olan ekonomik problemleri arttırmakta olduğunu ve yetersiz olan sermaye birikimi sorununu da derinleştirmekte olduğunu vurgulamaktadır. Sermaye kaçıışlarının gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelere kaynaklanabildiğini ifade eden Kant (2002) çalışmasında, söz konusu sermaye kaçıışlarının yalnızca yerleşik kişiler tarafından olmayıp aynı zamanda yerleşik olmayan kişiler tarafından da kaynaklandığını belirtmiştir. Kant (2002)'e göre sermaye kaçıışının dört türü vardır: Gelişmiş ülkelere yerleşik kişiler tarafından, gelişmiş ülkelere yerleşik olmayanlar tarafından, gelişmekte olan ülkelere yerleşik kişiler tarafından ve son olarak gelişmekte olan ülkelere yerleşik olmayanlar tarafından yapılan sermaye kaçıışlarıdır.

Büyük cari açıklar ve dış borç ödemeleri ile mücadele eden ve dolayısıyla yabancı sermayeye ihtiyaç duyan ülkeler için herhangi bir sermaye çıkışının, net ithalatlarını ve borç ödemelerini finanse etme sorunlarını artırmaktadır (Hermes vd., 2002: 2). Tasarruf sahipleri yani yatırımcılar, beklentilerinde ani değişiklikler yaşadıklarında uluslararası sermaye kaçıışı gerçekleşmektedir. Bu sermaye kaçıışı, yerli ekonomi için kaynak kaybına neden olmakta ve buna bağlı olarak uzun vadeli ekonomi için ciddi etkiler meydana getirmektedir (Munhoz ve Libânio, 2009: 6). Sermaye kaçıışının arkasındaki temel motivasyon, tasarruf sahibinin devalüasyon, hiperenflasyon, siyasi kargaşa gibi riske maruz kaldığı durumlardır. Ayrıca sermaye kaçıışının temel nedenleri, makroekonomik istikrarsızlık, döviz kurları, bütçe açığı, yükselen reel faiz oranları, siyasi dengesizlik ve kötüleşen ticaret koşullardan oluşmaktadır (Onodugo vd., 2014: 11).

Bu makalede, 2000-2020 yılları arasında Türkiye'deki sermaye kaçışları ile seçilmiş makroekonomik faktörler arasındaki ilişkiyi tespit etmek amaçlanmıştır. Çalışmanın ilk bölümünde sermaye kaçışlarının ne olduğu açıklanarak konuya giriş yapılmıştır. İkinci bölümde literatür taramasına, üçüncü bölümde Türkiye'deki sermaye kaçışları ile seçilmiş makroekonomik faktörler arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla kullanılacak olan veri seti ve yönteme, dördüncü bölümde analiz sonuçlarından elde edilen bulgulara ve son olarak ise beşinci bölüm olan sonuç kısmına yer verilecektir.

1.1. Sermaye Kaçışının Ölçümü

Sermaye kaçışlarının farklı tanımlamalarının olması sermaye kaçışının ölçümünün farklı yöntemlerle yapılmasını gerektirmiştir. Sermaye kaçışını, Dünya Bankası geniş kapsamlı tanımlarken; Cuddington (1986) bazı sermaye akımlarını hariç tutarak dar kapsamlı tanımlanmaktadır (Öztürk, 2015: 8). Sermaye kaçışının ölçümüne dair mevcut anlaşmazlıklar sebebiyle ölçüm yöntemleri çeşitli gruplara ayrılabilir. Bu yöntemler ölçüm yaklaşımı tanımın kapsamına göre ve seçilen herhangi bir tanıma göre gruplandırılmaktadır (Eggerstedt vd., 1993: 4). Sermaye kaçışını ölçmek adına genellikle yoğun olarak kullanılan başlıca yöntemler, Dünya Bankası, Dooley, Morgan Guaranty ve Cuddington yaklaşımlarıdır.

Bu çalışmada Türkiye'deki sermaye kaçışını hesaplamak için Dünya Bankası Yaklaşımı (Artık Yöntemi) tercih edildiği için söz konusu yönteme çalışmanın üçüncü bölümünde ayrıca yer verilmiştir.

1.1.1. Dooley Yaklaşımı

Bu ölçüm yönteminin bağımsız değişkenlerini yurtiçi enflasyon, finansal baskı (faiz oranları) ve risk primi oluşturmaktadır (Harrigan vd., 2002: 209). Dooley yöntemi, anormal sermaye akışlarından gelen normal sermaye akışlarını birbirinden ayırmıştır. Buna dayanarak bu yaklaşıma göre sermaye kaçışının arkasındaki sebep, bireylerin güdüleri hakkındaki bireysel varsayımlardır. Bu nedenle sermaye kaçışı, özel sektörün harici olarak tutulan varlıklarının toplamı olarak ölçülür. Dooley ölçüm yöntemi aşağıdaki formülle ifade edilmektedir. (Özer vd., 2013: 173)

$$TCO = FB + FDI - CAD - \Delta FR - EO - \Delta WBIMF \quad (1)$$

Formüldeki TCO, toplam sermaye çıkışını; FB, dış borçlanmayı; FDI, net yabancı yatırım girişini; FR, resmi yabancı rezerv stokunu; CAD, cari açığı / fazlayı; EO, net hataları ve eksiklikleri (borç girişini) ve WBIMF ise dış borç stokundaki değişim ile dış borçlanma arasındaki farkı ifade etmektedir.

1.1.2. Morgan Guaranty Yaklaşımı

Morgan Garantisi ek bir kalemi, yani yerel bankacılık sisteminin kısa vadeli dış varlıklarındaki değişikliği hesaba katmakta ve bu değişiklik, banka dışı sermaye kaçışına odaklanmak için tanıtılmıştır. Böylece artık yöntemin (CFR) Morgan Garanti varyantına göre sermaye kaçışı aşağıdaki gibi formalize edilmektedir (Hermes vd., 2002: 3);

$$CFR = \Delta ED + FI - CAD - \Delta FR - \Delta B \quad (2)$$

ΔED , brüt dış borç stokundaki değişimi; FI, net yabancı yatırım girişini; CAD, cari açığı; ΔFR , resmi yabancı rezerv stokundaki değişimi; ΔB , kısa vadeli dış varlıklarındaki değişikliği ifade etmektedir.

1.1.3. Cuddington Yaklaşımı

Cuddington'ın sermaye kaçışına ilişkin tahminleri, banka dışı sektör tarafından bildirilen kısa vadeli sermaye ihracatlarının toplamına ve hatalar ile eksiklikler toplamına eşittir (Gunter, 2004: 65). Sermaye kaçışı, kısa vadeli sermaye olarak tanımlanmaktadır. Cuddington ölçüsü aşağıdaki şekilde hesaplanabilir (Özer vd., 2013: 174);

$$CFC = NBSC + EO \quad (3)$$

CFC, Cuddington sermaye uçuşunu; NBSC, banka dışı kısa vadeli sermaye çıkışını ve EO; ödemeler dengesi hataları ve eksikliklerini ifade etmektedir.

2. LİTERATÜR

Literatürde, sermaye kaçışlarına ilişkin yapılan araştırmaları incelendiğinde birçok çalışmada sermaye kaçışlarının farklı unsurlardan etkilendiğine yer verilmektedir. Bu unsurlar en genel haliyle faiz, enflasyon, döviz kurları, GSYİH, dış borç değişkenleri gibi ekonomik faktörlerin yanında bir de siyasal istikrarsızlık ve belirsizlik gibi unsurlar ile kurumsal faktörlerden oluşmaktadır.

Boyce (1992), Filipinler'deki sermaye kaçışı ile dış borç ödemeleri arasındaki bağlantıların gücünü incelemeyi amaçlamıştır. 1962-86 yılları arasındaki net borç ödemeleri, döviz rezervleri, enflasyon, gayri safi yurt içi hâsıla gibi makroekonomik değişkenler ile uyguladığı EKK yöntemi sonucunda büyük borç dağılımlarının daha fazla sermaye kaçışına ve bu sermaye kaçışının da daha büyük borç ödemelerine yol açtığına varmıştır. Bu durumu döner kapıya benzeterek siyasi ve yasal meydan okuma sonucu sermayenin ülkeden girip çıktığını vurgulamıştır.

Gibson ve Tsakalotos (1993), çalışmasında Avrupa'daki sermaye kaçışı sorununu araştırmıştır. Bu amaçla 1975-87 yılları arasında Fransa, Yunanistan, İtalya, Portekiz ve İspanya'nın makroekonomik verileri ile ARCH modeli ve Cuddington yöntemini kullanarak incelemiştir. Analiz sonucunda belirsizliği yansıtan faktörlerin (döviz kuru değişiklikleri, siyasi belirsizlik, devlet bütçe açıkları), sermaye kaçışını belirlemede açıkça önemli olduğu sonucuna varmışlardır.

Harrigan vd. (2002), Malezya'da 1970-96 döneminde sermayeyi etkileyen faktörleri incelemek amacıyla sermaye kaçışının 4 ayrı ölçüm yönteminden yararlanarak yeni bir yaklaşım ile çalışmasını gerçekleştirmişlerdir. Bağımlı değişkeni sermaye; bağımsız değişkenlerini döviz kuru, dış borç, GSYİH büyüme oranı, faiz oranı, doğrudan yabancı yatırım, belirsizlik ve enflasyon olarak belirlemişlerdir. Bu değişkenlere birim kök testi ve eş bütünleşme analizi uygulamışlardır. Analizleri sonrasında döviz kuru ve dış borç artışlarının sermaye kaçışı üzerinde olumlu bir etki yarattığını, ekonomik büyüme ve doğrudan yabancı yatırım faaliyetlerinin ise sermaye kaçışında azalma meydana getirdiğini öne sürmüşlerdir. Ek olarak sermaye kaçışının önüne geçilebilmesi için döviz kurlarının istikrarının sağlanması, borç birikiminin azalması, istikrarlı ekonomik büyüme, daha fazla doğrudan yabancı yatırımın teşvik edilmesi gerektiğine işaret etmişlerdir.

Alam ve Quazi (2003), 1973-1999 yılları arasında, sermaye kaçışı ve belirleyicileri arasındaki denge ilişkisi ve Bangladeş'ten sermaye kaçışının uzun ve kısa vadeli davranışını tahmin etmeyi amaçlamıştır. Yurtiçi GSYİH büyümesi, yurtiçi vergilendirme, dış yardım girişi, yurt içi enflasyon, döviz rezervleri, reel döviz kuru, mali açıklar, sermaye cenneti ülkeler arasındaki reel faiz oranı farkları ve kaynak ülke ve siyasi istikrarsızlık değişkenleri ile eşbütünleşme testi, sınır testi ve otoregresif dağıtılmış gecikme prosedürleri ile incelemiştir. Analizler

sonucunda siyasi istikrarsızlığın Bangladeş'ten sermaye kaçışının en önemli nedeni olduğunu ayrıca kurumsal gelir vergilerindeki artışların, yüksek reel faiz oranı farklarının ve düşük GSYİH büyüme oranlarının da sermaye kaçışına neden olduğu sonucuna varılmıştır.

Onodugo vd. (2014), Nijerya'da sermaye kaçışının ekonomik büyüme üzerindeki etkisini araştırmışlardır. 1970'ten 2010'a kadar Nijerya'nın sahip olduğu döviz kuru, GSYİH ile ölçülen ekonomik büyüme, ticaret dengesi, faiz oranı değişkenleri ile zaman serisi verilerinden yararlanarak ekonometrik bir yaklaşımda bulunmuşlardır. Elde edilen sonuçlara göre sermaye kaçışlarının, ekonomik büyüme ve döviz kuru üzerinde olumsuz etkisinin olduğu görülmektedir.

Geda ve Yimer (2016), çalışmalarında ekonomik, kurumsal ve politik belirleyiciler ışığında Etiyopya'daki 1970-2012 dönemini kapsayan sermaye kaçışlarının hacmini ve belirleyicilerini incelemeyi amaçlamışlardır. Sermaye girişleri ve sermaye stokunu, makroekonomik istikrarsızlığı (döviz kurunun aşırı değerlenmesi, devlet açıkları, enflasyon oranı ve cari açıklar), getiri oranı farklılıklarını, finansal gelişmeyi, yönetim ve kurumsal kaliteyi, politik riskleri, savaş ve kamu politikalarının belirsizliğini (devlet tüketim harcamaları, vergiler, bütçe açıkları ve reel faiz oranları) içeren bir veri seti oluşturmuşlardır. Oluşturulan veri setine, otomatik gerilimli dağıtılmış gecikme modeli (ADL) ve hata düzeltme modeli (ECM) uygulamışlardır. Analiz sonucunda, ülkeden sermaye uçuşunun yaşanmasında makroekonomik istikrarsızlık, uluslararası faiz oranı farkı, siyasi istikrarsızlık ve yolsuzlukla ilgili unsurların itici güç olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca yolsuzluğun kontrolünün sağlanması ve siyasi, makroekonomik ortamın iyileştirilmesinin Etiyopya'da yaşanan sermaye uçuşunun kontrolünü sağlayacağına işaret edilmiştir.

Öztürk ve Artan (2016), geçiş ekonomilerinde sermaye kaçışlarının ekonomik ve kurumsal belirleyicilerini incelemek adına 2000-2011 dönemi arasındaki 26 geçiş ekonomisine ait verilere panel veri analizi uygulamışlardır. Uygulamaları sonucunda ise sermaye kaçışlarının belirleyicilerinin, sermaye kaçı ölçüm yöntemine göre farklılık arz etmekte olduğunu ifade etmiştir. Sıcak para yöntemine göre ölçtükleri sermaye kaçışlarının temel belirleyicisinin ekonomik faktörler olduğuna işaret ederek; bakiye yöntemine göre ölçtükleri sermaye kaçışlarının daha çok kurumsal faktörler tarafından belirlenmekte olduğunu vurgulamıştır.

Taylor ve Sarpong (2020), Covid-19 kaynaklı sermaye kaçışının Gana'daki tahvil ve döviz piyasalarındaki etkisini incelemeyi amaçladıkları çalışmalarında ilk Covid-19 vakasından itibaren Gana'daki tahvil piyasası ve döviz kurlarındaki değişimleri trend analizi vasıtasıyla incelemiştir. Analizleri sonucunda yabancı yatırımcı kaçışlarının döviz kuru istikrarını olumsuz etkilemesinin ülkeyi zorladığı sonucuna ulaşmışlardır. Ek olarak yabancı portföye aşırı güvenmenin tahvil ve döviz piyasalarını beklenmedik dış kaynaklara karşı savunmasız kılmakta olduğuna işaret etmişlerdir.

Istikomah vd., (2020), çalışmalarında sabit etkili panel veri modeliyle ASEAN-8 ülkelerinde gerçekleşen sermaye kaçışını incelemişlerdir. Bu amaçla 1994 yılından 2018 yılına kadar ki faiz oranı, enflasyon oranı, döviz kuru, GSYİH (ekonomik büyüme) ve dış borç değişkenlerini yıllık olarak kullanmışlardır. Elde ettikleri sonuçlar ASEAN-8 ülkelerinde bağımsız değişkenlerin sermaye kaçışı üzerinde olumlu ve anlamlı bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Türkiye'de yapılan çalışmalar incelendiğinde; Demir (2004), Türkiye ekonomisinde dış borçlanma ve sermaye uçuşu arasındaki nedenselliği incelemeyi amaçlamıştır. Türkiye'deki 1974-2000 yıllarına ait dış borç geri ödemesi, ticari açıklık, kamu sektörü borçlanma gereği,

vergiler, reel faiz oranı farklılığı, döviz kuru değişim oranı ve finansal baskı (kısa vadeli dış borçlar/ rezervler) değişkenleriyle zaman serisi analizi kullanmıştır. Türkiye’de dış borçlanma ile sermaye kaçışları arasında çift yönlü ve sürekli bir ilişkinin varlığını tespit etmiştir. Bu tespite göre dış borçlanmanın artması sermaye kaçışlarını artırırken sermaye kaçışlarının da dış borçlanmayı artırdığını tespit etmiştir.

Sermaye kaçışları ile bazı ülkeler arasında bir ilişki olup olmadığını inceleyen Özer vd. (2013), Türkiye’de 1980-2010 yılları arasındaki makroekonomik değişkenler ile veri setini oluşturmuştur. Bu veri seti ile en küçük kareler tahmin yöntemi, Johansen-Jeselius eşbütünleşme testi, Granger nedensellik testlerini kullanarak analizlerini gerçekleştirmişlerdir. Analizleri sonrasında sermaye uçuşu ile döviz kuru, ticaret dengesi, belirsizlik, finansal doğrudan yatırım ve dış borç arasında önemli ilişkiler olduğu sonucuna varmışlardır. Ayrıca sermaye uçuşu ile finansal doğrudan yatırım ve döviz kuru arasında negatif ilişkiler olduğunu tespit etmişlerdir.

Sendikalaşma oranı ve sermaye kaçışı arasında pozitif bir ilişkinin olduğu yönünde beklentisi bulunan Koyuncu İşcan (2018), 2000 ve 2013 yılları arasındaki sendikalaşma oranı ve sermaye çıkışı arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. GSYİH’nin, toplam mal ve hizmet ticaretinin doğrudan yabancı yatırımlara akışlarının yüzdesi; sendika yoğunluk oranı, tüketici fiyat endeksi, okul kayıtları, telefon abonelikleri ve ekonomik özgürlük endeksleri ile veri setini oluşturmuştur. Bu veri setine panel veri analizi uygulamıştır. Uygulama sonucunda ise daha yüksek sendikalaşma deneyiminin daha yüksek düzeyde doğrudan yabancı yatırım çıkışına neden olduğuna işaret etmiştir.

Literatür taramasında elde edilen bilgiler ışığında bir ülkeye ait döviz kurları, faiz oranları, yüksek enflasyon, cari açık, dış borçlar, GSYİH (ekonomik büyüme), vergiler gibi değişkenler söz konusu sermaye kaçışlarına neden olup sermaye kaçışlarının boyutunu artırabilmektedir. Diğer bir deyişle literatürde elde edilen bilgilere göre makroekonomik göstergeler sermaye kaçışlarını etkilemektedir. Ancak bir ülkedeki sermaye kaçışlarını etkileyen unsurlar yalnızca makroekonomik göstergeler olmayıp siyasi-politik istikrarsızlıklar ve belirsizliklerin de sermaye kaçışlarını etkileyen unsurlar arasında yer aldığı anlaşılmaktadır. Tüm bunların yanında bir ülkede sermaye kaçışları yaşandığında bu durum ilgili ülkenin dış borç ödemelerini ve döviz kurlarını etkileyebilmektedir.

3. VERİ SETİ VE YÖNTEM

Bu çalışmada, Türkiye’deki sermaye kaçışları ile seçilmiş makroekonomik faktörler arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla Ocak 2000 ve Aralık 2020 yılları arasında çeyreklik dönemler halinde Türkiye’ye ait dolar kuru, doğrudan yatırımlar, cari açık/fazla, dış borç stoku ve enflasyon değişkenleri ile veri seti oluşturulmuştur. Enflasyon olarak TÜFE verileri dikkate alınmıştır. Sermaye kaçışı değişkeni ise dünya bankası yaklaşımıyla hesaplanmıştır. Çalışmanın ilerleyen kısmında bu yöntemle dair bilgiler verilecektir. Dolar kuru, doğrudan yatırımlar, cari açık/fazla ve dış borç stoku verileri <https://www.tcmb.gov.tr/> adresinden alınmıştır. TÜFE değişkenine ait veriler ise <https://www.oecd.org/> adresinden alınmıştır. Tablo 1’de çalışmada kullanılan değişkenlere ait kısaltmalar yer almaktadır.

Tablo 1. Çalışmada Kullanılan Değişkenler ve Kısaltmaları

Değişken Adı	Kaynak
Dolar Kuru	USD
Doğrudan Yatırımlar	DOGYAT

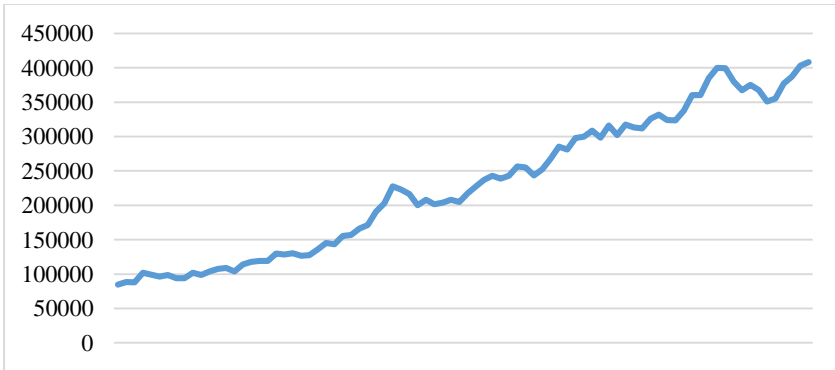
Cari açık/fazla	CARI
Dış Borç Stoku	DISBORC
Tüfe	TUFE
Sermaye Kaçışları	SERKACIS

3.1. Dünya Bankası Yaklaşımı (Artık Yöntemi)

Sermaye kaçışlarının ölçülmesinde çeşitli yöntemler kullanılmakla birlikte en yaygın olarak kullanılan yöntem Dünya Bankası yöntemidir. Dünya Bankası'nın tanımlamalarına göre "Sermaye Kaçışı" olarak adlandırılmış olan olgu, döviz kuru, enflasyon, finansal politikalar sebebiyle meydana gelmektedir. Dolayısıyla ölçümü gerçekleştirmek için dış borçlarda ve doğrudan yabancı yatırımlarda yaşanan artış ele alınmaktadır ve cari işlemler hesabı ile resmi rezervlerdeki yükselişlerden kaynaklanan sermaye girişleri bu rakamdan çıkarılmaktadır. Dünya Bankasına ölçüm yöntemi bir ülkedeki bütün sermaye çıkışlarını sermaye kaçışları olarak ölçerken, sıcak para yöntemi ise yalnızca kısa vadeli sermaye çıkışlarını sermaye kaçışına dâhil etmektedir (Öztürk, 2015: 4). Dünya Bankası yöntemine göre sermaye kaçışı (CFR), dış borçlanmadaki değişiklik (CXB), net doğrudan yabancı yatırım (NFDI) ile toplanıp, cari açık (CAD) ve resmi yabancı rezervlerdeki değişimin (COF) çıkarılmasıyla elde edilmektedir (Özer vd., 2013: 173)

$$CFR = CXB + NFDI - CAD - COF \quad (4)$$

1985 yılından itibaren Dünya Bankası sermaye kaçışlarını ölçmek için artık yöntemi kullanılmaktadır. Bu yaklaşıma göre sermaye girişleri (artan yabancı doğrudan yatırım ve dış borç) ve sermaye çıkışları (cari açıklar, değişken döviz rezervleri) bakiye farkı ile hesaplanmaktadır. Böylece her iki taraf (sermaye giriş ve çıkışı) verileriyle uygulanan hesaplama yöntemi ile artakalan artık kısım sermaye uçuşu olarak belirlenebilmektedir. Ayrıca bu yöntem özellikle gelişmekte olan yani kalkınma fonlarının çoğunun yabancı kaynaklara dayandığı ülkelerde kullanılabilir (Istikomah vd., 2020: 43). Çalışmamızda sermaye kaçışlarının ölçümünde Dünya Bankası (Artık Yöntemi) yönteminden yararlanılmıştır. Türkiye'de yaşanan sermaye kaçışları, Türkiye'nin ilgili yıllarda sahip olduğu dış borçlara doğrudan yabancı yatırımların eklenip cari açık/fazla ve merkez bankası brüt döviz rezervlerinin çıkarılmasıyla elde edilmiştir.



Grafik 1. 2000-2020 Yılları Arasında Türkiye'de Yaşanan Sermaye Kaçışları

Grafik 1’de Türkiye’de 2000-2020 yılları arasındaki çeyreklik dönem verileri ile hesaplanan sermaye kaçışları gösterilmektedir. Elde edilen sonuçlara göre sermaye kaçışlarının bazı dönemlerde azalış göstermesine rağmen genel itibari ile sürekli bir artış içerisinde olduğu anlaşılmaktadır.

Bu çalışmada öncelikle sermaye kaçışları hesaplanmış ardından veri setinin tanımlayıcı istatistikleri analiz edilmiştir. Sonrasında değişkenler arasındaki ilişkinin derecesini belirlemek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Verilerin durağan olup olmadığını belirlemek ve durağan değilse durağan hale getirmek amacıyla birim kök testi olan Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) birim kök testi uygulanmıştır. Durağan olmayan değişkenler, durağan hale getirildikten sonra VAR modeli ile veri setinin gecikme uzunluğu 5 olarak belirlenmiştir. Gecikme uzunluğu belirlendikten sonra otokorelasyon, değişen varyans ve normality testleri yapılmıştır. En uygun değerler elde edildikten sonra değişkenler arasında uzun dönemli ilişkinin varlığının tespiti amacıyla Johansen-Juselius eşbütünlük testi uygulanmıştır. Johansen-Juselius Eşbütünlük testi ile elde edilen uzun dönemli ilişkilerin yönünü tespit etmek amacıyla Granger Nedensellik Testi gerçekleştirilmiştir. Bu analizler sonrasında da varyans ayrıştırma testleri ile sermaye kaçışları üzerinde hangi değişkenin ne kadar etki yarattığı tespit edilmiştir.

4. BULGULAR

Çalışmanın bu kısmında veri setine uygulanan yöntemlerden elde edilen bulgulara yer verilmiş olup Tablo 2’de analizde kullanılan değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler sunulmuştur.

Tablo 2. Analizde Kullanılan Değişkenlerin Tanımlayıcı İstatistikleri

	CARI	DISBORC	USD	DOGYAT	TUFE	SERKACIS
Ortalama	-6924.3	290772.4	2.367073	599.2048	2.144578	231230.7
Medyan	-6972	291290	1.62025	496	1.6	227252
Maksimum	7515	467619	7.875797	2615	9.3	408164
Minimum	-22681	109476	0.611913	-180	-0.2	87886
Standart Sapma	5994.072	120531.5	1.632065	531.102	1.954498	101168.4

Tablo 2’deki veri setine ait tanımlayıcı istatistik sonuçlarına göre en yüksek ortalamaya sahip olan değişken DISBORC’tur. Aynı zamanda DISBORC değişkeni en yüksek medyan ve standart sapma değerine de sahiptir. Ortalama, medyan ve standart sapma değerlerine göre ise ikinci en yüksek değişken SERKACIS’dır. En düşük ortalama, medyan ve standart sapma değerleri ise CARI değişkenine aittir. Veri setini oluşturan değişkenler arasındaki matematiksel ilişki olup olmadığı ve ilişkinin derecesini göstermeye yarayan korelasyon analizi sonuçları Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3. Korelasyon Analizi Sonuçları

	CARI	DISBORC	USD	DOGYAT	TUFE	SERKACIS
CARI	1.0000	-0.3443	0.0809	-0.3326	-0.1466	-0.3146

DISBORC	-0.3443	1.0000	0.7353	0.6350	0.9122	0.9897
USD	0.0809	0.7353	1.0000	0.3224	0.9397	0.8091
DOGYAT	-0.3326	0.6350	0.3224	1.0000	0.4880	0.6018
TUFE	-0.1466	0.9122	0.9397	0.4880	1.0000	0.9486
SERKACIS	-0.3146	0.9897	0.8091	0.6018	0.9486	1.0000

Tablo 3 incelendiğinde, CARI ile DISBORC, DOGYAT, TUFE ve SERKACIS değişkenleri arasında negatif yani ters yönlü zayıf bir doğrusal ilişki olduğu ancak CARI ile USD arasında pozitif yönlü zayıf bir doğrusal ilişki olduğu tespit edilmiştir. DISBORC ile CARI arasında negatif yönlü ve zayıf; DISBORC ile USD ve DOGYAT arasında pozitif yönlü ortalama bir ilişkiye rastlanılmışken DISBORC ile TUFE ve SERKACIS arasında pozitif yönlü ve güçlü bir ilişkiye rastlanmıştır. USD ile CARI ve DOGYAT arasında pozitif ve ortalama bir doğrusal ilişki varken USD ile DISBORC, TUFE ve SERKACIS arasında pozitif ve güçlü bir doğrusal ilişki vardır. DOGYAT değişkenine bakıldığında ise DOGYAT ile CARI arasında negatif ve zayıf bir ilişki tespit edilirken DOGYAT ile diğer değişkenler arasında pozitif ve zayıf bir ilişki tespit edilmiştir. TUFE değişkenine gelindiğinde de TUFE ile CARI arasında negatif ve zayıf; TUFE ile DOGYAT arasında pozitif ve zayıf; TUFE, DISBORC, USD ve SERKACIS arasında pozitif ve güçlü bir doğrusal ilişki tespit edilmiştir. Son olarak SERKACIS ile CARI arasında negatif ve zayıf; SERKACIS ile DOGYAT arasında pozitif ve ortalama; SERKACIS, DISBORC ve TUFE arasında pozitif ve güçlü bir ilişki tespit edilmiştir.

Çalışmalarda kullanılan zaman serisi verilerinin durağan olmaması çok karşılaşılan bir durumdur. Bu durum analizlerde ekonometrik anlamsızlıklara yol açabilmektedir. Bu anlamsızların önüne geçebilmek amacıyla değişkenlerin durağan olup olmadığına bakılması gerekmektedir. Değişkenler durağan değilse durağan hale getirilmelidir. Çalışmamızda kullanılan değişkenlerin durağan olup olmadığı Dickey-Fuller tarafından geliştirilen (1981) Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) Birim Kök Testi ile sabitli ve trendli olarak analiz edilmiştir. Analiz sonuçları aşağıdaki Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. ADF Birim Kök Testi Sonuçları

Değişken	Level			Birinci Farklılık		
CARI						
			-2.264605			-5.596000*
DISBORC			-2.062054			-6.794361*
USD			3.613913			-7.379157*
DOGYAT			-6.396712*			-
TUFE			5.123507			-5.258399*
SERKACIS			-4.752331*			-
Kritik Değerler	1% level	*	-4.078420	1% level	*	-4.078420
	5% level	**	-3.467703	5% level	**	-3.467703
	10% level	***	-3.160627	10% level	***	-3.160627

Tablo 4 incelendiğinde, DOGYAT ve SERKACIS seviye değerinde durağan çıkmışken diğer değişkenler birinci fark değerinde durağan hale gelmiştir. Tablo 5’de EKK yöntemi sonuçları verilmiştir.

Tablo 5. Sermaye Kaçışının Belirleyicileri (EKK Yöntemi)

Değişken	Katsayı	Std. Hata	T-İstatistiği	Olasılık
C	123965.3	14461.74	8.571949	0.0000
CARI	0.904262	1.945779	0.46473	0.6434
DISBORC	0.830117	1.037494	0.800118	0.4261
USD	39668.87	48888.78	0.811411	0.4196
DOGYAT	94.37458	15.05521	6.268565	0.0000
TUFE	20432.11	5227.161	3.908836	0.0002
R ²	0.553257			
Olasılık(F-İstatistiği)	0.000000			

Tablo 5’te görüldüğü gibi değişken grubunun sermaye kaçışını açıklama gücü 0.55 düzeyindedir. En küçük kareler yöntemi sonuçlarına göre SERKACIS üzerinde DOGYAT ve TUFE değişkenlerinin %1’de anlamlı ve pozitif bir ilişkisi olduğu görülmüştür. Diğer bir deyişle DOGYAT ve TUFE değişkenindeki bir değişikliğin SERKACIS üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır. Yani doğrudan yatırımlar ve enflasyonun sermaye kaçışları üzerinde bir etkisi vardır.

Çalışmadaki ilgili değişkenler arasında uzun dönemli ilişkinin olup olmadığı hakkında bilgi sağlamak için Johansen-Juselius eş bütünleşme testinden yararlanılmıştır. Tablo 6’da Johansen-Juselius eş bütünleşme testi sonuçları yer almaktadır. Elde edilen test sonuçlarına göre değişkenler arasında iki adet uzun dönemli ilişki mevcuttur.

Tablo 6. Eşbütünleşme Testi sonuçları

Hipotez	Özdeğer	İz İstatistiği	0.05 Kritik Değer	Olasılık
0	0.569663	1441.878	9575.366	0.0000
1	0.386471	7926.235	6981.889	0.0073
2	0.242624	4164.577	4785.613	0.1689
3	0.130392	2024.786	2979.707	0.4062
4	0.074745	9489.931	1549.471	0.3220
5	0.044538	3508.151	3841.466	0.0611

Johansen-Juselius eşbütünleşme testinden elde edilen iki adet uzun dönemli ilişkinin nedenlerini açıklamak açısından veri setine Granger Nedensellik Testi uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Granger Nedensellik Testi Sonuçları

	Nedenselliğin Yönü	Ki-Kare	Olasılık
DOGYAT-SERKAÇ	-	3.156305	0.6759
SERKAÇ-DOGYAT	->	11.18371**	0.0479
CARİ-SERKAÇ	-	8.434251	0.1339
SERKAÇ-CARİ	-	4.346029	0.5007
DIŞBORÇ-SERKAÇ	-	7.161626	0.2089
SERKAÇ-DIŞBORÇ	-	8.578167	0.1271
USD-SERKAÇ	-	1.008589	0.9619
SERKAÇ-USD	->	12.66326**	0.0267
TÜFE-SERKAC	-	1.556817	0.9064
SERKAC-TUFE	->	9.374175***	0.0950

Not: *, ** ve *** işaretleri ilgili istatistiğin sırasıyla %1, %5 ve %10 önem düzeyinde anlamlı olduğunu belirtmektedir.

Bazı durumlarda iki ilişkili değişken arasındaki nedenselliğin yönüne karar vermede zorluk yaşanmaktadır. Nedenselliğin test edilebilir tanımlarını öneren Granger (1969), belirgin anlamlı nedensellik problemini tartıştığı çalışmasında Granger Nedensellik Testini literatüre kazandırmıştır. Granger Nedensellik Testi, iki değişkenin arasındaki ilişkinin yönünü (örneğin x değişkeninden y değişkenine gibi) belirlemektedir. Granger Nedensellik Testi sonuçlarına göre SERKACIS bağımlı iken DOGYAT, CARİ, DISBORÇ, USD ve TUFİE değişkenlerinin

olasılık değeri anlamsızdır. Ancak DOGYAT, USD ve TUFİE değışkenleri bağımlı iken sermaye kaçışının olasılık değeri anlamlıdır. Kısacası SERKACIS değışkeninden DOGYAT, USD ve TUFİE değışkenlerine doğru nedensellik ilişkisi vardır. Granger Nedensellik Testinden sonra veri setine varyans ayrıştırması uygulanmıştır ve varyans ayrıştırma sonuçları Tablo 8’de gösterilmektedir.

Tablo 8. Sermaye Kaçışları Varyans Ayrıştırma Sonuçları

Dönem	S.E.	SERKACIS	DOGYAT	CARI	DISBORC	USD	TUFİE
1	9334.76	100	0	0	0	0	0
2	13790.07	97.16032	1.127857	0.024743	1.071298	0.060306	0.555476
3	17565.77	95.38937	2.509965	0.047631	1.244936	0.463366	0.344731
4	19776.51	93.40689	2.455787	0.344207	2.593811	0.828556	0.37075
5	22328.85	88.42257	2.120715	0.484811	7.35764	1.251918	0.362343
6	23827.35	84.98878	1.96662	0.595525	10.09056	2.034077	0.324438
9	26177.73	78.50033	2.728759	0.564246	13.24617	3.876008	1.084483
12	28185.98	75.66444	3.044327	0.573577	14.64529	4.38548	1.686882
15	31550.76	73.67687	2.763172	0.471286	15.98259	5.213022	1.89306
18	34535.67	68.69475	3.30473	0.456043	19.17355	6.070735	2.300196
24	39790.48	60.604	4.843133	0.422739	23.11386	7.352526	3.663739
30	45097.43	53.68738	6.398088	0.389922	26.52738	8.287058	4.710176
36	49941.25	47.65953	8.009031	0.441602	29.15262	8.942213	5.795005

Tablo 8 incelendiğinde ilk dönemde %100 oranında SERKACIS değışkeninin kendi şoklarından etkilendiği görülmektedir. Beşinci dönemde ise SERKACIS değışkeni %88.4 oranında kendinde meydana gelen şoklardan etkilenirken sırasıyla %2.12 oranında DOGYAT, %0.48 oranında CARI, %7.35 oranında DICBORC, %1.25 oranında USD ve %0.36 oranında da TUFİE’ye yaşanan şoklardan etkilenmektedir.

5. SONUÇ

Sermaye kaçışı, bireylerin yatırım yapmayı düşündüğü bir ortamın riskli olduğunu yani olumsuz makroekonomik özelliklere sahip olduğunu fark ettiklerinde söz konusu yatırımdan vazgeçmeleri ve yatırımlarının daha iyi değeri olacağını ihtimalinin yüksek olduğu ülkelere

yönelmeleridir. Bahsedilen olumsuz makroekonomik özellikler, döviz kurları, yüksek enflasyon oranları, cari açıklar ve faiz oranları gibi unsurlardan oluşmaktadır. Elbette bir ülkenin ekonomisini olumsuz yönde etkileyen yalnızca kötüleşen makroekonomik unsurlar değildir. Makroekonomik unsurların yanı sıra bir ülkenin sahip olduğu politik ve siyasi alandaki istikrarsızlıklar da ilgili ülkeden sermaye kaçışına neden olmaktadır. Geda ve Yime (2016), sermaye kaçışlarının yaşanmasında makroekonomik istikrarsızlıkların yanında siyasi istikrarsızlığın olmasının itici güç unsuru olduğunu ifade etmektedir. Sermaye kaçışı, sadece ülke içerisinde yerleşik olan bireylerin yatırımlarını yurtdışında değerlendirmeye yönelmesini içermemektedir. Aynı zamanda bir ülkede yerleşik olmayan bireylerin ilgili ülkeden vazgeçip başka bir ülkeye yatırım yapmaları da sermaye kaçışını meydana getirmektedir. Sermaye kaçışına neden olan olumsuz makroekonomik özelliklere sahip olan ülkeler genellikle gelişmekte olan ülkelerdir. Bu bağlamda sermaye kaçışlarının genellikle gelişmekte olan ülkelerin bir problemi olduğu söylenebilir. Bal vd. (2016); Cuddington (1986), sermaye kaçışının genellikle gelişmekte olan ülkelerin bir problemi olduğunu belirtmişlerdir. Bir ülkede hâlihazırdaki ekonomik ve politik problemlerden dolayı yaşanan sermaye kaçışları söz konusu ekonomik problemleri daha da derinleştirerek yine sermaye kaçışlarına yol açmaktadır. Ekonomik faktörlerden kaynaklanan sermaye kaçışları, yaşandığı ülkenin ekonomisini olumsuz yönde etkilediğinden dolayı kısır bir döngüyü de beraberinde getirmektedir. Sermaye kaçışları meydana geldiği ülkede kaynak kaybına sebep olmaktadır. Sermaye ihtiyacında bulunan ülkelerin de sahip oldukları dış borçlarını ödeme konusundaki sorunlarını derinleştirmektedir. Dolayısıyla sermaye kaçışları dış borçlanmayı artırmaktadır. Tüm bu durumların yanında döviz kurlarını da etkileyerek ülkenin ekonomik büyümesi üzerinde olumsuz etkiler oluşturmaktadır.

Sermaye kaçışının çeşitli ölçüm yöntemleri bulunmaktadır. En sık kullanılan yöntemler Dünya Bankası Yaklaşımı (artık yöntemi), Morgan Guaranty Yaklaşımı ve Cuddington Yaklaşımı'dır. Bu yöntemler arasında en sık tercih edilen olması ve bir ülkedeki tüm sermaye çıkışlarını sermaye kaçışı olarak ölçtüğünden çalışmamızda Dünya Bankası Yaklaşımı diğer bir adıyla Artık Yöntemi tercih edilerek Türkiye'deki sermaye kaçışları ölçülmüştür. Ölçüm sonrasında 2000 yılından itibaren Türkiye'deki sermaye kaçışlarının giderek arttığı bazı dönemler azalışlar göstermiş olsa da genel olarak 2020 yıllarına kadar arttığı tespit edilmiştir. Türkiye'deki sermaye kaçışları hesaplandıktan sonra sermaye kaçışları ile doğrudan yatırımlar, cari açık/fazla, dış borçlar, dolar kuru ve enflasyon arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Enflasyon olarak TÜFE verileri dikkate alınmıştır. İncelemeler sonrasında EKK Yöntemine göre doğrudan yatırımlar ve enflasyonun sermaye kaçışları üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Granger Nedensellik Testi sonuçlarına göre ise sermaye kaçışları değişkeninden doğrudan yatırımlar, dolar kuru ve enflasyona doğru tek yönlü nedensellik ilişkisinin varlığı görülmüştür. Yani sermaye kaçışları değişkenindeki bir değişim doğrudan yatırımlar, dolar kuru ve enflasyon değişkenlerini değiştirmekte iken doğrudan yatırımlar, dolar kuru ve enflasyon değişkenleri sermaye kaçışlarını etkilenmemektedir. Diğer bir değişle sermaye kaçışları ile doğrudan yatırımlar, dolar kuru ve enflasyon arasında bir ilişki tespit edilmiştir. Bu çalışmadan elde edilen sonuçlar Taylor ve Sarpong (2020); Onodugo vd. (2014); Özer vd. (2013)'ün elde ettiği sonuçlar ile benzerlik göstermektedir. Herhangi bir sebepten dolayı bir ülkede yaşanan sermaye kaçışları, ilgili ülkenin doğrudan yatırımlarını, dolar kurunu ve enflasyonunu etkilemektedir.

Özetle doğrudan yatırımlar ve enflasyonun sermaye kaçışları üzerinde etkisi; sermaye kaçışlarının da doğrudan yatırımlar, enflasyon ve dolar kuru üzerinde etkisi olduğu sonucuna varılmıştır. Dolayısıyla sermaye kaçışları ile doğrudan yatırımlar ve enflasyon arasında bir döngünün varlığından söz edilebilir. Literatürde yer alan Boyce (1992); Demir (2004) ile

benzer sonuçlar elde edilmiştir. Sermaye kaçışlarından etkilenen söz konusu makroekonomik faktörlerin de ilgili ülke ekonomisini etkileyebilme ihtimali göz önünde bulundurulmalıdır. Bir ülkenin gelişmesini sağlayan unsurlar arasında ülkeye yapılacak olan yatırımlar yer almaktadır. Dolayısıyla bir ülkenin gelişmesinde yatırımların ülkeden kaçmaması için ihtiyaç duyulan ekonomik veya politik altyapının optimum seviyede olabilmesi için gerekli önlemlerin alınması büyük önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

- ALAM, M. I., & QUAZI, R. M. (2003) Determinants Of Capital Flight: An Econometric Case Study Of Bangladesh. *International Review Of Applied Economics*, 17(1), 85-103.
- BAL, H., ALGAN, N., & ULAŞTIRICI, G. L. (2016). Sermaye Kaçışı Ve Geçiş Ekonomileri. *International Conference On Eurasian Economies*, 605-613.
- BOYCE, J. K. (1992). The Revolving Door? External Debt And Capital Flight: A Philippine Case Study. *World Development*, 20(3), 335-349.
- CUDDINGTON, J. T. (1986). Capital Flight: Estimates, Issues, And Explanations. Princeton, Nj: International Finance Section, Department Of Economics, 58.
- DEMİR, F. (2004). A Failure Story: Politics And Financial Liberalization İn Turkey, Revisiting The Revolving Door Hypothesis. *World Development*, 32(5), 851–869.
- DICKEY, D. A., & FULLER, W. A. (1981).“Likelihood Ratio Statistics for Autoregressive Time Series with a Unit Root”, *Econometrica: Journal of the Econometric Society*,1057-1072.
- EGGERSTEDT, H., REBECCA B. H., & SWEDER V.W. (1993). Measuring Capital Flight: A Case Study Of Mexico. *Policy Research Working Papers Country Operations*, 1-45.
- GEDA, A., & YIMER, A. (2016). Capital Flight And Its Determinants: The Case Of Ethiopia. *African Development Review*, 28(S1), 39–49.
- GIBSON, H. D., & TSAKALOTOS, E. (1993). Testing A Flow Model Of Capital Flight In Five European Countries. *The Manchester School*, Lxı (2), 144-166.
- GRANGER, C. W. J. (1969). Investigating Causal Relations by Econometric Models and Cross-spectral Methods. *Econometrica*, 37(3), 424.
- GUNTER, F. R. (2004). Capital Flight From China: 1984–2001. *China Economic Review*, 15(1), 63–85.
- HARRIGAN, J., MAVROTAS, G., & YUSOP, Z. (2002). On The Determinants Of Capital Flight: A New Approach. *Journal Of The Asia Pacific Economy*, 7(2), 203-241.
- HERMES, N., ROBERT LENSINK, R., & MURINDE, V. (2002). Flight Capital And Its Reversal For Development Financing. *Unu World Institute For Development Economics Research*, 1-24.
- ISTIKOMAH, N., SUHENDRA, I., & ANWAR, C. (2020). On Capital Flight From The Asean-8 Countries: A Panel Data Estimation. *Journal Of Asian Finance Economics And Business*. 7(12), 43-52.
- KANT, C. (2002). What Is Capital Flight? *The World Economy*, 25(3), 341–358.

- KOYUNCU, C., & İŞCAN, İ. (2018). Does Unionization Rate Accelerate Flight Of Capital ? : Panel Analysis. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(3), 13-22
- LENSINK, R., HERMES, N., & MURINDE, V. (2000). Capital Flight And Political Risk. *Journal Of International Money And Finance*, 19(1), 73-92.
- MUNHOZ, V., & LIBÂNIO, G. (2009). Volatilidade Dos Fluxos Financeiros E Fuga De Capitais: Uma Análise Exploratória Da Vulnerabilidade Externa No Brasil.
- ONODUGO, V. A., KALU, I. E., ANOWOR, O. F., & UKWENI, N. O. (2014) Is Capital Flight Healthy For Nigerian Economic Growth? An Econometric Investigation. *Journal Of Empirical Economics*, 3(1), 10-24.
- ÖZER, A., CANSIN DOKEY, A., & TÜRKMEN, A. (2013). Analysis Of Capital Flight In Developing Countries: A Study On Turkey Between 1980 And 2010. *International Conference On Eurasian Economies*, 172-180.
- ÖZTÜRK, N., & ARTAN, S. (2015). Geçiş Ekonomilerinde Sermaye Kaçışlarının Ekonomik ve Kurumsal Belirleyicileri. *Uluslararası İktisadi Ve İdari İncelemeler Dergisi*, (16), 171-196.
- ÖZTÜRK, N. (2015). Sermaye Kaçışlarının Ölçümünde Kavramsal ve Metodolojik Çerçeve. *Global Journal Of Economics And Business Studies*, 4 (7), 1-27.
- SCHNEIDER, B. (2001). Measuring Capital Flight: Estimates And Interpretations. *Overseas Development Institute*, 1-141.
- TAYLOR, D., & SARPONG, B. (2020). The Impact Of Covid-19 Induced Capital Flight On The Bond And Foreign Exchange Markets In Ghana. *International Journal Of Developing And Emerging Economies*, 8(2), 1-14.
- TCMB, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, “Dış borç stoku verileri”
<https://www.tcmb.gov.tr/12.04.2021>.
- OECD, The Organisation For Economic Co-Operation And Development, “CPI”
<https://www.oecd.org/12.04.2021>.

EK-1**Tablo 9. Çalışmada Kullanılan Değişkenlerin 2000-2020 Yıllarına Ait Çeyreklik Dönemler Halindeki Verileri**

Tarih	USD	DOGYAT	CARI	DISBORC	TUFE	SERKAC
2000-Q1	0.56	527.00	-2,301.00	104,752.00	12.70	84,654.00
2000-Q2	0.61	132.00	-3,271.00	109,476.00	13.6	88,332.00
2000-Q3	0.65	62.00	-1,334.00	110,712.00	14.40	87,886.00
2000-Q4	0.68	149.00	-3,014.00	118,601.00	15.80	102,129.00
2001-Q1	0.79	300.00	-571.00	116,946.00	17.20	99,372.00
2001-Q2	1.19	33.00	1,422.00	114,376.00	20.70	96,505.00
2001-Q3	1.40	45.00	2,092.00	119,774.00	22.80	98,802.00
2001-Q4	1.53	119.00	817.00	113,591.00	26.40	94,152.00
2002-Q1	1.36	-8.00	-461.00	113,902.00	29.20	94,030.00
2002-Q2	1.41	27.00	-618.00	123,364.00	30.40	101,762.00
2002-Q3	1.65	9.00	1,244.00	124,952.00	31.90	98,618.00
2002-Q4	1.62	115.00	-791.00	129,606.00	34.70	103,787.00
2003-Q1	1.65	86.00	-3,082.00	130,954.00	37.00	107,459.00
2003-Q2	1.52	120.00	-2,438.00	135,063.00	38.30	108,780.00
2003-Q3	1.40	106.00	1,296.00	138,746.00	38.60	103,686.00
2003-Q4	1.45	168.00	-3,330.00	144,175.00	39.70	114,034.00
2004-Q1	1.33	153.00	-5,449.00	144,813.00	40.50	117,863.00
2004-Q2	1.45	188.00	-4,174.00	147,369.00	41.10	119,357.00
2004-Q3	1.48	253.00	-52.00	153,121.00	41.70	119,190.00
2004-Q4	1.45	186.00	-4,523.00	161,157.00	43.40	129,860.00
2005-Q1	1.33	130.00	-5,979.00	160,338.00	44.00	128,447.00
2005-Q2	1.36	295.00	-6,345.00	162,715.00	44.70	130,118.00
2005-Q3	1.34	320.00	-1,712.00	166,497.00	45.00	126,760.00
2005-Q4	1.36	319.00	-6,944.00	170,774.00	46.70	127,519.00
2006-Q1	1.33	-180.00	-8,713.00	185,470.00	47.50	135,720.00
2006-Q2	1.46	185.00	-10,465.00	191,539.00	49.00	145,457.00
2006-Q3	1.50	349.00	-4,356.00	197,139.00	49.80	143,318.00
2006-Q4	1.46	570.00	-7,627.00	207,999.00	51.30	155,351.00
2007-Q1	1.41	1,231.00	-9,178.00	214,111.00	52.40	157,022.00

2007-Q2	1.34	336.00	-9,678.00	224,399.00	53.60	166,161.00
2007-Q3	1.29	223.00	-6,291.00	236,362.00	53.40	171,151.00
2007-Q4	1.19	316.00	-11,799.00	249,933.00	55.50	190,785.00
2008-Q1	1.20	993.00	-11,923.00	264,887.00	57.10	203,049.00
2008-Q2	1.26	743.00	-14,833.00	287,001.00	59.10	227,570.00
2008-Q3	1.21	522.00	-6,996.00	291,850.00	59.60	222,806.00
2008-Q4	1.54	291.00	-5,673.00	280,407.00	61.60	216,296.00
2009-Q1	1.66	356.00	-1,560.00	265,010.00	61.80	200,387.00
2009-Q2	1.57	452.00	-4,657.00	267,643.00	62.50	207,863.00
2009-Q3	1.50	44.00	-983.00	270,849.00	62.80	201,523.00
2009-Q4	1.49	701.00	-4,160.00	268,428.00	65.10	203,658.00
2010-Q1	1.51	449.00	-9,004.00	266,959.00	67.60	208,135.00
2010-Q2	1.54	500.00	-9,865.00	265,160.00	68.30	204,909.00
2010-Q3	1.52	292.00	-9,334.00	283,445.00	68.10	217,276.00
2010-Q4	1.46	241.00	-16,417.00	291,290.00	69.90	227,252.00
2011-Q1	1.58	945.00	-21,182.00	301,145.00	70.50	237,067.00
2011-Q2	1.57	271.00	-22,681.00	312,904.00	72.30	243,111.00
2011-Q3	1.73	326.00	-14,828.00	311,331.00	72.40	238,948.00
2011-Q4	1.84	828.00	-15,711.00	304,845.00	76.30	243,054.00
2012-Q1	1.80	2,289.00	-16,209.00	317,908.00	77.90	256,257.00
2012-Q2	1.81	237.00	-13,815.00	324,132.00	79.10	255,134.00
2012-Q3	1.80	639.00	-7,958.00	329,542.00	79.00	243,339.00
2012-Q4	1.79	941.00	-9,978.00	341,599.00	81.50	252,198.00
2013-Q1	1.79	711.00	-14,853.00	357,921.00	83.50	267,835.00
2013-Q2	1.84	777.00	-16,903.00	373,189.00	84.60	285,303.00
2013-Q3	1.97	564.00	-10,243.00	379,073.00	85.50	280,996.00
2013-Q4	2.03	1,584.00	-13,859.00	394,554.00	87.60	297,995.00
2014-Q1	2.22	1,182.00	-10,547.00	393,903.00	90.20	299,735.00
2014-Q2	2.12	1,118.00	-10,744.00	408,473.00	92.60	308,434.00
2014-Q3	2.17	2,135.00	-5,057.00	403,969.00	93.40	298,388.00
2014-Q4	2.27	2,615.00	-12,500.00	407,055.00	95.30	315,856.00
2015-Q1	2.46	1,071.00	-8,975.00	395,433.00	97.00	302,005.00
2015-Q2	2.67	852.00	-9,684.00	407,795.00	99.70	317,560.00

2015-Q3	2.85	1,723.00	-1,683.00	409,490.00	100.20	313,297.00
2015-Q4	2.91	1,450.00	-6,972.00	399,213.00	103.10	311,932.00
2016-Q1	2.95	765.00	-7,025.00	413,005.00	105.30	325,779.00
2016-Q2	2.90	829.00	-9,911.00	422,860.00	106.70	331,705.00
2016-Q3	2.97	650.00	-3,817.00	418,508.00	108.30	323,966.00
2016-Q4	3.28	894.00	-6,286.00	408,340.00	110.90	323,470.00
2017-Q1	3.70	838.00	-7,415.00	417,995.00	116.00	337,671.00
2017-Q2	3.59	862.00	-11,216.00	438,371.00	118.90	360,253.00
2017-Q3	3.52	126.00	-8,432.00	443,163.00	119.70	360,218.00
2017-Q4	3.80	877.00	-13,750.00	454,361.00	124.50	384,878.00
2018-Q1	3.82	1,158.00	-16,003.00	467,619.00	128.00	400,079.00
2018-Q2	4.37	805.00	-14,136.00	459,876.00	134.10	399,252.00
2018-Q3	5.59	776.00	3,028.00	448,922.00	143.00	379,681.00
2018-Q4	5.53	848.00	5,368.00	443,802.00	152.30	367,302.00
2019-Q1	5.37	496.00	-731.00	449,521.00	153.40	375,341.00
2019-Q2	5.88	997.00	25.00	440,436.00	158.20	367,864.00
2019-Q3	5.68	570.00	7,515.00	433,757.00	162.30	351,157.00
2019-Q4	5.80	880.00	-50.00	435,490.00	168.00	355,180.00
2020-Q1	6.10	550.00	-8,815.00	431,623.00	172.10	376,907.00
2020-Q2	6.87	384.00	-12,353.00	426,039.00	176.60	387,360.00
2020-Q3	7.22	1,070.00	-8,700.00	435,994.00	181.40	403,344.00
2020-Q4	7.88	1,180.00	-6,902.00	450,047.00	190.70	408,164.00

Elektrikli/Elektronik Tüketici Ürünlerinde Kalite Değerlendirme Kriterleri: Nitel bir Araştırma¹

(Araştırma Makalesi)

Quality Evaluation Criteria for Consumer Electrical/Electronic Products: A Qualitative Study

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1076130

Ertuğrul ÇAVDAR

Dr. Öğr. Üyesi, Kastamonu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü

ecavdar@kastamonu.edu.tr

Orcid No: 0000-0002-1522-8775

Bülent YILDIZ

Doç. Dr., Kastamonu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü

byildiz@kastamonu.edu.tr

Orcid No: 0000-0002-5368-2805

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Çavdar, E., & Yıldız, B. (2023). Elektrikli/Elektronik Tüketici Ürünlerinde Kalite Değerlendirme Kriterleri: Nitel bir Araştırma. Alanya Akademik Bakış, 7(1), Sayfa No.129-146.

ÖZET

Anahtar kelimeler:

Mamul Kalitesi, Kalite Boyutları, Elektrikli/Elektronik Ürünler

Makale Geliş Tarihi:

19.02.2022

Kabul Tarihi:

20.02.2023

Bu çalışmanın temel amacı, elektrikli ve elektronik tüketici ürünlerinde müşterilerin kalite algısını belirleyen unsurların doğrudan onların kendi söylevlerinden hareketle belirlenmesidir. Bu amaçla, katılımcılardan kullandıkları ürünlerle ilgili olarak neden kaliteli ve neden kalitesiz olduğunu düşündüklerini maddeler halinde yazmaları istenmiştir. 191 katılımcının anket verilerinin değerlendirmeye tabi tutulduğu çalışmada veriler MAXQDA 2022 programında analiz edilmiştir. Katılımcı ifadelerinin kalite boyutu olarak kodlanmasında öncelikli olarak literatürde yer alan boyutlar dikkate alınmış, gerek görülen yerlerde kalite boyutları altında alt kodlamalara da yer verilmiştir. Yapılan analizler neticesinde performans, kullanılabilirlik, dayanıklılık, güvenilirlik, hizmetler, fiyat, estetik, fonksiyonellik, algılanan kalite, güvenlik, çevrecilik ve uygunluk olmak üzere 12 temel kalite boyutu ve bu boyutlar altında 35 alt boyut tanımlanmıştır. En çok değerlendirilen ürünler sırasıyla cep telefonu, bilgisayar ve televizyon, en çok değerlendirilen markalar Samsung, iPhone ve Arçelik olmuştur. Cinsiyete göre yapılan değerlendirmelerde fiyat, algılanan kalite, dayanıklılık, estetik, uygunluk ve çevrecilik boyutları oransal olarak erkekler tarafından daha çok değerlendirilmişken diğer boyutlarda kadınların değerlendirmelerine ilişkin oranlar daha yüksektir.

Keywords:

Product Quality, Quality Dimensions, Electrical/Electronic Products

ABSTRACT

The main purpose of this study is to determine the factors that determine the quality perception of customers in electrical and electronic consumer products directly from their own speeches. For this purpose, the participants

¹ Bu çalışma için, Kastamonu Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 02.02.2022 tarihli ve 2 nolu toplantısının 10 nolu kararınca etik kurul onayı alınmıştır.

were asked to write down why they thought the products they used were of good quality and why they were of poor quality. In the study, in which the survey data of 191 participants were evaluated, the data were analyzed in the MAXQDA 2022 program. In the coding of participant statements as a quality dimension, the dimensions in the literature were primarily taken into consideration, and sub-codings were also included under the quality dimensions when deemed necessary. As a result of the analyzes made, 12 basic quality dimensions, namely performance, usability, durability, reliability, services, price, aesthetics, functionality, perceived quality, safety, environmentalism and conformity, and 35 sub-dimensions under these dimensions were defined. The most evaluated products were mobile phones, computers and televisions, respectively, while the most evaluated brands were Samsung, iPhone and Arçelik. In the evaluations made according to gender, while the dimensions of price, perceived quality, durability, aesthetics, conformity and environmentalism are proportionally evaluated more by men, the rates of women's evaluations in other dimensions are higher.

1. GİRİŞ

Kalite konusu gerek günlük hayatımızda gerekse akademik araştırmalarda güncelliğini kaybetmemiş bir konudur. Kalite için birçok farklı tanım yapılmış olmakla birlikte en çok kabul gören ve en kapsayıcı olan kullanıcı bakış açısı ile yapılmış tanımlardır. Bu bakış açısı kaliteyi müşterilerin üründen beklentileri karşılayabilme derecesi üzerinden tanımlamaktadır. Müşterilerin beklentilerindeki çeşitlilik beraberinde kalite kavramının kapsamını da genişletmektedir. Kalite değerlendirmesi müşteriler tarafından yapılmaktadır ve bu karar ürünün müşteri zihnindeki kriterlerin karşılanma derecesine bağlı olarak değişmektedir.

Kalite kavramı genel olarak müşteri istek ve ihtiyaçlarına uygunluk üzerinden tanımlanmakla beraber ürünün niteliğine bağlı olarak müşterilerin üründen beklentileri de farklılık arz etmekte, yapılan çalışmalarda öncelikle mamul ve hizmet ayırımına gidilmektedir. Bu çalışma kapsamında kalite kavramı mamul kalitesi üzerinden değerlendirilmektedir. Mamul kalitesi ile ilgili farklı çalışmalar olmakla beraber Garvin'in (1984) çalışması bunlar arasında önemli bir yere sahiptir. Kalitenin tanımlanabilmesi için önce anlaşılması gerektiğini belirten Garvin(1984:30), mamul kalitesi için sekiz boyut tanımlamıştır:

Performans; bir mamulün asıl işlevini yerine getirebilme derecesidir.

Ek özellikler; mamulde temel fonksiyona ek olarak sunulan diğer özellikleri ifade eder.

Güvenilirlik; mamulün kullanım ömrü içerisinde performans tutarlılığını ifade etmektedir.

Uygunluk; mamulün tasarım özelliklerine uygun olarak hatasız üretilmesini ifade etmektedir.

Dayanıklılık; mamulün kullanım ömrünün uzunluğu olarak tanımlanmıştır.

Servis hizmeti; mamul ile birlikte sunulan hizmetleri ifade etmektedir.

Estetik; mamulün beş duyuya hitap eden özellikleridir.

Algılanan kalite; mamul kalitesine ilişkin müşteri zihninde önceden yer etmiş algıdır.

Bu tanımlamalar literatür açısından önemli bir katkı olmakla beraber müşterilerin mamulden beklentilerini tam olarak tanımlamakta yetersizdir. Sebastianelli ve Tamimi (2002), Garvin (1984) tarafından yapılan kalite tanım sınıflandırmalarını dikkate alarak yaptıkları çalışmada, kalite boyutları arasında değer tabanlı kalite tanımlarını karşılayan bir boyut olmadığını belirtmişlerdir. Literatürde fiyat ve kalite arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar bulunmakla

beraber (Riesz,1980; Lichtenstein ve Burton, 1989; Chapman ve Wahlers, 1999; Brucks v.d. 2000; Jo ve Saigollu, 2007; Völckner ve Hofmann, 2007; Topuz ve Çambaşı (2014), bu çalışmalar fiyatı bir kalite boyutu olarak değerlendirmemiştir.

Toplumda giderek artan çevre duyarlılığı, müşterilerin daha çevreci ürün ve işletmelere yönelik beklentilerinin de artmasına neden olmuştur. Kianpour, Jusoh ve Asghari (2014) çevreciliğinde bir kalite boyutu olarak değerlendirilmesi gerektiğini belirtmişlerdir.

Mamul kalite boyutlarının tanımlandığı diğer bir çalışmada Brucks, Zeithaml ve Naylor (2000), dayanıklı tüketim malları için kullanım kolaylığı, çok yönlülük, dayanıklılık, servis kolaylığı, performans ve prestij olmak üzere altı kalite boyutu tanımlamışlardır. Boyutlar belirli bir ölçüde benzerlik göstermekle beraber tanımlamalarda bazı farklılıklar göze çarpmaktadır.

Kullanım kolaylığı; tüketicinin ürünü başlatma ve çalıştırma yeteneğinin yanı sıra enstrümantasyon ve talimatların netliğini içerir.

Çok yönlülük; modeli veya markayı sadeleştirilmiş bir modelden ayıran özelliklerin sayısını ve karmaşıklığını içerir.

Dayanıklılık; ürünün dayanma süresini, ürünün düzgün çalıştığı süre (yani, sık servis gerekip gerekmediği) ve ürünün hava, yoğun kullanım veya yanlış kullanım gibi olumsuz koşullar altında ne kadar iyi dayandığını ifade içerir.

Servis kolaylığı; tüketicinin onarım hizmeti alma kolaylığını (yani servis merkezlerine erişim ve/veya self servis kolaylığı), servis personelinin yanıt vermesini (yani randevu alma kolaylığı), onarım personelinin müşteriyi dinleme istekliliği ve hizmetin güvenilirliği (yani hizmetin ilk seferde doğru yapılıp yapılmadığı) içerir.

Performans; ürünün yapması gerekeni ne kadar iyi yaptığını ifade eder.

Prestij; ürünün üstünlüğünü alıcıya ve alıcının ilgili sosyal gruplarına ne kadar iyi iletildiği ile ilgilidir. Prestij, görünüm gibi ürünün bazı görünür doğal özelliklerinin yanı sıra ürün veya markanın imajına yansıyan daha az somut bir sosyal bileşeni de içerir.

Garvin'in tanımladığı boyutlarla karşılaştırıldığında güvenilirlik boyutunun dikkate alınmadığı ve kullanım kolaylığı boyutunun eklendiği görülmektedir.

Kullanım kolaylığının dikkate alındığı diğer bir çalışmada kalite, bir ürünün dayanıklılık, güvenilirlik, amaca uygunluk, kullanım ve onarım kolaylığı ve ürünün diğer değerli özelliklerini bütünsel olarak içerebilen belirli işlevleri yerine getirme yeteneği olarak tanımlanmıştır (Albari, 2019:52).

Kenyon (2015:173-177) kalite boyutlarının genellikle birbiriyle ilişkili olduğunu, bazen bir boyuttaki iyileştirmeler diğerinin pahasına olabileceğini belirtmiş ve kalite boyutlarını performans, özellikler, güvenilirlik, uygunluk, dayanıklılık, servis verebilirlik, estetik ve yenilikçilik olarak tanımlamıştır. Bu sınıflandırmada diğer çalışmalardan farklı olarak yaratıcılık boyutuna yer verilmiştir. Yaratıcılık yeni fikir ve kavramların sentezi olarak tanımlanırken, yenilik yaratıcı fikirlerin uygulanmasıdır. Bir şirketin yenilikçi ürünleri piyasaya sürmede başarılı olması için, rakiplerinden açık ve önemli bir farklılığa sahip olmaları gerektiği belirtilmiştir.

Kaliteye ilişkin diğer bir yaklaşımda kalite değerlendirmeleri ürün temelli, hizmet temelli ve imaj temelli olmak üzere üç kategoride yapılmaktadır. Ürünle ilgili kategori, dayanıklılık, güvenilirlik verimlilik ve estetiği, hizmetle ilgili kategori, teslimat, satış gücünün etkinliği ve

teknik yardım gibi konuları, imajla ilgili kategori ise marka adının tüketici tutumları ve satın alma niyetleri üzerindeki etkisini ifade eder.

Küreselleşme olgusu ekonomik hayatta yoğun rekabet ortamını da beraberinde getirmiştir. Rekabet ortamı, işletmeleri pazardan daha çok pay alabilmek için müşteri beklentilerine daha duyarlı hale getirmiştir. Sebastianelli ve Tamimi (2002) mamul kalitesi boyutlarını dikkate alarak üretilen yüksek kaliteli mamullerin işletmelerin başarısı üzerinde olumlu etkiye sahip olduğunu belirtmiştir. Zhang (2001) bu boyutlar dikkate alınarak yapılan üretimin büyük avantajlar sağladığını öne sürmüştür.

Müşterilerin farklı mamullerden farklı beklentileri olabileceği gerçeği, kalite boyutlarının tanımlanmasında farklı mamul gruplarına bağlı olarak farklı boyutların ön plana çıkabileceğini düşündürmektedir. Çavdar ve Zerdali (2020) tarafından yapılan çalışmada katılımcılardan mamul kalitesine yönelik olarak, beyaz eşya, tüketici elektroniği, elektrikli ev aletleri, mobilya, mutfak eşyası, ev tekstili, giyim ve ayakkabı olmak üzere sekiz farklı grupta yer alan 24 mamul türü için, Garvin (1984) tarafından tanımlanan sekiz boyuta ek olarak çevrecilik ve fiyat boyutlarına ilişkin önem değerlendirmeleri yapmaları istenmiştir. Çalışma sonuçları, belirtilen tüm kalite boyutlarının katılımcılar tarafından önemli olarak değerlendirildiğini, kalite boyutlarına ilişkin önem düzeylerinin mamul gurubu ve demografik faktörlere bağlı olarak farklılık arz ettiğini göstermiştir. Bu çalışma sonucu, farklı mamul türleri için kalite boyutlarının değişebileceğini göstermektedir.

Tüketicilerin satın alma kararı üzerinde ürün kalitesinin önemli bir rolü vardır (Foret ve Procházka (2007). Çakır (2017), elektronik mamullerde tüketicilerin satın alma davranışları ve marka algılamaları arasındaki ilişki üzerine yaptığı çalışmada bilgisayar ve cep telefonu için markanın satın alma davranışı üzerindeki etkisini vurgulamıştır. Çalışmada tanınırlık, güvenilirlik, kalite, dayanıklılık, fonksiyonellik ve fiyat boyutlarına yer verilmiş olmakla beraber boyutlara ilişkin ayrıntılı bir tanımlamaya yer verilmemiştir. Özdil, Yılmaz ve Yılmaz (2010) ise elektrikli küçük ev aletleri üzerine yaptıkları araştırmada tüketicilerin markasız ürün satın alma nedenlerini araştırmış, çalışmada fiyat, marka, satın alma sonrası hizmet, arıza halinde servis olanağı, diğer ürünlere göre fiyat farkı, estetik görüntü, kullanım kolaylığı ve garanti süresi gibi unsurların dikkate alınışlardır. Araştırma sonuçlarında tüketicilerin kaliteye önem verdikleri ucuz ürünlerden memnun olmadıkları, markalı ürünleri daha ucuza almak istedikleri belirtilmiştir. Dörttyol (2010) farklı gelir gurubuna ait ailelerin beyaz eşya satın alma sürecinde marka, kalite ve fiyat değişkenlerinin önem düzeyini araştırdığı çalışmasında önem sırasının, kalite, marka ve fiyat şeklinde olduğunu ve düşük gelir gurubunda öncelikli olan fiyat değişkeninin gelir düzeyi arttıkça önemini kaybettiğini belirtmiştir. İlban, Akkılıç ve Yılmaz (2014), tüketicilerin beyaz eşya tercihlerinde markanın hangi yönüne ön planda tuttıklarını tespit etmek amacıyla yaptıkları çalışmada marka algılarının prestij, kalite, imaj ve bilinirlik faktörleri altında toplanabileceği belirtilmiştir. Bu çalışmalarda kalite boyutu altında tanımlanmasalar da fiyat, marka, servis hizmetleri, tanınırlık, güvenilirlik, fonksiyonellik, estetik, kullanım kolaylığı ve garanti süresi gibi unsurların müşteriler için önemini ortaya koymaktadır. Ürün kalitesini dikkate diğer bir çalışmada ise Bolatan, Beşkese ve Gözlü (2017) performans, teslimat, güvenilirlik, dayanıklılık, uygunluk, standartlara uygunluk ve hata yüzdesi boyutlarına yer vermişlerdir.

Bu çalışmanın amacı elektrikli ve elektronik ürünlerin kalite değerlendirmelerinde hangi unsurların önemli olduğunu bizzat müşterilerin kendi değerlendirmeleri üzerinden belirlemektir. Kalite kararı müşteri tarafından verilmektedir. Müşterilerin kendi söylevleri daha doğru bir tanımlama yapmaya imkân sağlayacaktır.

2. METODOLOJİ

Toplumsal araştırmalarda katılımcılardan görüş toplanırken yapılandırılmamış, yarı yapılandırılmış veya yapılandırılmış soru tekniklerinden faydalanılabilir. Yapılandırılmamış soru tekniğinde katılımcılara yönlendirilecek soruların şekli ve sayısı önceden belirli olmayıp duruma uygun olarak görüşme esnasında belirlenmekte iken yarı yapılandırılmış soru tekniğinde sorulacak sorular büyük ölçüde önceden belirlenmiştir. Bununla birlikte gerek görülmese durumunda sorunun soruluş şekli değişebileceği gibi katılımcıya ilave sorularda yönlendirilebilir. Soruların net olmayışı nedeni ile bu iki teknik mülakat tekniği ile kullanılmaktadır. Yapılandırılmış soru tekniği ise hem mülakatlar hem anket formu ile veri toplanırken kullanılabilir.

Sosyal araştırmalarda kullanılmasına Francis Galton'un öncülük ettiği yapılandırılmış anketler, araştırmalarda birincil ölçüm araçlarındandır. Yapılandırılmış anket, yanıtlayanlardan bilgi toplamak için soruların tam ifadesini ve sırasını belirten sabit bir şemaya sahip bir dizi standart sorudan oluşan bir belgedir. Yapılandırılmış bir anket katılımcının kendisi tarafından ya da görüşmeci tarafından doldurulabileceği gibi her ikisi birden de (çapraz referans anket yönetimini) uygulanabilir. Yapılandırılmış bir soru formunun katılımcılar tarafından doldurulması durumunda, genellikle anketin nasıl doldurulacağına ilişkin ayrıntılı talimatlar verilir. Yanıt yanlılığını azaltmak için, görüşmecilerin soruların yapısını, ifadesini ve sırasını değiştirmesine izin verilmez. Yapılandırılmış bir görüşmeye planlanmamış bir soru eklenemez. Yapılandırılmış bir anket hem açık uçlu hem de kapalı uçlu sorular içerebilir (Cheung, 2021: 6400).

Hem açık uçlu hem de kapalı uçlu soru biçimlerinin avantajları ve dezavantajları vardır. Açık uçlu yanıtlar, ayrıntılı zengin bir bilgi kaynağı sağlar, ancak bunların nicel olarak analiz edilmesi zordur. Sabit yanıtli soruların analiz edilmesi nispeten kolay olsa da soruların çok dikkatli bir şekilde oluşturulması gerekir (Rubinfeld, 2004: 1183). Kapalı uçlu sorular çoktan seçmeli ve derecelendirme ölçekleri şeklinde olabilir. Açık uçlu sorular basit olmalı ve net, kısa cevaplar aramalıdır. Sorular eksiksiz olarak yazılmalı, her kişiye aynı şekilde sorulmalıdır. Genel olarak, sorular geniş, genel bilgi taleplerinden özel veya daha detaylı bilgi talep eden sorulara doğru ilerlemelidir (Weller, 1998: 373).

Çalışmanın amacı doğrultusunda iki bölümden oluşan bir anket formu hazırlanmıştır. Anket formunun ilk bölümünde katılımcılara ilişkin cinsiyet, yaş, eğitim ve gelir düzeylerini içeren demografik bilgiler, çoktan seçmeli şekilde kapalı uçlu sorular ile sorulmuştur. İkinci bölümde ise katılımcılara açık uçlu, yapılandırılmış, serbest listeleme şeklinde iki soru yöneltilmifir. Serbest listelemede, her katılımcıdan bir liste veya madde seti elde etmek için açık uçlu bir soru kullanılır. Amaç, her kişiden kapsamlı bir liste alarak kapsamlı bir öğe örneğine sahip olmaktır (Weller, 1998: 366). Katılımcılardan kullandıkları ve kaliteli olduğunu düşündükleri bir mamulün türü ve neden kaliteli olduğunu düşündükleri ile kullandıkları ve kalitesiz olduğunu düşündükleri bir mamulün türü ve neden kalitesiz olduğunu düşündüklerini maddeler halinde açıklamaları istenmiştir.

Pandemi koşulları nedeni ile anket elektronik ortamda uygulanmıştır. Anket formunda marka bilgisi istenmemekle birlikte katılımcıların çoğunlukla marka bilgilerinin de paylaştıkları gözlemlenmiştir. Toplanan verilerin sayısı ve mamul türlerinin çeşitliliği nedeni ile çalışma konusu sadece elektrikli ve elektronik mamuller ile sınırlandırılmış ve bu kapsamdaki verilerin bu çalışma kapsamında değerlendirilmesi uygun görülmüştür. Toplam 191 anket verisi analize dâhil edilmiştir. Anket verileri kalite literatürü dikkate alınarak MAXQDA 2022 programında kodlanarak analiz edilmiştir.

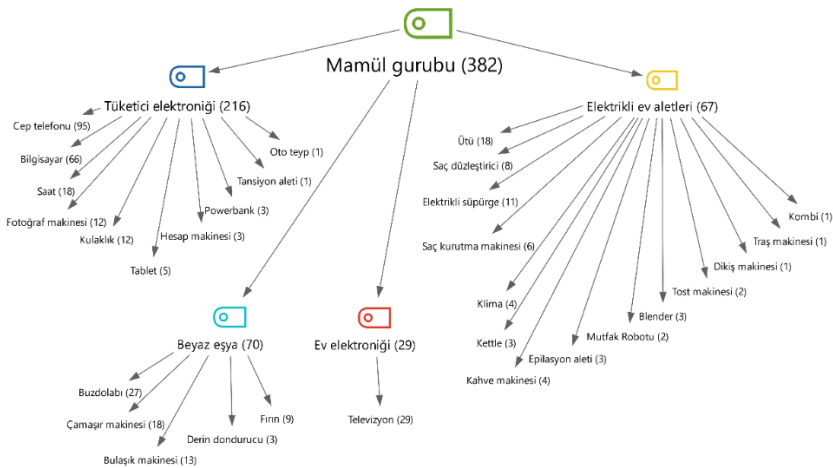
3. BULGULAR

Çalışma kapsamında 191 anket formu analize dâhil edilmiş olup katılımcılara ilişkin demografik bilgiler Tablo 1’deki gibidir:

	N	%		N	%
Eğitim			Yaş		
İlk okul	5	2,62%	25 yaş altı	103	53,93%
Lisans	120	62,83%	25-34 yaş arası	51	26,70%
Lise	33	17,28%	35 yaş ve üstü	37	19,37%
Orta okul	14	7,33%	Gelir		
Yüksek lisans	13	6,81%	3.000TL ve altı	110	57,59%
Yüksek okul	4	2,09%	3.001-6.000 TL arası	56	29,32%
Doktora	2	1,05%	6.001-9.000 TL arası	17	8,90%
Cinsiyet			9.001 TL ve üstü	8	4,19%
Erkek	88	46,07%	Toplam	191	100,00%
Kadın	103	53,93%			

Katılımcıların %54(103)’ü kadın, %46(88)’sı erkektir. Katılımcıların büyük çoğunluğu eğitim düzeyinde %63(120) kişi ile lisans mezunlarından, yaş gruplarında %54(104) kişi ile 25 yaş altı kişilerden, gelir gruplarında ise %58 ile 3.000 TL ve altında gelir düzeyine sahip kişilerden oluşmaktadır. Anketin elektronik ortamda uygulanması nedeni ile katılımcıların çoğunluğunun, online sistemleri daha çok kullanan gençlerden oluştuğu görülmektedir. Bununla birlikte farklı yaş, eğitim ve gelir gruplarından katılımcılar vardır.

Kalite değerlendirmesi yapılan mamullere ilişkin hiyerarşik kod-alt kod modeli Şekil 1’deki gibidir:



Şekil 1. Mamül Gurupları Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli

Katılımcıların kalite değerlendirmesi yaptıkları mamuller tüketici elektroniği, beyaz eşya, ev elektroniği ve elektrikli ev aletleri olmak üzere dört grupta değerlendirilmiştir. En çok değerlendirilen mamuller tüketici elektroniği grubunda yer alan cep telefonu ve bilgisayardır. Beyaz eşya grubunda buzdolabı, ev elektroniğinde televizyon ve elektrikli ev aletlerinde ütü en çok değerlendirilen diğer ürünlerdir.

Anket verilerine ilişkin oluşturulan kelime bulutu Şekil 2’deki gibidir:



Şekil 2. Anket Verileri Kelime Bulutu

Kelime bulutunda yer alan en yüksek frekansa sahip ilk 20 kelime Tablo 2’deki gibidir:

Tablo 2. Kelime frekansları

	Sözcük	Frekans	%	Derece	Belgeler	Belgeler %
1	telefonu	137	2,39	1	97	46,86
2	cep	127	2,21	2	96	46,38
3	iyi	107	1,86	3	77	37,2
4	uzun	73	1,27	5	63	30,43
5	makinesi	61	1,06	7	50	24,15
6	yüksek	56	0,98	10	41	19,81
7	çabuk	53	0,92	12	45	21,74
8	fazla	51	0,89	14	38	18,36
9	güzel	43	0,75	21	33	15,94
10	Samsung	40	0,7	24	37	17,87
11	kısa	36	0,63	28	32	15,46
12	uygun	33	0,58	31	32	15,46
13	iPhone	32	0,56	32	32	15,46

14	kullanışlı	32	0,56	32	27	13,04
15	televizyon	30	0,52	34	21	10,14
16	dayanaksız	29	0,51	35	28	13,53
17	sistemi	29	0,51	35	24	11,59
18	kötü	28	0,49	37	26	12,56
19	buzdolabı	27	0,47	39	24	11,59
20	Arçelik	26	0,45	40	24	11,59

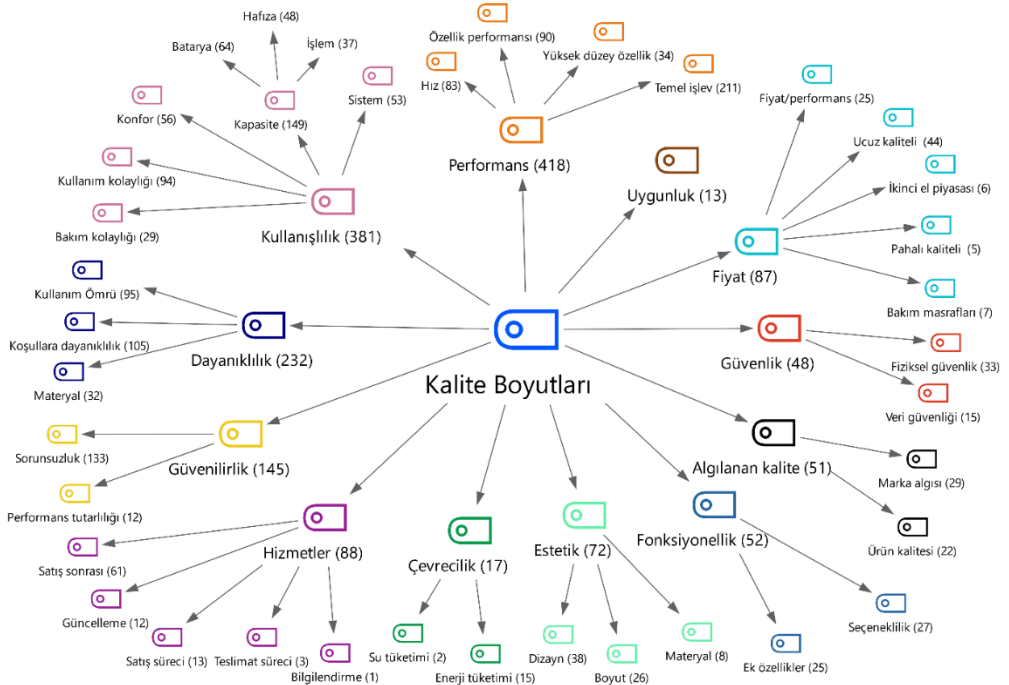
Kelime frekanslarında en çok değerlendirilen cep telefonu üst sırada yer almaktadır. Şarj süresi ve kullanım ömrü ile birlikte kullanılan uzun kelimesi de kendine ilk sıralarda yer bulmuştur. En çok değerlendirilen markanın Samsung olduğu görülmektedir.

Verilerin kodlanmasında öncelikler literatürde yer alan kalite boyutlarından faydalanılmıştır. Mamul grupları ve kalite boyutlarına ilişkin kod bulutu Şekil 3'teki gibidir.



Şekil 3. Kalite Boyutları Kelime Bulutu

Temel işlev, sorunsuzluk, koşullara dayanıklılık, kullanım kolaylığı, kullanım ömrü ve özellik performansı boyutları kod bulutunda ilk göze çarpan özelliklerdir. Kalite boyutlarına ilişkin kod-alt kod modeli Şekil 4'teki gibidir:



Şekil 4. Kalite Boyutları Kod-Alt Kod Modeli

Yapılan değerlendirmelerde elektrikli-elektronik mamullere yönelik olarak 12 temel kalite boyutu tanımlanmış olup, literatürde var olan on boyuta ek olarak güvenlik ve kullanışlılık boyutlarına yer verilmiştir. Ek özellikler boyutunun ise literatürden farklı olarak fonksiyonellik olarak tanımlanması daha uygun görülmüştür. Belgelerdeki tekrar sıklığı üzerinden yapılan değerlendirmede en çok tekrar edilen kalite boyutunun performans olduğu (418), onu sırasıyla kullanışlılık (381), dayanıklılık (232), güvenilirlik (145), hizmetler (88), fiyat (87), estetik (72), fonksiyonellik (52), algılanan kalite (51), güvenlik (48), çevrecilik (17) ve uygunluk (13) boyutunun izlediği görülmüştür.

Literatürde performans boyutu bir mamulün temel işlevini yerine getirme derecesi olarak tanımlanmaktadır. Bununla birlikte uygulanan anket çalışmasında katılımcıların mamulün temel işlevine ek olarak hızını, mamule ilişkin teknik özelliklerin yüksek düzey olmasını ve mamulün ek özelliklerin performanslarının yüksek olmasını da kalite değerlendirmesinde dikkate aldıkları görülmüştür. Bu değerlendirmelerinde performans boyutu altında değerlendirilmesinin uygun olacaktır.

Tablo 3. Performans Boyutu Alt Kod Frekansları

Belgeler	Yüzde	Yüzde (geçerli)
Hız	72	37,70
Temel işlev	118	61,78
Yüksek düzey özellik	28	14,66
Özellik performansı	65	34,03
Kodlanmış Belgeler	171	89,53

Kodlanmamış Belgeler	20	10,47	-
Analiz Edilen Belgeler	191	100,00	-

Performans boyutuna ait kodlama yapılan belge sayılarına ilişkin alt kod frekans değerleri Tablo 3’te verilmiştir. Performans boyutunda en çok kişi (118) tarafından dile getirilen alt boyut temel işlev olmuştur. Bunu sırasıyla hız (72), özellik performansı (65) ve yüksek düzey özellik (28) boyutları izlemiştir.

Literatürde mamul kalitesine yönelik olarak kullanılışlılık ile ilgili bir değerlendirmeye rastlanamamıştır. Bununla birlikte yapılan anket çalışmasında bazı değerlendirmelerin kullanılışlılık boyutu altında değerlendirilmesi uygun görülmüştür. Kullanışlılık genel itibariyle rahat kullanımı ifade etmektedir ve bakım kolaylığı, kapasite, konfor, kullanım kolaylığı ve sistem alt boyutlarını içermektedir. Bakım kolaylığı mamulün kullanırken temizlik, sökme takma veya parçalarının bulunabilirliğinin kolay olması gibi değerlendirmeleri içermektedir. Elektrikli/elektronik mamullere ilişkin kapasite alt boyutu ise kendi içinde, ürünün asıl işlevine ilişkin kapasitesini belirten, işlem kapasitesinin yanı sıra, hafıza ve şarj olmak üzere üç alt boyutu içermektedir. Konfor alt boyutu mamulün işitsel ve dokunsal açıdan kullanım sırasında kullanıcıyı rahatsız etmemesini, kullanım kolaylığı mamulün dizayn olarak basit bir şekilde kullanılabilmesini, sistem alt boyutu ise mamulün kullanıcı arayüzü ve program sisteminin anlaşılabilirliğini ifade etmektedir. Kullanışlılık boyutuna ilişkin alt kod frekansları Tablo 4’teki gibidir:

Tablo 4. Kullanışlılık Boyutu Alt Kod Frekansları

Belgeler	Yüzde	Yüzde (geçerli)
Bakım kolaylığı	24	12,57
Kapasite	90	47,12
Konfor	42	21,99
Kullanım kolaylığı	71	37,17
Sistem	41	21,47
Kodlanmış Belgeler	162	84,82
Kodlanmamış Belgeler	29	15,18
Analiz Edilen Belgeler	191	100,00

Kullanışlılık boyutu ile ilgili olarak en çok katılımcı (90 kişi) tarafından dile getirilen alt boyut kapasite olmuştur. Bunu sırasıyla kullanım kolaylığı (71), konfor (42), sistem (41) ve bakım kolaylığı (24) izlemiştir.

Dayanıklılık boyutu mamulün farklı kullanım koşullarında uzun süre kullanılabilmesini ifade etmektedir. Katılımcıların olumsuz kullanım koşullarına karşı dayanıklılık, mamulün kullanım ömrünün uzunluğu ve mamulün materyalinin sağlamlığına ilişkin ifadeleri bu kapsamda değerlendirilmiştir. Dayanıklılık boyutuna ilişkin alt kod frekansları Tablo 5’teki gibidir.

Tablo 5. Dayanıklılık Boyutu Alt Kod Frekansları

Belgeler	Yüzde	Yüzde (geçerli)
Koşullara dayanıklılık	75	39,27
Kullanım ömrü	72	37,70

Materyal	25	13,09	20,33
Kodlanmış Belgeler	123	64,40	100,00
Kodlanmamış Belgeler	68	35,60	-
Analiz Edilen Belgeler	191	100,00	-

Katılımcılardan 75'i kullanım koşulları, 72'si kullanım ömrü ve 25 tanesi mamulde kullanılan materyalin kalitesi ile ilgili değerlendirmelerde bulunmuştur.

Güvenilirlik boyutu literatürde performans tutarlılığı olarak tanımlanmıştır. Gerek mamulün temel işlevi gerekse ek özelliklerin performanslarındaki tutarlılık bu kapsamda değerlendirilmiştir. Ayrıca mamulün kullanım ömrü içerisinde sorunsuz olarak işlevlerini yerine getirmesi de bu boyut altında kodlanmıştır. Güvenilirlik boyutuna ilişkin alt kod frekansları Tablo 6'teki gibidir.

Tablo 6. Güvenilirlik Boyutu Alt Kod Frekansları

	Belgeler	Yüzde	Yüzde (geçerli)
Performans tutarlılığı	12	6,28	12,37
Sorunsuzluk	93	48,69	95,88
Kodlanmış Belgeler	97	50,79	100,00
Kodlanmamış Belgeler	94	49,21	-
Analiz Edilen Belgeler	191	100,00	-

Katılımcıların 93'ü mamule ilişkin sorunlar, 12'si ise performans tutarlılığına ilişkin ifadeler kullanmıştır.

Hizmetler boyutu mamul ile birlikte sunulan her türlü hizmeti kapsamaktadır. Mamulün satışı, teslimat süreci ve teslimat sonrasında sunulan hizmetlerin tamamı bu boyut altında kodlanmıştır. Elektronik ürünlere ilişkin yazılım güncellemeleri de bu kapsamda değerlendirilmiştir. Katılımcılardan yalnızca bir tanesi kullanım kılavuzuna yönelik değerlendirmede bulunmuştur. Bu ifade bilgilendirme olarak kodlanmıştır. Düşük frekansına rağmen hizmet kalitesine yönelik farklı çalışmalarda kalite boyutu olarak bilgilendirmenin de dile getirilmiş olması nedeni ile, yapılan bu kodlamanın değerlendirilmeye alınması uygun görülmüştür. Hizmetler boyutuna ilişkin alt kod frekansları Tablo 7'teki gibidir.

Tablo 7. Hizmetler Boyutu Alt Kod Frekansları

	Belgeler	Yüzde	Yüzde (geçerli)
Bilgilendirme	1	0,52	1,59
Güncelleme	11	5,76	17,46
Satış sonrası	45	23,56	71,43
Satış süreci	12	6,28	19,05
Teslimat süreci	3	1,57	4,76
Kodlanmış Belgeler	63	32,98	100,00
Kodlanmamış Belgeler	128	67,02	-
Analiz Edilen Belgeler	191	100,00	-

Hizmetlere yönelik değerlendirmelerde en çok katılımcı tarafından dile getirilen alt boyut (45) garanti ve tamir bakım hizmetlerini içeren satış sonrası hizmetler olmuştur. Bunu sırasıyla satış süreci (12), güncelleme (11), teslimat süreci (3) ve bilgilendirme (1) izlemektedir.

Fiyat boyutu değer tabanlı kalite yaklaşımlarının bir tezahürü olarak mamulün kalitesinin değerlendirilmesinde fiyat faktörünün dikkate alınmasını ifade eder. Fiyat boyutu altında pahalı ürünlerin daha kaliteli olduğunu ve kaliteli ürünün aynı zamanda ucuz olması gerektiğini belirtenlerin yanı sıra, kalitenin belirlenmesinde fiyat/performans ilişkisinde dikkate alınlar katılımcılarda vardır. Bakım masraflarına yönelik ifadeler ile mamulün ikinci el piyasasına yönelik ifadelerde fiyat boyutu altında değerlendirilmiştir. Fiyat boyutuna ilişkin alt kod frekansları Tablo 8’deki gibidir:

Tablo 8. Fiyat Boyutu Alt Kod Frekansları

	Belgeler	Yüzde	Yüzde (geçerli)
Bakım masrafları	7	3,66	11,11
Fiyat/performans	20	10,47	31,75
Pahalı kaliteli	4	2,09	6,35
Ucuz kaliteli	39	20,42	61,90
İkinci el piyasası	4	2,09	6,35
Kodlanmış Belgeler	63	32,98	100,00
Kodlanmamış Belgeler	128	67,02	-
Analiz Edilen Belgeler	191	100,00	-

Fiyat boyutu altında en çok (39) katılımcı tarafından dile getirilen alt boyut ucuz kaliteli alt boyutu olmuştur. Bunu sırasıyla fiyat/performans (20), bakım masrafları (7), pahalı kaliteli (4) ve ikinci el piyasası (4) alt boyutları izlemiştir.

Estetik boyutu mamulün renk, doku ve tasarımına yönelik değerlendirmeleri içermektedir. Mamulde kullanılan materyallerin estetiğine yönelik ifadeler de bu boyut altında değerlendirilmiştir. Bu boyut ile ilgili olarak dile getirilen ifadeler içeriğine uygun olarak boyut, dizayn ve materyal alt kodları altında sınıflandırılmıştır. Materyal alt boyutu dayanıklılık altında da isim olarak kodlanmış olmakla birlikte içerik olarak içeriğini farklı olması ve alt kod düzeyinde bulunması nedeni ile eş isimlilikte mahsur görülmemiştir. Estetik boyutuna ilişkin alt kod frekansları Tablo 9’teki gibidir:

Tablo 9. Estetik Boyutu Alt Kod Frekansları

	Belgeler	Yüzde	Yüzde (geçerli)
Boyut	22	11,52	43,14
Dizayn	34	17,80	66,67
Materyal	8	4,19	15,69
Kodlanmış Belgeler	51	26,70	100,00
Kodlanmamış Belgeler	140	73,30	-
Analiz Edilen Belgeler	191	100,00	-

Katılımcıların 34’ü dizayn, 22’si mamul boyutu ve 8’i materyale ilişkin ifadeler kullanmıştır.

Mamul kalitesinde ek özellikler boyutu temel işleve ek olarak sunulan diğer özellikleri içermektedir. Bununla birlikte katılımcıların mamulün temel işlevine yönelik seçeneçliliğine ilişkin ifadeleri nedeni ile tüm bu ifadeler fonksiyonellik boyutu altında kodlanmıştır. Fonksiyonellik boyutuna ilişkin alt kod frekansları Tablo 10'teki gibidir:

Tablo 10. Fonksiyonellik Boyutu Alt Kod Frekansları

	Belgeler	Yüzde	Yüzde (geçerli)
Ek özellikler	21	10,99	53,85
Seçeneçlilik	22	11,52	56,41
Kodlanmış Belgeler	39	20,42	100,00
Kodlanmamış Belgeler	152	79,58	-
Analiz Edilen Belgeler	191	100,00	-

Fonksiyonellik boyutuna ilişkin kodlamaların 22'si seçeneçlilik, 21'i ise ek özellikler alt boyutu altında kodlanmıştır.

Algılanan kalite mamule ilişkin kullanıcıların zihninde oluşmuş olan kalite algısını ifade etmektedir. Katılımcıların bazıları markaya ilişkin kalite algılarını yansıtan ifadeler kullanırken bazıları kullandıkları ürüne yönelik kalite algılarını dile getirmişlerdir. Algılanan kalite boyutuna ilişkin alt kod frekansları Tablo 11'teki gibidir:

Tablo 11. Algılanan Kalite Boyutu Alt Kod Frekansları

	Belgeler	Yüzde	Yüzde (geçerli)
Marka algısı	23	12,04	57,50
Ürün kalitesi	19	9,95	47,50
Kodlanmış Belgeler	40	20,94	100,00
Kodlanmamış Belgeler	151	79,06	-
Analiz Edilen Belgeler	191	100,00	-

Katılımcıların 23'ünün ifadeleri marka algısı, 19'unun ifadeleri ürün kalitesi alt kodu ile kodlanmıştır.

Mamulün kullanıcıya veya çevresine yönelik verdiği fiziksel zararların yanı sıra elektronik cihazlarda yer alan verilerin güvenliğine yönelik ifadeler güvenlik boyutu altında kodlanmıştır. Güvenlik boyutuna ilişkin alt kod frekansları Tablo 12'teki gibidir:

Tablo 12. Güvenlik Boyutu Alt Kod Frekansları

	Belgeler	Yüzde	Yüzde (geçerli)
Fiziksel güvenlik	25	13,09	67,57
Veri güvenliği	13	6,81	35,14
Kodlanmış Belgeler	37	19,37	100,00
Kodlanmamış Belgeler	154	80,63	-
Analiz Edilen Belgeler	191	100,00	-

Güvenlik kodlaması yapılan belgelerin 25'inde fiziksel güvenlik, 13'ünde ise veri güvenliği alt kodu kullanılmıştır.

Çevrecilik boyutu mamulün geri dönüştürülmüş ve/veya geri dönüştürülebilir materyallerden üretimesi, üretilirken ve kullanırken çevreye zararlı atıkların bırakılmaması ve kaynak ve enerji tüketiminde tasarruflu olunmasını içerir. Katılımcıları mamulün su ve elektrik tüketimine yönelik ifadeleri bu boyut altında kodlanmıştır. Çevrecilik boyutuna ilişkin alt kod frekansları Tablo 13'teki gibidir:

Tablo 13. Çevrecilik Boyutu Alt Kod Frekansları

	Belgeler	Yüzde	Yüzde (geçerli)
Enerji tüketimi	12	6,28	85,71
Su tüketimi	2	1,05	14,29
Kodlanmış Belgeler	14	7,33	100,00
Kodlanmamış Belgeler	177	92,67	-
Analiz Edilen Belgeler	191	100,00	-

13 katılımcı mamulün elektrik tüketimi ile ilgili ifadeler kullanırken 2 katılımcı tüketilen su miktarını dile getirmiştir. Uygunluk boyutu mamulün tasarım özelliklerine uygun olarak hatasız bir şekilde üretilmesini ifade etmektedir. Katılımcılardan 10'unun ifadeleri uygunluk boyutu altında kodlanmıştır.

Cinsiyete göre mamul grupları ve kalite boyutlarının değerlendirilmesine yönelik veriler Tablo 14 çapraz tabloda verilmiştir.

Tablo 14. Cinsiyete Göre Kalite Boyutları Dağılımı

	Erkek(N=88)	%	Kadın (N=103)	%
Mamul Grupları				
Ev elektroniği	12	13,64%	9	8,74%
Tüketici elektroniği	71	80,68%	63	61,17%
Beyaz eşya	19	21,59%	36	34,95%
Elektrikli ev aletleri	14	15,91%	41	39,81%
Kalite Boyutları				
Performans	76	86,36%	95	92,23%
Fiyat	37	42,05%	26	25,24%
Hizmetler	27	30,68%	36	34,95%
Algılanan kalite	19	21,59%	21	20,39%
Kullanışlılık	74	84,09%	88	85,44%
Fonksiyonellik	16	18,18%	23	22,33%
Güvenilirlik	44	50,00%	53	51,46%
Dayanıklılık	61	69,32%	62	60,19%
Estetik	26	29,55%	25	24,27%
Uygunluk	5	5,68%	5	4,85%
Güvenlik	16	18,18%	21	20,39%
Çevrecilik	8	9,09%	7	6,80%

Erkeklerde oransal olarak elektronik ürünler bayanlara göre daha çok değerlendirilmişken, bayanlarda beyaz eşya ve elektrikli ev eşyaları erkeklerle göre daha çok değerlendirilmiştir. Kalite boyutlarına yönelik değerlendirmelerde ise fiyat, algılanan kalite, dayanıklılık, estetik, uygunluk ve çevrecilik boyutları oransal olarak erkekler tarafından daha çok değerlendirilmişken diğer boyutlarda kadınların değerlendirmelerine ilişkin oranlar daha yüksektir.

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Yoğun rekabet ortamında faaliyet gösteren günümüz işletmeleri hayatta kalabilmek için müşterilerin istek ve ihtiyaçlarına son derece önem vermek durumundadır. Yaygın kabul görmüş tanıma göre kalite mamulün müşteri istek ve ihtiyaçlarına uygunluğudur. Bu çalışmanın amacı elektrikli/elektronik ürünlerde kalitemin müşterilerin bakış açısından ele alınmasıdır. Bu amaçla hazırlanan yapılandırılmış, açık uçlu anket formu kullanılarak müşterilerden veriler toplanmış ve MAXQDA 2022 programında analiz edilmiştir. Katılımcılardan kullandıkları ve kalite olduğunu düşündükleri bir mamulün neden kaliteli olduğunu ve kullandıkları ve kalitesiz olduğunu düşündükleri bir mamulün neden kalitesiz olduğunu düşündüklerini maddeler halinde yazmaları istenmiştir. Yapılan değerlendirmeler literatürde mamul kalitesine yönelik tanımlanmış kalite boyutları dikkate alınarak kodlanmıştır. Yapılan kodlamalar neticesinde performans, kullanılabilirlik, dayanıklılık, güvenilirlik, hizmetler, fiyat, estetik, fonksiyonellik, algılanan kalite, güvenlik, çevrecilik ve uygunluk olmak üzere 12 temel kalite boyutu ve bu boyutlar altında 35 alt boyut tanımlanmıştır. Güvenlik boyutu hariç tüm boyutların literatürde var olan farklı çalışmalarda (Garvin,1984; Sebastianelli ve Tamimi, 2002; Brucks, Zeithaml ve Naylor, 2000; Kianpour, Jusoh ve Asghari,2014; Yıldız ve Çavdar ,2020) dile getirildiği görülmektedir. Bununla birlikte bu boyutların tamamını kapsayan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmada örneklem hacminin yüksek tutulmasının tüm kalite boyutlarını bir arada tanımlamaya imkân tanıdığı düşünülmektedir.

Performans, boyutu mamulün temel işlevinin yerine getirebilme derecesinin yanı sıra, hızı, ek özelliklerinin performansı ve yüksek teknik özelliklere sahip olmayı içermektedir. Kullanılabilirlik, boyutu mamulün kapasitesi, kullanım kolaylığı, bakımı ve sistemi ile kullanım rahatlığını içermektedir. Dayanıklılık, boyutu mamulün materyalinin sağlam olması, kullanım koşullarına karşı dayanıklı olması ve kullanım ömrünün uzun olmasını içermektedir. Güvenilirlik, boyutu mamulün performans tutarlılığını ve işlevlerini sorunsuz bir şekilde yerine getirmesini içerir. Hizmetler, boyutu mamul ile birlikte satış, teslim ve teslim sonrasında verilen her türlü hizmeti içermektedir. Mamulle ilgili bilgilendirme ve yazılım güncellemeleri de bu boyut kapsamında değerlendirilmektedir. Fiyat, mamulün fiyatının kalite değerlendirmesindeki etkisini içerir. Bakım maliyetleri ve mamulün ikinci el piyasası da bu kapsamda değerlendirilmiştir. Estetik, mamulün renk, dizayn ve dokusu ile ilgili özelliklerini içerir. Fonksiyonellik boyutu literatürde yer alan ek özellikler boyutuna ek olarak ürünün işlev seçeneklerini içerir. Algılanan, kalite marka ve ürünle ilgili kalite algısını içermektedir. Güvenlik, mamulün kullanılırken çevresine verebileceği zararları ve veri güvenliğini içerir. Çevrecilik, mamulün geri dönüştürülmüş/dönüştürülebilir materyallerden üretilmesi, üretilirken ve kullanırken, çevreye zararlı atıkların bırakılmaması ve kaynak ve enerji tüketiminde tasarruflu olunmasını içerir. Uygunluk, boyutu ise ürünün tasarım özelliklerine uygun olarak hatasız bir şekilde üretilmiş olmasını içerir.

Analiz sonucunda kalite alt boyutlarından güvenlik ve kullanılabilirlik boyutlarının elde edilmesi literatüre yenilik getiren bir olgu olmaktadır. 381 ifadede kullanılabilirlik, 48 ifadede de güvenlik

boyutunun önemli olduğunu belirtmiştir. Literatüre yenilik getiren bu boyutlar mamullerin kullanılabilirliğinin tüketiciler açısından önem arz ettiğini göstermektedir.

418 frekans ile en önemli görülen boyut performans olmuştur. Burdan, bir mamulün asıl işlevini yerine getirmesini ifade eden yani ürünün yapması gerekeni ne kadar iyi yaptığını gösteren performans boyutunun, mamul kullanımını bakımından ciddi bir önceliğe sahip olduğu açıkça anlaşılmaktadır. Bu bulgudan hareketle firmaların reklam ve tanıtım faaliyetlerinde performans boyutuna özel vurgu yapmaları gerektiği söylenebilir. Performans boyutundan sonra kullanılabilirlik boyutuna önem verildiği bulgusuna ulaşılması da önemli bir yol gösterici niteliği taşımaktadır. Mamullerin kullanım ve bakım kolaylığı ve konforu gibi özelliklerinin tüketiciler tarafından önemsendiğini göstermektedir. Bu bulgu göstermektedir ki firmaların mamulleri ile ilgili bakım, kullanım vb. uygulamaları açıklayıcı faaliyetlerde bulunmalıdırlar. Dijital dönüşümün hızlı yaşanmış olduğu bir dönemde bulunmaktayız. Mamul tanıtımları ile ilgili firmalar özellikle artırılmış ve sanal gerçeklik faaliyetlerine önem vermeliler ve bu teknolojiler ile ilgili yatırımlar yapmalıdırlar. Özellikle sitelerinde ya da online satış platformlarında ürünlerin sanal görsellerine yer verilerek bakımları ve kullanımları ile ilgili tüketicilere özel bilgilendirmelerde bulunmalıdırlar. Elektronik ürünlere ilişkin tutum yaş, eğitim durumu gibi bazı demografik faktörlere göre farklılık arz edecektir. Dolayısıyla gençler ve yaşlı bireyler, düşük eğitimliler ve yüksek eğitimliler elektronik ürünlere karşı, özellikle de yeni inovatif teknolojilere karşı aynı tutum içerisinde olamayabileceklerdir. Bu nedenle firmalar sanal ve artırılmış gerçeklik uygulamaları ile tüketici tutumlarını olumlu yöne çekmeye gayret etmelidir.

Hizmetler boyutuna bakıldığında en yüksek oranın servis sonrası hizmetlerde olduğu dikkat çekmektedir. Bu bulgu göstermektedir ki ürünün satılması yeterli olmayıp servis sonrası destek hizmetleri de tüketiciler için önem arz etmektedir. Özellikle beyaz eşya, elektrikli ev aletleri ve elektronik ürünlerde bu çok önemlidir. Tüketiciler servis ağına rahat ulaşım talep etmektedir. Bunun yanı sıra servis hizmetleri için tüketicilerin çok zahmete de sokulmaması gerekir. Firmalar servis hizmetinin eve uğrayacağı zaman aralığını optimize etmek durumundadır. Tüketiciler bütün gün evde servisi beklemek zorunda kalmamalıdır. Bunun yanı sıra servise bakım / tamir için teslim edilen ürünlerin bakım süreleri minimize edilmelidir.

Araştırma bulguları tüketicilerin hem ucuz hem de kaliteli ürün talep etmekte olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda mamulün performansı ile fiyatının orantılı olmasını beklemektedir. Bu bulgu üretici firmaların maliyetlerini minimize ederken kaliteyi artırmanın yollarını aramalıdır. Bu nedenle uygun tedarikçinin seçimi, dağıtım kanalı maliyetinin düşürülmesi, üretimde dijitalleşmeye giderek hatalı ürün üretim oranının minimize edilmesi gibi yollarla maliyetlerini düşürmelidir. Bu sayede kaliteden taviz vermeden rekabetçi fiyat uygulamasına geçebilecektir. Elektrikli / elektronik ürünlerinin üretimi robotik üretime yatkındır. Bu nedenle imalat firmaları tedarik zinciri ağlarında dijitalleşme yatırımları önem vermelidir.

Bulgulara göre estetik boyutunda dizayn alt boyutunun tüketiciler için daha önemli olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle firmalar ürün dizayn çalışmalarını nihai kullanıcı olan tüketiciler ile ortaklaşa yürütmelidir. Bu amaçla ürün dizayn yarışmaları düzenlenmesi, servis hizmetlerinde görevli personelin ürünler ile ilgili kısa mülakatlar yapması gibi uygulamalar ile tüketicilerin beklentilerine uygun dizayn çalışmaları gerçekleştirilebilecektir.

Kullanıcıların çevrecilik boyutuna düşük ilgisi olduğu tespit edilmiştir. Tüketicilerin çevrecilik ile ilgili hassasiyet düzeylerinin artırılması için firmalara da önemli görevler düşmektedir. Ürünlerdeki çevreci özellikler tanıtım faaliyetlerinde öne çıkarılmalı, tüketicilerin bilinç

düzeylerinin artırılması sağlanmalıdır. Firmalar doğanın korunması, iklim değişikliği ile mücadele, küresel ısınma ile mücadele, çevre kirliliğinin önlenmesi gibi konularda kendilerini sorumlu hissetmelidir. Özellikle enerji tasarrufu sağlayan ürünler tasarımları ve tüketicileri de bu konuda bilgilendirmeleri çevreci üretim için önem arz etmektedir.

Cinsiyeti dikkate alan değerlendirmelerde fiyat, algılanan kalite, dayanıklılık, estetik, uygunluk ve çevrecilik boyutları oransal olarak erkekler tarafından daha çok değerlendirilmişken diğer boyutlarda kadınların değerlendirmelerine ilişkin oranlar daha yüksektir. Cinsiyete bağlı bu değişkenlik pazarlama çalışmalarında dikkate alınmalıdır.

Çalışmada farklı bakış açılarını yansıtabilmesi ve genel olarak dikkate alınan boyutların belirlenebilmesi amacı ile örneklem hacmi yüksek tutulmuştur. İlk anda akla gelmeyen ama kalite değerlendirmesinde dikkate alınan diğer unsurların belirlenebilmesi için daha detaylı mülakatlar içeren çalışmalara ihtiyaç vardır. Mamul kalitesini ölçmeye yönelik ölçek geliştirme çalışmalarında bu çalışmanın sonuçlarından faydalanılabilir. Ayrıca mamul türlerinin çeşitliliği nedeni ile farklı mamul türleri için ortak olabilecek genel kalite boyutlarının belirlenebilmesi için farklı mamul türleri ile ilgili benzer çalışmalara ihtiyaç vardır.

KAYNAKÇA

- ALBARI, A. K. (2019), The Influence of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Loyalty, *AJEFB - Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business*,3(1), 49-64 .
- BOLATAN, G. İ., BEŞKESE, A., & GÖZLÜ, S. (2017). İmalat Firmalarının Kalite Performansını Etkileyen Faktörler. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46(1), 76-83.
- BRUCKS, M., ZEITHAML, V. A., & NAYLOR, G. (2000). Price and Brand Name As Indicators of Quality Dimensions for Consumer Durables. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(3), 359-374.
- CHAPMAN, J., & WAHLERS, R. A. (1999). Revision and Empirical Test of the Extended Price-Perceived Quality Model. *Journal Of Marketing Theory And Practice*, 53-63.
- CHEUNG, A. (2021). Structured Questionnaires. F. Maggino içinde, *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research* (s. 6399-6402). Springer, Cham. doi:https://doi.org/10.1007/978-3-319-69909-7_2888-2
- ÇAKIR, M. (2017). Tüketicilerin Satın Alma Davranışları ile Marka Algılamaları Arasındaki İlişki: Elektronik Ürünler Üzerine bir Uygulama. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, 54(628), 43-56.
- ÇAVDAR, E., & ZERDALI, N. (2020), Farklı Mamul Grupları İçin Kalite Boyutları Önem Değerlendirmesi, *İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2, 222 – 233.
- DÖRTYOL, İ. T. (2010). Beyaz Eşya Sektöründe Marka, Kalite ve Fiyat Değişkenlerinin Farklı Gelir Gruplarındaki Ailelerin Satın Alım Kararları Üzerindeki Etkileri. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (27), 123-138.
- FORET, M., & PROCHÁZKA, P. (2007). Buying Behaviour of Households in the Czech Republic, *Agricultural Economics (AGRICECON)*, 53(7), 318-324.
- GARVIN, D. A. (1984). What does "Product Quality" Really Mean? *Sloan Management Review*, 26(1), 25-43.

- İLBAŖ, M., AKKILIÇ, M., & YILMAZ, Ö. (2014). Tüketicilerin Beyaz Eşya Satın Alma Karar Sürecinde Marka Algılarına Yönelik Bir Araştırma, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (15), 63-84.
- JO, S., & SARIGOLLU, E. (2007). Cross-Cultural Differences of Price-Perceived Quality Relationships. *Journal of International Consumer Marketing*, 19(4), 59-74.
- KENYON, G.N., & SEN, K.C. (2015) *The Dimensions of Product Quality*. In: *The Perception of Quality*. Springer, London.
- KIANPOUR, K., JUSOH, A., & ASGHARI, M. (2014). Environmentally Friendly as a New Dimension of Product Quality. *International Journal Of Quality ve Reliability Management*, 31(5), 547-565.
- LICHTENSTEIN, R. D., & BURTON, S. (1989). The Relationship Between Perceived and Objective Price-Quality. *Journal Of Marketing Resarch*, 26, 429-443.
- MENON, A., & CHOWDHURY, J. (1995). Dimensions of Quality: Considerations in The Context of Consumer Goods. *Journal of Marketing Management*, 5(1), 1-15.
- ÖZDİL, T., YILMAZ, İ., & YILMAZ, C. (2010). Tüketicilerin Markasız Ürünleri Satınalma Nedenleri: Elektrikli Küçük Ev Aletleri Örneği. *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (24), 87-114.
- RIESZ, C. P. (1980). A Major Price-Perceived Quality Study Reexamine. *Journal of Marketing Research*, 22, 259-262.
- RUBENFELD, G. D. (2004). Surveys: An Introduction. *Respiratory Care*, 49(10)), 1181-1185.
- SEBASTIANELLI, R., & TAMIMI, N. (2002). How Product Quality Dimensions Relate to Defining Quality. *The International Journal of Quality ve Reliability Management*, 19(4), 442-453.
- TOPUZ, Y. V., & ÇAMBAŞI, İ. (2014). Asgari Ücretli Tüketicilerin Cep Telefonunu Satın Alma Kararlarında Fiyat Algıları ve Fiyat-Kalite Algısının Belirleyicileri. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7 (1), 315-327.
- WELLER, S. C. (1998). Structured interviewing and questionnaire construction. C. C. H. Russell Bernard içinde, *Handbook of Methods in Cultural Anthropology* (s. 365-409). Rowman & Littlefield.
- VOLCKNER, F., & HOFMANN, J. (2007). The Price-Perceived Quality Relationship: A Meta-Analytic Review and Assessment of Its Determinant. *Market Letters*, 18(3), 181-196.
- YILDIZ, B., & ÇAVDAR, E. (2020). Dimensions of Vehicle Quality: Scale Development Study. *BİLTÜRK Journal of Economics and Related Studies*, 2(4), 500-522. doi:10.47103/bilturk.773732
- ZHANG, Q. (2001). Quality Dimensions, Perspectives and Practices: A Mapping Analysis. *International Journal of Quality ve Reliability Management*, 18(7), 708-722.

Analytical Approach to Society 5.0 Phenomenon Studies with Scientometric Analysis Method

(Araştırma Makalesi)

Bilimetrik Analiz Yöntemi ile Toplum 5.0 Olgusu Çalışmalarına Yönelik Analitik Yaklaşım

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1077207

Sergen GÜRİSOY

Öğr. Gör., Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Kariyer Merkez Ofisi
sergen.gursoy@alanya.edu.tr

Orcid No: 0000-0002-9032-2999

Ayten YAĞMUR

Dr. Öğr. Üyesi, Akdeniz Üniversitesi, İİBF, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri
aytenyagmur@akdeniz.edu.tr

Orcid No: 0000-0003-2138-240X

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Gürsoy, S., & Yağmur, A. (2023). Analytical Approach to Society 5.0 Phenomenon Studies with Scientometric Analysis Method. Alanya Akademik Bakış, 7(1), Sayfa No.147-167.

ABSTRACT

Keywords:
Society 5.0, Super-Smart Society, Scientometrics Analysis, CiteSpace

Received:
22.02.2022

Accepted:
13.01.2023

As a result of the intense penetration of globalization into societies, the necessity of integrating technology with society has emerged. In this context, an increase in the tendency of researchers towards the phenomenon of Society 5.0 has been observed. Since the subject is current and affects future social sustainability, it has become important to examine the literature from a holistic perspective. The study aims to examine the studies on the phenomenon of Society 5.0 in the literature from a systematic and holistic perspective and to ensure that the study is a source for future research. Using the Scopus database, qualitative interpretations are made within the scope of a total of 151 bibliographic quantitative data. The fact that Scientometrics studies and CiteSpace analysis have never been done in the literature on this phenomenon has increased the originality of the study. Analysis of countries, intellectual analysis, keywords; burst point and cluster analyzes has been performed. As a result of the findings, an increase in the research tendency, an increase in the production and collaboration networks of the countries, and an increase in the diversity of keywords (especially sustainable society) have been observed as the trend towards the subject increased. Moreover, it will be important for social sustainability to increase the study orientation for future studies in areas that are lacking (sociology, psychology, gerontology, etc. social sciences).

ÖZET

Anahtar kelimeler:
Toplum 5.0, Süper Akıllı Toplum, Bilimetrik Analiz, CiteSpace

Küreselleşmenin toplumlara yoğun bir şekilde nüfuz etmesi sonucunda teknolojinin toplumla bütünleştirilmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda araştırmacıların Toplum 5.0 olgusuna yönelik eğilimlerinde artış gözlemlenmiştir. Konunun güncel olması ve gelecekteki sosyal sürdürülebilirliği etkilemesi nedeniyle literatürün bütüncül bir bakış açısıyla

incelenmesi önemli hale gelmiştir. Çalışmanın amacı, literatürde Toplum 5.0 olgusu üzerine yapılan çalışmaları sistematik ve bütüncül bir bakış açısıyla incelemek ve çalışmanın ileride yapılacak araştırmalara kaynak olmasını sağlamaktır. Scopus veri tabanı kullanılarak toplam 151 bibliyografik nicel veri kapsamında nitel yorumlar yapılmaktadır. Bu olgu ile ilgili literatürde Scientometrics çalışmalarının ve CiteSpace analizinin hiç yapılmamış olması çalışmanın özgünlüğünü artırmıştır. Ülkelerin analizi, entelektüel analiz, anahtar kelimeler; patlama noktası ve küme analizleri yapılmıştır. Elde edilen bulgular sonucunda konuya yönelim arttıkça araştırma eğiliminde artış, ülkelerin üretim ve işbirliği ağlarında artış, anahtar kelime çeşitliliğinde (özellikle sürdürülebilir toplum) artış gözlemlenmiştir. Ayrıca, eksik olan alanlarda (sosyoloji, psikoloji, gerontoloji vb. sosyal bilimler) yapılacak çalışmalara yönelimin artırılması sosyal sürdürülebilirlik açısından önemli olacaktır.

1. INTRODUCTION

Digitalization, which is the necessity of the new world order, and the infusion of the internet into the way of life of societies have been indicators of a new phase. The rapid development of information and communication technology (ICT) has brought great changes to society and industry. Digital transformation has created a new material and moral values and has become the pillar of industrial policy in many countries (Fukuyama, 2018: 47). For this reason, it is valuable in terms of social sustainability to read the concept well, to identify priority countries, to examine and adapt their policies in terms of developing the systematic sustainability of the world's societies of the future. It is important to determine many references, networks and keywords used with Society 5.0, to make inferences for the future, to examine the categories that deal with the concept, to identify interdisciplinary situations and to suggest applications for all these.

The research has been concluded using the scientometrics analysis method. Keywords, abstracts and titles have been searched from the Scopus database with the titles "Society 5.0" and "Super-smart Society". With the data obtained, systematic inferences were made from literature trends, countries and keywords. The quantitative data in the research has been evaluated from an interpretative perspective. The fact that the Scientometrics study or the CiteSpace Java application has not been used in the literature for the Society 5.0 phenomenon increases the originality of the study.

2. LITERATURE REVIEW FOR SOCIETY 5.0

The concept of Society 5.0, in the socio-economic structure in which globalization has intensified, is the implementation of the Japanese government policy that emerged in 2017. Under the name of "Future Investment Strategy", it is thought that the policy will be a solution to economic growth with the gains to be achieved in the medium-long term (Waldenberger, 2018). The concept of Society 5.0 is the national policy initiative that Japan aims to implement in 2015 (Keidanren, 2016). Then, Japan's Prime Minister Shinzo Abe, who participated in the IT fair CeBIT 2017 summit, introduced it under the name Society 5.0. He stated that technology-friendly their social life should be adopted and aimed that technology would help individuals in social life.

In Japan, especially recently, a decreasing workforce and increasing social security costs have emerged. The current workforce of more than 77 million people is expected to decrease to approximately 70%, 53 million people, by 2050. On the other hand, the cost of social security will rise from 120 trillion yen in fiscal 2015 to 150 trillion yen in the fiscal year 2025 due to

the aging of the population (Fukuyama, 2018, s. 47). Keidanren, Japan Business Federation is well aligned to proactively fulfill the United Nations Sustainable Development Goals to end poverty, protect the planet and ensure prosperity for all through the creation of Society 5.0 (Shiroishi et al., 2018, s. 91). The case aims to unite the physical life and the virtual world and to help individuals improve their quality of life by eliminating economic development and social problems.

It has been seen that humans and machines are integrated into working life, communicating and using artificial intelligence in a synchronized way, and production mechanisms and efficiency have improved through the Internet (Capgemini-Prognos, 2018). According to this strategy, the key to achieving medium and long-term growth is to integrate the rapidly occurring innovations of the 4th Industrial Revolution (eg Internet of Things-IoT, big data, artificial intelligence, robotics, sharing economy, etc.) into every industry and social life to meet various societal challenges. The solution is to realize Society 5.0 (Fukuyama, 2018, s. 48).

3. RESEARCH PHILOSOPHY AND METHOD

Our study is based on idealism, which constitutes the philosophy of qualitative research methods, and its extension, Post-Modern/Anti-Positivist understanding (Ritchie et al., 2013: 15). Accurate and actual vary depending on the context (Holloway and Wheeler: 2010). The average for the phenomenon of Society 5.0 is not correct, and the concept is constantly updated and expanded. Considering the mentioned approaches, the interpretative paradigm is used to interpret the perspectives and minds of social actors (countries, authors, documents, etc.) towards the phenomenon of Society 5.0. The perspectives and opinions of the documents in the literature have been interpreted (Günbayı, 2019; Deetz, 1996; Reeves and Hedberg, 2003: 32). According to TerreBlanche and Durrheim (1999), the research process has three main dimensions. These are ontology, epistemology, and methodology. Ultimately, the common point of these dimensions has based on the nominalist perspective, where truth and truth take place in the mind and perspective of the individual (Günbayı & Sorm, 2018; Collins, 2010; Burrell & Morgan, 1979). In this context, the data of the research is based on the opinions, perspectives, and ideas shared by the social network actors as a result of the situation they are in, that is, the interpretation of social networks (Guba and Lincoln, 2001; Collins, 2010). Similar studies in bibliometrics and scientometrics research, in which quantitative data reveal findings from an interpretative perspective, have been important for research analysis selection (Buter et al., 2004; Buter et al., 2006; Gläser, 2001). So much so that in the study of Zavaraki and Fadaie (2012), these analysis methods were thought to be important in revealing findings with qualitative interpretation of quantitative data.

The study has the distinction of being the first research article in the international literature on the phenomenon of Society 5.0, made with the scientometrics method. In addition, for the first time, the CiteSpace application has been used to analyze the Society 5.0 phenomenon. In addition, the reason why it is different from other scientometrics research is that has been studied for the first time in the case of Society 5.0. Therefore, it is a work with high originality. However, there are certain limits. Scopus, one of the most important and effective search channels has been used in the study. But search channels like Web of Science (WOS) and Google Scholar will also affect coverage size. Expansion can be achieved by using these scopes in future studies.

3.1. Scientometrics

Scientometrics, V. V. Nalimov has been literated in 1960 by the term "scientometrics" and used to identify science studies that revealed growth, structure, relations network and productivity (Hood and Wilson, 2001, s. 291). It has intersecting networks of scientometrics, bibliometrics, informatics and information technologies. Refers to relationship networks related to the discovery of dynamic structures of data I<n the literature. Scientometrics and bibliometrics are difficult concepts to distinguish. But the focus of bibliometrics, despite much broad-scale recognition, has always been the scientific literature itself, whereas science and technology are more than just a literary output for scientists to measure and analyze; for example, the applications of researchers, socio-organizational structures, research and development management, the role of science and technology in the national economy, government policies for science and technology, etc. Statuses (Wilson, 2001). Nagpaul, et al (1999) categorized trends in scientific studies; made implications for science and technology policies, including the structure and dynamics of science, including internationally collaborative collaboration between regional aspects of science to the individual level, within the scope of the methodology used in science and science. Evaluation of the phenomenon of Society 5.0 within the scope of scientometrics in the research, the fact that both itself and the method of obtaining literature data have technological and scientific commonalities; It will assist in obtaining inferences and policy recommendations for the scientific literature and society.

3.2. Problem Definition

It is aimed to interpret the research trends, countries and keywords analysis of the documents in which the phenomenon of Society 5.0 takes place in the literature. Research problems have been created for this purpose;

- How do literary trends for the case of Society 5.0 follow the course?
- How are the productivity and relationship networks (such as collaboration networks, centrality and frequency) of countries regarding the phenomenon of Society 5.0?
- How do the references dealing with the phenomenon of Society 5.0 contribute to the field?
- For the keywords studied within the scope of Society 5.0; What are the implications of collaborations, burst points and cluster analysis? How do representative documents contribute to the field? What are the implications for future directions?

3.3. Database Selection

Research evaluation applications are becoming increasingly important today as the main providers of universally used bibliometric data. Since the reliability of these channels depends on the data source, the most appropriate database should be selected. Scopus is one of the two most important main bibliographic databases (Pranckutė, 2021, s. 1).

The database of the research was chosen as Scopus. This database was chosen because Scopus is quite comprehensive in the field of social sciences (Jabali et al., 2020, s. 4-5). For citation analysis, Scopus offers about 20% more coverage than Web of Science, while Google Scholar provides inconsistent accuracy results (Falagas et al., 2008, s. 338). Scopus is currently the world's largest research abstract and citation database, containing 24,600 journals from 5000 publishers (Elsevier, 2020). Scopus is the world's largest peer-reviewed scientific literature data source, with 75 million indexed items. In addition, Scopus updates the data daily and 32% of the total content indexed in Scopus belongs to the social sciences literature (Rashid, 2021, s. 3). The use of the Scopus database in our study is an important factor in terms of scope and compatibility with technology.

3.4. Query Statement

In order to obtain bibliographic data about the phenomenon of Society 5.0 and to make scientometric inferences, a search interface was run in the type of search query and search field. In the Search tab: "Article Title, Abstract and Keyword" query was made. search terms; TITLE-ABS-KEY ("Society 5.0") OR ("Super-Smart Society"). The two phrases have been chosen because they are compatible and related to each other and because they are the most effective terms within the scope of the subject. There is no time limit on the search tab. The date of data collection from the system is 30.05.2021.

3.5. Research Data

165 studies for the term "Society 5.0" and 10 studies for the term "Super-Smart Society" have been obtained in the search on the database. In total, 175 studies have been examined in detail and two studies have been determined not to be subject-specific and excluded. No temporal restrictions were made (from 2017-2021 End of May), no language or geo-filtering has been applied. Data; conference paper ($N=71$), article ($N=67$), book chapter ($N=17$), conference review ($N=5$), review/review ($N=5$), book ($N=3$), editorial ($N=3$), grade ($N=1$) and short questionnaire ($N=1$).

3.6. Data Analysis Method

The bibliometric data of 173 studies have been obtained and the 5.7.R5 version of the CiteSpace application has been used to perform the scientometrics analysis method. The application was chosen because of its high quality in simplifying, transforming and analyzing our analysis process, innovative mapping of network of relationships, and being the first research application to be written in this field. This app combines many types of data as well as countries, keywords, references etc. In this context, it will help in mapping studies (Chen, 2006). In addition, it has been determined that the CiteSpace application has a lower error and miss rate that can take place in data reading, unlike other applications such as VOSviewer, BibExcel, UCINET (Dang et al., 2021). Therefore, this has been an important factor in the application selection. Analysis on Citespace is purely analytical and has based on text mining (clustering) and network analysis, as well as descriptive statistical tables and graphs.

Before starting to analyze the data, the quotation marks have been deleted with the Notepad++ program to make the data suitable for analysis. Then in the application "ris." format has been converted. The analysis has been continued with 172 studies that could not be converted to 1 study and 6456/6088 (94.0%) valid references. 95.0% is a very good success rate, considering all the irregularities of the cited references (Chen, 2014, s. 66). In our study, it has been seen that it provides a good conversion rate as it is very close to 95%. The last operation, which is the deletion of duplicate documents, has been carried out before being put into the analysis. On the application, 21 duplicate documents have been excluded from the scope of analysis, and finally, 151 documents have been included in the scope of analysis.

CiteSpace general application parameters for the analysis of 151 studies; periods covering all studies (2017-2021), year per slice (1), term source (all fields), node type (select one by the field at a time), selection criteria g-index scale factor ($k = 25$), Top N %10 was chosen as pruning (pathfinder).

3.7. Definitions of Statistical Methods

In the application software, node-link graphs, co-citation network analysis, detection of collaboration, centrality, citation burst points, cluster analysis, modularity, silhouette value etc. There are stages of analysis such as (Chen, 2004). Node sizes indicate the number and density of studies. The colors on the nodes represent different periods. The lines between nodes; It reflects collaboration and relationship, and the colors represent time.

Centrality is an important species in the field. Centrality represents the degree of importance. The center spacing of a node is similar to the constantly used toll booth, the center spacing of the most used toll booth will be high, and the center spacing of the less used toll booth will be low (Chen, 2016, s. 30). The fact that the center edge of the node is purple shows the importance, power and effectiveness of the centrality between them. The key node is the part with intermediate centrality ≥ 0.1 . The bursting point is an important indicator for determining the trend of the research focus. Redness of circles and lines in the graph; it shows the time period of quote bursts and trend, trend has been detected.

Cluster analysis reveals themes determined through the application's algorithm. The modularity of the clustered partner networks and their average silhouette scores represent the algorithm features of the cluster analysis. Modularity has been applied in order not to focus on individual nodes and local details (so that the overall schema is not overlooked) and to divide the panoramic network into separate node groups within the visual analytic process for this. This kind of splitting can be done with quite a variety of clustering algorithms. The modularity of the network measures the extent to which it can be decomposed into multiple components or modules within the network. Modularity value (Q); It is convincing that it is between $0,30 < Q < 1,00$ (Chen, 2016, s. 32). A value close to 1 indicates that it is fairly well partitioned. The silhouette value (S) of the cluster measures the quality of the clustering. It ranges from $-1 < S < 1$, value of 1 represents perfect resolution.

4. RESULTS

4.1. Literature Trend

The year 2017 represents the starting point for studies on the Society 5.0 phenomenon. Between 2017-2021, it has been observed that the studies on this subject in the literature have grown significantly. From 2017 ($N=8$) to the end of 2020 ($N=63$), it has been observed that the number of studies on the subject increased approximately eight times.

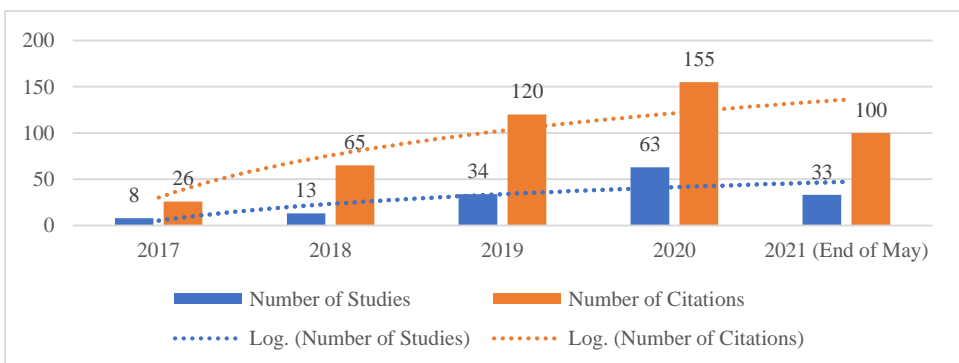


Figure 1. Study and Citation Counts and Trendlines

As can be seen in the figure, there is an acceleration in an increasing structure. As of May 2021 ($N=33$), it was seen that more than half of the studies published in 2020 have been published. If the momentum continues in this way, the end of 2021 will be the year in which the largest number of works will emerge. In addition, when the number of citations has been examined, it is seen that it follows a similar course. The number of citations in 2020 (155) is approximately six times more than the number of citations in 2017 (26). As of the end of May 2021, it has been determined that the acceleration of the number of citations (100) increased rapidly compared to the previous year. As a result, these two situations show us that the trends in the literature on this subject have increased rapidly and the subject has attracted attention over the years.

4.2. Productivity and Collaboration Analysis of Countries

The CiteSpace application revealed 61 nodes and 43 links to analyze and map the countries. There are publications on the subject of Society 5.0 in 61 different countries. However, with the emergence of 43 connections, it has been observed that there has limited collaboration between countries on this issue, that countries either establish connections with studies within themselves or collaboration is made between studies among major countries (figure 2). At this point, the increase in the collaboration of countries; It will help each country's conditions, contexts, and countries to produce unique outputs. With the increase in collaborations, the authors can make the phenomenon adaptable to their own country within the framework of certain references.

The top ten countries in terms of number of publications and degree of centrality have listed in Table 1. The country with the most publications was Japan (42), which revealed the phenomenon of Society 5.0. Indonesia (29) and the United States (12) came first among the countries that broadcast the most. The degree of centralization on the basis of countries has remained low due to the limited number of studies and the fact that it only covers a period of four years. The most important country in terms of centrality is the United States of America (0.06), followed by Poland (0.03), Japan (0.02) and Russia (0.02). It was seen that Japan came to the fore on the basis of publication and the USA and Japan on the basis of centrality.

Table 1. Top Ten Countries by Number of Publications and Centrality Value

Number of Publications	Countries	Years	Centrality	Countries	Years
42	Japan	2017	0.06	United States	2019
29	Indonesia	2017	0.03	Poland	2019
12	United States	2019	0.02	Japan	2017
7	Russian Federation	2019	0.02	Russian Federation	2019
7	Italy	2020	0.00	Indonesia	2017
5	Canada	2019	0.00	Italy	2020
5	Poland	2019	0.00	Canada	2019
4	South Africa	2020	0.00	South Africa	2020
4	Portugal	2020	0.00	Portugal	2020
3	Turkey	2020	0.00	Turkey	2020

It is normal for Japan to have such a high number of publications, since it is the country that reveals the source of the phenomenon (Keidanren, 2016). However, it may seem surprising that the number of publications in the country of Indonesia is so high, but it is not. Because Indonesia is one of the countries that applies the phenomenon of Industry 4.0 to all areas of social life (Natalia & Ellitan, 2019; Hamdanunsera, 2018). The penetration of Industry 4.0 into

every aspect of society has led to the phenomenon of Society 5.0. The five industries (textile, automotive, electronics, chemicals, food and beverages), which have been considered focal points against Industry 4.0 and Society 5.0, are very important in terms of competitiveness and have expected to enter the top ten countries in the world economy in 2030 (Ellitan, 2020; 7-8). In addition, according to the Google Trends data of 2021, the countries with the most searches for the word Society 5.0 are respectively (if we consider that the least popularity value is 0, the most popular value is 100); Japan (100), Indonesia (41), Malaysia (18), USA (2), Germany (1). Thus, the relationship between Indonesia and Society 5.0 can be understood. On the other hand, it is seen that the USA started the studies as late as two years but formed the intersection point as the country with the highest level of importance.

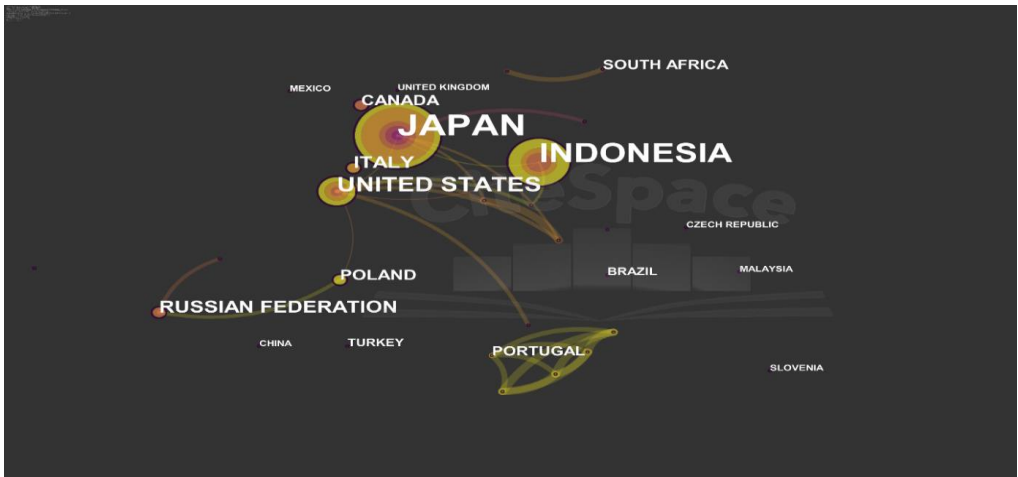


Figure 2. International Collaboration Network

It is seen through the nodes on the map that Japan has the oldest and newest works. Although naturally, that the studies in the USA are not as old as Japan, it is seen that the number of years is not to be underestimated. At this point, the USA is one of the countries with a high potential to continue its work in the future, as it carries out many and centralized studies in a short time.

In Figure 2, it is seen that the collaboration between the USA and Indonesia countries has followed a comprehensive course. It has been seen that the collaboration between the USA-Slovakia, Japan-Indonesia, Russia-Poland is extensive. It has been observed that Portugal's collaboration network with other countries is effective. The other strongest collaborations were seen to be Russia-Poland, USA-Indonesia, Japan-Indonesia, USA-Slovakia. (All of them have 1.0 value) Since the number of countries is higher than the number of connections, it is normal for the value of inter-country connections to be so high. In the future, it will inevitably be seen that there will be decreases in the value of the connection with the increase in the number of collaborations.

4.3. Reference Analysis

Analysis of references has been used to identify the intellectual structure and collaborations of the literature. Rather than the cited authors, reference analysis has been used because of the innovative nature of the case and the comprehension of the content of the studies. While determining the final decision regarding this situation, necessary information has been obtained by the founder of the CiteSpace application and an expert academician.

Considering the reference analysis of the studies studied for the case, Top N has been included in the analysis as 100% (all references), unlike other parameters. Unlike other analysis titles, when Top $N\%$ has been included in the analysis at a normal rate, it could not reveal the desired effect, even if it was similar to the analysis obtained in total. Including all studies in the system will be more important and effective in making discoveries and comments on references. It is seen that 5651 nodes and 17088 connections have emerged. The result was quite comprehensive as all of the studies have been included in the analysis. Figure 3 shows the relationship networks map. Table 2 shows the number of nodes and connections that change from year to year, Table 3 shows the references with a centrality level of 0.01 and above that are jointly cited in order of Centrality.

Table 2. Number of Nodes and Connections from Year to Year

Years	Nodes	Links
2017	116	348
2018	547	1641
2019	964	2892
2020	2382	7146
2021	1687	5061

When the table has examined, it is seen that the nodes increase rapidly from year to year. Parallel to this situation, it has been observed that the connections increased rapidly. In May 2021, it was seen that there were much higher nodes and connections than the result of the previous year when we divide it by average months. Therefore, when we come to 2021, it has been seen that there are quite good node and connection numbers according to the current studies, and if the increase rate continues in this way, it is predicted that the phenomenon will reach the highest number of references and connections by the end of 2021. This means a rapid expansion of the subject's scope.

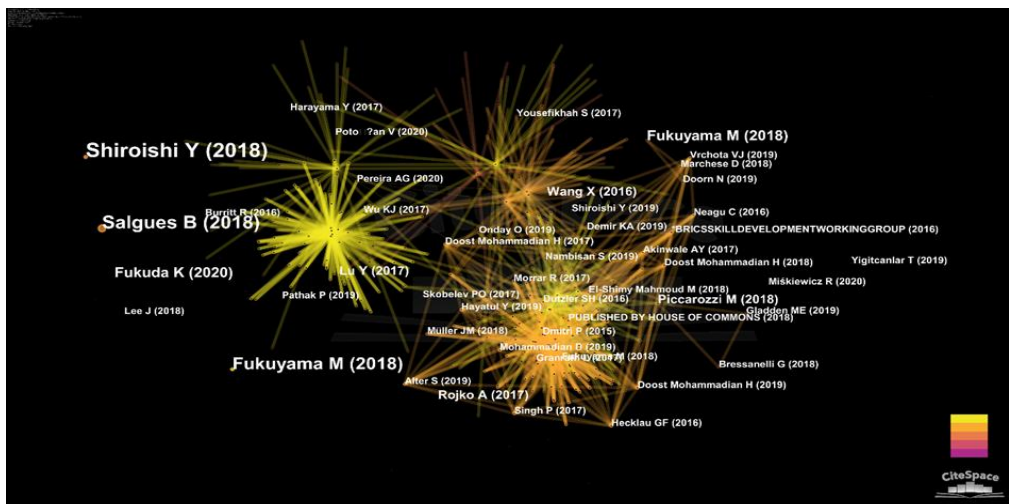


Figure 3. Citation Network in Society 5.0 Studies

When the network map has examined, it is seen that the number of references made to authors such as Y. Shiroishi, M. Fukuyama, B. Salgues, K. Fukuda is ahead of the others. These authors are the main reference sources for the Society 5.0 phenomenon. The level of centralization has been considered to be important in the reference analysis in Table 3. Since it determines the

studies with the highest level of importance, the importance of the studies that are taken as a common reference will be determined. However, the level of centralization remains low, as the case is still new and there is not much literature accumulation.

Table 3. Commonly Cited References by Centrality Ranking

Centrality	Author	Year	Source
0.02	Y. Shiroishi vd.	2018	Society 5.0 for Human Security and Well-Being
0.02	M. Fukuyama	2018	Society 5.0: Aiming for a New Human-Centered Society
0.02	R. Miśkiewicz	2020	Practical Application of the Industry 4.0 Concept in a Steel Company @ Sustainability
0.01	B. Salgues	2018	Society 5.0: Industry of the Future, Technologies, Methods and Tools
0.01	S. Alter	2019	Making Sense of Smartness in the Context of Smart Devices and Smart Systems
0.01	A. Rojko	2017	Industry 4.0 Concept
0.01	AY. Akinwale	2017	The Impact of Technological Innovation on SMEs' Profitability in Nigeria Int J Research Innovation and Commercialization

The cited article with the highest centrality and frequency is that of Y. Shiroishi et al.. In the study, there are objectives and targets for the phenomenon of Society 5.0 that emerged in Japan (Shiroishi et al., 2018). M. Fukuyama, on the other hand, in his study (2018; 47); He stated that information and communication technology will bring the global digital transformation and new values for the society and the sector will emerge. R. Miśkiewicz and Wolniak (2020) made inferences about the digitalization process in Industry 4.0-based company organizations. Salgues in his study (2018); He stated that the phenomenon of Society 5.0 emerged with the rapid development of technologies spreading globally, and he criticized the dramatic social changes that came with it. As can be seen, the cited references are important basic reference sources for the Society 5.0 studies. Because it provides general and basic information about the phenomenon and forms the basis for the studies to be included in the literature. It has been observed that the studies generally make general statements, policies and promotions in the technological and economic field for the phenomenon of Society 5.0. Currently, it is usual for general statements to be quoted in new works. As the subject becomes more specific and the fields become more specific, general information can evolve with different concepts.

4.4. Analysis of Keywords and Future Research Guidelines

When the common keyword analyzes in the studies has examined; It was seen that 195 nodes and 633 connections emerged. Of the 195 clusters, 70 (highest) were in 2020 and 52 in May 2021. It has been seen that there is an increasing scope as the years go by, the subject is quite up-to-date and 2021 has the potential to host the most studies on this subject. In Table 4., the year-based relationship network map of the keywords has revealed. In Table 4, the 10 common keywords with the highest number and the highest level of centralization have shared.

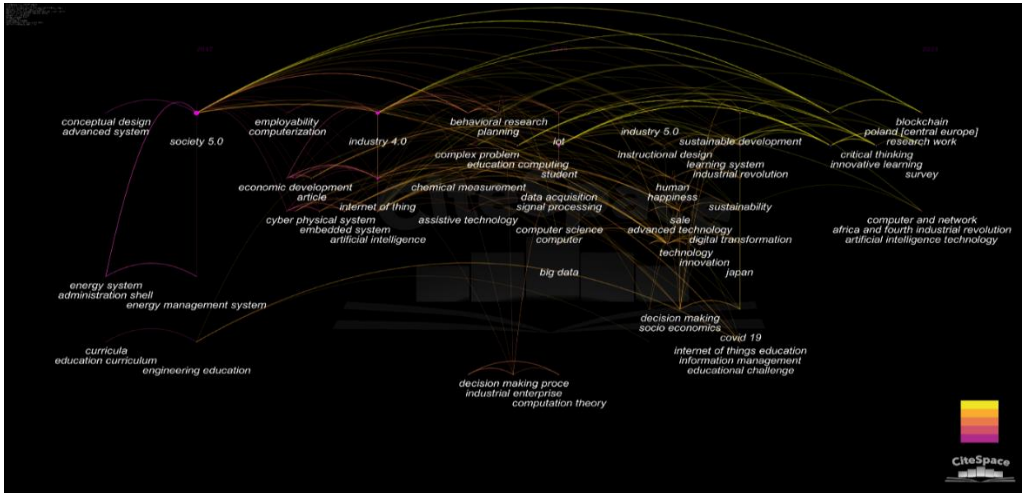


Figure 4. Keyword Network Map by Years

The years are given at the top of the figure. Before the Society 5.0 keyword; The keyword Society 5.0, which references keywords such as energy systems, energy management and conceptual design progression systems, constitutes the starting point of the case. Society 5.0 naturally has the most citations and the most centrality. The other most centralized keyword is Industry 4.0. As time progressed, the network of relations with this keyword increased and new keywords have been added to the literature.

Industry 4.0; computerization and employability, economic developments, cyber-physical systems, artificial intelligence were among the keywords with a high network in 2017-2018. Keywords for 2018-2019; Keywords such as complex problem solving, studentship, informatics education, assistive technology contain keywords for individuals to gain qualifications. 2019-2020 keywords; sustainability, learning systems, human happiness, technological innovation, sales technology. In the years 2020-2021, keywords such as digital transformation, sustainability, critical thinking, innovative learning, artificial intelligence technology, and blockchain have been predominantly used. As you can see, keywords are terms that differ from year to year and have intertwined and related to each other. It has been observed that the keywords are mostly shaped in the fields of economy, business and engineering.

Table 4. Keywords with the Most Number and the Highest Level of Centralization

Frequency	Keywords	Centrality	Keywords
57	Society 5.0	0.74	Society 5.0
29	Industry 4.0	0.40	Industry 4.0
12	Student	0.38	Student
12	Sustainable Development	0.30	Internet Of Thing
12	Internet Of Thing	0.15	Artificial Intelligence
12	Artificial Intelligence	0.10	Embedded System
8	Embedded System	0.09	Industrial Revolution
7	Industrial Revolution	0.09	Industrial Enterprise
7	Education Computing	0.08	Sustainability
6	Learning System	0.07	Engineering Education

It is usual for the words Society 5.0 and Industry 4.0 to be in the first place. Those who work on the phenomenon of Society 5.0 mostly mentioned the phenomenon of Industry 4.0. Because the facts integrate each other. In addition, the word student, the internet of things, artificial intelligence, industrial revolution, industrial entrepreneurship, sustainability, learning systems, and the fact that it contains common keywords with subjects related to many departments such as engineering education shows that the phenomenon of Society 5.0 is a multi-disciplinary field. However, the scope of the multi-disciplinary field is still controversial due to the fact that the case is new.

Table 5 presents a list of the 20 most powerful citation bursts. Power gives the level of centrality and connectivity in the relationship between keywords. It is an indicator of the active use of keywords. While the blue area indicates a moderate citation status, the red area indicates how long the trend of relevant keywords, the boom state, lasted. The list is based on historical order.

Table 5. Top 20 Keywords with the Strongest Citation Bursts

<i>Keywords</i>	<i>Year</i>	<i>Strength</i>	<i>Begin</i>	<i>End</i>	<i>2017 - 2021</i>
Energy Management System	2017	1.24	2017	2017	
Economic Development	2017	1.2	2018	2018	
Internet Of Thing	2017	1.02	2018	2019	
Cyber Physical System	2017	0.92	2018	2018	
Competition	2017	0.86	2018	2019	
Computation Theory	2017	1.59	2019	2019	
Decision Making Proce	2017	1.06	2019	2019	
Data Acquisition	2017	1.06	2019	2019	
Signal Processing	2017	1.06	2019	2019	
Industrial Enterprise	2017	1.06	2019	2019	
Computer	2017	1.06	2019	2019	
Higher Education	2017	1.06	2019	2019	
Computer Science	2017	1.06	2019	2019	
Planning	2017	1.06	2019	2019	
IoT	2017	0.73	2019	2019	
Sustainable Development	2017	1.89	2020	2021	
Japan	2017	1.64	2020	2021	
Innovation	2017	1.09	2020	2021	
Technology	2017	0.81	2020	2021	
Embedded System	2017	0.77	2020	2021	

The words with the strongest citation bursts; They have listed as "sustainable development", "japan", "computation theory", "energy management system", "economic development". These words are mostly related to economic developments and show a tendency towards sustainable business and economy.

Together with the citation bursts, it is seen whether there is a change between the topics that were spoken in trend between 2017-2018 and the topics that were mostly spoken in recent years. On the basis of the common keyword of the case, it has been observed that the only trend word was "energy management system" in 2017. In the following process, it has been determined that the keywords "economic development", "internet of thing", "cyber physical system", "competition" became a trend in 2018. When the common key developments have

been examined in 2019, it was seen that the tendencies of data collection, internet of things, signal processing, industrial organizations, computer and information technologies were higher. Sustainable development in 2020-21 Terms such as innovation, technology, etc. The reason why terms such as Society 5.0, Industry 4.0 and Industrial Revolution are not included in the citation bursts is because they are not an instantaneous phenomenon but are always trend terms that concern the general lines of the subject. These words are the keywords that have been studied more than in the previous periods. Especially the last two words are important keywords that have increased rapidly in frequency and centrality, although they have entered the trend list in 2020 and are still new terms. Keywords refer to previous terms. Industry 4.0 based cyber physical system uses embedded system to communicate and connect via IoT (trend keyword of 2018). Thus, the connection between physical and digital systems has established and personalized (Peraković et al., 2020; 205). Therefore, it is usual for cyber-physical systems to be the trend in 2018 and then to develop embedded systems. With the implementation of these systems in the future, new terms can be created in the same field and these new terms can cooperate with different fields.

When the common keyword trends have examined in general in the case of Society 5.0; economy (sustainability), engineering and technology fields were seen to be the focus of attention. The phenomenon of Society 5.0 is an issue that concerns all areas of society. Ultimately, not only the economic aspect of the Society 5.0 phenomenon, but also the social aspect dominate with the smart society understanding.

Cluster analysis has been carried out in order to examine and interpret the keywords in detail today and to predict the future keywords in the light of the suggestions of the obtained documents. For this purpose, a common keyword cluster map is drawn in Figure 5.

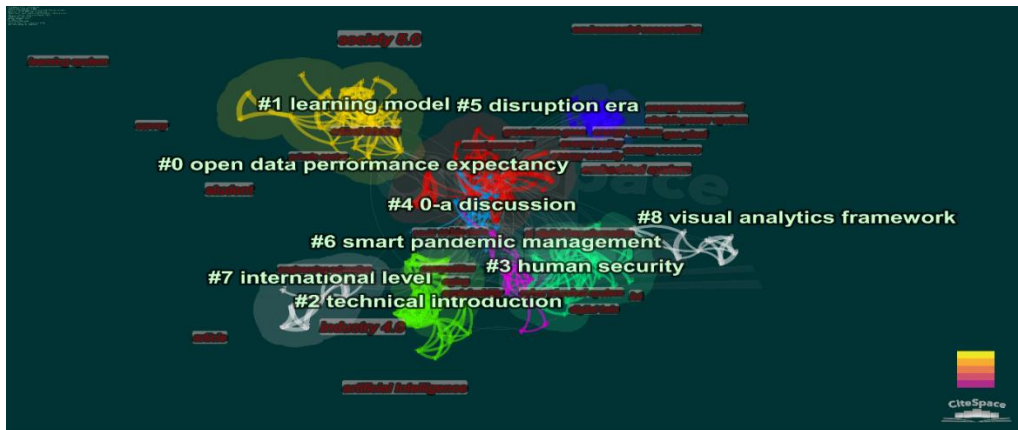


Figure 5. General Common Keyword Cluster Map

Modularity (Q) value: 0.6606 and Silhouette (S) value: 0.9019 are quite good figures. According to the modularity value, it has been seen that each cluster is properly separated. According to the silhouette value, it is obvious that the clusters have resolved quite well. LLR (Local Linear Regression) algorithm has been used to label the clusters. 9 sets of keywords emerged. The largest of the clusters is #0; It contains 40 keywords and an average S value of 0.842, #1; It has 31 keywords and pretty good S values of 0.978. Table 6. shows the first 5 of the clusters in order of size. However, 9 clusters have been also included in the analysis.

Table 6. Major Keyword Clusters

ID	Size	Mean Silhouette	Mean Year	Terms (Local Linear Regression)
0	40	0.842	2019	open data performance expectancy (25.02); sustainable infrastructure evolution (23.49); sustainable development report (21.98); sustainable development goal (20.47)
1	31	0.978	2020	learning model (19.72); google classroom (19.72); competency assessment (19.72); 21stcentury student (19.72)
2	25	0.935	2018	technical introduction (20.56); care training robot (20.56); joint load material (20.56); basic consideration (20.56); east asia (16.37)

The first four terms of the values obtained with the LLR are at close levels. The labels in each cluster have been selected from the keywords in the articles with the log-likelihood ratio (LLR) weighting algorithm, which is a measure that calculates the weighting coefficient of the keywords in the cluster. Silhouette values given in the table are quite good and it is seen that the keyword sets have resolved appropriately. Keywords in the clusters, if they are in the document titles, have automatically changed to yellow background.

In the #0 cluster with 40 keywords; The year 2019 has considered as the average year. The terms aim to establish infrastructure systems for data performance, as well as to realize sustainable infrastructure evolution and sustainable development. In the #1 cluster with an average year of 2020, it was seen that the most studied subjects were learning techniques, learning stages, the concept of studentship and competency assessment. In cluster #2, whose average year is 2018; It is seen that the tendency to robotic technologies is high. #3 and #4 indicate similar average years and include super-smart societies, security structures of societies and future work, social perspectives, cyber-physical systems and self-control systems. In other clusters, it has been observed that technology, economy, engineering, health care and medical fields have been emphasized.

Table 7. Representative Documentation of Major Keyword Sets

Cluster #	Citing Papers	Coverage %
#0 open data performance expectancy; sustainable infrastructure evolution; sustainable development report	Matsuda, K (2019) Technologies of production with society 5.0. 6th International Conference on Behavioral, Economic and Socio-Cultural Computing, BESC 2019.	7
	Da, Costa (2021) Society 5.0 as a contribution to the sustainable development report. International Conference on Tourism, Technology and Systems, ICOTTS.	5
	Świątek, L (2019) From industry 4.0 to nature 4.0 – sustainable infrastructure evolution by design. AHFE International Conference on Human Factors, Sustainable Urban Planning and Infrastructure.	5
	Sołtysik-Piorunkiewicz, A (2021) How society 5.0 and industry 4.0 ideas shape the open data performance expectancy. Sustainability (Switzerland).	5

#1 Learning model; google classroom; competency assessment	Ilma, AZ (2021) Assessment for learning model in competency assessment of 21 st century student assisted by google classroom. 2020 National Physics Seminar, SNF.	9
	Zahara, M (2021) Teachers' perceptions of 3D technology-integrated student worksheet on magnetic field material: a preliminary research on augmented reality in stem learning. Young Scholar Symposium on Science Education and Environment 2020, YSSSEE.	6
	Liliasari, S (2021) Innovative chemistry education: an alternative course models in the disruption era. 1st Mathematics and Science Education International Seminar, MASEIS 2019.	6
	Umamah, N (2020) Teacher perspective: innovative, adaptive, and responsive instructional design aimed at life skills. 2nd International Conference on Environmental Geography and Geography Education, ICEGE 2019.	5
	Sajidan, -- (2021) A framework of science based entrepreneurship through innovative learning model toward indonesia in society 5.0. 2nd International Conference on Science Education and Technology, ICOSETH 2020	5
#2 technical introduction; care training robot; joint load material	Takase, J (2018) Care training robot joint load material of basic consideration technical introduction. Transactions of Japanese Society for Medical and Biological Engineering.	9
	Takakuwa, S (2018) "industry 4.0" in europe and east asia. 29th International DAAAM Symposium on Intelligent Manufacturing and Automation, DAAAM 2018.	7
	Fathi, S (2020) The role of urban morphology design on enhancing physical activity and public health. International Journal of Environmental Research and Public Health.	6
	Hall, A (2019) Detectors and light-sources for optical spectrometry: from a 3d-printed light-source to a self-powered sensor fabricated on a flexible polymeric substrate, and from there on to an iot-enabled smart system. 1st IEEE International Conference on Flexible and Printable Sensors and Systems, FLEPS 2019.	5
	Nieuwazny, J (2020) How religion and morality correlate in age of society 5.0: statistical analysis of emotional and moral associations with buddhist religious terms appearing on japanese blogs. Cognitive Systems Research.	5

In the table above, documents with a coverage ratio of less than 5% were not included in the chart but have been included in the analysis. It has been tried to gain a broad perspective by examining the representative documents. K. Matsuda's article in cluster #0 corresponds to 7% of the keywords belonging to the cluster and the study carries the most relevant keyword document associated with the cluster. According to this study of Matsuda et al. (2019); With

Society 5.0, a new idea of production technologies emerged. The advertising and proliferation of the 5G network will bring a revolutionary technological advance in production management by accommodating new technical networks. Other studies within the same cluster have focused on sustainable development. In this cluster, it has been observed that economic factors and studies on the creation of infrastructure in working life are predominant.

The work of A. Z. Ilma et al. in cluster #1 covers 9% of the keywords belonging to the cluster. In this study (2020), interview has been conducted which showed that assessment for learning is useful in redesigning more online learning strategies to improve students' abilities in the 21st century. Other studies in the same cluster have been also studied in the fields of qualification training for competency assessment.

In cluster #2, J. Takase et al. corresponds to 9% of the keyword coverage in the cluster. In this study (2018), special attention was paid to concepts such as sharing information, new values, low birth rate, aging and local population decline; It has been stated that reductions against poverty and wealth gap will be realized with robotic technology. In other documents of the same cluster, intelligence generation and automation systems, public health, IoT smart technologies, certain statistical analyzes were made.

In the #3 cluster, the study of Y. Shiroishi et al. (2018) corresponds to 6%. In the study, based on Keidanren's United Nations Sustainable Development Goals, the policies to reduce the poverty of the Society 5.0 phenomenon, increase the welfare of the society and protect the world have mentioned. Other documents of the same cluster have also aimed at services for the society. Finally, it has been seen that one of the main purposes of the Society 5.0 phenomenon is the service to the smart society and individuals. However, it is debatable whether this cluster is at a sufficient level for the subjects studied in social sciences.

The only work covered in cluster #4 is A.V. Mavrodieva and R. Shaw (6%). The study (2020) aims to ensure sustainable development by focusing on disaster risk and climate change policies in the case of Society 5.0. Study subjects of other articles in the same cluster; focused on security challenges in smart societies, the use of medical artificial intelligence, and the importance of innovation and values in the transition with the phenomenon of Society 5.0.

The subjects studied in the representative documents in the #5 cluster with a silhouette value of 0.971, whose average year is 2017: medical artificial intelligence, smart pandemic management and 4d mathematical modeling systems. The average year of the #6 cluster was 2020, and the Silhouette value was 0.862; It has been observed that research have carried out in more ecosystem and working conditions-oriented areas such as flexible decision-making systems, smart pandemic management, innovative ecosystem transformation, and sustainable working conditions. In the #7 cluster, whose average year was 2018, the Silhouette value was 0.961; It has been seen that there are many studies on education policies, open data performance expectations, and best practices for the Internet of Things. In #8 clusters, the average year is 2019 and the Silhouette value is 0.980. It has been determined that computer-based studies such as visual analytical framework, cyber-physical systems, conditional monitoring, open data performance expectations are at the forefront.

As a result of the cluster analysis, it is seen that the work is at a multidimensional stage and as its social importance increases, there may be an increase in studies in different fields. At this point, the important thing will be to specialize in the subjects studied and to start and continue working on issues that are seen as incomplete and that concern the society.

5. CONCLUSION

The literature trends of one hundred fifty-one articles in accordance with the CiteSpace application scientometric analysis from the Scopus database, analysis of countries and references, and detailed analyzes of keywords (collaboration, burst points, centrality levels, cluster analysis, document analysis) were made within the framework of the interpretive paradigm. The content of the aforementioned analyses has been discovered and interpreted. In particular, this paradigm has been important in the interpretation of the relations established after the discoveries and cluster analyses in the analysis.

There are various restrictions. In the future, in addition to Scopus scope, a wide range of research can be carried out in the Web of Science and Google Scholar databases with different search options. While this phenomenon cumulatively increases its scope in the literature over time, the inclusion of other databases in the analysis will also help in the emergence of more comprehensive findings.

By using the qualitative research paradigm, which constitutes the method of the research, the quantitative equivalent of the data in the literature regarding the phenomenon of Society 5.0 is interpreted. First, it is thought that the studies on the case have increased and may accelerate with its integration with the society. Within the scope of countries, it is seen that the countries with central and numerical importance are predominantly developed countries and these countries attach importance to the issue in terms of social sustainability. In addition, it is seen that there has been a rapid increase in the number of authors conducting research within the scope of the subject, especially in relation networks recently. Ultimately, the increase in the tendency towards the phenomenon of Society 5.0 within the scope of the literature has brought with it an increase in the number and variety of keywords. It confirms the reason why the keyword with a high breaking point is sustainable development and countries attach such importance to it.

When the trends in the literature have examined, the Society 5.0 field is currently developing and has expected to continue its development in the future. The fact that the phenomenon of Society 5.0 has included in the fields of multi-disciplinary expands its scope. In the analysis of the countries' collaboration, it has been seen that Japan, Indonesia, and the USA on the basis of quantity and countries such as the USA, Japan, Poland and Russia on the basis of centrality constitute an important scope in the literature. When collaboration has examined, it is seen that the country that cooperates the most is the USA. In the reference analysis, it was seen that the works of authors such as Y. Shiroishi et al., M. Fukuyama, R. Miśkiewicz, B. Salgues were at the forefront. It has been observed that the documents, which are high in number and centrality level of the cited studies, were taken as reference for the purpose of promoting the Society 5.0 phenomenon in general terms, and to indicate its technological and economic structures. As the phenomenon becomes specialized in different fields, it has predicted that these general expressions will evolve in those fields.

Keyword cluster analysis provides guidelines for the future. It is foreseen that the studies will be in the trends of innovation education, data literacy, complex problem solving, critical thinking, taking artificial intelligence technology to advanced levels and pandemic management (especially coping with the coronavirus epidemics) in 2021 and beyond. Because when the keywords have considered over the years, it has been seen that the previous period forms the basis for the next period because it has a complementary structure. According to the report shared by the World Economic Forum in 2020, it has been seen that there are findings similar to the prediction. Technologies that are likely to be adopted in companies include

concepts such as data analysis, internet of things, cyber security, artificial intelligence, cloud computing, robotic studies, virtual reality. To this end, it has envisaged that companies' demands for workers should be based on qualifications such as critical thinking and complex problem solving, self-management and technology use.

It has been observed that the keywords included in the phenomenon of Society 5.0 have changed dimensions over time and shifted to multi-disciplinary fields. Keywords in cluster analysis; It has been observed that studies on health, engineering, mathematics, technology and economy have been predominant. When all these clusters have evaluated in general, it is seen that the other 7 clusters have a similar structure despite two clusters (#3 and partially #4). In the studies in which the keywords common to the Society 5.0 keywords have included, it has been observed that social perspectives are lacking and instead sustainable development, infrastructure stages and technological developments (internet of things, computer information systems etc.) come to the fore. Due to the limited number of studies in areas such as sociology, psychology, social policy, and gerontology, and the fact that the Society 5.0 phenomenon does not have a structure that directly concerns the society (Keidanren, 2018; 17), it has recommended that studies be developed in a multi-faceted manner. The findings of our research have determined that there are gaps that should be discussed especially in terms of research in the mentioned areas. Therefore, the tendency of researchers to these areas will be important.

REFERENCES

- BURRELL, G., & MORGAN, G. (1979). *Sociological Paradigms And Organizational Analysis: Elements Of The Sociology Of Corporate Life*. Heinemann Educational Books Inc.
- BUTER, R. K., NOYONS, E. C. M., & VAN RAAN, A. F. (2004). A combination of quantitative and qualitative maps in an evaluative bibliometric context. In *Proceedings. Eighth International Conference on Information Visualisation.*,
- BUTER, R. K., NOYONS, E. C. M., VAN MACKELBERGH, M., & LAINE, T. (2006). Combining concept maps and bibliometric maps: First explorations. *Scientometrics*, 66(2), 377-387.
- CAPGEMINI-PROGNOS (2018). *Gesellschaft 5.0*. <https://www.capgemini.com/de-de/resources/studie-gesellschaft-5-0/>
- CHEN, C. (2006). "Citespace II: Detecting And Visualizing Emerging Trends And Transient Patterns In Scientific Literature". *Journal Of The American Society For Information Science And Technology* 57 (3): 359-377.
- CHEN, C. (2014). *The citespace manual*. College of Computing and Informatics, 1, 1-84.
- CHEN, C. (2016). *CiteSpace: A Practical Guide for Mapping Scientific Literature*. Nova Science Publishers.
- COLLINS, H. (2010) "Creative Research: The Theory and Practice of Research for the Creative Industries" AVA Publications.
- DANG, Q., LUO, Z., OUYANG, C., & WANG, L. (2021). First Systematic Review on Health Communication Using the CiteSpace Software in China: Exploring Its Research Hotspots and Frontiers. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(24), 13008.

- DEETZ, S. “Describing Differences in Approaches to Organization Science: Rethinking Burrell and Morgan and their Legacy,” *Organization Science* (7:2), 1996, pp. 191–207
- ELLITAN, L. (2020). Competing in the Era of Industrial Revolution 4.0 and Society 5.0. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 10(1), 1-12.
- FALAGAS, M. E., PITSOUNI, E. I., MALIETZIS, G. A., & PAPPAS, G. (2008). Comparison Of Pubmed, Scopus, Web Of Science, And Google Scholar: Strengths And Weaknesses. *The FASEB Journal*, 22(2), 338-342.
- FUKUYAMA, M. (2018). Society 5.0: Aiming for a New Human-Centered Society. *Japan Economic Foundation Special Article* 2, 4.
- GLÄSER, J., & LAUDEL, G. (2001). Integrating scientometric indicators into sociological studies: methodical and methodological problems. *Scientometrics*, 52(3), 411-434.
- GUBA, E. G., & LINCOLN, Y. S. (2001). *Evaluation Paradigms: Worldviews Or Belief Systems That Guide Evaluators*.
- GÜNBAYI, I., & SORM, S. (2018). Social Paradigms in Guiding Social Research Design: The Functional, Interpretive, Radical Humanist And Radical Structural Paradigms. *International Journal On New Trends in Education and Their Implications*. 9(2). 57-76.
- GÜNBAYI, I. (2019). Liderlik ve Toplumsal Degisme [Leadership and Social Development]. In N. Guclu & S. Kosar. *Egitim Yonetiminde Liderlik; Teori, Araştırma ve Uygulama*. Pegem Akademi. Ankara.
- HAMDANUNSER, H. (2018). Industri 4.0: Pengaruh Revolusi Industri pada Kewirausahaan Demi Kemandirian Ekonomi. *Jurnal Nusamba*, 3(2), 2–4.
- HOLLOWAY, I., & WHEELER, S. (2010). *Qualitative Research in Nursing and Healthcare*. Blackwell Publishing Ltd.
- HOOD, W. W., & WILSON, C. S. (2001). The Literature Of Bibliometrics, Scientometrics, And Informetrics. *Scientometrics*, 52(2), 291-314.
- ILMA, A.Z., ADHELACAHYA, K., & EKAWATI, E. Y. (2021). Assessment for learning model in competency assessment of 21st century student assisted by google classroom. *2020 National Physics Seminar, SNF 2020*.
- JABALI, K.A., ASHIQ, M., AHMAD, S., & REHMAN, S.U. (2020). A Bibliometric Analysis of Research Productivity on Diabetes Modeling and Artificial Pancreas 2001 to 2020. *Libr. Philos. Pract.* 1–19.
- KEIDANREN. (2018). *Society 5.0 -Co-Creating the future-*. 2.
- KEIDANREN (JAPAN BUSINESS FEDERATION). (2016). *Toward realization of the new economy and society. Reform of the economy and society by the deepening of “Society 5.0”*.
- MATSUDA, K., UESUGI, S., NARUSE, K., & MORITA, M. (2019). *Toplumla Üretim Teknolojileri 5.0*. 2019 6. Uluslararası Davranışsal, Ekonomik ve Sosyo-Kültürel Hesaplama Konferansı (BESC), 1-4.

- MAVRODIEVA, A., & RAJIB, S. (2020). Disaster and climate change issues in Japan's society 5.0-a discussion. *Sustainability* (Switzerland).
- MIŚKIEWICZ, R., & WOLNIAK, R. (2020). Practical Application of the Industry 4.0 Concept in a Steel Company. *Sustainability*, 12(14):5776.
- NAGPAUL, P. S., GARG, K. C., & GUPTA, B. M. (1999). (Eds), *Emerging Trends in Scientometrics*. New Delhi, Allied Publishers Ltd, New Delhi.
- NATALIA, I., & ELLITAN, L. (2019). Strategies to Achieve Competitive Advantage in Industrial Revolution 4.0. *International Journal of Research Culture Society*, 3(6), 10–16.
- PERAKOVIĆ, D., PERIŠA, M., CVITIĆ, I., & ZORIĆ, P. (2020). Information and Communication Technologies for the Society 5.0 Environment. XXXVIII Simpozijum o novim tehnologijama u poštanskom i telekomunikacionom saobraćaju – PosTel 2020, Beograd.
- PRANCKUTĚ, R. (2021). Web of Science (WoS) and Scopus: The Titans of Bibliographic Information in Today's Academic World. *Publications*, 9(1), 12.
- RASHID, S., REHMAN, S. U., ASHIQ, M., & KHATTAK, A. (2021). A Scientometric Analysis of Forty-Three Years of Research in Social Support in Education (1977–2020). *Education Sciences*, 11(4), 149.
- REEVES, T., & HEDBERG, J. (2003). *Interactive learning systems evaluation*, Englewood Cliffs, New Jersey: Educational Technology Publications.
- REKER, J., & BÖHM, K. (2013). *Digitalisierung im Mittelstand*. Deloitte.
- RITCHIE, J., LEWIS, J., NICHOLLS, C. M., & ORMSTON, R. (Eds.). (2013). *Qualitative Research Practice: A Guide For Social Science Students And Researchers*. Sage.
- SALGUES, B. (2018). *Society 5.0: Industry of the future, technologies, methods*, First Edition. New York: ISTE Ltd and John Wiley & Sons, Inc.
- TAKASE, J., FUKUI, M., HONDA, A., OURA, Y., & SHIMURA, T. (2018) Care training robot joint load material of basic consideration technical introduction. *Transactions of Japanese Society for Medical and Biological Engineering*.
- TERRE BLANCHE, M., & DURRHEIM, K. (1999). *Research in practice*. Cape Town: UCT Press.
- WALDENBERGER, F. (2018). *The Digital Future, Society 5.0: Japanese Ambitions and Initiatives*. International Reports.
- WILSON, C. S. (2001). *Informetrics*. In: M. E. Williams, (Ed.), *Annual Review of Information Science and Technology*, Vol.34, Medford, NJ: Information Today, Inc. For the American Society for Information Science, pp. 3–143.
- WORLD ECONOMIC FORUM (WEF) (2020). *The Future of Jobs Report 2020* (ss. 1-163).
- SHIROISHI, Y., UCHIYAMA, K., & SUZUKI, N. (2018). Society 5.0: For Human Security And Well-Being. *Computer*, 51(7), 91-95. doi:10.1109/MC.2018.3011041

ZAVARAQI, R., & FADAIE, G. R. (2012). Scientometrics or science of science: quantitative, qualitative or mixed one. *Collnet Journal of Scientometrics and Information Management*, 6(2), 273-278.

Internet Resources

ELSEVIER. (2020). Scopus. Expertly Curated Abstract and Citation Database. https://www.elsevier.com/solutions/scopus?dgcid=RN_AGCM_Sourced_300005030

ELSEVIER. (t.y.). Why choose Scopus—Scopus benefits | Elsevier solutions. Elsevier.Com. Geliş tarihi 23 Mayıs 2021, gönderen <https://www.elsevier.com/solutions/scopus/why-choose-scopus>

GOOGLE TRENDLER. (t.y.). Google Trends. Geliş tarihi 23 Mayıs 2021, gönderen <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&q=Society%205.0>

PARTICIPATION IN CEBIT 2017 WITH LARGEST PAVILION EVER | Archive 2017—JETRO Topics—About Us—Japan External Trade Organization—JETRO. (t.y.). Geliş tarihi 23 Mayıs 2021, gönderen https://www.jetro.go.jp/en/jetro/topics/2017/1703_topics3.html

Seyahat Acentesi ve Tur Operatörleri Faaliyetleri Sektöründe Covid-19 Salgınının Finansal Performans ve Finansal Başarısızlık Riskine Etkisi

(Araştırma Makalesi)

Impact of Covid-19 Pandemic on Financial Performance and Financial Failure Risk in Travel Agency and Tour Operators Activities Sector
Doi: 10.29023/alanyaakademik.1083594

Cemile ÖCEK

Doktora Öğrencisi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ABD
cemile_ocек@hotmail.com
Orcid No: 0000-0001-6376-3820

Mehmet BEYAZGÜL

Dr. Öğr. Üyesi, Harran Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
mehmetbeyazgul@harran.edu.tr
Orcid No: 0000-0002-3139-4351

Erdinç KARADENİZ

Prof. Dr., Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği
ekaradeniz@mersin.edu.tr
Orcid No: 0000-0003-2658-8490

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Öcek, C., Beyazgül, M., & Karadeniz, E. (2023). Seyahat Acentesi ve Tur Operatörleri Faaliyetleri Sektöründe Covid-19 Salgınının Finansal Performans ve Finansal Başarısızlık Riskine Etkisi. *Alanya Akademik Bakış*, 7(1), Sayfa No.169-186.

ÖZET

Anahtar kelimeler:
Covid-19, Finansal Performans, Finansal Başarısızlık Riski, Seyahat Acentesi ve Tur Operatörleri Sektörü, TCMB

Makale Geliş Tarihi:
06.03.2022
Kabul Tarihi:
23.11.2022

Bu çalışmada, Covid-19 salgınının Türkiye'deki seyahat acentesi ve tur operatörü faaliyetleri sektörünün finansal performansına ve finansal başarısızlık riskine etkisi incelenmiştir. Bu amaç doğrultusunda, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın reel sektör istatistiklerinden elde edilen Seyahat Acentesi ve Tur Operatörleri Faaliyetleri alt sektörünün 2018, 2019 ve 2020 yıllarına ait veriler kullanılarak sektörün finansal performansı ve finansal başarısızlık riski analiz edilmiştir. Sektörün finansal performansı; likidite oranları, varlık kullanım oranları, finansal yapı oranları ve karlılık oranları hesaplanarak incelenirken; finansal başarısızlık riski, Altman Z Skor, Altman Z' Skor, Fulmer H Skor, Springate Skor ve Ohlson Skor modelleri kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmada seyahat acentesi ve tur operatörleri faaliyetleri sektörünün Covid-19 salgın döneminde nakit sıkıntısı yaşadığı, kredi borçlarının arttığı ve buna bağlı olarak finansal maliyetlerinin arttığı ve zarar ettiği ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda sektörün Covid-19 salgını döneminde finansal başarısızlık riskine maruz kaldığı saptanmıştır.

ABSTRACT

In this study, the effect of the Covid-19 pandemic on the financial performance and financial failure risk of the travel agency and tour operator activities

Keywords:

Covid-19, Financial Performance, Financial Failure Risk, Travel Agency and Tour Operators Activities Sector, CBRT

sector in Turkey was examined. For this purpose, the financial performance of the sector and the risk of financial failure were analyzed using data from the real sector statistics of the Central Bank of the Republic of Turkey on the subs-sector of Travel Agencies and Tour Operators Activities for the years 2018, 2019 and 2020. While examining the financial performance of the sector by calculating liquidity ratios, asset utilization ratios, financial structure ratios and profitability ratios; financial failure risk was analyzed using Altman Z Score, Altman Z' Score, Fulmer H Score, Springate Score and Ohlson Score models. In the study, it was revealed that during the Covid-19 pandemic, the travel agency and tour operator activities sector experienced cash shortages, credit debts increased and, accordingly, its financial costs increased and losses were experienced. At the same time, it has been determined that the sector is exposed to the risk of financial failure during the Covid-19 pandemic.

1. GİRİŞ

Turizm; gelir sağlaması, istihdam olanağı yaratması, döviz kazancı sağlaması, alt ve üst yapıyı geliştirmesi ve insan hareketliliğine imkân sağlaması ile dünyadaki en büyük sektörlerinden birisi olarak bilinmektedir (Deniz, 2019: 324). Son yıllarda doğal afetler, iç sorunlar, salgına neden olan hastalıklar, teknoloji açısından yaşanan başarısızlıklar, terörizm, biyogüvenlik riskleri, ekonomik ve siyasi istikrarsızlıklar turizmi olumsuz yönde etkilemiştir (Köşker, 2017: 217). Her türlü krize karşı oldukça hassas olan turizm sektöründe kriz söylentileri bile rezervasyonların iptaline neden olabilmektedir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), 2020 yılının küresel turizm tarihindeki en başarısız yılın olduğunu ifade etmiştir. Küresel turizm sektöründe Covid-19 salgın sürecinde seyahat kısıtlamaları nedeniyle 2019'da 1.5 milyar olan dünyada seyahat eden kişi sayısının 2020'de 400 milyona gerilediği, 2021'de ise yaklaşık %4 artışla 415 milyona çıktığı belirtilmiştir. Salgın öncesinde (2019) 3.5 trilyon dolar olan turizmin dünya ekonomisine katkısı, 2020'de 1.6 trilyon dolara düşüp ve 2021 yılında 1.9 trilyon dolara yükselmiştir (UNWTO, 2021).

Türkiye'de Covid-19 salgını 2019 yılında ortaya çıkmış ve 17 Mart 2020 tarihinde ilk defa salgın nedeniyle ölüm gerçekleşmiştir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020). Hızla yayılan salgın nedeniyle ulusal ve uluslararası düzeyde seyahat kısıtlamaları yaşanmıştır. Bu seyahat sınırlamaları, sınırların kapanmasına, etkinliklerin iptal edilmesine, karantinaya ve yayılma korkusuyla turizm sektöründe zorluklara ve olumsuz sonuçlara (işten çıkarmalar, iş durmaları, iflas vb.) neden olmuştur (Kaushal ve Srivastava, 2021: 2). Ekonomiye katkısının yanı sıra seyahat etmenin kültürleri tanımak, yeni insanlarla tanışmak, yeni yerleri görmek, tatil yapmak ve eğlenmek gibi birçok motivasyonu içinde barındırmaktadır. Ancak salgınlar bu deneyimleri engelleyen ve turizm sektörünü korkutan krizler olarak görülmektedir (Uğur ve Akbıyık, 2020: 1). Turizm sektörünün önemli paydaşlarından birisi olan seyahat acenteleri çok sayıda ülke tarafından uygulanan yurt içi ve yurt dışı seyahatlere yönelik kilitlenmeler ve yasaklar nedeniyle olumsuz yönde etkilenen sektörlerin başında gelmektedir (Rivera, 2020: 1). Salgın nedeniyle Mart 2020 itibarıyla %85'e ulaşan Türkiye'deki rezervasyonların tamamına yakını aynı ayda iptal edilmiştir. Haziran 2020'de ise bazı oteller güvenli turizm sertifikası ve olağanüstü önlemlerle açılmıştır. Turist rehberleri için tur öncesi, tur sırasında ve tur sonunda tanışma, karşılama ve karşılama kapsayan Covid-19 Protokolleri hazırlanmış ve salgın dönemi için önlemler alınmıştır (Akay, 2021: 1). Sektördeki işletmeler salgın döneminde yaşadıkları olumsuz ekonomik koşullar karşısında işçilerini işten çıkararak çözüm üretmeye çalışmıştır (Sulemana vd., 2020: 173). Seyahat acenteleri devam eden salgın sürecinde varlıklarını devam ettirebilmek için teknolojiye dayalı alternatif turlar geliştirmeye ve soruna

çözümler üretmeye çalışmaktadır (Düzgün ve Kurt, 2020: 20). Salgından olumsuz yönde etkilenen seyahat acenteleri ziyaretçi sayısında düşüş ve ekonomik getirilerdeki azalma nedeniyle finansal performanslarını ve finansal başarısızlık risk düzeylerini, varlıklarını devam ettirebilmeleri için düzenli şekilde kontrol etmesi oldukça önem arz etmektedir.

Finansal performansın belirlenmesinde sık başvurulan yöntemlerden birisi olarak görülen finansal oranlar yoluyla finansal başarısızlık tahmin modellerinin kullanılmasıdır. Finansal açıdan başarısızlık; bir işletmenin ya da gerçek bir kişinin borçlarını ödeyememesi ve yükümlülüklerini yerine getirememesi durumu olarak nitelendirilmektedir (Aghajani ve Jouzbarkand, 2012: 6). Finansal başarısızlık analizi işletmelerin iflas riskine dair sinyaller verebilmektedir. Bununla birlikte finansal başarısızlık riskinin belirlenmesine yönelik analizler; finansal sürdürülebilirliği ölçme, işletmenin önceki yıllarına ilişkin finansal durumunu mukayese ederek gelecek yıllardaki finansal başarısı hakkında bilgi vermek ve sektördeki diğer işletmelerle finansal performanslarını karşılaştırabilme hususlarında faydalar sağlamaktadır. Bu sayede işletmeler finansal başarısızlığın ve işletmelerin faaliyetlerinin son bulma durumu olarak nitelendirilen iflasın önlenmesine yönelik kararlar alabilmektedir (Yeşiltaş, 2021: 2).

Bu araştırmanın amacı Covid-19 salgının Türkiye'deki seyahat acentesi ve tur operatörleri sektöründeki işletmelerin finansal performansı ve finansal başarısızlık riskine etkisini belirlemektir. Bu amaçla araştırma beş bölümden oluşmaktadır. Araştırmanın ikinci bölümünde konuyla ilgili alan yazın özetlenmektedir. Üçüncü bölümde ise araştırmada kullanılan veriler ve analiz süreciyle ilgili bilgiler yer almaktadır. Dördüncü bölümde analiz sonucunda ulaşılan bulgular yer almaktadır. Son bölümde ise sonuçlar tartışılmış ve genel bir değerlendirmeyle beraber öneriler sunulmaktadır.

2. ALAN YAZIN

Konuyla ilgili alan yazın incelendiğinde Covid-19'un farklı sektörler üzerindeki etkisini inceleyen araştırmaların son dönemde hız kazanarak gerçekleştirildiği saptanmıştır. Söz konusu araştırmalarda farklı istatistiksel analiz yöntemlerinin kullanıldığı görülmektedir. Seyahat acentesi ve tur operatörü sektörü üzerindeki Covid-19'un etkisini inceleyen araştırmaların ise kısıtlı olduğu görülmektedir. Bununla beraber salgının sektördeki finansal performansa etkisini oran analizi ve finansal başarısızlık risk analizi kapsamında inceleyen araştırmaya tarafımızca rastlanmamıştır. Bu bağlamda alan yazın Covid-19'un farklı sektörler üzerindeki etkisini inceleyen araştırmalar ile seyahat acentesi ve tur operatörü sektörü üzerindeki etkisini inceleyen araştırmalar olarak iki başlıkta yapılandırılmıştır.

2.1. Covid-19'un Farklı Sektörlere Etkisine Yönelik Alan yazın

Covid-19 salgınının farklı sektörlerin finansal performansına etkisini inceleyen araştırmaların alan yazında yer aldığı ve araştırmalarda salgının genellikle sektörleri olumsuz yönde etkilediği görülmektedir. Seyahat acentesi ve tur operatörlerine yönelik Covid-19'un etkisinin belirlenmesini inceleyen araştırmalarda yöntem olarak sınır testinin, regresyon analizinin, nedensellik analizinin, farklılık testlerinin ve finansal performans analizinin gerçekleştirildiği görülmektedir. Araştırmalarda Covid-19 salgınından sektörlerin olumsuz yönde etkilendiği, en çok etkilenen sektörler arasında ulaşım, turizm, inşaat ve imalat sektörlerinin yer aldığı görülmektedir. Aynı zamanda sektörlerin pay senetlerinde çok büyük değer kayıplarının yaşandığı ve sektördeki işletmelerin finansal başarısızlık riski taşıdığı saptanmıştır. Farklı sektörler üzerine yönelik incelenen araştırmalar Tablo 1'de sunulmaktadır.

Tablo 1. Covid-19'un Farklı Sektörlere Etkisine Yönelik Alan yazın

Yazar/lar	Amaç	Yöntem	Bulgular
Wang vd. (2020)	ABD'deki varlıkları 1 milyar dolardan fazla olan işletmelerin Covid-19 sürecinde finansal başarısızlıklarını belirlemek.	Gerçek Zamanlı Analiz	Sektörler arasında en fazla finansal başarısızlık yaşayan sektörlerin perakende ve restoran sektörleri olduğu belirlenmiştir.
Gümüş ve Hacıevliyagil (2020)	Covid-19'un turizm ve ulaştırma borsa endeksleri üzerindeki etki düzeyini saptamak.	ARDL Sınır Testi	Vaka sayıları ve borsa endeksleri ile endeks serileri arasında ilişki belirlenememiş; ölüm sayılarıyla bağımsız değişkenler arasında uzun dönem ilişki belirlenmiştir.
Ramelli ve Wagner (2020)	Covid-19'un Çin ve ABD sektörleri üzerindeki etkisini belirlemek.	Regresyon Analizi	Çin ve ABD'de sektörler arasında negatif yönde en fazla etkilenen sektörün enerji ve ulaşım sektörü olduğu belirlenmiştir.
Kılıç (2020)	Covid-19'un BİST sektör getirileri üzerindeki etkiyi belirlemek.	Olay Etüdü	Genel olarak sektörlerin getirilerinde anormal değer kayıplarının olduğu; en fazla kaybın ise turizm, tekstil ve ticaret sektörlerinde yaşandığı belirlenmiştir.
Gürsoy, Tunçel ve Sayar (2020)	Çin'de Covid-19 salgını ile finansal göstergeler arasındaki ilişkiyi belirlemek.	Toda-Yamamoto Nedensellik Analizi	SSEC endeksi ile altın ve VIX arasında nedenselliğin olduğu ve SSEC endeksinin altın fiyatları üzerinde salgın döneminde etkisinin arttığı bulunmuştur.
Bayraktar (2020)	Covid-19 salgınının BİST imalat sektörü üzerindeki etkisini incelenmek.	T-Testi	İmalat sektöründeki pay senetlerinin gün bazında negatif getiri elde ettikleri saptanmıştır.
Alfaro vd. (2020)	Covid-19 salgınının ABD borsasına etkisini incelemek.	Lojistik Model En Küçük Kareler Yöntemi	Madencilik, eğlence, inşaat, ulaşım ve sağlık sektörlerinin negatif yönde etkilendiği işletmelerin pay senedi fiyatlarında ise dalgalanmalar yaşandığı ortaya konmuştur.
Shen vd. (2020)	Covid-19 salgınının Çin'deki işletme performanslarına etkisini incelemek.	Regresyon Analizi	Turizm, restoran ve ulaşım sektörlerinin salgından daha fazla etkilendiği ve salgının işletme karlılıklarını negatif etkilediği belirlenmiştir.
Xiong vd. (2020)	Çin'deki işletme özelliklerinin Covid-19 salgınında işletme hisselerine etkisini belirlemek.	Regresyon Analizi	Ulaşım, turizm, gayrimenkul, sinema ve inşaat sektörlerinin salgın sürecinde olumsuz yönde etkilendiği belirlenmiştir.
Contuk (2020)	Covid-19 salgınının BİST işlem hacmi	Dağıtılmış	Covid-19 salgınının BİST hacmi üzerinde kısa sürede negatif ve anlamlı; uzun sürede ise pozitif ve

	üzerindeki etkisini belirlemek.	Gecikmeli Ototregresif Sınır Testi	anlamli bir etkisinin olduğu saptanmıştır.
He vd. (2020)	Covid-19 salgınının Çin, İtalya, Güney Kore, Fransa, İspanya, Almanya, Japonya ve ABD borsalarına etkisini belirlemek.	Mann-Whitney U Testi	Covid-19 salgınıyla borsa endeksleri arasında negatif bir ilişki olduğu belirlenmiştir.
Chaouachi ve Chaouachi (2020)	Covid-19 salgınının KSA borsası üzerindeki etkisini belirlemek.	ARDL Sınır Testi Toda- Yamamoto Nedensellik Analizi	Covid-19 salgınının borsa üzerinde uzun sürede negatif etkisinin olduğu; Covid-19'dan borsaya doğru tek yönlü nedenselliğin olduğu belirlenmiştir.
Özcan (2021)	Covid-19 salgınının turizm ve ulaştırma işletme performanslarına etkisini belirlemek.	Veri Zarflama Analizi	Covid-19 salgınının işletme performanslarını olumsuz etkilediği saptanmıştır.
Özdemir ve Akçakanat (2021)	Covid-19 salgınının turizm ve havayolu sektörlerine finansal etkilerini belirlemek.	Finansal Oran Analizi, Wilcoxon İşaretli Sıra Testi	Covid-19 öncesi ve sonrası dönem arasında satışlardaki değişim, esas faaliyet kâr marjı ve öz sermaye kârlılığı açısından farklılıklar olduğu belirlenmiştir. Sektördeki işletmelerin özellikle faaliyet karının negatife döndüğu vurgulanmıştır.

Tablo 1'de incelenen alan yazında, Covid-19 salgınından sektörlerin olumsuz yönde etkilendiği görölmektedir. Tarihsel verileri kullanarak sektörler üzerindeki Covid-19'un etkisini belirlemeye çalışan Wang vd. (2020) ABD'de en fazla finansal başarısızlık yaşayan sektörlerin perakende ve restoran sektörleri olduğunu belirlemişlerdir. Benzer şekilde ABD örneklemini üzerinde gerçekteştirilen diğer araştırmalardan Alfaro vd. (2020) madencilik, eğlence, inşaat, ulaşım ve sağlık sektörlerinin olumsuz yönde etkilendiğini ifade ederken; Çin ve ABD örneklemini kullanan Ramelli ve Wagner (2020) salgından en fazla olumsuz yönde etkilenen sektörlerin enerji ve ulaşım sektörleri olduğunu ifade etmişlerdir. Çin'deki salgın etkilerini belirlemeye çalışan Shen vd. (2020) turizm, restoran ve ulaşım sektörlerinin salgından çok fazla etkilendiğini ve salgının işletme karlılıklarını negatif etkilediğini ifade ederlerken; Xiong vd. (2020) ulaşım, turizm, gayrimenkul, sinema ve inşaat sektörlerinin salgın sürecinde olumsuz yönde etkilendiğini ifade etmişlerdir. Özcan (2021) Covid-19 salgınının turizm ve ulaştırma işletmelerine ilişkin finansal performansları olumsuz etkilediğini belirtmiştir. Özdemir ve Akçakanat (2021) turizm ve havayolu sektörlerinin salgından finansal açıdan olumsuz etkilendiklerini ifade etmişlerdir.

Covid-19'un ölkelerdeki borsalarda yer alan sektörlerle ve işletmelere etkisini ortaya koyan araştırmalardan birisi olan Gümüş ve Hacıevliyagil (2020) Türkiye'de Covid-19'un turizm ve ulaştırma borsa endeksleri üzerindeki etkisinin olmadığını belirtirken; Kılıç (2020) BİST sektör getirilerinde anormal değer kayıplarının olduğu; en fazla kaybın ise turizm, tekstil ve ticaret sektörlerinde yaşandığını ifade etmişlerdir. Bayraktar (2020) Covid-19 salgın döneminde BİST imalat sektöründeki pay senetleri getirisinin negatif getiriye sahip olduğunu ifade ederken; Contuk (2020) Covid-19 salgınının BİST işlem hacmi üzerinde kısa sürede negatif, uzun sürede

ise pozitif bir etkisinin olduğunu ifade etmiştir. Gürsoy, Tunçel ve Sayar (2020) Çin’de SSEC endeksinin altın fiyatları üzerinde salgın döneminde etkisinin arttığı sonucuna ulaşırken; He vd. (2020) Çin, İtalya, Güney Kore, Fransa, İspanya, Almanya, Japonya ve ABD borsa endeksleri ile Covid-19 salgını arasında negatif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Son olarak Chaouachi ve Chaouachi (2020) Covid-19 salgınının KSA borsası üzerinde uzun sürede negatif etkisinin olduğunu belirtmişlerdir.

2.2. Covid-19’un Seyahat Acentesi ve Tur Operatörü Sektörüne Etkisine Yönelik Alan Yazın

Alan yazın incelendiğinde Covid-19’un seyahat acentesi ve tur operatörü sektörüne etkisini inceleyen araştırmaların gerçekleştirildiği görülmektedir. Seyahat acentesi ve tur operatörlerine yönelik gerçekleştirilen araştırmalarda genel olarak anket, durum analizi, istatistiksel veri incelemesi ve yapılandırılmış görüşme tekniklerinin kullanıldığı görülmektedir. Araştırmalarda genel olarak Covid-19’un söz konusu sektörü olumsuz yönde etkilediği ifade edilmiştir. Salgının sektöre etkisine yönelik gerçekleştirilmiş araştırmalar aşağıdaki Tablo 2’de sunulmaktadır.

Tablo 2. Covid-19’un Seyahat Acentesi ve Tur Operatörü Sektörüne Etkisine Yönelik Alan Yazın

Yazar/lar	Amaç	Yöntem	Bulgular
Ayad, Moustafa ve Khan (2020)	Covid-19 salgını sonrası Mısır tur operatörlerindeki değişiklikleri belirlemek.	Anket uygulaması	Müşterilerin tercihlerinin salgınla değiştiği, sektördeki işletmelerin de bu yönde değişiklikler yaptığı belirtilmiştir.
Büyük ve Can (2020)	Covid-19 salgın döneminin turizm ve seyahat sektörü üzerindeki etkisini incelemek.	İstatistiksel Veri İncelemesi	Sektörlerin salgından olumsuz yönde etkilendiği ve bu süreçte kriz yönetiminin sektördeki işletmeler için büyük önem arz ettiği ifade edilmiştir.
İbiş (2020)	Covid-19 salgınının Türkiye seyahat acenteleri üzerindeki etkisini ortaya koymak.	Görüşme Tekniği	Sektördeki işletmelerin Covid-19 salgınından olumsuz yönde etkilendiği, acentelerin daha fazla desteğe ihtiyaç duyduğu ortaya konulmuştur.
Demir vd. (2020)	Covid-19 salgınının turizm sektöründeki havayolu işletmeleri, otel işletmeleri, tur operatörleri ve seyahat acenteleri, yat ve tekne işletmeleri, yiyecek-içecek işletmelerine etkisini ortaya koymak.	Yarı Yapılandırılmış Görüşme	Genel olarak turizme yönelik bütün sektörlerin Covid-19 sürecinden olumsuz yönde etkilendiği saptanmıştır.
Uysal ve Kılıç (2020)	Covid-19’un seyahat acentelerinde kriz yönetimi performanslarını değerlendirmek	Görüşme Tekniği	İşletmelerin salgın sonrasında organizasyon açısından değişiklikler yaptığı; müşteri talepleri karşısında esnek çözümler sunmaya başladıkları ve işletmeler arasında işbirliğinin çoğaldığı ifade edilmiştir.
Atsız	Covid-19 salgınının Çanakkale’deki seyahat		Turizm faaliyetlerinin azaldığı, acentelerin gelirlerin azalırken sabit giderlerinin devam ettiğini buna

ve Eşitti (2021)	acenteleri üzerindeki etkisini incelemek.	Yarı Yapılandırılmış Görüşme	karşın devletin sunduğu destekten yararlandıklarını ortaya konulmuştur.
Çelik ve Ataç (2021)	Covid-19'un seyahat acenteleri üzerindeki etkilerini belirlemek.	Anket Uygulaması	Acentelerin işlerinin durduğu, acente tur programlarında değişiklikler olduğu ve yıllık cirolarında önceki yıla göre %81 düşüş yaşandığı belirtilmiştir.
Huang vd. (2021)	Covid-19 salgınının Çin seyahat acenteleri üzerindeki etkilerini ortaya koymak.	Vaka Çalışması (Görüşme Tekniği)	Seyahat acentelerinin salgın gibi kriz dönemlerinde akıllı uygulamalara geçmelerinin işletmeler için fırsat yaratabileceği ifade edilmiştir.
Abbas, Malik ve Sarwat (2021)	Covid-19'un Pakistan'da faaliyet gösteren otel, restoran ve seyahat acenteleri çalışanlarına etkisini incelemek.	Regresyon Analizi	Covid-19 salgınının işletmeleri olumsuz etkilediği ve işten çıkarmaların çoğaldığı ve işletmelerde iş güvencesizliği ile ekonomik yoksunluğun pozitif ilişkili olduğu ortaya konulmuştur.
Afanasiev ve Afanasieva (2021)	Covid-19 salgınının Rusya'daki tur operatörlerine ve seyahat acentelerine etkisini araştırmak.	İstatistiksel Veri İncelemesi	Salgının sektördeki işletmeleri olumsuz etkilediği; kısıtlamalarla kapanma noktasına gelindiği; salgınla beraber teknolojik değişimler yaşandığı belirtilmiştir.
Ayad vd. (2021)	Covid-19 salgınının Mısır tur operatörlerine etkisini belirlemek.	Anket Uygulaması	Salgında turistlere yönelik sağlık tedbirlerinin yoğunlaşacağı, bireylerin seyahat tercihlerinde hijyen koşullarını sağlayan işletmeleri tercih ettikleri ifade edilmiştir.
Tandrayen-Ragoobur, Tengur ve Fauzel (2022)	Covid-19'un Mauritius Adasındaki otel, restoran, seyahat acentesi ve hava taşımacılığı işletmeleri üzerindeki etkisini değerlendirmek.	Durum Analizi	İşletmelerin salgınla birlikte nakit yaratma konusunda yetersiz kaldıkları ve devletin bu konuda destek sağladığı belirtilmiştir.

Ayad, Moustafa ve Khan (2020), Mısır'da gerçekleştirdikleri araştırmada salgından kaynaklı yaşanan turizm talebindeki düşüşün uluslararası turizm talebine göre daha hızlı toparlanacağı ifade edilmiştir. Ancak salgınla beraber müşteri taleplerinde değişiklik olacağı acentelerin bu talep değişikliğine göre plan yapması gerektiğini söylemişlerdir. Benzer şekilde Ayad vd. (2021), Atsız ve Eşitti (2021) ve Uysal ve Kılıç (2020) araştırmalarında salgının sektörü olumsuz etkilediği, taleplerde azalma yarattığı, müşteri taleplerinin değiştiği, müşterilerin hijyen konusunda daha hassas oldukları, müşterilerin seyahat rotalarını güvenli ülkelere doğru değiştirdiklerini ifade etmişlerdir. Ancak Demir vd.'nin (2020) araştırmalarında görüşme sonuçlarında bireylerin turizm deneyimlerine rağmen salgının Türkiye'yi etkilemeyeceği düşüncesine sahip olduğu belirtilmiştir. Görüşmede etkileyeceği yönünde görüş bildiren bireylerin ise turizm faaliyetleriyle ilgili olarak rezervasyon yapmaya devam ettiği görüldüğü ifade edilmiştir. Bu bağlamda krizin fırsata çevrildiği düşünülmüştür.

Araştırmalarında salgını kriz olarak nitelendiren Büyük ve Can (2020), kriz yönetim tekniklerinin uygulanması gerektiğini, salgın için kriz yönetim modellerinin oluşturulması gerekliliğini ve kamu kurumlarının verilerini şeffaf bir şekilde paylaşması gerektiğini

vurgulamışlardır. Hükümet tarafından alınan önlemlerin detaylarıyla paylaşılmasının ve sektör temsilcileri, paydaşları tarafından hemen uygulamaya geçilmesinin önem arz edeceği ifade edilmiştir. Huang vd. (2021) ve Afanasiev ve Afanasieva (2021) gerçekleştirdikleri araştırmalarda salgının seyahat acentesi ve tur operatörü sektörünü olumsuz yönde etkilediğini, kısıtlamalar nedeniyle işletmelerin teknolojik değişimlerden faydalanarak olumsuzluğu asgari düzeye indirebileceklerini ifade etmişlerdir.

Salgının sektöre etkisini ekonomik yönden inceleyen İbiş (2020), Atsız ve Eşitti (2021), Çelik ve Ataç (2021) ve Tandrayen vd. (2022) araştırmalarında, sektördeki işletmelerin borçlanma düzeylerinin arttığını, yükümlülüklerini karşılamada yetersiz olduklarını, fon bulmakta zorlandıklarını, sabit giderlerinin devam ettiğini ancak gelir elde edemedikleri dolayısıyla finansal riskle karşı karşıya kaldıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca sektördeki işletmelerin cirolarında düşüş yaşandığını hatta bazı işletmelerin faaliyetlerini durdurma noktasına geldiğini ifade etmişlerdir. Sektörde yer alan işletmelerin kamu tarafından desteklenmeye ihtiyaç duyduklarını ve bankalardan borç vadesinde uzatma talep ettiklerini de belirtmişlerdir.

Konuyla ilgili alan yazın taraması neticesinde seyahat acentesi ve tur operatörü sektöründe Covid-19'un etkilerini inceleyen araştırmaların gerçekleştirildiği ancak salgının finansal performans üzerindeki etkisini, oran analizi ve finansal başarısızlık riski ile inceleyen bir araştırmaya tarafımızca ulaşılamamıştır. Dolayısıyla bu araştırmanın alan yazına katkı sağlamaya düşünülmektedir. Alan yazında yer alan araştırma sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde, seyahat acentesi ve tur operatörleri sektöründeki işletmelerin salgından olumsuz yönde etkilendiği, gelirlerinde genel olarak düşüş yaşandığı ve işletmelerin daha fazla finansal desteğe ihtiyaç duyduğu ifade edilmiştir. Ayrıca salgınla beraber müşteri taleplerinin değiştiği ve bu doğrultuda sektörde yer alan işletmelerin teknolojik açıdan tur programlarında değişimler gerçekleştirdiğini ortaya koyan çalışmaların olduğu görülmüştür.

3. YÖNTEM

Araştırmanın amacı Covid-19 salgınının Türkiye'deki seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörünün finansal performansına ve finansal başarısızlık riskine etkisini incelemektir. Seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörünün 2018-2019-2020 yılına ilişkin finansal verileri Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) reel sektör istatistiklerinden elde edilmiştir (TCMB Sektör Raporları, 2020). TCMB sektör raporlarında seyahat acentesi, tur operatörü ve diğer rezervasyon hizmetleri ve ilgili faaliyetler sektöründe 2018 yılında 10.347 işletme; 2019 yılında 11.648 işletme ve 2020 yılında 12.081 işletme bulunmaktadır. Bu işletmelerden 1.671'i anonim şirket, 10.361'i limited, ikisi iş ortaklığı, 19'u kooperatif ve 28'i diğerlerinden oluşmaktadır. Söz konusu işletmelerin dönem sonu finansal tablolarında 2.652'sinin kar elde ettiği; 8.062'sinin zarar ettiği ve 367'sinin kar-zarar durumunda bir değişiklik olmadığı belirtilmiştir (TCMB Sektör Raporları, 2020). Söz konusu finansal tablolardan olan bilanço ve gelir tablolarının 2018 ile 2019 (Covid-19 salgın dönemi öncesi) yıllarına ve 2020 (Covid-19 salgın dönemi) yılına ilişkin veriler analiz kapsamında yer almaktadır.

Araştırmanın amacına yönelik incelenen seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörünün finansal performansını ortaya koymak amacıyla 21 finansal oran; finansal başarısızlık riskini ölçmek için de beş model üzerinden 33 adet olmak üzere toplam 54 oran hesaplanmıştır. Hesaplanan oranlar alan yazında yer alan standart oranlarla karşılaştırılarak yorumlanmış ve Covid-19'un etkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda öncelikle sektörün finansal performans analizi oran yöntemiyle ortaya konulmuş ve sonrasında finansal başarısızlık risk modelleri ile değerlendirilmiştir.

İşletmelerin finansal durumunu, karlılığını ve verimliliğini değerlendirilirken, finansal tablolarda sunulan değerlerden ziyade kalemler arasındaki ilişkilerin daha anlamlı olduğu ifade edilmektedir ve bu kapsamda finansal tablolar analizi yapılırken oranlardan daha fazla yararlanılmaktadır. Finansal oran, finansal tablolar içinde sunulan kalemler arasındaki ilişkinin aritmetik sunumudur (Aydm, Başar ve Coşkun 2010: 104). Oran analizi; likidite oranları, finansal yapı oranları, varlık kullanım oranları, karlılık oranları, borsa performans oranları olarak beş başlıkta toplanmaktadır (Ceylan ve Korkmaz, 2012: 48). Bu çalışmada seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörü bütün olarak ele alındığından borsa performans oranları kapsam dışı bırakılmıştır. Çalışmada yararlanılan finansal performans oranlarının hesaplanma şekli ve kullanım amaçları Tablo 3'te açıklanmıştır.

Tablo 3. Finansal Performansın Ölçülmesinde Kullanılan Oranlar

Likidite Oranları		
Cari Oran	Dönen Varlıklar / (KVYK)	İşletmelerin kısa vadeli yükümlülüklerini ödeyebilme gücünü belirlemek.
Asit-Test Oranı	(Dönen Varlıklar-Stoklar) / KVYK	İşletmelerin satışlarının durduğu zaman kısa vadeli yükümlülüklerini ödeyebilme gücünü belirlemek.
Nakit Oran	(Hazır Değerler + Menkul Kıymetler) / KVYK	İşletmelerin satışları durduğu ve alacakları tahsil edemediği zaman kısa vadeli yükümlülüklerini ödeyebilme gücünü belirlemek.
Varlık Kullanım Oranları		
Stok Devir Hızı (Kez)	(Satışların Maliyeti) / (Ortalama Stoklar)	İşletmelerin stoklarının bir yıl içinde kaç kez satışa dönüştüğünü belirlemek.
Stok Devir Süresi (Gün)	360 / SDH	İşletmelerin stoklarının ne kadar sürede stokta kaldığını belirlemek.
Alacak Devir Hızı (Kez)	Kredili Satış Tutarı / Ort. Ticari Alacaklar	İşletmelerin alacaklarını yılda kaç defa tahsil edildiğini belirlemek.
Alacak Devir Süresi (Gün)	360 / ADH	İşletmelerin alacaklarını hangi sürede tahsil ettiğini belirlemek.
Ticari Borç Devir Hızı (Kez)	Satılan Malın Maliyeti / Ticari Borçlar	İşletmelerin yılda hangi sıklıkla ticari borç ödemesi yaptığını belirlemek.
Ticari Borç Devir Süresi (Gün)	360 / TBDH	İşletmelerin ticari borçlarını ne kadar sürede ödediğini belirlemek.
Nakit Dönüşüm Süresi (Gün)	(Alacak Devir Süresi + Stok Devir Süresi-Tic. Borç Devir Süresi)	İşletmelerin nakit çıkışının ne zaman döndüğünü ve nakde ihtiyaç duyabileceği gün sayısını belirlemek.
Aktif Devir Hızı	Net Satışlar / Toplam Aktifler	İşletmelerin aktiflerinin kaç katı kadar satış yaptığını belirlemek.
Finansal Yapı Oranları		
Toplam Kaldıraç Oranı	Toplam Yabancı Kaynaklar / Toplam Aktifler	İşletmedeki varlıkların ne kadarının borçlarla finanse edildiğini belirlemek.
Kısa Vadeli Kaldıraç Oranı	KVYK / Toplam Aktifler	İşletmedeki varlıkların ne kadarının kısa vadeli yabancı kaynaklarla karşılandığını belirlemek.
Uzun Vadeli Kaldıraç Oranı	UVYK / Toplam Aktifler	İşletmedeki varlıkların ne kadarının uzun vadeli yabancı kaynaklarla karşılandığını belirlemek.
Banka Kredilerinin Yabancı Kaynak Toplamına Oranı	Toplam Banka Kredileri/ Toplam Yabancı Kaynaklar	Toplam yabancı kaynakların ne kadarının bankalardan veya bankadan kredi almak suretiyle karşılandığını belirlemek.

Faiz Karşılama Oranı	(Net Kar + Finansman Giderleri) / Finansman Giderleri	İşletmelerin faiz giderlerini kaç defa karşıladığını belirlemek.
Kârlılık Oranları		
Brüt Kar Marjı	Brüt Kar / Net Satışlar	Net satışların ne kadarının(%) brüt satış karı olduğunu belirlemek.
Faaliyet Kar Marjı	Faaliyet Karı / Net Satışlar	İşletmelerin satışlar üzerinden faaliyet karlılığını belirlemek.
Net Kar Marjı	Net Kar / Net Satışlar	İşletmede yüz liralık satış içinde vergiden önceki kar tutarını belirlemek.
Aktif Karlılık Oranı	Net Kar / Toplam Aktifler	İşletmede varlıkların verimli kullanılma ölçüsünü belirlemek.
Öz Sermaye Karlılık Oranı	Net Kar / Öz Sermaye	İşletme sahibi ve ortakların finansa etmiş olduğu bir birimine düşen kar payını belirlemek.

Kaynak: Akgüç, 2011; Ceylan ve Korkmaz, 2012; Karapınar ve Zaif, 2013.

Sektörün 2018-2019-2020 yıllarına ait finansal başarısızlık riskleri ise Altman Z, Altman Z', Springate, Fulmer ve Ohlson modelleri ile ortaya konulmaya çalışılmıştır. Analizde yer alan modellerin hesaplanma yöntemleri ve finansal başarısızlık risk durumlarının yorumlanma kriterleri aşağıdaki Tablo 4'te sunulmaktadır.

Tablo 4. Finansal Başarısızlık Risk Modelleri ve Hesaplama Yöntemleri

Finansal Başarısızlık Risk Modelleri	Hesaplama Yöntemi	Finansal Başarısızlık Durumları
Altman Z Skor Modeli	$X1 = \text{Net İşletme Sermayesi/Aktif Toplamı}$ $X2 = \text{Dağıtılmamış Karlar/Aktif Toplamı}$ $X3 = \text{FVÖK/Aktif Toplamı}$ $X4 = \text{Öz sermaye / (KVYK+UVYK)}$ $X5 = \text{Satışlar/Toplam Varlıklar}$ $Z = (0.012 * X1) + (0.014 * X2) + (0.033 * X3) + (0.006 * X4) + 0.999 * X5$	$Z < 1.81$ ise başarısız, $Z > 2.99$ ise başarılı, $Z = 1.81-2.99$ arasında ise gri bölgede olduğundan yorum yapılamamaktadır.
Altman Z' Skor Modeli	$X1 = \text{Çalışma Sermayesi/Aktif Toplamı}$ $X2 = \text{Dağıtılmamış Karlar/Aktif Toplamı}$ $X3 = \text{FVÖK/Aktif Toplamı}$ $X4 = \text{Öz sermaye Defter Değeri/ (KVYK+UVYK)}$ $X5 = \text{Satışlar/Aktif Toplamı}$ $Z' \text{ Skoru} = (0.717 * X1) + (0.847 * X2) + (3.107 * X3) + (0.420 * X4) + (0.998 * X5)$	$Z < 1.23$ ise başarısız, $Z > 2.99$ ise başarılı, $Z = 1.23-2.99$ arasında ise gri bölgede olduğundan yorum yapılamamaktadır.
Fulmer H Skor Modeli	$X1 = \text{Dağıtılmamış Karlar/Aktif Toplamı}$ $X2 = \text{Satışlar/ Aktif Toplamı}$ $X3 = \text{VÖK/Öz sermaye}$ $X4 = \text{Nakit/(KVYK+UVYK)}$ $X5 = \text{(KVYK+UVYK)/Aktif Toplamı}$ $X6 = \text{KVYK/Aktif Toplamı}$ $X7 = \text{Maddi Duran Varlıklar (Log)}$ $X8 = \text{Çalışma Sermayesi/(KVYK+UVYK)}$ $X9 = \text{FVÖK/Faiz}$ $H = (5.528 * X1) + (0.212 * X2) + (0.073 * X3) + (1.270 * X4) - (0.120 * X5) + (2.335 * X6) + (0.575 * X7) + (1.083 * X8) + (0.894 * X9) - 6.075$	$H < 0$ ise başarısız, $H > 0$ ise başarılı.

Ohlson Skor Modeli	<p>WC = Çalışma Sermayesi SIZE= İşletme Büyüklüğü TA = Aktif Toplam TL = (KVYK+UVYK) CA = Dönen Varlıklar CL = KVYK NI = Net Kar EBITDA = FVÖK INTWO = Cari yıl ve önceki yıl net gelir (negatifse bu değer 1; pozitifse 0) OENEG = Toplam pasif > Aktif toplam ise bu değer 1; Toplam pasif < aktif toplam ise bu değer 0 O-SKOR = $-1.32-0.407*(SIZE)+6.03*(TL/TA) - 1.43*(WC/TA)+0.08*(CL/CA)-2.37*(NI/TA) - 1.83*(EBITDA/TL)+0.28*5(INTWO)-1.72*(OENEG)-0.52*[(NI_t-NI_{t-1})/(NI_t + NI_{t-1})]$</p>	<p>O skoru, lojistik dönüşüm ile işletmenin finansal başarısızlık riskini belirlemektedir. Lojistik Dönüşüm:</p> $\frac{e^{O-score}}{1 + e^{O-score}}$ <p>O Skor > 0.5 ise başarısız, O Skor < 0.5 ise başarılı.</p>
Springate Modeli	<p>Z = (1.03A)+(3.07B)+(0.66C)+(0.4D)</p> <p>A = Çalışma Sermayesi/Aktif Toplam</p> <p>B = FVÖK/Aktif Toplam</p> <p>C = VÖK/KVYK</p> <p>D = Satışlar/Aktif Toplam</p>	<p>Z < 0.862 ise başarısız, Z > 0.862 ise başarılı.</p>

Kaynak: Altman, 1968; Springate, 1978; Ohlson, 1980; Fulmer vd., 1984; Altman, 2000.

4. BULGULAR

Analizde öncelikle TCMB sektör bilançolarından yararlanılarak seyahat acentesi ve tur operatörleri faaliyetleri sektörünün 2018, 2019 ve 2020 yıllarına ait finansal performans oranları hesaplanmıştır. Söz konusu oranlara ait değerler Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5. Seyahat Acentesi ve Tur Operatörleri Sektörünün Finansal Performans Oranları

LİKİDİTE ORANLARI	2018	2019	2020
Cari Oran	1.07	1.08	1.12
Asit Test Oranı	0.73	0.68	0.63
Nakit Oran	0.11	0.15	0.12
VARLIK KULLANIM ORANLARI	2018	2019	2020
Stok Devir Hızı (Kez)	7.79	6.90	1.75
Stok Devir Süresi (Gün)	46.19	52.19	206.20
Alacak Devir Hızı (Kez)	5.92	7.65	2.56
Alacak Devir Süresi (Gün)	60.78	47.08	140.74
Ticari Borç Devir Hızı (Kez)	5.49	5.94	2.29
Ticari Borç Devir Süresi (Gün)	65.53	60.60	156.97
Nakit Dönüşüm Süresi (Gün)	41.44	38.67	189.97
Aktif Devir Hızı	1.80	1.92	0.59
FİNANSAL YAPI ORANLARI	2018	2019	2020
Toplam Kaldıraç Oranı	0.85	0.83	0.88
Kısa Vadeli Kaldıraç Oranı	0.63	0.66	0.65
Uzun Vadeli Kaldıraç Oranı	0.22	0.17	0.24

Banka Kredilerinin Yabancı Kaynak Toplamına Oranı	0.26	0.24	0.30
Faiz Karşılama Oranı	1.01	3.15	-1.21
KÂRLILIK ORANLARI	2018	2019	2020
Brüt Kar Marjı	0.07	0.07	0.07
Faaliyet Kar Marjı	0.01	0.01	-0.03
Net Kar Marjı	0.00	0.02	-0.06
Aktif Karlılık Oranı	-0.01	0.04	-0.04
Öz Sermaye Karlılık Oranı	-0.04	0.26	-0.33

Tablo 5'te seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörünün likidite oranları incelendiğinde sektörün incelenen yıllarda cari oranının standart olarak bilinen 1.50 – 2.00 düzeyinin altında kaldığı görülmektedir. Bununla birlikte cari oranın incelenen üç yılda da 1'in üzerinde gerçekleştiği dolayısıyla seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörünün net çalışma sermayesinin sıfıra yakın ve pozitif olduğu ortaya çıkmıştır. Sektörün 2018, 2019, 2020 yıllarındaki asit test oranı incelendiğinde ise bu oranın tüm yıllarda 1'in altında olduğu dolayısıyla seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörünün stoklarını kullanamaması durumunda kısa vadeli yükümlülüklerini yerine getirmede zorluk yaşayabileceği söylenebilir. Diğer oranlara göre daha hassas bir likidite oranı olan nakit orana bakıldığında seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörünün incelenen üç yılda da standart olarak istenen 0.20-0.25 aralığının altında nakit orana sahip olduğu görülmektedir. Dolayısıyla seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörünün beklenmedik durumlarda kısa vadeli yabancı kaynaklarını karşılamada nakit sıkıntısı yaşayabileceği söylenebilir. Seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörünün likidite oranlarının Covid-19 salgın dönemi olan 2020 yılındaki değişimine bakıldığında ise sektörün cari oranı dışındaki diğer iki oranının 2018 ve 2019 yıllarına göre düşüş gösterdiği ve genel olarak sektörün likidite riskinin arttığı ortaya saptanmıştır.

Tablo 5'te seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörünün varlık kullanım oranlarına bakıldığında sektörün stok, alacak ve ticari borç devir hızlarının ve devir sürelerinin 2018 ve 2019 yıllarında birbirine yakın düzeyde olduğu ve buna bağlı olarak nakit dönüşüm süresinin de ortalama 40 gün civarında gerçekleştiği görülmektedir. Buna göre seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörü 2018 ve 2019 yıllarında stoklarını satışa çevirip alacaklarını tahsil ettikten sonra ticari borçlarını ödemek için ortalama 40 gün civarında bir süre beklemek durumunda kaldığını göstermektedir. Diğer bir deyişle seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörü 2018-2019 yıllarında ortalama 40 gün civarında çalışma sermayesi ihtiyacına sahiptir. Ancak Covid-19 salgın dönemi olan 2020 yılında sektörün devir hızlarında ciddi düşüş gerçekleştiği ve nakit dönüşüm süresinin 189 gün civarında gerçekleştiği ortaya çıkmıştır. Buna göre seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörünün stokları elden çıkarma süresi, alacakları tahsil etme süresi ve ticari borçlarını ödeme süresi pandeminin etkisiyle çok yüksek oranda artmış ve sektörde faaliyetleri nakde dönüştürmek çok zorlaşmıştır. Varlık kullanım verimliliği bağlamında incelenen aktif devir hızı oranına bakıldığında da seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörünün 2018 ve 2019 yıllarında sırasıyla 1.80 ve 1.92 olan aktif devir hızı, 2020 yılında 0.59 oranına gerilemiştir. Buna göre seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörünün varlıklarını satışa dönüştürme hızı 2020 yılında Covid-19 salgın koşullarının etkisiyle neredeyse durma noktasına gelmiştir.

Seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörünün finansal yapı oranları incelendiğinde Tablo 5'te toplam yabancı kaynakların toplam varlıklar içindeki payı olan kaldıraç oranının 2018 ve 2019 yıllarında sırasıyla %85 ve %83 düzeyinde olduğu bununla birlikte 2020 yılında bu oranının %88'e yükseldiği görülmektedir. Buna göre seyahat acentesinin genel olarak çok yüksek düzeyde yabancı kaynak kullanımına sahip olduğu ve bunun 2020 yılında daha da arttığı

söylenbilir. Sektörün yabancı kaynaklarının vadesi incelendiğinde ise yabancı kaynakların büyük payının kısa vadeli yabancı kaynaklardan oluştuğu ve bu oranın incelenen yıllarda genel olarak %65 civarında seyrettiği görülmektedir. Ancak uzun vadeli yabancı kaynakların 2018 yılında %22 oranındayken 2019 yılında azalma göstererek %17 oranında gerçekleştiği ancak pandemi dönemi olan 2020 yılında artarak %24 seviyesine yükseldiği ortaya çıkmıştır. Bu artışın bir göstergesi olarak banka kredilerinin yabancı kaynaklar içerisindeki payının 2020 yılında diğer yıllara göre ciddi bir şekilde artarak %30 seviyesine geldiği görülmektedir. Buna göre seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörünün 2020 yılında pandemi önlemleri neticesinde yaşadıkları likidite sıkıntısı sebebiyle faaliyetlerini sürdürebilmek için banka kredilerinden faydalandıkları söylenebilir. Banka kredilerindeki artışın neticesinde seyahat sektörünün faiz karşılama oranının da 2020 yılında -1.21 seviyesine gerilemiş olduğu ve sektörün faiz yükünün çok yükseldiği ortaya çıkmıştır.

Seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörünün finansal performans göstergelerinden son olarak karlılık oranları incelendiğinde Tablo 5'te sektörün brüt kar marjının incelenen üç yıl içinde aynı seviyede seyrettiği dolayısıyla brüt satışlar ile satışların maliyeti kalemlerinin benzer oranda değişim gösterdiği ortaya çıkmıştır. Ancak faaliyet kar marjının 2018 ve 2019 yıllarında %1 seviyesinde iken 2020 yılında -%3 seviyesine gerilediği dolayısıyla sektörün 2020 yılında faaliyet zararının olduğu anlaşılmaktadır. Aynı zamanda net kar marjının 2019 yılında 2018 yılına göre artış göstererek %2 seviyesine yükselmesinin ardından pandeminin etkisiyle 2020 yılında -%6 seviyesine düşerek sektörün zarar ettiği görülmektedir. Yine sektörün aktif karlılığı ve öz sermaye karlılığı oranları incelendiğinde 2018 yılında negatif olan bu oranların 2019 yılında önemli seviyede artış gösterdiği ancak 2020 yılında tekrar negatife dönerek sektörün karlılığının ciddi oranda azalarak zarar ettiği ortaya çıkmıştır.

Analizde seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörünün 2018-2019-2020 yıllarına ait finansal başarısızlık riskleri hesaplanmıştır. Söz konusu değerler Tablo 6'da sunulmaktadır. Tabloda sektörün finansal başarısızlık riski taşıdığını gösteren değerler koyu punto ile gösterilmiştir.

Tablo 6. Seyahat Acentesi ve Tur Operatörleri Sektörünün Finansal Başarısızlık Risk Değerleri

Seyahat Acentesi ve Tur Operatörlerinin Faaliyetleri			
	2018	2019	2020
Altman Z	2.06	2.20	0.72
Altman Z'	1.99	2.12	0.65
Fulmer	-0.23	-0.04	-0.48
Ohlson	0.64	0.79	0.69
Springate	0.83	0.94	0.22

Tablo 6 incelendiğinde seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörünün analize dâhil edilen tüm yıllarda ve tüm modellerde, finansal başarısızlık risk taşıyan yıl sayısının finansal başarısızlık riski taşımayan yıl sayısından daha fazla olduğu görülmektedir. Özellikle Covid-19'un etkisinin görüldüğü 2020 yılında tüm modellere göre sektör finansal başarısızlık riski taşımaktadır.

Altman Z Skor ve Altman Z' Skor modellerine göre sektör 2018 ve 2019 yıllarında finansal başarısızlık değerine göre gri bölgede yer almaktadır ve işlemler hakkında yorum yapılamamaktadır. Her iki modele göre 2020 yılında sektör finansal başarısızlık riski taşımaktadır. Fulmer ve Ohlson modelleri sonuçlar açısından benzerlik göstermektedir ve modellere göre sektörün analize dâhil edilen tüm yıllarda finansal açıdan sağlıklı olduğu ve finansal başarısızlık riskinin olduğu saptanmıştır. Springate modeli incelendiğinde, sektörün 2018 ve 2019 yıllarında değerlerine göre finansal başarısızlık riski taşımadığı; 2020 yılı için

ise finansal açıdan sağlıklı olduğu ve finansal başarısızlık riski taşıdığı saptanmıştır. Finansal başarısızlık risk değerlerinin yıllar bağlamında değişimleri değerlendirildiğinde en fazla düşüşün yaşandığı modelin Fulmer modeli olduğu (-269.23%) belirlenmiştir.

5. SONUÇ

Bu çalışmada seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörünün 2018-2019-2020 yıllarına ait finansal performansı ve finansal başarısızlık riski analiz edilmiş ve hesaplanan oranların yıllar arasındaki değişimi ortaya konularak Covid-19 salgınının seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörüne etkisi yorumlanmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda TCMB sektör bilançolarında yer alan seyahat acentesi ve tur operatörlerinin faaliyetleri alt sektörünün 2018, 2019 ve 2020 yıllarına ait likidite, varlık kullanım, finansal yapı ve karlılık oranları ile finansal başarısızlık risk değerleri hesaplanmıştır.

Seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörü finansal performans açısından ele alındığında ilk olarak sektörün likidite riski değerlendirilmiştir. Likidite riskine ait bulgular incelendiğinde sektörün genel olarak standartların altında likidite düzeyine sahip olduğu ve Covid-19 salgın dönemi olan 2020 yılında asit-test oranı ve nakit oranı düzeylerinde düşüş yaşandığı saptanmıştır. Buna göre seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörünün likidite riski Covid-19 salgını ile birlikte artmıştır. Seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörünün varlık kullanım oranları değerlendirildiğinde yine stok, alacak ve ticari borç devir hızlarının Covid-19 salgın dönemi olan 2020'de çok ciddi oranda düştüğü ve buna bağlı olarak sektörün nakit dönüşüm süresinin yaklaşık beş kat arttığı ortaya çıkmıştır. Buna göre seyahat acentesi ve tur operatörleri işletmelerinin faaliyetlerinin pandemi önlemleri neticesinde neredeyse durma noktasına geldiği, bunun sonucunda da halka açık olmayan işletmelerin nakit ihtiyaçlarının arttığı ve ilk olarak borçlarını erteleme yoluna gittikleri söylenebilir. Sektörün finansal yapı oranları incelendiğinde işletmelerin borçlarını erteleme yoluna gittiklerini kanıtlar nitelikte bulgular ortaya çıkmıştır. Sektörün finansal yapısı incelendiğinde 2018-2019 yılları itibariyle genellikle yüksek düzeyde olan yabancı kaynak oranının 2020 yılında daha da arttığı ve bu artışta en büyük payın uzun vadeli banka kredilerinde olduğu ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte sektörün faiz karşılama oranının da çok ciddi oranda düştüğü görülmüştür. Dolayısıyla Covid-19 salgını ile birlikte seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörünün finansal yapısında önemli değişimlerin gerçekleştiği ve sektörün finansman maliyetlerinin arttığı söylenebilir. Son olarak seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörünün karlılık oranları analiz edildiğinde sektörün karlılık oranlarının genellikle 2019 yılında bir önceki yıla göre arttığı ancak pandemi etkisiyle 2020 yılında 2018 yılının da altına gerilemiş ve brüt kar marjı hariç tüm karlılık oranları negatife dönmüştür. Buna göre seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörünün 2020 yılında Covid-19 salgınının etkisiyle satışlarının çok ciddi oranda azalması ile birlikte artan finansal maliyetleri karşılama yetersiz kaldığı ve ciddi miktarda zarar ettiği söylenebilir.

Seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörünün finansal başarısızlık risk modellerine ait bulgular değerlendirildiğinde, sektörün 2018 ve 2019 yıllarında genellikle iflas riskine yakın olduğu sadece Springate modeline göre sağlıklı durumda olduğu görülmekle birlikte 2020 yılında tüm modellerde sektörün iflas riskine maruz kaldığı ortaya çıkmıştır. Buna göre seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörünün finansal performans analizinde de ortaya konulduğu üzere finansal yapısının sağlıklı olmadığı ve bunun neticesinde beklenmedik durumlarda iflas riski ile karşılaştığı söylenebilir.

Seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörünün finansal performansı ve finansal başarısızlık riski bir bütün olarak değerlendirildiğinde sektörün 2019 yılında bir önceki yıla göre daha verimli bir dönem geçirdiği ancak yine de likidite düzeyinin düşük olduğu, finansman

maliyetlerinin yüksek olduğu ve kar marjının düşük olduğu görülmüştür. Sektörde yer alan işletmelerin borçlanma düzeylerinin yükselmesi, yükümlülüklerini karşılayamaması, sabit giderlerinin artması ve gelir düzeylerinin düşmesinden dolayı finansal risklerle karşı karşıya kalmaları sonucu alan yazında yer alan İbiş (2020), Atsız ve Eşitti (2021), Çelik ve Ataç (2021) ve Tandrayen vd. (2022) çalışmalarının sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Nitekim 2020 yılında sektörün finansal performansında önemli düşüşlerin ortaya çıkması, bu sektörün salgın gibi beklenmedik bir durum karşısında hazırlıksız olduğunu ortaya koymuştur. Bununla birlikte Türkiye'nin jeopolitik konumu nedeniyle dünyada yaşanan siyasi gerilimler ile ortaya çıkabilen savaş ve terörizm gibi tehditlerden etkilenme düzeyinin yüksek olması insanların seyahat etme tercihlerini de olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Dolayısıyla seyahat acentesi ve tur operatörleri işletmelerinin talep tahmininde bulunması zorlaşmaktadır. Bu gibi beklenmedik olumsuz gelişmelerden mümkün olduğunca az etkilenmeleri açısından seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörünün finansal yapılarını gözden geçirerek içsel kaynaklara yönelmesi, atıl durumda bulunan duran varlıklarının satışı gerçekleştirmeleri, önceki yıldan elde ettikleri karları ortaklara dağıtmayarak kaynak yaratmaları ve hatta küçülmeye giderek likidite düzeyini arttırıp, faiz giderlerini azaltmaları önerilebilir. Bununla birlikte faaliyetlerini tüketicilerin değişen beklentilerine cevap verebilecek şekilde organize etmeleri ve yeni hedef kitleler oluşturmaları, böylece satış gelirlerinde yaşanacak dalgalanmaları azaltmaları düşünülebilir.

Bu çalışmada seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörü sınırlı oranlarla ve kısa vadeli olarak incelenmiştir. İlerde yapılacak çalışmalarda seyahat acentesi ve tur operatörleri sektörünün yanı sıra diğer hizmet sektörleri karşılaştırmalı olarak daha uzun vadeli incelenebilir. Ayrıca ülkelere özgü özellikler dikkate alınarak seyahat acentesi ve tur operatörü işletmelerinin finansal performansı uluslararası boyutta analiz edilebilir. Bununla birlikte sektörün finansal performansının Covid-19 salgını döneminden etkilenmesi incelenmiştir. Buna ek olarak sektörün döviz kuru riskinden etkilenme düzeyi veya borç yapısını etkileyen diğer unsurlar bir başka çalışmanın konusunu oluşturabilir. Yine bu çalışmada beklenmedik koşulların yaşanması ile işletmelerin nakit sıkıntısı yaşayabildiği ve ödemelerini gerçekleştirmede güç duruma düşmeleri açısından likidite düzeyinin önemi bir kez daha ortaya çıktığı düşünülmektedir. Bu doğrultuda gelecekte yapılacak çalışmalarda hizmet sektöründe işletmelerin çalışma sermayesi yönetiminin farklı yönleriyle ele alınması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- ABBAS, M., MALIK, M., & SARWAT, N. (2021). "Consequences of Job Insecurity for Hospitality Workers Amid COVID-19 Pandemic: Does Social Support Help?", *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 30 (8): 957-981.
- AFANASIEV, O. E., & AFANASIEVA, A. V. (2021). "Tourism Industry in Russia and Global COVID-19 Pandemic: Threats, Counteractions, Trends", *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos-ABET*, 11: 11-16.
- AGHAJANI, V., & JOUZBARKAND, M. (2012). "The Creation of Bankruptcy Prediction Model Using Springate and SAF Models", *International Proceedings of Economics Development and Research*, 54 (2): 6-10.
- AKAY, B. (2021). "The Effects of COVID-19 Epidemic on Guided Tours and Alternative Tour Samples from Turkey", *University of South Florida M3 Center Publishing*, 5 (14): 1-7.
- ALFARO, L., CHARI, A., GREENLAND, A. N., & SCHOTT, P. K. (2020). "Aggregate and Firm-Level Stock Returns During Pandemics, in Real Time", (No. w26950). Working

- Paper, National Bureau of Economic Research, <https://www.nber.org/papers/w26950>, 20.02.2022.
- AKGÜÇ, Ö. (2011). *Mali Tablolar Analiz*, İstanbul, Avcıol Basım Yayın.
- ALTMAN, E. I. (1968). "Financial Ratios, Discriminant Analysis and the Prediction of Corporate Bankruptcy", *The Journal of Finance*, 23 (4): 589-609.
- ALTMAN, E. I. (2013). Predicting Financial Distress of Companies: Revisiting the Z-Score and ZETA® Models, Adrian et al. (eds.) *Handbook of Research Methods and Applications in Empirical Finance*, United Kingdom, Edward Elgar Publishing.
- ATSIZ, N., & EŞİTTİ, B. (2021). "Evaluation of the Impact of Coronavirus (Covid-19) Pandemic on Tourism: The Case of Çanakkale Travel Agencies", *Route Educational & Social Science Journal*, 8 (3): 438-451.
- AYAD, H. T., MOUSTAFA, M., & KHAN, M. (2020). "The Future of Tourism Post Covid-19 Pandemic: From the Egyptian Tour Operators Perspectives", *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, 18 (3): 50-64.
- AYDIN, N., BAŞAR, M., & COŞKUN, M. (2010). *Finansal Yönetim*, Ankara, Detay Yayıncılık.
- BAYRAKTAR, A. (2020). "COVID 19 Pandemisinin Finansal Etkileri: BİST İmalat Sektörü Uygulaması", *Electronic Turkish Studies*, 15 (8): 3415-3427.
- BÜYÜK, Ö., & CAN, E. (2020). "COVID-19 Salgınının Türk Turizmine Etkisi: Seyahat ve Konaklama Endüstrileri Üzerine Değerlendirme", *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 23 (2), 312-331.
- CEYLAN, A., & KORKMAZ, T. (2012). *İşletmelerde Finansal Yönetim*, Bursa, Ekin Yayınevi.
- CHAOUACHI, M., & SLIM, C. (2020). "Current Covid-19 Impact on Saudi Stock Market: Evidence from an ARDL Model", *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management & Economics*, 1 (1): 1-13.
- CONTUK, F. Y. (2020). "Altın ve Hisse Senedi Fiyatları Arasında Nedensel İlişki: Toda-Yamamoto Nedensellik Analizi", *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24: 619-630.
- ÇELİK, S., & ATAÇ, B. (2021). "The Effects of the Covid-19 Pandemic on Travel Agencies: Evidence from Turkey", *Journal of Tourism Quarterly*, 3 (3): 166-176.
- DEMİR, M., GÜNAYDIN, Y., & DEMİR, Ş. Ş. (2020). "Koronavirüs (Covid-19) Salgınının Türkiye'de Turizm Üzerindeki Öncülleri, Etkileri ve Sonuçlarının Değerlendirilmesi", *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6 (1): 80-107.
- DENİZ, T. (2019). "Turizm ve Biyoçeşitlilik", *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (3): 323-339.
- DÜZGÜN, E., & KURT, A. (2020). "Covid-19 (Covid-19) Salgının Turist Rehberleri Üzerindeki Etkileri: Ankara Turist Rehberleri Odası Örneği", *KSBD*, 12 (23): 18-38.

- FULMER, J. G., MOON, J. E., GAVIN, T. A., & ERWIN, M. (1984). "A Bankruptcy Classification Model for Small Firms", *Journal of Commercial Bank Lending*, 66 (11): 25-37.
- GÜMÜŞ, A., & HACIEVLİYAGİL, N. (2020). "Covid-19 Salgın Hastalığının Borsaya Etkisi: Turizm ve Ulaştırma Endeksleri Üzerine Bir Uygulama", *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 11 (1): 76-97.
- GÜRSOY, S., TUNÇEL, M. B., & SAYAR, B. (2020). "Koronavirüsün (COVID-19) Finansal Göstergeler Üzerine Etkileri", *Ekonomi Maliye İşletme Dergisi*, 3 (1): 20-32.
- HE, Q., LIU, J., WANG, S., & YU, J. (2020). "The Impact of COVID-19 on Stock Markets", *Economic and Political Studies*, 8 (3): 275-288.
- HUANG, X., DING, A., GAO, J., ZHENG, B., ZHOU, D., QI, X. ... & HE, K. (2021). "Enhanced Secondary Pollution Offset Reduction of Primary Emissions During COVID-19 Lockdown in China", *National Science Review*, 8 (2): 1-17.
- İBİŞ, S. (2020). "Covid-19 Salgınının Seyahat Acentaları Üzerine Etkisi", *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (1): 85-98.
- KARAPINAR, A., & ZAİF, F. A. (2013). *Finansal Analiz: Uluslararası Finansal Raporlama Standartları İle Uyumlu*, Ankara, Gazi Kitabevi.
- KAUSHAL, V., & SRIVASTAVA, S. (2021). "Hospitality and Tourism Industry Amid COVID-19 Pandemic: Perspectives on Challenges and Learnings from India", *International Journal of Hospitality Management*, 92: 1-9.
- KILIÇ, Y. (2020). "Borsa İstanbul'da COVID-19 (Koronavirüs) Etkisi", *JOEEP: Journal of Emerging Economies and Policy*, 5 (1): 66-77.
- KÖŞKER, H. (2017). "Krizlerin Turizm Sektörüne Etkileri Üzerine Bir Araştırma: 2016 Yılı Türkiye Örneği", *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (62): 216-230.
- OHLSON, J. A. (1980). "Financial Ratios and the Probabilistic Prediction of Bankruptcy", *Journal of Accounting Research*, 18 (1): 109-131.
- ÖZCAN, M. (2021). "COVID 19 Pandemisinin Turizm ve Ulaştırma İşletmelerinin Finansal Performansına Etkisi", *OPUS International Journal of Society Researches*, 17(Pandemi Özel Sayısı): 3542-3567.
- ÖZDEMİR, Ü. O., & AKÇAKANAT, Ü. Ö. (2021). "Covid-19 Pandemisinin Turizm ve Havaolu Sektörlerine Mali Etkileri Üzerine Bir Araştırma", *Mali Çözüm Dergisi*, 31: 89-120.
- RAMELLI, S., & WAGNER, A. (2020). "What the Stock Market Tells Us About the Consequences of COVID-19". B. Richard & W. M. Beatrice (eds.), *Mitigating the COVID Economic Crisis: Act Fast and Do Whatever It Takes* (63-70).
- RIVERA, M. A. (2020). "Hitting the Reset Button for Hospitality Research in Times of Crisis: Covid19 and Beyond", *International Journal of Hospitality Management*, 87: 102528-102528.

- SHEN, H., FU, M., PAN, H., YU, Z., & CHEN, Y. (2020). “The Impact of the COVID-19 Pandemic on Firm Performance”, *Emerging Markets Finance and Trade*, 56 (10): 2213-2230.
- SPRINGATE, G. L. (1978). Predicting the Possibility of Failure in a Canadian Firm: A Discriminant Analysis, Simon Fraser University, Unpublished MBA Research Project, Canada.
- SULEMANA, I., BOFAH, R. O., & NKETIAH-AMPONSAH, E. (2020). “Job Insecurity and Life Satisfaction in Ghana”, *Journal of Family and Economic Issues*, 41 (1): 172–184.
- TANDRAYEN-RAGOOBUR, V., TENGUR, N. D., & FAUZEL, S. (2022). “COVID-19 and Mauritius’ Tourism Industry: An Island Perspective”, *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 1-17.
- T.C. SAĞLIK BAKANLIĞI, “COVID-19 Nedir ?”, <https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66300/covid-19-nedir-.html>, 23.02.2022.
- TCMB Sektör Raporları, “Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Sektör Bilançoları”, <https://www3.tcmb.gov.tr/sektor/#/tr/N/79/seyahat-acentesi-tur-operatoru-ve-diger-rezervasyon-hizmetleri-ve-ilgili-faaliyetler>, 17.02.2022.
- UĞUR, N. G., & AKBİYİK, A. (2020). “Impacts of COVID-19 on Global Tourism Industry: A Cross-Regional Comparison”, *Tourism Management Perspectives*, 36, 100744: 1-13.
- UNWTO, “Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü”, <https://www.unwto.org/>, 20.02.2022.
- UYSAL, D., & KILIÇ, İ. (2020). “How Do Turkey-Based Travel Agencies Manage the Covid-19 Pandemic Crisis?”, *Turizm Akademik Dergisi*, 7 (2): 339-354.
- WANG, J., YANG, J., IVERSON, B. C., & KLUENDER, R. (2020). “Bankruptcy and the COVID-19 Crisis”, Working Paper (No. 21-041), Harvard Business School, Available at SSRN 3690398.
- XIONG, H., WU, Z., HOU, F., & ZHANG, J. (2020). Which Firm-Specific Characteristics Affect the Market Reaction of Chinese Listed Companies to the COVID-19 Pandemic?”, *Emerging Markets Finance and Trade*, 56 (10): 2231-2242.
- YEŞİLDAŞ, E. (2021). “Detecting Differences Between Financial Distress Method Results And Stock Choosing Performance On Manufacturing Companies Listed On Bist Between 2017-2019”, *Sosyal Bilimlerde Nicel Araştırmalar Dergisi*, 1 (1): 1-17.

Kamu Mali Denetiminin Dijitalleşmesi: Blokzincir Teknolojisinin İncelenmesi

(Araştırma Makalesi)

Digitalization of Public Financial Audit: A Review of Blockchain Technology

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1095833

Abdulkerim EROĞLU

Dr., Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi İ.İ.B.F. Maliye Bölümü

kerym.eroglu@gmail.com

Orcid No: 0000-0003-2680-8844

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Eroğlu, A. (2023). Kamu Mali Denetiminin Dijitalleşmesi: Blokzincir Teknolojisinin İncelenmesi. Alanya Akademik Bakış, 7(1), Sayfa No.187-207.

ÖZET

Anahtar kelimeler:

Mali Denetim,
Blokzincir Teknolojisi,
Akıllı Sözleşmeler,
Hesap Verilebilirlik

Makale Geliş Tarihi:

30.03.2022

Kabul Tarihi:

23.11.2022

Mevcut internet teknolojisinin kullanım yöntemi birtakım riskler barındırmaktadır. Merkezi bir yapıda yapılandırılan uygulamalar siber saldırılara karşı savunmasız kalabilmektedir. Benzer şekilde bireysel hatalar da önemli veri sorunlarına yol açabilmektedir. Bu bağlamda blokzincir teknolojisi, merkezi olmayan dağıtık kayıt yöntemi ve kendine özgü işleyen süreci ile oldukça yenilikçi bir gelişme olarak kabul edilmektedir. Barındırdığı potansiyel, devlet kurumlarının da dikkatini çekmiş ve sınırlı düzeyde bazı girişimler yapılmıştır. Çalışmanın amacı bu kapsamda blokzincir teknolojisinin kamu mali denetiminde nasıl ele alınabileceğinin araştırılmasıdır. Zira yolsuzluk, kamu gücünün kötüye kullanımı, kamu hesaplarının şeffaf olmaması ve denetimde meydana gelen aksaklıklar konunun yenilikçi teknolojilerle çözümünü gündeme getirmektedir. Birçok ülkede görülen bu tür sorunların çözümü ile kamu kaynakların tahsisatında etkinliğin sağlanması, yolsuzlukların önlenmesi, yetki ve takdir sınırlarını belirleyen hesap verilebilirliğin güçlendirilmesi gibi olumlu sonuçların doğumuna katkı sağlanacaktır.

ABSTRACT

Keywords:

Public Financial Audit,
Blockchain Technology,
Smart Contracts,
Accountability

The way of using the current internet technology has some risks. Applications configured in a centralized structure can be vulnerable to cyber attacks, and personal errors can cause data significant problems. In this context, blockchain technology is considered to be a highly innovative development with its decentralized distributed registration method and its unique functioning process. The potential it holds that attracted the attention of government agencies, and some attempts have been made at limited level. In this context, the aim of the study is to explore how blockchain technology can be handled in public financial audit. Because corruption, abuse of public power, the lack of transparency of public accounts, and the administrative disruptions in the audit bring the solution of the issue to the agenda with innovative technologies. The solution of such problems seen in many countries will contribute to the realization of positive results such as ensuring efficiency in the allocation of public resources, preventing corruption, strengthening accountability that determines the limits of authority and discretion.

1. GİRİŞ

Blokzincir teknolojisinin genel anlamda öne çıkan özelliği merkezi olmayan dağıtık kayıt yöntemidir. Adem-i merkeziyet olarak da ifade edilebilecek bu özellik, merkezi otoritelere güvenin olmadığı veya güvenin olmasıyla birlikte denetim mekanizmasının politik etkilerden korunmasını gerektirdiği durumlarda ön plana çıkmaktadır. Nitekim kamu kurumları geleneksel yöntemlerle birlikte bilgisayar ve internet imkanlarından faydalanmaya başlamışsa da bu süreçte farklı riskler ortaya çıkmıştır. Örneğin tüm kamu harcamalarının denetiminin tek bir sunucuda kayıt altında tutulması veya bunların tek taraflı müdahalelere açık olması, kamusal hesap verilebilirliğin ve mali denetimin zedelenmesine yol açacaktır. Diğer taraftan bazı hukuki düzenlemeler başkaca sorunlara yol açabilmektedir. Örneğin, hukuki bir düzenleme ile raporların elektronik ortamda belli bir süre müddetince saklanması zorunlu kılınsa bile, bu sürenin sonunda ne olacağının belirsiz bırakılması sorun teşkil edebilir. Benzer bir başka sorun ise kamu hesap denetimlerinin devam ederken hukuki mecburiyet olarak raporların hazırlanması gereğidir. Bu tür zamansal sorunlarda, rapor hazırlandıktan sonra denetim devam etmekte ve ancak bulgular hazırlanan rapora eklenemebilmektedir. Raporun tamamlanmasıyla birlikte rapor bulgularından hareketle sürdürülen soruşturmalar ve bunların sonuçları raporlardan izlenememektedir. Dolayısıyla mutlak manada bir denetim raporu hazırlansa dahi bunun öncesinin izlenmesi veya daha sonrasında ortaya çıkan gelişmelerin takibi zor olmaktadır. Blokzincirin kendisine has dağıtık yapısı ve blokların değiştirilemez bir şekilde* birbirlerine eklenmesi anılan birçok soruna yönelik önemli çözümler getirebilmektedir.

Yakın tarihteki gelişmeler kapsamında blokzincir teknolojisinin kullanımı incelendiğinde, yasama, yürütme ve yargıyı (hesap yargısı olarak yüksek denetim kurumları dahil) kapsayacak şekilde devlet aygıtının bütünüyle güven yitirmesi veya mevcut geleneksel sistemlerin pahalılığı ve düşük verimliliği bu teknolojinin kullanımında etkin faktörler olarak dikkat çekmektedir. Dolayısıyla neden olan faktörler göz ardı edilerek blokzincir teknolojisinin yadsınması olumlu sonuçlar doğurmayacaktır. Zira piyasa işleyişi etkin, güvenilir ve düşük maliyetli olana yönelme eğilimi gösterir.

Devletlerin blokzincir konusunda bir uyum sürecine girmesi hem kamusal işlerde etkinliğin sağlanması hem de piyasada oluşabilecek sorunlarda veya standartların takibinde/belirlenmesinde (Hagan, 2019: 101) düzenleyici rolünü alması bakımından önem taşımaktadır. Zira merkezi bir otorite (ve bu otoriteden alınacak bir izin) olmaksızın blokzincir teknolojisi üzerinden sürdürülecek faaliyetlerin ihtilaflara yol açması söz konusu olabilecektir. Örneğin, akıllı sözleşmeye bağlı bir işlemin sonucunda, asimetrik bilgi sorunu nedeniyle bir tarafın “sözleşme protokolü” tamamlandıktan sonra mağdur olması söz konusu olduğunda, sorunun yasal mahkemelerde çözülmesi gerekecektir. Böyle bir sorun hem piyasa ekonomisindeki aktörler (alıcı-satıcı) arasında hem de kamusal mal ve hizmet temini sırasında ortaya çıkabilir.

Blokzincir teknolojisi bir vergi güvenlik müessesesi olarak da kullanılabilir. Mükelleflere ait geçmişe dönük vergisel işlemlerin kaynağına kadar takip edilebilmesi ile bu teknoloji hem mükellef için vergi planlama aracı olarak hem de vergi dairesi için inceleme aracı olarak kullanılabilir. Böylelikle kamusal yetkinin suiistimal edilmesinin ve mükelleflerin vergi

* Bir işlemin gerçekleştiği blokta sonra işlem itibarıyla değiştirilemez. Örneğin bir işlem 10. blokta gerçekleşirse ve ardından 6 işlem daha yapılırsa (16. bloğa gelindiğinde) 10. blokta yer alan işlemler değiştirilemez. Bu durum 1 blok öncesindeki tüm işlemler için geçerlidir (Gates, 2017: 7).

ziyana yol açabilecek davranışlarının kısmen engellenmesi mümkün hale getirilebilir. Burada, akıllı sözleşmelerden yararlanılarak “akıllı beyanname” uygulaması geliştirilebilir. Blokzincir teknolojisinin bu alanda kullanılmasının bir diğer avantajı adil vergileme anlayışına yapacağı katkıdır. Zira hazırlanacak protokolün herkes tarafından okunabilir olması ve şartların tüm mükellefler için eşit sonuç doğurması şeklinde kurgulanmasıyla, belli çıkar grupları lehine vergisel imtiyazların sağlanmasının önüne geçilebilecektir.

Blokzincir teknolojisinin kullanımında sağlanabilecek bir diğer kazanım uluslararası vergilemede etkinliktir. Özellikle işletmeler arası yurtdışı ticarete, varış ülkesi prensibinin benimsendiği satış vergilerinde, vergi kaçakçılığına yol açacak çok sayıda yöntemin varlığı vergi gelirlerinin tahminin altında olmasına yol açmaktadır (Allessie, Sobolewski ve Vaccari, 2019: 78). Böyle bir sorunla mücadelede blokzincir teknolojisinin kullanılması *ülkelerarası blokzincir* uygulamalarının benimsenmesini gerektirebilir.

Teknoloji araç kılınaşarak regülasyonların getirilmesi veya akıllı sözleşmelerde olduğu gibi, hukuki/iktisadi sürecin işletilmesi fikri blokzincir teknolojisinin ortaya çıkmasından öncesine dayanmaktadır. Örneğin, Lessig “Code: Version 2.0” isimli çalışmasında, kodu kanun olarak tanımlar (*code is law*). Çalışmasında vurguladığı husus, siber alemin (cyberspace) anarşi değil düzen sağlamak amacıyla kullanılabileceğidir. Anayasalar, kanunlar ve daha alttaki normlar aslında gerçek dünyadaki hukuki kodlardır (Lessig, 2006: 5). Yasa düzenleyici olan kodun† dolaylı etkisi, kanun yaptırımını güçlendirmek ve böylelikle kanunun yaptırımını konusunda kod tabanlı sınırlamalar getirmektir (Lessig, 2006: 64). Bu yönüyle değerlendirildiğinde, blokzincir tabanlı uygulamaların herhangi bir aracıya ihtiyaç olmadan gerçek dünyadaki işlemlerin yürütülebilmesine imkan sağlaması, bunları hukuki kodlar olarak tanımlamayı mümkün kılar.

Blokzincir teknolojisi piyasa ve kamu sektörü geleneksel iş modelleri için yıkıcı değil, kurucu niteliği olan bir teknolojidir. Ekonomik ve sosyal sistemler için temeller oluşturması dolayısıyla etkisi büyük olacağı gibi mevcut yapının içine girmesi de uzun vadede gerçekleşecektir (Iansiti ve Lakhani, 2017: 122). Bununla birlikte, blokzincir teknolojisi resmi devlet kurumları, sivil örgütler, medya veya özel girişimler düzeyinde çeşitli vesilelerle kullanılmaya başlanmıştır. Hükümetler para arzı, oylama, devlet yardımlarının dağıtılması ve vergi toplama gibi merkezi devlet fonksiyonları konusunda bu teknolojinin nasıl kullanılabileceğini araştırmaktadır (Shrier, 2020: 98).

Çalışmanın birinci kısmında blokzincir teknolojisi tanıtılmakta ve teknik yapısı ile kamusal karar verme süreci arasındaki ilişkisi incelenmektedir. İkinci kısımda blokzincirin önemli bir ürünü olan akıllı sözleşmeler ele alınmakta ve bunların kamusal niteliği tartışılmaktadır. Üçüncü kısımda blokzincir teknolojisinin kamusal örnekleri incelenmektedir. Son kısımda ise mali denetim kapsamında blokzincir teknolojisinin kullanılabilirliği değerlendirilmektedir.

2. BLOKZİNCİR TEKNOLOJİSİ

2.1. Kavramsal Boyut

Blokzincir; bilgisayarlar tarafından meydana getirilen bir ağla kaydedilen işlemlerin yer aldığı defter-i kebir (ledger) veya kronolojik veri tabanı olarak tanımlanabilir. Blokzincir terimi, bu işlemlerin bloklar halinde gruplandırılmasını ifade eder ve bu blok zinciri; blok zincirinin başlangıcından bu yana kabul edilen [onaylanan] işlem geçmişini oluşturur. Böyle bir blok

† Yazar burada bilişim/internet alanındaki gelişmeleri düzenleyecek bir kodun, düzen sağlamaya yönelik getirilen bir yasa gibi işlevsel olacağına göndermek yapmaktadır.

zincirinde herkes kendi özel şifreleme anahtarı ile imzaladığı yeni bir kayıt veya değişiklikle blok zinciri defterine güncelleme sağlayabilir (Peters ve Panayi, 2016: 241).

Blokzincir kavramı ilk olarak Satoshi Nakamoto tarafından kaleme alınan “Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System” isimli çalışmada kullanılmıştır. Nakamoto, blokzinciri; yapılan her işleme ait bilginin ağdaki katılımcılar tarafından kaydedildiği ve paylaşıldığı dağıtılmış bir veri yapısı olarak tanımlamaktadır[‡] (Tanrıverdi, Uysal ve Üstündağ, 2019: 204). Geleneksel veri tabanları ile blokzincir arasındaki temel fark; blokzincirin yeni kayıt ekleme, bilgilerin doğrulanması ve dağıtılması işlemleri için (peer-to-peer) P2P ağı üzerinde mutabakat kurallarına dayalı çözümler sunan geliştirilmiş bir veri tabanı olması olarak gösterilmesidir (Tanrıverdi, Uysal ve Üstündağ, 2019: 204).

Blokzincir teknolojisine benzer fikirlere dayanan ve sanal paraların oluşturulmasına yönelik olan girişimler 1980’ler, 1990’lar ve 2000’li yıllarında başında denenmiş veya bir fikir olarak ileri sürülmüştür. Ancak fikirler güçlü bilgisayar desteğinden ve güvenlikten mahrum olmaları dolayısıyla başarısızlıkla sonuçlanmıştır. Nakamoto’nun getirdiği fikir ise işlemleri her on dakikada bir blok halinde birleştiren düğümlerle[§] (node) sürekli büyüyen blokzincir ile düğümlerin sisteme katılım hakkını elde ettiği iş kanıtı mekanizmasını (proof of work) merkezi olmayan bir protokolle birleştirmek olmuştur. Böylelikle bilgisayar gücü artırılarak oransal olarak daha büyük etki meydana getirilmiştir. Bu da daha önceki fikirlerde meydana gelebilen, örneğin bir saldırganın bir sunuda veya botnet ile binlerce simüle edilmiş düğüm oluşturabilmesi^{**} gibi güvenlik sorunlarına çözüm getirmiştir (Buterin, 2014: 3).

İş kanıtı ilk defa 1996 yılında kriptograf Adam Back tarafından test edilmiştir. Back, istenmeyen elektronik postalara (junk e-mail) karşı iş kanıtı mekanizmasını oluşturmuştur. Böylelikle bir elektronik postanın üzerinde ne kadar uğraşıldığı ve ne kadar sürede hazırlandığına göre gelen kutusuna girmesi öngörülmüştü. Dolayısıyla spam posta gönderenler, bu postaların ulaşılabilmesi için normal bir posta şeklinde zaman harcayarak hazırlamaları gerekmiştir. Ancak bu dönemde spam posta sayısının ve genel olarak elektronik posta kullananların görece az olması bu sistemin yaygınlaşmasına engel olmuştur (Wang, 2018:17).

Blokzincir temelde izinsiz/izin gerektirmeyen (permissionless) blokzincir ve izinli/izin gerektiren (permissioned) blokzincir olarak iki kategoriye; izinli blokzincir de kendi içinde herkese açık (public) blokzincir ve özel (private) blokzincir olarak iki alt kategoriye ayrılmaktadır. Herkese açık blokzincirde herkes blokzincir işlemlerine başvurabilir ve bunları okuyabilirken özel blokzincirde bu izin kuruluş veya kuruluş grubu içindeki kullanıcılarla sınırlıdır (Peters ve Panayi, 2016: 243).

Sınıflandırmada karma bir yöntem olarak konsorsiyum blokzincir kategorisi de bulunmaktadır. Bu kategoride doğrulama ve uzlaşma işlemlerinde karar vericiler önceden belirlenmiş bir gruptur. Blok doğrulaması bir bloğun sadece yetkili düğümler tarafından imzalanması (çoklu

[‡] Bu bakımdan blokzincir teknolojisinin ilk uygulaması Bitcoin’dir (Chai ve Zhu, 2016: 4).

[§] Düğüm, ağı (network) oluşturmak için diğer düğümlerle etkileşime giren ağın ayrı üyesidir. Bir düğüm, blokzincir uygulamasını çalıştıran ve bütün blokzinciri depolayan herhangi bir bilgisayardır. Düğümler ağdaki eşler (peer) arasında yeni bloklar talep eder, bunları doğrular ve yayınlara. Düğümlerin uyumlu yazılımı çalıştırmaları durumunda konsensüs sağlanmış olur. Bu sebeple düğüm sayısının çok olması, ağın kötü niyetli veya rastgele kaynak kodu değişikliklerinden, tekrarlayan düzenlemelerden ve diğer protokol değişikliklerinden korunması bakımından çok önemlidir (River Financial, 2021).

^{**} Blokzincirin uzunluğu en geniş işlemci (CPU) havuzundan gelir. Dolayısıyla düğümler tarafından kontrol edilen işlemci gücünün büyük kısmı ağa saldırmak üzere işbirliği yapmadıkları müddetçe zincir uzayacak ve saldırganlara engel olunacaktır (Mougayar, 2016: 3).

imza şeması) ile geçerli olabilmektedir. Ağın herkese açık mı olacağı veya sınırlı mı olacağına; ağda kimlerin veri okuma ve yazma işlemi yapabileceğine konsorsiyum tarafından karar verilir. Blokzincirler herkes tarafından okumaya açık olabileceği gibi sınırlandırılmış da olabilir. Ancak konsensüs işleminin tamamlanması için salt çoğunluğu oluşturan düğümlerin onayı aranabildiği gibi önceden belirlenen çoğunluk şartı getirilebilir. Örneğin 10 katılımcı/düğüm varsa bunların 7'sinin veya 6'sının onayını gerektiren bir kural getirilebilir (Bambara ve Allen, 2018: 14, 174).

İzinli blokzincirde katkı sağlayanlar izne bağlı olanlar iken kayıtların izlenebilmesi herkese açık hale getirilebilir. Burada genellikle “*yetki kanıtı*” (Proof of Authority - PoA) yöntemi kullanılmaktadır. PoA yönteminde kullanıcı kimliklerinin bilinmesi ve onaylanması gerekmektedir. Ayrıca yeni bloklar kullanıcı izni ile dikte edilerek yayımlanabilmektedir (OECD, 2018). Bu bağlamda blokzincirin yapısı ve türleri göz önüne alındığında, kamu sektörü için kullanışlı olanın izinli blokzincir olacağı ifade edilebilir.

Çalışmanın konusu itibarıyla önem taşıdığı düşünülen izinli-özel blokzincirin faydaları ise şunlardır (Bambara ve Allen, 2018: 175):

- Okuma izni sağlanması durumunda özel (private) bir blokzincir gizliliği sağlar. Bu husus okuma iznine sahip olanlar ile hem okuma hem doğrulama/onaylama yetkisine sahip olanların farklı kişiler/düğümler olabileceği anlamına gelir.
- Konsorsiyum veya özel kuruluş, bir blokzincirin kurallarını değiştirerek işlemleri geri almalarına, bakiyelerini değiştirmelerine (düzeltmelerine) vb. izin verebilir. Bu daha ziyade kusurlu işlevselliği düzeltmek için hazırlanan yamalar (patches) kapsamında olur.
- Madencilerin veya doğrulayıcıların kimlikleri bilinir, tanımlanır ve tanınırlar. Bu nedenle kötü aktörlerin gizli anlaşmalarından kaynaklanan yüzde 51'lik saldırı riski bulunmaz veya olsa dahi kolaylıkla tanımlanarak bunlara müdahale edilir.
- Herkese açık (public) ağdaki her düğüm yerine yalnızca sınırlı sayıda güvenilir ve tanımlanmış düğüm tarafından doğrulanmaları gerektiğinden işlemler daha ucuzdur. Herhangi bir işlem ücreti olması gerekmez. Doğrulayıcı bir düğüm çalıştırmak gerekli olsa bile halka açık ağlara kıyasla düşük bir işlem ücreti yeterli olacaktır. Doğrulayıcı düğüm, dağıtık hizmet reddi (Distributed Denial of Service – DDoS) saldırılarına karşı koruma sağlayabilir.
- Konsensüs daha küçük bir grup arasında çok daha hızlı elde edilebilir.

2.2. Teknik Boyut ve Kamusal Karar Verme Süreci

Oyun teorisi kapsamında değerlendirilen Bizanslı Generaller Problemi^{††} (Byzantine Generals Problem) blokzincir teknolojisinin getirdiği çözümle “güven” çerçevesinde ele alınmaktadır. Tarihte kullanılagelen “para” Bizanslı Generaller Probleminin en önemli örneğini oluşturmaktadır. İşlevini yitirdiği döneme kadar altın gibi uluslararası ticarete kabul gören metallere sonra devletler tarafından basılan kağıt paralar tamamen o devletin [merkezi hükümet veya merkez bankasının] otoritesine dayanmıştır. Ancak burada önemli sorun bu otoriteye neden güvenileceği konusundadır. Çünkü bu otoriteler paranın değerini düşürebilme veya sınır olmadan ihraç edebilme gibi yetkilerle bu güveni boşa çıkarabilmektedir. Dolayısıyla

^{††} Bizanslı Generaller Probleminde bir şehre saldırmak isteyen ve ancak birbirleri arasında güvenli haber kanalı olmayan generaller tasvir edilmektedir. Çünkü birbirlerine gönderdikleri bilgiler düşmanlar tarafından ele geçirilmiş veya değiştirilmiş olabilir. Generaller aynı anda saldırırlarsa şehri ele geçirecekler ancak farklı zamanlarda saldırırlarında ise bozguna uğrayacaklardır. Eğer merkezi bir otorite olsa ve tüm generallerin saldırı zamanını belirlese sorun çözülecektir. Bu durumda tesis edilen “güven” sadece bir mecburiyete dayalı olacaktır.

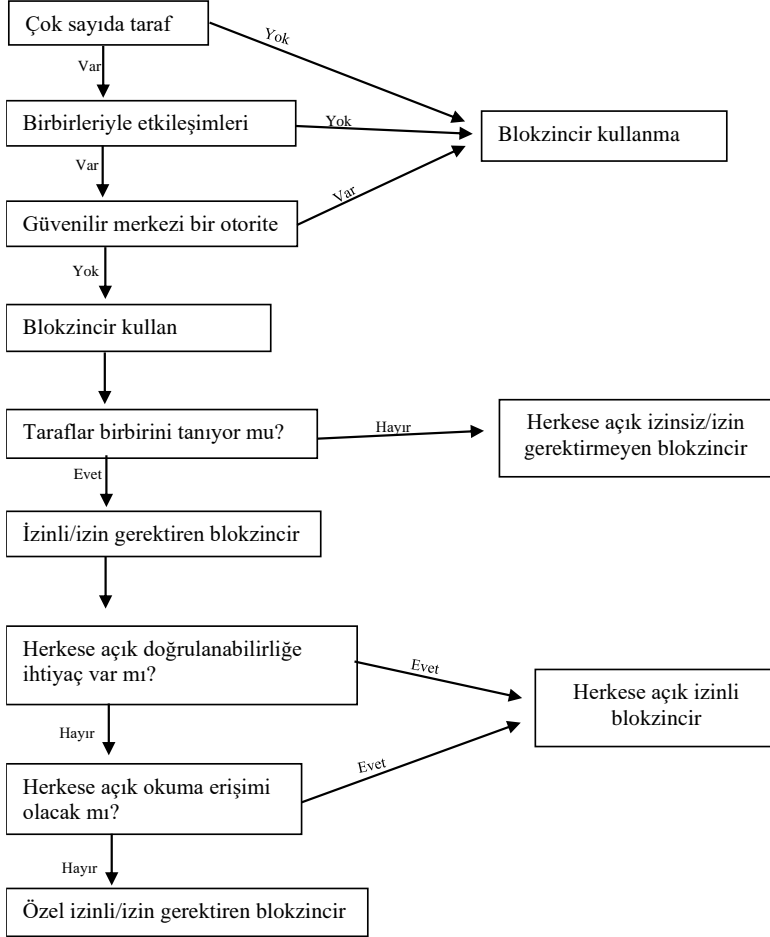
tesis edilen bu ilişki güven üzerine değil, güvensiz ancak zorunlu bir kabul olarak değerlendirilmektedir (Mougayar, 2016: 33-34).

Dağıtık defterler temel açıdan bilgilerin/verilerin birden fazla düğüm arasında kaydedilmesini sağlamak ve bunların merkezi bir birim veya otorite tarafından değiştirilmesini veya silinmesini engellemeyi tasarlamaktadır. Zira mevcut yöntemler merkeziyetçi olmakla birlikte yoğun siber saldırılar karşısında korunmasız kalabilmekte veya sisteme erişimi olanlar tarafından suiistimal edilerek yasadışı işlemler yapılabilmektedir.

Blokszincir teknolojisinde *güvenirlilik* önemli bir kazanımdır. Her bir blok içinde önceki blokların dönüştürülerek (hashing) yer alması ilk bloktan itibaren tüm işlemlerin izlenebilmesine imkan verir. Önceki blok işlemleri “hash” özetini değiştirdiğinden (Lee, 2019: 11) ara işlemler yoluyla sistemi aldatmak mümkün değildir. Örneğin yirmi bloktan oluşan zincirin beşinci bloğuna gidilerek orada veri veya işlem değiştirilmesi durumunda altıncı bloktan itibaren tüm zincirde değişiklik meydana gelecektir. Ancak bu değişikliğin dahi düğümler tarafından onaylanması ve doğrulanarak uygun bulunması gerekecektir.

Kodların oluşturulması sürecine ve test uygulamalarına yeteri kadar önemin verilmesi gerekmektedir. Zira kodlardan bir tanesinde dahi bir hatanın olması fark edilemeyen veya istenmeyen sonuçlara yol açabilir. Bir hatanın baştan yapılmaması ile sonradan fark edilmesi arasında fark vardır. Nitekim sonradan fark edilen bir hatanın düzeltilmesi sırasında diğer düğümlerin bunun bir hata olduğunun kabulü sorunu ortaya çıkabilir. Başka bir deyişle, bunun bir hata olduğuna düğümlerin ikna edilmesi gerekir. Bu bakımdan blokszincir teknolojisinin mahiyeti itibarıyla, sorunu çözmeye yönelik değişikliğin diğer düğümler tarafından onaylanması gerekir (Park vd., 2021: 3).

Blokszincir teknolojisinin kullanımına karar vermek için uygulanması istenen alanda gerekli olup olmadığı konusunda karar vermek gerekmektedir. Nitekim bazı alanlarda veya şartlarda blokszincir teknolojisinden faydalanmak rasyonel veya etkin sonuçlar doğurmayabilir. Bu bağlamda aşağıdaki grafikte karar verme süreci değerlendirilmektedir.



Grafik 1. Blokzincir Platformu Karar Verme Süreci

Kaynak: El Ioini ve Pahl, 2018: 281.

Kamusal düzeyde, blokzincir teknolojisi oylama sistemleri, vergi toplama, pasaport verme, tapu kayıtlarını kaydetme, hibe veya diğer yardımların izlenmesi ve kontrolünde kullanılabilir. Ancak henüz yeni olması dolayısıyla birçok kamusal sektörde uygulanması vakit alacağı düşünülmektedir (Corrales, Fenwick ve Haapio, 2019: 3, 6). Dolayısıyla blokzincir teknolojisinin kullanım alanlarından birinin kamu harcamalarında hesap verilebilirliğin olması söz konusu olabilir. Bu bağlamda yukarıdaki karar verme süreci şu şekilde ele alınabilir:

- Yasama, yürütme, yargı ve bürokrasi bir bütün olarak kamu harcamalarının belirlenmesinde ve gerçekleşmesinde etkili olmaktadır. Genel yönetimin “birçok farklı idareden” oluşması da bu anlamda değerlendirilir. Harcama yetkisi veren parlamento ve yerel idare meclisleri, harcama yetkisini kullanan harcamacı birimler ve bunu denetleyenler çok sayıda tarafın olduğunu ve bunların bütçeleme süreci boyunca “birbirleriyle etkileşim içinde” olduklarını gösterir.

- Yukarıdaki karar verme süreci dikkate alındığında temel sorunlardan birinin hükümetlerin “güvenilir bir merkezi otorite” olup olmadıklarıdır. Ancak bize göre bunun bir önemi yoktur. Zira güvenilir bir otoritenin varlığı, denetim kurumlarının etkin çalışması ve hesap verilebilirliğin şeffaf bir zeminde gerçekleşmesine bağlıdır. Blokzincir teknolojisi bu alanda yapacağı (belgelerin ve raporların geri döndürülmez şekilde kayıt altına alınması ve bu kayıtların dağıtık birimlerde depolanması, işlemlerin anlık izlenebilmesi, hata düzeltme geçmişlerinin görülebilmesi, tüm paydaşların süreç hakkında bilgi edinebilmesi gibi) potansiyel katkılar ile merkezi otoritenin güvenilirliğini arttıracaktır. Diğer taraftan güvenilir bir otoritenin varlığı ancak şeffaf bir mali denetim ile mümkün hale getirilebilir.

- Blokzincirin kullanılmasına karar verilmesinden sonra kamu kurumları arasındaki ilişki göz önünde bulundurularak hangi yöntemin benimseneceğine ve protokolün nasıl izlenebileceğine karar vermek gerekmektedir. Yukarıdan aşağıya doğru ve en az yüzde 51 oranında doğrulanabilirliğe ihtiyaç duyulan, tüm düğümlerin okumaya izni olduğu, herkese açık olmayan ve katılım için izin gerektiren bir protokolün kamusal mali denetim için uygun olacağı düşünülmektedir.

Blokzincir platformunda oluşturulan defterlere erişim sadece güvenilir taraflara sağlanabilir. Böylelikle bürokratlara, dikkate aldıkları verilerin güncel, kesin ve manipüle edilmesi neredeyse imkansız olduğuna dair güvence verilebilir (Arun, Cuomo ve Gaur, 2019: 30). Resmi verilere, evraklara erişim hakkı olanların bunları değiştirerek kamu zararına yol açmaları, kişisel çıkar sağlamaları geleneksel yöntemlerle mümkün olabilmektedir. Blokzincir teknolojisinin çalışma (kayıt ve onay süreci) yöntemi ve verilerin ortadan kaldırılamaması gibi özellikleri kamusal sahtekarlıkların önüne geçmeye imkan sağlayabilir.

3. BLOKZİNCİRİN DEVRİMSEL ÜRÜNÜ: AKILLI SÖZLEŞMELER

3.1. Ortaya Çıkışı ve Özellikleri

Satoshi Nakamoto *Bitcoin blokzincirini* ilk defa oluşturduğunda aynı anda radikal ve test edilmemiş iki konsepti tanıtmıştır. Birincisi Bitcoin’in kendisinin meydana getirdiği parasal değer ve bunun ihtiva ettiği özelliklerdir. İkinci önemli konsept ise işlemlerin sırasına ilişkin halka açık anlaşmaya imkan veren iş kanıtı (proof of work – PoW) tabanlı blokzinciridir. Yaygın olarak atıfta bulunulan varlıklar arasında özel para birimleri ve finansal araçların (colored coins), fiziksel bir ürünün mülkiyeti (smart property), alan adları (domain) gibi değiştirilemez varlıklar (namecoin) ile merkezi olmayan takas, finansal türevler ve kimlik kartları gibi daha da gelişmiş uygulamalar yer almaktadır. Ancak bir diğer önemli araştırma alanı da dijital varlıkları önceden belirlenen kurallara göre otomatik olarak harekete geçiren/taşıyan akıllı sözleşmelerdir (Buterin, 2014: 1). Bitcoin tek yönlü bir blokzincir teknolojisi kullanırken blokzincir sadece finansal işlemlerin değil, değeri olan herhangi bir şeyi transfer etmek ve kaydetmek için kullanılabilir (Gates, 2017: 3).

Ethereum ilk olarak 2013 yılında çıkmıştır. Bitcoin’den daha esnek ve farklı olsa da blok ve madencilik konusunda aynıydı. Ancak en büyük farklılık akıllı sözleşmelerin ortaya çıkmasıydı. Akıllı sözleşmelerin arkasındaki fikir birçok farklı program veya uygulama çalıştırılmasına imkan veren daha fazla dağıtık işletim sistemi yapmaktı. İlk olarak para birimi şeklinde optimize edilen Bitcoin blokzinciri yerine Ethereum blokzinciri çok amaçlı şekilde inşa edildi (Shrier, 2020: 23). Akıllı sözleşmeler başta olmak üzere çok çeşitli merkezi olmayan uygulamaların (decentralized application – DApp) hazırlanmaya başlamasına olanak vermesi ile bu dönem Blokzincir 2.0 olarak adlandırıldı. Bu dönem aynı zamanda geleneksel finansal sisteme önemli alternatifleri içeren “merkezi olmayan finans” (decentralized finance – DeFi) kapsamında çok sayıda ürünün çıkmaya başladığı dönem olmuştur.

Ethereum merkezi olmayan uygulamaların devreye sokulabileceği *merkezi olmayan bir platformdur*. Ethereum’da Solidity, LLL ve Serpent programlama dilleri kullanılarak akıllı sözleşmeler oluşturulmaktadır. Akıllı sözleşmeleri devreye sokmak veya yöntemlerini talep etmek için Ethereum’um iç para birimi olan *ethere* ihtiyaç duyulmaktadır. DApp’ler bir veya daha fazla akıllı sözleşme kullanılarak oluşturulur. Akıllı sözleşmeler, herhangi bir kesinti, sansür, dolandırıcılık veya üçüncü taraf ara yüzü gibi olasılıklar olmadan tam olarak programlandıkları şekilde çalışırlar (Prusty, 2017: 25).

Akıllı sözleşme, Ethereum Sanal Makinesi’nin (Ethereum Virtual Machine - EVM) blokzincirde yürütülmesini sağlayan bir koddur. Programlama dilini kullanması bakımından diğer sanal makinelerle aynı olan EVM; “*hesaplar*” olarak adlandırılan milyonlarca nesneyi içeren büyük ve merkezi olmayan bir bilgisayar olarak tanımlanabilir. Bu hesaplar dahili veri tabanları ve yürütme kodları içerebilir ve diğer hesaplarla konuşabilir [iletişime geçebilir]. Akıllı sözleşmenin kendisi de bir hesaptır. EVM, harici olarak sahip olunan (externally owned accounts – EOA) ve bir kullanıcı aracılığıyla özel anahtarla kontrol edilen hesapların diğer bir hesaba ether ya da mesaj göndermesine imkan verir (Beck, 2018: 56).

Akıllı sözleşmelerin özellikleriyle ilgili olarak şunlar ifade edilebilir (Mougayar, 2016: 61-62):

- Akıllı sözleşmeler *Ricardian Sözleşmeden* farklıdır. Ricardian Sözleşme benzer dijital işlemlere sahip olsa da beklenti sözleşme devreye girmeden taraflarca sözleşmenin amacının anlaşılmasıdır. Akıllı sözleşmelerde ise karşılıklı yükümlülüklerin yerine getirilmesi sağlanır.
- Akıllı sözleşmeler hukuki bir metin değil ancak bilgisayar programıdır. Bununla birlikte sözleşme faaliyetlerinin sonuçları yasal düzenlemenin bir parçası haline getirilebilir.
- Akıllı sözleşmelerde yapay zeka (Artificial Intelligence – AI) yoktur. Akıllı sözleşmeler blokzinciri çalıştıran iş mantığını temsil eden yazılım kodudur. Bunlar diğer verileri değiştirmelerine izin veren bazı harici veriler tarafından tetiklenirler. Bu bakımdan AI’dan ziyade *olay odaklı bir yapıya* daha yakındırlar.
- Akıllı sözleşmeler blokzincir uygulamaları ile aynı değildir. Genellikle bir blokzincir uygulamasının parçasıdır. Belli bir uygulamaya yönelik birkaç sözleşme olabilir. Örneğin, akıllı sözleşmede yer alan belli şartlar yerine getirildiğinde program veri tabanının güncellenmesine izin verebilir.
- Akıllı sözleşmelerin hazırlanması özel akıllı sözleşme dili (Ethereum’s Solidity gibi) ile yapılmaktadır. Ancak “*oracle*”^{**} adı verilen yapı ile ileri derece akıllı sözleşme uygulamalarının hazırlanması mümkündür.
- Akıllı sözleşmeler birçok alanda kullanılabilir. Bunun en çarpıcı alanı DeFi ürünleridir.

Akıllı sözleşmelerin önemli bir özelliği ve avantajı geleneksel yöntemlere göre daha az maliyetli olmasıdır. Geleneksel bir sözleşmenin hazırlanması ve yürütülmesinin maliyeti son altı yılda yüzde 38 oranında artış gösterdi. 2025 yılında hukuk hizmetleri piyasasının 900 milyar doları geçeceği öngörüldüğü (Statista, 2020) dikkate alındığında akıllı sözleşmelerin toplam tasarruflar üzerindeki etkisi daha iyi anlaşılır (Arun, Cuomo ve Gaur, 2019: 21).

3.2. Kamusal Niteliği

Akıllı sözleşme modeli temel bilgiler, kayıt türü, temel ve gelişmiş işlemler olmak üzere dörde ayrılır. Erişim kontrolü ve çoklu imza işlemleri gelişmiş işlemler arasında yer almaktadır. Erişim kontrolü ile kullanıcıların bazı işlemleri sınırlandırılmaktadır. Örneğin kamusal siciller

** Oracle, akıllı sözleşmelere eyleme geçirilebilir bilgiler gönderen veri kaynağıdır.

herkes tarafından okunabilir olsa da sadece yetkili devlet kurumlarına bu sicillerin eklenmesi veya güncellenmesi konusunda izin verilir. Çoklu imza ise akıllı sözleşme işleminin başlaması için çok sayıda tarafın ortak imza vermesini gerektirmektedir. Kamusal sicil örneğinde olduğu gibi, bir kaydın silinmesi veya güncellenmesi için yetkilendirilen tüm otoritelerden izin almak gerekmektedir (Xu, Weber ve Staples, 2019: 166).

Politik hesap verilebilirlik de akıllı sözleşmeler kapsamında değerlendirilmektedir. Seçilen temsilcilerin akıllı sözleşmeler yoluyla seçmenlerine karşı sorumlulukları otomatik ve şeffaf hale gelebilir (Tapscott ve Tapscott, 2018: 383). Akıllı sözleşmelerin, belirli şartların yerine gelmesi ile kendiliğinden işlemeye başlaması, bunların kalıcı olması, şartların geri alınamaması (değiştirilse dahi önceki şartlar ortadan kaybolmaz) ve sürecin (okuma izni kapsamında) tüm düşümler (vatandaşlar) tarafından takip edilebilmesi politik hesap verilebilirliği destekleyen başlıca hususlar olarak ileri sürülebilir.

Akıllı sözleşmelere ilişkin kod bir kez oluşturulduktan sonra artık değiştirilemez. Bu bağlamda kamusal hesap verilebilirlikte kullanılacak verilerin öncelikle standartlaştırılması gerekmektedir. Standardizasyon; uyumluluğu, birlikte çalışabilirliği, güvenliği, tekrarlanabilirliği ve kaliteyi artırır (Antipova, 2018: 4). Kodun yazılması ve belirlenen şartların tanımlanması sonrasında şartların yerine getirilmesine göre sözleşme kendiliğinden sürdürülecektir. Örneğin bir kamu kurumu, ihalenin nasıl sonuçlanacağı kanuni düzenlemeler çerçevesinde önceden belirlenen bir ihaleye çıkacaktır. Kanuni düzenlemelerin bu süreçte değiştirilmediği varsayıldığında, hazırlanacak akıllı sözleşme ile ihalenin hazırlanmasından ve sonuçlanmasına, işin tamamlanmasından ve ödemenin yapılmasına kadar tüm süreçte kurallar belirlenir. İhalenin, kanuni düzenlemelere göre belirlenen şartlarını sağlayan istekliye verileceği akıllı sözleşmede belirtilirse bu şartları sağlayan kişi ihaleyi almış olacaktır. İhalenin verilmesinden sonra yapılacak iş ve ödeme de şartların yerine getirilmesine göre kendiliğinden yapılacaktır. Dolayısıyla süreç değiştirilemez şekilde kaydedileceğinden ve ihale şartlarının yerine getirilmeden ödemelerin yapılamayacağından hesap verilebilirlik, kamu kaynağının etkin kullanımı ve şeffaflık sağlanmış olacaktır.

Sözleşmelere bağlı düzenlemelerin meydana getirebileceği ahlaki (moral) veya operasyonel olumsuzluklar temelde asimetrik enformasyondan kaynaklanır. Asimetrik enformasyon kaynaklı bu sorunlar blokzincir teknolojisi ile çözülebilir. Zira akıllı sözleşmelerin daha açık ve kendiliğinden yürürlüğe girme (self-executed) özelliğinde olması tüm tarafların enformasyona ulaşmalarını mümkün hale getirmektedir. Kamusal fonların kamu kurumları arasında veya kamudan özel kuruluşlara aktarılması işlemlerinde akıllı sözleşmelerin kullanılabilir olması, anılan olumsuzlukların giderilmesi ve şeffaflığın sağlanmasına yardımcı olacaktır (Souza, Luciano ve Wiedenhöft, 2018: 2).

4. BLOKZİNCİR UYGULAMALARI

Blokzincir teknolojisi ile kamusal birçok alan geliştirilebilir. Sağlık, savunma, eğitim ve maliye gibi alanlar buna örnek olarak verilebilir. Sorumluluk ve hesap verilebilirlik düzeyinde dikkate alınacak en önemli husus geriye dönük yapılacak değişikliklerin veya belge kayıplarının önüne geçmek olacaktır. Zira yapılacak tüm değişiklikler ancak (izinli blokzincirde) yetkilendirilmiş organizasyon/birim veya kişi tarafından yapılabilecektir. Yapılan bu değişiklikler varlığını daha önceki bloklarda devam ettirecektir. Dolayısıyla gerçekleşen iş ve eylemler itibarıyla yetki ve sorumluluğun açık olduğu, sürecin tüm aktörler tarafından izlenebildiği bir süreç gerçekleştirilecektir.

Blokszincir teknolojisi ele alınırken çoğunlukla kripto paraya atfı yapılmaktadır. Kamu kesimi kapsamında merkez bankaları, bütçe açıkları ve siyasi güven konuları kapsamında dahi bir takım senaryolar kripto paralar üzerinden ele alınmaktadır (Wang, 2018: 90). Ancak blokszincir teknolojisi ağırlıklı olarak özel sektörle ilgili olmakla birlikte çok sayıda kamusal alanda da kullanım imkanı barındırmaktadır (OECD, 2018):

Kimlik: Yerleşimciler ve vatandaşlar için kimliklerin çıkarılması ve bunlarla ilgili gelişmelerin izlenmesi (doğum sertifikaları, evlilik cüzdanları, vizeler, ölüm kayıtları).

Kişisel kayıtlar: Sağlık veya sigorta raporları.

Tapu sicili: Gayrimenkulle ilgili detaylar ve tarihi dokümanlar ile mülklerle ilgili işlemler.

Tedarik zinciri yönetimi ve envanter oluşturma: Bir varlığın yapılışından itibaren, transferinin, satın alınmasının ve envantere girmesi sürecinin izlenmesi.

Sosyal yardımlar: Sosyal güvenlik, tıbbi yardım ödemeleri, ulusal ve uluslararası yardımlar. İleriye dönük/otomatik ödemeler akıllı sözleşmelerle otomatikleştirilebilir.

Sözleşme ve tedarik yönetimi: Tedarikçilere ödemenin yapılması ve bunun izlenmesi, satın alma taahhütlerinin ve işlemlerin yönetimi, takvim performansının izlenmesi. Bu kamu harcamalarının şeffaf olmasına imkan verir.

Oylama: Yeni dijital oylama yöntemlerinin etkinleştirilmesi, uygunluğu sağlama, doğru sayım ve denetim (sandık hilelerinden sakınmak gibi).

Kurumlar arası sürecin düzene girmesi: Blokszincir ve akıllı sözleşmeler işlemleri otomatikleştirebilir ve bilgi alışverişini geliştirebilir. Böylece her birime kendi misyonuna daha fazla odaklanma imkan tanır.

Blokszincir teknolojisinin uygulama alanları ABD, AB, Japonya, Çin, Dubai, Gürcistan, İsveç, Meksika, Estonya, Singapur, Papua Yeni Gine, Afganistan ve Lüksemburg'da denenmeye başlamıştır. Uluslararası düzeyde ise IMF, Dünya Bankası ve Birleşmiş Milletler'de blokszincir teknolojisine yönelik araştırmalar devam etmektedir. Blokszincir teknolojisinin farklı ülkelerdeki kamusal sektörlerde başlanan pilot uygulamaları şunlardır:

- Papua Yeni Gine ve Afganistan (Taliban hükümetinden önce başlatılan bir girişim olarak) kamu harcamalarında şeffaflık sağlamak adına (amaç yabancı ve dondurulan yardımları elde etmektir) blokszincir teknolojisinden faydalanmak üzere blokszincir girişimi olan Neocapita ile çalışmaya başlamıştır (Casey ve Vigna, 2018: 210).

- Arizona Eyaleti, üniversite öğrencilerinin kayıtlarının kurumlar arasında paylaşılması için blokszincir tabanlı platform kullanmaya başladı (McKenzie, 2019). HB 2417 numaralı düzenleme kapsamında blokszincir teknolojiyle güvenli hale getirilen imzalar ve akıllı sözleşmeler, elektronik form ve elektronik kayıt olarak kabul edilerek yasal hale getirildi^{§§} (HB 2417, 2017).

- Singapur'da kamusal destekle oluşturulan Singapur Blokszincir Yenilik Programı (Singapore Blockchain Innovation Programme) kapsamında özel sektör odaklı çözümler getirilmektedir^{***} (sbip.sg).

^{§§} Benzer bir uygulama özel bir üniversite olan Lefkoşa Üniversitesinde yapılmıştır. Akademik sertifikalara erişim ve bunların onaylanması işlemleri için -Bitcoin tabanlı- blokszinciri kullanılmaktadır (Olmes, 2016: 261).

^{***} Girişimin kamusal destekli olması dolayısıyla çok sayıda yatırımcı Singapur'u tercih etmektedir. Ayrıntılı bilgi için bkz. Ruehl, 2021.

- Malta hükümeti akıllı sözleşmeler dahil her türlü blokzincir girişiminin desteklenmesi için yasal (Yenilikçi Teknoloji Düzenlemeleri ve Hizmetleri Kanunu - Innovation Technology Arrangements and Services Act) ve kurumsal (Malta Dijital Yenilik Dairesi – The Malta Digital Innovation Authority) düzenlemeler yapmıştır (International Trade Administration, 2021).
- İsviçre'nin Zug kentinde yerel seçimler blokzincir teknolojisi kullanılarak başarılı şekilde gerçekleştirmiştir (test düzeyinde) (Wey, 2018). Benzer girişimler Rusya ve Japonya'da da yapılmıştır (Park vd., 2021: 2).
- Brezilya'da geliştirilen Mudamos+ blokzincir platformu ile vatandaşların onaylanmış doğrulukla oy vermeleri mümkün hale getirilmiştir (Megchelen, 2021: 27).
- Almanya'nın Kuzey Rhein-Westphalia Eyaleti, vatandaşların eyalet tarafından NRW-Portal aracılığıyla yayınlanan tüm verileri doğrulamak için blokzincir teknolojisini kullanmalarını sağlamaktadır. Thüringen Eyaleti Maliye Bakanlığı ise Bundesdruckerei (kimlik kartları ve pasaport gibi yasal belgeleri hazırlayan daire) ile birlikte insanların kişisel verilerine erişmesine izin verecek bir kimlik doğrulama konsepti üzerinde çalışmaktadır (Megchelen, 2021: 39).
- Hollanda'da Ekonomik İşler ve İklim Politikası Bakanlığı, blokzincir teknolojisinin güvenilirliğini, enerji tüketimi açısından sürdürülebilirliğini belirlemek ve en iyi kullanım alanlarını keşfetmek için özel bir blokzincir birimi oluşturmuştur (Vilner, 2018). Bu çerçevede sosyal güvenlik, inşaat izinleri gibi çevresel kanunlar ve diğer birçok yasal kamu hizmeti başarılı şekilde dijitalleştirilmiş ve otomatikleştirilmiştir. Devlet, yasal süreçler ve prosedürleri iyileştirmek için blokzincir teknolojisi denemelerinde oldukça aktif bir tutum sergilemeye devam etmektedir (Timmer, 2019: 158).
- Çin'in Chancheng bölgesinde^{†††} 2016 yılında itibaren çeşitli blokzincir uygulamaları denenmektedir. Bunlardan birincisi dijital kimlik sisteminin kurularak bireysel kredi sistemi (Individual Credit System^{†††}) sorununun çözülmesine, ikincisi de (Akıllı Çiftçiler Pazarı – Smart Farmers Market) tarımsal ürünlerin (üretim, nakliye ve market süreçleri boyunca) yapılan test verilerinin yüklenerek (uploading) ve açıklanarak yenilebilir ürünlerin kalitesinin ve güvenliğinin sağlanmasına yöneliktir (Hou, 2017: 2).
- Gürcistan'da Ulusal Kamu Kayıt Kurumu (National Agency of Public Registry) tapu kayıtları ve bunlarla ilgili işlemlerin –Bitcoin tabanlı- izinli blokzincir teknolojisi üzerinden takip edilmesi amacıyla 2016 yılında Bitfury Group ile anlaşmıştır. Sürecin akıllı sözleşme ile geliştirilmesi planlanmaktadır (Bitfury, 2016). Finansmanın bir kısmının Dünya Bankası tarafından sağlandığı benzer bir proje Factom işbirliği ile Honduras'ta yapılmaktadır (Underwood, 2016: 17).

5. KAMUSAL HESAP VERİLEBİLİRLİĞİN SAĞLANMASINDA BLOKZİNCİR TEKNOLOJİSİ KULLANIMININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Blokzincir teknolojisi ile oluşturulan protokoller açık kaynak kodlu olmak zorunda değildir. Belli bir grup arasında da merkezi olmayan uygulamalar geliştirilebilir. Böylece sadece ilgili olanların işlem yapabildiği ve onay mekanizmasının bunlar arasında gerçekleşebildiği platformlar kurulabilir. Açık kaynaklarda olduğu gibi burada da üçüncü kişilerin müdahalesi engellenebilmekte, onaylanan veri değiştirilememekte, işlemler konsensüsle onaylanmakta ve geçmişe doğru izlenebilmekte, gruptaki her düğüm tüm verilere ulaşabilmekte ve salt çoğunluğun onayı olmadan işlem tesis edilememektedir. Ethereum platformunda oluşturulan

^{†††} Guangdong Eyaleti'nin Foshan şehrine bağlı bir bölge.

^{†††} Bireysel kredi sistemi kişilerin okul, çalışma, kamusal cezaları vb. konulardaki kayıt ve puanlamalarını gösterir.

akıllı sözleşmeler ise açık kaynak kodlu olmasının yanında sahip olunan açık ve gizli anahtarlar ile önceden tanımlanan şartların dağıtık kaydı sayesinde çok daha kullanışlı olabilmektedir.

Blokzincir teknolojisi devletin maliyetlerini ve büyüklüğünü azaltabilir (Tapscott ve Tapscott, 2018: 377). Diğer taraftan kamu güvenini kötüye kullanan hükümetler de inceleme ve sorumluluk altında tutulabilir (Tapscott ve Tapscott, 2018: 372). Özel sektör şirketlerinin şeffaf olmadıkları durumda güven sorunu yaşamaları gibi kamu sektörünün de aynı sorunla karşılaşması olasıdır. Şirketlerin ticari sırları olabilir ancak bu sırların müşterilerine ve yatırımcılarına zarar verecek şekilde olmaması gerektiği gibi devletin de (milli güvenlik gibi çok sınırlı bir alan hariç) vatandaşlarına yarar getirmeyecek şekilde kamu harcamasında bulunması güven sorunlarına yol açabilir.

Kamusal hesap verilebilirlik kapsamında blokzincir teknolojisinin kullanımı şu faydaları sağlayabilir (Allessie, Sobolewski ve Vaccari, 2019: 10, 45):

- Devletin idari fonksiyonlarını geliştiren kamu birimlerinin kendi arasındaki ve kamu-özel birimler arasındaki bilgi alışverişine yönelik maliyetlerin, zaman ve karmaşıklığın azaltılmasına katkı sağlar.
- Dağıtık defterlerin ve akıllı sözleşmelerin yapısı bürokrasinin, takdir yetkisinin ve yolsuzluğun azaltılmasına katkı sağlar.
- Vatandaşlar yararına devlet kayıtlarındaki enformasyonun hesap verilebilirliği, denetlenebilirliği, şeffaflığı ve otomasyonu artar. Vatandaşların ve şirketlerin bu kayıtlara ve idari süreçlere olan güveni artar.
- Kamu harcama tahsisatında etkinlik sağlar. Belirlenen amaca tahsis edilen fonun uygun olarak harcanmasına imkan verir. Süreçteki hiç kimseye kendi menfaatlerine uygun alan bırakılmaz. Ayrıca yapılan harcamaların dağıtık defterlerde kaydedilmesi kamu harcamalarının hesap verilebilirliğini arttıran denetim amaçlarına hizmet eder^{§§§}.
- Birçok yeni *merkezi olmayan kamu hizmeti ve yönetim modeli*, hükümetlerin gözetimi olmadan uygulanabilir. Dağıtık konsensüs ve işlemlerin denetlenebilirliği merkezi karar alma süreçlerinde ortaya çıkan (şeffaflık eksikliği, yolsuzluk, tehdit/baskı gibi) sorunların azalmasına veya bertaraf edilmesine katkı sağlayabilir (Atzori, 2015: 7).
- Birçok kamu kuruluşu güven oluşturmak için açık, şeffaf ve işbirlikçi olmaya çalışır. Dağıtık defterlerin altında yatan blokzincir teknolojisi şeffaflık ve işbirliğine yönelik yeni bir yaklaşım sunmaktadır. Zaman damgalı işlemler (time-stamped) işlemden sonra değil, gerçek zamana yakın bir zamanda doğrulanabilir. Bu da dolandırıcılık davranışlarını caydırmada yardımcı olur. Şeffaflık arttıkça güven daha olası hale gelir (IBM, 2017: 7).
- Kamusal fonların sorumlu bir şekilde harcandığına dair vatandaşlara (veya bu konuda diğer departmanlara) güvence verilmesi, hükümete olan güveni ve hesap verebilirliği tesis etmede yardımcı olur (IBM, 2017: 12).
- Çok sayıda tarafın sürece dahil edilmesi katılımcılığın güçlendirilmesi anlamına gelmektedir. Katılımcılığın güçlendirilmesi ile hesap verebilirlik sağlanır ve bu bağlamda hükümet daha açık ve şeffaf hale getirilir (OECD, 2022: 13).
- Blokzincir, devletin enformasyon alışverişini, doğrulama ve güven gerektiren işlemleri desteklemesi potansiyel bir teknolojidir (Olness, Ubacht ve Janssen, 2017: 355).

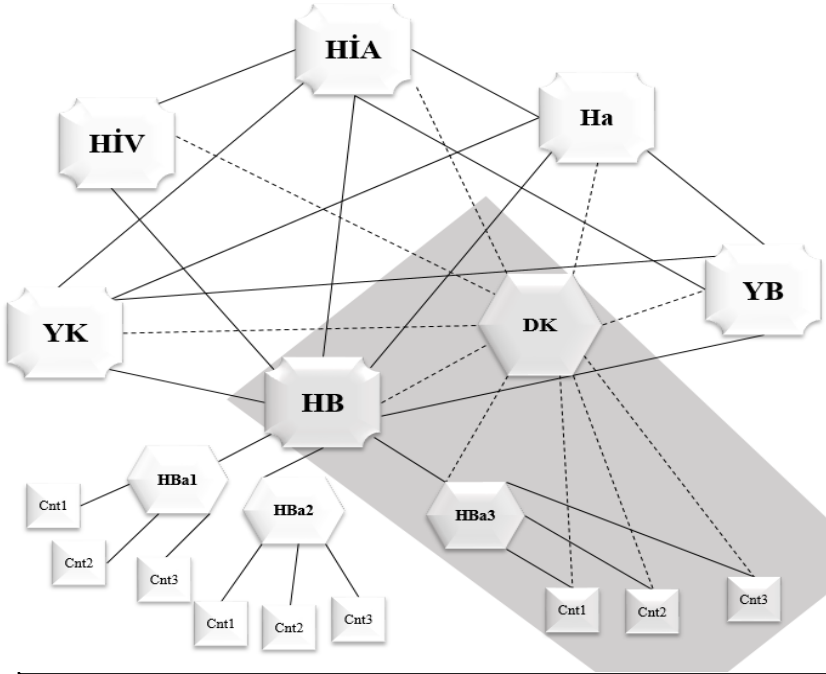
^{§§§} Bu paragraftaki yarar, düşük gelirliilere yapılacak yardımlarda kullanılacak “akıllı kuponlar” a (smart voucher) yönelik ele alınmıştır (Allessie, Sobolewski ve Vaccari, 2019: 62).

- Blokzincir içinde tamamlanan her bir işlem hakkındaki enformasyon herkesle paylaşılabilir ve herkes tarafından elde edilebilir. Teknolojinin bu özelliği onu üçüncü tarafların dahil olduğu merkezi işlemlerden daha şeffaf kılmaktadır (Yli-Huumo vd., 2016: 2).
- Dağıtık defterlere kayıt özelliği, kamu sektörü hizmetlerine daha hızlı ve şeffaf erişim, dolandırıcılığı önleme ve güven oluşturma gibi toplumsal, ticari veya mali konularda hükümetlere yeni yaklaşımlar sunar (Alexopoulos vd., 2019: 3378).
- Blokzincirin (özellikle akıllı sözleşmelerin) kullanılması hukuki güvenliği de teminat altına almaya yardımcı olur. Öngörülebilir usulle ve rasyonel açıdan kabul edilebilir, şeffaf, hukuki değerlere dayanan bir hukuk düzeninin sağlanması ile (Çaptuğ, 2021: 140) kuralları önceden - blokzincir kapsamında- belirlenmiş ve herkes için geçerli olan hususların yürütülmesi güvence altına alınabilir.

Geleneksel yöntemlerde mali işlemlerin sonucu işlem tamamlandıktan sonra öğrenilmektedir. Örneğin bütçe kesin hesap teklifi veya denetim raporları hazırlanırken henüz tamamlanmamış ve bu sebeple hazırlanan belgelerde/raporlarda yer almayan işlemler olabilmektedir. Bunlar hakkında ancak işlemler tamamlandığında bilgi sahibi olunabilir. Ancak blokzincir teknolojisi ile devam eden ve belgelere geçmeyen işlemleri izlemek mümkündür. Bununla birlikte tamamlanan işlemler de geriye doğru izlenebilmektedir. Süreç boyunca işlemlerde meydana gelen değişikliklerin nasıl, ne zaman ve kim tarafından yapıldığı da görülebilmektedir. Yapılan işlemlerin saklanması, işlemler üzerinden yolsuzluk yapılması veya bunların tahrip edilmesinin geleneksel yöntemlere göre daha zor olması hesap verebilirlik açısından önem taşır. İşlemlerin onaylanması mekanizmasına göre en az yüzde 50'den fazla düğüm onayı gerektirmesi dikkate alındığında, işlemlerde görevli olan herkesin işlem bilgilerini onaylayabilme ve bu bilgileri kaydetme hakkı olması anlamına gelir. Blokzincir işlemlerinin geleneksel yöntemlere göre çok daha hızlı olması işlemlerin sonuçlanmasındaki gecikmeleri önleyebilmektedir.

İşlemler tamamlandıktan sonra ortaya çıkan bir hatanın -hukuki açıdan- geri alınması da ülkelerin mevzuatlarına göre belirli sürelerle kısıtlanabilmektedir. Dolayısıyla bir hatanın (açık hata ve hile olmasa dahi) saptanması gecikmeli olduğunda bunun geri alınması mümkün olmayabilmektedir. Hukuki güvenlik ilkesinin bir gereği olan bu husus (Altundiş, 2008: 69), blokzincir teknolojisi ile işlemlerin daha hızlı izlenmesi ve belirlenen kurallar dışında işlemin yürütülememesi sayesinde ortadan kalkmaktadır.

Aşağıdaki diyagramda olası bir kamu mali denetiminin gündeme gelmesi halinde nasıl bir blokzincir ilişkisinin kurulabileceğini göstermektedir (ilişkinin kurulmasında, bütçeleme sürecinde yer alan kurumların fonksiyonları dikkate alınmıştır).



Diyafram 1. Kamu Mali Denetimi Blokzincir Şeması

Not: HİV harcama izni veren/yasama organını; HİA harcama izni alan/yürütme organını; HB harcamacı bakanlıkları; Ha hazineyi; DK yüksek denetim kurumunu; YB yetkili bakanlığı; YK yetkili kurumu; HBa'lar harcamacı alt birimleri; Cnt'ler mal ve hizmet sunanları/yüklenicileri ifade etmektedir.

Yukarıdaki diyafram blokzincir teknolojisi kullanılarak kamu mali denetiminin ve şeffaflığın sağlanması öngörülmektedir. Harcamacı alt birim ile yüklenici ikilisi dışında kalan ilişkiler ağında blokzincir teknolojisinin akıllı sözleşmeler üzerinde kurulu olmasına gerek olmayacağı düşünülmektedir. Bunun en önemli nedeni, ülke uygulamalarında bütçe hesaplarının öngörülemeden/kaotik faktörlerin yol açtığı belirsizliklerden etkilenmeleridir. Diğer bir deyişle, gerek görüldüğü durumlarda kamu harcamaları konusundaki (akıllı sözleşmelerle getirilecek) katı sınırlamaların, devlet fonksiyonlarının aksamasına yol açması muhtemeldir. Esasında bu tür durumlara karşı akıllı sözleşmelerin güncellenmesi mümkündür. Harcama izni veren/yasama organının yüzde 50'sinden fazlasının onay vermesi ile olası aksamalar durumunda hızlıca karar verilebilir. Böylece belirlenecek sınırlar içinde yasama organının izin verebileceği bir *malî alan* oluşturulabilir. Diğer taraftan, blokzincir teknolojisinin; güvenlik, şeffaflık, yolsuzluğu engellenme ve hesap verebilirliği sağlama prensiplerinden faydalanmak da mümkündür.

Harcamacı alt birim - yüklenici arasındaki ilişkide ise akıllı sözleşmelerin kullanılması önem taşımaktadır. Dikkat edilecek olursa, bu ilişkideki diğer tarafların harcamacı bakanlıktan ve yüksek denetim kurumundan oluştuğu görülmektedir (*gri alan*). Bu alanda özellikle kamusal mal ve hizmetlerin satın alınması süreci gerçekleşmektedir. Dolayısıyla bu süreçte dikkate alınması ve protokollerin hazırlanmasında bir rehber olması bakımından iyi kurgulanmış/düzenlenmiş bir kamu ihale mevzuatı gerekmektedir. Bu bağlamda, yasal mevzuata göre akıllı sözleşmeler hazırlanacak ve süreç otomatikleştirilecektir. Böylelikle ihale

süreci başlamadan tüm şartlar tanımlanır ve bu şartlar yerine getirildikçe karşılıklı yükümlülükler kendiliğinden yerine getirilmiş olur. Blokzincir teknolojisinin niteliksel diğer faydaları ile birlikte değerlendirildiğinde, ihale şartlarında geriye dönük veya gizli usulsüzlüklerin yapılması, hak ediş ödemelerinin keyfi olması, mal temini veya hizmet ifası olmadan ödemenin yapılması, ihale şartları dışında fiyatlamının olması vb. çok sayıda yolsuzluğun önüne geçilebilecektir.

Kamusal hesapların denetim raporları veya bütçe gerçekleştirmelerinin yayımlanması konusunda da blokzincir teknolojisinden faydalanmak mümkündür. Oluşturulacak protokol ile bu belgelerin yayımlanması konusunda ihtiyari kararlara bırakılmayacak veya bireysel hataların önüne geçilecek kurallar tanımlanabilir. Böyle bir yaklaşım, belgelerin eksik hazırlanmasının ve bunun ileri tarihlerde tamamlanmasının önüne geçecek, kurumsal bir disiplin sağlayacaktır. Örneğin, tüm hesaplar tamamlanmadan bir denetim raporu hazırlanamayacağı için idarelerin bu konuda hesap verilebilir bir tutum sergilemeleri sağlanabilir. Bununla birlikte, protokolün tamamlanması ancak tüm raporlama işlemlerinin tamamlanması şartına bağlanması, belgelerin noksatsız yayımlanmasını teşvik edecektir. Örneğin, kamu idarelerinin kesin hesaplarının yayımlandığı muhasebat.hmb.gov.tr adresinde 2017 yılına ait genel bütçeli idarelerden Başbakanlığa ait kesin hesabın olmadığı Mayıs 2021 tarihinde bir araştırmacının bu belgeye ihtiyaç duyması üzerine anlaşılmıştır. Bu örnekte, eğer blokzincir teknolojisi kullanılsaydı hem raporu hazırlayan hem yayımlayan hem de ilgili idare arasında yapılacak bir protokol bu sorunun olmasına izin vermeyecekti. Akıllı sözleşmelerin “tamamen otomatikleştirilmiş süreçler” olarak tanımlanması (Unsworth, 2019: 22) dikkat alındığında, sonradan bireylerden kaynaklanacak sorunların giderilmesine önemli ölçüde katkı sağlayacağı ifade edilebilir.

Blokzincir, işlemlerin otomatikleştirilmesi olarak dikkate alındığında yaptırımların da otomatikleştirilmesi söz konusu olacaktır. Bu bakımdan akıllı sözleşmeler tekrar eden suç geçmişine olan ikinci yüklenicileri cezalandırabilir (IBM, 2017: 12). Yaptırım mekanizmasının ilk yükleniciye (Cnt'ler) de uygulanması kamusal hizmetlerin etkinliğine katkı sağlayabilir. Ancak hesap verebilirliğin ön plana alınabilmesi için söz konusu yaptırımların kamusal gücü/yetkiyi elinde bulunduranlar için de uygulanabilmesi gerekmektedir.

Yüksek denetim kurumunun (DK) blokzincir bloklarının tümünü takip edebilecek yerde konumlanmış olması, yapılan tüm işlemleri denetleyebilmesine imkan sağlar. Ayrıca, denetimi gerçekleştiren düğümlerin (denetim elemanlarının) tüm orijinal belgelere anlık olarak ve buldukları yerde erişebilmeleri, mevzuata uygun olmayan işlemleri hızlıca tespit etmelerine ve gereğinin yapılması için raporlamalarına imkan sağlar (Ciğerci ve Eğmir, 2020: 213). Bu süreçte gerçekleştirilen işlemlerin değiştirilmesi veya ortadan kaldırılması mümkün olmadığından, gerektiği durumlarda işlemlerin tekrar kontrolü mümkündür.

Yukarıdaki şema genel bir çerçeve oluşturmakla birlikte ülkelerin mali süreçlerine göre düzenlenebilir. Örneğin Türkiye’de yüksek denetim kurumu olan Sayıştay’ın denetim alanına giren merkezi bütçe kapsamındaki kurum ve kuruluşlar, sosyal güvenlik kurumları, yerel idareler, kamu iktisadi teşebbüsleri ve ortaklıklar harcamacı bakanlıklar (HB) kategorisinde değerlendirilmelidir. Bunlardan doğrudan bir bakanlığın alt birimi olduğu halde bütçe koduna sahip özel bütçeli bir kurum/müdürlük/başkanlık olarak yapılandırılanlar bağımsız birimler olarak (HB’nin tabi olduğu sürece tabi olmalı); özel bütçeli olmayanlar ve ayrıca harcama yetkisine sahip olan birimler ise harcamacı alt birimler (HBa) olarak sürece dahil edilmelidir. Yetkili bakanlık (YB), bütçeleme sürecinde birinci dereceden sorumluluk altına alınan Hazine ve Maliye Bakanlığı; yetkili kurum (YK) da bütçeleme sürecinden birinci dereceden sorumluluk altına alan Strateji ve Bütçe Başkanlığıdır. Örneğin Karayolları Genel

Müdürlüğüne bağlı harcamacı bir birimin yapacağı mal alım ihalesi blokzincir üzerinden gerçekleştirildiğinde -akıllı sözleşme vasıtasıyla- bu sürecin önceden belirlenmiş kurallar çerçevesinde yapılması ve sonuçlandırılması gerekecektir. Dolayısıyla sürece yükleniciler (Cnt) de dahil edilecektir. Bu sürecin, bütçe ödeneklerinin serbest bırakılması, kullanılması ve takip edilmesi ile doğrudan ilgili Hazine ve Maliye Bakanlığı ile Strateji ve Bütçe Başkanlığı tarafından izlenmesi mümkün olacaktır. Gerekmesi halinde bütçeyi onaylayan Meclis (veya Meclis'te kurulacak bir birim) tarafından da tüm kamusal harcamaların nasıl ilerlediği anlık olarak izlenebilecektir. Böyle bir izlenme daha sonra Sayıştay tarafından yapılan denetim sonuçları ile kıyaslanacak verinin üretilmesini de sağlayacaktır. Zira Sayıştay bu çerçevede merkezi bir konumda yer almak suretiyle hem harcamacı birimlerin faaliyetlerini denetleyecek hem de bu denetim sonuçlarını Meclis'e sunacaktır.

6. SONUÇ

İçinde fırsatlar barındıran blokzincir teknolojisine yönelik fikir daha eski yıllara dayandığı gibi gelişmesi de henüz tamamlanmış değildir. Bu bağlamda, yenilikçi olduğu kadar deneysel bir alan olarak da değerlendirilmiştir. İlk olarak özel sektör ve sonrasında da kamu sektörü tarafından bu yeni alanı test edilmiş ve uygulama alanları araştırılmıştır. Fikir olarak merkezi olmayan bir yapıya dayansa da merkezi devletler blokzincir teknolojisinden farklı şekillerde yararlanmaya başlamıştır.

Blokzincirin getirdiği yeni fikir merkezi ve güvenilir bir otoritenin olmamasına dayanmaktadır. Ancak güvenilir bir merkez, daha şeffaf ve hesap verilebilir bir yapılanmaya engel oluşturmamaktadır. Özellikle çok sayıda sürecin ve tarafın olduğu kamu bütçesi konusunda temel ilkelerin sağlanmasına yönelik alınabilecek her türlü önlem yarar sağlayacaktır.

Ülke uygulamaları itibarıyla blokzincir teknolojisinin kullanım alanının çok sınırlı ve deneysel düzeyde kaldığı görülmektedir. Teknolojinin yeni olması nedeniyle de uygulama sonuçlarını ortaya koymak için henüz erken bir dönemde olduğu söylenebilir. Uygulamalardaki başarının artmasıyla daha geniş kamusal alanlarda ve başka ülkelerde kullanımı teşvik edilecektir. Bireysel kararların arka plana atılması ve kurumsal yapılanma ile karar verme sürecinin ön plana çıkması blokzincir teknolojisinin kullanımını destekleyecek bir anlayışa hizmet etmektedir. Kamu harcamalarının, vergilerin ve borçların -neredeyse- sürekli olarak arttığı bu dönem, şeffaflık ve hesap verebilirlik için kullanılabilir her türlü aracın denenebileceği bir dönemdir. Blokzincir teknolojisi, hesap verebilirlik ve mali denetimi güçlendirmesi bakımından denenebileceği gibi kamusal masrafların azaltılmasına da katkı sağlayabilecek bir potansiyel taşımaktadır.

Ülkeler, mali denetime yönelik blokzincir teknolojisini kullanmaya aşamalı olarak başlayabilirler. Harcamacı birimlerin bir kısmı, mal ve hizmet temin edecek yüklenici ile denetim organının bir departmanı arasında akıllı sözleşmeye dayalı bir protokol oluşturulabilir. Geleneksel yöntemlerle yapılan işlemler ile kıyaslanmak suretiyle yeni yöntemin etkinliği dikkate alınarak sistemin geliştirilmesi sağlanabilir. Böylelikle kamu fonlarının harcanması sürecinde bürokratik tasarrufların/ihtiyari kararların önüne geçilmesi, hesap verebilirliğin sağlanması, belge/rapor kayıtlarının güvenlik altına alınması, sürecin şeffaflaşması ve gerçek zamanlı takibi mümkün hale gelir. Bunun sonucunda mali denetime belli bir standardizasyon getirilecek ve buna bağlı olarak bütçeleme süreci sağlıklı bir yapıya kavuşturulacaktır. Diğer taraftan kamu harcamalarının tahsisatının bütçede belirlendiği şekilde gerçekleşmesine imkan sağlayacak ve çeşitli ödenek aktarmaları yoluyla zayıflatılan bütçe hakkının güçlendirilmesine önemli katkılar sağlayacaktır. Son tahlilde, harcamacı birimlerin ve yürütme organının önceden belirlenmiş ve kesin olan sorumluluklar çerçevesinde hareket etmeleri teşvik edilecektir.

KAYNAKÇA

- ALEXOPOULOS, C., CHARALABIDIS, Y., ANDROUTSOPOULOU, A., LOUTSARIS, M. A., & LACHANA, Z. (2019). "Benefits and Obstacles of Blockchain Applications in E-Government", Proceedings of the 52nd Hawaii International Conference on System Sciences, 3377-3388, 8 January 2019-11 January 2019, Grand Wailea, Hawaii.
- ALLESSIE, D., SOBOLEWSKI, M., & VACCARI, L. (2019). Blockchain for Digital Government, Publication Office of the European Union, Luxembourg.
- ALTUNDIŞ, M. (2008). "Hukuki Güvenlik İlkesi", Yasama Dergisi, 10: 60-94.
- ANTIPOVA, T. (2018). "Using Blockchain Technology for Government Auditing", 13th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI), 1-6. doi: 10.23919/CISTI.2018.8399439, 20.10.2021.
- ARUN, J. S., CUOMO, J., & GAUR, N. (2019). Blockchain for Business, Addison-Wesley, New York.
- ATZORI, M. (2015). "Blockchain Technology and Decentralized Governance: Is the State Still Necessary?", SSRN, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2709713, 30.10.2021.
- BAMBARA, J., & R. ALLEN, P. R. (2018). Blockchain: A Practical Guide to Developing Business, Law, and Technology Solutions, McGraw-Hill Education, Chicago.
- BECK, R. (2018). "Beyond Bitcoin: The Rise of Blockchain World", Computer, 51(2): 54-58.
- BITFURY. (2016). "The Bitfury Group and Government of Republic of Georgia Expand Historic Blockchain Land-Titling Project", https://bitfury.com/content/downloads/the_bitfury_group_republic_of_georgia_expand_blockchain_pilot_2_7_16.pdf, 22.11.2021.
- BUTERIN, V. (2014). "A Next-Generation Smart Contract and Decentralized Application Platform", White Paper, 3(37): 1-35.
- CAI, Y., & ZHU, D. (2016). "Fraud Detections for Online Businesses: A Perspective from Blockchain Technology", Financial Innovation, 2(20): 1-10.
- CASEY, M. J., & VIGNA, P. (2018). The Truth Machine: The Blockchain and the Future of Everything, St. Martin's Press, New York.
- ÇİĞERCİ, İ., & EĞMİR, R. T. (2019) "Kamu Mali Denetiminde Olası Blok Zincir Teknolojisinin Denetim Etkinliği Açısından Değerlendirilmesi" Maliye Dergisi, 177: 203-217.
- CORRALES, M., FENWICK, M., & HAAPIO, H. (2019). "Digital Technologies, Legal Design and the Future of the Legal Profession", M. Corrales, M. Fenwick & H. Haapio (eds.), Legal Tech, Smart Contracts and Blockchain (1-17), Springer, Singapore.
- ÇAPTUĞ, M. (2021). "Hukuki Güvenlik İlkesinin Kavramsal Gelişimi", Uyuşmazlık Mahkemesi Dergisi, 17: 133-160.
- EL IONI, N., & PAHL, C. (2018). "A Review of Distributed Ledger Technologies", OTM Confederated International Conferences On the Move to Meaningful Internet Systems (277-288), Springer, Cham.

- GATES, M. (2017). *Blockchain: Ultimate Guide to Understanding Blockchain, Bitcoin, Cryptocurrencies, Smart Contracts and the Future of Money*, Wise Fox Publishing.
- HAGAN, M. (2019). “Exploding the Fine Print: Designing Visual, Interactive, Consumer-Centric Contracts and Disclosures”, M. Corrales, M. Fenwick & H. Haapio (eds.), *Legal Tech, Smart Contracts and Blockchain* (93-122), Springer, Singapore.
- HB 2417. (2017). “Signatures; Electronic Transactions; Blockchain Technology”, <https://www.azleg.gov/legtext/53leg/1r/bills/hb2417p.pdf>, 27.10.2021.
- HOU, H. (2017). “The Application of Blockchain Technology in E-Government in China”, 26th International Conference on Computer Communication and Networks (ICCCN), 31 July-3 July 2017, Vancouver, BC, Canada, Doi: 10.1109/ICCCN.2017.8038519, 10.12.2021.
- IANSTITI, M., & LAKHANNI, K. R. (2017). “It Will Take Years to Transform Business, But The Journey Begins Now”, *Harvard Business Review*, 3: 118-127.
- IBM. (2017). “Building Trust in Government: Exploring the Potential of Blockchains”, <https://www.ibm.com/downloads/cas/WJNPLNGZ>, 13.12.2021.
- INTERNATIONAL TRADE ADMINISTRATION. (2021). “Malta Country Commercial Guide”, <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/malta-blockchain-and-artificial-intelligence>, 01.01.2022.
- LESSIG, L. (2006). *Code: Version 2.0*, Basic Books, New York.
- LEE, W. M. (2019). *Beginning Ethereum Smart Contracts Programming: With Examples in Python, Solidity, and JavaScript*, Apress, Singapore.
- MEGCHELEN, J. v. (2021). “Blockchain”, Netherlands Innovation Network, <https://www.rvo.nl/sites/default/files/2019/12/Blockchain-Netherlands-Innovation-Network-versie-RVO.pdf>, 03.01.2022.
- McKENZEI, L. (2019). “Boosting Degree Completion with Blockchain”, *Inside Higher Ed*, 9 July 2019, <https://www.insidehighered.com/news/2019/07/09/arizona-state-tackling-college-completion-blockchain>, 16.11.2021.
- MOUGAYAR, W. (2016). *The Business Blockchain: Promise, Practice, and Application of the Next Internet Technology*, John Wiley & Sons, New Jersey.
- OECD. (2018). “Guide to Blockchain Technology and Its Use in the Public Sector”, OECD Working Paper, <https://www.oecd.org/fr/gov/administration-innovante/oecd-guide-to-blockchain-technology-and-its-use-in-the-public-sector.htm>, 21.12.2021.
- OECD. (2022). “Recommendation of the Council on Public Integrity”, OECD/LEGAL/0435.
- OLNES, S. (2016). “Beyond Bitcoin Enabling Smart Government Using Blockchain Technology”, Scholl H. et al. (Eds.), *Electronic Government* (253-264), Springer, Cham.
- OLNES, S., UBACHT, J., & JANSSEN, M. (2017). “Blockchain in Government: Benefits and Implication of Distributed Ledger Technology for Information Sharing”, *Government Information Quarterly*, 34: 355-364.

- PARK, S., SPECTER, M., NARULA, N., & RIVEST, R. L. (2021). "Going From Bad to Worse: From Internet Voting to Blockchain Voting", *Journal of Cybersecurity*: 1-15.
- PETERS, G. W., & PANAYI, E. (2016). "Understanding Modern Banking Ledgers Through Blockchain Technologies: Future of Transaction Processing and Smart Contracts on the Internet of Money", *Tasca P., Aste T., Pelizzon L. & Perony N. (Eds.), Banking Beyond Banks and Money (239-278), New Economic Windows, Springer, Cham.*
- PRUSTY, N. (2017). *Bulding Blockchain Projects: Develop Real-Time Practical DApps Using Ethereum and JavaScript*, Packt Publishing, Mumbai.
- RIVER FINANCIAL. (2021). "Bitcoin Node", <https://river.com/learn/terms/n/node-bitcoin/>, 19.10.2022.
- RUEHL, M. (2021). "Crypto Groups Shelter in Singapore as Global Regulators Crack Down", *Financial Times*, 8 July 2021, <https://www.ft.com/content/f74d4e60-93b5-46ef-8b3f-71754cbc8a26>, 09.11.2021.
- SHRIER, D. L. (2020). *Basic Blockchain: What is It and How It Will Transform the Way We Work and Live*, Robinson, London.
- SOUZA, R. C. d., LUCIANO, E. M., & WIEDENHÖFT, G. C. (2018). "The Uses of the Blockchain Smart Contracts to Reduce the Levels of Corruption: Some Preliminary Thoughts", *Proceedings of the 19th Annual International Conference on Digital Government Research: Governance in the Data Age (1-2)*, <https://doi.org/10.1145/3209281.3209408>, 18.12.2021.
- STATISTA. (2021). "Size of The Legal Service Market 2020", 16 July 2021, <https://www.statista.com/statistics/605125/size-of-the-global-legal-services-market/>, 04.01.2022.
- SWAN, M. (2015). *Blockchain: Blueprint for a New Economy*, O'Reilly Media, Sebastopol.
- TANRIVERDİ, M., UYSAL, M., & ÜSTÜNDAĞ, M. T. (2019). "Blokzinciri Teknolojisi Nedir? Ne Değildir?: Alanyazın İncelemesi", *Bilişim Teknolojileri Derisi*, 12(3): 203-217.
- TAPSCOTT, D. & TAPSCOTT, A. (2018). *Blockchain Revolution: How the Technology Behind Bitcoin and Other Cryptocurrencies is Changing the World*, Penguin Random House LLC, New York.
- TIMMER, I. (2019). "Contract Automation: Experiences from Dutch Legal Practice", *M. Corrales, M. Fenwick & H. Haapio (eds.), Legal Tech, Smart Contracts and Blockchain (147-172), Springer, Singapore.*
- VILNER, Y. (2018). "How the Netherlands is Blazing a Trail Through The Blockchain Scene", *Forbes*, <https://www.forbes.com/sites/yoavvilner/2018/10/13/how-the-netherlands-is-blazing-a-trail-through-the-blockchain-scene/?sh=114215447e48>, 17.12.2021.
- UNDERWOOD, S. (2016). "Blockchain Beyond Bitcoin", *Communication of the ACM*, 59(11): 15-17.
- UNSWORTH, R. (2019). "Smart Contract This! An Assessment of the Contractual Landscape and the Herculean Challenges it Currently Presents for "Seld-executing" Contracts",

M. Corrales, M. Fenwick & H. Haapio (eds.), *Legal Tech, Smart Contracts and Blockchain* (17-62), Springer, Singapore.

YLI-HUUMO, J., KO, D., CHOI, S., PARK, S., & SMOLANDER, K. (2016). "Where is Current Research on Blockchain Technology? A Systematic Review", *PLoS ONE*, 11(10): 1-27.

WANG, A. W. (2018). *Crypto Economy: How Blockchain Cryptocurrency, and Token-Economy Are Disrupting The Financial World*, Racehorse Publishing, New York.

WEY, A. (2018). "Switzerland's First Municipal Blockchain Vote Hailed a Success", *SWI*, 2 July 2018, https://www.swissinfo.ch/eng/crypto-valley_-_switzerland-s-first-municipal-blockchain-vote-hailed-a-success/44230928, 22.12.2021.

Avrupa'da Göç Olgusunun İstihdam ve Etno-Din Perspektifinden Analizi

(Araştırma Makalesi)

Analysis of Migration in Europe from the Perspective of Employment and Ethno-Religion

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1101217

Hamit ÖZMAN

Dr., Adnan Menderes Üniversitesi, İktisat

hamit.ozman@adu.edu.tr

Orcid No: 0000-0002-2637-2414

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Özman, H. (2023). Avrupa'da Göç Olgusunun İstihdam ve Etno-Din Perspektifinden Analizi. Alanya Akademik Bakış, 7(1), Sayfa No.209-234.

ÖZET

Anahtar kelimeler:

Göç, Kapitalizm,
Fırsat Eşitliği, Etnik
ve Dini Kimlik,
Avrupa Birliği

Makale Geliş Tarihi:

10.04.2022

Kabul Tarihi:

13.01.2023

Keywords:

Immigration,
Capitalism, Equality of
Opportunity, Ethno-
Religious identity, The
European Union

Bu çalışmada göç olgusu, kapitalizm ve din arasında kurulan referans bağlamında incelenmiştir. Çalışmanın teorik altyapısını, Avrupa'da bazı etnik gruplara ve Müslümanlara yönelik fırsat eşitsizliği oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında, dini mensubiyetin istihdam piyasalarına olan etkisini analiz etmek üzere örnek ülkeler olarak İngiltere ve Galler işgücü piyasaları incelenmiştir. Söz konusu ülkelerde, istihdam piyasaları açısından en dezavantajlı dini grubun Müslümanlar olduğu belirlenmiştir. Elde edilen bulgularda, ilgili ülkelerde aktif işgücünde Müslümanlar ile Hristiyanlar arasında istihdam oranları bakımından Müslümanlar aleyhine istatistikî açıdan anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada, dini gruplar ile ücret arasında bir ilişkinin varlığını araştırmak için yapılan bir diğer regresyon analizi sonucuna göre, Yahudi olmak, alınan ücret üzerinde pozitif bir etkiye sahip iken Müslüman olmak, ücreti azaltıcı bir etki yaratmaktadır.

ABSTRACT

The phenomenon of migration is examined in the context of the reference established between capitalism and religion in this study. The theoretical basis of the study is the inequality of opportunity for some ethnic groups and Muslims in Europe. Within the scope of the study, the labor markets of England and Wales were examined as sample countries to analyze the effect of religious affiliation on employment markets. In these countries, it has been determined that the most disadvantaged religious group in terms of employment markets is Muslims. In the findings, it has been determined that there is a statistically significant difference against Muslims in terms of employment rates between Muslims and Christians in the active labor force in the relevant countries. According to another regression analysis result in the study to investigate the existence of a relationship between religious groups and wages, being Jewish has a positive effect on wages, while being Muslim has a reducing effect on wages.

1. GİRİŞ

Avrupa Birliği 2000 yılında topluluğun en kapsamlı siyasi girişimlerinden biri olan oldukça iddialı bir stratejik hedef belirlemiş ve Lizbon Strateji belgesini üye ülkeler imzalamıştır. 23-24 Mart 2000'de başlatılan Lizbon stratejisinin amacı, Avrupa'yı "dünyadaki en rekabetçi ve dinamik bilgiye dayalı ekonomi, daha iyi ve daha büyük işler ile sürdürülebilir ekonomik büyüme yeteneğine sahip" bir yapı haline getirmektir. Bu strateji belgesinde Avrupa'nın dünyadaki en dinamik ve rekabetçi bilgiye dayalı ekonomi haline gelmesi, etnik ve dini gruplar arasında daha fazla sosyal entegrasyon ve çevreye saygı gösteren bir sürdürülebilir ekonomik büyüme modeli benimsenmiş ve 2000-2010 dönemini kapsayan bir stratejik plan uygulamaya konulmuştur. 2005 yılında gözden geçirilmiş Lizbon stratejisinde, büyüme ve istidam ön plana çıkmıştır. Bu kapsamda 2014 – 2020 yılları için Avrupa Birliği ekonomik, sosyal ve bölgesel entegrasyon için 371 milyar Euro kaynak ayırmış olup söz konusu rakam toplam birlik bütçesinin %34'ünü oluşturmaktadır (Avrupa Komisyonu, 2011). Komisyon 2021-2027 dönemi için ise 426 milyar Euro kaynak aktarmayı planlamıştır (Avrupa Komisyonu, 2020).

Avrupa Birliği, bu kapsamda, uzun vadeli yapısal işsizlik ve belirgin bölgesel işsizlik dengesizlikleri gidermek noktasında eylem planları oluşturmuştur. Birlik için aktif ve dinamik bir refah devleti geliştirmek, hem Avrupa'nın bilgi ekonomisindeki konumunu güçlendirmek hem de mevcut işsizlik, sosyal dışlanma ve yoksulluk gibi sosyal sorunları minimize etmek için, insanlara yatırım yapmak temel ilerleme alanlarından biri olarak benimsenmiştir. Bu kapsamda Lizbon Strateji Belgesi'nde 2000'lerin başında %61 olan istihdam oranını 2010 yılına kadar %70'e çıkarmak hedeflenmiştir (madde:30). Yine "Birlik içinde, yoksulluk sınırının altında ve sosyal dışlanma içinde yaşayan insan sayısı kabul edilemez." (madde:32) ifadesi, istihdam ve sosyal göstergelerde ulaşılmak istenilen bir diğer hedefi işaret etmektedir. Fakat 2010 yılına gelindiğinde genel istihdamda hedef olan %70 oranı yakalanamamış ve sadece %64 seviyesine ulaşılabilmektedir. Yaşanan 2008 krizi bu hedefin gerçekleşmemesinde bir sebep olarak gösterilebilecek olsa da krizin hemen öncesinde bile söz konusu oran %66 seviyesine dahi ulaşamamıştır. (Statista, 2021). Bununla birlikte söz konusu hedefin tutturulamamış olmasında, sosyal entegrasyonda arzu edilen gelişmelerin yeterince gerçekleştirilememiş olması, önemli bir faktördür.

AB tarafından ayrılan büyük bütçeye rağmen, 2000'den bugüne yaşanan süreçte uygulanan sosyal ve ekonomik politikaların, birlik içinde özellikle etnik grupların yaşadığı "geri kalmış" bölgelerdeki etkinliği üzerine ise tartışmalar devam etmektedir (Kahanec vd., 2011; Froy ve Pyne, 2011). Her ne kadar bu strateji belgesi, daha dinamik ve rekabetçi bir ekonomi modelini hedeflemekte ise de söz konusu hedefin sosyal entegrasyonu güçlendirme hedefiyle tam olarak uyum içinde bulunduğunu söylemek güçtür. 2000'de Lizbon'dan sonra, 2010 yılında AB, "Europe 2020" stratejisi belirlemiş olup bu yeni perspektif, AB'nin akıllı, sürdürülebilir ve kapsayıcı büyümeye yönelik on yıllık stratejisidir. Bu hedefe ulaşmak için istihdam, araştırma ve geliştirme, iklim değişikliği ve enerji sürdürülebilirliği, eğitim ve yoksulluk, sosyal dışlanma ile mücadeleyi kapsayan beş iddialı hedef belirlenmiştir. Raporda, ortalama iktisadi büyümenin üretkenlikte yaşanan düşüş nedeniyle yavaşlamasına ve nüfusun yaşlanması nedeniyle faal işgücünün azalmasına yönelik tespitlerde bulunulmuştur.

2017'de İsveç'te ortaya konan yeni eğitim stratejisinde ise birlik içinde altta yer verildiği üzere daha agresif hedefler belirlenmiştir:

- Okulu erken dönemde terk edenlerin oranının 2030'da %9'un altına çekilmesi,
- 25-34 yaş grubunda 2030'da yükseköğrenim düzeyinin en az %45 oranında olması,

- Mesleki eğitimi almış olanlar arasında işbaşı eğitim yapanların 2025'te minimum %60 oranında gerçekleşmesi,
- Hayat boyu öğrenme kapsamında 25-64 yaş grubundakiler arasında son bir yılda eğitim alanların 2025'te minimum %47 oranında gerçekleşmesi.

Bu çalışmada, başlıca göç teorilerine yer verilerek göç olgusu, Avrupa'daki etnik ve dini grupların durumu ile ilişkilendirilmiştir. Söz konusu bu ilintinin, Avrupa'daki istihdam piyasalarına olan yansımaları incelenmiştir. AB içinde, başta Müslümanlar olmak üzere bazı azınlık gruplarına istihdam piyasalarında yeterince fırsat eşitliği tanınmamaktadır. Dini mensubiyetin, istihdam piyasalarına etkisi ile ilgili olarak literatürde, ülkeler bazında yapılan bazı çalışmalar (Heath vd.,2008; Lindemann ve Stolz, 2018, vd.) bulunmaktadır. Bununla birlikte, Sanayi Devrimi'nin ilk olarak yaşandığı, uzmanlaşma, iş bölümü gibi kavramların uzun yıllardan beri kullanıldığı ve dolayısıyla daha köklü bir istihdam piyasasına sahip bir ülke olan İngiltere'deki durum, süreç boyunca istihdam piyasalarında fırsat eşitliği konusunda ne kadar ilerleme sağlandığını göstermesi açısından son derece önemlidir. Bu nedenle çalışmada İngiltere istihdam piyasası analiz edilmiştir. Göç olgusu, din ile ekonomi arasındaki ilişki ve Avrupa'daki toplumların dini azınlık gruplarına olan tutumları da dikkate alınarak incelenmiş olup azınlık grupların ülke ekonomilerine entegrasyonunun, Avrupa için iktisadi ve stratejik pozisyonunu güçlendirmedeki önemine değinilmiştir.

2. GÖÇ OLGUSU VE AVRUPA'DA DİNİ GÖRÜNÜM, NÜFUS PROJEKSİYONLARI

Göç olgusu sanılanın aksine sanayileşme ve dolayısıyla kentleşme sürecinin çok daha öncesinde insanların ilk yerleşimlerinden itibaren barınma, yiyecek, su vb. ihtiyaçları temin etmek üzere vardır. Bununla birlikte modern anlamda göç, sanayileşme ve küreselleşmenin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Günümüzde net bir göç teorisi tanımlamak mümkün olmayıp, herkesin üzerinde ortak mutabakata vardığı bir değerlendirme yapmak pek mümkün değildir. Bu durumun gerekçesi olarak, göçün nedenlerindeki farklılıklar gösterilebilir. Söz konusu sebepler iktisadi, sosyo-kültürel (savaş, terör, fırsat eşitsizliği), ailevi, dini, coğrafi (deprem, sel, toprak kayması vb.) ya da siyasi olabilir.

Göç teorilerinde en sık başvurulan ve sonraki göç teorilerine öncülük eden kaynak, Ravenstein (1885) tarafından yazılan göç yasalarıdır. Ravenstein'dan önce Farr, göç için net bir kural/kanun çizilmesinin olanaksız olduğunu ifade etmiştir. Farr, bu değerlendirmesini 1838-1879 dönemi arasında görev yaptığı İngiltere İstatistik Ofisi'ndeki görevinde elde ettiği verilere dayandırmaktadır (akt: Dorling & Rigby,2007; 52). Ravenstein, işte bu görüşe karşı çıkarak, genel geçer göç yasaları belirlemenin mümkün olduğunu iddia etmektedir. Ravenstein, göç teorisini İngiltere'ye 1871-1881 döneminde yapılan göçleri ve bu dönemdeki nüfus verilerini gözlemleyerek oluşturmuş ve onbir adet göç yasası belirlemiştir. Bu çalışma, aynı zamanda göç ile ilgili ilk kapsamlı çalışma olarak değerlendirilmektedir. Buna göre göç için üç temel gerekçe/kategori söz konusudur. Bunlar, sebep, mesafe ve göçmen özellikleridir. Söz konusu göç yasalarının başlıcaları şunlardır:

1. Göçmenler esas olarak kısa mesafelerde göç ederler.
2. Büyük yerleşim yerleri, göçle doğal artıştan daha fazla büyür. Sanayileşme, ulaşım ve ticaretteki gelişmeler, çevredeki insanları merkeze çeker.
3. Göç fenomeninde yayılma ve emme prosesleri eş zamanlı gerçekleşir ve birbirinden beslenir.
4. Göç alan bölgeler, aynı zamanda göç verir. Her bir göç akışı bir karşı akış üretir. Göç, topluca bir akıştan ziyade adım adım gerçekleşir.

5. Uzun mesafeli göçler kademeli bir şekilde gerçekleşmez, bireyler doğrudan, gelişmiş kentlere yönelirler.
6. Kenttekilerin göç etme eğilimi, kırsaldakilere göre daha düşüktür.
7. Kadınlar, iç göçler ve kısa mesafeli göçlerde erkeklerden daha fazla göç eğilimindedir; erkekler ise uzun mesafeli ve yurtdışı göçlere, daha fazla katılmaktadır.
8. Göçlerin çoğu tarımdan endüstriyel alanlara kadar gerçekleşir.

Ravenstein'a göre göçteki temel etken, iktisadi açıdan daha iyi olma arzudur; diğer faktörler önemli olmakla birlikte, ekonomik faktör kadar belirleyici değildir. Neo-klasik göç modellerine ihtiyatlı bir tavır takınan Castles ve Miller (2008), Ravenstein'in göç kanunları ile ilgili olarak bazı eleştiriler getirmişlerdir; buna göre söz konusu kanunlar tarihsel değildir ve kişisel tercihlere yöneliktir. Nitekim yazarlar çalışmalarında, en alt gruptan ziyade orta sınıfın göç konusunda daha aktif olduğunu belirtirler.

Ravenstein'in teorisinden sonra birçok göç teorisi ortaya çıkmakla birlikte en önemlileri, itme-çekme teorisi (pull-push theory), yerçekimi teorisi (gravity theory), göç geçiş modeli (migration transition model) ve merkez-çevre kuramıdır (center-periphery theory). Lee (1966) tarafından önerilen itme-çekme teorisine göre insanların göç etmesinin, itme ve çekme faktörleri olarak iki temel nedeni bulunmaktadır. Coğrafi faktörler, yoksulluk, doğal felaketler, savaş, terör vb. unsurlar itme faktörü olarak değerlendirilebilir. Çekme faktörleri ise, insanları oraya taşınmaya çeken hedef alandır. Bu iyi bir ekonomi, daha yüksek yaşam standartları, iyi iş fırsatları olabilir. Bu teoriye yapılan eleştirilerin başında ise teorisinin sadece insanların arzusuna odaklanması ve yeteneklerini görmezden gelmesidir. Yerçekimi teorisi ise Newton'un yerçekimi yasasına dayanmaktadır. Bu model, konumlardan birinin veya her ikisinin önemi arttıkça, aralarında harekette bir artış olacağı fikrine dayanmaktadır. Örneğin Toronto ve New York, Londra ve New York'a kıyasla birbirine daha yakın olmakla Toronto'da nüfus daha düşüktür. Bunun nedeni her iki şehir arasındaki etkileşimin/çekimin daha düşük olmasıdır. Göç geçiş modeli, demografik geçiş yaklaşımına dayanmakta olup Zelinsky (1971) tarafından ortaya konulmuştur. Buna göre göçün beş aşaması bulunmaktadır. Bunlar; modern öncesi geleneksel toplum, erken dönem geçiş toplumu (deniz aşırı göç odaklı), geç geçiş toplumu (kentten kente göç, kırsalda dönüş var), ileri toplum (kentlerde toplanma/yoğunlaşma) ve gelecekteki süper gelişmiş toplum (sadece kentler arası göç var, kimse kırsala dönmek istemiyor). Son olarak Wallerstein (1998) tarafından ortaya atılan merkez-çevre kuramında ise göçlerin temel nedeni kapitalizm ve sömürgecilik anlayışı olup zengin ülkelerin çıkarları ve bağımlılık ilişkisi çerçevesinde gerçekleşmektedir. Merkez ülkeler, iktisadi açıdan gelişmiş zengin ülkeler olup çevre ülkeler ise ucuz işgücü ve hammaddeye sahip gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelere dönüşmektedir.

Göç, sosyal dönüşümlerin ve kalkınma süreçlerinin bir aşaması olup aynı zamanda insan sermayesi yatırımının bir sonucudur. Göç, bireylere kullanabilecekleri imkânlarının sayısını artırır ve bunun yanı sıra kişiye mesleki ve toplumsal bir hareketlilik/dinamizm kazandırır. Göç, sadece sosyal ve iktisadi dönüşümlere verilen bir reaksiyon olarak değerlendirilemez; bunun yanı sıra göç olgusu iktisadi koşullardan bağımsız olarak da bir değere sahiptir. Nitekim iş bulmak ümidiyle şehre ya da başka bir ülkeye giden birey, orada iş bulamasa dahi uzun yıllar boyunca gittiği yerde kalabilmektedir. Bunun yanı sıra, geleneksel göç teorilerinde çalışmak için giden göçmenlerin belirli bir süre o ülkede kaldıktan sonra geri dönecekleri ve yerine yeni işgücünün söz konusu ülkelere gideceği öngörülürken, pratikte yaşananlar, akademik teoriler ile uyuşmamış ve gidenlerin önemli bir çoğunluğu ülkelerine farklı gerekçeler ile geri dönmemiştir.

Wolpert (1966), serbest piyasa mekanizmasının yürürlükte olduğu bir toplumda dört farklı nedenle dört tip göçün ortaya çıktığını belirtir. Buna göre ilk gruptaki göçler, sosyal sistemin bozulan dengelerini yeniden düzeltebilmek için ortaya çıkan bir mekanizmadır. İkinci grup analizlerde ise göç toplumun evrimi sırasında geçirdiği dönüşümlere paralel olarak ortaya çıkan tek yönlü bir uyum hareketi olarak değerlendirilmektedir. Üçüncü grup göç analizleri; ilk iki grup analizlerden farklı olarak net göç olgusu üzerinde değil toplumdaki tüm yer değiştirmelere odaklanmaktadır. Dördüncü grup göç analizleri; sosyal sistemde politik süreç içinde ortaya çıkan ihtiyaçlar sonucunda uygulanan göç politikalarının doğurduğu göçler üzerinde durmaktadır.

Lewis (1966) ise uluslararası göç olgusunu ülkeler arasındaki gelişmişlik farkı ile açıklamaktadır. Yazara göre iktisadi gelişmişlik düzeyi sonucu ortaya çıkan ücret farklılıkları ve istihdam piyasalarında görülen dengesizlik, ülkeler arasındaki göçü ortaya çıkarmaktadır. Gelişmiş ülkeler sermaye açısından zengin iken işgücü açısından yeterli kaynağa sahip değildir; gelişmekte olan ülkelerde ise durum bunun tam tersidir. Göç sonucunda işgücü arzı yoksul ülkede azalırken, gelişmiş ülkelerde artar. Bu durum uluslararası pazarda ücret dengesini sağlayan dinamiği de tetikler ve orta-uzun vadede işgücü maliyetleri, kendiliğinden bir denge seviyesine ulaşır.

Üst satırlarda da ifade edildiği üzere ekonomi, uluslararası ve ülke içi göçlerde en temel faktörlerden biridir. Sanayileşme, uluslararası göçlerin artışına neden olmuş olup bu anlamda İngiltere sanayi devriminden itibaren önce kendi kırsalından daha sonra ise diğer ülkelerden göç hareketlerine tanık olmuştur. İngiltere 20.yy'ın başlarında bir imparatorluk iken imparatorluk sınırları içinde Müslümanların sayısı 94 milyon, Hristiyanların sayısı ise 58 milyon idi. 1920'lerde dünyadaki Müslüman sayısının kabaca yarısı İngiliz İmparatorluğu sınırları içinde yaşamaktaydı (Fisher, 2006: 111). Müslümanların İngiltere'ye toplu halde, daha büyük kitleler halinde göç etmeleri ise II. Dünya Savaşı'ndan itibaren, Hindistan, Pakistan, Bangladeş gibi eski kolonilerinden İngiltere'ye kitlesel göçler bu dönemden itibaren başlamıştır. Günümüzde ülkede yaşayan Müslümanların sayısı yaklaşık 4,1 milyon düzeyinde olup, bölgelere homojen bir şekilde dağılmadığını söylemek mümkündür. Londra'da yaşayan Müslümanların sayısı 1,3 milyon iken, Birmingham nüfusuna oranla yüksek bir Müslüman topluluğa sahiptir; şehirdeki Müslümanların oranı %21,8 düzeyindedir (Birmingham City Council, TY). Galler ve İskoçya'daki Müslüman oranı toplam nüfusa oranla %1,5 düzeyinde olup İngiltere'ye göre çok daha düşük seviyededir. Avrupa'daki Müslümanların sayısının artış trendi analiz edildiğinde, İngiltere nüfusundaki Müslümanların payının 2050 yılına kadar %17,2'ye yükselebilir (Statista, 2021).

Mültecilerin kendi ülkelerine kabul edilmesi konusunda zayıf bir irade sergileyen Batı dünyasının bu eylemlerinin arka planına bakılacak olursa, ekonomik ve sosyolojik tehlike algısından bahsetmek pekâlâ mümkündür. Bir düşünce kuruluşu olan Pew Research Center tarafından hazırlanan "Europe's Growing Muslim Population" başlıklı rapora göre Avrupa'da 2016 yılı itibarıyla 26 milyon Müslüman yaşamakta olup bu rakam, toplam Avrupa nüfusunun %4,9'unu oluşturmaktadır; 2010'da ise bu oran %3,8 düzeyindeydi.* Yapılan kaynak taramasında bu konuda daha yakın döneme ilişkin bir çalışmaya ise rastlanılmamıştır.

Tablo 1. Avrupa'da Müslüman Dağılımı

Ülke	Oran (%)	Ülke	Oran (%)
Bulgaristan	11,1	Danimarka	5,4

*İlgili rapor Türkiye ve AB arasındaki söz konusu antlaşmadan önce hazırlanmıştır.

Fransa	8,8	İtalya	4,8
Hollanda	7,1	Finlandiya	2,7
İngiltere	6,3	İspanya	2,6
Almanya	6,1	Macaristan	0,4
İsviçre	6,1	Romanya	0,4
Yunanistan	5,7	Çekya	0,2

Kaynak: *Pew Research Center – “Europe’s Growing Muslim Population-2016”*

Söz konusu kuruluş tarafından yapılan nüfus projeksiyonlarında, göç politikasında çok esnek davranılması halinde 2050 yılına gelindiğinde hali hazırda %4,9 olan bu oranın %14’e ulaşması öngörülmekte olup, göçlere izin verme konusunda sert/tavizsiz bir tutum alınması halinde ise %7,4 düzeyinde kalacağı tahmin edilmektedir. Tablo.2’de yer verildiği üzere söz konusu dönemde Müslümanların büyüme hızı, en büyük üç dini gruptan ikisi olan Hristiyanların ve Hinduların büyüme hızından iki kat daha fazla olacaktır. Bu saptamalar, özellikle gelişmiş ekonomilerin gerek toplumsal gerekse iktisadi açıdan Müslümanlara daha yakından bakmaları gerektiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 2. Dünya Dinlerinin 2010-2050 Projeksiyonu (Büyüme Hızı)

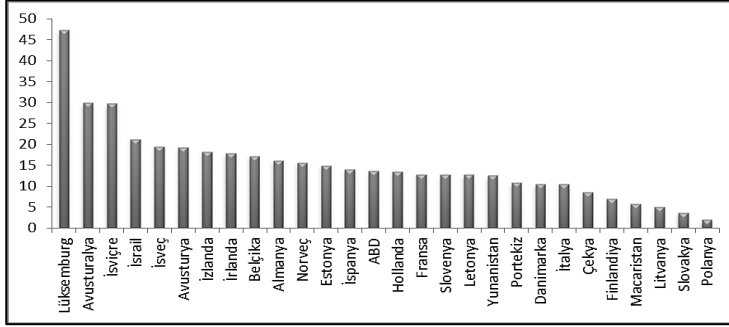
Dini Gruplar	Oran (%)
Müslümanlar	73
Hristiyanlar	35
Hindular	34
Yahudiler	16
Yerel Dinler	11
Herhangi bir dine inanmayanlar	9
Budistler	-0,3

Kaynak: *Pew Research Center – “The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010-2050”*

Avrupa ülkelerinde Müslümanlara bakış açısında da ülkeler bazında ciddi farklılıklar söz konusudur. 2016’da ülke vatandaşları ile yapılan geniş kapsamlı bir araştırmada (Global Attitudes Survey-2017) Müslümanlara karşı negatif tutum oranlarında önde gelen ülkeler Macaristan (%72), İtalya (%69), Yunanistan (%65) olur iken İngiltere (%28), Almanya (%29), Fransa’da (%29) ise bu oranların daha düşük seviyede olduğu görülmektedir. Araştırmadaki ilginç sonuçlardan biri ise Müslümanlara karşı takınılan tutumun, siyasi ideolojik bir ilişki göstermesidir. Buna göre Almanya’da politik yelpazede sağda yer alanlarda bu negatif tutum %47 olarak hesaplanmış iken sol yelpazede bu oran %17 olarak ölçülmüştür. Benzer durum İtalya ve Yunanistan için de geçerlidir.

Gelişmiş ülkelerin farklı bazı etnik ve dini gruplara bakışı aslında güçlü temellere dayanmayan bir önyargıdır. Sosyolojik açıdan bakıldığında iki-üç kuşak sonra göçmenler yaşadıkları toplumun kültürüne daha fazla uyum sağlamakta ve yerli toplum ile daha fazla entegre olmaktadır. Böylece yüksek göçün alındığı ilk yıllarda görülen toplumsal heterojenlik birkaç kuşak sonra yerini daha homojen bir yapıya bırakmaktadır. Bununla birlikte ilk giden

göçmenlere, ülkeye uyum konusunda gerekli entegrasyon imkanı tanınmaz ve bu kişiler gerekli fırsat eşitliğine sahip olamaz ise bu göçmen grupları arasındaki kültürel ve ekonomik farklılıkların önemli bir kısmı, sonraki nesillere aktarılacaktır ve bu durum toplumsal, iktisadi heterojenliğin kalıcı hale gelmesine neden olabilecektir. Bugün Avustralya ve İsviçre’de nüfusun yaklaşık %30’unu yabancı ülkede doğup bu ülkelere gelen kişiler oluşturmaktadır. Almanya’da bu oran %16, İspanya, ABD, Hollanda ve Fransa’da %13-14, İtalya’da %10 seviyesinde olup en düşük oran ise %2 ile Polonya’dadır. Türkiye’de bu oran 2018 itibarıyla %2,8’dir; bu rakamın düşük olduğu bir diğer ülke ise 2015 verileri itibarıyla %1,75 ile Japonya’dır. (OECD, 2022)



Grafik 1. Yabancı Ülkede Doğanların Toplam Nüfusa Oranı (2019)

Kaynak: OECD veri tabanından derlenmiştir.

Ülkelerinden zorla göç ettirilmiş kişilerin ekonomik düzeylerine bakıldığında, 2019 yılı itibarıyla ülkelerin kabul ettikleri kişilerin %61’nin orta ve üstü gelire sahip kişiler olduğu görülmektedir (UNHCR,2019: 24). Bu oran 2010 yılında ise sadece %35 düzeyinde olup ülkelerin göçmenleri kabul ederken giderek sosyo-ekonomik yeterliliğe daha fazla önem verdiklerini göstermektedir. Diğer bir ifade ile tek bir ölçüt olmamakla birlikte son yıllarda maddi nedenlerin, ülkelerin yabancı göçmenleri kabul etmedeki belirleyicilik düzeyi giderek artmaktadır. Bu şekilde göçmenlerin tercihli bir şekilde seçilmesi, göçmenlik politikasındaki değişimin de bir göstergesidir.

3. EKONOMİ VE DİN İLİŞKİSİ

Dilbilimsel açıdan bazı kavramlar çok sıklıkla kullanılmaya başlandığında, taşıdığı anlam giderek daralmakta ve sığlaşmaktadır. Bir kavramın içerisine birçok şey konulduğunda diğer bir ifade ile bir kavram ile birçok şey ifade edilmeye başladığında, o kavram aslında anlamından birçok şeyi de beraberinde yitirmektedir. Kapitalizm de bu erezyondan nasibini almış kavramların başında gelmektedir.

Arrighi (1994) kapitalizmin ilk merkezinin Katolik bir merkez olan Venedik olduğunu, tarihsel kökeninin sanılanın aksine Kuzey Avrupa’dan değil, Güney Avrupa’dan geldiğini iddia etmektedir. Korstanje’ye (2015) göre, günümüzde kapitalizm özellikle 2008 krizi ile birlikte ciddi eleştirilere uğrarken kapitalizmin bir ürünü olan demokrasi ve ulus devlet ise, bu eleştirilerden kendini soyutlamaktadır. Bu yaklaşım farkı, aslında kapitalizmin çok farklı şekillerde anlaşıldığı sonucuna bizleri götürmektedir. Weber 1900’lerin başında önce makale sonrasında (1930) kitap olarak “Kapitalizmin Ruhu ve Protestan Ahlakı” adlı eserini yayınlamıştır. Weberyen yorumda, kapitalizm geleneksel anlamından farklı şekilde yorumlanır. Diğer bir ifade ile kapitalizm, kazanca/kara dayalı bir değerler sistemi olmayıp, rasyonellik ve kontrole temelinde yükselen bir kültürel bir değerler toplamıdır.

Dönem itibariyle bakıldığında 20.yy'da İngiltere'deki liberal, faydacı iktisadi geleneğe karşı Almanya'da İdealizm ve Marksizm etkileri söz konusu idi. Weber ise bu eseri Marksizm karşıtı bir eser olarak kaleme almış olup eser, burjuva sınıfının da çıkarları ile paralellikler göstermektedir. Bununla birlikte, yazar bu eserinde saf bir kapitalizm hayranı olmadığı, liberal bir iktisadi yaklaşım ile etik değerler arasında bir ilişki kurmaya çalıştığı görülmektedir. Eserinin girişindeki şu cümleleri de yine çok dikkat çekicidir. “Mümkün olan en yüksek miktarda para, edinme, kazanç peşinde koşma dürtüsünün kapitalizmle hiçbir ilgisi yoktur. Bu saf kapitalizm fikrinden kesin olarak vazgeçilmesi gerektiği öğretilmelidir” (Weber, 1930: 32-33)

Weber'e göre akılcı bir kapitalist girişim iki şeye işaret eder: Disiplinli bir işgücü ve düzenli sermaye yatırımı. Protestanlığın bir alt kolu olan Püriten anlayışta görüldüğü üzere tasarrufa önem veren bir yaşam tarzı sermaye oluşumuna katkıda bulunarak kapitalizmi destekler. Diğer bir ifade ile akılcı kapitalizm, tutumlu bir yaşam tarzına sahip olan toplumlarda yeşerir ve gelişir. Nitekim Protestanlıkta, servet ve çalışkanlık Tanrı tarafından cennet ile ödüllendirilecek olmanın bir işareti olarak görülür. Katolik inancında yenilenen günah karşısında tövbe ederek bağışlanma durumu Protestanlıkta bulunmamaktadır ve bu durum Protestan eylemlerini gerçekleştirmede daha dikkatli olmaya yönelir (Giddens,1976: 710-712)

Protestanlar özellikle de Kalvinistlere göre, cennete gidecek olan kişiler eğer çalışırlar ise kendilerine vaat edilen cenneti hak ettiklerini, dünyada yaşarken anlayabileceklerdir. Bu bireyler, çok üretip, az tüketerek ve tasarruf yaparak sermaye oluşumuna katkıda bulunabileceklerdir; böylece bu durum kapitalizm için gerekli olan devinimi sürdürülebilir kılacaktır. Bununla birlikte Weber iktisadi ilişkiler ile ahlaki değerler ya da inançlar arasındaki bu ilişkinin uzun soluklu olmayacağını da farkındaydı. Kapitalizm, kendi köklerini sıkıca toprağa saptığında diğer bir ifade ile hâkim bir paradigmaya dönüştüğünde, bu geç evrede artık bu türden bir manevi bağı ihtiyacı duymayacaktır ve saf ekonomik çıkarını düşünen klasik iktisadın gösterdiği türden bir hedonik tüketici toplumuna dönüşüm söz konusu olacaktır (Weber,1930: 181-183). O, saf İngiliz kapitalizmi yerine bireyi toplum, kültür ve siyaset-kamu içerisindeki bir denklem olarak görmek ve sosyo-ekonomi olarak adlandırılan bir olgu içerisinde değerlendirmektedir. Dolayısıyla dönemin tarihsel ve toplumsal olayları, iktisadi süreçlerin temel yapıtaşını oluşturmaktadır.

Weberyen yorumlamada Protestanlara atfedilen[†] birçok özellik aynı zamanda İslamiyet'te de söz konusudur. Müslüman gelenekte çalışmak, dürüst olmak aynı zamanda bir ibadettir. Diğer bir ifade ile yüksek bir bilinç düzeyine sahip bir Müslüman, İslam ahlakı ile ekonomik faaliyet arasında bir denge kurabilir. İslamiyet'in “üretici ve tüketicinin hak ve hukukunu koruyucu, doğal çevreye saygılı olmayı öğütleyen öğretileri sürdürülebilirliği de desteklemektedir. Kuran'ı Kerim'deki birçok ayette, Müslümanların rızıklarını araması için Müslüman ahlakıyla çalışması, çaba göstermesi ve doğruluktan ayrılmaması istenmektedir. Ayet ve hadislerde işçi-işveren hukukunu belirleyen ve güvence kapsamına dâhil eden öğretiler de bulunmaktadır. Bunun yanı sıra zekât ibadeti ekonomik hayatı dengeleyici bir mekanizmadır. İslamiyet'te kazancın farklı girişim amaçlarıyla tekrar kullanıma açma davranışları teşvik edilirken (Bakara 2, 3; Al-i İmran 3, Sebe', 34) kazancı sadece biriktirme davranışları şiddetle kınanır (Tevbe, 9).” (Kılınç ve Yener, 2019: 516-517). Benzer şekilde Anadolu'da önce Selçuklular döneminde sonrasında da Osmanlı'da görülen ‘Ahilik Geleneği’ İslamiyet ile ekonomik hayat arasında

[†] Weberyen yorumdan farklı olarak modern kapitalizmin köklerinin Yahudilikte olduğunu savunan görüşler de bulunmaktadır. Örneğin “Sombart modern kapitalizmin tüm temelini Yahudilere dayandırmaktadır” (Kılınç ve Yener, 2019: 515).

önemli bağlar kurarak çalışma hayatını kolaylaştırmış ve bir düzen içerisinde ülkenin kalkınmasına önemli katkılarda bulunmuştur.

Kapitalizm ve din arasındaki bağlamda olumsuz görüşte yer alanlar da bulunmaktadır. Albayrak'a (2008) göre "kapitalizm, Tanrı katında daha değerli olabilmek için bireyi zenginliğe teşvik ederken; referans aldığı o Tanrı'yı, Tanrı'nın kurallarını da, öngördüğü yaşam tarzını da değer biçilebilecek bir emtiaya dönüştürür". Çünkü yazara göre kapitalizm, "insanın tatmin edilmesi gereken manevi yanını, tipik pragmatik anlayışla 'giderilmesi gereken bir ihtiyaç' olarak görür". Bunun yanı sıra İslamiyet'te eksik piyasa rekabeti nedeniyle fiyatlarda yaşanabilecek olan düzensizlikte, adalet vurgusu gereğince piyasalara müdahale edilmesi gerektiği anlayışı vardır. Saf kapitalist ülkelerde ise bu konuda serbest piyasa kuralları geçerli olup devletin müdahalesi söz konusu değildir.

Louis Massignon tarafından kavramsallaştırılan ve II. Dünya Savaşı sonrasında barış iklimine katkı sunması amacıyla ortaya konan yaklaşım çerçevesinde İslamiyet, Hristiyanlık ve Yahudilik arasında ortak bir unsur olarak 'İbrahimi Dinler' kavramı ortaya çıkmıştır. Özellikle Hristiyanlık perspektifinden yola çıkılarak ortaya konulan bu kavram içinde yer alan dinlerde ibadet, Hinduizm ve Budizm gibi Doğu dinlerinden farklı olarak daha görünür ve toplu bir şekilde yerine getirilmektedir. Doğu dinlerinde ise dini mekânlarda toplu şekilde ibadet, dini geleneklerin bir parçası olarak görülmez. Pew Research Center tarafından gerçekleştirilen "The Age Gap in Religion around the World" başlıklı araştırmada, dinin yaşamlarında çok önemli olduğunu söyleyenlerin en az olduğu ülkeler arasında Çin ve Japonya başta gelmektedir. Hindistan'da ise söz konusu oran, Çin ve Japonya'dan farklılık göstermektedir. Kurumun raporuna göre, aynı gelenek ve inanç yapısına sahip olmakla birlikte dinin günlük yaşamındaki önemi hakkında Hindistan toplumundaki farklılaşmada, iktisadi gelişim düzeyinin etkisinden söz edebilmek mümkündür. Dünya Bankası (2022) verilerine göre 2021 sonu itibarıyla Japonya'da kişi başına düşen milli gelir yaklaşık 39.300 \$, Çin'de ise 12.500 \$ seviyesinde olup Hindistan'da ise sadece 2.300 \$'dir.

Yine bir ülkedeki milli gelirden, tarım, sanayi ve hizmet sektörünün aldığı paylar, bir başka belirleyici iktisadi göstergeler olabilir. Diğer bir ifade ile tarım sektörlerinin iktisadi büyüme üzerinde daha fazla söz sahibi olduğu ülkelerde dine bağlılık ve dini ibadetlere olan sadakat daha fazla iken; sanayi sektörü yoğunluklu ekonomilerde dinin toplumsal hayat içindeki yeri oransal olarak daha düşüktür. Hindistan'da henüz Çin ve Japonya'da görülen güçlü bir sanayi sektörü söz konusu olmadığında, ekonomik yapının bir özelliği olarak dini ritüeller daha yoğun bir şekilde gerçekleştirilmektedir. İktisadi açıdan yorumlamak gerekir ise buna gerekçe olarak, dini vecibelerin yerine getirilmesinde, özellikle sanayi sektöründe aşırı yoğun çalışma saatleri nedeniyle bireye yeterince zaman kalmaması/ bireyin ibadetlerini yerine getirebilmesi için yeterince zaman bulamaması gösterilebilir.

Genel görünüm bu şekilde olmakla birlikte bu perspektife uymayan bazı ekonomiler de söz konusudur. Örneğin Hristiyanlık açısından bakıldığında, dinin yaşamlarında önemli bir yere sahip olduğunu söyleyen gelişmiş ülkelerin başında 63.500 dolarlık kişi başı gelir ile ABD gelmektedir. Söz konusu oranın yüksek oluşunda Protestanlık mezhebinin ülkede ana mezhep oluşunun rolü bulunmaktadır. Bu mezhebin ilkeleri ile iktisadi hayat arasında önemli oranda bir uyum söz konusu olup bu durum ülkedeki toplumsal inanç yapısı ile iktisadi hayat arasında bir denge faktörü yaratmaktadır.

Tablo 3. Dinin Günlük Yaşamda Çok Önemli Olduğunu Düşünenler

Ülke	Oran (%)	Ülke	Oran (%)
Çin	3	Norveç	19
Japonya	10	Kanada	27
İngiltere	10	ABD	53
Almanya	10	Yunanistan	56
Fransa	11	Türkiye	68
Rusya	16	Brezilya	72
Avustralya	18	Hindistan	80

Kaynak: Pew Research Center – “The Age Gap in Religion around the World”

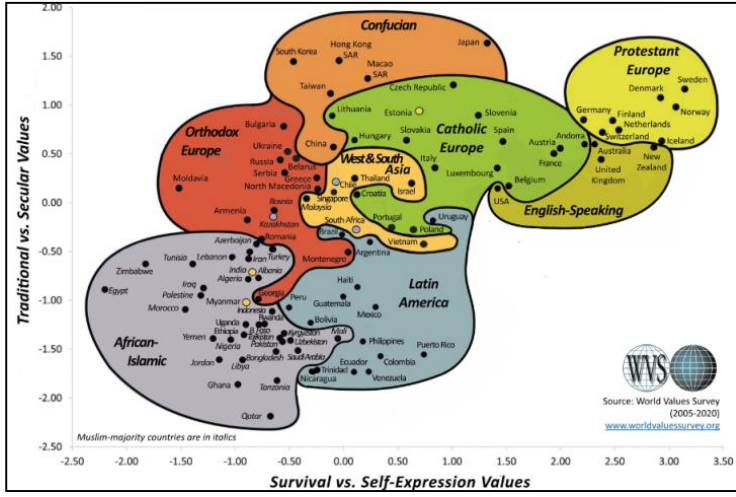
Tablo 4. Müslümanlar Arasında Dinin Günlük Yaşamda Çok Önemli Olduğunu Düşünenler

Ülke	Oran (%)	Ülke	Oran (%)
Pakistan	94	Mısır	75
Endonezya	93	Türkiye	69
Filistin	86	ABD	66
Hindistan	85	Fransa	54
İran	78	Rusya	43

Kaynak: Pew Research Center – “The Age Gap in Religion around the World 2008-2017”

Din ve ekonomi arasında iki yönlü bir ilişkiden söz edebilmek mümkündür. Ülkelerde yaşanan ekonomik gelişmeler toplumsal normları ve dini inançları etkileyebildiği gibi, dini inanç, bireyler üzerinde iş ahlakı, tasarruf kültürü ve dürüstlük gibi kavramlar üzerinden iktisadi hayatı etkileyebilmektedir. Azzi ve Ehrenberg (1975), yaptıkları çalışmada, dini ibadetleri gerçekleştirebilmeleri için insanların buna zaman ayırabilmesi gerektiğini belirterek sekülerleşme teorilerine uygun bir şekilde, ekonomideki gelişmenin diğer bir ifade ile reel ücretlerdeki artışın, toplumda dine olan bağlılığı azalttığını belirtmektedir. Bu görüşe göre istihdam piyasasında yer almayan işsiz kişiler, dine karşı daha yakın bir tutum içinde yer alırlar.

Dini değerlerin iktisadi hayatı nasıl etkilediğine bakılacak olursa Dünya Değerler Araştırması (WVS -World Values Survey-2020) bu konuda önemli tespitlerde bulunmaktadır. Yıllar içinde düzenli olarak yapılan bu araştırmaya göre, insanların inançları ekonomik kalkınmada, demokratik kurumların ortaya çıkmasında ve gelişmesinde, önemli bir role sahiptir. Inglehart ve Welzel tarafından yapılan WVS verilerinin analizi, dünyada kültürler arası çeşitliliğin iki ana boyutu olduğunu öne sürmektedir. Yazarların görsel analizine göre, dikey eksen, geleneksel ve seküler-rasyonel değerler arasındaki kutuplaşmayı yansıtmaktadır. Buna göre geleneksel değerleri vurgulayan toplumlar haritanın alt kısmına yakınken, seküler-rasyonel değerlere sahip olanlar ise yukarı tarafa yakın bir şekilde konumlanmışlardır. Yatay eksen, hayatta kalma değerleri ile kendini ifade etme değerleri arasındaki kutuplaşmayı ortaya koymaktadır. Hayatta kalma değerlerini vurgulayan toplumlar haritanın sol tarafında yer alırken, kendini ifade etme değerlerine sahip olanlar sağ tarafa yakın bir şekilde konumlanmışlardır. Söz konusu bu haritaya göre, sosyoekonomik gelişme ile bir toplumun temel kültürel değerleri arasında güçlü bir ilişki vardır.



Grafik 2. Inglehart–Welzel Kültür Haritası (2020)

Kaynak: World Values Survey 7

1980'lerin başından itibaren neo-liberal politikaların popülerlik kazanması ile birlikte gerek ekonomi gerekse toplumsal hayatta küresel akımlar ağırlık kazanmıştır. Küreselleşme, toplumların iktisadi, sosyo-kültürel ve siyaset alanında birbirine yakınsamasını içeren bir olgudur. Küreselleşmenin iktisadi anlamda yaratıcılığı, yeniliği teşvik etmesi, bilginin, sermayenin ve işgücünün daha hızlı yayılması gibi olumlu sonuçları bulunmakla birlikte başta kültürel erozyon olmak üzere milli ve dini bilincin aşınmasına da neden olabilmektedir. Yine bu süreçte Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği, Dünya Bankası, IMF gibi politik ve iktisadi uluslar üstü kurumlar, milli devlet kavramının önüne geçmiştir. Macit (2003), küreselleşmeyi “küresel güçlerin kendi emperyal hedeflerini gerçekleştirmek üzere, kendi dünyanız açısından bitişin yeniden başladığı bir sınır” olarak tanımlar. Yazar, yaptığı bu kavramsallaştırma ile “küreselleşmenin dünyayı bütünleştirme adı altında parçaladığını ve şiddetin yeni bir dilini ürettiğini” vurgulamaktadır.

Küreselleşme ve din arasında paradoksal bir ilişkiden de söz etmek mümkündür. Aslan (2002), “küreselleşmenin, dinin icra boyutunu canlandıracak sosyal ortamlar hazırlarken aynı zamanda fonksiyonel yapısında (teoloji ve ibadet), ciddi tahribat yaparak onun küresel bir sistem olmasını engellemekte olduğunu” belirtmektedir. Diğer bir ifade ile küreselleşme ile birlikte ortaya çıkan hakim ekonomik ve siyasal paradigma, bir takım sosyo-kültürel, etik problemleri ortaya çıkarmakta; bu durum yeni dini hareketlerin ve toplulukların doğmasına neden olmaktadır. Bununla birlikte aynı paradigma, dini hareketlerin yaygın bir iletişim aracı olmaması için de gerekli toplumsal şartları ortaya koyarak bu hareketlere sınırlama getirmekte ve dinin bir küresel sisteme dönüşmesini engellemektedir. Keyman ve Sarıbay (1998) çalışmalarında İslam dininin küreselleşme sürecine ket vuran bir direnç kaynağı olarak gösterilmesinin doğru olmadığını ifade etmektedir. Aksine, postmodern küreselleşme olarak da tanımlanabilecek olan küreselleşme süreci sonrasında, gelir ve fırsat eşitsizliklerinin artması ile birlikte yaşanan bu dengesizliklerin giderilmesi noktasında, İslamiyet önemli bir role sahiptir. Batının tekelci hegemonyasına karşı, İslam bir alternatif olacak şekilde, küresel kültürel inançların bir harmoni/uyum içinde toplumsal ve ekonomik hayatı belirleme gücünü bünyesinde bulundurmaktadır (akt: Ekinci, 2019: 138-139)

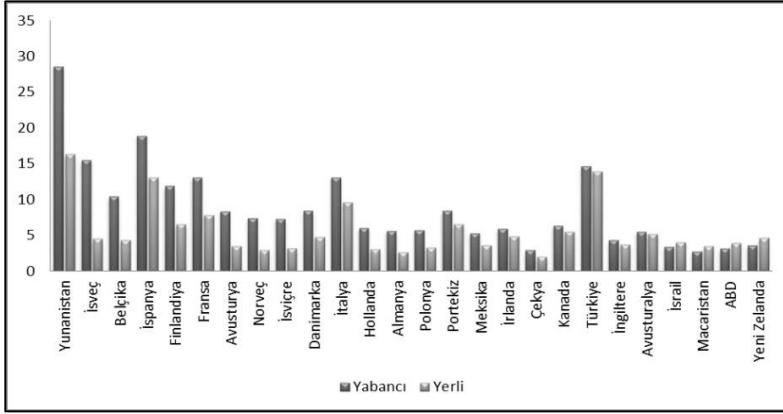
Esas olarak liberalizmden gücünü alan küreselleşmenin getirdiği toplumsal modernizasyon sürecinin, dini alanda da bir reformu beraberinde getireceği ve din olgusunun toplumsal hayat içerisindeki ağırlığını artacağı yönündeki düşünce ile ilgili olarak net bir görüş birliği bulunmamaktadır (Dreher ve Smith, 2016; Reinhart, 2004 vb.). 17. ve 18. yüzyılda liberal düşüncenin ve Aydınlanma felsefesinin etkisiyle ortaya çıkan dini çoğulculuk, dinler arasındaki hoşgörü ve diyalog ortamının tesis edilmesini kolaylaştırmıştır. Avrupa'nın Sanayi Devrimi'nden itibaren ekonomik anlamda hızla gelişmesinin neticesinde, bu yaşlı kıtaya farklı dine sahip toplumlardan göç akımı başlamış olup özellikle II. Dünya Savaşı sonrasında bu süreç hızlanmıştır. Bu göçler aynı zamanda farklı kültürlerinin ve dini grupların birbirlerini tanımalarını sağlamış ve farklı dine mensup kişilerin bir arada yaşayıp kaynaşmalarını kolaylaştırmış ve dini çoğulculuk fikrini yaygınlaştırmıştır. "Dini çoğulculuk, dinlerin birbirlerinden farklı ve hatta çelişkili doğruluk değerlerini bir üst doğru etrafında toplama çabası olup genel bir anlamda tüm dinlerin teolojik düzeyde eşit olduğunu ileri sürer." (Arıcan,2011: 98). Bazı yazarlara göre küreselleşmenin din üzerinde tamamen olumsuz etkileri bulunmamakta olup din, globalleşen dünyada hala önemini korumakta ve çoğulcu bir yapıya dönüşmektedir. Bu yazarlar, küreselleşmenin dini kimlikleri güçlendirerek dini akımların canlanmasına ve yaygınlaşmaya başlamasına neden olduğunu savunmaktadır (Kurt, 2015: 266, Coşkun,2017:128).

Dini çoğulculuk kavramı her ne kadar hoşgörü ve diyalog gibi kulağa hoş gelen güzel kavramlarla birlikte anılsa da aynı zamanda dini farklılıkları ortadan kaldırma ve bu farklılıkları görmezden gelme gibi dışlayıcı bir tehlikeyi de beraberinde getirmektedir. Diğer bir ifade ile küreselleşme ile dini çoğulculuk fikri temelinde, homojen bir din geleneği oluşturulmaya çalışıldığı ve bu durumun dini farklılıkları yok ettiğine ilişkin görüşler de bulunmaktadır. Macit (2003), "küreselleşme, dinin evrensellik tezine ihtiyaç duyar" diyerek küresel aktörlerin, özellikle Müslümanlık açısından bakılacak olur ise İslam'ın küresel stratejiler ile uyum içinde kalması gerektiği düşüncesine sahip olduğunu belirtir. Küreselleşmenin din üzerinde olumlu etkisi olduğu görüşüne karşı çıkanların ortak paydası, küreselleşmenin dini değerleri zayıflattığını ve dinin otoritesinin kaybolmasına yol açtığı ve bu olgunun din üzerindeki olumsuz etkilerinin daha baskın olduğudur. Demir (2013) çalışmasında küreselleşmenin dini çoğulculuk yaklaşımını eleştirmiş, önemli olanın "bireyler arasında ortak standart özellikler barındıran global dinin oluşturulması yerine tüm dinlerin mensuplarının kendi geleneklerini yaşayarak, kendilerine özgü bir tarzla gerçekliğe ulaşmaları" olduğuna vurgu yapmıştır.

4. İSTİHDAM PİYASALARINDA DİNİ - ETNİK AYRIM VE BEŞERİ SERMAYE

Avrupa'da kriz öncesi işsizlik oranı %7'lere kadar gerilemiş olup, 2008 Ekonomik Krizi'nde %12'lere kadar yükselmiştir. Alınan önlemler neticesinde 2013-2019 döneminde bu oran, kriz öncesi seviyelerin altına kadar gerilemiştir. Bununla birlikte İspanya, Yunanistan gibi ülkelerde işsizlik oranları Şubat-2022 itibarıyla hala %12-13 gibi yüksek düzeylerde olup göçler, özellikle işsizliğin yüksek olduğu bu gibi ülkelerde istihdam piyasası üzerinde önemli endişe kaynağı olmaya devam etmektedir (Eurostat, 2022).

Genel olarak bakıldığında yerli ve yabancı çalışanların işsizlik oranları açısından ülkeler arasında önemli farklılıklar göze çarpmaktadır. Yunanistan, İsveç, Belçika, İspanya gibi ülkelerde yabancı ve yerli nüfus arasında yabancılar aleyhine ciddi bir fark bulunmakta iken bu konuda Türkiye, Kanada, İngiltere, Avustralya, ABD gibi ülkelerde işsizlik oranları açısından daha adil bir istihdam piyasası olduğu görülmektedir.



Grafik 3. Yerli ve Yabancı Çalışanlarda İşsizlik Oranları (2019)

Kaynak: OECD veri tabanından derlenmiştir.

Beşeri sermaye, bir kişinin eğitim ve edindiği yaşantılar sonucu elde ettiği deneyim ve becerilerinin ekonomik değeri olarak tanımlanabilir. Her ne kadar beşeri sermayenin tarihsel kökeni Adam Smith'e yani 18.yy'a kadar gitse de, bu konunun sistematik bir şekilde, bir disiplin içerisinde yer almaya başlaması 1960'lerden itibaren olmuştur. Bir ekonominin üretim kapasitesi farklı faktörlere (beşeri ve fiziksel sermaye, teknoloji, demografik yapı, dış ticaret açıklığı, politik ve yasal düzenlemeler vb.) bağlıdır. Beşeri sermaye işgücünün kalitesini ifade etmekte olup en genel tanımı ile işgücünün sahip olduğu bilgi ve beceri stoku olarak ifade edilebilir. İşçilerin eğitim düzeyindeki bir artış, beşeri sermayelerini geliştirerek bu işçilerin üretkenliğini ve ekonominin çıktısını artırır. Lucas (1998) çalışmasında beşeri sermayenin firmalar düzeyinde üretkenliği arttırdığı sonucuna ulaşmıştır. Benzer şekilde De La Fuente (2011), 1965-1995 dönemine ilişkin İspanya'daki verileri analiz ettiği makalesinde beşeri sermaye ile üretkenlik arasında pozitif ilişki tespit etmiştir.

Yapılan çalışmalar göstermektedir ki, Avrupa'da Müslümanların işsiz olma olasılığı gayrimüslimlere göre daha yüksektir. Heath vd. (2008), on ülke için yaptıkları çalışmada eğitim ve işgücü piyasaları açısından, etnik kökenlerine bakılmaksızın en fazla cezalandırılan grubun Müslümanlar olduğunu belirlemişlerdir. Bu farkın oluşmasının temel neden olarak ise Batı Avrupa ülkelerindeki Müslümanların görece beşeri sermaye eksikliği gösterilmektedir. Her ne kadar akademik çalışmalarda ağırlıklı olarak buna vurgu yapılsa da bu eşitsizliğin oluşmasında etnik ve dini öğelerin (sosyal dışlanma, dini ayrımcılık, ön yargı) payı da oldukça büyüktür.

Uluslararası literatürde beşeri sermayenin (işgücü niteliğindeki artışın) istidam olanaklarını arttırdığına yönelik çok yaygın bir kanaat söz konusudur. Reel gerçekleştirmeler bu teoriyi desteklemektedir. Nitekim AB düzeyinde istihdam oranları, yüksek öğrenim görmüş olanlar için 2020'de %81,5 düzeyindedir. Buna karşılık, genel lise mezunları için istihdam oranı, sadece %58,4 seviyesindedir (Eurostat, 2021). Benzer durum sadece gelişmiş değil gelişmekte olan ülkeler için de geçerlidir. Örneğin Türkiye'de TÜİK verilerine göre 2021 sonu itibarıyla lise mezunlarında istihdam oranı % 44,7 iken yüksek öğretimden mezun kişilerde bu oran % 67 düzeyindedir. Üst satırlarda da ifade edildiği üzere her ne kadar beşeri sermaye ile işsizlik oranları arasında ters yönlü, istatistikî olarak anlamlı bir ilişki söz konusu olsa da, bu ilişki etnik ve dini gruplar söz konusu olduğunda gerçekleşmemektedir. Lindemann ve Stolz (2018) tarafından İsviçre'de yapılan bir araştırmada, Müslümanlar ve Müslüman olmayanlar arasında görülen orantısız işsizlik oranları farkının sadece beşeri sermaye ile ilgisinin olmadığını göstermektedir. Çalışmada hem çok düşük hem de çok yüksek eğitim düzeyine sahip

Müslümanların, Müslüman olmayanlara göre orantısız bir şekilde işsiz oldukları gözlenmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre İsviçre’de Müslümanlar (%8,9) Müslüman olmayanlara (%3,5) göre daha fazla işsizdir. Bu sonuç, İsviçre’deki Müslümanlar ve Gayrimüslimler arasında önemli bir istihdam boşluğunu temsil etmektedir. Yazarların bulgularına göre beşeri sermaye, Müslüman ve Müslüman olmayanlar arasındaki istihdam açığının sadece %38’ ini açıklayabilmektedir. Çalışmada vurgulanan bir diğer husus ise ayrımcılık algısı ile ilgilidir; buna göre gayrimüslimlerin%8’i son on iki ayda istihdam piyasasında ayrımcılığa uğradığını söylerken, Müslümanların %16’sı bu tür duygulardan bahsetmektedir.

Etnik ve dini farklılığın istihdam piyasasında yarattığı farklılık, Avrupa’daki diğer ülkeler için de geçerlidir. Örneğin Danimarka’da nüfusun genelinde işsizlik oranı sadece %4,5 iken, aynı ülkede Türkler arasında bu oran %17,8’dir. Yine Hollanda’da yerli nüfusun işsizlik oranı %9 iken, ülke içinde Türklerde bu oran %21 seviyesindedir. İstihdam oranlarının yanı sıra alınan ücretlerde de yerli halk ile farklı etnik ve dini kökenden gelen işçilerin arasında yerli halk lehine ücretlerde farklılık bulunmaktadır. Alt satırlarda daha detaylı olarak yer verileceği üzere İngiltere’de de 2018 yılına ait istihdam verilerinde, benzer durum söz konusudur (ONS, 2018).

Tablo 5. Seçilmiş Etnik Azınlıkların İşgücü Piyasasındaki Durumu

Ülke	Çoğunluk/Azınlık Grup	İstihdama Katılım Oranı (%)	İşsizlik Oranı (%)
Belçika	Belçikalılar	65	-
	Türkler	29	-
	Faslılar	29	-
Danimarka	Toplam Nüfus	76,3	4,5
	Türkler	62,2	17,8
	Iraklılar	37,7	26,9
	Bosna-Hersekliiler	57,2	12,9
Hollanda	Hollandalılar	78	9
	Türkler	53	21
	Faslılar	51	27
İngiltere	İngilizler	81,8	3,8
	Pakistanlılar	55,2	12,8
	Bangladeşliler	48,7	19,4

Kaynak: Zimmerman vd. (2008; 15)

Zimmerman vd. (2008), başta Almanya, Fransa ve İspanya olmak üzere on Avrupa ülkesini inceledikleri çalışmalarında, etnik azınlıkların daha yüksek işsizlik oranlarına, daha düşük mesleki kazanım ve ücretlere; katılım oranları ile ölçüldüğünde ise genellikle daha küçük bir işgücü piyasasına bağlılığa sahip olma eğiliminde oldukları sonucuna ulaşmışlardır. Yazarlara göre buradaki asıl büyük endişe verici durum ise azınlıkların ekonomik statüsünün kuşaklar arasında dahi değişmemesidir. Diğer bir ifade ile Avrupa’ya göç eden ilk göçmenler beklediği üzere eğitim ve kültür farklılığı nedeniyle gittikleri ülkelere entegrasyonu daha zor ve yavaş bir hızda gerçekleştirmiştir. Fakat küçük yaşta bu ülkelere giden ya da bu ülkelerde dünyaya gelen ikinci/üçüncü kuşak daha eğitilmiş, donanımlı olmasına, dil problemini çözmesine ve bu nedenlerle Avrupa’ya daha fazla uyum sağlamasına rağmen bu etnik kuşaklar için de istihdam piyasasındaki katılımlar devam etmektedir.

Borjas (1994) yüksek üretkenliğe sahip olan ve ev sahibi ülkenin işgücü piyasasındaki koşullara hızla uyum sağlayan göçmenlerin ekonomik büyümeye önemli bir katkı sağlayabileceğini

belirtmektedir. Yazar bununla birlikte “eğer göçmenler işverenlerin talep ettiği becerilerden yoksunsa ve uyum sağlamakta güçlük çekiyorsa, göçmenlik gelir koruma programlarıyla ilişkili maliyetleri önemli ölçüde artırabilir ve ev sahibi ülkede zaten var olan etnik ücret farklılıklarını şiddetlendirebilir” uyarısında da bulunmaktadır. Aynı makalede bununla ilgili olarak ABD ve Kanada’da işgücü piyasasındaki ücret farklılıklarına yer vermiş ve Kanada’da yabancı işçilerin yerli işçilere göre %16, ABD’de ise %28 oranında daha az ücrete çalıştıklarını tespit etmiştir Borjas (1994:1694). Kimi araştırmacılar bu ayrışmayı, nitelik farkı ile açıklamaya çalışsalar da aslında aynı niteliklere sahip meslek gruplarında dahi etnik ayrımdan kaynaklı ücret farklılıklarının olduğu görülmektedir. Söz konusu farklılık sadece mavi yakalı işlerde değil aynı zamanda beyaz yakalı ve daha fazla donanım gerektiren işlerde de gözlenmektedir. Nitekim ABD’de doktorlar ile ilgili olarak yapılan bir araştırmada Goergen (2007: 69-70) göçmen hekimlerin yerli hekimlere göre yılda yaklaşık 30.000 \$ daha az kazandıklarını belirlemiştir. Çalışmanın ilginç sonuçlarından bir diğeri ise ABD’de fazladan bir yıl yaşamış olmanın, göçmen doktorların kazancını 1.055 \$ artırması tespitidir. Yazara göre ABD’de yaşamının, bireylerin doğrudan işgücü piyasasında uygulanabilecek ABD’ye özgü beceriler geliştirmelerine izin verdiğini, dolayısıyla insan sermayesine geldiği ülkede değil de yaşamaya başladığı yeni ülkesinde daha fazla yatırım yapan kişilerin kazancı daha fazla artmaktadır.

Üst satırlarda ifade edildiği üzere Batı medeniyetleri, entegrasyonu sağlayamadığı için Müslüman topluluklarının ülkelerine göç etmeleri konusuna genel itibarıyla olumsuz bakmaktadır. Bununla birlikte söz konusu ülkelerde Müslümanlara karşı istihdam piyasasında tam anlamıyla bir fırsat eşitliğinin uygulandığını söyleyebilmek güçtür. Tablo 6’da görüldüğü üzere, Müslümanlara karşı yaratılan eğitimsiz algısı, aslında tamamıyla gerçekçi bir söylem değildir. ABD’de yükseköğrenim oranı %39 iken, Müslümanlar arasında bu oran %54 ile oldukça yüksektir. Ama yukarıda da ifade edildiği üzere bu eğitimlerine rağmen Müslümanlar, Batı dünyasında önyargı ve etnik-dini nedenlerle arzu edilen istihdam potansiyelinin oldukça uzağındadır.

Tablo 6. ABD’de Dini Grupların Eğitim Düzeyi (2010)

Dini Gruplar	Yüksek Öğrenim Oranı (%)
Hindular	96
Yahudiler	75
Müslümanlar	54
Budistler	53
Dine Bağlı Olmayanlar	44
Hristiyanlar	36

Kaynak: *Pew Research Center – “Religion and Education around the World”*

Her ne kadar eğitim fırsatlarının yaygın olduğu ABD gibi ülkelerde Müslümanlar bu eğitim fırsatlarından yararlanma konusunda güçlü bir motivasyona sahip iken birçok az gelişmiş ülkede, yeterli süre eğitim alma imkânına sahip değillerdir. PEW araştırma merkezi tarafından 151 ülkede 2010 yılında yapılan bir araştırmada (Religion and Education around the World), Müslümanların okula gitme süresi dünya genelinde 5,6 yıl iken bu rakam Hristiyanlarda 9,3 yıl, Yahudilerde ise 13,4 yıldır. Bununla birlikte rapora göre Müslümanlar ile diğer toplumlar arasındaki makas, yeni nesillerde giderek daralmaktadır. Kendisinden önceki nesillere göre, ortalama 25 yaşındaki bir Müslüman, günümüzde 6,7 yıllık bir eğitim süresi ile 60 yaşındaki bir Müslümana göre yaklaşık üç yıl daha fazla eğitime sahiptir.

Eğitim konusuna cinsiyet açısından bakılacak olursa, otoriter rejimler haricinde, eğitimde cinsiyet farkının Müslüman ülkelerde de giderek kapandığı görülmektedir. Aynı araştırmada

dünya genelinde Müslüman kız ve erkek öğrenciler arasında, erkek öğrenciler lehine 1,5 yıllık bir eğitim süresi farkı söz konusudur. Birçok dini inanışın görece daha özgür olarak yaşandığı Lübnan'da ise kızlar lehine farklılıklar göze çarpmaktadır. Hajj ve Panizza (2006) tarafından Lübnan'da yapılan bir araştırmanın sonucuna göre hem Müslüman hem de Hristiyan kızlar, erkek meslektaşlarından daha fazla eğitim almaktadırlar ve Müslümanlarla Hristiyanların eğitimde cinsiyet farkı arasında istatistiksel ve iktisadi açıdan önemli bir fark bulunmamaktadır. Her ne kadar eğitim süresi açısından otoriter olmayan Müslüman coğrafyalarda kız-erkek arasındaki fark kapansa da kadınların işgücüne katılım oranlarına bakıldığında hala kadınlar açısından önemli dezavantajlar ise dikkati çekmektedir. Avrupa istihdam piyasasında Müslümanların daha düşük istihdam oranlarına sahip olmasında kültürel faktörler de söz konusu olup kadınların istihdama katılım oranlarının, ataerkil toplum kültüründen gelen gelenekler nedeniyle erkeklere göre çok daha düşük olduğu görülmektedir. Her ne kadar kadınların çalışma oranı, Batı ülkelerinde de erkeklere göre daha düşük olsa da Müslüman ülkelerde ve Batı ülkelerinde yaşayan Müslüman toplumlarda, Hristiyan gruplar ile karşılaştırıldığında, söz konusu oran daha düşüktür.

Tablo 7. İstihdama Katılım Oranları (2020)

Ülke	Cinsiyet	Oran (%)	Ülke	Cinsiyet	Oran (%)
Kanada	Erkek	68,7	Türkiye	Erkek	68,2
	Kadın	59,6		Kadın	30,8
Almanya	Erkek	67,4	İngiltere	Erkek	67,9
	Kadın	56,6		Kadın	59,2
Yunanistan	Erkek	59,1	ABD	Erkek	67,7
	Kadın	43,5		Kadın	56,2
İsrail	Erkek	65,5	OECD - Ortalama	Erkek	68
	Kadın	58,2		Kadın	51,7
İtalya	Erkek	57,8	Brezilya	Erkek	68,7
	Kadın	39,8		Kadın	49
Japonya	Erkek	71,4	Çin	Erkek	78,2
	Kadın	53,2		Kadın	63,7
G. Kore	Erkek	72,6	Hindistan	Erkek	74,9
	Kadın	52,8		Kadın	21,6
Meksika	Erkek	74,4	Endonezya	Erkek	83,1
	Kadın	42,4		Kadın	51,9

Kaynak: OECD- *Employment Rate Indicators*

5. YÖNTEM

Çalışma kapsamında dini mensubiyetin istihdam piyasalarına olan etkisini analiz etmek üzere örnek ülke olarak İngiltere ve Galler işgücü piyasaları incelenmiş; bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere lojistik regresyon analizi kullanılmıştır. Lojistik regresyon, bir sonucu etkileyen bir veya daha fazla açıklayıcı değişkenden oluşan bir veri kümesini analiz etmek amaçlı olarak kullanılan istatistiksel bir metottür. Diğer bir ifade ile bu yöntem ile olasılıkları tahmin ederek bağımlı değişken ile bir ya da daha çok açıklayıcı değişken arasındaki ilişkiyi anlamak mümkündür. Bu tür bir analiz, bir olayın olma olasılığını veya yapılan bir seçimin olasılığını tahmin etmenize yardımcı olabilir. Bu yöntemin diğer regresyon yöntemlerinden farkı, sonuç değişkeninin kesikli iki veya daha çok değer aldığı

durumlarda kullanılabilir olmasıdır, diğer regresyon yöntemlerinde ise sonuç değişkeni sürekli değerler alır. Ayrıca doğrusal regresyondan farklı olarak açıklayıcı değişkenin çoklu normal dağılıma koşuluna ihtiyaç bulunmamaktadır.

Bu analizde hedeflenen mümkün olan minimum değişken ile optimum uyumu sağlayacak şekilde bağımlı ile açıklayıcı değişkenler arasında var olan ilişkiyi açıklayabilen ve kabul edilebilir bir model kurmaktır. Bu amaçla regresyon formülü aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

$$\text{Regresyon formülü: } \logit(\rho) = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_kX_k$$

ρ = Karakteristik özelliğin var olma olasılığı; X = Bağımsız (Açıklayıcı) değişken

b= Eğim parametresi

Çalışma kapsamında aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

H₀: Dini gruplar ile istihdam oranları arasında bir ilişki yoktur.

6. BULGULAR

Yapılan lojistik regresyon analizine göre ρ 0,01'den küçük olduğundan H₀ hipotezi reddedilir. Dolayısıyla, dini gruplar ile istihdam arasında bir ilişki olmadığına yönelik hipotez reddedilir; diğer bir ifade ile dini gruplar ile istihdam oranları arasında doğrusal bir ilişki söz konusudur. Buna göre, Britanya Ulusal Çalışma Ofisi (ONS) veri tabanından elde edilen 26.02.2020 tarihli istatistikî verilerin analizinde, İngiltere'de 16-64 yaş arası aktif işgücünde Müslümanlar ile Hristiyanlar arasında istihdam oranları bakımından Müslümanlar aleyhine %1 anlamlılık düzeyinde istatistikî açıdan anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu farklılık hem erkekler hem de kadınlar düzeyinde de gözlenmiştir. Analiz sonuçlarına göre, istihdama en yüksek pozitif katkı Yahudilikte söz konusudur. Cinsiyet bazında bakıldığında Yahudi toplumunda söz konusu ilişki hem kadınlar ve hem erkekler arasında güçlü görünmektedir. Yine herhangi bir dine inanmayan ve Hindu cemaatinde benzer güçlü ilişki söz konusudur. Buna karşın Müslüman olmak, regresyon analizinde aldığı düşük katsayı nedeniyle istihdam açısından daha düşük bir etkiye sahip görünmektedir. Söz konusu kadınlar olduğunda ise erkeklere kıyasla bu etki, Yahudi cemaatinden farklı olarak, yarı yarıya gücünü daha da yitirmektedir.

Tablo 8. Lojistik Regresyon Analizi – Din vs. İstihdam (İngiltere ve Galler; 2012-2018)

Dini Grup	Genel	Erkek	Kadın
Müslüman	0,376*** (0,001)	0,519*** (0,002)	0,245*** (0,001)
Budist	0,990 (0,015)	1,519*** (0,041)	0,750*** (0,014)
Hindu	0,747*** (0,005)	1,085*** (0,011)	0,522*** (0,005)
Yahudi	1,237*** (0,019)	1,295*** (0,027)	1,184*** (0,027)
Dine İnanmayan	0,852*** (0,002)	0,896*** (0,002)	0,810*** (0,002)
Gözlem Sayısı	28,793	15,237	13,557

İngiltere’de çoğunluğu oluşturan Hristiyanlar ile diğer dini gruplar kıyaslandığında, istihdam oranları arasındaki en büyük fark, her ne kadar zaman içinde küçük iyileşmeler görülmüş olsa da, Müslüman çalışanlardır. Söz konusu bu fark Müslümanlar ile 21 puan iken, Yahudiler, Hindular, Diğer dini gruplar ve herhangi bir dine inanmayanlar arasında çoğunluk dini grubu oluşturan Hristiyanlar arasında önemli bir fark bulunmamaktadır.

Tablo 9. İstihdama Katılım Oranları (2012-2018, %) İngiltere ve Galler

Dini Gruplar	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Müslüman	47	48	50	51	53	53	55
Hristiyan	72	73	74	75	75	76	76
Budist	66	60	66	70	69	66	69
Hindu	69	69	73	73	73	74	76
Yahudi	72	70	73	77	79	78	74
Diğer dini gruplar	68	70	69	71	71	73	73
Dine inanmayan	72	73	74	76	76	77	77

Kaynak: ONS (Office National Statistics)

Britanya’da dini grupların eğitim düzeyleri incelendiğinde, Müslümanlarda yükseköğrenimde daha heterojen bir yapının söz konusu olduğu görülmektedir. Örneğin yüksek lisans ve doktora eğitimi alan Müslümanların oranı Yahudilere göre daha fazla olmasına rağmen, lisans eğitimi açısından bakıldığında, lisans mezuniyet oranı ülkede çoğunluğu oluşturan Hristiyanlık kategorisi dışında bırakıldığında, diğer dini gruplar arasında en düşük düzeydedir. Üst satırlarda da ifade edildiği üzere İngiltere’de tıpkı ABD’de olduğu gibi Hristiyanlık dinin bir mezhebi olan Protestanlık hâkimdir. Bu mezhebin neo-liberalizme yakın bir pozisyona sahip olması ve ticari hayatta cemaat faktörünü ön plana çıkarmış olmasının bir benzeri Yahudiler için de söz konusudur. Gerek Hristiyanlar gerekse Yahudiler, ticari hayatta kurmuş oldukları güçlü sosyal ağlar neticesinde daha kolay iş sahibi olabildikleri gibi, aynı zamanda başta ücret düzeyi olmak üzere daha yüksek mesleki statüye de sahiptirler. Bu mezhebi modern dünyanın gereksinimlere uygun olacak şekilde oluşturulmuş olan bir Hristiyanlık yorumu, öğretisi şeklinde de değerlendirmek mümkündür. Bu nedenle bu inanç sistemi, ticaret hayatında kapitalizmin en büyük ihtiyaç duyduğu serbest piyasa düzeninde güvene dayalı karşılıklı bir iş ilişkisini de mümkün kılmıştır.

Tablo 10. Ortalama Brüt Saatlik Ücret (Pound, 2012-2018, %) İngiltere ve Galler

Dini Gruplar	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Yahudi	15,17	16,56	15,42	15,95	16,44	18,17	19,22
Hindu	11,93	11,8	12,03	11,53	12,7	14,03	13,8
Dine inanmayan	10,64	10,87	10,95	11,05	11,18	11,56	12,09
Hristiyan	10,39	10,54	10,77	10,83	11	11,31	11,64
Budist	10,13	9,23	10	9,63	11,53	10,43	10,62
Müslüman	8,5	8,46	8,08	8,84	9,29	9,6	9,63

Kaynak: ONS (Office National Statistics)

Dini gruplar ile ücret arasında bir ilişkinin varlığı da benzer şekilde aşağıdaki tabloda verilmiş olup %1 güven aralığında söz konusu ilişki istatistikî açıdan anlamlı olarak görülmektedir. Tablolardaki katsayılar (coefficient) incelendiğinde, alınan ücretler üzerinde en fazla etkiye sahip faktör olarak Yahudilik ilk sırada yer almakta olup ilişkinin yönü pozitifdir. Diğer bir ifade ile Yahudi olmak, ücret üzerinde pozitif bir etkiye sahip iken Müslüman olmak, başında

yer alan negatif katsayı nedeniyle ücreti azaltıcı bir etki yaratmaktadır. Müslüman grupları için söz konusu ilişki, hem kadın hem erkek için de geçerli olup, erkeklerde bu negatif etkinin derecesi görece kadınlara göre daha yüksektir.

Tablo 11. Lojistik Regresyon Analizi – Din vs. Ücret (İngiltere ve Galler; 2012-2018)

Dini Gruplar	Genel	Erkek	Kadın
Müslüman	-0,190*** (0,001)	-0,261*** (0,001)	-0,159*** (0,002)
Dine inanmayan	0,038*** (0,000)	0,027*** (0,001)	-0,006*** (0,001)
Budist	-0,092*** (0,003)	-0,012*** (0,005)	-0,180*** (0,004)
Hindu	0,170*** (0,001)	0,287*** (0,002)	0,047*** (0,002)
Yahudi	0,502*** (0,003)	0,652*** (0,004)	0,345*** (0,004)
Gözlem	23946	12152	11794

Üst satırlarda da ifade edildiği üzere, Müslümanlar ile Hristiyanlar arasındaki bu ciddi istihdam oranı farklılıklarında, Müslümanların diğer dini gruplar kadar yeterli ölçüde beşeri sermaye birikimine sahip olamamasının payı vardır. Bununla birlikte, söz konusu Hristiyanlık ve Müslümanlık olduğunda İngiltere ve Galler’de her iki dini grup arasında yükseköğrenime sahip kişilerin oranı birbirine çok yakındır. Buna karşılık istihdam oranları açısından her iki dini grup arasında büyük fark dikkati çekmektedir. Bunun yanı sıra, her ne kadar Müslümanlarda master ve doktora yapanların oranı Yahudilere göre daha fazla olsa da, alınan saatlik ücretler kıyaslandığında Yahudiler, Müslümanların yaklaşık iki katı kadar daha fazla ücret almaktadırlar. Yine Müslümanların sosyal network ağlarını başta Yahudiler olmak üzere yeterince güçlü kuramamış olması da istihdam piyasasında karşılaşmış oldukları bir diğer güçlüktür.

Tablo 12. Dini Grupların Yükseköğrenim Oranı (2018, %) İngiltere ve Galler

Dini Gruplar	Lisans	Master ve Doktora	Toplam
Hindu	59,1	5,7	64,8
Yahudi	56,4	4,9	61,3
Budist	47,7	11,3	59
Dine İnanmayan	35,2	8,5	43,7
Hristiyan	30	10,5	40,5
Müslüman	34,5	5,6	40,1

Kaynak: ONS (Office National Statistics)

İstihdam oranlarının Müslüman kesim arasında daha düşük çıkmasında kadınların istihdam piyasasında yeterince aktif olmamalarının da rolü bulunmaktadır. Diğer bir ifadeyle, işgücü piyasalarında Müslüman grupların daha düşük çalışma oranlarına sahip olmasındaki nedenlerden birisi de Müslümanlar arasında kadının, işgücü piyasasında yeterince aktif olamamasıdır. Kadınların istihdam piyasasına dâhil olamamasının nedenlerine bakıldığında, Müslüman kadınlarda aileye ve eve bakmak ilk sırada yer almakta olup bu neden diğer Doğu dinlerinde de üst sırada yer almaktadır. Hristiyanlık ve Yahudilikte ise söz konusu gerekçe daha

geri plandadır. Jayachandran (2021), çalışmasında kadınlarda düşük istidam oranlarının, o toplumda hâkim olan ataerkil yapı ile ilişkili olduğunu göstermektedir. Yazara göre, bir toplumda erkeklerin ayrıcalıklı olduğuna dair toplumsal inanç ve tutum, ülkedeki sivil toplum kuruluşları ve hükümetlerin çalışmaları ile değiştirilebilir. Bunun yanı sıra, sosyal gelenekler kadınların erkeklerle etkileşim kurma yeteneğini sınırlamakta ise, ev tabanlı çalışmayı sağlayan veya kadınların diğer kadınlarla daha kolay ağ kurmasını sağlayan programlar yararlı olabilir. Kadınların işgücü piyasasında yeterince aktif olamamasında, arz ve talep faktörlerindeki uyumsuzluk, bir başka neden olabilir. Konu ile ilgili olarak Deshpande ve Singh (2021) Hindistan için yaptıkları çalışmada, kadın istihdamının olumsuz ekonomik şoklar karşısında erkek istihdamına göre daha sert bir şekilde bozulma gösterdiğini göstermektedir. Yazarlar, çalışmada, hane halkı gelirindeki artış ve muhafazakâr sosyal normlar nedeniyle kadınların gönüllü olarak işgücünden ayrıldıkları şeklindeki bir çıkarıma, ön kabule itiraz etmekte ve ülkenin kadınları istihdam piyasasında daha fazla tutabilmek için iş alanları yaratması gerektiğini vurgulamaktadır. Neff vd. (2012) ise konuyu kırsal-kentsel geçişler bağlamında incelemiş olup buna göre kadın istihdam oranlarının düşüklüğü, gelir etkisi ve eğitim etkisi ile ilişkilendirilmiştir. Yazarlara göre, kırsal bölgelerdeki kadınlar artık daha fazla oranda yüksek öğrenim sistemine dâhil olmaktadır. Çalışmada gelir etkisi ise artan hanehalkı gelirlerinin kadınları istihdam piyasasına girmek zorunda bırakmaması olarak açıklanmaktadır.

Tablo 13. Cinsiyete Göre Çalışmama Nedeni (2018, %) İngiltere ve Galler

Dini Grup	Gerekeçe	Erkek	Kadın	Dini Grup	Gerekeçe	Erkek	Kadın
Müslüman	Aileye/eve bakmak	7,3	57,4	Hindu	Aileye/eve bakmak	1,9	49
	Hastalık	21,8	9,2		Hastalık	17,9	9,1
	Diğer nedenler	71	33,4		Diğer nedenler	80,2	41,9
Hristiyan	Aileye/eve bakmak	6,5	29,4	Yahudi	Aileye/eve bakmak	-	27,7
	Hastalık	32,5	22,9		Hastalık	-	11,2
	Diğer nedenler	60,9	47,7		Diğer nedenler	84,6	61
Budist	Aileye/eve bakmak	-	42,3	Dine İnanmayan	Aileye/eve bakmak	7,6	34,7
	Hastalık	-	14,8		Hastalık	30,6	20
	Diğer nedenler	64,2	42,9		Diğer nedenler	61,8	45,3

Kaynak: ONS (Office National Statistics)

7. SONUÇ

Avrupa Birliği “Lizbon” ve “Europe 2020” gibi strateji belgelerinde, dezavantajlı grupların işgücü piyasasına entegrasyonunu hedef olarak benimsemiştir. Bununla birlikte bazı etnik ve dini gruplara, özellikle istihdam piyasasında yeterince fırsat eşitliği tanınmamaktadır. Bu amaca ulaşmak için dezavantajlı grupların emek piyasasına daha iyi erişimi, işsizlik için aktif ve önleyici tedbirler, beşeri sermayeye yatırım gibi alt hedefler belirlenmiştir. Entegrasyon bir süreç olmakla birlikte aynı zamanda bir işlev ve amaç olup bütüne göre azınlıkta olan toplumsal bir grubun, söz konusu ülkedeki genel/ortak norm ve değerlere uyumudur. AB, eşit haklara sahip olarak toplumun geneli ile bir arada yaşamayı arzu eden azınlık gruplarını entegrasyonun ileri aşaması olan asimilasyon politikalarına dönüştürmeden, kültürel farklılıklara saygı duyarak bu hedefini gerçekleştirmelidir.

Nitelikli işgücünün varlığı, üretkenliği arttırarak iktisadi büyüme üzerinde itici bir güce sahiptir. Diğer bir ifadeyle, beşeri sermayenin artışı, istihdam piyasalarındaki arz-talep boşluğunu kapatarak işsizlik oranlarının gerilemesini sağlamaktadır. Buna karşın Avrupa’da

başta Müslümanlar olmak üzere bazı etnik ve dini azınlık gruplar söz konusu olduğunda ise bu gruplar, eğitim ve tecrübe ile şirketlerin ihtiyaç duyduğu işgücünü karşılayabilecek kapasitede olsalar bile çeşitli nedenler ile ayrımcılığa uğrayabilmektedir. Bu durum özellikle göç eden ilk nesilde daha belirgin bir biçimde ortaya çıkmaktadır. Gelişmiş ülkelerin farklı etnik ve dini gruplara bakışı aslında güçlü temellere dayanmayan bir önyargıdır. İlk giden göçmenlere, ülkeye uyum konusunda gerekli entegrasyon imkanı tanınmaz ve bu kişiler gerekli fırsat eşitliğine sahip olamaz ise bu göçmen grupları arasındaki kültürel ve ekonomik farklılıkların önemli bir kısmı, sonraki nesillere aktarılabilir; bu durum toplumsal ve iktisadi heterojenliğin kalıcı hale gelmesine neden olabilecektir.

Batılı ülkeler, entegrasyonu sağlayamadığı gerekçesi ile Müslüman ve bazı etnik toplulukların (Afgan, Suriyeli, Bangladeşli, Roman vb.) ülkelerine göç etmeleri konusuna genel itibarıyla olumsuz bir tutum içindedir; bununla birlikte söz konusu ülkelerde bazı etnik gruplara ve Müslümanlara karşı işgücü piyasalarında, tam anlamıyla bir fırsat eşitliğinin uygulanmadığı da görülmektedir. Müslümanlara karşı yaratılan eğitimsiz algısı aslında tamamıyla gerçekçi bir söylem değildir. 2007-08 krizinde Danimarka’da nüfusun genelinde işsizlik oranı sadece %4,5 iken, aynı ülkede Türkler için bu oran %17,8 idi. Yine Hollanda’da yerli nüfusun işsizlik oranı %9 iken, ülke içinde Türklerde bu oran % 21 seviyesindeydi. Bazı etnik ve dini grupların istihdam piyasaları ile bütünleşmesinde yeterince ilerleme sağlanamamış olması, AB’nin o dönem krizden çıkışını da zorlaştırmıştır. Benzer durum Britanya için de geçerli olup 2018 sonu itibarıyla Hristiyanlarda istihdam oranı %76 iken, Müslümanlarda söz konusu oran sadece %55 düzeyindedir.

Çalışma kapsamında herhangi bir dini gruba olan aidiyetin, istihdam piyasaları üzerindeki etkisini analiz etmek üzere örnek ülke olarak İngiltere ve Galler istihdam piyasaları incelenmiştir. Buna göre, Avrupa’da işgücü piyasalarında Müslümanların diğer dini gruplara göre daha dezavantajlı konumdadır. Bu çalışmada görülen bir diğer tespit ise, bulgular bölümünde yer verildiği üzere bazı kültürlerde kadınların geleneksel rolü nedeniyle işgücü piyasalarında yeterli oranda yer almaması ile ilgilidir. Diğer bir ifade ile Müslüman grupların daha düşük çalışma oranlarına sahip olmasındaki nedenlerden birisi de Müslüman kadınların, başta aile ve çocuklarla ilgilenmek gibi gerekçeler nedeniyle işgücü piyasasında yeterince aktif olamamasıdır.

AB işgücü politikalarında, azınlık gruplardaki kadınları istihdamı ile ilgili olarak aile ve toplum içindeki bilincin artmasına yönelik eylem planlarına ihtiyaç duyulmaktadır. Bilinç, bilgi sahibi olmanın ötesinde, bir farkındalık halidir. Ortaya konulacak olan eylem planları, işte bu oto kontrolü ortaya çıkaracak şekilde belirlenmelidir. Bu bağlamda, mesleki eğitim, kadın girişimciliğin desteklenmesi, karar alma süreçlerine/mekanizmalarına katılım, kadınlara özel esnek çalışma koşullarının oluşturulması gibi alanlarda yeni birtakım düzenlemelere ihtiyaç vardır. Kadınların işgücü piyasalarındaki konumun iyileştirilmesi ve üretim sürecine aktif bir şekilde katılımı, ülkelerin insan kaynaklarını daha etkin bir şekilde kullanımını ve dolayısıyla ekonomik potansiyellerini maksimize etmeyi de beraberinde getirecektir. Başta eğitim olmak üzere bu konuda atılacak olan adımlar, geleneksel toplumlarda kadının toplumsal hayattaki rolünün sadece annelik, ev işleri gibi alanlar ile sınırlı kalmamasını sağlayarak, kadının ekonomideki rolünü daha aktif bir hale getirebilecektir.

Etnik ve dini azınlıkların ekonomik ve toplumsal entegrasyonunda arzu edilen düzeyde başarı sağlanması halinde, bu entegrasyondan doğan etkileşim ve ortak başarı duygusu ile birlikte Avrupa Birliği’nin stratejik hedeflerine ulaşması mümkün olabilecektir. Diğer bir ifadeyle, eğer etnik ve Müslüman bireylerin de içerisinde yer aldığı dezavantajlı gruplara yönelik Avrupa

içerisinde gereken eşit fırsatlar tanınır ise AB, esnek işgücü ile birlikte yükselen Asya karşısında istihdam piyasasında daha dinamik bir işgücüne sahip olabilecek ve böylelikle rekabet etme yeteneğini arttırarak stratejik konumunu güçlendirebilecektir.

Ekonomik gelişme ve küreselleşme, çalışmada yer verilen göç teorilerinin de altını çizdiği üzere ülkelerarası göçlerdeki temel belirleyici faktör olup dünyanın global bir pazar haline gelmesi, ulusların kaynaşmasına ve birbirini daha yakından tanımına imkân tanımıştır. Böylelikle ülkeler arasındaki sınırlar keskin bir ayrıma tabi tutulmadan ortadan kalkmış, görünmez hale gelmiştir. Bu gelişmeler sonucu, işgücü daha esnek bir yapıya kavuşmuş ve beşeri sermayenin hareket alanı artmıştır. Artan bu hareketlilik içinde uluslararası göçler, farklı etnik ve dini grupların hareketliliği, Batı dünyası için kültürel bir çeşitlilik imkânı tanımaktadır. Bununla birlikte küreselleşmenin önde gelen temsilcileri olan bazı Batılı ülkelerde iktidarlar, popülaritesi son dönemde yeniden artan ulus devlet anlayışına, göçmen karşıtı politikaları da eklemekte olup göçmenlerin çok kültürlü yapısını aşındırmaktadır. Söz konusu durum özellikle Müslüman topluluklarda daha belirleyicidir. İktidarların bu yaklaşımını örnek alan bazı ülkelerdeki özel sektör, benzer şekilde işgücü piyasalarında fırsat eşitliğini arka plana atmaktadır.

Avrupa'daki Müslümanlar gerek toplumsal gerekse iktisadi olarak, özgünlüklerini koruma hassasiyeti içinde Avrupa'ya giderek daha fazla entegre olmak için çaba sarf etmektedirler. Otoriter rejimlerde Müslümanlar arasında eğitim seviyesi düşük olmakla birlikte demokratik rejimler içerisindeki Müslümanlar, gerekli olan beşeri sermaye birikimine giderek daha fazla önem vermektedirler. Buna karşın Batılı devletlerin de ön yargılarından sıyrılarak bireylerin etnik ya da dini kimliklerinden bağımsız olarak liberal demokrasinin gereklerini yerine getirmesi ve Müslüman çalışanlara gerekli fırsat eşitliğini tanınması gerekmektedir. Bunun gerçekleşmesi durumunda sürdürülebilir kalıcı bir barışın tesisi daha mümkün olabilecek ve toplumlar, daha hoşgörülü bir şekilde birlikte yaşamayı tecrübe edebileceklerdir.

KAYNAKÇA

- ALBAYRAK, Ö. (2008, Aralık 13). “İnanç Bahane, Sekülerleşme Şahane”. Erişim tarihi: 04.01.2021, <http://www.yenisafak.com/yazarlar/ozlemalbayrak/inanc-bahane-sekulerlesme-sahane14295>
- ARICAN, K. (2011). “Felsefî ve Teolojik Bir Problem Olarak Dini Çeşitlilik”. Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 15(1), 71-98.
- ARRIGHI, G. (1994). *The Long Twentieth Century: Money, Power, and The Origins of Our Times*. New York: Verso
- ASLAN, A. (2002). “Küreselleşme ve Din”. Köprü Dergisi, 77.
- AZZI, C. & Ehrenber,R. (1975). “Household Allocation of Time and Church Attendance”. *Journal of Political Economy*. February, 83, pp. 27–56
- BIRMINGHAM CITY COUNCIL (TY). “Population Overview” Erişim Tarihi: 12.09.2022. https://www.birmingham.gov.uk/info/50265/supporting_healthier_communities/2436/faith_and_religious_communities/2
- BORJAS, G.J. (1994). “The Economics of Immigration”. *Journal of Economic Literature*, 22, 1667-1717
- CASTLES, S., & MILLER, M. (2008). “Göçler Çağı: Modern Dünyada Uluslararası Göç Hareketleri.” (Çev. B. U. Bal & İ. Akbulut), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.

- COŞKUN, H. (2017). “Küreselleşme Sürecinde Din”. Gaziosmanpaşa Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 5(2), 115-134.
- DEMİR, T. (2013). “Dini Çoğulculuk”. Liberal Düşünce Dergisi, (71), 41-64.
- DE LA FUENTE, A. (2011). “Human Capital and Productivity”. Nordic Economic Policy Review, 2(2), 103-132.
- DESHPANDE, A., & SINGH, J. (2021), ‘Dropping Out, Being Pushed Out or Can’t Get in? Decoding Declining Labour Force Participation of Indian Women’, IZA Discussion Paper No. 14639.
- DORLING, D., & RIGBY, J. E. (2007). “Net Cohort Migration in England and Wales: How Past Birth Trends May Influence Net Migration.” Population Review, 46(2), 51-62.
- DREHER, S., & SMITH, P. J. (Ed.). (2016). “Religious Activism in the Global Economy: Promoting, Reforming, or Resisting Neoliberal Globalization?”. Rowman & Littlefield.
- EKİNCİ, İ. (2019). Türkiye’de Küreselleşme Ekonomi ve Din. Ankara: İKSAD Yayınları, ISBN: 978-605-7695-67-3
- EUROEAN COMMISSION (2010). “A European Strategy for Smart, Sustainable and Inclusive Growth”. Erişim Tarihi: 11.12.2021, <https://ec.europa.eu/eu2020/pdf/>
- EUROEAN COMMISSION (2011). “2014-2020 long-term EU budget”. Erişim Tarihi: 25.12.2021, https://ec.europa.eu/info/strategy/eu-budget/long-term-eu-budget/2014-2020_en
- EUROEAN COMMISSION (2019). “Discrimination in the EU”, Special Baromete. Erişim Tarihi: 27.12.2020, <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/SPECIAL/surveyKy/2251>
- EUROEAN COMMISSION (2020). “Multiannual Financial Framework 2021-2027”. Erişim Tarihi: 25.12.2021, https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/about_the_european_commission/eu_budget/mff_2021-2027_breakdown_current_prices.pdf
- EUROEAN COMMISSION. (2020). “Europe 2020 Targets: Statistics and Indicators for Europe”. Erişim Tarihi: 12.02.2022, https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-and-fiscal-policy-coordination/eu-economic-governance-monitoring-prevention-correction/european-semester/european-semester-your-country_en
- EUROSTAT(2020). “Euro Area Unemployment”. Erişim Tarihi: 10.12.2020, <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/10662309>
- EUROSTAT (2021). “Employment Rates of Recent Graduates”. Erişim Tarihi: 10.02.2022, https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Employment_rates_of_recent_graduates
- EUROSTAT (2022). “Unemployment Statistics”. Erişim Tarihi: 10.04.2022, https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Unemployment_statistics#Unemployment_in_the_EU_and_the_euro_area

- EUROPEAN PARLIAMENT (2009). “Briefing Note for the Meeting of the EMPL”, Erişim Tarihi: 17.01.2022, https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/empl/dv/lisbonstrat egybn_/lisbonstrategybn_en.pdf
- EUROPEAN PARLIAMENT (2014). “Presidency Conclusions. Lisbon European Council”, Erişim Tarihi: 27.12.2021, https://www.consilium.europa.eu/ueDocs/cms_Data/docs/pressData/en/ec/00100-r1.en0.htm
- FISHER, M. H. (2006). “Counterflows to Colonialism: Indian Traveller and Settler in Britain 1600–1857”. Orient Blackswan.
- FROY, F., & PYNE, L. (2011). Ensuring Labour Market Success for Ethnic Minority and Immigrant Youth. OECD Local Economic and Employment Development Working Papers
- GALLUP NEWS (2016). “Syrian Refugees Not Welcome in Eastern Europe”. Erişim Tarihi: 07.01.2021, <http://news.gallup.com/poll/209828/syrian-refugees-not-welcome-eastern-europe.aspx>
- GIDDENS, A. (1976). “Classical Social Theory and the Origins of Modern Sociology”. *American Journal of Sociology*, 81(4), 703-729.
- GOERGEN, M. (2007). “The Causes of Wage Differentials Between Immigrant and Native Physicians in the United States”. *The Park Place Economist*, 15 (1), 64-71
- HAJJ, M., & PANIZZA, U. (2006). “Religion and Gender Gap, Are Muslims Different?”, *Universita del Piemonte Orientale Working paper*,
- HEATH, A., ROTHON, C., & KILPI, E. (2008). “The Second Generation in Western Europe: Education, Unemployment, and Occupational Attainment”. *Annual Review of Sociology*, 34, 211–235.
- JAYACHANDRAN, S. (2021), “Social Norms as a Barrier to Women’s Employment in Developing Countries”, *International Monetary Fund Economic Review*, 69(3): 576-595.
- KAHANEC, M., ZAICEVA, A., & ZIMMERMANN, K. F. (2011). “Ethnic Minorities in the European Union: An Overview”. *Ethnic Diversity in European Labor Markets. Discussion Paper No. 5397, IZA*
- KEYMAN, E. F., & SARIBAY, A. Y. (1998). “Küreselleşme Sivil Toplum ve İslam.” Ankara: Vadi Yayınları
- KILINÇ, S., & YENER, S. (2019). “Din ve Girişimcilik”. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10(3).
- KURT, A. (2015). “Din Sosyolojisi”, İstanbul: Sentez Yayınları.
- KORSTANJE, M.E. (2015). “A Difficult World: Examining the Roots of Capitalism”. New York, Nova Science Publishers.
- LEE, E.S. (1966). “A Theory of Migration”. *Demography* 3 (1), 47–57.

- LEWIS, A. W. (1966), “Sınırsız Emek Arzı ile İktisadi Kalkınma”, Çev. Metin Berk, İktisadi Kalkınma Seçme Yazılar, ODTÜ, İİBF, Ankara, 89-131.
- LINDEMANN, A., & STOLZ, J. (2018). “The Muslim Employment Gap, Human Capital and Ethno-Religious Penalties: Evidence from Switzerland”. *Social Inclusion*, 6(2), 151-161.
- LUCAS, R. E. (1988). “On the Mechanics of Economic Development.” *Journal of Monetary Economics*, 22(1), 3-42.
- MACİT, N. (2003). “Küreselleşme, Siyaset ve Din”. *Dini Araştırmalar*, 6 / 17
- NEFF, D., SEN, K., & KLING, V. (2012), ‘The Puzzling Decline in Rural Women's Labor Force Participation in India: A Reexamination’, GIGA Working Paper No. 196.
- OECD (2022). “Labour Force Participation Rate, by sex and age group”. Erişim Tarihi: 21.02.2022. <https://stats.oecd.org/index.aspx?queryid=103872>
- OECD (2022). “Foreign-born Population” Erişim Tarihi: 21.04.2022. <https://data.oecd.org/migration/foreign-born-population.htm>
- ONS (TY). “Time Series Explorer”. Erişim Tarihi: 07.01.2022. <https://www.ons.gov.uk/timeseriestool>
- ONS (TY). “Local Statistics”. Erişim Tarihi: 07.01.2022. <https://www.ons.gov.uk/help/localstatistics>
- PEW INSTITUTE (2010). “Religion and Education around the World”. Erişim Tarihi: 07.12.2021, <https://www.pewresearch.org/religion/2016/12/13/religion-and-education-around-the-world/>
- PEW INSTITUTE (2016). “The Most and Least Educated U.S. Religious Groups”. Erişim Tarihi: 15.02.2022. 04.12.2020, <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/11/04/the-most-and-least-educated-u-s-religious-groups/>
- PEW INSTITUTE (2017). “Europe’s Growing Muslim Population”. Erişim Tarihi: 07.12.2021, <https://www.pewforum.org/2017/11/29/europes-growing-muslim-population/>
- PEW INSTITUTE (2017). “Global Attitudes Survey-2017”. Erişim Tarihi: 13.12.2021, <https://www.pewresearch.org/global/dataset/spring-2017-survey-data/>
- PEW INSTITUTE (2018). Being Christian in Western Europe. Erişim Tarihi: 11.12.2021, <https://www.pewforum.org/2018/05/29/being-christian-in-western-europe/>
- PEW RESEARCH CENTER (2015). “The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010-2050”. Erişim Tarihi: 13.11.2021, <https://www.pewresearch.org/religion/2015/04/02/religious-projections-2010-2050/>
- PEW RESEARCH CENTER (2018). “The Age Gap in Religion Around the World”. Erişim Tarihi: 11.01.2022. <https://www.pewresearch.org/religion/2018/06/13/the-age-gap-in-religion-around-the-world>
- RAVENSTEIN, E. G. (1889). “The Laws of Migration”. *Journal of the Royal Statistical Society*, 52(2), 241-305.

- RINEHART, J. F. (2004). "Religion in World Politics: Why the Resurgence?", *International Studies Review*, 6 (2)
- STATISTA (2021). "Employment Rate in the European Union 2005-2021". Erişim Tarihi: 11.01.2022, <https://www.statista.com/statistics/1194672/employment-rate-in-europe/>
- TUIK (2021). "İşgücü İstatistikleri, 2021". Erişim Tarihi: 26.03.2022, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Isgucu-Istatistikleri-2021-45645>,
- UNHCR (2019). "Global Trends-2019". <https://www.unhcr.org/5ee200e37.pdf>. (11.01.2021)
- WALLERSTEIN, I. (1998). "Jeopolitik ve Jeokültür", (çev. Mustafa ÖZEL), İstanbul: İz Yayınları.
- WEBER, M. (1930). "The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism". New York: Charles Scribner's Sons.
- WORLD BANK (2022). "GDP per capita (Current US\$) ". Erişim Tarihi: 22.01.2022, <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD>
- WOLPERT, J. (1966). "Migration as an Adjustment to Environmental Stress". *Journal of Social Issues*, 22(4), 92-102.
- WVS - World Values Survey (2020). "World Values Survey 7". Erişim Tarihi: 26.01.2022, <https://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV7.jsp>
- WVS (2020). "The Inglehart-Welzel World Cultural Map " Erişim Tarihi: 26.02.2022. <http://www.worldvaluessurvey.org/>
- ZIMMERMANN, K. F., KAHANEC, M., CONSTANT, A., DEVORETZ, D. J., GATAULLINA, L., & ZAICEVA, A. (2008). "Study on the Social and Labour Market Integration of Ethnic Minorities", 1-166. Bonn: IZA.
- ZELINSKY, W. (1971). "The Hypothesis of the Mobility Transition". *Geographical Review* 61 (2):219-249

COVID-19'un Filipin Konaklama Firmaları Üzerindeki Etkisinin Mali Yapı Oranları Kullanılarak Analizi

(Araştırma Makalesi)

Impact of COVID-19 on Philippines Accomodation Companies Using Capital Structure Ratios

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1108133

H. Yusuf GÜNGÖR

Dr. Öğr. Üyesi, Iğdır Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Havacılık Yönetimi
yusufhay@gmail.com

Orcid No: 0000-0001-6783-1552

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Güngör, H.Y. (2023). COVID-19'un Filipin Konaklama Firmaları Üzerindeki Etkisinin Mali Yapı Oranları Kullanılarak Analizi. *Alanya Akademik Bakış*, 7(1), Sayfa No.235-255.

ÖZET

Anahtar kelimeler:
COVID-19, Sermaye Yapısı, CRITIC Metodu, EDAS

Makale Geliş Tarihi:
24.04.2022
Kabul Tarihi:
13.12.2022

Bu çalışmanın amacı COVID-19 salgınının Filipinler'de faaliyet gösteren firmalar üzerindeki etkisini sermaye yapısı oranları kullanarak incelemektir. Çalışmada sermaye yapısı oranları kriter olarak kullanılarak çok kriterli karar verme yöntemleri ile analiz yapılmıştır. Kriterlerin ağırlıklandırılmasında nesnel bir kriter ağırlıklandırma yöntemi olan CRITIC yöntemi kullanılmıştır. Alternatiflerin değerlendirilmesi amacıyla ise EDAS yöntemi kullanılmıştır. EDAS yöntemi kriterlerin ortalama bir çözüme pozitif ve negatif uzaklıklarından yararlanan bir yöntemdir. Çalışma sonucunda firmaların sermaye yapısı açısından performanslarının COVID-19'dan tüm firmaların benzer düzeylerde etkilendikleri ya da diğer finansal özelliklere göre daha katı olan sermaye yapısının COVID-19'un etkisini daha düşük düzeyde gösterdiği sonuçlarına ulaşılmıştır. Çalışma literatürdeki bazı çalışmalarla paralel bazı çalışmalarla ise ters yönde sonuçlar göstermiştir.

Keywords:
COVID-19, Capital Structure, CRITIC Method, EDAS.

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the impact of the COVID-19 outbreak on companies operating in the Philippines using capital structure ratios. In the study, the capital structure ratios were used as criteria, and analysis was made with multi-criteria decision-making methods. The CRITIC method, which is an objective criterion weighting method, was used to weight the criteria. EDAS method was used to evaluate the alternatives. The EDAS method is a method that makes use of the positive and negative distances of the criteria from an average solution. As a result of the study, it has been concluded that the performance of the companies in terms of capital structure is affected by COVID-19 at similar levels of all companies or that the capital structure, which is more rigid than other financial characteristics, shows the effect of COVID-19 at a lower level. The study showed parallel results with some studies in the literature and opposite results with some studies.

1. GİRİŞ

Mali yapı bir firmanın yabancı kaynak öz kaynak bileşimidir. Uzun bir süre boyunca mali yapı ortalama bir şirkette bir veya iki çalışanı ilgilendiren çok teknik görülen bir konu olarak kabul edildi. Geleneksel bir firma sahibi açısından doğru seçilmiş bir yatırım projesi gibi finans alanlarına kıyasla gelir getirici etkisinin olduğu pek düşünülmedi. Fakat son yıllarda bu durum ciddi şekilde değişti. Mali yapı, teorik ve uygulamalı finansın inanılmaz derecede önemli ve merak uyandırıcı konusu haline geldi (Miglo, 2016, s. 3).

Finansman kararlarının çoğunun uygulanması genel olarak yabancı kaynak veya öz kaynaklar arasında bir seçime indirgenir. Yeni bir projenin finanse edilmesinde, temettülerin kullanılması veya sermayenin artırılması konusunda isteksiz olan yöneticiler borçlanma seçeneğini değerlendirirler. Bu durumda finans yöneticisinin firmanın finansmanında yabancı kaynak ya da öz kaynak kullanmanın sağlayacağı avantajları ve neden olacağı dezavantajları saptamaya ve bu iki kaynak arasında en optimal dengeyi sağlamasını gerektirecektir (Pike & Neale, 2009, s. 486).

Mali yapı ile ilgili kararlar, sürekli talepleri olan paydaşların yüksek düzeyde bir finans yöneticisinin önüne koyduğu çeşitli, birbiri ile çelişen hedefleri ve öncelikleri karşılama kapasitesine sahip kararların yönünü belirleyen merkezi kararlardır. Geleneksel kurumsal finansa CFO (İng: chief financial officer Türkçe: mali işler müdürü) için sınırlı ve izole bir rol önerilir. Finans yöneticisi bu tip kararlarla ilişkili faydalar ve maliyetler ile ilgili değil firmanın bu karar problemine 360°'lik bir yaklaşımla kararın tüm niteliksel ve niceliksel yönlerini değerlendirir. CFO planlama raporlarında temsil edilen hedeflerle sınırlı olmayan zorlu ortamlarla karşı karşıyadırlar. Bunlar öz kaynak getirisi ya da fiyat kazanç oranı gibi göstergelerin ötesine geçer. CFO kendisiyle sürekli iletişim kuran devlet, ortaklar, alacaklılar, borçlular ve diğerleri gibi paydaşların beklentilerini karşılama görevini yerine getirir (Agarwal, 213, s. 1).

Çalışmada öncelikle firmalarda mali yapı incelenecek, sonrasında literatürde mali yapı-finansal performans ilişkisini inceleyen çalışmalar ve firmalarda finansal performansı incelemiş çalışmaların özeti verilecektir. Takip eden bölümlerde verilerin analiz edildiği yöntemler ile ilgili tanım ve formüller verilecektir. Bu yöntemlerin kullanıldığı analiz sonuçları ve genel değerlendirme ve sonuçlar yorumlanarak çalışma sonlanacaktır. Sermaye yapısı oranları kullanılarak Filipinler'de faaliyet gösteren konaklama firmalarının performanslarına göre COVID-19'dan etkilenme düzeyleri belirlenecektir. Firmalara ait sermaye yapısı oranları belirlenecek ve bu oranların öncelikle CRITIC yöntemi ile ağırlıkları belirlenecek daha sonra EDAS yöntemi ile alternatiflerin sıralanması yapılacaktır. Çalışma, mali yapının finansal performansa etkisini ortaya çıkararak firmaların finansal performanslarının artırılmasının ve sürdürülmesinin mali yapı ile ilgili hangi stratejilerle sağlanabileceğini ortaya çıkarması açısından önemlidir.

2. MALİ YAPI

Yabancı kaynaklar ile öz kaynaklar arasında dört temel farktan söz edilebilir. Bunlar süre, gelirler üzerinde talep hakkı, varlıklar üzerinde talep hakkı ve yönetime ve denetime katılma haklarıdır. Yabancı kaynakların bir vadesi var iken öz kaynakların vadesi yoktur. Gelirler üzerinde kreditorlerin talepleri önceliklidir. Firmaların gelirlerden öncelikle kredi verenlerin vadesi gelen borçlarını ödemelidirler. Kreditorlerin gelirler üzerindeki hakları kar oluşsun ya da oluşmasın karşılanmak zorundadır. Öz kaynak sahiplerinin hakları ise kar koşuluna bağlıdır. Kreditorlerin alacakları belirli iken öz kaynak sahiplerinin gelirler üzerindeki hakları

değişkenlik gösterir. Firma varlıkları üzerindeki haklar genellikle tasfiye sürecinde söz konusu olur ve bu süreçte kreditorler öz kaynak sahiplerine göre varlıklar üzerindeki haklar açısından önceliklidir. Kreditorlerin sözleşmeler ile aksi belirtilmedikçe yönetime katılma hakları yoktur. Kreditorler özellikle sağladıkları kredilerin kullanımlarını izlemek sebebiyle firmayı denetleyebilirler*. Öz kaynak sahipleri yönetime ve denetime katılma hakları vardır. Finansal piyasalardaki gelişmeler hibrit olarak ifade edilen hem yabancı kaynak hem de öz kaynak özelliği taşıyan enstrümanlar da bulunmaktadır (Akgüç, 2013, s. 481-483).

Mali yapı ile ilgili tartışmalar çok daha geçmişe dayansa da bu konuda yapılmış öncü çalışmalardan birinde Modigliani ve Miller (1958) etkin piyasaların geçerli olduğu, hiçbir vergi ve iflas maliyetinin olmadığı gibi katı varsayımlar altında temel “ilgisizlik argümanını” önermişlerdir. İlgisizlik argümanına göre -katı varsayımlar altında- firmanın finansal kaynaklarının bileşiminin firmanın değeri ile bir ilişkisinin bulunmadığı öne sürülür (Mjos, 2007, s. 2).

Mali yapı kararları ile ilgili teoriler birçok faktörün bu kararları etkilediğini öne sürse de hiçbir teori mali yapı kararlarını tüm yönleri ile açıklayamaz. Frank ve Goyal (2009) 1950-2003 arası veriler ile ABD (Amerika Birleşik Devletleri) firmalarının mali yapı kararlarını etkileyen faktörleri inceledikleri çalışmalarında piyasa değeri-defter değeri oranının, somut varlıkların oranı, karlılık, firma büyüklüğü, beklenen enflasyon, ortalama endüstri kaldırıcının mali yapı kararlarını etkileyen faktörler olduğunu tespit etmişlerdir.

Sermaye yapısı kararları genel olarak firmanın yabancı kaynak öz kaynak bileşiminin nasıl olması gerektiği ve yabancı kaynak özkaynak bileşiminde bu kaynakların ağırlığının değişmesinin firma değerinde hangi yönde bir harekete neden olacağını açıklamaya yöneliktir. Bu konuda klasik ve modern teoriler ortaya atılmıştır. Klasik sermaye yapısı teorilerinden net gelir teorisi firmanın kaldıraç düzeyini artırarak firma değerini artırdığını (Van Horne, 1971), net faaliyet geliri teorisi mali yapının firma değeri üzerinde etkisi olmadığı (Türko, 1999), geleneksel yaklaşım kaldıraç oranının yükseltilmesinin ağırlıklı ortalama sermaye maliyetini düşürmek yoluyla firmanın piyasa değerini yükseltebileceğini iddia etmektedir (Ceylan, 1998). Modern sermaye yapısı teorilerinden birisi olan dengeleme teorisi karlılık (Bontempi, 2002), firma büyüklüğü (Antonioni, Güney, & Paudyal, 2002) (Brierly & Bunn, 2005) ile kaldıraç arasında pozitif ilişki olduğunu, finansal hiyerarşi teorisine göre ise karlılık (Myers, 1984) (Myers & Majluf, 1984), ve işletme büyüklüğü (Rajan & Zingales, 1995) ile kaldıraç arasında negatif bir ilişki olduğunu iddia etmişlerdir (İskenderoğlu, Karadeniz, & Atioğlu, 2012, s. 296-297).

Sektör ve firma özellikleri firmaların sermaye yapısı açısından önemli etkilere sahiptir. Özellikle yoğun rekabet ortamında sektöre giriş yapan bir firmanın sektördeki diğer aktörler ve sektörde teknolojik olarak lider konumunda bulunan firmalar farklı finansal yollar izleyebilir (Sanyal, 2011).

Sermaye yapısını etkileyen bir başka bir konu da vekalet teorisidir. Vekalet teorisinin sermaye yapısı kararları üzerindeki etkisi yöneticilerin sermaye bileşiminde kendi çıkarlarını gözetleme sonucu ortaya çıkabilir. Çok sayıda ortağın olduğu firmalarda yöneticilerin faaliyetlerinin izlenmesi zor olabilir (Kohn, 1994, s. 564).

* Borçlu izlemesi (İng. Lender monitoring): kreditorlerin kendi çıkarlarını korumak amacıyla sağladıkları krediler ile ilgili borçluları kontrol etme durumu.

3. FİLİPİNLERDE TURİZM SEKTÖRÜ

Filipinler, Batı Pasifik'te bulunan 100 milyon üzerinde nüfusu ve yaklaşık 10 milyon kişilik bir diasporaya sahip olan bağımsız bir ülkedir. Dünyada nüfus açısından en kalabalık 12. ülke olan Filipinler 7000'den fazla adadan oluşan bir takımada devlettir. Nüfusun çoğunluğu en büyük olan ve başkent Manila'nın da bulunduğu Luzon, Visayas ve Mindanao adalarında yaşamaktadır. Coğrafi olarak Güneydoğu Asya'da kabul edilmektedir (Lally, Tully, & Samaniego, 2019, s. 1).

Özellikle II. Dünya Savaşı sırasında havacılık teknolojisinin gelişmesi savaş sonrasında askeri havacılık alanında çalışan firmaların sivil havacılığa yönelmesi sonrasında jet motorunun sivil havacılıkta kullanılmaya başlanması dolayısıyla havacılık faaliyetlerinin yoğunlaşması turizm faaliyetlerini tetiklemiş ve 1950'li yıllardan günümüze küresel ölçekte turizm faaliyetleri katlanarak devam etmiştir.

Filipinler'de turizmin gelişmeye başlaması dünya ile paralellik göstermiştir. Bu dönemde agresif altyapı yatırımları, turizm sektöründe faaliyet gösteren seyahat acentesi otel gibi firmaların ortaya çıkması turizm odaklı istihdamı artırmıştır (Bosangit & Mena, 2005). Filipinler'de Amerikan Üniversitesi'ne bağlı olarak 1977 yılında kurulan Asya Turizm Enstitüsü tarafından verilen turizm lisans programları yaygınlaştırılmıştır. Bu düzeyde turizm eğitimi Asya'da öncü bir gelişmedir ve ABD'deki programlardan esinlenmiştir (Asian Institute of Tourism, 2005).

Özellikle Hindistan, Çin ve Japonya gibi büyük pazarlara yakınlığı Filipinler'e turizm açısından büyük avantajlar sağlayabilecek iken yoğun yoksulluktan ve devlet yönetimindeki yolsuzluklardan kaynaklanan asayiş olayları ve Filipinler Komünist Partisi/Yeni Halk Ordusu, Moro merkezli çeşitli örgütler ile El Kaide bağlantılı Abu Sayyaf Group (ASG) adlı ayrılıkçı dinci terör örgütünün özellikle turistik bölgelere yönelik saldırıları Filipinler'de turizmin gelişimini baltalamıştır (Fabe, 2013). Ayrıca bu faaliyetler Filipinler'in komşuları ve çeşitli örgütlerde ortak olarak bulunduğu ülkeler ile de denge politikası yürütmek zorunda kalmaktadır (Temiz, 2021, s. 37).

4. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Barton ve Gordon (1988) firma stratejisi ve mali yapı ilişkisini inceledikleri çalışmada yöneticilerinin finansal tutum ve davranışlarının firmaların mali yapı ile ilgili stratejileri etkilediği sonucuna, Barton, Hill ve Sundaram (1989) mali yapıyı belirlemede paydaş teorisini test ettikleri çalışmalarında mali yapının paydaş teorisinin çıkarımları ile ilişkisi olduğu sonucuna, Mohamad (1995) Malezya'da faaliyet gösteren firmaların finansal yapısını incelediği çalışmasında sektörlere göre mali yapının farklılaştığı ve yüksek kaldıraç oranı ile çalışan firmaların daha yüksek karlılık düzeyine sahip oldukları sonucuna, Alayannis, Brown ve Klapper (2003) Doğu Asya'da finans dışı sektöründe faaliyet gösteren firmaların verileri ile mali yapı ve finansal risk ilişkisini inceledikleri çalışmalarında yüksek yabancı para cinsinden dış kaynak kullanımının özellikle kriz dönemlerinde likidite riskini artırdığı sonucuna, MacKay ve Phillips (2005) firmaların finansal yapılarına sektör etkisini incelediği çalışmalarında sektörel özelliklerin firmaların sermaye yapılarını etkilediği sonucuna, Cargill (2005) sermaye yapısının Japon Merkez Bankası'nın politikaları üzerinde etkisi olup olmadığını incelediği çalışmasında sermaye yapısının Japon Merkez Bankasının politikalarını etkilediği sonucuna, Yılığör ve Yücel (2007) sermaye yapısı kararlarına ilişkin yaptıkları çalışmada firmaların genel olarak otofinansman yoluyla finanse edildikleri ve borçlanma politikasının belirleyicilerinin yetersiz iç kaynaklar, finansal esnekliğin olması, firmanın piyasadaki itibarının korunması ve

piyasadaki faiz oranlarının düşük olduğu sonucuna, Kabakçı (2008) sermaye yapısı ile işletme performansı arasındaki ilişkiyi gıda sektörü firmaları verilerinden hareketle yaptığı çalışmada elde edilen bulgulara göre firmaların mali yapıyı finansal hiyerarşi teorisine uygun şekilde kurdukları sonucuna, Sibilkov (2009) varlıkların likiditesinin firmaların mali yapısı üzerine etkisini inceledikleri çalışmasında kaldıraç ile varlık likiditesi arasında olumlu bir ilişki olduğu ve teminatlı borçlar ile varlık likiditesi arasında pozitif bir ilişki olduğu sonucuna, Karadeniz vd. (2009) mali yapının belirleyicilerini Türkiye’de faaliyet gösteren konaklama firmaları üzerinden inceledikleri çalışmalarında konaklama firmalarının duran varlık payları ile yabancı kaynak oranları arasında negatif bir ilişki olduğu ve bu firmaların sermaye yapısı kararlarının geleneksel faktörlerle açıklanamadığı sonucuna, Abdioğlu, Büyükşalvarcı ve Dinç (2010) 2001 ve 2008 ekonomik krizlerinin firmaların mali yapıları üzerindeki etkisini inceledikleri çalışmada firmaların mali yapılarının firmaların finansman politikasını etkilediği ve firma davranışlarının iki krizde farklı olarak gerçekleştiği sonucuna, Bayrakdaroğlu (2010) mülkiyet yapısı ile finansal performans ilişkisini incelediği çalışmasında mülkiyet yapısının firma finansal performansı üzerinde etkisi olduğu sonucuna, Rauh ve Sufi (2010) borç yapısı ve sermaye yapısını inceledikleri çalışmalarında firmaların kredi kalitesi kötüleştikçe sermaye ve borç yapısının yayıldığı sonucuna, Overech ve Voeller (2010) kişisel ve firma vergilendirmesinin mali yapı tercihlerine etkisini inceledikleri çalışmalarında vergi avantajının firmaların mali yapı kararlarına etkisi olduğu ve küçük firmalar açısından bunun daha büyük önem taşıdığı sonucuna, Yener ve Karakuş (2012) sermaye yapısı ile firma değeri ilişkisini farklı aktif büyüklüklerine sahip firmalar üzerinden değerlendirdikleri çalışmalarında sermaye yapısı teorilerinin öngördüğü varsayımlar gerçekleşmediğinden araştırma sonuçlarının tüm aktif büyüklüğü düzeylerinde sermaye teorileri ile uyuşmadığı sonucuna, Bogan (2012) mali yapı ve sürdürülebilirlik ilişkisini mikro finans kuruluşları üzerinden incelediği çalışmasında mali yapı ile finansal performans ve sürdürülebilirlik arasında bir ilişki olduğu sonucuna, Doğan (2013) Türk sigorta sektöründe karlılık ile sermaye yapısı arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasında kaldıraç oranı ile karlılık arasında negatif bir ilişki olduğu sonucuna, Khieu, Chen ve Pyles (2014) büyük yatırımlar, finansal kısıtlar ve mali yapı isimli çalışmalarında firmaların genel olarak öz kaynaklar ile finansman yoluna başvurdukları ve bunun finansal kısıtlardan değil firmaların tercihlerinden kaynaklandığı sonucuna, Baker ve Wurgler (2015) katı sermaye gereksiniminin bankacılık düzenlemeleri, sermaye yapısı ve düşük risk anomalisi üzerinden sermaye maliyetini etkileme düzeyine etkisini inceledikleri çalışmalarında banka hisse senetlerinin volatilité olarak düşük olmasının özkaynak maliyetini artırdığı sonucuna, Akel, Torun ve Aksoy (2016) hayat dışı sigorta sektöründe karlılık, sermaye yapısı ve yoğunlaşma ilişkisini inceledikleri çalışmalarında öncelikle bu piyasanın yoğunlaşmadığı ve aktif karlılığı ile kaldıraç oranı arasında anlamlı negatif bir ilişki olduğu sonucuna, Yiğit (2017) finansal krizlerin firmaların sermaye yapıları üzerindeki etkilerini incelediği çalışmasında Türkiye’de son yıllarda gerçekleşen krizlerden 1994 ve 2001 krizlerinin firmaların sermaye yapıları üzerinde kalıcı 2008 krizinin ise geçici etkisi olduğu ve 2001 yılında özellikle finansal sistemin daralması nedeniyle krizin firmaların sermaye yapılarında meydana getirdiği değişimin devam etmesinin buna neden olduğu sonucuna, Turaboğlu, Erkol ve Topaloğlu (2017) finansal başarısızlığın sermaye yapısı kararları ile ilişkisini inceledikleri çalışmalarında toplam borç oranı ile finansal başarısızlık arasında negatif bir ilişki olduğu sonucuna, Çopuroğlu ve Korkmaz (2018) vekalet teorisi, sermaye yapısı ve firma performansı arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında firma performansının borç oranlarıyla negatif bir ilişkisinin olduğu sonucuna, Chivandire, Botha ve Mouton (2019) sermaye yapısının telekomünikasyon firmalarına etkisini inceledikleri çalışmalarında kaldıraç oranının finansal performans üzerinde olumsuz etkisi olduğu sonucuna, Hacıevliyagil, Şit ve Tuna (2020) Türkiye’de bankacılık sektörünün finansal performansını sermaye yapısı üzerinden finansal kriz dönemlerini de içeren

bir zaman dilimi içerisinde inceledikleri çalışmalarında bankaların yabancı kaynakları[†] kullanarak kredi vermelerinin firmaların finansal performansını olumlu etkilediği sonucuna, Güngör ve Dilmaç (2020) finansal kriz ortamlarında bankaların sermaye yapılarının finansal performanslarına etkisini inceledikleri çalışmalarında bankaların uzun vadeli kaynak temininde güçlük çektikleri ve kaynaklar içerisinde özkaynakların payının yüksek olmasının bankaların finansal performansını negatif yönde etkilediği sonucuna, Guo, Liang ve Xie (2020) yöneticilerin hisse sahipliği, dinamik sermaye yapısının firma performansı üzerindeki etkisini inceledikleri çalışmada yöneticilerin hisse sahibi olmasının sermaye yapısının dinamik olmasında önemli ve olumlu bir etkisi olduğu, yöneticilerin hisse sahibi olmasının ağırlıklı ortalama sermaye maliyetini düşürdüğü ve yönetici hisse oranının da firma performansı üzerinde etkisi olduğu sonucuna, Elmas ve Gözel (2020) otomotiv sektöründe sermaye yapısı ile firma performansını inceledikleri çalışmada sermaye yapısı ile aktif ve öz kaynak karlılık oranları arasında anlamlı negatif bir ilişki olduğu sonucuna, Durak ve Çömlekçi (2021) BİST 100 Endeksi'nde yer alan firmaların COVID-19 öncesi ve sonrası verilerine göre hiyerarşik kümeleme analizi kullanarak yaptıkları çalışmalarında firmaların faaliyet ve karlılık oranlarında negatif bir değişim meydana geldiği sonucuna, Çamlıbel (2021) banka sermaye yapısının performansa etkisini banka verileri üzerinden Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) yöntemi ile incelediği çalışmasında finansal başarısızlık ile firmanın mali yapısı arasında bir ilişki olduğu ve AHP yönteminin bu alandaki çalışmalarda başarılı sonuçlar verdiği sonucuna, Karacı ve Afşar (2021) sermaye yapısı kararlarına asimetric bilginin etkisini inceledikleri çalışmada asimetric bilginin sermaye yapısı kararlarını etkilediği sonucuna, Yücel ve Durak (2021) Borsa İstanbul'da faaliyet gösteren imalat sektörü firmalarının COVID-19'dan etkilenme düzeylerini inceledikleri çalışmalarında farklı salgının etkisinin imalat sektörünün alt dallarının salgından farklı yön ve düzeylerde etkilendikleri sonucuna, Akkaynak (2022) Türk bankacılık sektöründe sermaye yapısının belirleyicilerini incelediği çalışmasında sektörün sermaye yapısının finansman hiyerarşisi teorileri ile uyumlu olduğu sonucuna, Akay ve Nur (2022) BİST Katılım 30 Endeksi'nde faaliyet gösteren firmaların sermaye yapısının belirleyicilerini inceledikleri çalışmada kaldıraç oranı ile firma büyüklüğü arasında pozitif, likidite oranları ve aktif karlılığı arasında ise negatif anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna, Yılmaz (2022) Türkiye'de finans şirketleri üzerinde dinamik sermaye yapısı belirleyicileri ve kaldıraç oranı uyarılma hızı üzerine yaptığı çalışmada firmaların hedef borç oranına göre sermaye yapılarını oluşturdukları ve borç oranlarına ulaşma hızlarının farklı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

CRITIC tabanlı EDAS metodunu, Kiracı ve Bakır (2018) havayolu işletmelerinde performans ölçümünde, Akçakanat, Aksoy ve Teker (2018) bankaların performansının değerlendirilmesinde, Ghorabee vd. (2018) inşaat ekipmanlarının sürdürülebilirliğinin değerlendirilmesinde, Can ve Kargı (2019) iş sağlığı ve güvenliği yönünden risk seviyelerinin belirlenmesinde, Akbulut (2019) özel bir bankanın performansının analizinde, Yalçın ve Karakaş (2019) kurumsal sürdürülebilirlik performans analizinde, Li ve Wang (2020) kablosuz sensor ağlarının servis kalitesini incelemede Apan ve Öztel (2020) BİST Orman, Kağıt ve Basım Endeksi firmalarının finansal performansının analizinde, Bayram (2021) katılım bankalarının performansının değerlendirilmesinde, , Öndeş ve Özkan (2021) COVID-19'un bilişim sektörünün finansal performansı üzerindeki etkisini incelemede, Görçün ve Küçükönder (2021) liman seçiminde, Naik, Kishore ve Dehmourdi (2021) inşaat

[†] Bu durum Türkiye'de faiz politikası ile ilişkilidir. Faiz politikası bankaların ilginç düzeylerde kar açıklamasına sebep olmuştur.

müteahhitlerinin ön yeterlilik değerlendirmesinde, Mishra, Rani ve Pandey (2022) lojistik servis sağlayıcıların seçiminde başarıyla kullanmışlardır.

5. METOD

5.1. CRITIC Metodu

Kriterlerin ağırlıkları, karar vericilerin sübjektif bakış açısından etkilendiği gibi kriterlerin özelliklerinden de etkilenir (Yiğit Gökçınar, 2012, s. 111). CRITIC yöntemi verilerde yer alan standart sapma ve verilerin birbirileri ilgili olmamasına odaklandığından firmalara ait finansal veriler incelenirken genel olarak dalgali seyir izleyen karlılık, satışlar ve maliyetler gibi gelir tablosu kalemleri ile ilgili olan dönemlere göre yüksek volatiliteye sahip olan verilere daha yüksek ağırlık yüklemektedir. Bu durum analiz yapılırken göz önüne alınması gereken bir husustur. Dolayısıyla birbirilerine yakın düzeyde volatiliteye sahip olan kriterlerin seçilmesi daha sağlıklı sonuçlar doğuracaktır.

Karar vericinin öznel bakış açısını ortadan kaldırmak için nesnel ağırlıklandırmaya dayalı bazı yöntemler geliştirilmiştir. Yoğun kullanılan yöntemlerden birisi CRITIC yöntemidir. Ağırlıkların objektif olarak hesaplanması aşağıdaki 5 aşamada yapılmaktadır (Diakoulaki, Mavrotas, & Papayannakis, 1995).

Aşama 1: Karar Matrisinin oluşturulması aşaması.

Matris, farklı kriterlere göre alternatiflerin performansını gösterir.

$$X = [x_{ij}] = \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & \dots & x_{1n} \\ x_{21} & x_{22} & \dots & x_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ x_{m1} & x_{m2} & \dots & x_{mn} \end{bmatrix} \quad (1)$$

Eşitlik (1)'de m alternatifleri n ise kriterleri ifade etmektedir.

Aşama 2: Karar matrisi eşitlik (2) ile normalize edilir.

$$r_{ij} = \frac{x_{ij} - x_j^{\min}}{x_j^{\max} - x_j^{\min}} \quad (2.1)$$

$$r_{ij} = \frac{x_j^{\max} - x_{ij}}{x_j^{\max} - x_j^{\min}} \quad (2.2)$$

Burada ; x_j^{\min} j kriterinin en düşük değerini ifade ederken, x_j^{\max} ise j kriterine göre en yüksek değer anlamına gelmektedir. Normalizasyon işleminin amacı verilerin birlikte işlenebilmesi amacıyla aralarındaki farklılıkların giderilmesidir.

Aşama 3: Kriter ağırlıkları kriterin standart sapması ve kriterler arasındaki korelasyon dahil edilerek hesaplanır.

$$\rho_{jk} = \frac{\sum_{i=1}^m (r_{ij} - \bar{r}_j)(r_{ik} - \bar{r}_k)}{\sqrt{\sum_{i=1}^m (r_{ij} - \bar{r}_j)^2 \sum_{i=1}^m (r_{ik} - \bar{r}_k)^2}} \quad (3)$$

(3) numaralı eşitlikde Pearson korelasyon katsayısı kullanılmıştır. Alternatif sayısının düşük olduğu durumlarda parametrik olmayan Spearman korelasyon katsayısı da kullanılabilir.

Aşama 4: Bilgi miktarının hesaplanması (cj)

Bu yöntem karar verme yöntemlerinin yapısındaki zıtlığın ve çatışmanın yoğunluğunu kapsamaktadır. Bu amaçla normalize karar matrisinin sütun değerlerinin standart sapmaları kullanılır.

$$c_j = \sigma_j \sum_{k=1}^n (1 - \rho_{jk}) \quad (4)$$

Bu yöntemde standart sapması yüksek ve diğer kriterler ile korelasyonu düşük düzeyde olan kriterin daha fazla ağırlık kazandığı söylenebilir. Yani c_j değerinin daha yüksek değeri, verilen kriterden daha fazla miktarda bilgi elde edildiğini dolayısıyla kriterin karar verme problemi için göreceli öneminin daha yüksek olduğunu gösterir.

Aşama 5: Kriter ağırlıkları elde edilir.

Son adımda eşitlik (5) kullanılarak kriter ağırlıkları elde edilir.

$$w_j = \frac{c_j}{\sum_{k=1}^n c_k} \quad (5)$$

5.2. EDAS Metodu

EDAS Yöntemi ilk olarak Ghorabae vd. tarafından birçok kriterli karar verme yöntemi olarak stok sınıflandırılmasında kullanılmıştır. Bu yöntem farklı belirsiz ortamlarda çok kriterli karar verme problemlerinde kullanılmak için geliştirilmiştir. Karar verme yöntemlerinde alternatifler kriterlerin değerlerine göre sıralanırlar. EDAS ortalama çözümden pozitif ve negatif mesafeler kullanmaktadır. Ortalama çözümün bulunması basit şekilde bulunabilir. Her kriter için farklı alternatiflerin performans değerlerinin aritmetik ortalamasını bilmek yeterlidir. Aritmetik ortalama rastlantısal süreçlerde çok önemlidir. Bu sebepten dolayı rastlantısal çok kriterli karar verme problemlerinde EDAS yönteminin kullanılması verimli olabilmektedir (Ghorabae, Amiri, Zavadskas, Turskis, & Antucheviciene, 2017, s. 1629).

Uzaklıklara dayalı olduğundan VIKOR, TOPSIS, MOORA gibi yöntemlerle benzerdir. EDAS yöntemi 6 aşamada uygulanmaktadır (Keshavarz Ghorabae, Zavadskas, Olfat, & Turskis, 2015) akt. (Gök Kısa & Ayçin, 2019).

Aşama 1: Karar Matrisinin Oluşturulması: Metodun ilk aşamasında karar probleminde yer alan alternatifler ve kriterler belirlenir ve karar matrisi eşitlik (6)'da gösterildiği şekilde oluşturulur. Eşitlikteki x_{ij} değerleri, i . karar alternatifinin j . kritere göre performansını ifade etmektedir.

$$X = [x_{ij}]_{n \times m} = \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & \dots & x_{1n} \\ x_{21} & x_{22} & \dots & x_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ x_{m1} & x_{m2} & \dots & x_{mn} \end{bmatrix} \quad (6)$$

Aşama 2: Ortalama Çözümün Bulunması: Tüm kriterlerin değerlerinin ortalamaları alınarak eşitlik (7) kullanılarak ortalama değerler matrisi AV oluşturulur.

$$AV = [AV_j]_{1 \times m} \quad (7)$$

Eşitlik 7'de görünen AV_j değerleri j . Kriterin ortalamasını göstermekte ve eşitlik (8) yardımıyla hesaplanmaktadır.

$$AV_j = \frac{\sum_{i=1}^n r_{ij}}{m} \quad ; j = 1, \dots, n \quad (8)$$

Aşama 3: Ortalamadan uzaklık matrislerinin oluşturulması: bu aşama her kriter için ortalamadan uzaklıklar, ortalamadan pozitif uzaklığı ifade eden PDA (Positive Distance from Average) ve ortalamadan negatif uzaklığı ifade eden NDA (Negative Distance from Average) olmak üzere iki farklı şekilde ifade edilir. Pozitif ve negatif uzaklık matrisleri eşitlik (9) ve (10) kullanılarak hesaplanır.

Kriterlerin maksimizasyon (fayda) yönlü olması durumunda eşitlik (9) ve (10) kullanılır.

$$PDA_{ij} = \frac{\max(0, (r_{ij} - AV_j))}{AV_j} \quad ; i = 1, \dots, m, j = 1 \dots, n \quad (9)$$

$$NDA_{ij} = \frac{\max(0, (AV_j - r_{ij}))}{AV_j} \quad ; i = 1, \dots, m, j = 1 \dots, n \quad (10)$$

Kriterin minimizasyon (maliyet) yönlü olduğu durumlarda ise eşitlik (10) ve (11) kullanılır.

$$PDA_{ij} = \frac{\max(0, (AV_j - r_{ij}))}{AV_j} \quad ; i = 1, \dots, m, j = 1 \dots, n \quad (11)$$

$$NDA_{ij} = \frac{\max(0, (r_{ij} - AV_j))}{AV_j} \quad ; i = 1, \dots, m, j = 1 \dots, n \quad (12)$$

Aşama 4: Ağırlıklı toplam değerlerin bulunması

Aşama 3'ten elde edilen PDA ve NDA değerlerinin her bir alternatif için CRITIC yönteminden elde edilen ağırlıkların da hesaba katılması ile ağırlıklı toplam değerleri eşitlik (13) ve (14) kullanılarak hesaplanmıştır. Eşitlikte görülen w değeri CRITIC yönteminden elde edilen ağırlıkları ifade etmektedir.

$$SP_i = \sum_{j=1}^n PDA_{ij} \cdot w_j \quad ; i = 1, \dots, m \quad (13)$$

$$SN_i = \sum_{j=1}^n NDA_{ij} \cdot w_j \quad ; i = 1, \dots, m \quad (14)$$

Aşama 5: Ağırlıklı toplam değerlerin normalizasyonu

Bu aşamada alternatiflere ilişkin ağırlıklı toplam değerler SP ve SN (15) ve (16) nolu eşitlikler kullanılarak normalize edilir.

$$NSP_i = \frac{SP_i}{\max_i(SP_i)} \quad ; i = 1, \dots, m \quad (15)$$

$$NSN_i = \frac{SN_i}{\max_i(SN_i)} \quad ; i = 1, \dots, m \quad (16)$$

Aşama 6: değerlendirme puanlarının hesaplanması ve alternatiflerin sıralanması

6. ve son aşamada her bir alternatif için hesaplanan NSP ve NSN değerleri eşitlik (18) kullanılarak sıralama puanlarına dönüştürülür.

$$AS_i \frac{1}{2} (NSP_i + NSN_i) \quad ; i = 1, \dots, m \quad (17)$$

Ortaya çıkan AS değerlerine göre alternatifler yüksek puandan düşük puana doğru düzenlenir ve sıralama yapılır.

6. ANALİZ, BULGULAR ve YORUM

Çalışmada firmaların web sitelerinden ve Filipinler Menkul Kıymetler Borsası web sitesinden elde edilen halka açık firmalara ait kamuyu aydınlatma amacıyla ilan edilen veriler kullanılmıştır. Bu veriler kullanılarak kriter olarak kullanılacak oranlar hesaplanmıştır. Bu

kriterlerin öncelikle CRITIC yöntemi yardımıyla ağırlıkları hesaplanmıştır. EDAS yöntemi ile alternatiflerin seçilen kriterlerden hareketle sıralamaları hesaplanmıştır. Her iki yöntemin uygulanmasında Microsoft Office 2016 Professional Plus programında bulunan Excel kullanılmıştır. Çalışma kapsamında Filipinler’de faaliyet gösteren ve halka açık olan otel işletmeleri incelenmiştir.

Tablo 1. Çalışma Kapsamında İncelenen Firmalar

Borsa Kodu	Firma Adı ve Unvanı
ACE	Acesite Phils Hotel Corporation
BHI	Boulevards Holdings
DWC	Discovery World Corporation
GPH	Grand Plaza Hotel Corporation
WPI	Waterfront Philippines Incorporated

Tablo 2. Çalışma Kapsamında Kullanılan Kriterler

Kriter	Yönü	Hesaplama	Kaynaklar
YKT/AKT	Maliyet	Yabancı Kaynaklar Toplamı/Aktif Toplamı (Finansal Kaldıraç)	(Akhtar, Javed, Maryam, & Sadia, 2012)
DISSAL SER.	Maliyet	Özkaynaklar-Birikmiş Karlar (Logaritması alınmıştır.)	(Park & Pincus, 2001)
MDV/ÖZK	Maliyet	Maddi Duran Varlıklar/Özkaynaklar	(Dharmaraj & Velmurugan, 2014)
KVYK/YK	Maliyet	Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar/Toplam Yabancı Kaynaklar	(Githaiga & Kabiru, 2015)
UVYK/YK	Fayda	Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar/Toplam Yabancı Kaynaklar	(Githaiga & Kabiru, 2015)
CARİ ORAN	Fayda	Dönen Varlıklar/Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar	(Batchimeg, 2017)
ÖZK/YK	Fayda	Özkaynaklar/Yabancı Kaynaklar	(Czapinska, 2013)

Çalışmada kullanılan kriterler firmanın sermaye yapısı ile ilgili bilgi sağlayacak oranlar kriter olarak kullanılmıştır. Kriterlerin 4 tanesi maliyet diğer 3 tanesi ise fayda yönlü kriterlerden seçilmiştir. Dışsal sermaye kriteri çok büyük sayılardan oluştuğundan logaritması alınarak analize dahil edilmiştir. Kriterlerin seçiminde firmaların mali yapısının performansına tam olarak yansımalarının sağlanması amaçlanmıştır.

6.1. CRITIC Yöntemi Bulguları

Tablo 3. 2018 1. Çeyrek Karar Matrisi

	YK/ AKT (-)	DISSAL SERM (-)	MDV/ ÖZK (-)	KVYK/ YK (-)	UVYK/ YK (+)	CARİ ORAN (+)	ÖZK/ YK (+)
ACE	0,330397	6,314101	0,716710	0,211573	0,788427	0,720000	2,026667

BHI	0,110075	6,476059	0,368540	0,964546	0,035454	0,410000	8,084670
DW	0,654171	5,916527	22,153645	0,758452	0,241548	2,100000	0,052865
GPH	0,182652	6,271273	0,572155	0,922179	0,077821	2,250000	4,552714
WPI	0,436209	6,869158	0,889313	0,446248	0,553752	2,340000	1,292480

CRITIC yönteminin ilk aşamasında alternatifler ve bu alternatiflere ait kriterler bir araya getirilerek karar matrisi oluşturulur.

Tablo 4. 2018 1. Çeyrek Normalize Edilmiş Karar Matrisi

	YK/ AKT (-)	DIŞSAL SERM (-)	MDV/ ÖZK (-)	KVYK/ YK (-)	UVYK/ YK (+)	CARİ ORAN (+)	ÖZK/ YK (+)
ACE	0,595069	0,754252	0,984018	1,000000	0,000000	0,839378	0,582657
BHI	1,000000	0,000000	1,000000	0,000000	1,000000	1,000000	0,412646
DW	0,000000	1,000000	0,000000	0,273707	0,726293	0,124352	1,000000
GPH	0,866611	0,439746	0,990653	0,056266	0,943734	0,046632	0,627615
WPI	0,400596	0,845662	0,976095	0,688336	0,311664	0,000000	0,000000

CRITIC yönteminin ikinci aşamasında (2.1) ve (2.2) numaralı eşitlikler kullanılarak kriterler normalize edilir. Normalizasyon işlemi farklı olan verilerin normalize edilerek analiz için birlikte kullanımlarını sağlamaktadır.

Tablo 5. 2018 1. Çeyrek Kriterler Arası Korelasyon Tablosu

Kriter/ Alternatif	YK/ AKT (-)	DIŞSAL SERM (-)	MDV/ ÖZK (-)	KVYK /YK (-)	UVYK /YK (+)	CARİ ORAN (+)	ÖZK/ YK (+)
YK/AKT	1	-0,90599	0,92976	-0,28512	0,28512	0,46701	-0,94423
DIŞSAL SER.	-0,90599	1	-0,70680	0,54219	-0,54219	-0,51485	0,86377
MDV/ÖZK	0,92976	-0,70680	1	0,07404	-0,07404	0,52049	-0,93132
KVYK/YK	-0,28512	0,54219	0,07404	1	-1,00000	0,30858	0,05727
UVYK/YK	0,28512	-0,54219	-0,07404	-1,00000	1	-0,30858	-0,05727
CARİ ORAN	0,46701	-0,51485	0,52049	0,30858	-0,30858	1	-0,72701
ÖZK/YK	-0,94423	0,86377	-0,93132	0,05727	-0,05727	-0,72701	1

Normalizasyon işleminden sonra kriterler arasındaki korelasyonu gösteren matris oluşturulur. Burada aynı anda kriterlerin standart sapmaları da hesaplamaya dahil edildiğinden yöntem standart sapması yüksek olan kriterlere daha büyük ağırlık verebileceğinden standart sapması birbirine yakın oranlar seçilmelidir.

Tablo 6. 2018 1. Çeyrek (1- pjk) Matrisi

	YK/ AKT (-)	DISSAL SERM (-)	MDV/ ÖZK (-)	KVYK/ YK (-)	UVYK/YK (+)	CARİ ORAN (+)	ÖZK/ YK (+)
YK/ AKT	0	1,905993	0,070236	1,285121	0,714879	0,532992	1,944229
DISSAL SERM	1,905993	0	1,706802	0,457815	1,542185	1,514846	0,136234
MDV/ ÖZK	0,070236	1,706802	0	0,925965	1,074035	0,479513	1,931325
KVYK/ YK	1,285121	0,457815	0,925965	0	2,000000	0,691415	0,942733
UVYK/ YK	0,714879	1,542185	1,074035	2,000000	0	1,308585	1,057267
CARİ ORAN	0,532992	1,514846	0,479513	0,691415	1,308585	0	1,727006
ÖZK/ YK	1,944229	0,136234	1,931325	0,942733	1,057267	1,727006	0

Korelasyon hesaplamasından sonra kriterlerin içerdiği bilgi miktarının hesaplanması amacıyla eşitlik (4)'te de görüleceği gibi korelasyon matrisinde her kriter için bulunan değerin 1'den çıkarılması sonucu bulunan ve kriterlerin içerdiği bilgi miktarı değerlerini içeren matris oluşturulur.

Tablo 7. 2018 1. Çeyrek oj, cj ve wj Değerleri

	YK/ AKT (-)	DISSAL SERM (-)	MDV/ ÖZK (-)	KVYK/ YK (-)	UVYK/ YK (+)	CARİ ORAN (+)	ÖZK/ YK (+)
oj	0,4435292	0,4316115	0,4958219	0,4603890	0,4603890	0,48710175	0,247481813
cj	2,8622942	3,1351729	3,0680844	2,9018546	3,5435919	3,046508242	1,915210549
wj	0,139810	0,1531390	0,1498621	0,1417425	0,1730885	0,148808204	0,093549408

Burada oj normalize karar matrisindeki değerlerin her bir kriter için standart sapmasını ifade etmektedir. cj değeri ise bilgi miktarı matrisinde bulunan değerlerin toplamından oluşmaktadır. wj yani kriter ağırlıkları ise her kritere ait cj değerinin cj değerleri toplamına bölünmesiyle bulunan değerdir. 2018 yılının 1. çeyrek sonuçlarına göre en yüksek ağırlığa sahip oran vadeli yabancı kaynakların toplam yabancı kaynaklara oranı olarak hesaplanmıştır.

Tablo 8. Dönemlere Göre Kriterlerin Ağırlıkları

Dönem /Kriter	YK/ AKT (-)	DISSAL SERM(-)	MDV/ ÖZK (-)	KVYK/ YK (-)	UVYK/ YK (+)	CARİ ORAN (+)	ÖZK/ YK (+)
2018/1	0,139810	0,153139	0,149862	0,141743	0,173089	0,148808	0,093549
2018/2	0,141096	0,186688	0,107269	0,175028	0,144375	0,145863	0,099681
2018/3	0,144973	0,199849	0,114075	0,135462	0,124171	0,170364	0,111106
2018/4	0,118128	0,218715	0,121082	0,199221	0,103305	0,147163	0,092386
2019/1	0,144493	0,197001	0,160671	0,121337	0,081783	0,169916	0,124799

2019/2	0,121074	0,209022	0,042713	0,253615	0,121961	0,122325	0,129291
2019/3	0,140185	0,196266	0,139611	0,152618	0,088713	0,164890	0,117718
2019/4	0,121108	0,178564	0,126180	0,157834	0,147862	0,165641	0,102810
2020/1	0,124542	0,177090	0,130806	0,149541	0,148109	0,165740	0,104171
2020/2	0,123156	0,168431	0,128310	0,159890	0,156359	0,163305	0,100549
2020/3	0,133108	0,179760	0,138721	0,141418	0,123085	0,176076	0,107834
2020/4	0,138374	0,150730	0,156448	0,140256	0,144976	0,174170	0,095046
2021/1	0,183402	0,128551	0,202345	0,142564	0,113947	0,147628	0,081563
2021/2	0,177281	0,134697	0,177539	0,151107	0,136753	0,154127	0,068495
2021/3	0,177393	0,134245	0,177615	0,150297	0,136232	0,152028	0,072190
2021/4	0,188314	0,120994	0,188543	0,154769	0,142485	0,141058	0,063837

Tüm dönemlere ait ağırlık hesaplamalarını içeren tablo incelendiğinde dışsal sermaye yani öz kaynaklardan birikmiş karların çıkarılması ile elde edilen oranın birçok dönemde en yüksek ağırlığa sahip orandır. Bunun sebebi CRITIC metodunun standart sapması yüksek oranlara daha yüksek ağırlık yüklemesidir. Buna rağmen tüm dönemler göz önüne alındığında ağırlıklar birbirine yakın çıkmıştır.

6.2. EDAS Yöntemi Bulguları

Karar matrisi CRITIC yöntemiyle aynı şekilde kurulduğundan burada ayrıca verilmemiştir.

Tablo 9. 2018 1. Çeyrek Optimal Değerlerin Eklendiği Karar Matrisi

Alternatif/ kriter	YK/ AKT (-)	DIŞSAL SERM (-)	MDV/ ÖZK (-)	KVYK/ YK (-)	UVYK/ YK (+)	CARİ ORAN (+)	ÖZK/ YK (+)
ACE	0,3303966	6,314100	0,716710	0,211573	0,788426	0,72	2,026666
BHI	0,1100754	6,476058	0,368539	0,964545	0,035454	0,41	8,084670
DWC	0,6541711	5,916527	22,15364	0,758452	0,241547	2,1	0,052865
GPH	0,1826518	6,271272	0,572155	0,922178	0,077821	2,25	4,552713
WPI	0,4362088	6,869157	0,889313	0,446247	0,553752	2,34	1,292479
Toplam	1,7135039	31,84711	24,70036	3,302997	1,697002	7,82	16,00939
Ortalama	0,3427007	6,369423	4,940072	0,660599	0,339400	1,564	3,201879

Karar matrisinin oluşturulmasından sonra kriterlerin ortalamasını ve her bir kriterin tüm alternatifler açısından toplamını içeren matris oluşturulmuştur. Burada ortalama tüm alternatiflere ait her bir kriterin aritmetik ortalamasını ifade etmektedir.

Tablo 10. 2018 1. Çeyrek Ortalamadan Pozitif Uzaklık Matrisi

	YK/ AKT (-)	DIŞSAL SERM(-)	MDV/ ÖZK (-)	KVYK/ YK (-)	UVYK/ YK (+)	CARİ ORAN (+)	ÖZK/ YK (+)
ACE	0,0359	0,00869	0,85492	0,67973	1,323	0	0
BHI	0,6788	0	0,9254	0	0	0	1,52498
DWC	0	0,0711	0	0	0	0,34271	0
GPH	0,46702	0,01541	0,88418	0	0	0,43862	0,42189
WPI	0	0	0,81998	0,32448	0,63156	0,49616	0

Tablo 11. 2018 1. Çeyrek Ortalamadan Negatif Uzaklık Matrisi

	YK/ AKT (-)	DIŞSAL SERM (-)	MDV/ ÖZK (-)	KVYK/ YK (-)	UVYK/ YK (+)	CARİ ORAN (+)	ÖZK/ YK (+)
ACE	0	0	0	0	0	0,53964	0,36704
BHI	0	0,01674	0	0,46011	0,89554	0,73785	0
DWC	0,90887	0	3,48448	0,14813	0,28831	0	0,98349
GPH	0	0	0	0,39597	0,77071	0	0
WPI	0,27286	0,07846	0	0	0	0	0,59634

Tablo 10 ve Tablo 11’de kriterlerin ortalama değerden pozitif ya da negatif uzaklıkları (9), (10), (11) ve (12) numaralı eşitlikler kullanılarak hesaplanır.

Tablo 12. 2018 1. Çeyrek En Firma SPi, SNi, NSPi, NSNi ve ASi Değerleri ve Firma Sıralamaları

	SPi	SNi	NSPi	NSNi	ASi
ACE	0,459811561	0,114639369	1	0,858847066	0,929423533
WPI	0,352025433	0,105950106	0,765586304	0,869545964	0,817566134
GPH	0,304896985	0,189527045	0,663091169	0,766639517	0,714865343
BHI	0,376245896	0,332586213	0,818261061	0,59049391	0,704377486
DWC	0,061887125	0,812164266	0,134592365	0	0,067296183

Ortalamadan pozitif ve negatif uzaklıklar hesaplandıktan sonra ağırlıklı toplam pozitif (SPi) ve negatif (SNi) uzaklıklar hesaplanmaktadır. Bu çalışmada kriter ağırlıklandırma işlemi CRITIC yöntemi kullanıldığı için (13) ve (14) numaralı eşitlikler kullanılarak yapılan işlemde CRITIC yöntemi sonucunda elde edilen ağırlıklar kullanılmıştır. Bu aşamadan sonra ağırlıklandırılmış pozitif ve negatif uzaklıkların normalize edilmesi işlemi (15) ve (16) numaralı eşitlikler kullanılarak yapılmaktadır. Bir sonraki aşamada ağırlıklandırılmış normalize pozitif ve negatif uzaklıklar toplanıp $\frac{1}{2}$ ile çarpılmak suretiyle sıralama skoru hesaplanır.

Tablo 13. Firmaların Tüm Dönemlere Ait Sıralamaları

Dönem /Firma	ACE	BHI	DWC	GPH	WPI
2018/1	1	4	5	3	2
2018/2	1	4	5	3	2

2018/3	2	4	5	3	1
2018/4	1	2	5	4	3
2019/1	3	2	5	1	4
2019/2	4	1	3	2	5
2019/3	4	2	5	1	3
2019/4	4	2	5	1	3
2020/1	4	2	5	1	3
2020/2	4	2	5	1	3
2020/3	4	2	5	1	3
2020/4	4	2	5	1	3
2021/1	4	1	5	2	3
2021/2	3	2	5	1	4
2021/3	3	2	5	1	4
2021/4	4	2	5	1	3

Alternatiflere ait tüm dönemlere ait sıralama skorları incelendiğinde firmaların skorlarının 2018 yılının 3. çeyreğinden 2019 yılının 3. Çeyreğine kadar dalgalı bir seyir izlediği ve genel olarak bu şekilde devam ettiği görülmektedir. Ayrıca firmaların sıralamalarının COVID-19 sürecinin ortaya çıktığı ve tüm hızıyla devam ettiği süreçte herhangi bir dalgalanma göstermediği de görülmektedir. Burada üç durumdan söz edilebilir; bunlardan birisi firmaların COVID-19'dan etkilenmedikleri ki bu doğru olmayacaktır. İkinci durum firmaların COVID-19'dan yakın düzeylerde etkilendikleri durumudur ki bu kısmen doğru olabilmektedir. Üçüncü durum ise sermaye yapısı rijit yani kolay kolay değiştirilemeyecek bir durumdur, dışsal durumlardan çalışma sermayesinden daha yüksek düzeyde etkilenmektedir. Bu üçüncü durumun da sıralamaların sonucuna etkisi vardır. Firmaların finansal tabloları incelendiğinde ise yüksek birikmiş karlara sahip olan firmaların daha yüksek başarı sıralamasına sahip oldukları, düşük öz kaynak düzeyine sahip olan firmaların da yine sıralamalarının daha düşük olduğu sonuçları tespit edilmiştir.

7. SONUÇ

Konaklama sektöründe faaliyet gösteren firmalar başlangıçta büyük bir finansmana ihtiyaç duymakla birlikte çok yüksek çalışma sermayesine de ihtiyaç duyarlar. Bu sektörde giderlerin yüksek bir kısmı sabit gider özelliği taşımaktadır. Dolayısıyla firmaların istenen düzeyde gelir elde etmeleri için kapasitelerini maksimum düzeyde kullanabilmeleri gerekir. Hizmet sektörünün özelliği gereği sundukları hizmetler dayanıksız özellikte olduğundan kullanılmayan kapasite depolanamaz ve bu da firmaların doluluk oranlarını yüksek tutmalarını gerektirir. Konaklama firmalarının kriz dönemlerinde veya mevsimsel dalgalanmaların yaşandığı bir bölgede faaliyet gösteriyorlarsa düşük sezonda kapasitelerini düşürmeleri mümkün değildir. Firmaların mevsimsel dalgalanmaları ve kriz olasılığını göz önüne alarak strateji belirlemeleri gerekir.

Firmaların finansal yapı stratejilerini faaliyet gösterdikleri sektörün ve faaliyette buldukları ülkenin durumunu göz önüne alarak belirlemeleri gerekir. Finansal yapı stratejileri belirlenirken faiz oranları, kur hareketleri gibi makroekonomik faktörleri ve yasalar göz önüne alınması gerekir.

Çalışmanın amacı konaklama alanında faaliyet gösteren firmaların COVID-19 döneminde performansını sermaye yapısı üzerinden değerlendirmektir. Çalışmada firmalara ait mali yapı

oranları kullanılmıştır bu oranlar Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın sitesinden alınmıştır. Filipinler'de faaliyet gösteren konaklama firmalarının sermaye yapısı ile ilgili olan oranları kullanılarak 2018 yılı 1. çeyrekte 2021 yılı 4. çeyreğe kadar olan dönem için analiz yapılmıştır. Analiz aşamasında kriterlerin ağırlıklandırılması amacıyla CRITIC, alternatiflerin değerlendirme aşamasında ise EDAS yöntemleri kullanılmıştır.

Araştırma bulguları firmaların sermaye yapısı açısından COVID-19'dan etkilenmedikleri ya da tüm firmaların birbirine yakın düzeylerde etkilendikleri sonucu ortaya çıkmıştır. Ayrıca güçlü öz kaynaklara ve yüksek kümülatif karlılık düzeyine sahip firmaların da daha yüksek performansa sahip oldukları görülmektedir.

Çalışma, (Mohamad, 1995) , (Akel, Torun, & Aksoy, 2016), (Durak & Çömlekçi, 2021) ve (Yücel & Durak, 2021) çalışmalarıyla ters sonuçlar tespit emiş ve (Doğan, 2013) ve (Akay & Nur, 2022) çalışmalarıyla ise paralel sonuçlar göstermiştir. Bu durum farklı sektörlerin krizlere farklı tepkiler verdikleri sonucunu vermektedir.

Bu çalışmada sadece firmaların içsel verilerinden yararlanılarak analiz yapılmıştır. Makroekonomik veriler kullanılarak ve farklı özellikteki ülkelerden firmaların dahil edileceği çalışmalar yapılarak mali yapı-finansal performans ilişkisi makroekonomik koşullar açısından ve uluslararası ölçekte olacak şekilde geliştirilebilir.

KAYNAKÇA

- ABDİOĞLU, H., BÜYÜKŞALVARCI, A., & DİNÇ, E. (2010). Şirketlerin Mali Yapıları Üzerinde Ekonomik Krizlerin Etkileri: 2001 ve 2008 Ekonomik Krizleri Üzerine Bir Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 8(14), 27-58.
- AGARWAL, Y. (213). *Capital Structure Decisions Evaluating Risk and Uncertainty*. Singapur: John Wiley & Sons Singapore Pte. Ltd.
- AKAY, Y., & NUR, T. (2022). Katılım 30 Endeksi'nde İşlem Gören İşletmelerin Sermaye Yapısı Belirleyicilerinin Panel Veri Analizi ile İncelenmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14(1), 558-577.
- AKBULUT, O. Y. (2019). CRITIC ve EDAS Yöntemleri ile İş Bankası'nın 2009-2018 Yılları Arasındaki Performansının Analizi. *Ekonomi, Politika & Finans Araştırmaları Dergisi*, 249-263.
- AKÇAKANAT, Ö., AKSOY, E., & TEKER, T. (2018). CRITIC ve MDL Temelli EDAS Yöntemi İle Tr-61 Bölgesi Bankalarının Performans Değerlendirmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(32), 1-24.
- AKEL, V., TORUN, T., & AKSOY, B. (2016). Türkiye'de Hayat Dışı Sigortacılık Sektöründe Kârlılık, Sermaye Yapısı ve Yoğunlaşma İlişkisine Yönelik Ampirik Bir Uygulama. *Finans ve Bankacılık Çalışmaları Dergisi*, 5(5), 1-15.
- AKGÜÇ, Ö. (2013). *Finansal Yönetim*. İstanbul: Avcıol Basım Yayın.
- AKHTAR, S., JAVED, B., MARYAM, A., & SADIA, H. (2012). Relationship between Financial Relationship between Financial Evidence from Fuel & Energy Sector of Pakistan. *European Journal of Business and Management*, 7-17.
- AKKAYNAK, B. (2022). Sermaye Yapısı Teorileri ve Türk Bankacılık Sisteminin Sermaye Yapısı Belirleyicileri. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 22(1), 57-68.

- ALAYANNIS, G., BROWN, G., & KLAPPER, L. F. (2003). Capital Structure and Financial Risk: Evidence from Foreign Debt Use in East Asia. *The Journal of Finance*, 58(6), 2667-2709.
- ANTONIOU, A., GÜNEY, Y., & PAUDYAL, K. (2002). Determinants of Corporate Capital Structure: Evidence from European Countries. *SSRN Electronic Journal*, 1-34.
- APAN, M., & ÖZTEL, A. (2020). Bütünleşik Entropi-EDAS Yöntemi ile Nakit Akım Odaklı Finansal Performans Analizi: BIST Orman, Kâğıt, Basım Endeksi'nde İşlem Gören Firmaların 2011-2018 Dönem Verisinden Kanıtlar. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 22(1), 170-184.
- ASIAN INSTITUTE OF TOURISM. (2005). Continuing the Legacy: An Ode to the Father of Tourism Education in the Philippines. *Asian Institute of Tourism*: http://ait.upd.edu.ph/index.php?option=com_content&view=article&id=6&Itemid=7 adresinden alındı
- BAKER, M., & WURGLER, J. (2015). Do Strict Capital Requirements Raise the Cost of Capital? Bank Regulation, Capital Structure, and the Low-Risk Anomaly. *The American Economic Review*, 105(5), 315-320.
- BARTON, S. L., HILL, N. C., & SUNDARAM, S. (1989). An Empirical Test of Stakeholder Theory Predictions of Capital Structure. *Financial Management*, 18(1), 36-44.
- BATCHIMEG, B. (2017). Financial Performance Determinants of Organizations: The Case of Mongolian Companies. *Journal Of Competitiveness*, 6(3), 22-33.
- BAYRAKDAROĞLU, A. (2010). Mülkiyet Yapısı ve Finansal Performans: İMKB Örneği. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 2(2), 11-20.
- BAYRAM, E. (2021). Türkiye'deki Katılım Bankalarının CRITIC Temelli EDAS Yöntemiyle Performans Değerlendirmesi. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 13(24), 55-72.
- BOGAN, V. L. (2012). Capital Structure and Sustainability: An Empirical Study of Microfinance Institutions. *The Review of Economics and Statistics*, 94(4), 1045-1058.
- BONTEMPI, M. E. (2002). The Dynamic Specification of the Modified Pecking Order Theory: Its Relevance for Italy. *Empirical Economics*, 27(1), 1-22.
- BOSANGIT, C. A., & MENA, M. (2005). Tourism As A Subject Of Higher Education in The Philippines: Stakeholders' Views And Perspectives. 3rd Global Summit on Peace through Tourism – Education Forum (s. 73-81). Pattaya: Thailand Convention and Exhibition Bureau.
- BRIERLY, P., & BUNN, P. (2005). The Determination of UK Corporate Capital Gearing. *Bank of England Quarterly Bulletin*, 45(3), 356-366.
- BURTON, S. L., & GORDON, P. J. (1988). Corporate Strategy and Capital Structure. *Strategic Management Journal*, 623-632.
- CAN, G. F., & KARGI, Ş. (2019). Sektörlerin İş Sağlığı ve Güvenliği Yönünden Risk Seviyelerinin CRITIC-EDAS Entegrasyonu ile Değerlendirilmesi. *Endüstri Mühendisliği*, 30(1), 15-31.

- CARGILL, T. F. (2005). Is the Bank of Japan's Financial Structure an Obstacle to Policy? IMF Staff Papers, 52(2), 311-334.
- CEYLAN, A. (1998). İşletmelerde Finansal Yönetim. Bursa: Ekin Yayınevi.
- CHIVANDIRE, G., BOTHA, I., & MOUTON, M. (2019). The Impact of Capital Structure on Mobile Telecommunication Operators in Africa. The Journal of Private Equity, 22(4), 96-110.
- CZAPINSKA, K. (2013). The role of debt capital in corporate financing: Overview of selected surveys. e-Finance: Financial Internet Quarterly, 9(3), 11-23.
- ÇAMLIBEL, F. (2021). Banka Sermaye Yapısının Performansa Etkisi: AHP Uygulaması. Bankacılık ve Sigortacılık Araştırmaları Dergisi(15), 44-58.
- ÇOPUROĞLU, F., & KORKMAZ, İ. H. (2018). Vekâlet Teorisi, Sermaye Yapısı ve Firma Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. G. Ü. İslâhiye İİBF Uluslararası E-Dergi, 2(2), 21-33.
- DHARMARAJ, A., & VELMURUGAN. (2014). Determinants Profitability in Indian Automobile Industry – Using Multiple Regression Analysis. International Journal of Innovative Research and Studies, 3(4), 992-1003.
- DIAKOULAKI, D., MAVROTAS, G., & PAPAYANNAKIS, L. (1995). Determining Objective Weights in Multiple Criteria Problems: The Critic Method. Computers & Operational Research, 763-770.
- DOĞAN, M. (2013). Sigorta Firmalarının Sermaye Yapısı ile Karlılık Arasındaki İlişki: Türk Sermaye Piyasası Üzerine Bir İnceleme. Muhasebe ve Finansman Dergisi , 121-136.
- DURAK, İ., & ÇÖMLEKÇİ, İ. (2021). BIST100 Endeksinde Yer Alan Firmaların COVID-19 Öncesi ve COVID-19 Dönemi Finansal Verilerine Göre Sınıflandırılması: Bir Hiyerarşik Kümeleme Analizi Uygulaması. Journal of Yasar University, 16(64), 1657-1681.
- ELMAS, B., & GÖZEL, M. (2020). Sermaye Yapısı ve Firma Performansı İlişkisi: BİST Otomotiv Sektörü Üzerine Ampirik Bir Çalışma. Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 4(4), 219-235.
- FABE, A. P. (2013). The Cost of Terrorism: Bombings by the Abu Sayyaf Group in the Philippines. Philippine Sociological Review, 229-250.
- FRANK, M., & GOYAL, V. (2009). Capital Structure Decisions: Which Factors Are Reliably Important? Financial Management(Spring 2009), 1-37.
- GHORABAE, M. K., AMIRI, M., ZAVADSKAS, E. K., & ANTUCHEVICIENE, J. (2018). A New Hybrid Fuzzy MCDM Approach For Evaluation Of Construction Equipment With Sustainability Considerations. Archives of Civil and Mechanical Engineering(18), 32-49.
- GITHAIGA, P. N., & KABIRU, C. G. (2015). Debt Financing And Financial Performance Of Small And Medium Size Enterprises: Evidence From Kenya. Journal of Economics, Finance and Accounting, 2(3), 473-481.

- GÖK KISA, A. C., & AYÇİN, E. (2019). OECD Ülkelerinin Lojistik Performanslarının SWARA Tabanlı EDAS Yöntemi ile Değerlendirilmesi. Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 301-325.
- GÖRÇÜN, Ö. F., & KÜÇÜKÖNDER, H. (2021). An Integrated Mcdm Approach For Evaluating The Ro-Ro Marine Port Selection Process: a Case Study in Black Sea Region. Australian Journal of Maritime & Ocean Affairs, 13(3), 203-223.
- GUO, X., LIANG, P., & XIE, Z. (2020). Executive Stock Ownership, Dynamic Adjustment of Capital Structure and Corporate Performance. : Journal of Coastal Research, 300-304.
- GÜNGÖR, B., & DİLMAÇ, M. (2020). Finansal Kriz Ortamlarında Sermaye Yapısının Bankaların Finansal Performanslarına Etkileri. Muhasebe ve Finansman Dergisi(85), 153-172.
- HACIEVLİYAGİL, N., ŞİT, A., & TUNA, İ. (2020). Finansal Krizleri de İçeren Dönemlerde Sermaye Yapısının Finansal Performans Üzerine Etkisi: Türk Bankacılık Sektörü Üzerine Bir Uygulama. Tokat G.O.P. Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 139-148.
- İSKENDEROĞLU, Ö., KARADENİZ, E., & ATIOĞLU, E. (2012). Türk Bankacılık Sektöründe Büyüme, Büyüklük ve Sermaye Yapısı Kararlarının Karlılığa Etkisinin Analizi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 7(1), 291-311.
- KABAĞCI, Y. (2008). Sermaye Yapısı ile İşletme Performansı Arasındaki İlişki: Gıda Sektöründe Bir Uygulama. Ege Akademik Bakış, 8(1), 167-182.
- KARAÇAYIR, E., & AFŞAR, A. (2021). Borsa İstanbul'da Sermaye Yapısı Kararları ve Asimetrik Bilginin Etkisi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi(41), 133-154.
- KARADENİZ, E., KANDIR, S. Y., BALCILAR, M., & ÖNAL, Y. B. (2009). Determinants of Capital Structure: Evidence From Turkish Lodging Companies. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 21(5), 594-609.
- KESHAVARZ GHORABAE, M., ZAVADSKAS, E. K., OLFAT, L., & TURSKIS, Z. (2015). Multi-Criteria Inventory Classification Using a New Method of Evaluation Based on Distance From Average Solution (EDAS). Informatica, 26(3), 435-451.
- KHIEU, H., CHEN, M., & PYLES, M. (2014). Large Investments, Financial Constraint and Capital Structure. Quarterly Journal of Finance and Accounting, 71-106.
- KİRACI, K., & BAKIR, M. (2018). CRITIC Temelli EDAS Yöntemi ile Havayolu İşletmelerinde Performans Ölçümü Uygulaması. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi(35), 157-174.
- KOHN, M. (1994). Financial Institutions and Markets. Singapore: McGraw-Hill International Editions.
- LALLY, J., TULLY, J., & SAMANIEGO, R. (2019). Mental Health Services in the Philippines. BJPsych International, 16(3), 62-64.
- LI, S., & WANG, B. (2020). Research on Evaluating Algorithms for the Service Quality of Wireless Sensor Networks Based on Interval-Valued Intuitionistic Fuzzy EDAS and CRITIC Methods. Hindawi Mathematical Problems in Engineering, 2020, 1-12.

- MACKAY, P., & PHILLIPS, G. M. (2005). How Does Industry Affect Firm Financial Structure? *The Review of Financial Studies*, 18(4), 1433-1466.
- MIGLO, A. (2016). *Capital Structure in the Modern World*. İsviçre: Palgrave Macmillan .
- MILLER, M., & MODIGLIANI, F. (1958). The Cost of Capital, Corporation Finance and the Theory of Investment. *American Economic Review*(48), 655-669.
- MISHRA, A. R., RANI, P., & PANDEY, K. (2022). Fermatean Fuzzy CRITIC EDAS Approach For The Selection Of Sustainable Third Party Reverse Logistics Providers Using Improved Generalized Score Function. *Journal of Ambient Intelligence and Humanized Computing*, 13, 295-311.
- MJOS, A. (2007, Ekim). *Corporate Finance: Capital Structure and Hybrid Capital*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Bergen: Norwegian School of Economics and Business Administration.
- MOHAMAD, M. H. (1995). Capital Structure in Large Malaysian Companies. *MIR: Management International Review*, 35, 119-130.
- MYERS, S. C. (1984). The Capital Structure Puzzle. *Journal of Finance*, 39(3), 575-592.
- MYERS, S. C., & MAJLUF, N. S. (1984). Corporate Financing and Investment Decisions When Firms Have Information That Investors Do Not Have. *Journal of Financial Economics*, 13(2), 187-221.
- NAIK, G. M., KISHORE, R., & DEHMOURDI, A. M. (2021). Modeling A Multi-Criteria Decision Support System For Prequalification Assessment Of Construction Contractors Using CRITIC And EDAS Models. *Operational Research in Engineering Sciences: Theory and Applications*, 4(2), 79-101.
- OVERESCH, M., & VOELLER, D. (2010). The Impact of Personal and Corporate Taxation on Capital Structure Choices. *FinanzArchiv / Public Finance Analysis*, 66(3), 263-294.
- ÖNDEŞ, T., & ÖZKAN, T. (2021). Bütünleşik CRITIC-EDAS Yaklaşımıyla COVID-19 Pandemisinin Bilişim Sektörü Üzerindeki Finansal Performans Etkisi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 12(2), 506-522.
- PARK, C., & PINCUS, M. (2001). Internal versus external equity funding sources and earnings response coefficients. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 16(1), 33-52.
- PIKE, R., & NEALE, B. (2009). *Corporate Finance and Investment Decisions and Strategies*. Essex: Pearson Education Limited.
- RAJAN, R. G., & ZINGALES, I. (1995). What Do We Know about Capital Structure? Some Evidence from International Data. *Journal of Finance*, 50(5), 1421-1460.
- RAUH, J. D., & SUFI, A. (2010). Capital Structure and Debt Structure. *The Review of Financial Studies*, 23(12), 4242-4280.
- SANYAL, P. (2011). Economic, Regulatory, and Industry Effects on Capital Structure. H. Baker, & G. Martin içinde, *Capital Structure and Corporate Financing Decisions: Theory, Evidence, and Practice* (s. 211-228). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

- SIBILKOV, V. (2009). Asset Liquidity and Capital Structure. The Journal of Financial and Quantitative Analysis, 44(5), 1173-1196.
- TEMİZ, S. (2021). ASEAN Güneydoğu Asya Ülkeleri Birliği Siyasi Yapısı ve Gelişimi. Ankara: Gazi Kitabevi.
- TURABOĞLU, T. T., YIKILMAZ ERKOL, A., & TOPALOĞLU, E. E. (2017). Finansal Başarısızlık ve Sermaye Yapısı Kararları: BIST 100 Endeksindeki Firmalar Üzerine Bir Uygulama. Business and Economics Research Journal, 8(2), 247-258.
- TÜRKO, M. (1999). Finansal Yönetim. İstanbul: Alfa Yayınevi.
- VAN HORNE, J. (1971). Financial Management and Policy. New Jersey: Prentice-Hall.
- YALÇIN, N., & KARAKAŞ, E. (2019). Kurumsal Sürdürülebilirlik Performans Analizinde CRITIC-EDAS Yaklaşımı. Çukurova Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi, 34(4), 147-161.
- YENER, E., & KARAKUŞ, R. (2012). Sermaye Yapısı ve Firma Değeri İlişkisinin Farklı Aktif Büyüklüklerde Karşılaştırmalı İncelenmesi: İMKB 100 Firmaları Üzerine Bir Uygulama. Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 14(2), 75-98.
- YİĞİT GÖKPINAR, E. (2012). Firmaların Performanslarının Belirlenmesi İçin Kriter Ağırlıklandırılmasında Kullanılan Hedef Programlama Yaklaşımı Ve Uygulanması. Nevşehir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitü Dergisi(2), 110-121.
- YİĞİT, F. (2017). Finansal Krizlerin Şirket Sermaye Yapıları Üzerindeki Etkileri: Türkiye Örneği. Maliye Finans Yazıları, 189-222.
- YILGÖR, A., & YÜCEL, E. (2007). Sermaye Yapısı Kararlarına İlişkin Mersin ve Adana İllerinde Bir Uygulama. Muhasebe ve Finansman Dergisi, 111-124.
- YILMAZ, H. (2022). Dinamik Sermaye Yapısı Belirleyicileri ve Optimal Kaldıraç Oranı Uyarlama Hızı: Türkiye’de Finans Şirketleri Üzerine Bir Çalışma. İstanbul İktisat Dergisi, 72, 1-19.
- YÜCEL, S., & DURAK, İ. (2021). COVID-19’un BIST İmalat Sektörü Firmalarına Olan Finansal Etkilerinin Finansal Oranlar ve İstatistiksel Tekniklerle İncelenmesi. Muhasebe ve Finansman Dergisi(90), 101-126.

Verilerin Elde Edildiği Web Siteleri

- https://www.waterfronthotels.com.ph/investor_relations/
- <https://www.boulevardholdings.com/investorRelation.do?catID=18346>
- <http://www.discovery.com.ph/investor-relations.html>
- <https://www.grandplazahotelcorp.com/share-information/>
- https://www.waterfronthotels.com.ph/investor_relations/
- <https://www.sec.gov.ph/ao-2007/philippine-stock-exchange-inc/>

Türkiye’de Turizmin Ekonomik Büyüme Etkisi¹

(Araştırma Makalesi)

The Effect of Tourism on Economic Growth in Turkey

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1109218

Hüseyin YILMAZ

Dr. Öğr. Üyesi, Siirt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

huseyinyilmaz@siirt.edu.tr

Orcid No: 0000-0002-3734-4718

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Yılmaz, H. (2023). Türkiye’de Turizmin Ekonomik Büyüme Etkisi. *Alanya Akademik Bakış*, 7(1), Sayfa No.257-276.

ÖZET

Anahtar kelimeler:
Ekonomik Büyüme,
Turizm, Bootstrap
Toda-Yamamoto
Nedensellik Analizi

Makale Geliş Tarihi:
26.04.2022
Kabul Tarihi:
23.11.2022

Tüm toplumların temel hedefi, ekonomik büyümeyi sağlayarak daha müreffeh bir yaşam sürmektir. Son 60 yıl içerisinde en hızlı gelişim gösteren sektörlerin başında gelen, neredeyse her yıl kesintisiz büyüme devam eden, makroekonomik verilerde önemli bir paya sahip olan turizm sektörü, gelişmiş ülkelerde ekonomik büyümenin sürdürülebilir hale gelmesinde önemli bir rol oynamakta iken gelişmekte olan ülkelerde ise büyümenin itici gücü olarak görülmektedir. Bu çalışmanın amacı da Türkiye özelinde turizmin, ekonomik büyüme etkisini ampirik olarak ortaya koymaktır. Çalışma, Türkiye'nin dışa açılma dönemi olarak bilinen 1980 yılından başlamış olup 2021 yılına kadar elde edilen yıllık verileri kapsamaktadır. Çalışmada iki ayrı model kurulmuş olup büyümenin göstergesi olarak reel GSYİH ve reel kişi başı GSYİH, turizmin göstergesi olarak turist sayısı ve turizm gelirleri ele alınmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkinin yönünü belirlemek için Bootstrap Toda-Yamamoto Nedensellik Analizi kullanılmıştır. Ampirik sonuçlar turist gelirleri ve büyüme arasında nedensellik ilişkisi olmadığını gösterirken, turist sayısından hem GSYİH hem de kişi başı gelire doğru tek yönlü nedensellik olduğunu ortaya koymuştur. Elde edilen bulgular, turist sayısının büyüme katkı sağladığını ortaya koyarken kişi başı turizm harcamasının sabit kalmasından dolayı turizm gelirlerinin ekonomiye yeterli katkı sağlamadığını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda Türkiye'nin sadece turist sayısına değil turizm gelirlerini de arttırmaya yönelik politikalara ağırlık vermesi gerekliliğini ortaya koymuştur.

Keywords:

Economic Growth,
Tourism, Bootstrap
Toda-Yamamoto
Causality Analysis

ABSTRACT

The purpose of all societies is to lead a more prosperous life through providing economic growth. Tourism sector, one of the fastest growing sectors in the last 60 years, keeping growing almost every year and having an important share in macroeconomic data, plays an important role in making growth sustainable in developed countries while it is regarded as the driving force of economic growth in developing countries. This study intends to empirically reveal the effect of tourism on economic growth and development in Turkey. The study started with the studies in 1980, known as the period of Turkey's overseas expansion, and ended with those in 2021. In the study, two

¹ Bu çalışma 12-14 Kasım 2021 tarihinde düzenlenen 3. Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Kongresi'nde özet bildirisi olarak sunulmuştur.

different models were established and real GDP as an indicator of growth, real GDP per capita as an indicator of development, number of tourists and tourism revenues as an indicator of tourism were discussed. Bootstrap Toda-Yamamoto Causality Analysis was used to determine the direction of the relationship between the variables. While the empirical results show that there is no causal relationship between the number of tourists and growth, it is demonstrated that there is unidirectional causality from number of tourists to both GDP and GDP per capita. The findings reveal that while the number of tourists contributes to growth, tourism revenues cannot provide sufficient contribution to the economy due to the fact that the tourism expenditure per capita remains constant. In this context, Turkey should focus on policies aimed at increasing tourism revenues rather than just the number of tourists.

1. GİRİŞ

Tüm toplumların temel hedefi ekonomik büyümeyi sağlayarak daha müreffeh bir yaşam sürmektir. Bu amaca ulaşmak için sahip olunan fiziki, beşeri ve sosyal sermayeyi arttırmaya yönelik politikalar uygulanmasının yanı sıra doğal kaynaklar, işgücü gibi kaynakları da daha verimli ve etkin kullanmaya yönelik politikalar geliştirilmektedir. Bu politikalar dönemin şartlarına, sosyo-kültürel yapıya, politik ortama, coğrafi koşullara göre değişiklik gösterebilmektedir. 20.yy.dan itibaren hızla gelişen teknoloji, küreselleşen dünyamızı küçük bir köy haline getirmiştir. Bu gelişim ulaşım ve iletişimde sınırları ortadan kaldırarak “Turizm” sektörünün ekonomik büyümede önemli bir değişken olarak ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Dünya ekonomisinin 2019 yılı itibari ile %10,4’ünü oluşturan (9.170 trilyon dolar), 334 milyon kişiye istihdam sağlayarak her 10 kişiden birinin çalıştığı sektör haline gelen, her 4 yeni işkolundan 1’ini ortaya çıkaran, 1,7 trilyon dolar ihracat rakamı ile dünya ihracat gelirlerinin %7,43’üne sahip ve her yıl 1.466 milyar kişinin katıldığı turizm sektörü ulaşım, gıdaya hediyeleşim eşyadan konaklamaya kadar birçok sektörü doğrudan ve dolaylı etkilemektedir (UNWTO, 2021: 2). Tüm dünyayı etkisi alan pandemilerin olumsuz etkilerini en fazla yaşayan sektörlerden birisi turizm olmuştur. Bu durum verilere de yansımış ve Dünya ekonomisindeki payı %49,1 düşüş ile %5,5’e, istihdam edilen kişi sayısı %18,5 düşüş ile 272 milyona, turist sayısı %72,6 düşüş ile 403 milyona gerilemiştir (UNWTO, 2022: 4).

Türkiye’nin 1980 yılında yaşadığı ekonomik değişimle beraber dış ticaret serbestleşmiş, yabancı sermaye yatırımları teşvik edilmiş ve devletin ekonomideki payını azaltmaya yönelik önlemler alınmıştır. Ayrıca 1982 yılında çıkarılan 2634 sayılı “Turizm Teşvik Kanunu” ile beraber Türkiye’de turizm gelirlerini arttırıcı politikalara ağırlık verilmeye başlanmıştır. Böylelikle Türkiye’de turizm, 2019 yılı verilerine göre yarattığı 77,6 milyar dolar katma değer ile Türkiye ekonomisinin %11’ini oluşturmakta, 2.619,9 milyon kişiye istihdam sağlayarak toplam istihdamın %9,3’ünü kapsamakta, toplam ihracatının %16,9’unu gerçekleştirmekle beraber 51,2 milyon turist sayısı ile en fazla turist çeken 6.ülke ve turizminden en fazla gelir sağlayan 18.ülke konumuna ulaşmıştır (WWTC, 2021a: 2-5). Tüm dünyayı etkisi altına alan Pandemi Türkiye turizmini de olumsuz etkilemiştir. Turizmin Türkiye ekonomisindeki payı %54,2 düşüşle %5’e, istihdam edilen kişi sayısı %16,3 düşüşle 2,189 milyona, ziyaretçi sayısı %69 düşüşle 15,8 milyona gerilemiştir (WWTC, 2022: 4).

Söz konusu sayısal veriler turizm sektörünün önemini ortaya koyarken turizm işgücünde çarpan etkisi yaratması, işsizliği düşürmesi, döviz girişi sağlaması, cari açığı azaltması, ödemeler dengesini ve gelir dağılımını düzeltmesi gibi yollarla ekonomiye, doğrudan ve dolaylı katkı sağlamaktadır. Bu durum turizmin, gelişmiş ülkelerde büyümenin sürdürülebilir hale

gelmesinde önemli bir faktör olduğunu ortaya koyarken gelişmekte olan ülkelerde ise büyümenin itici gücü olarak görülmesini sağlamıştır.

Bu çalışmanın amacı hem Dünya hem de Türkiye ekonomisi için önemli bir faktör olan turizmin ekonomik büyümeye katkısını, Türkiye özelinde ampirik olarak ortaya koymaktır. Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde turizmin teorik altyapısına değinildikten sonra turizmin ekonomiye katkısı ve Türkiye’de turizmin gelişimi ele alınacaktır. İkinci bölümde turizm ve ekonomik büyüme ilişkisini inceleyen çalışmalar ele alınarak değişkenler, kullanılan model ve elde edilen sonuçlar hem Türkiye özelinde hem de diğer ülke/ülke grupları ele alınarak incelenecektir. Ampirik analizin yer aldığı üçüncü bölümde veri seti ve model ortaya konup, elde edilen bulgulara yer verilecektir. Çalışma bulguların değerlendirildiği ve çeşitli önerilerin sunulduğu sonuç bölümü ile sona erecektir.

2. TURİZM VE EKONOMİ

Belirli bir dönem içerisinde (genellikle 1 yıl) üretilen mal ve hizmetlerin nihai değeri olarak tanımlayabileceğimiz milli gelir, ülkelerin ekonomik büyüklüklerini ifade etmek için kullanılan yaygın yöntemlerin başında gelmektedir. Milli gelir $Y=C+I+G+(X-M)$ şeklinde formüle edilebilir. Formülde Y tüketim harcamalarını, C yatırım harcamalarını, G kamu harcamalarını, X ihracatı, M ise ithalatı göstermektedir. Diğer bütün değişkenlerin sabit olduğunu varsayarsak, ihracatın ithalattan fazla olması milli gelire pozitif etki ederken ithalatın ihracattan fazla olması milli geliri negatif yönde etkilemektedir.

Turizm, ödemeler bilançosunun cari işlemler hesabının alt başlığında yer alan uluslararası hizmetler kısmında yer almaktadır (Yamak vd., 2012: 205). Bu durum turizm gelirleri veya giderlerini, mal ihracatı veya ithalatı biçiminde değerlendirilmesini sağlar. Turizm giderlerinin, turizm gelirlerinden az olması cari işlemler hesabına negatif etki yaparak milli gelirden azalış meydana getirirken turizm gelirlerinin turizm giderlerinden fazla olması, ihracat artışına katkı sağlayarak özellikle “ihracat odaklı büyüme” stratejisine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Bunun yanı sıra cari işlemler dengesinde yer alması sürdürülebilir büyüme açısından çok önemli bir konuma sahip olmasını sağlamıştır.

Dünyada kimyasal madde ve akaryakıt ticaretinden sonra en fazla ihracat değerine sahip olan turizm sektörü (UNWTO, 2018: 6), Dünya Turizm Örgütü’nün 2015 yılında yayımladığı rapora göre yaşanan küresel şoklara rağmen neredeyse her yıl kesintisiz olarak büyümeye devam etmekte (UNWTO, 2015: 4) ve son 60 yıl içerisinde en hızlı gelişim gösteren sektörlerin başında gelmektedir (Liu ve Song, 2018: 899).

Teknolojik gelişim, turizm sektörünün gelişiminde kuşkusuz en büyük paya sahiptir. Geçmişe nazaran daha hızlı, konforlu ve güvenli ulaşım araçları ile mesafelerin ortadan kalkması; turizm bölgesine ait tüm planlamaların -araya aracı koymadan- yapılmasını sağlayan internet teknolojisi; kişinin bütçesine uygun turizm aktivitesi ve bölgesini bulmasını sağlayan teknolojiler ile turizm sektörü hızla büyümeye devam etmektedir. Yaşanan büyüme havayolu, karayolu, demiryolu ve denizyolu taşımacılığının sefer sayısının artmasına, turizmin aktivitelerin çeşitlenmesine ve yeni turizm sektörlerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Fakat her ülke, turizm sektörünün yarattığı katma değerden eşit oranda yararlanamamaktadır. Sahip olunan doğal kaynaklar turizmin gelişmesini sağlamaya yardımcı olsa da bu kaynaklar altyapı, üstyapı, pazarlama ve çağın gereksinimlerine ayak uyduracak şekilde geliştirilmesi gerekir. Ayrıca ülkenin sosyal, siyasi ve ekonomik ortamı da turizme elverişli olması gerekmektedir.

Turizm sektörü hem makroekonomik hem de mikroekonomik değişkenleri etkileyerek, ekonomiyi doğrudan ve/veya dolaylı etkileyebilmektedir. Özellikle yarattığı çarpan etkisi,

elde edilen katma değeri arttırmaktadır. Bu bağlamda turizm sektörünün ekonomiye katkısını kısaca aşağıdaki başlıklar altında açıklanabilir.

İhracatı arttırması: Turizm sektörü, cari işlemler hesabının alt başlığında yer alan uluslararası hizmetler kısmında yer almaktadır. İlgili durum sonucunda, turizm harcamaları ithalat veya ihracat kalemi olarak değerlendirilmektedir. Teorik olarak ihracat yurtdışına yapılan mal ve hizmet satımını kapsarken, turizm sektöründe yurtiçinde yapılan harcamaları kapsamaktadır. Dolayısı ile turistlerin yapacağı her harcama ihracat miktarının artmasına katkı sağlamaktadır. Diğer tüm değişkenlerin sabit olduğunu varsayarsak bir ülkede ihracatın artması o ülkenin ekonomik büyümesine katkı sağlamaktadır.

Ödemeler dengesini düzenlemesi: Turistlerin harcama yaparak bıraktıkları dövizler, ülkenin döviz arz ve talebinin düzenlenmesine yardımcı olarak ödemeler dengesinin düzenlenmesinde ciddi bir paya sahiptir (Bozgeyik ve Yoloğlu, 2015: 628). Turizm hareketleri, turist gönderen ülkenin döviz talebini arttırırken turist çeken ülkenin döviz arzında artış sağlamaktadır. Ülkenin turist çekmesi, ek bir ihracat kaynağı yaratarak, ödemeler dengesinde açık veren ülkenin ödemeler dengesinin düzenlenmesine yardımcı olmaktadır (Kar, Zorkirişçi ve Yıldırım, 2004: 89). Sağlanan döviz girişi sanayileşme çabalarına da önemli destek sağlamaktadır. Öte yandan turizm sayesinde, ihtiyaç duyulan döviz daha az kaynak ve çaba ile bulunarak ödemeler dengesine pozitif etki etmektedir (Brida ve Rizzo, 2010: 16).

İstihdam ve işgücüne etkisi; Turizm sektörünü yaklaşık 334 milyon kişi ile dünya işgücünün %10'unun oluşturmakta iken bu oran Türkiye'de %9,3'tür (TUİK, 2021). Ayrıca çeşitlenen turizm sektörü yeni işkolları oluşturarak hem istihdamın artmasına hem de işsizliğin azalmasına katkı sağlamaktadır. İstihdam ve işgücüne katkısı, direkt olarak turizm sektöründe çalışanlar olarak düşünülmemelidir. Hediyeelik eşya, konaklama, yeme içme, inşaat, el sanatları gibi sektörlere yaptığı dolaylı katkılarda göz önünde bulundurulduğunda istihdama ve işsizliğe katkısı daha net olarak görülebilir.

Gelire etkisi: Turizm, ihracat kalemi içinde yer aldığından dolayı gelişmekte olan ülkelerde geliri arttırıcı etkisi vardır (Unur, 2000: 2). Bu etki sadece sektörde çalışanlarının değil aynı zamanda, dolaylı katkı yaptığı sektör çalışanlarının da gelir düzeyini arttırmaktadır. Tüm bunlarının yanı sıra yarattığı çarpan etkisi sayesinde, görüründen çok daha fazla gelir etkisine sahip olduğu söylenebilir,

Gelir dağılımını düzenlemesi: Turizmin yarattığı dengeleyici ve eşitlik fonksiyonu hem ülkeler arasındaki gelir dağılımını (Unur, 2000: 6) hem de ülke içindeki farklı bölgelerin gelir dağılımının düzenlenmesine yardımcı olmaktadır (Kızılgöl ve Erbaykal, 2008: 354). Turizm tarım ve sanayi alanında gelişim sağlamayan fakat turizm açısından önemli bir potansiyele sahip bölgelerin, gelişimine katkı sağlayarak bölgelerarası gelişmişlik farklarının azalmasına yardımcı olmaktadır. Böylelikle gelirin artmasına ve bölgesel kalkınmanın sağlanmasına olanak sağlamaktadır (Çeken, 2008: 294).

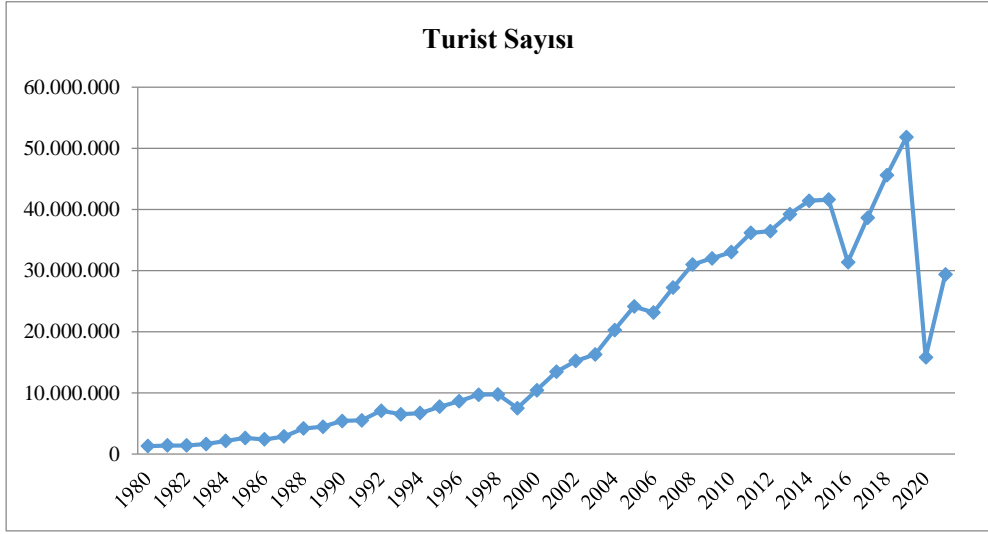
Ekonomiye sağladığı tüm bu pozitif etkilerinin yanında turizmin konaklama, ticaret, yeme içme, hediyeelik eşya, bankacılık, sağlık sektörüne doğrudan veya dolaylı katkı sağladığı, inşaat sektörünün arz kapasitesinin arttırılmasına ve geliştirilmesine olanak sağladığı, küçük ölçekli işletmelerin gelişmesine katkıda bulunduğu, kıt kaynakların daha etkin verimli kullanılmasına yardımcı olduğu, rekabeti arttırarak üretim ölçeğini arttırdığı, çevreye zarar vermeden ihracatı arttırdığı ve sanayileşme çabalarına önemli destek sağladığı söylenebilir.

Turizm sektörü gerek ülke içinde gerekse ülke dışında yaşanan siyasi ve ekonomik şoklara karşı kırılgan bir yapıya sahiptir. Bu yüzden turizm sektörünün çeşitlendirilmesi hem gelirlerin

artmasına hem de yaşanabilecek şoklara karşı daha dayanıklı hale gelmesine olanak sağlayabilmektedir.

3. TÜRKİYE’DE TURİZM

Türkiye’nin 1980 yılında yaşadığı ekonomik değişimle beraber dış ticaret serbestleşmiş, yabancı sermaye yatırımları teşvik edilmiş ve devletin ekonomideki payını azaltmaya yönelik önlemler alınmıştır. Ayrıca 1982 yılında çıkarılan 2634 sayılı “Turizm Teşvik Kanunu” ile beraber Türkiye’de turizm gelirlerinin arttırıcı politikalara ağırlık verilmeye başlanmıştır (Yamak, Tanrıöver ve Güneysu, 2012: 206). Bu politikaların etkilerini görmek için turist sayısı, turizm gelirleri ve kişi başı turizm harcamalarının 1980’den günümüze kadar gelişimi bu bölümde incelenecek olup aynı dönemler içerisinde dünyada turizmin gelişimine de yer verilecektir. Şekil 1, Türkiye’ye 1980-2021 yılları arasında gelen turist sayısını göstermektedir.



Şekil 1. Turist Sayısı

Kaynak: 1980-2000 verileri TÜİK, İstatistik Göstergeler 1923-2009: s.396-400'dan - 2001-2021 verileri TÜİK, Turizm İstatistiklerinden elde edilmiştir.

Türkiye, 1980 itibaren turizm sektörüne verdiği teşviklerin yanı sıra teknolojik gelişimin etkisi ile turist sayısında, kriz dönemleri hariç sürekli bir artış yaşamıştır. 1980 yılında 1.288.000 turist geldiği Türkiye’de, bu sayı 2019 yılında yaklaşık 40 kat artarak 51.860.042 çıkmıştır. Pandemi etkisi ile ziyaretçi sayısı 2020 yılında %69 düşüş yaşayarak 15.826.266 gerilemiş, 2021 yılında ise %85 artarak 29.357.463 yükselmiştir.

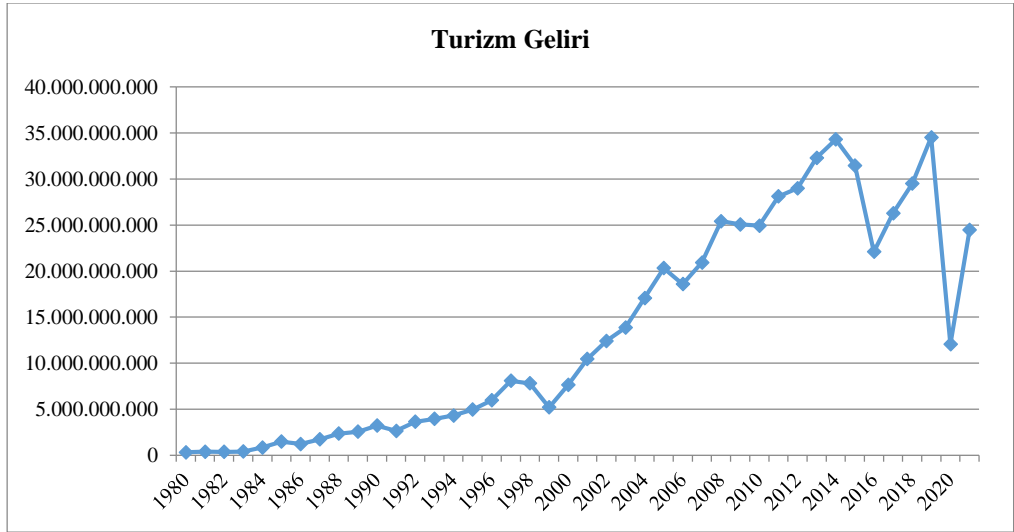
Türkiye Pandemi süreci dışında 1999 meydana gelen Gölçük depremi nedeni ile turist sayısında %23 düşüş yaşamıştır. Ayrıca Rusya Federasyonunun tur satışları ve charter uçuşlarını yasaklayan yaptırımları, 15 Temmuz darbe girişimi, Sultan Ahmet Meydanı ve Atatürk Hava Limanı’nda meydana gelen terör eylemleri, Avrupa Parlamentosu ile yapılan restleşmeler Türkiye’nin 2015 yılında 41.617.530 olan turist sayısının yaklaşık %30 düşüşle 31.365.330’a gerilemesine neden olmuştur (Köşker, 2016: 217-218).

Dünyada 2019 yılında 1,466 milyar turist sayısı 2020 yılında 398 milyona 2021 yılına 403 milyona düşmüştür. Sonuçlar incelendiğinde dünyada turizm aktivitesine katılan turistlerin

2019 yılında %3,5, 2020 yılında ise %4'ü Türkiye'yi tercih etmiştir. (UNWTO, 2021: 6; UNWTO, 2022: 4).

Dünyada en fazla turist çeken ülke Fransa iken onu İspanya, Amerika, Çin ve İtalya takip etmektedir, Türkiye ise dünyada en fazla turist çeken 6. ülke konumunda olup sıralama Pandemi sonrasında da aynı şekilde devam etmektedir. Türkiye gelen yolcuların %12'sini Rusya, %8'ini Almanya, %5'ini İran, %5'ini Bulgaristan %4'ünü Gürcistan oluştururken %65'ini diğer ülkelerden gelen turistler oluşturmaktadır. Pandemi sonrası ise %7'sini Rusya, %7'sini Bulgaristan, %7'sini Ukrayna, %4'ünü Almanya %4'ünü İngiltere oluştururken %61'ini diğer ülkelerden gelen turistler oluşturmaktadır (WWTC, 2021c: 1).

Türkiye vatandaşların 2019 yılında yaptığı turistik amaçlı ziyaretlerin %13'ü Yunanistan'a, %10'u Bulgaristan'a, %8'i Gürcistan'a, %7'si İran'a, %5'i Suudi Arabistan'a yapılmaktadır. 2020'de %14'ünü Bulgaristan, %9'unu Yunanistan, %9'unu Gürcistan, %9'unu İran, %5'ini Suudi Arabistan %54 diğer ülkeler oluşturmaktadır (WWTC, 2021c: 2).



Şekil 2. Turizm Gelirleri

Kaynak: 1980-2000 verileri TÜİK, İstatistiki Göstergeler 1923-2009: s.396-400'dan - 2001-2021 verileri TÜİK, Turizm İstatistiklerinden elde edilmiştir.

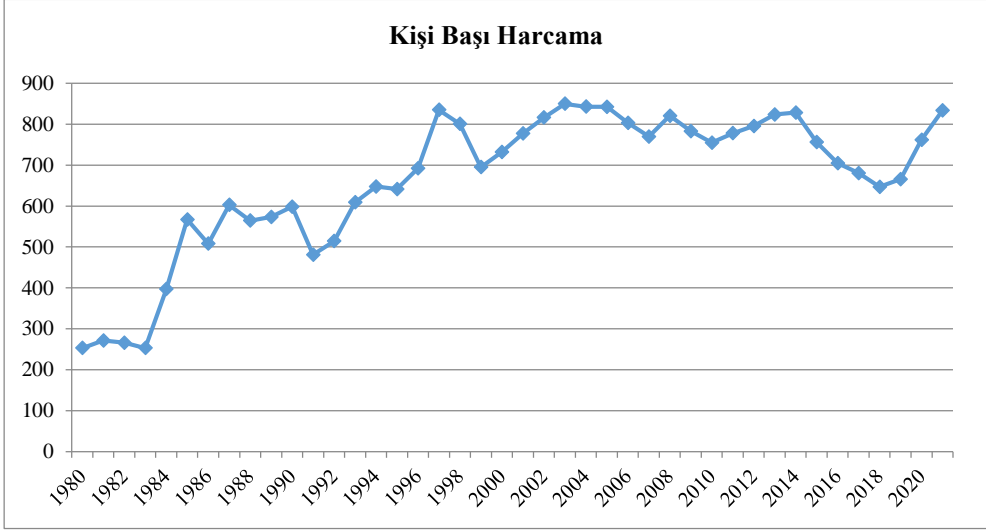
Türkiye turist sayısında olduğu gibi turizm gelirleri de belli şoklara rağmen düzenli olarak artış gösterdiği Şekil 2'de görülmektedir. 1980 yılında 326 milyon dolar olan turizm gelirleri 2019 yılında 105 kat artış sağlayarak 34,520 milyar dolara yükselmiştir. Pandemi etkisi ile turizm gelirleri 2020 yılında %65 düşüş yaşayarak 12,059 milyar dolara gerilemiş, 2021 yılında ise %103 artış göstererek 24,480 milyar dolara yükselmiştir.

Turist sayısında yaşanan azalış turizm gelirlerine de yansımış ve Pandemi dönemi hariç 1999 ile 2016 yıllarında düşüş yaşanmıştır. 1998 yılında 7,808 milyar dolar olan turizm gelirleri, 1999 yılında %34 düşüş yaşayarak 5,203 milyar dolara gerilemiştir. 2015 yılında ise 31,467 milyar dolar olan turizm gelirleri, 2016 yılında %29 azalarak 22,107 milyar dolara gerilemiştir.

Türkiye en fazla turist çeken ülkeler sıralamasında 6.sırada olsa da elde edilen turizm gelirleri bakımından 18. sırada yer almaktadır. Dünyada en fazla turizm geliri elde eden Amerika'nın, turizm gelirlinin ekonomi içindeki payı %8,6, 2.sıradaki Çin'in %11,6, 3.sıradaki Japonya'nın

%7,1'dir. En fazla turizm geliri elde eden ilk 20 ülke incelediğinde 9. sırada yer alan Meksika'da turizm gelirleri ekonomisinin %15'ini, 12. sıradaki İspanya'da %14,1'i, 5. sıradaki İtalya'da %13,1'ini oluşturmaktadır. Türkiye'de ise turizm gelirleri, ekonominin %11'ini oluşturarak 5.sırada yer almaktadır (WTTC, 2021b: 2).

Türkiye'de Pandemi öncesi turizmin ekonomiye %11 oranında katkı sağlarken Pandemi sonrası bu oran %54,2 azalışla %5'e düşmüştür. Dünya ekonomisinin %10,4'ünü oluşturan turizm sektörü Pandemi döneminde %49,1 azalışla %5,5'e düşmüştür (WWTC, 2021a: 1). Turizm gelirlerindeki azalış işgücü sektörünü de etkilemiş ve Türkiye'de istihdam %16,3 düşüşle 2,189 milyona gerilemiştir (WWTC, 2021c: 1).



Şekil 3. Kişi Başı Turizm Harcaması

Kaynak: Şekil 1 ve Şekil 2'den elde edilen verilerden uyarlanarak hesaplanmıştır.

Türkiye turist sayısının ve turizm gelirlerinin belli şoklara rağmen düzenli olarak arttığı Şekil 1 ve Şekil 2'de görülmektedir. Fakat Şekil 3 incelendiğinde, kişi başı turist harcamasının dalgalı bir seyir izlediği gözlemlenebilir. 1980 yılına 253 dolar olan kişi başı harcama 2019 yılında sadece 2,62 kat artarak 665 dolara çıkmıştır. Turist sayısı ve turizm gelirlerinden farklı olarak Pandemi süresince kişi başı harcamada artış yaşanmıştır. Türkiye'de kişi başı turist harcaması 2003 yılında 850 dolar ile en yüksek değerine ulaşırken günümüzdeki harcama 1996 yılında elde edilen 665 dolarlık harcamaya eşittir. Türkiye'de 2015 yılından sonra dövizin yükselişe geçmesi ve turizm aktivitelerinin çeşitlendirilememesi bu duruma yol açan etkenlerin başında yer almaktadır.

4. LİTERATÜR TARAMASI

Turizme ait istatistikî ölçümler 1920 yılında başlamış olsa da büyümeye etkisini inceleyen çalışmaların 20.yy'ın ikinci yarısından itibaren artışa geçtiği söylenebilir. İlgili çalışmalar incelendiğinde turizm değişkeni olarak turizm gelirleri ve turist sayısının ele alındığı görülürken büyüme değişkeni olarak kişi başı GSYİH veya GSYİH ele alınmaktadır. Ayrıca düzenleyici değişken olarak reel döviz kuruda çalışmalarda sıkça kullanılmaktadır. Bu çalışmalar tek bir bölge veya ülkeyi kapsayabildiği gibi birden çok ülke veya ülke grubu üzerine de yapılmaktadır. Turizm ve ekonomik büyüme üzerine yapılan çalışmaların inceleneceği bu

bölümde, hem Türkiye üzerini yapılan çalışmalar hem de diğer ülke ve ülke grupları üzerine yapılan çalışmalar incelenecektir. İlgili çalışmalarda ele alınan dönem, kullanılan değişkenler, ampirik sonuçlara ulaşmak için ele alınan yöntem ve sonuç Tablo 1’ ve Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 1. Türkiye Üzerine Yapılan Çalışmalar

<i>Yazar (lar)</i>	<i>Dönem-Değişken</i>	<i>Yöntem</i>	<i>Sonuç</i>
Uysal, Erdoğan ve Mucuk (2004)	1992-2003 Turizm Gelirleri, GSYİH	Granger Nedensellik	Turizm gelirleri ve büyüme arasında çift yönlü nedensellik bulunmaktadır. Ayrıca turizm gelirleri büyümeyi uzun dönemde pozitif yönde etkilemektedir.
Özdemir ve Öksüzler (2006)	1963-2003 Turizm Gelirleri, GSYİH, Reel Döviz Kuru	VECM, Johansen Eşbütünleşme	Kısa ve uzun dönem sonuçlarına göre turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik bulunmuştur.
Kızılgöl ve Erbaykal (2008)	1992:01- 2006:02 Turizm Gelirleri, GSYİH	Toda- Yamamoto Nedensellik	Ekonomik büyümeden turizm gelirlerine doğru tek yönlü bir nedensellik vardır.
Aslan (2008)	1992:1-2007:2 Turizm Gelirleri, GSYİH, Reel Döviz Kuru	Johansen Eşbütünleşme, Granger Nedensellik	Turizm gelirleri ekonomik büyümeyi desteklemektedir.
Alp (2010)	1998:01- 2009:12 Turizm gelirleri, Turizm Talebi, Büyüme, Döviz Kuru	T-VAR	Turizm gelirlerinde %30'luk artış sağlandığı takdirde, turizm gelirleri ve büyüme arasında uzun dönemde pozitif ilişki kurulmaktadır.
Çoban ve Özcan (2013)	1963-2010 Turizm Gelirleri, GSYİH	VECM, Johansen Eşbütünleşme	Turizm gelirleri ve büyüme arasında kısa dönemli bir ilişki bulunamazken uzun dönemde turizmden büyümeye doğru tek yönlü nedensellik bulunmuştur.
Bozkurt ve Topçuoğlu (2013)	1970-2011 Turizm Gelirleri, GSYİH, Reel Döviz Kuru	VECM, Engle Granger Eşbütünleşme	Kısa ve uzun dönemde, turizm gelirlerinin ihracat gelirleri içindeki payı ile büyüme arasında çift yönlü nedenselliğin varlığı ortaya koyulmuştur.
Özcan (2015)	1963-2010 Turizm Gelirleri, GSYİH	Hatemi-J Asimetrik Nedensellik	Simetrik nedensellik sonuçları turizm gelirlerinden büyümeye doğru tek yönlü nedensellik olduğunu ortaya koyarken asimetrik nedensellik analizi bu bulguları doğrulamıştır.
Kanca (2015)	1980-2013 Turizm Gelirleri, GSYİH	Granger Nedensellik	Ekonomik büyümeden turizm gelirlerine doğru tek yönü bir nedensellik olduğu görülürken turizm gelirlerinin ekonomik büyümeyi pozitif etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.
Kızılkaya, Sofuoğlu ve Karaçor (2016)	1980-2014 Turizm Gelirleri, Gelen Turist Sayısı, GSYİH	VAR, VECM Granger	Turizm gelirlerinin büyümeyi pozitif etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.
Şahin (2018)	1980-2016 Turizm Gelirleri, GSYİH	VAR, VECM Granger	Kısa ve uzun dönemde turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik vardır.

Dereli ve Akiş (2019)	1970-2016 Turizm Gelirleri, GSYİH	Johansen Eşbütünleşme, VECM Granger	Turizm gelirleri ve büyüme arasında kısa dönem ilişki bulunamamıştır. Fakat uzun dönemde turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik saptanmıştır.
Altınar (2019)	1969-2018 Turizm Gelirleri, GSYİH, Enflasyon, Nüfus, Reel Döviz Kuru	ARDL	Turizm gelirlerinin uzun dönemde ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilediği görülmüştür. Kısa dönem sonuçları da uzun dönemle benzerlik göstermektedir.
Pata (2020)	1963-2017 Turist Sayısı, Turizm, GSYİH	Bootstrap ARDL Hacker- Hatemi-J Simetrik ve Asimetrik Nedensellik	Seriler arasında eş bütünleşik ilişkiye rastlanmamıştır. Turizm gelirlerinden hizmet sektörüne doğru tek yönlü bir nedenselliğin varlığı simetrik nedensellik sonuçlarını göre vardır. Turizm gelirlerinden hizmet sektörüne doğru tek yönlü, turist sayısı ile tarım sektörü arasında çift yönlü nedensellik asimetrik nedensellik testi sonucunda görülmüştür
Demir ve Bahar (2021)	2003:1- 2018:4 Turizm Gelirleri, GSYİH, Reel Efektif Döviz Kuru	Engle-Granger Eşbütünleşme	Turizm gelirleri kısa ve uzun dönemde ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilemektedir.
Sarı ve Aydın (2022)	1998:1- 2021:3 GSYİH, Dolar Kuru, Turist Sayısı	ARDL Toda- Yamamoto Nedensellik	Seriler arasında eşbütünleşik ilişki mevcuttur. Turist sayısındaki %1'lik artışın büyümeyi %0.41'lik arttırırken, döviz kurundaki %1'lik artış büyümeyi %0.25 arttırmaktadır. Turizmde büyümeye tek yönlü, döviz kuru ve büyüme arasında çift yönlü nedensellik saptanmıştır.
Özkurt ve Bilgir (2022)	1980-2020 GSYİH, Turizm Gelirleri	ARDL	Turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemde istatistiksel olarak anlamlı eşbütünleşik ilişki vardır. Hata düzeltme modeli değişkenlerin kısa ve uzun dönemde entegre olduğunu göstermiştir.

Tablo 2. Diğer Ülke/Ülke Grupları Üzerine Yapılan Çalışmalar

<i>Yazar (lar)</i>	<i>Dönem/ Ülke Değişken</i>	<i>Yöntem</i>	<i>Sonuç</i>
Fayissa, Nsiyah ve Tadasse (2007)	1995-2004 42 Afrika ülkesi Ekonomik Özgürlükler, Okullaşma Oranı, Büyüme, Turizm Gelirleri	Arellano-Bond Dinamik Panel Analizi	Turizm gelirleri büyümeyi pozitif yönde etkilerken Sahra Altı Afrika ülkelerinin fiziksel ve beşeri sermaye yatırımlarına katkı sağlamaktadır.
Bahar ve Bozkurt (2010)	1998-2005 Gelişmekte Olan 21 Ülke GSYİH, Turizm Gelirleri, Tasarımlar	GMM	Turizm ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemli ilişki tespit edilmiştir. Turizm gelirlerinde %1'lik artış ekonomik büyümeyi %2,825 arttırmaktadır

Schubert, Brida ve Riso (2011)	1970-2008 Antigua ve Barbuda GSYİH, Turizm Gelirleri, Döviz Kuru	S-VAR	Turizm gelirleri ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilemektedir.
Srinivasan, Kumar ve Ganesh (2012)	1969-2009 Sri Lanka GSYİH, Turizm Gelirleri	ARDL	Turizm gelirleri hem kısa hem de uzun dönemde ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilemektedir.
Tiwari, Öztürk ve Aruna (2013)	1995-2005 25OECD Ülkesi Turizm Gelirleri, Enerji Tüketimi, İklim Değişikliği	P-VAR	Enerji tüketiminden turizm gelirlerine doğru tek yönlü nedenselliğin varlığını ortaya koymuştur.
Du, Lew ve Ng, (2014)	1995-2011 Seçili 109 ülke GSYİH, Turist Sayısı, Okullaşma Oranı, Ar-Ge Harcamaları	OLS	Ampirik sonuçlar, turizme yapılan yatırımların tek başına büyümeyi etkilemediğini ortaya koymuştur.
Jaforullah (2015)	1972-2012 Yeni Zelenda GSYİH, Turizm Gelirleri, Döviz Kuru	VECM	Turizm gelirlerinde meydana gelen %1'lik artış, ekonomik büyümeyi %0,4 arttırmaktadır.
Tang, Tiwari ve Shahbaz (2016)	1971-2012 Hindistan Kişi Başı GSYİH, Enerji Tüketimi, Turist Sayısı	Grregory- Hansen Eşbütünleme	Enerji tüketimi, turizm ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemli eşbütünleşik vardır. Turizmden ekonomik büyümeye doğru kısa ve uzun dönemde tek yönlü nedensellik olduğunu göstermiştir.
Yazdi, Salehi ve Soheilzad (2017)	1985-2013 İran Turizm Gelirleri, GSYİH, Doğrudan Yabancı Yatırımlar	ARDL	Hem kısa hem de uzun dönemde turizm gelirleri ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilemektedir. Ayrıca turizm ve büyüme arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi mevcuttur.
Danish ve Wang (2018)	1995-2014 BRICS Ülkeleri Kişi Başı GSYİH, Küreselleşme Endeksi, CO2 Emisyonu Turizm Gelirleri,	Westerlund Panel Eşbütünleşme Dumitrescu Hurlin Panel Nedensellik	Turizm sektörü ekonomik büyümeyi pozitif etkilemekle beraber çevre kalitesini düşürmektedir. Ayrıca küreselleşme ve büyüme arasında uzun dönem bir ilişki varken CO ₂ emisyonu arasında sınırlı bir ilişki vardır. Son olarak turizm gelirleri ile CO ₂ emisyonları arasında çift yönlü nedensellik tespit edilmiştir.
Wu ve Wu (2018)	1995-2015 11 Asya ülkesi Turizm Gelirleri, GSYİH	Panel Granger Nedensellik	Kamboçya, Çin ve Malezya'da büyüme hipotezini, Hong Kong, Endonezya, Filipinler ve Güney Kore'de koruma hipotezini destekleyen bulgulara ulaşılmıştır. Makao ve Singapur'da ise çift yönlü nedensellik olduğu görülmüştür.
Aratuo ve Etienne (2019)	1998-2017 ABD	Granger Nedensellik	Konaklama ve yeme-içme sektörleri dışında, diğer turizm alt sektörleri ile ekonomik büyüme arasında uzun dönemli bir ilişki bulunmamaktadır.

	Turizme Bağlı 6 Sektör, GSYİH		Ekonomik büyümeden her bir alt sektöre tek yönlü bir Granger nedenselliğinin varlığı ortaya koyulmuştur.
Badulescu vd. (2020)	1995-2016 Romanya Turizm Gelirleri, Kişi Başı GSYİH,	VECM, Granger Nedensellik	Romanya'da turizm gelirleri uzun dönemde büyümeyi pozitif etkilemektedir. Kısa dönemde ise turizm gelirlerinde büyümeye tek yönlü, turist sayısından büyümeye doğru çift yönlü nedensellik tespit edilmiştir.
Rehman vd. (2021)	1995-2015 BRICS Ülkeleri İç Turizm, Finansal Gelişme ve GSYİH	Panel ARDL	Turizm, finansal gelişme ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemde eşbütünlük ilişki vardır. Ayrıca turizm ile büyüme arasında çift yönlü nedenselliğinin varlığı ortaya konmuştur.
Wu vd. (2022)	1995-2020 Çin	Kantil Regresyon Modeli	Çin'in doğu kesimlerinde turizm ve büyüme arasında pozitif bir ilişki var iken Hebei ve Zhejiang bölgelerinde büyüme ve turizm arasında zayıf bir ilişki saptanmıştır.
Xia vd. (2022)	1995-2015 34 Avrupa Ülkesi GSYİH, Kişi başı GSYİH, Sermaye, Emek, Enerji Tüketimi, Turizm harcamaları, Turist sayısı	CCE, AMG	Turizme dayalı büyüme hipotezinin geçerli olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca turizm, emek, sermaye ve GSYİH arasında pozitif bir ilişki vardır.

Tablo 1 ve 2'den oluşan literatür taraması incelendiğinde turizm ve büyümeye ilişkin dört farklı yaklaşım bulunduğu görülmektedir. Bunlar; a) turizmden büyümeye tek yönlü nedensellik b) büyümeden turizme tek yönlü nedensellik c) büyüme ve turizm arasında çift yönlü nedensellik d) turizm ve büyüme arasında nedensellik ilişkisi olmadığı öne süren yaklaşımdır.

Literatür taramasındaki yaklaşımlar incelendiğinde Uysal, Erdoğan ve Mucuk (2004), Bozkurt ve Topçuoğlu (2013), Yazdı, Salehi ve Soheilzad (2017), Rehman vd. (2021) büyüme ve turizm arasında çift yönlü nedensellik; Özdemir ve Öksüzler (2006), Aslan (2008), Çoban ve Özcan (2013), Özcan (2015), Şahin (2018), Dereli ve Akiş (2019), Tang, Tiwari ve Shahbaz (2016) turizmden büyümeye tek yönlü nedensellik; Kızılgöl ve Erbaykal (2008), Kanca (2015) büyümeden turizme tek yönlü nedensellik olduğunu ortaya koyarken Du, Lew ve Ng, (2014), Jaforullah (2015) turizm ve büyüme arasında ilişkisi olmadığı ortaya koymuştur. Aslan (2008), Kızılkaya, Sofuoğlu ve Karaçor (2016), Altın (2019), Demir ve Bahar (2021), Fayissa, Nsiah ve Tadasse (2007), Bahar ve Bozkurt (2010), Schubert, Brida ve Risso (2011), Srinivasan, Kumar ve Ganesh (2012), Danish ve Wang (2018), Badulescu vd. (2020), turizmin büyümeyi pozitif etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Yapılan bu çalışma literatürden iki farklı açıdan ayrılmaktadır a) turist sayısının ve turizm gelirlerinin hem milli gelire hem de kişi başı gelire etkisinin beraber ele alınması b) Toda Yamamoto analizini bootstrap yöntemi kullanarak turizm ve büyüme arasındaki nedensellik ilişkisinin incelenmesi.

5. VERİ SETİ, YÖNTEM ve BULGULAR

Türkiye’de turizmin büyümeye etkisinin incelendiği bu çalışma, turizmin dışa açılma dönemi olarak bilinen 1980 yılından başlayıp 2021 yılına kadar elde edilen yıllık verileri kapsamaktadır. Çalışmada büyümenin göstergesi olarak GSYİH ve kişi başı GSYİH kullanılmış olup turizm göstergesi olarak turizm gelirleri ve turist sayısı ele alınmıştır. GSYİH ve kişi başı GSYİH verileri Dünya Bankası veri tabanından elde edilirken turist sayısı ve turizm gelirlerinin 1980-2000 verileri TÜİK, İstatistiki Göstergeler 1923-2009: s.396-400’dan - 2001-2021 verileri TÜİK, Turizm İstatistiklerinden veri tabanından alınmıştır. İlgili bilgiler Tablo 3’te özet olarak verilmiştir.

Tablo 3. Değişkenlere İlişkin Bilgiler

Değişken	Kısaltma/Kaynak	Dönem
GSYİH	Ingdp/Dünya Bankası	1980-2021
Kişi Başı GSYİH	Ingdpr/Dünya Bankası	1980-2021
Turizm Gelirleri	Inti/1980-2000 verileri TÜİK, İstatistiki Göstergeler 1923-2009: s.396-400’dan – 2001-2021 verileri TÜİK, Turizm İstatistiklerinden elde edilmiştir	1980-2021
Turist Sayısı	Intn-1980-2000 verileri TÜİK, İstatistiki Göstergeler 1923-2009: s.396-400’dan - 2001-2021 verileri TÜİK, Turizm İstatistiklerinden elde edilmiştir	1980-2021

Çalışmada turizmin, büyümeye katkısını analiz etmek için aşağıda verilen iki model kurulmuştur. Denklem 1’de verilen ilk modelde turist sayısı ve turizm gelirlerinin büyümeye katkısı ele alınırken Denklem 2’de ise turist sayısı ve turizm gelirlerinin kişi başı gelire etkisi formüle edilmiştir.

$$\text{Model 1} \quad \text{Ingdp}_{it} = \alpha_i + \beta_{1i}\text{Inti}_{it} + \beta_{1i}\text{Intn}_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

$$\text{Model 2} \quad \text{Ingdpr}_{it} = \alpha_i + \beta_{1i}\text{Inti}_{it} + \beta_{1i}\text{Intn}_{it} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

Çalışmada kullanılan verileri daha sağlıklı yorumlanması için değişkenlerin logaritması alınmıştır. Logaritması alınan değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler Tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 4. Tanımlayıcı İstatistikler

	Ingdp	Ingdpr	Inti	Intn
Ortalama	26,34404	8,387386	22,66133	16,21191
Ortanca	26,30372	8,348863	22,94179	16,28726
En büyük	27,58789	9,442625	24,26481	17,76406
En küçük	24,81744	7,128355	19,60241	14,06860
Standart sapma	0,968890	0,785011	1,414877	1,124101
Basıklık	-0,015396	-0,124385	-0,740478	-0,416111
Çarpıklık	1,562916	1,550745	2,467506	1,973331

Ampirik sonuçlara ulaşmak için klasik birim kök testlerinden farklı olarak yapısal kırılmaları dikkate alan ve iki yapısal kırılma tarihi veren *Lee-Strazicich (2003) Birim Kök Testi* ile değişkenler arasındaki ilişkinin yönünü belirlemek için Hacker ve Hatemi J (2006) tarafından geliştirilen ve kritik değerleri belirlemek için bootstrap yaklaşımını kullanan *Bootstrap Toda-Yamamoto Nedensellik Analizi* kullanılmıştır. İlgili analizleri yapmak için Eviews 10 ile Gauss 10 paket programlarından yararlanılmıştır.

5.1. Lee-Strazicich (2003) Birim Kök Testi

Ekonometrik analizlerde bir ön koşul olarak serilerin durağanlığının araştırılması gerekmektedir. Klasik birim kök testleri analiz yapılan dönemde meydana gelen şokları ve değişimleri dikkate almadığından hatalı veya tutarsız sonuçlar verebilmektedir. Türkiye’de yaşanan pozitif veya negatif şoklar göz önüne alındığında yapısal kırılmalı birim kök testleri ile analizlerin yapılması daha tutarlı sonuçlar elde edilmesine olanak sağlamaktadır. Türkiye üzerine yapılan bu çalışmada yapısal kırılmaları dikkate alan ve iki kırılma tarihi veren Lee-Strazicich (2003) birim kök testi ile serilerin durağanlığı incelenecektir.

Lee-Strazicich (2003) birim kök testi Zivot ve Andrews (1992) ve Lumsdaine ve Papell (1997) yapısal kırılmalı birim kök testlerinden farklı olarak hem temel hem de alternatif hipotezde yapısal kırılmaları dikkate almaktadır. Lee-Strazicich birim kök testinin veri yaratma süreci aşağıdaki denklemlerle başlamaktadır (Lee ve Strazicich, 2003: 1082).

$$y_t = \delta'Z_t + e_t \quad (3)$$

$$e_t = \beta e_{t-1} + \varepsilon_t \quad (4)$$

Denklemden yer alan Z_t iki yapısal kırılmaya izin vermekte olup $Z_t = [1, t, D_{1t}, D_{2t}]$ şeklinde tanımlanmaktadır. $Z_t = [1, t, D_{1t}, D_{2t}, DT_{1t}, DT_{2t}]$ ise düzey ve eğimde kırılmayı ifade etmektedir. Kukla değişkenler içsel olarak belirleyen Lee-Strazicich birim kök testinde denklem aşağıdaki gibi tanımlanmaktadır.

$$D_{jt} = \begin{cases} 1, & t \geq T_{Bj} + 1 \text{ iken} \\ 0, & \text{diğer durumlarda} \end{cases} \quad DT_{jt} = \begin{cases} t - T_{Bj}, & t \geq T_{Bj} + 1 \text{ iken} \\ 0, & \text{diğer durumlarda} \end{cases} \quad (5)$$

Denklem 3,4 ve 5’ten elde edilen sonuçlar LM birim kök istatistiği yardımı ile hesaplanarak Denklem 6’daki sonuç elde edilmiştir.

$$\Delta y_t = \delta' \Delta Z_t + \phi \tilde{\delta}_{t-1} + \mu_t \quad (6)$$

$\tilde{\delta}_t = y_t - \tilde{\Psi}_x - Z_t \tilde{\delta}$, $t=2, \dots$ olarak tanımlanmaktadır. Yapısal kırılmalar altında sıfır hipotezi $\phi = 0$ olarak LM test istatistiği ise $\tilde{\tau} = t - 0$ hipotezi ile hesaplanmaktadır ($\phi = 0$).

Çalışmada ele alınan GSYİH, kişi başı GSYİH, turizm gelirleri ve turist sayısının logaritması alındıktan sonra Lee-Strazicich Birim Kök Testi ile analiz edilmiş olup elde edilen bulgular Tablo 5’te verilmiştir.

Tablo 5. Lee-Strazicich Birim Kök Testi

Değişken	Model	Kırılma Dönemi	Test İstatistiği	Kritik Değerler	
				%1	%5
LNTİ	A	H ₀ Kabul	-1,513455	-4,073000	-3,563000
	C	H ₀ Kabul	-5,139427	-7,004000	-6,185000
LNTN	A	H ₀ Kabul	-2,348844	-4,073000	-3,563000
	C	H ₀ Kabul	-4,833277	-7,004000	-6,185000
LNGDP	A	H ₀ Kabul	-2,798997	-4,073000	-3,563000
	C	H ₀ Kabul	-5,269498	-6,963000	-6,201000
LNGDPR	A	H ₀ Kabul	-2,766223	-4,073000	-3,563000
	C	H ₀ Kabul	-5,314418	-6,963000	-6,201000

Δ LNTİ	A	2004;2014	-4,109357**	-4,073000	-3,563000
	C	1990;2016	-6,731625*	-6,750000	-6,108000
Δ LNTN	A	1989;2004	-6,093464**	-4,073000	-3,563000
	C	1990;2016	-5,956622*	-6,821000	-5,917000
Δ LNGDP	A	2005;2007	-4,466432**	-4,073000	-3,563000
	C	1992;1996	-7,236553**	-7,014000	-6,446000
Δ LNGDPR	A	1994;2007	-4,413752**	-4,073000	-3,563000
	C	1992;1996	-7,143537**	-7,014000	-6,446000

**%1 düzeyinde, *%5 düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir. Δ , 1.farkı göstermektedir. A düzeyde kırılmayı, C hem düzey hem de trendde kırılmayı ifade etmektedir.

Serilerin durağanlık sonuçlarının verildiği Tablo 1 incelendiği zaman tüm değişkenler için $I(0)$ 'da H_0 hipotezi kabul edilmektedir. Bu durum değişkenlerin birim köklü olduğunu göstermektedir. Değişkenlerin farkı alındığında $I(1)$ ise tüm değişkenler için H_0 hipotezi %1 ve %5 düzeyinde ret edilmektedir. Serilerin birim köklü olmaması yani durağan olması analiz sürecinin devam etmesini sağlamıştır.

Lee-Strazicich birim kök testinde Model C model A'ya daha tutarlı ve güvenilir sonuçlar verdiği için dolayı kırılma tarihleri Model C'ye göre yorumlanmaktadır. İlgili kırılmalar pozitif şokları gösterebileceği gibi negatif şokları da gösterebilmektedir. Türkiye'nin 1999 yılında yaşadığı kriz, turizm gelirlerini ve ekonomik büyümeyi negatif etkilerken devamında gelen toparlanma ekonomik büyüme ve turizm gelirlerine pozitif yönde katkı sağlamıştır. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planında (1985-1990) turizme verilen teşvikler ise öncelikle turist sayısının artmasını sağlamış ve devamında yapılan yatırımlarla turizm gelirlerinde artış sağlanmıştır. Ayrıca 1991 yılında yaşanan Körfez krizi Türkiye ekonomisini olumsuz yönde etkilerken (Erdoğan, 2018: 33), 1994 yılında yaşanan ekonomik kriz sonrası yaşanan toparlanma 1996 yılında hem milli gelire hem de kişi başı gelire pozitif oranda katkı sağlamıştır. Türkiye'de Turizm bölümünde anlatıldığı üzere 2015 ve 2016 yılında yaşanan şoklarda turizm sektörüne olumsuz yönde etki etmiştir.

5.2. Bootstrap Toda-Yamamoto Nedensellik Analizi

Granger (1969) tarafından geliştirilen nedensellik analizi, özellikle ekonomik değişkenler arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmacılar tarafından sıkça tercih edilmektedir. Granger nedensellik analizi değişkenlerin durağanlık seviyesinin farklı olması durumunda analiz yapılmasını olanak vermemesi en önemli eksikliği olarak görülmektedir. Toda ve Yamamoto (1995) bu eksikliği gidermek için farklı bütünleşme derecelerine sahip seriler arasında nedensellik ilişkisini ortaya koyan test geliştirmiştir. Geleneksel nedensellik testleri VAR(p) modeline dayalı iken Toda Yamamoto VAR(p+d) modelini esas alarak serilerin bütünleşme derecesini maksimum 1 olacak şekilde analize dâhil etmektedir.

Hacker ve Hatemi-J (2006) Toda-Yamamoto analizini küçük örneklemelerde de tutarlı sonuçlar verecek şekilde geliştirilmiştir. Ayrıca MWALD test istatistik değerinin bootstrap simülasyonu ile yapılmaktadır. Bu durum her bir simülasyon için p^* verisini ortaya koymakta ve tekrarlanan döngü 10000 kez yapılmaktadır. Bu durum istatistik değerlerinin daha tutarlı ve güvenilir sonuçlar elde edilmesine olanak sağlamaktadır.

Toda-Yamamoto nedensellik testi VAR modeline dayanmaktadır. VAR(p) olarak ifade edilen model denklem 7'deki gibi kurulmaktadır.

$$y_t = v + A_1 y_{t-1} + \dots + A_p y_{t-p} + \varepsilon_t \quad (7)$$

Denklemden y_t değişkininden oluşan bir vektör, v sabit vektör, A parametre matrisi, ε_t hata terimidir. Bu denklemde standart kıkare dağılımına sahip MWALD istatistiğinin uyguladığı için Hacker ve Hatemi-J bootstrap dağılımına dayalı MVALD istatistiğini geliştirmiştir. İlgili denklemi aşağıdaki gibi formüle edilmektedir.

$$y_t = \hat{v} + \hat{A}_1 y_{t-1} + \dots + \hat{A}_p y_{t-p} + \dots + \hat{A}_{p+d} y_{t-p-d} + \varepsilon_t \quad (8)$$

Denklemin 8 p gecikme uzunluğunu, d ise değişkenlerin maksimum gecikme değerini göstermektedir. Çalışmada ele alınan değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Bootstrap Toda-Yamamoto Nedensellik Analizi

Hipotez	MWALD Test İstatistiği	Bootstrap Kritik Değerler		
		%1	%5	%10
Inti→lngdp	6,928*	11,995	7,169	5,261
lngdp→Inti	0,617	11,758	6,202	4,455
lngdp→Intn	2,538	11,751	6,202	4,341
Intn→lngdp	8,208*	11,532	6,647	4,915
lngdpr→Intn	1,427	18,092	4,509	2,650
Intn→lngdpr	0,129	15,907	4,435	2,502
Inti→lngdpr	0,002	17,583	4,498	2,526
lngdpr→Inti	0,318	17,683	4,480	2,510

Not: Bootstrap kritik değerleri 10.000 döngüyle elde edilmiştir. → tek yönlü nedenselliği ifade etmektedir. Kritik değerler.* %5 düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Bootstrap Toda-Yamamoto nedensellik analizinde, MWALD Test İstatistiği kritik değerlerden küçük olduğu takdirde H_0 hipotezi kabul edilmekte ve değişkenler arasında nedensellik ilişkisi olmadığını göstermektedir. MWALD Test İstatistiği kritik değerlerden büyük olduğu durumda ise H_0 hipotezi kabul edililmekte ve değişkenler arasında nedensellik ilişkisi olduğu kabul edilmektedir. Bu bağlamda Tablo 6'dan elde edilen bulgular 4 aşamada açıklanabilir;

- Turist sayısından büyümeye doğru tek yönlü nedensellik vardır.
- Turist sayısından kişi başı gelire doğru tek yönlü nedensellik vardır.
- Turizm gelirleri ve kişi başı gelir arasında ilişki yoktur.
- Turizm gelirleri ve büyüme arasında ilişki yoktur.

6. SONUÇ

Turizm öneminin anlaşılmadığı dönemlerde, "Bacasız Sanayi" söylemi ile önemine vurgu yapılmak istenmiştir. Günümüzde ihracattan istihdama, ulaşımından bankacılığa, inşaattan üretime kadar birçok alanda önemi anlaşılan turizm sektörü, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyümesinde ve bu büyümenin sürdürülebilir hale gelmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Fakat her ülke, turizm sektörünün yarattığı katma değerden eşit oranda yararlanamamaktadır. Bu çalışmanın amacı da Türkiye özelinde turizmin ekonomik büyümeye katkısını ampirik olarak ortaya koymaktır.

Çalışmada elde edilen bulgular, turist sayısının ilgili dönemler içerisinde büyümede etkili olduğunu gösterirken, turizm gelirlerinin büyümede etkili olmadığını ortaya koymaktadır. Elde edilen sonuçlar Türkiye'de turizme dayalı büyüme hipotezini desteklerken Uysal, Erdoğan ve Mucuk (2004), Topçuoğlu (2013), Yazdi, Salehi ve Soheilzad (2017), Rehman vd. (2021) çalışması ile farklılık gösterirken Şahin (2018), Çoban ve Özcan (2013), Tang, Tiwari ve Shahbaz (2016) Kızılgöl ve Erbaykal (2008), Kanca (2015) çalışmaları ile benzerlik

göstermektedir. Bu çalışmalarda, ele alınan dönemin yanı sıra farklı analiz tekniklerin kullanılması farklı sonuçlar elde edilmesine sebep olmuştur. Çalışmalar bir bütün halinde değerlendirildiğinde ise turizmin ekonomik büyümeye pozitif katkısı tartışmasız bir şekilde ortaya konmaktadır.

Türkiye Dünya’da en fazla turist çeken 6. ülke olmasına rağmen turizm gelirlerinde 18. sırada yer almaktadır. Ayrıca turist sayısı, son 20 yılda 5 kat artmasına rağmen, kişi başı turist harcaması %9 düşmüştür. 2019 yılı itibarı ile kişi başı turist harcamasının 1996 yılından daha düşük bir seviye olan 655 dolara gerilemesi de, turizm gelirlerin turist sayısından az artmasının net bir göstergesidir. Her ne kadar Türkiye turizmde 1980’li yıllardan itibaren ciddi bir gelişim gösterse de turizm gelirleri Türkiye’nin turizm potansiyelini etkin bir şekilde kullanamadığını göstermektedir.

Kişi başı turizm gelirlerinin düşük olmasının en önemli sebeplerinden birisi de gelir düzeyi düşük olan ülkelere gelen turist ziyaretleridir. Türkiye gelen turist sayısı incelendiğinde ilk 5 sırayı Rusya, Almanya, İran, Bulgaristan ve Gürcistan oluşturmaktadır. İlgili ülkeler incelendiğinde Rusya, İran, Bulgaristan ve Gürcistan’ın gelir düzeyi Avrupa ortalamasının altında iken gelir düzeyi yüksek olan Almanya’dan gelen turistleri gurbetçiler oluşturmaktadır. Ayrıca İran, Bulgaristan ve Gürcistan’dan gelen turistlerin gurbetçilik tur veya kısa süreli turizm aktivitesi yapması elde edilen gelirin istenilen düzeyde olmamasına neden olmaktadır. Bu bağlamda özellikle gelir düzeyi yüksek olan ve dış ticaretimizin önemli bir bölümünü oluşturan Avrupa Birliği ülkelerinin yanı sıra kişi başı geliri dünya ortalamasının üstünde olan Ortadoğu ve Uzakdoğu ülkeleri turistlerini çekmeye yönelik politikalar uygulanmalıdır. Ayrıca Özkurt ve Bilgir’inde (2022: 297-298) belirttiği üzere Azerbaycan-Nahcivan arasına yapılması planlanan karayolu bağlantısının gerçekleşmesi Orta Asya Türk Cumhuriyetleri ile oluşacak turizm faaliyetlerinde gelecekte önemli bir artış olacağı beklenmektedir. Bu bağlamda ilgili ülkelere yönelik tanıtımların şimdiden yapılması turizm gelişimine katkı sağlayacaktır.

Hemen hemen her türlü turizm sektöründe gelişime açık olan Türkiye’nin, turizminden elde ettiği geliri arttırabilmesi için orta gelir ve üstündeki gruba yönelik turizm aktivitelerini çeşitlendirmesi gerekmektedir. Bu bağlamda turizmi dört mevsime yayacak aylla, sağlık, av, kongre, inanç, deniz turizmi gibi aktivitelerin çeşitlendirilmesinin yanı sıra bu aktiviteleri lüks turizme uygun hale getirilmesi amacı ile düşük vergi oranları ve krediler gibi çeşitli yollarla teşvikler sağlanması, yeni tesislerin kurulmasına yönelik politikaların politika yapıcılar tarafından hayata geçirilmeli ve ülke tanıtımına daha çok kaynak aktarılması gerekmektedir.

Çalışmada dikkat çeken bir diğer husus ise, istikrar ve huzur ortamının turizm için büyük bir öneme sahip olduğunu göstermesidir. Özellikle 2015 ve 2016 yıllarında yaşanan darbe girişimi, Avrupa Parlamentosu ile yapılan restleşmeler, Rusya ile yaşanan sorunlar turist sayısında %25, turizm gelirlerinde %30’a yakın düşüş yaşanmasına sebep olmuştur. Bu bağlamda turizm sektörünü sekteye uğratabilecek jeopolitik risklerin ortadan kaldıracak, huzur ve istikrar ortamını sağlayacak ortamın yaratılması turizm sektörü için büyük önem arz etmektedir.

Sonuç olarak tüm makroekonomik değişkenlerle ilişki içinde olan, birçok sektöre doğrudan veya dolaylı katkı sağlayan turizm sektörünün Türkiye ekonomisi içindeki payı Pandemi dönemi hariç %10 civarında dalgalanma göstermektedir. Çalışmadan elde edilen bulgular turist sayısının ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilediğini ortaya koyarken turizm gelirleri ve büyüme arasında herhangi bir nedensellik ilişkisinin olmadığını ortaya koymuştur. Bu bağlamda Türkiye uluslararası turizmde aldığı payı yükseltmeye yönelik politikalara ağırlık vermesi gerekmektedir.

Bu çalışma Türkiye ekonomisinin, büyümesi ve kalkınması için turizmin önemini ortaya koymaya yönelik bir çalışmadır. Söz konusu bu durum hem turizm sektörünün geneli için hem de Türkiye özelinde yapılmıştır. Ancak yapılacak yeni çalışmalar belirli bir bölge üzerinde olabileceği gibi turizmin alt sektörlerine yönelik olarak da yapılabilir. Ayrıca turizmin sadece büyüme ile değil dış ticaret, karbondioksit emisyonu, ödemeler dengesi, enerji tüketimi gibi etkilediği alanlara yönelik çalışmalarda yapılabilir.

KAYNAKÇA

- ALP, E. A. (2010). Türkiye’de Turizm Gelirleri İle Büyüme Arasındaki İlişkinin Analizi. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 28.
- ALTINER, A. (2019). Turizm ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği (1969-2018). Anadolu İktisat ve İşletme Dergisi, 3(2), 114-133.
- APERGİS, N., & E.PAYNE, J. (2009). CO2 Emissions, Energy Usage, and Output in Central America. Energy Policy, 37, 3282-3286.
- ARATUO, D. N., & ETIENNE, X. L. (2019). Industry Level Analysis of Tourism-Economic Growth in The United States. Tourism Management, 70, 333-340.
- ASLAN, A. (2008). Türkiye’de Ekonomik Büyüme ve Turizm İlişkisi Üzerine Ekonometrik Analiz. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi(24), 1-11.
- BADULESCU, A., BADULESCU, D., SIMUT, R., & DZITAC, S. (2020). Tourism – Economic Growth Nexus.The Case of Romania. Technological and Economic Development of Economy, 26(4), 867–884.
- BAHAR, O., & BOZKURT, K. (2010). Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizm-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Dinamik Panel Veri Analizi. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 21(2), 255-265.
- BOZGEYİK, Y., & YOLOĞLU, Y. (2015). Türkiye’de Turizm Gelirleri ile GSYH Arasındaki İlişki: 2002-2014 Dönemi. Journal of International Social Research, 8(40).
- BOZKURT, E., & TOPÇUOĞLU, Ö. (2013). Türkiye’de Ekonomik Büyüme ve Turizm İlişkisi. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi, 4(7), 91-105.
- BRIDA, J. G., & RISSO, W. A. (2010). Tourism as a Determinant of Long-Run Economic Growth. Journal of Policy Research in Tourism, Leisure & Events, 2(1), 14-28.
- ÇEKEN, H. (2008) "Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme." Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 10(2): 293-306.
- ÇOBAN, O., & ÖZCAN, C. C. (2013). Türkiye’de Turizm Gelirleri- Ekonomik Büyüme İlişkisi: Nedensellik Analizi (1963-2010). Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 8(1), 243-261.
- DANISH, & WANG, Z. (2018). Dynamic Relationship Between Tourism, Economic Growth, and Environmental Quality. Journal of Sustainable Tourism, 26(11), 1928-1943.
- DEMİR, E., & BAHAR, O. (2021). Turizm Gelirlerinin Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi: Türkiye Üzerine Ampirik Analiz. International Journal of Social Sciences and Education Research, 7(2), 162-172.

- DERELİ, D. D., & AKIŞ, E. (2019). Türkiye’de Turizm Gelirleri İle İktisadi Büyüme Arasındaki İlişkinin Analizi (1970-2016). Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 33(2), 467-477.
- ERDOĞAN, S. (2018). Körfez Krizi’nin Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkileri (1989-1991). Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8(15), 33-47
- DU, D., LEW, A. A., & NG, P. T. (2014). Tourism and Economic Growth. Journal of Travel Research , 1-11.
- FAYISSA, B., NSIAH, C., & TADASSE, B. (2007). The Impact of Tourism on Economic Growth and Development in Africa. Department of Economics and Finance Working Paper Series, 1-21.
- HACKER, R. S., & HATEMI-J, A. (2006). Tests for Causality Between İntegrated Variables Using Asymptotic and Bootstrap Distributions. Theory and Application. Applied Economics, 38(13), 1489-1500.
- JAFORULLAH, M. (2015). International Tourism and Economic Growth in New Zealand. Tourism Analysis, 20, 413-418.
- KANCA, O. C. (2015). Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme: Türkiye Örneği (1980-2013). Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi(8), 1-14.
- KAR, M., ZORKİRİŞÇİ E., & YILDIRIM M. (2004) "Turizm ve Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme." Akdeniz İİBF Dergisi 4(8) 87-112.
- KIZILGÖL, Ö., & ERBAYKAL, E. (2008). Türkiye’de Turizm Gelirleri ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Bir Nedensellik Analizi. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 13(2), 351-360.
- KIZILKAYA, O., SOFUOĞLU, E., & KARAÇOR, Z. (2016). Türkiye’de Turizm Gelirleri-Ekonomik Büyüme İlişkisi:ARDL Sınır Testi Yaklaşımı. Yönetim Ve Ekonomi, 23(1), 203-215.
- KÖŞKER, H. (2017). Krizlerin Turizm Sektörüne Etkileri Üzerine Bir Araştırma: 2016 Yılı Türkiye Örneği. Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi , (62) , 216-230 .
- LEE, J., & STRAZICICH, M. (1999). Minimum LM Unit Root Test with Two Structural Breaks. Department Of Economics, University of Central Florida Working Paper Series.
- LEE, J., & STRAZICICH, M. C. (2003). Minimum Lagrange Multiplier Unit Root Test with Two Structural Breaks. Review of Economics and Statistics, 85(4), 1082-1089.
- LIU, H., & SONG, H. (2018). New Evidence of Dynamic Links Between Tourism and Economic Growth Based on Mixed-Frequency Granger Causality Tests. Journal Of Travel Research, 57(7), 899-907.
- ÖZKURT, İ. C., & BİLGİR, B. (2022). Türkiye’de Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: ARDL Yaklaşımı. Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 18(1), 277-303.

- ÖZCAN, C. C. (2015). Turizm Gelirleri-Ekonomik Büyüme İlişkisinin Simetrik ve Asimetrik Nedensellik Yaklaşımı İle Analizi: Türkiye Örneği. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi(46), 177-199.
- ÖZDEMİR, A. R., & ÖKSÜZLER, O. (2006). Türkiye'de Turizm Bir Ekonomik Büyüme Politikası Aracı Olabilir mi? Bir Granger Nedensellik Analizi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(16), 107-126.
- PATA, U. K. (2020). Türkiye'de Turizm ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bootstrap ARDL Yaklaşımı ve Asimetrik Nedensellik Testi ile Sektörel Bir Analiz. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 22(2), 590-611.
- RASOOL, H., MAQBOOL, S., & TARIQUE, M. (2021). The Relationship Between Tourism and Economic Growth among BRICS Countries: A Panel Cointegration Analysis. Future Business Journal, 7(1), 1-11.
- REHMAN, A., ISHAQUE, A., MALIK, S., REHMAN, S. U., HUSSAIN, A., KHAN, M., et al. (2021). Exploring Asymmetric Nexus between Tourism, Economic Growth and CO2 Emissions in the Context of Pakistan. International Journal of Energy Economics and Policy, 11(3), 338-345.
- SACİT, S., & AYDIN, S.(2022). Turizm-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Ekonomisi Üzerine Bir Uygulama. Çukurova 8th International Scientific Researches Conference, 15-17 Nisan. Adana, 320-337
- SCHUBERT, S. F., BRIDA, J. G., & RISSO, W. A. (2011). The Impacts of International Tourism Demand on Economic Growth of Small Economies Dependent on Tourism. Tourism Management, 32, 377-385.
- SRINIVASAN, P., KUMAR, P. S., & GANESH, L. (2012). Tourism and Economic Growth in Sri Lanka: An ARDL Bounds Testing Approach. Environment and Urbanization Asia, 3(2), 397-405.
- ŞAHİN, B. E. (2018). Türkiye'de Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki (1980-2016). Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 16(3), 239-253.
- TANG, C. F., TIWARI, A. K., & SHAHBAZ, M. (2016). Dynamic Inter-Relationships Among Tourism, Economic Growth and Energy Consumption in India. Geosystem Engineering, 19(4), 158-169.
- TIWARI, A. K., OZTURK, L., & ARUNA, M. (2013). Tourism, Energy Consumption and Climate Change in OECD Countries. International Journal of Energy Economics and Policy, 3(3), 247-261.
- TÜİK. (2010) İstatistiki Göstergeler 1923-2009, Ankara
- TÜİK, "Turizm İstatistikleri ", www.tuik.gov.tr, 2021
- TÜİK, "İşgücü İstatistikleri ", www.tuik.gov.tr, 2021
- UNUR, K. (2000). Turizmin Türkiye'nin Ödemeler Dengesine Etkisinin Analizi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2(3), 1-17.
- UNWTO. (2015). World Tourism Barometer, Stastical Annex. Spain: World Tourism Organization.

- UNWTO. (2018). World Tourism Barometer, Stastical Annex. Spain: World Tourism Organization.
- UNWTO. (2021). World Tourism Barometer, Stastical Annex. Spain: World Tourism Organization.
- UNWTO. (2022). World Tourism Barometer, Stastical Annex. Spain: World Tourism Organization..
- UYVAL, D., ERDOĞAN, S., & MUCUK, M. (2004). Türkiye’de Turizm Gelirleri ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki (1992-2003). SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 4(8), 163-170.
- WORLD BANK, “Kalkınma Göstergeleri”, www.databank.worldbak.com, 2021
- WU, T.-P., & WU, H.-C. (2018). Tourism and Economic Growth in Asia: A Bootstrap Multivariatepanel Granger Causality. *International Journal of Tourism Research*, 21(1), 87-96.
- WU, T. P., WU, H. C., YE, G., WU, X., & PAN, B. (2022). The Contribution of International Tourism Development to Economic Growth in Chinese Economy. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 1-15.
- WWTC.(2021a). Travel & Tourism: Economic Impact. World Tourism & Travel Council
- WWTC.(2021b). Travel & Tourism: Economic Impact. Global Economic Impact & Trends 2021. World Tourism & Travel Council
- WWTC.(2021c). Turkey, 2021 Annual Research: Key Highlights. World Tourism & Travel Council
- WWTC.(2022). Travel & Tourism: Economic Impact. World Tourism & Travel Council
- XIA, W., DOĞAN, B., SHAHZAD, U., ADEDOYIN, F. F., POPOOLA, A., & BASHIR, M. A. (2022). An Empirical Investigation of Tourism-Led Growth Hypothesis in the European Countries: Evidence From Augmented Mean Group Estimator. *Portuguese Economic Journal*, 21(2), 239-266.
- YAMAK, N., TANRİÖVER, B., & GÜNEYSU, F. (2012). Turizm–Ekonomik Büyüme İlişkisi: Sektör Bazında bir İnceleme. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26(2), 205-220.
- YAZDI, S. K., SALEHI, K. H., & SOHEILZAD, M. (2017). The Relationship Between Tourism, Foreign Direct Investment and Economic Growth: Evidence from Iran. *Current Issues in Tourism*, 20(1), 15-26.

Doğal Gaz Piyasasında Fiyat Balonları

(Araştırma Makalesi)

Price Bubbles in Natural Gas Market

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1109469

Berkan ATAS

Arş. Gör. Dr., İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Finans Bölümü

berkanatas@gmail.com

Orcid No: 0000-0003-3049-3195

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Atas, B. (2023). Doğal Gaz Piyasasında Fiyat Balonları. Alanya Akademik Bakış, 7(1), Sayfa No.277-290.

ÖZET

Anahtar kelimeler:

Doğal Gaz Piyasaları,
Fiyat Balonları,
GSADF

Makale Geliş Tarihi:

27.04.2022

Kabul Tarihi:

28.07.2022

Doğal gaz hem verimliliği hem de diğer fosil temelli enerji kaynaklarına göre daha çevreci bir alternatif olması nedeniyle günümüzde en çok kullanılan enerji kaynaklarından biridir. Covid-19 etkilerinin yavaş yavaş hafiflemeye başlaması ile birlikte toparlanan ekonomilerin enerji gereksinimlerinin artmasıyla birlikte gelişen arz talep dengesizlikleri sonucu fiyatlarda yukarı yönlü bir hareket gözlemlenmektedir. Çalışmanın amacı yurtiçi ve uluslararası doğalgaz piyasalarındaki fiyat balonlarını pandemi öncesi yakın dönemi de kapsar şekilde karşılaştırmalı olarak analiz etmektir. Fiyat balonlarının tespiti için Generalised Supremum Augmented Dickey Fuller (GSADF) yöntemi kullanılmıştır. Bulunan sonuçlara göre yurtiçi gaz referans fiyatında hem de uluslararası doğalgaz piyasasında çok dönemli fiyat balonu bulgularına rastlanmıştır. Bununla birlikte uluslararası ve yurtiçi piyasadaki balonların büyük ölçüde birbirine yakın dönemde gerçekleşmesi yurtiçi fiyat politikalarının uluslararası patlayıcı fiyat değişimlerini sönmülmendirmekte yetersiz olduğunu göstermektedir.

ABSTRACT

Keywords:

Natural Gas Markets,
Price Bubbles,
GSADF

Natural gas is one of the most used energy sources today, due to its efficiency and environmentally friendly feature to other fossil-based energy sources. An upward trend is observed in prices as a result of the supply-demand imbalances that have developed with the increase in the energy needs of the recovering economies as the effects of Covid-19 begin to fade. The study aims to investigate the price bubbles in the domestic and international natural gas markets, including the recent period before the pandemic. The Generalized Supremum Augmented Dickey Fuller (GSADF) method is employed to detect price bubbles. The results suggest multi-period price bubbles in both the domestic gas reference price and the international natural gas market. Besides, the fact that the bubble periods in the international and domestic markets are close to each other suggests that domestic price policies are insufficient to dampen international explosive price changes.

1. GİRİŞ

Fiyat balonları ekonomik krizlerin en büyük nedenlerinden biridir. Fiyat balonunun patlaması sonucu ilgili reel ve finansal sektör oluşan istikrarsızlıktan oldukça önemli derecede zarar görmekte, bununla birlikte bazı durumlarda etkilenen sektörün dışına da taşarak bir ekonomiyi

tümden resesyona sokabilmektedir. Nitekim yakın tarihin en büyük küresel krizlerinden biri olarak gösterilen 2008 krizi de ilk olarak konut piyasasında oluşan balonun patlaması neticesinde ortaya çıkmıştır (Yıldırım, 2020: 1-2). Bu nedenle fiyat balonları ile ilgili yapılan çalışmalar gerekli tedbirleri alma açısından ekonomi karar vericilerine bir yol gösterici olması nedeniyle önem arz etmektedir.

Doğal gaz piyasası en büyük enerji emtia piyasalarından biridir. Doğalgaz, petrol ve kömürden sonra enerji üretimi için kullanılan en büyük kaynaktır. Bu kaynak enerji üretimi için kullanımının yanında petrokimya sektöründe de yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Bununla birlikte doğal gaz petrol ve kömüre göre daha çevreci olduğu için bu enerji kaynaklarına çevreci bir alternatif olarak görülmektedir (Novikov vd., 2021: 2). Bu nedenle ulusal ve uluslararası arzı üretim maliyetleri ve fiyat istikrarı ve çevresel politikalar açısından da büyük önem taşımaktadır. Bunun yanında doğal gaz hane tüketimi açısından dünyada en yaygın kullanılan enerji kaynaklarından biridir. Bu nedenle doğalgaz fiyatlarında meydana gelecek istikrarsızlık sadece üretim maliyetlerini değil ayrıca fiyatları yansıtamayan nihai tüketicileri de oldukça olumsuz şekilde doğrudan etkileyebilmekte ve fiyatlar genel dengesindeki istikrarı bozabilecek sonuçlara yol açmaktadır. En büyük ekonomik girdilerden olan enerji maliyetleri özellikle Covid-19 pandemisinin kontrol altına alınmaya başlaması ile birlikte meydana gelen arz-talep yönlü dengesizlikler nedeniyle oldukça yüksek seviyelere ulaşmıştır.

Doğal gaz, yüksek birim ısı değeri, düşük karbon emisyonu ve ekonomik olarak sağladığı yüksek katma değer sayesinde temel transit enerjilerden biri olarak kabul edilmektedir (Siliverstovs vd., 2005: 604). Bununla birlikte dünya çapında düşük karbon salımlı ekonomik sisteme geçiş enerji kaynağı olarak görülen doğalgaz fiyatındaki düşüş bu kalemde net ithalatçı ekonomilerde üretim maliyetlerindeki azalma ve hane halkı alım gücünde artış olarak ekonomiye olumlu yansımaktadır (Sharma ve Escobari, 2018: 2-6). Son dönemde doğal gaz tüketimi ve ticaretindeki hızlı büyüme politika yapımcıların ve yatırımcıların dikkatini çekmiştir (Nick ve Thoenes, 2014; Zhang vd., 2018a, 2018b; Wang vd., 2019). Düşük karbon salınımına yönelik stratejik geçiş enerjilerinden ve alternatiflerine göre oldukça çevre dostu bir enerji kaynağı olan doğal gazın maliyet stabilizasyonu, bu enerjiyi dışardan tedarik eden veya kısıtlı kaynağa sahip ekonomiler için gelişme ve kalkınma açısından hayati derecede önemlidir.

Ekonomide bu derece önemli bir yeri olan doğalgazın fiyatının rasyonel bir şekilde mi oluştuğu veya bir fiyat balonunun mu söz konusu olduğu karar vericiler açısından önem arz eden bir konudur. Son yıllarda enerji emtia piyasaları menkul kıymetleştirme yolu ile finansallaştırılmasıyla birlikte oldukça hareketli bir piyasaya dönüştürülmüştür (Umar vd., 2021: 2). Bu nedenle enerji emtia piyasalarında piyasa dinamiklerinin yanında spekülasyon fiyat hareketleri de sık gözlemlenen bir olgudur (Ding vd., 2021: 8-9). Doğal gaz fiyatlarında son dönemlerde yaşanan büyük fiyat artışları ve artan volatilité neticesinde fiyatların piyasanın temel dinamiklerinden (fundamentals) uzaklaşmış olabileceği yönünde bulgular mevcuttur (Li vd., 2020; Zhang vd., 2018a).

Emtia piyasasındaki fiyat balonlarını derinlemesine anlamak ve sebeplerini araştırmak için vadeli işlem piyasalarını doğru bir şekilde konumlandırmak gerekmektedir. Literatürde vadeli piyasaların spot piyasalara olumlu veya olumsuz etkisi yönünde kesin bir kanaat bulunmamaktadır. Zhang ve Yao (2016), Ajmi vd., (2021) gibi çalışmalarda enerji piyasasındaki dalgalanmaların bu piyasaların temel değerlendirme süreçlerinin yanında finansal spekülasyon etkilerden kaynaklandığını gösteren bulgular yer almaktadır. Kawai (1983) emtia futures piyasalarının spot fiyatları stabilize edici etkilerinin olabileceğinden bahsetmiştir. Diğer taraftan Campbell ve Turnovsky (1985), vadeli işlemler piyasasının spot piyasaya

etkisinin olumlu olduğunu savunmaktadır. Bununla birlikte vadeli işlemler piyasalarının spekülâtif saiklerle reel piyasaları olumlu veya olumsuz bir biçimde şekillendirdiği yadsınamaz bir gerçekliktir. Enerji emtia piyasasındaki fiyatlar piyasanın temel değerlerinden (fundamentals) uzaklaştığında spekülâtif etki söz konusu olmaktadır. Bu nedenle fiyatların temel girdilerden uzaklaştığı ve balon söz konusu olduğu durumlarda piyasa yapıcılarının müdahaleleri gerekebilmektedir (Umar vd., 2021: 9).

Çalışmada yurtiçi ve uluslararası doğal gaz piyasalarında görülen fiyat hareketlerinin etkin bir şekilde mi oluştuğu veya fiyat balonu olarak değerlendirilebilecek hareketlerin mi söz konusu olduğu ampirik bir modelle test edilecektir. Petrolden sonra en yaygın enerji kaynağı olarak kullanılan bu maddenin fiyat dalgalanmalarında özellikle tedarikinde dışarıya bağımlı ekonomileri olumsuz olarak etkilemekte ve fiyatlar genel dengesini bozucu sonuçlara yol açmaktadır. Bu durumun önüne geçebilmek için yasal otoritenin müdahalesi ve koruyucu fiyat politikaları gerekebilmektedir. Bu sayede fiyat balonlarının önüne geçilerek daha etkin bir enerji piyasası meydana getirilebilmektedir. Bu nedenle piyasadaki etkinliğin önüne geçen fiyat balonlarının tespiti önem kazanmaktadır. Çalışmanın temel motivasyonu; (a) yurtiçi ve uluslararası piyasalardaki fiyat balonlarının tespiti, (b) balon periyotlarının her iki piyasada karşılaştırmalı analiz edilerek yurtiçi fiyat politikalarının etkinliği hakkında fikir edinmek, (c) pandemi öncesi yakın dönem ve pandemi dönemini fiyat dengesi açısından karşılaştırarak krizin bu piyasadaki sonuçlarını gözlemlemektir.

2. LİTERATÜR

Teknik olarak fiyat balonları finansal varlıkların temel değerinden (fundamentals) uzaklaşarak oluşturduğu fiyat hareketleridir (Blanchard ve Watson, 1982). Stiglitz (1990) balonu bir varlığın temel değerinden koparak piyasada oluşturduğu anormal fiyat seviyesi olarak tanımlamaktadır. Kindleberger (1978) balonu yukarı olarak genişleyip sonrasında patlayan irrasyonel fiyat hareketi olarak açıklamaktadır. Blanchard ve Watson (1982), rasyonel balon kavramını ilk ortaya atan çalışma olmuştur. Rasyonel beklentiler teorisine göre bir varlığın fiyatı yüksek olmasına rağmen gelecekte fiyatı artacağı düşünülüyorsa temel değerinden sapmasına rağmen fiyatı artabilir. Çünkü yatırımcılar bu varlığın gelecekte daha da yükseleceğine inanmaktadır. Brunnermeier (2016), balonların çöküş dönemlerinin sonrasında tipik olarak ortaya çıktığına vurgu yapmaktadır. Garber (2006) balonların, varlıkların ekonomik değerleri ile açıklanan fiyattan sapması sonucu ortaya çıktığını ifade etmektedir. Fiyatların temel değerden sapması durumunda yatırımcılar piyasada oluşan fiyatın temel değerden uzaklaştığını kavramakta zorluk yaşayabilmektedir. Global enerji piyasası çok büyük hacimlere sahip olmasına rağmen bu piyasadaki ürünlerin finansallaştırılması, finansal piyasalardaki spekülâtif hareketlerin enerji piyasalarına sirayet etmesine neden olabilmektedir.

Varlıklardaki balon oluşumunu tespit ederken farklı yaklaşımlar söz konusudur. Birçok model varlıklardaki balon oluşumunu açıklamak için referans varlıklara veya varlık sepetlerine ihtiyaç duymaktadır. Bunun nedeni referans alınan varlıkların temel değeri daha iyi gösterdiği düşüncesidir. Diğer taraftan Froot ve Obstfeld (1991), periyodik olarak çökmekte olan fiyat balonlarının içsel dinamiklerin etkisiyle daha iyi açıklandığı için içsel balonlar kavramını ortaya atmıştır. Buna göre varlıklar ve temel değeri arasında doğrusal olarak açıklanamayan ilişkiler söz konusu olabilmektedir. Böyle durumlarda varlık fiyatları temel değerden kalıcı olarak sapma göstermektedir. Blanchard ve Watson (1982), bir varlığın güncel değeri ile temel değeri arasında ilişki azaldığında balon varlığını tespit eden çapraz kovaryans testini önermiştir. Campbell ve Shiller (1987), ve eşbütünleşme ve durağanlık testlerini kullanarak fiyat balonu varlığını tespit etmişlerdir. Modele göre bir seride stokastik bir rasyonel balon oluşumu varsa,

varlık fiyatı birim kök içermektedir. Diğer taraftan bu varsayıma göre varlığın temel değeri durağan olmalıdır. Eğer temel değer durağan değilse uygulama bir paradoksa dönüşür. Phillips vd. (2015a) ise balonları içsel olarak açıklayan bir modeldir. Bu modele göre yinelenen ADF testleriyle hazırlanan simülasyonlar neticesinde bulunan kritik değerlere göre serilerde patlayıcı fiyat davranışları tespit edilir. Eğer serinin belli bir t dönem aralığı için GSADF test değeri kritik değeri aşıyorsa bu dönem için balon varlığı söz konusu olmaktadır. Bununla birlikte özellikle patlayıcı fiyat davranışı ve kırılmalar üzerindeki açıklayıcılığı nedeniyle çökmekte olan balonları da tespit etmeye olanak tanımaktadır. Diğer taraftan varlık fiyat balonu hakkında alınan bir referans bir değer karşılaştırma açısından kullanılabilir.

Doğal gaz piyasasına etki eden unsurlar fiyat oluşumu açısından oldukça önemlidir. Bu unsurların bir veya birkaçında meydana gelen kısa dönemli dengesizlikler, talep elastikiyeti oldukça sınırlı olan enerji piyasasında büyük fiyat değişimlerine neden olabilmektedir. Genel olarak doğalgaz piyasası fiyatları birçok unsurdan etkilenmekle birlikte dönemsel olarak bu etkenlerin türü ve boyutu farklılık gösterebilir veya kısa dönemde etkili olan uzun dönemde daha az baskın olabilir. Arora ve Lieskovsky (2014) enerji piyasalarının; hava durumu, arz-talep dengesi, altyapı, stok ve spekülasyon gibi faktörlerden etkilendiğini belirtmektedir. Benzer şekilde Nick ve Thoenes (2014) Almanya doğal gaz piyasasında yapmış olduğu çalışmada bu piyasanın özellikle stok durumu mevsim şartları ve arz-talepten etkilendiğini gözlemlemiştir. Ji vd., (2014) petrol fiyatlarının doğalgaz piyasası üzerindeki etkisinin asimetric olduğunu petrolün doğalgaz fiyatları üzerinde baskın olduğunu tespit etmiştir. Aynı şekilde Zhang vd. (2018b) da petrol piyasalarının doğalgaz fiyatlaması üzerinde baskın bir role sahip olduğunu beyan etmektedir. Chiou-Wei vd. (2014) ABD vadeli ve spot doğal gaz piyasası katılımcılarının fiyatlama davranışlarının büyük ölçüde temel değere dayandığını ifade etmektedir. Diğer taraftan Wang vd. (2019) enerji piyasalarındaki finansallaştırmaların bu piyasalardaki spekülatif etkileri üzerine dikkat çekmektedir. Kaufmann (2011) küresel krizin etkisiyle beraber 2007, 2008 yıllarındaki enerji piyasasında gerçekleşen dalgalı seyrin hem market temel değerinden (fundamentals) hem de spekülatif etkilerden kaynaklandığını ifade etmektedir. Nicolau ve Palomba (2015) enerji finansal araçlarının kriz dönemlerinde korunma ve spekülasyon güdüsüyle en fazla hacim oluşturan yatırımlar olduğunu ifade etmektedir. Brown ve Yücel (2008) doğalgaz ve petrol piyasalarının uzun dönemde eşbütünlük olduğunu tespit etmiştir. Bu iki piyasa kısa dönemde birbirinden ayrılsa bile uzun dönemde hata düzeltme mekanizması ile denge oluşturmaktadır. Hartley vd. (2008) aynı durumu daha uzun dönemde olarak teyit etmiştir. Asche vd. (2006) petrol, doğal gaz ve elektirik fiyatları arasında uzun dönemli eşbütünlük ilişki olduğunu tespit etmiştir. Regnard ve Zakoian (2011) eşbütünlük ilişkiyi teyit ederek bunun doğalgaz fiyatlarının tahmini için kullanılabileceğini öne sürmektedir.

Enerji piyasalarında fiyat balonları literatürde oldukça sık karşılaşılan bir durumdur. Enerji piyasalarında yaşanan finansallaştırma ve menkul kıymetleştirme çabalarının sonucunda bu piyasalar daha büyük derinlik kazanmakla beraber spekülatif etkilerin de tesiri altına girdiği söylenebilir. Balonların söz konusu olması durumunda fiyat temel değerden uzaklaşmaktadır. Lammerding vd. (2013) Markov değişen durum uzay modelini kullanarak petrol fiyatlarında güçlü fiyat balonlarının varlığını tespit etmişlerdir. Zhang ve Yao (2016) petrolde dinamik balon hareketlerinin varlığını tespit etmiş ve patlama noktasını tahmin etmiştir. Tsvetanov vd. (2016) SADF ve GSADF yöntemlerini kullanarak ABD petrol piyasası spot ve vadeli işlemlerinde balon varlığını tespit etmişlerdir. Gronwald (2016) 2008 küresel finans krizindeki enerji fiyat hareketlerinde patlayıcı fiyat davranışlarının olduğunu gözlemlemiştir. Su vd. (2017) 1986-2016 dönemi ABD petrol piyasasında 6 farklı fiyat balonu tespit etmiştir. Bohl vd. (2013) SDAF yöntemini kullandıkları çalışmalarında Almanya yenilenebilir enerji hisse

senedi piyasasında patlayıcı fiyat davranışının bulunduğunu tespit etmişlerdir. Zhang vd. (2018a) çoklu balon varlığında SADF yönteminin balonların tamamını tespit etmekte yetersiz olduğunu ifade etmektedir. Bu nedenle Phillips vd. (2015a) GSADF açılımı çoklu balonların tespiti açısından daha tutarlıdır. Umar vd. (2021) yapmış oldukları çalışmada petrol piyasasında çoklu balon varlığı gözlemlenmiştir. Yu ve Zhang petrol fiyatlarında balon oluşmadığını fakat fiyatların tutarsız olduğunu ifade etmektedir. Gharib vd. (2021a) petrol ve altın piyasaları arasında bulaşıcı balon etkisi tespit etmişlerdir. Khan vd. (2021) kömür piyasasında çoklu balon varlığı tespit etmiştir. Bu balonların petrol piyasası, ekonomik krizler, enerji güvenliği gibi nedenlerden kaynaklandığı ifade edilmektedir. Ajmi vd. (2021) Amerikan, Avrupa ve Dubai petrol piyasaları üzerinde çoklu balonların varlığını ifade etmekle birlikte balonlardan en çok etkilenen piyasanın Dubai piyasası olduğunu gözlemlenmiştir. Bu durum jeopolitik ve küresel ekonomik nedenlere dayandırılmaktadır. Figuerola-Ferretti vd. (2020) Amerikan ve Avrupa petrol piyasasında hafif düzeyde patlayıcı fiyat davranışı bulunduğunu gözlemlenmiştir. Bu durumun OPEC (Organization of the Petroleum Exporting Countries) politikaları, kaya gazı, spekülasyon ve finansal krizlerden kaynaklandığı ifade edilmektedir.

Petrol ve genel olarak emtia piyasaları üzerine oldukça zengin bir literatür bulunmasına rağmen doğalgaz piyasası hakkındaki çalışmalar oldukça sınırlı seviyededir. Li vd. (2020) Amerikan, Avrupa ve Asya doğalgaz piyasalarında balon varlığını test etmiştir. Bulunan sonuçlara göre 1996-2017 yılları arasında Avrupa piyasasında iki, Asya piyasasında altı ve Amerikan doğalgaz piyasasında beş farklı balon varlığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte balonların süresi ve yoğunluğu her üç piyasada da farklı özellikler göstermektedir. Zhang vd. (2018a) doğalgaz fiyatlandırmasında kullanılan iki önemli sistem olan petrole endeksleme ve serbest piyasa fiyatlandırma mekanizmalarındaki balon varlığını karşılaştırmalı olarak test etmişlerdir. Bulunan sonuçlara göre serbest piyasa fiyatlandırma mekanizması petrole endeksleme sisteminden daha stabil ve balonlara karşı daha dirençli bir piyasa vadetmektedir. Yang vd. (2021) son yıllarda kullanımı oldukça artan kaya gazı piyasasındaki patlayıcı fiyat davranışlarını test etmişlerdir. Sonuçlar çoklu balon varlığını göstermektedir. Bununla birlikte balonların kendine has bir şekilde konvansiyonel petrol ve doğalgaz piyasasından bağımsız oluştukları gözlemlenmiştir. Zhang vd. (2018b) Asya doğal gaz piyasasının temel değerden uzaklaştığını ve bu nedenle Asya priminin* (Asian premium) oluştuğunu ifade etmektedir. Yıldırım (2020) emtia piyasaları genelinde günlük seriler kullanarak yaptığı çalışmada petrol ve doğal gazda 2015-2019 arası balon oluşmadığını ifade etmektedir. Sharma ve Escobari (2018) genel olarak enerji emtia piyasalarında yapmış oldukları çalışmada doğal gaz piyasasının da patlayıcı fiyat davranışı meydana getirdiğini gözlemlenmişlerdir.

Literatürde Türkiye yurtiçi doğalgaz fiyatları üzerinde yapılmış herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Diğer taraftan yapılan uluslararası araştırmaların büyük bir çoğunluğunun ABD piyasası üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Ülkemiz ise büyük oranda Avrupa doğal gaz piyasasına entegredir. Bu nedenle çalışmanın literatürdeki boşluğu kapatarak fayda vermesi amaçlanmaktadır.

3. ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ

Çalışmada çok önemli balon oluşumunun tespit edilmesi için Phillips vd., (2011) tarafından geliştirilen ve daha sonra Phillips vd., (2015a) tarafından genişletilen Generalised Supremum Augmented Dickey Fuller GSADF yöntemi kullanılacaktır. Bu yöntem aslında sağ kuyruklu Augmented Dickey Fuller (ADF) testine dayanmaktadır. Evans (1991)'a göre tekrar eden

* Asya primi enerji fiyatlarının Asya piyasasında diğer piyasalara göre daha yüksek olması kavramını ifade etmektedir.

balonların varlığı konvansiyonel teknikleri tutarsızlaştırmaktadır. Bu nedenle Phillips vd. (2011) patlayıcı fiyat davranışlarının tespiti için Supremum Augmented Dickey Fuller SADF testini geliştirmiştir. Bu uygulama sıralı sağ taraflı birim kök testleriyle bağlantılı olan özyinelemeli regresyonlara dayanır. Patlayıcı davranışa karşı bulgular sıralı testler yoluyla elde edilmektedir. Hommand ve Breitung (2012) yöntemin konvansiyonel alternatiflere göre daha etkin olduğunu gözlemlemiştir. SADF yöntemi ileriye doğru devam eden örneklem üzerinde ADF testinin tekrarlı olarak tahminine dayanır.

Eğer y_t başlangıç ve bitiş noktası r_1 ve r_2 olan ve toplam gözlem sayısı T olan bir zaman serisinin pencere sayısı $r_2 - r_1 = r_w$ olacaktır. Bu durumda standart ADF eşitliği

$$\Delta y_t = \hat{c}_{r_1, r_2} + \hat{\beta}_{r_1, r_2} y_{t-1} + \sum_{i=1}^k \hat{\phi}_{r_1, r_2}^i \Delta y_{t-i} + \hat{\varepsilon}_t \quad (1)$$

c , β ve ϕ tahmin parametreleri olmak üzere, hata parametresi $\varepsilon_t \sim N(0, \sigma^2)$, ve k bilgi kriteri tarafından tercih edilen gecikmeyi ifade etmektedir. Standart ADF sürecinde boş hipotez y_t 'nin birim kök içerdiğini varsaymaktadır. Phillips vd. (2011) temel ADF prensiplerini genişleterek $\beta > 0$, ekstrem davranışların testine uyarlamıştır (Zhang vd., 2018a). Sağ kıvrımlı ADF testleriyle patlayıcı fiyat davranışları tespit edilerek tarih damgalama (date stamp) fonksiyonu kullanarak patlayıcı davranışın başlangıç ve bitişleri gösterilebilir. Phillips vd (2011) modelinde çoklu tekrarlı regresyon farklı alt örneklemeler üzerinden hesaplanmaktadır. r_1 ve r_2 başlangıç ve bitiş noktalarını temsil etmek üzere toplam gözlem sayısı ($0 < r_1 < r_2 < 1$) olarak sembolize edilmektedir. r_w ise pencere büyüklüğünü göstermektedir ($r_w = r_2 - r_1$). İleri doğru genişleyen pencereler kullanılarak hesaplanan SADF testleri için aşağıdaki eşitlik kullanılabilir.

$$SADF(r_0) = \sup_{r_2=[r_0, 1]} ADF_0^{r_2} \quad (2)$$

Phillips vd., (2015a, 2015b) SADF pratiğine dayanarak GSADF modelini geliştirmişlerdir. SADF tekniği, patlayıcı davranışları sırayla hesaplamak için genişleyen bir ileri pencere kullanırken, uzantısı GSADF, kullanıcı tarafından belirlenen bir minimum pencere boyutu ile sağlanan bir zaman serisinin tüm olası alt örneklemelerini kullanarak patlayıcı fiyat davranışlarını değerlendirmektedir. Liv vd., (2020), GSADF yaklaşımının çoklu balonların tespitine ayırt ediciliğinin daha olası olduğunu göstermektedir. Fiyat balonu tespiti için kullanılan klasik modeller olan temel model veya küme analizi gibi yöntemler diğer fiyat dinamiklerini refere ederek balonları tespit ederken, GSADF yöntemi serinin kendi dinamikleriyle balon varlığını test etmektedir. Bu yöntem düşük gözlem sayıları söz konusu olduğunda bile oldukça kullanışlı bir teknik olarak değerlendirilmektedir (Gharib vd., 2021b). GSADF yöntemi çoklu balonların tespiti açısından SADF'den daha iyi sonuçlar verdiği için çalışmada kullanılan serilerin yapısına daha uygun olacağı değerlendirilerek kullanılmasına karar verilmiştir. GSADF testini temsil etmek için aşağıdaki eşitlik kullanılabilir.

$$GSADF(r_0) = \sup_{r_2=[r_0, 1], r_1=[0, r_2-r_0]} ADF_{r_1}^{r_2} \quad (3)$$

GSADF testi $r_2 \in [r_0, 1]$ her bir SADF için tamamlanana kadar tekrarlayarak hazırlanmaktadır. Tarih damgalama fonksiyonunu oluşturmak için birinci adımda boş hipotez $\rho = 0$ olmak üzere eşitlik (4)'ün tahmini yapılır.

$$\Delta y_t = \mu + \rho y_{t-1} + \sum_{j=1}^p \phi_j \Delta y_{t-j} + \gamma_t \quad (4)$$

Eşitlikte ρ tahmin katsayısını μ sabit terimi ve γ_t hatayı temsil etmektedir.

$$\Delta y_t^b = \sum_{j=1}^p \hat{\phi}_j \Delta y_{t-j}^b + \varepsilon_t^b \quad (5)$$

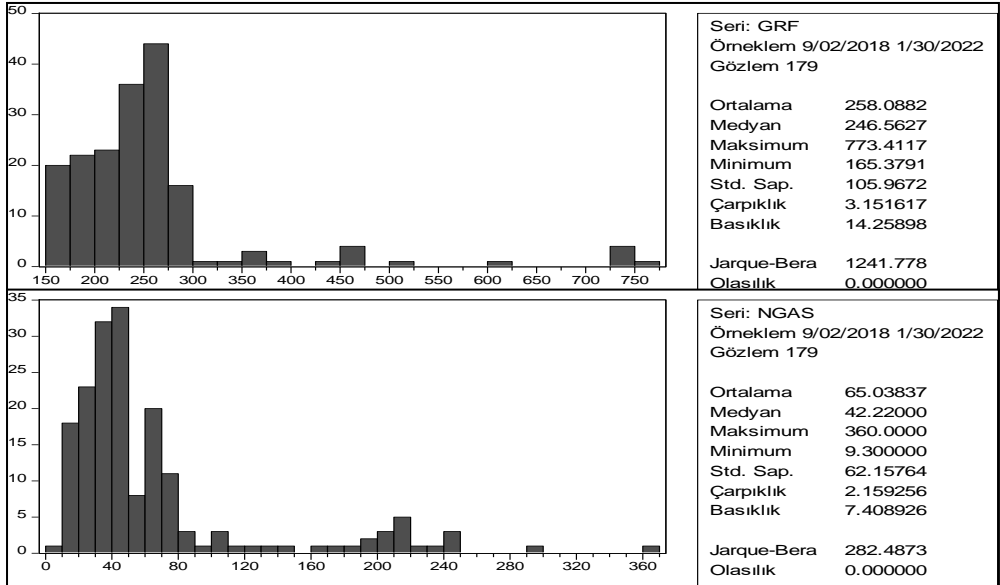
İkinci adımdaki yeniden örnekleme fonksiyonu eşitlik (5)'de gösterilmiştir. $\hat{\theta}_j$ birinci adımdaki en küçük kareler yöntemi ile oluşturulan tahmini gösterirken ε_t^b hata terimi temsil etmektedir. Bir sonraki adımda PSY (Phillips, Shi, You) değerleri bulunur.

$$M_t^b = \max_{t \in [\tau_0, \tau_0 + \tau b - 1]} (PSY_t^b) \quad (6)$$

Eşitlikteki τ_0 küme içindeki kesim noktasını τb ise küme içindeki toplam gözlem sayısını temsil etmektedir.

4. ÇALIŞMANIN VERİLERİ

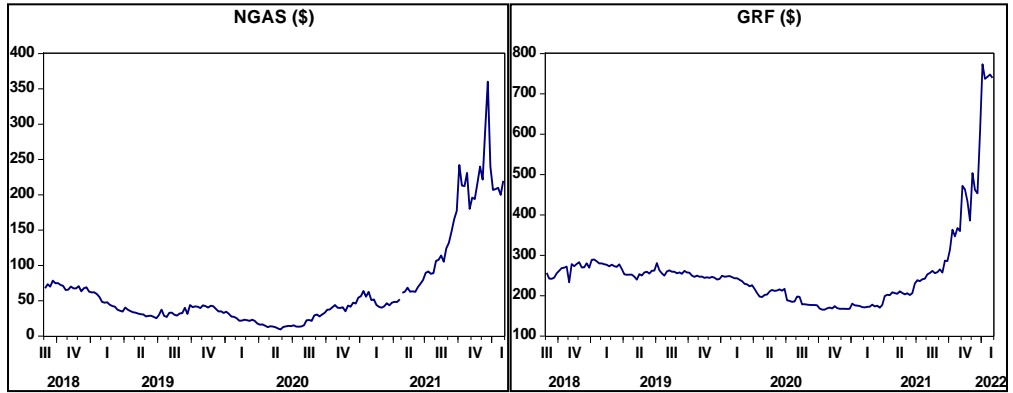
Çalışmada Avrupa tipi uluslararası doğalgaz piyasası verileri ve Enerji Piyasaları Anonim Şirketinin yayınlamış olduğu gaz referans fiyatı üzerinde patlayıcı fiyat davranışları test edilecektir. Uluslararası doğalgaz verileri (NGAS) olarak kısaltılırken yurtiçi doğalgaz referans fiyatı (GRF) kısaltmasıyla ifade edilmiştir. Uluslararası referans fiyatı olarak Avrupa tipi doğalgaz piyasası fiyatının referans alınması ülkemizin büyük oranda bu piyasaya entegre olmasından dolayı tercih edilmiştir. NGAS serisi 10,000 MMBTU[†] birimlik değerlerin fiyatını gösteren seriyi ifade etmektedir. GRF serisi ise 1,000 standart m³ biriminde bir büyüklüğün Amerikan Doları cinsinden değerini ifade etmektedir. Çalışmada 01.09.2018-01.02.2022 arası haftalık seriler kullanılmıştır. Bu dönemin tercih edilmesinin nedeni öncelikle pandemi öncesi ve pandemi dönemi piyasa fiyat davranışlarını karşılaştırmalı olarak gözlemlemek. Bunun yanında pandemi etkilerinin azalmasıyla beraber gelişen ekonomik toparlanmalar sonucu doğal gaz piyasasında oluşan arz talep dengesizlikleri nedeniyle yükselişe geçen piyasa fiyatlarındaki olası fiyat balonlarını incelemektir. Çalışmada patlayıcı fiyat hareketleri sonuçlar açısından belirleyici olduğu için, logaritmik serinin seriyi daha da pürüzsüzleştireceğinden dolayı, ham veriler tercih edilmiştir.



Şekil 1. Verilerin Tanımlayıcı İstatistiksel Gösterimi

[†] 10,000 MMBTU birimi yaklaşık 285 m³ birimlik bir değeri ifade etmektedir.

Şekil 1’de kullanılan seriler hakkında temel açıklayıcı istatistiksel değerler paylaşılmıştır. Serilerin Jarque-Bera test istatistik değerine göre normal bir şekilde dağılmadıkları görülmektedir. Ayrıca serilerin sağa çarpık ve leptokurtik bir yapıda olduğu anlaşılmaktadır. Şekil 2’de serilerin tarihsel grafiği yer almaktadır. Her iki serinin de pandemi öncesi dönemde daha stabil ve yatay bir seyir izledikleri anlaşılmaktadır. Pandemi etkilerinin yavaş yavaş atlatılmasıyla toparlanmaya başlayan ekonomilerin etkisiyle oluşan arz talep yönlü dengesizlikler nedeniyle 2021’in son dönemlerinde oldukça yüksek değerlere ulaşıldığı görülmektedir. Bununla birlikte her iki serinin de benzer bir seyir izledikleri anlaşılmaktadır.



Şekil 2. Serilerin Grafiksel Gösterimi

5. BULGULAR

Çalışmada uluslararası piyasalar ve Türkiye’de kullanılan doğal gaz fiyatındaki patlayıcı fiyat davranışları GSADF yöntemi ile karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Tablo 1’deki sonuçlara göre her iki piyasada çoklu balon varlığı istatistiksel olarak % 1 seviyesinde anlamlıdır. Ayrıca GSADF testinin tarih damgalama (date stamp) fonksiyonu özelliği kullanılarak balon periyotları ve süreleri Tablo 2’de gösterilmiştir. Buna göre uluslararası doğalgaz piyasasında ilgili dönemler itibarıyla fiyat balonu olarak değerlendirilebilecek 3 dönem çoklu patlayıcı fiyat davranışı varlığı tespit edilirken Türkiye piyasasında 5 dönem çoklu patlayıcı fiyat davranışının varlığı tespit edilmiştir. Tespit edilen bu dengesiz fiyatlamaların süresi uluslararası piyasa için 36 hafta iken Türkiye için 30 hafta devam ettiği görülmüştür. Gerçekleşen patlayıcı fiyat davranışlarının pandemi öncesi dönemde oldukça sınırlı iken pandemi döneminde oldukça yükseldiği ve piyasanın giderek istikrarsız bir hale geldiği görülmektedir. Ayrıca pandemi öncesi dönemde kısa periyotlu birkaç dönemli ekstrem fiyat değişimi gözlemlenirken pandemi sonrası dönemde daha uzun dönemli dalgalanmalar gözlemlenmektedir. Bulunan sonuçlar Sharma ve Escobari (2018); Li vd. (2020); Yang vd. (2021) ile benzer doğrultuda gerçekleşerek, doğalgaz piyasalarındaki balon varlığını desteklemektedir.

Tablo 1. GSADF testi sonuçları

Test		NGAS	GRF
GSADF		7.398102***	4.772945***
GSADF Kritik Değer	%99	2.704947	2.758656
	%95	2.062425	2.076158
	%90	1.819878	1.817614

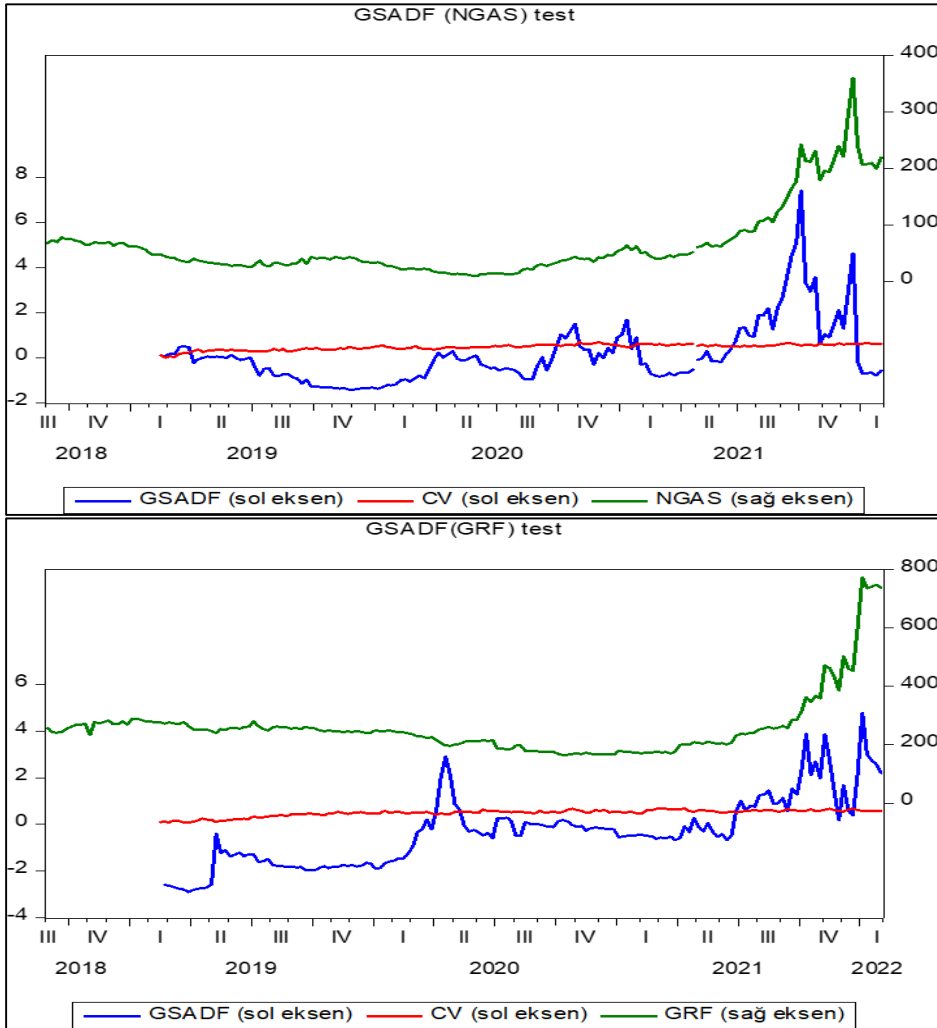
Not: (***) %1 değerinde anlamlılığı göstermektedir.

Tablo 2. Tarih damgalama fonksiyonu ile hesaplanan balon dönemleri

Değişken	Balon Periyodu*	Süre (Hafta)
NGAS	24/02/19-31/03/19	6
	04/10/20-25/10/20	4
	27/12/20-10/01/22	26
GRF	05/04/20-10/05/20	5
	27/06/21-05/09/21	9
	19/09/21-28/11/21	10
	05/12/21-12/12/21	1
	26/12/21-30/01/22	5

Not: (*) GSADF değerinin kritik değerleri aştığı dönemleri göstermektedir.

Şekil 3 'de GSADF istatistiği ve kritik değerlerin tarihsel seyri grafik üzerinde gösterilmiştir. GSADF serisinin kritik değeri geçtiği dönemler balon periyodu olarak değerlendirilmektedir. Her iki seride hem pandemi öncesi hem de pandemi sonrası dönemde balon oluşumunun gerçekleştiği görülmektedir. Balonların pandemi öncesi dönemde kısa dönemli patlayıcı fiyat davranışlarından kaynaklandığı gözlemlenirken pandemi sonrası dönemde bu durumun oldukça uzun süre devam ettiği görülmektedir. Şekil 3'de GSADF test değeri ve kritik değerinin yanında serinin tarihsel değerleri sağ eksenli olarak gösterilmiştir. Uluslararası ve yurtiçi piyasada benzer dönemlerde patlayıcı fiyatlama davranışı gerçekleştiği görülmektedir. Bu durumun Türkiye'de uygulanan fiyatlama politikasının bu piyasayı uluslararası şoklardan yeterince koruyamadığı yönünde yorumlanabilir. Ayrıca her iki piyasada pandemi öncesi dönem ve erken pandemi dönemlerinde oldukça stabil düzeyde fiyat dalgalanmaları gerçekleşirken özellikle 2021 son dönemleri başlayan normalleşme süreciyle birlikte volatil fiyat davranışlarının zirve yaptığı dönem olarak gerçekleşmiştir. Uluslararası piyasada görülen dengesiz fiyat hareketlerinin büyük ölçüde yurtiçi piyasa referans fiyatında da izlenmesi devletin uygulamış olduğu koruyucu fiyat politikalarının istikrarı sağlamakta yetersiz olduğunu göstermektedir. Doğalgaz gibi ekonomik açıdan büyük önem arz eden bir girdinin, uluslararası piyasalardaki dengesiz fiyat hareketlerini uygulanacak etkin fiyat politikaları ile sönmümlendirilmesi ve daha stabil bir hale getirilmesi fiyatlar genel dengesi açısından faydalı olabilir. Mevcut durumda yurtiçi doğal gaz piyasasında büyük oranda etkin olmayan patlayıcı fiyat davranışları gerçekleştirmektedir. Bu durum piyasa hakkında öngörülebilirliği azaltıcı ve riski arttırıcı bir etkiye sebep olmaktadır.



Şekil 3. GSADF ve kritik değer tarihsel gösterimi

6. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Çalışmada uluslararası doğalgaz piyasaları ve yurtiçi doğal gaz referans fiyatlarında patlayıcı fiyat davranışları analiz edilmiştir. Çalışmanın bulgularına göre hem uluslararası piyasalarda hem de yurtiçi piyasalarda çok dönemli balon olarak değerlendirilebilecek patlayıcı fiyat hareketleri tespit edilmiştir. Balon dönemlerinin benzer periyotlarda gerçekleştiği görülmüştür. Uluslararası piyasada 5 dönem yurtiçi piyasada ise 3 dönem patlayıcı hareketin olduğu gözlemlenmiştir. Bu patlayıcı fiyat hareketlerinin Covid-19 pandemisi öncesinde birkaç dönemlik kısa periyotlarda cılız bir şekilde geliştiği görülürken pandemi sonrası dönemde uzun soluklu etkilerinin olduğu görülmüştür. Bu durumun aşılmasının büyük oranda tamamlanması nedeniyle toparlanan ekonomilerin, doğalgaz piyasalarında yarattığı arz-talep yönlü dengesizlikler nedeniyle fiyatlarda görülen yükselişten kaynaklandığı düşünülmektedir. Ayrıca

Rusya-Ukrayna gerginliği nedeniyle bu piyasada yaşanabilecek olası darboğaz tehditlerinin piyasadaki fiyat beklentileri üzerinde etkili olduğuna inanılmaktadır.

Balon dönemlerinin uluslararası ve yurtiçi piyasalarda benzer ve birbirine yakın dönemlerde gerçekleştiği gözlemlenmiştir. Bu durumun sonucu olarak uygulanan yurtiçi doğal gaz fiyatlandırma politikasının uluslararası dengesiz fiyat hareketlerini sönmülmendirmekten uzak olduğu anlaşılmaktadır. Bu geçişkenliği azaltacak ve yurtiçi doğal gaz fiyatını daha stabil bir hale getirebilecek fiyatlama politikaları yurtiçinde doğal gaz fiyat istikrarının korunmasına yardımcı olabilir. Bununla birlikte doğal gaz gibi ulaşımdan enerjiye birçok sektörde temel bir girdi olarak kullanılan ekonomik bir kaynağın yurtiçi piyasada fiyat dengesini sağlaması, ekonominin genel fiyat istikrarını kazanmasında faydalı olabilir. Ekonomik açıdan vazgeçilmez olan bu kaynağın fiyat istikrarı bu nedenle oldukça önem arz etmektedir.

Bulunan sonuçları pandemi öncesi ve pandemi dönemi olarak ayırmak gerekirse pandemi öncesi dönemde kısmen düşük seviyeli patlayıcı fiyat davranışları gözlemlenmesine rağmen bunlar takip eden birkaç dönem içinde dengelenmiştir. Pandemi döneminde ise özellikle 2021 son çeyreğiyle birlikte gözlemlenen patlayıcı fiyat davranışlarının sonraki dönemlerde dengelenme olmadan fiyat balonuna evrildiği görülmektedir. Bu durumun belli başlı sebepleri literatür ışığında tartışılabilir. Tesio vd. (2022), doğal gaz fiyatlarındaki keskin yükselişin nedeni olarak; Avrupa piyasasındaki arz yetersizliği, ve aşırı sonrası toparlanma döneminin başlamasıyla Asya piyasasındaki doğal gaz talebinin keskin bir şekilde yükselmesinin etkili olduğunu ifade etmektedir. Arz talep dengesizliğine üzerinde durulması gereken bir diğer husus ise Li vd. (2022) çalışmasında gözlemlediği doğal gaz piyasasının talep elastikiyetinin oldukça düşük olmasıdır. Talep elastikiyeti düşük olan bu piyasa arz darboğazlarına büyük fiyat artışlarıyla karşılık göstermektedir. Bunu ortadan kaldırmanın yolu ise arz güvenliliğini sağlamak ve kaynakları çeşitlendirmektir. Misik (2022), enerji arz güvenliği politikalarının Avrupa karbon emisyonu azaltma çalışmalarının gölgesinde kaldığı için yeterli olmadığını beyan etmektedir. Bu nedenle Avrupa Birliği ülkelerinin enerji güvenliğini artırıcı politikalar üretmesi gerektiğini ifade etmektedir. Wang vd. (2022) son yaşanan enerji darboğazının enerji arz güvenliği konularını tekrar gündeme getirmesi gerektiğini savunmaktadır. Özellikle Çin piyasasının doğal gaz arz güvenliğinin uygunluk, ulaşılabilirlik ve maliyet açısından tekrar ele alınması gerektiğini ifade etmektedir.

KAYNAKÇA

- AJMI, A. N., HAMMOUDEH, S., & MOKNI, K. (2021). "Detection of bubbles in WTI, brent, and Dubai oil prices: A novel double recursive algorithm", *Resources Policy*, 70: 1-6.
- ARORA, V., & LIESKOVSKY, J. (2014). "Natural gas and US economic activity". *The Energy Journal*, 35(4), 167–182.
- ASCHE, F., OSMUNDSSEN, P., & SANDSMARK, M. (2006). "The UK market for natural gas, oil and electricity: are the prices decoupled?" *The Energy Journal*, 27(2), 27–40.
- BLANCHARD, O. J., & WATSON, M. W. (1982). "Bubbles, rational expectations and financial markets" NBER Working Paper Series, 945: 1-30
- BOHL, M.T., KAUFMANN, P., & STEPHAN, P. M. (2013). "From hero to zero: evidence of performance reversal and speculative bubbles in German renewable energy stocks" *Energy Economics*, 37: 40–51.
- BROWN, S. P., & YÜCEL, M. K., (2008). "What drives natural gas prices?" *The Energy Journal*, 29(2): 45–60.

- BRUNNERMEIER, M.K. (2016). *Bubbles In: Banking Crises*. Springer, Almanya . 28–36.
- CAMPBELL, J.Y., & SHILLER, R. (1987). “Cointegration and Tests of Present Value Models”, *Journal of Political Economy*, 95, 1062–1088.
- CAMPBELL R. B., & TURNOVSKY S. J. (1985). “An analysis of the stabilizing and welfare effects of intervention in spot and futures markets” National Bureau of Economic Research Working Paper, 1698
- CHIOU-WEI, S.-Z., LINN, S.C., & ZHU, Z. (2014). “The response of US natural gas futures and spot prices to storage change surprises: fundamental information and the effect of escalating physical gas production”. *Journal of International Money and Finance*. 42, 156–173.
- DING, S., CUI, T., ZHENG, D., & DU, M. (2021) “The effects of commodity financialization on commodity market volatility”, *Resources Policy*, 73: 1-10.
- EVANS, G.W. (1991). “Pitfalls in testing for explosive bubbles in asset prices”, *The American Economic Review*, 81 (4), 922–930.
- FIGUEROLA-FERRETTI, I., MCCRORIE, J.R., & PARASKEVOPOULOS, I. (2020). “Mild explosivity in recent crude oil prices”, *Energy Economics*. 87: 1-25.
- GARBER, P.M. (2000). *Famous First Bubbles: The Fundamentals of Early Manias*, MIT Press. Cambridge, Massachusetts.
- GHARIB, C., MEFTEH-WALI, S., & JABEUR, S.B. (2021a). “The bubble contagion effect of COVID-19 outbreak: evidence from crude oil and gold markets”, *Finance Research Letters*. 38: 1-10
- GHARIB, C., MEFTEH-WALI, S., SERRET, V., & JABEUR, S. B. (2021b) “Impact of COVID-19 pandemic on crude oil prices: Evidence from Econophysics approach”, *Resources Policy*, 74: 1-17.
- GRONWALD, M. (2016). “Explosive oil prices”. *Energy Economics*. 60: 1–5.
- HARTLEY, P.R., MEDLOCK III, K.B., & ROSTHAL, J.E. (2008). “The relationship of natural gas to oil prices” *The Energy Journal*, 29(3), 47–65.
- HOMMAND, U., & BREITUNG, J. (2012). “Testing for speculative bubbles in stock markets: a comparison of alternative methods”. *J. Financ. Econ*. 10 (1), 198–231.
- JI, Q., GENG, J.-B., & FAN, Y. (2014). “Separated influence of crude oil prices on regional natural gas import prices”, *Energy Policy*, 70: 96–105.
- KAUFMANN, R.K. (2011). “The role of market fundamentals and speculation in recent price changes for crude oil” *Energy Policy*, 39: 105–115.
- KAWAI M. (1983). “Price volatility of storable commodities under rational expectations in spot and futures markets”, *International Economic Review*, 24(2): 435-459.
- KHAN, K., SU, C. W., & REHMAN, A. U. (2021). Do multiple bubbles exist in coal price? *Resources Policy*, 73: 1-9.
- KINDLEBERGER, C.P. (1978). *Manias, Panics, and Crashes: A History of Financial Crises*, Basic Books, New York

- LAMMERDING, M., STEPHAN, P., TREDE, M., & WILFLING, B. (2013). “Speculative bubbles in recent oil price dynamics: evidence from a Bayesian Markov-switching state-space approach”, *Energy Economics*, 36: 491–502.
- LI, R., WOO, C-K., TISHLER, A., & ZARNIKAU, J. (2022) “How price responsive is industrial demand for natural gas in the United States?”, *Utilities Policy*, Volume 74
- LI, Y., CHEVALLIER, J., WEI, Y., & LI, J. (2020). “Identifying price bubbles in the US, European and Asian natural gas market: Evidence from a GSADF test approach” *Energy Economics*, 87: 1-9.
- MIŠÍK, M. (2022) “The EU needs to improve its external energy security”, *Energy Policy*, Volume 165
- NICK, S., & THOENES, S. (2014). “What drives natural gas prices?—a structural VAR approach”, *Energy Economics*. 45: 517–527.
- NICOLAU, M., & PALOMBA, G. (2015). “Dynamic relationships between spot and futures prices. The case of energy and gold commodities”, *Resources Policy*, 45: 130–143.
- NOVIKOV, A. V., URAZGALIEV, V. S., & TITKOV M.V. (2021). “Prospects for the Formation of a Global Natural Gas Market: Price Analysis of European, Asian, American Gas Markets” SHS Web of Conference 92: 1-8.
- PHILLIPS, P. C. B., SHI, S., & YU, J. (2015a). “Testing for multiple bubbles: historical episodes of exuberance and collapse in the S&P 500”, *International Economic Review*, 56(4), 1043–1078.
- PHILLIPS, P. C. B., SHI, S., & YU, J., (2015b). “Testing for multiple bubbles: limit theory of realtime detectors”. *International Economic Review*, 56(4): 1079–1134.
- PHILLIPS, P. C. B., WU, Y., & YU, J. (2011). “Explosive behavior in the 1990s Nasdaq: when did exuberance escalate asset values?” *International Economic Review*, 52(1): 201–226.
- REGNARD, N., & ZAKOŇAN, J.M. (2011). “A conditionally heteroskedastic model with time-varying coefficients for daily gas spot prices”. *Energy Economics*. 33: 1240–1251.
- SHARMA, S., & ESCOBARI, D. (2018). “Identifying price bubble periods in the energy sector”, *Energy Economics*. 69: 418–429.
- SILIVERSTOVS, B., L’HÉGARET, G., NEUMANN, A., & VON HIRSCHHAUSEN, C. (2005). “International market integration for natural gas? A cointegration analysis of prices in Europe, North America and Japan”. *Energy Economics*. 27 (4): 603–615.
- STIGLITZ, J.E. (1990). “Symposium on bubbles” *The Journal of Economic Perspectives*, 4(2): 13–18.
- SU, C. W., LI, Z. Z., CHANG, H. L., & LOBONT, O. R. (2017). “When will occur the crude oil bubbles?”, *Energy Policy*, 102: 1–6.
- TESIO, E., CONTI, I., & CERVGNI, G. (2022) “High gas prices in Europe: a matter for policy intervention?” *Policy Briefs*, 2022/06, DOI: 10.2870/260985
- TSVETANOV, D., COAKLEY, J., & KELLARD, N. (2016). “Bubbling over! The behaviour of oil futures along the yield curve”. *Journal of Empirical Finance* 38(B): 516–533.

- UMAR, M., SU, C.W., RIZVI, S. K. A., & LOBONT, O.R. (2021). “Driven by fundamentals or exploded by emotions: Detecting bubbles in oil prices”, *Energy*, Volume 231: 1-9
- WANG, X., QIU, Y., CHEN, J., & HU, X. (2022) “Evaluating natural gas supply security in China: An exhaustible resource market equilibrium model”, *Resources Policy*, Volume 76
- WANG, T., ZHANG, D., & BROADSTOCK, D. C. (2019). “Financialization, fundamentals, and the timevarying determinants of US natural gas prices”, *Energy Economics*. 80: 707–719.
- YANG, H., HAN, X., & WANG, L. (2021) “Is there a bubble in the shale gas market?”, *Energy*, 215(A): 1-8.
- YILDIRIM, H. (2020). “Testing bubbles formation at real-time commodity prices”, *Public Affairs*, 21(3): 1-10.
- YU, K., & ZHANG, Y. (2021). “Booms and busts in the oil market: identifying speculative bubbles using a continuous-time dynamic system”. *Complexity*, 2021: 1-19
- ZHANG, D., SHI, M., & SHI, X. (2018a). “Oil indexation, market fundamentals, and natural gas prices: an investigation of the Asian premium in natural gas trade”. *Energy Economics*. 69: 33–41.
- ZHANG, D., WANG, T., SHI, X., & LIU, J. (2018b) “Is hub-based pricing a better choice than oil indexation for natural gas? Evidence from a multiple bubble test”, *Energy Economics*, 76: 495-503.
- ZHANG, Y., & YAO, T. (2016). “Interpreting the movement of oil prices: driven by fundamentals or bubbles?”, *Economic Modelling*, 55: 226–240.

Determining the Financial Performances of ISE Tourism Companies in the Period of 2009-2020 by Data Envelope Analysis

(Araştırma Makalesi)

BİST Turizm Şirketlerinin 2009-2020 Dönem Aralığındaki Finansal Performanslarının Veri Zarflama Analizi ile Tespiti

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1111946

Meziyet Sema ERDEM

Faculty of Business Administration, Bolu Abant İzzet Baysal University

m_erdem1@hotmail.com

Orcid No: 0000-0002-5689-9014

Tülay YEL

Faculty of Business Administration, Bolu Abant İzzet Baysal University

yel_t@ibu.edu.tr,

Orcid No: 0000-0002-0699-8583

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Erdem, M.S., & Yel, T. (2023). Determining the Financial Performances of ISE Tourism Companies in the Period of 2009-2020 by Data Envelope Analysis. *Alanya Akademik Bakış*, 7(1), Sayfa No.291-310.

ABSTRACT

Keywords:
Financial Performance, Financial Ratios, Malmquist Total Factor Productivity Index, Tourism Sector

Received:

01.05.2022

Accepted:

17.12.2022

The tourism sector makes significant contributions to national and regional development. On the other hand, emerging political instabilities and any crisis have a significant impact on the development of the sector. In this study, it is aimed to determine the financial performance of companies within the scope of Istanbul Stock Exchange (ISE) Tourism index between 2009-2020. For this purpose, the Malmquist Total Factor Productivity index was created by using the financial ratios calculated from the financial statements of the companies. As a result of the study, it was determined that there was a significant decrease in the performances and productivity of tourism companies between 2016-2020. It has been revealed that the effects of the political crises that took place in Turkey were involved in the decrease in productivity in this period.

ÖZET

Anahtar kelimeler:
Finansal Performans, Finansal Oranlar, Malmquist Toplam Faktör Verimlilik Endeksi, Turizm Sektörü

Turizm sektörü ulusal ve bölgesel kalkınmaya önemli katkılar sağlamaktadır. Öte yandan, ortaya çıkan siyasi istikrarsızlıklar ve herhangi bir kriz durumu sektörün gelişimini önemli ölçüde etkilemektedir. Bu çalışmada Borsa İstanbul (BİST) Turizm endeksi kapsamındaki şirketlerin 2009-2020 yılları arasındaki finansal performanslarının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla şirketlere ait finansal tablolardan hesaplanan finansal oranlar kullanılarak, Malmquist Toplam Faktör Verimliliği endeksi oluşturulmuştur. Çalışma sonucunda, 2016-2020 yılları arasında turizm işletmelerinin performanslarında ve verimliliklerinde önemli bir azalış olduğu tespit edilmiştir. Bu dönemde ortaya çıkan verimlilik azalışında, Türkiye’de meydana gelen siyasi krizlerin etkilerinin bulunduğu ortaya çıkmıştır.

1. INTRODUCTION

In the present century, tourism which has become an economic and social event, is considered as an invisible foreign trade item of countries. The economic benefits provided by the tourism sector and the political effects created by the sector contribute significantly to national and regional development. However, economic, and political instabilities occurring worldwide or regionally, and any emerging crisis can significantly affect the development of the tourism sector. This situation also significantly reduces the income come from the sector. As a matter of fact, tourism activities are affected very quickly by every crisis that affects the masses, and sometimes even individual crises can cause tourists to change their routes (Sarıçay and Ünal, 2014).

The economic and political crises that have occurred in Turkey have slowed the growth rate in the tourism sector from time to time. It is seen that the most important factor in the background of the decrease in the number of foreign tourists coming to Turkey and the decrease in the incomes obtained from tourism is the economic and political crises that have emerged in Turkey. The mortgage crisis, which started in the United States of America in 2008 and then spread to the whole world, inevitably affected the Turkish tourism sector as well as other sectors. The political events in Egypt in 2011 and the anti-government protests in the context of the Arab Spring negatively affected the Turkish tourism sector. The political events that took place in Syria have affected the tourism sector in Turkey. The tension between Ukraine and Russia, which started in 2014, has slowed the desired growth in Turkish tourism. Increasing Syrian events in 2015, terrorism, increasing geopolitical risks for Turkey and the Syrian migrant crisis have deeply affected the Turkish tourism sector (Karaçor and Garda, 2015).

It was claimed that the Russian warplane, which violated the border was shot down by Turkish warplanes on the Syrian border on November 24, 2015. This situation caused serious problems both economically and politically between the two countries. After the plane was shot down, a series of economic sanctions decisions taken by the Russian authorities against Turkey, banned the export of many products from Turkey. Russian citizens were also urged not to go on holiday to Turkey. This political tension between the two countries caused a significant decrease in the number of Russian tourists coming to Turkey. After all, the first of the countries sending the highest number of tourists to Turkey between the 2015-2017 period is Germany (22,595,351 visitors), and the second is the Russian Federation (22,212,985 visitors) (Tursab, 2020). With the coup attempt on 15 July 2016, the trust of foreign tourists in Turkey was shaken. This situation has caused a decrease in the number of tourists coming to Turkey.

The Covid-19 pandemic, which started in China's Wuhan region in November 2019, has also deeply affected most industries since 2020. A few measures have been taken all over the world to prevent the spread of the epidemic during the pandemic process. In this context, restrictions such as travel restrictions, strict quarantine practices, curfews, personal isolation measures, closure of workplaces except for urgent needs, transfer of many services, including education, from physical environment to the internet environment, were implemented. Especially due to the travel restrictions put into practice, the tourism sector has taken a serious blow all over the world in 2020 (Bakan, 2020).

In this study, it is aimed to determine the financial performance of companies operating within the scope of Istanbul Stock Exchange (ISE) Tourism index between 2009-2020. For this purpose, Input Oriented Data Envelopment Analysis (DEA) was carried out with the financial ratios calculated from the period-end financial statements of the companies. In the next step, the Malmquist Total Factor Productivity index (MTFP) was created.

2. LITERATURE REVIEW

DEA is one of the most used methods to determine the relative effectiveness of decision making units. Initially, DEA was used by non-profit organizations as a performance measurement tool. In later times, it has been frequently used by profit-oriented companies for performance evaluation purposes. In recent years, it has been widely used to evaluate the performance of educational institutions, schools, health institutions, hospitals, banks, and manufacturing companies (Ulucan, 2002).

In some of these studies, financial ratios were used as input and output. In this frame, Benli & Karaca (2017), Yaşar (2017), Çelik & Ayan (2017), Yalama & Sayım (2006), Akyüz, Yıldırım & Balaban (2015), Dizkırıcı (2014), Soba & Akcanlı (2012), Soba & et al. (2012), Özer, Öztürk & Kaya (2010), Başkaya & Öztürk (2012), Cenger (2011), Kula & Özdemir (2007), Altın (2010), Kaya & Gülhan (2010) used financial ratios as input and output in their studies.

Some studies have also been carried out to measure the effectiveness of tourism enterprises in Turkey. Tümer and Tengilimoğlu (2023) investigated the impact levels of the stock market tourism indices of North America, Europe, Asia Pacific regions from COVID-19. They used COVID-19 data such as daily cases, daily deaths, total cases, and total deaths from January 2020 to January 2022. Spearman correlation and simple linear regression analyzes were performed. As a result of the research, they determined that the regional daily deaths caused by COVID-19 affected the stock market tourism indices negatively. Çilek (2022) aimed to determine the effects of Covid-19 on the financial success of BİST Tourism companies. For this purpose, Integrated CRITIC-COPRAS methods were used. As a result of the research, the best performing enterprises, and the worst performing enterprises in 2019 and 2020 were determined. Çoşkun and Çetiner (2022) examined the stock prices and market multipliers and performances of ISE Tourism companies. Between the years 2014-2021, the market value/book value ratio, Tobin's q ratio, price/sales ratio, company value/sales ratios were calculated. The importance weights of the ratios were examined by the Entropy method, and the performances were examined by the MOORA method. The price/sales ratio and the company value/sales ratio show that the importance of the ratio is high. ur companies are better than the others. Gezen and Özcan (2022) aimed to determine the impact of Covid-19 on the financial status of tourism businesses traded in the ISE Tourism Index in the period of 2011-2020. They used the Z-score model developed by Altman for service businesses. As a result of the research, they determined that 2 businesses in 2019 and 1 business in 2020 are in the risky range in terms of financial distress. They found that other businesses were in the safe range. However, in 2020, it has been observed that the market values of the enterprises included in the ISE Tourism Index tend to increase. Kılıç (2022) investigated the effect of Covid-19 on the financial performance of tourism and transportation companies within the scope of ISE with ratio analysis. The results showed that Covid-19 had a significant impact on the financial ratios of transportation and tourism businesses, apart from their liquidity ratios. In addition, according to the research findings, while Covid-19 increases the financial risks of businesses, it has a significant impact on profitability. Koç (2022) examined the financial effects of COVID-19 on accommodation tourism in the world and in Turkey. It has been determined that the epidemic caused negative effects on the sector, even at the beginning of the epidemic process, the sector came to a standstill, and with the stretching of the measures taken, the sector started to recover later. It has been revealed that many businesses and companies experienced economic contractions during the epidemic, and many of them even had difficulties in continuing their activities. Mammadli and Helhel (2022) determined whether there is a difference in terms of business failure estimation between the financial ratios of unsuccessful and unsuccessful tourism

businesses traded in the ISE in the period of 2012-2017. As a result of the Mann-Whitney U test analyzes made for each year; Unsuccessful companies have higher rank averages than unsuccessful companies. Unsuccessful businesses show that they are more successful in paying their short-term debts through more liquid current assets and their total debt obligations through annual EBITDA. In addition, non-failed businesses effectively use the funds invested in the company. Özçalık and Eren (2022) The response of investors to the tourism stock market indices of the COVID-19 epidemic was analyzed by the "event study" method. In this context, three events representing the development of the COVID-19 epidemic were identified in the study. In the study, four different tourism indices were selected. These; The STOXX Travel & Leisure Global index is the STOXX Travel & Leisure Asia-Pacific index, the STOXX Travel & Leisure Europe index and the STOXX Travel & Leisure North America index. The results of the analysis show that, in general, investors reacted negatively to the COVID-19 outbreak according to market returns (MSCI ACWI). When analyzed by regions, it is seen that the highest losses in all event windows are experienced in the European tourism index. Soy Temur (2022) investigated the effects of Covid-19 on the financial performance of businesses included in the ISE Tourism Index. First of all, the financial ratios of the enterprises in the 2019-2020 period were calculated. EDAS, TOPSIS and WASPAS methods were applied to the data. The Entropy method was used to calculate the criterion weights used in the analysis. The Spearman Rank Relationship Test was used to measure the consistency between the ranking results. As a result of the study, it has been determined that the financial performances of the enterprises have changed before and during the Covid-19 period. Yetiz, Süsay and Ünal (2022) Industrial Production Index, ISE Tourism Index, Hotel and Restaurants (Tourism) Total Cash Loans, CPI Indicators (Restaurants and Hotels), Service Sector Confidence Index, in the period 2011:01-2021:02 in Turkey and Turkey Geopolitical Risk Index monthly data. They used the Toda Yamamoto Causality test for the analyses. As a result of the research, they determined a one-way relationship from the Service Sector Confidence Index to growth. They found a one-way relationship from the Service Sector Confidence Index to the CPI. They found a one-way causality relationship from the ISE Tourism Index to the Service Sector Confidence Index. They found a one-way causality relationship from Hotel and Restaurants (Tourism) Total Cash Loans to CPI. Mazman itik ((2021) analyzed the financial statement data of companies within the scope of ISE Tourism index for 2019 by analyzing the "Vertical Percentage Method". It has been concluded that the companies are financed with equity instead of foreign resources, which is the general characteristic of the sector. Özer (2021) analyzed the stock performances of companies traded in the ISE Tourism index between 2012 and 2021. In this context, Sharpe, Treynor, Jensen, Sortino and Omega methods were used. It has been determined that the performance measurement methods used give results close to each other. Pala (2021) investigated the financial performances of the companies in the ISE tourism index in the 2016-2020 periods using CILOS and MAIRCA methods. As a result of the research, there was a significant difference in terms of the company with the highest performance compared to the performance of the others, while at the same time, statistical differences were obtained in terms of rankings in the Covid-19 pandemic period compared to other periods. Yıldız (2021) was used to research the financial data of the companies operating within the scope of ISE Tourism index between 2011 and 2018. The financial failures of tourism companies were investigated by using the data in Altman's Z score and Z" score models, Springate model and Fulmer model. As a result of the study, the tourism businesses included in the research did not give the same results in the specified models. Businesses that were measured as successful in some models were measured as unsuccessful in some models. It has been observed that the financial ratios and financial items used in the formulas of the models that produce similar results are the same, but the coefficients are different. With the above-mentioned models, a definite conclusion could

not be reached in predicting financial failure. Karakaş and Öztel (2020) measured the financial performances of businesses within the scope of ISE Tourism index between 2014 and 2018 using the TOPSIS method. The relative importance levels of the calculated ratios were determined by the Entropy method, and tourism enterprises were ranked according to their financial performance. Out of the 12 financial ratios used as evaluation criteria, the importance levels of cash ratio and current ratio were the highest. In addition, it was observed that the 2015 political crisis between Russia and Turkey had a negative impact on the financial performance of tourism companies. Şimşek and Özcan (2020) used Turkey's annual visitor number, annual tourism income, national income per capita, number of museums, annual average temperature, annual tourism expenses, unemployment rate, annual number of foreign visitors, between 2010-2019. The constant returns to scale (CCR) model of DEA were analyzed. They determined the years 2011, 2012, 2013, 2014, 2015 and 2018 as effective years for the tourism sector in Turkey. Korkut et al. (2020) The effect of daily Covid-19 cases and daily deaths from Covid-19 on ISE ourism was examined by means of ARDL limit test. As a result of the analyzes made, it has been determined that Covid-19 has a cointegrated structure with tourism based on both the number of cases and deaths. Paça and Karabulut (2019) subjected the financial ratios of companies in the ISE Tourism Index between 2013 and 2017 to correlation and Kruskal Wallis H tests. It has been found that there is no difference between firms' asset turnover, working capital turnover, net profit to total assets ratio, and the ratios of profit before interest and tax to total assets. Süslü, Ateş, and Gök (2019) analyzed the financial performances of companies within the scope of ISE Tourism index between 2015 and 2016 through the Analytical Hierarchy Process (AHS). Idity, Leverage, Profitability and Activity ratios were chosen as the main criteria. Depending on the main criteria, 16 sub-criteria were selected. It has been observed that there are fluctuations in the performances of the companies between the periods of 2015-2016. It has been determined that the performances of tourism companies were affected by the events that directly and indirectly affected Turkey between 2015 and 2016. Karadeniz (2019) measured the effects of the aircraft crisis between Russia and Turkey on the performances of the businesses within the scope of the ISE Tourism index, by means of the calculated financial ratios. It was determined that there was a decrease in liquidity ratios, receivables turnover, net profit margin and equity profitability ratios in the post-crisis period. On the other hand, it has been determined that there has been an increase in total and short-term leverage ratios, asset turnover, inventory turnover, asset profitability ratio and price earnings ratio. In addition, it was determined that the difference between the averages of all calculated financial ratios was not statistically significant in the pre-crisis and post-crisis period. Karadeniz and Öcek (2019) determined the financial failure risks of businesses operating between 2012 and 2017 within the scope of ISE Tourism index according to the Altman Z Score model. Then, Mann Whitney U Test determined whether there is a difference between the financial ratios of the companies that carry the risk of financial failure and those that do not. It has been determined that there is a statistically significant difference between the companies that are at risk of financial failure and those that are not at risk of financial failure in terms of current ratio, acid-test ratio, cash ratio, leverage ratio, return on assets, return on equity, net profit margin and price/earnings ratio. Göral and Tengilimoğlu (2018) used the number of employees, tourism sector infrastructure, natural resources, and cultural resources as inputs, while the number of tourists and average income per capita are used as outputs. DEA and TOPSIS Based Productivity Ranking (ESM-VT) method was used to measure efficiency. According to the findings, the tourism sector efficiency ranking is Turkey, Azerbaijan, Mongolia, Kyrgyzstan, Kazakhstan, Tajikistan. Karadeniz et al. (2017) investigated the efficiency of tourism companies in 2014 with the vertical analysis method. In the study, they determined that ISE tourism companies have a higher rate of tangible fixed assets compared to

the general sector. Doğan and Ersoy (2018) used the number of rooms, total expenses, and amount of personnel datas of twelve tourism companies operating in Yozgat province as inputs, and the number of customers, total revenues and customer satisfaction datas as output. Input-oriented DEA method was used in the study. Thus, they determined the efficient and ineffective companies. Karkacier and Yazgan (2017) analyzed the efficiency of ISE tourism companies in 2015 using Gray Relational Analysis (GIA). Some financial ratios such as liquidity, leverage and profitability ratios were used in the study. They found that the leverage ratio is the most important ratio for measure performance of tourism sector. Kahveci and Turna (2016) analyzed the financial ratios of tourism businesses traded in the ISE with the TOPSIS method. A ranking was made between the enterprises with the performance scores obtained. As a result of the study, priority financial ratios that are effective in determining the performance scores of the companies operating in the sector have been determined. Özçelik and Kandemir (2015) analyzed the financial ratios of thirteen ISE tourism companies for the period of 2011-2015 using the TOPSIS method. It has been determined that the financial performance scores of tourism enterprises differ according to years. Ecer and Günay (2014) analyzed the efficiency of ISE tourism companies during 2008-2012 period using Gray Relational Analysis (GIA). Some financial ratios such as liquidity, leverage and profitability ratios were used in the study. They also revealed that financial ratios can be used to determine performance in companies. Uyar and Alış (2014), analyzed the efficiency of thirty-seven tourism companies in Alanya in 2013. Recorded customer satisfaction, annual overnight datas of tourism companies were used as inputs. Occupancy rate and room income datas were used as output. As a result of study, they determined that five companies were effective in their operations and the remaining thirty-two were ineffective in their operations. Benli (2012) determined the efficiency of accommodation establishments in the Aegean, West Marmara, East Marmara, and Mediterranean Regions during the 2007-2010 period with DEA and Malmquist Total Factor Productivity Index. Total bed capacity was used as input and number of arrivals and overnight stays at the facility as output. As a result of the study, it has been revealed that the accommodation establishments in the Mediterranean and Aegean Regions are richer and more developed in terms of tourism than the ones in the West and East Marmara regions. Babacan and Özcan (2009) used the related activities, other expenses, beverage expenses, food expenses, animation and game expenses, number of rooms and amount of personnel datas of tourism enterprises operating in Alanya as inputs. They used beverage revenues, meal revenues, revenues from games and room income datas as output. They found that thirteen of the twenty-two tourism companies were efficient and nine were ineffective. Emir and Özgür (2008) used the activities and total bed capacities of the tourism companies in the Mediterranean and Aegean coastal tourism regions as inputs. The number of arrivals and overnight stays datas as output. They concluded that tourism companies in tourism regions with more bed capacity are more effective. Doğan and Tañç (2008) used the number of rooms, total expenses, and amount of personnel datas of eighteen tourism companies in Cappadocia as inputs. The total number of customers, total revenues, and customer satisfaction datas as output. They determined that only four of the eighteen tourism companies' establishments were efficient. Erciş and Gülcü (2008) applied the investment cost, number of personnel, number of beds, periodical operating expenses datas of nine tourism companies operating in Erzurum and Kars regions as inputs. Net profit and occupancy rate datas as output. It has been determined that tourism enterprises that provide relative efficiency in service production have higher occupancy rates than ineffective rival tourism companies. Önüt and Soner (2006) used the number of employees, annual electricity consumption, annual water consumption, annual LPG consumption and occupancy rate datas as inputs. Annual total revenue and total number of guests as outputs. They determined the amount of input that tourism enterprises that do not use their input sources

effectively should use according to their active competitors. Aksu and Köksal (2005) used the investment cost, number of personnel, annual operating expense datas of twenty-four five-star, tourism companies in the Antalya as inputs, and net profit, occupancy rate, customer repeat data as output. They have determined that companies cannot use their input resources effectively. Tarım, Tarım and Dener (2000) used investment cost, administrative expenses, number of employees datas of as input, occupancy rate, customer satisfaction and net profit datas as output. With the DEA, they determined that four-star hotels are more efficient than five-star hotels.

In the literature, there are studies aiming to measure the efficiency of companies traded within the scope of ISE Tourism index in Turkey with financial ratios and DEA. Among these studies, Özcan (2021), the performances of companies in the tourism and transportation sectors in ISE were measured with the help of Data Envelopment Analysis (DEA) and Tobin q ratio, using financial statement data for the years 2019 and 2020. According to the DEA analysis results, it is not possible to talk about the negative impact of the Covid-19 pandemic on business performance. According to the Tobin q ratio, it was revealed that the Covid-19 pandemic had a negative impact on business activities in the transportation and tourism sectors. Atalay and Vatanserver (2020) applied the total assets and operating expenses datas of ISE Tourism companies for the period 2016-2019 as inputs, the operating income and operating profit datas as outputs. They used variable returns and the input-oriented BCC method for the scale assumption of DEA. Targeted input values have been determined so that companies can reach the effective output amount. Improvement values have been determined that will require a reduction in the current input amounts by about half. It has been determined that the companies that cannot reach the efficiency value should improve their expenses according to their activities. It turns out that they need to reduce the amount of their total investment compared to the income and profit they generate. Çelik (2016) used the datas of the number of rooms and the number of personnel of BİST tourism companies as inputs, and the occupancy rate datas as outputs. In addition, total assets and operating expenses datas are used as input and total operating income. Two different enterprises were determined as efficient. It has been determined that four enterprises, two of which are the same, are efficient in the return to scale model. Yakut, Harbalıoğlu and Pekkan (2015) used current ratio, financial leverage ratio, ratio of tangible fixed assets to equity as inputs. They used return on equity ratio, return on assets ratio, net profit margin, operating expenses, cost of sales/sales ratio as outputs in the period of 2009-2013. They used the CCR DEA and MTFV index. Zengin, Çömlekçi and Mesci (2013) used current ratio, short-term debts/total assets ratio, equity/assets ratio, cost of goods sold as inputs. They also used, return on assets ratio, net profit margin, profit per share datas of ISE Tourism companies for the period 2009-2010 as outputs. As a result of DEA, they determined that seven out of nine tourism companies were effective.

3. RESEARCH METHODOLOGY

The aim of this study is to determine the financial performances of companies traded in Istanbul Stock Exchange (ISE) Tourism index in the 2009-2020 period. With this purpose, some financial ratios have been calculated within the data obtained from the period-end financial statements of the companies. With this data set, input-oriented DEA, which is generally used in the performance measurement process in academic studies, was carried out and Malmquist TFP Index was calculated. Analyzes and calculations were performed with DEAP 2.1 software.

All tourism eleven companies traded within the scope of ISE were included in the research as Decision-Making Units (DMU). DMU's are presented in Table 1.

Selecting different input and output groups in measuring the efficiency of a company will create different efficiency values for the companies. For this reason, the representative quality of the inputs and outputs to be selected is important. In the process of examining the financial performance of companies, it has been seen that financial statement figures and some financial ratios are used as inputs and outputs in the literature from time to time.

Table 1. Companies Included in the Research and Their Transaction Codes in ISE

<i>COMPANY CODES AND COMPANY NAMES</i>
1 (AYCES) Altinyunus Cesme Touristic Facilities Inc.
2 (KSTUR) Kusadasi Tourism Industry Inc.
3 (AVTUR) Avrasya Petrol Touristic Facilities and Investments Inc.
4 (MAALT) Marmaris Altinyunus Touristic Facilities Inc.
5 (MARTI) Martı Hotel Enterprises Inc.
6 (MERİT) Merit Tourism Investment and Enterprises Inc.
7 (METUR) Metemtur Hotel and Tourism Enterprises Inc.
8 (PKENT) Petrokent Tourism Inc.
9 (TEKTU) Tek-Art Construction Trade Tourism Industry and Investments Inc.
10 (ULAS) Ulaşlar Tourism Investments and Durable Consumer Goods Trade Marketing. Inc.
11 (UTPYA) Tourism Construction Management Inc.

* The abbreviations in parentheses are the codes of the companies in ISE. After this part of the research, the companies in question are expressed with their share codes.

It is desirable that the number of inputs and outputs be large for the data envelopment analysis model to have a high decomposition ability (Bousofianee et al., 1991). However, the selected input and output elements must be used for each DMU. If the number of selected inputs is “m” and the number of outputs is “p”, at least “m+p+1” DMU constitute a necessary constraint for the reliability of the research. According to another view, the number of DMU included in the evaluation should be at least twice the number of variables (Atan, 2005).

In this study, a total of eleven DMU were included in the research. Considering the above-mentioned constraints, financial ratios, which are frequently used in studies on this subject, are used as input and output values. In this context, three inputs and three outputs were determined. These financial ratios, symbols and formulas in the research are shown in Table 2.

Table 2. Inputs and Outputs Used in the Research

	<i>SYMBOL</i>	<i>RATIOS</i>	<i>FORMULAS</i>
INPUTS	CR	Current Ratio	Total Current Assets / Total Current Liabilities
	AT	Assets Turnover	Net Sales / Total Assets
	LV	Leverage Ratio	Total Liabilities / Total Equity
OUTPUTS	ROA	Return on Assets	Net Profit or Net Loss / Total Assets
	ROS	Profit Margin	Net Profit or Net Loss/Net Sales
	ROE	Return on Equity	Net Profit or Net Loss / Total Equity

After this part of the research, the financial ratios in question are expressed with the symbols shown in the table.

CR; It is an indicator of the liquidity status of companies, in other words, the capacity of companies to pay their due debts. AT; It is an indicator of how effectively and efficiently companies use their assets. LV; It shows the level of debt and equity in total liabilities. It is an indicator of the suitability of the financial structure of the company. ROA; It is an indicator of

the profitability obtained from the investment as a result of the effective use of assets. ROS; It is a measure of the profit made for one unit of sales. ROE; It is a measure of the profitability of the company's partners from the investment they make for the company.

Research data is calculated from the end-of-period balance sheets and income statements of companies. The financial statements of the companies were obtained from the official website of the Public Disclosure Platform (KAP.gov.tr). The figures obtained from the period-end financial statements have been converted into ratios in the Microsoft Office Excel (MS Excel). Calculated ratios were used as input and output in the analyses. The averages of the inputs and outputs to be included in the analysis are presented in Table 3 and Table 4.

Table 3. Averages of Inputs and Outputs by Companies (2009-2020)

Company	OUTPUTS			INPUTS		
	ROA	ROS	ROE	CR	AT	LV
AYCES	-0.02	-0.14	-0.02	0.41	0.16	0.19
KSTUR	0.13	0.28	0.15	5.50	0.40	0.09
AVTUR	0.19	-0.23	0.64	2.02	0.11	0.37
MAALT	0.06	0.31	0.08	2.33	0.14	0.19
MARTI	-0.06	-0.31	-0.41	0.47	0.13	0.71
MERİT	0.13	0.35	0.15	3.07	0.37	0.12
METUR	-0.03	-0.35	0.12	2.33	0.27	0.84
PKENT	0.03	0.01	0.03	0.69	0.80	0.55
TEKTU	0.00	-0.09	-0.01	1.54	0.06	0.22
ULAS	0.03	-0.26	-0.02	2.63	0.16	0.38
UTOPYA	-0.05	-0.36	-0.18	0.76	0.19	0.62
Average	0.04	-0.07	0.05	1.98	0.25	0.39

In the period of subject to the research, it is seen that the average ROS value is negative. The profit margin of the companies is quite low. In other words, the profit figure (ROS) is quite low compared to the net sales figure. It is seen that the output values of AYCES, MARTI, UTOPYA are all negative. The average CR value of the companies is 1.98, AT value is 0.25 and LV value is 0.39. The company holding the highest net working capital is KSTUR (CR:5.52). The company holding the least net working capital is AYCES (CR:0.41). The company that uses its assets most efficiently is PKENT (AT:0.80). The company that uses its assets least efficiently is TEKTU (AT:0.06). The company with the highest leverage ratio is METUR (LV:0.84). The company with the lowest leverage ratio is KSTUR (LV:0.09) (Table 3).

Table 4. Averages of Inputs and Outputs by Years (2009-2020)

Years	OUTPUTS			INPUTS		
	ROA	ROS	ROE	CR	AT	LV
2020	0.09	0.06	0.23	3.49	0.12	0.38
2019	0.18	-0.21	0.55	2.80	0.34	0.40
2018	0.07	-0.14	-0.25	2.25	0.25	0.44
2017	0.04	0.33	0.03	1.96	0.22	0.39
2016	0.03	-0.57	-0.16	1.98	0.17	0.41
2015	0.10	-0.17	-0.04	1.71	0.25	0.46
2014	0.03	-0.19	0.10	0.96	0.27	0.41
2013	0.00	-0.09	0.04	1.55	0.29	0.42
2012	-0.11	0.17	0.00	2.37	0.26	0.33
2011	0.01	0.05	0.13	1.77	0.30	0.30
2010	0.00	-0.05	-0.03	1.27	0.27	0.31

2009	0.01	-0.05	-0.01	1.61	0.30	0.41
Average	0.04	-0.07	0.05	1.98	0.25	0.39

In the period of subject to the research, it is seen that the average ROA (0.04) and ROE (0.05) are positive. It was found that the ROS (-0.07) was negative on average. In eight years out of a total of twelve years, ROS had negative values. It can be argued that in years when the ROS is negative, the profit according to the net sales is quite low. ROA (0.18) was found to be the highest in 2019 as well. The ROS (0.33) was found to be the highest in 2017. The ROE (0.55) turned out to be the highest in 2019. ROA (-0.11) was determined to be the lowest in 2012. It is seen that the ROS (-0.57) was the lowest in 2016. It was determined that the ROE (-0.25) was the lowest in 2018. CR (3.49) turned out to be the highest in 2020.

This means that companies have increased their net working capital and cash holdings in 2020. AT (0.34) was the highest figure in 2019. It can be argued that the year in which companies use their assets most efficiently is 2019. LV (0.46) was found to be the highest in 2015 (Table 4).

The fact that the output values are negative for some DMU in some periods violates the assumption of the DEA method to be positive for the variables. Therefore, negative values should be converted to positive values (Yıldız, 2007). Therefore, negative output values were converted to positive values using the normalization formula shown below. The analyzes were carried out with the transformed data.

$$(X_{rj} - X_{jmin}) / (X_{jmin} - X_{jmin}) \quad (1)$$

X_{rj} : r output value of the DMU_j,

X_{jmin} : The smallest r value,

X_{jmax} : Expressed as the largest r value.

4. METHODS USED IN THE RESEARCH

In the research, firstly, the input-oriented DEA method was used. Then, the Malmquist TFP index was calculated to provide the opportunity to make comparisons between DMUs over time and to determine the change in some factors affecting efficiency.

4.1. Data Envelopment Analysis

Data Envelopment Analysis (DEA) is one of the most frequently used methods to make comparisons between Decision-Making Units (DMU) when there are many inputs and outputs. DEA is a non-parametric method developed to measure the comparative (relative) activities of economic DMUs that produce the same type of outputs using the same type of inputs (Mercan and Yolalan, 2000). DEA determines the relative efficiency in two stages. In the analysis, the DMU constituting the efficiency limit is determined, and this efficiency limit is accepted as a reference, and the efficiency is determined by measuring the radial distances from the inactive DMU to this limit (Yolalan, 1993). The efficiency of a DMU is as shown in equation 2 (Dinçer, 2011):

$$\text{Efficiency} = (u_1y_1 + u_2y_2 + \dots + u_sy_s) / (v_1x_1 + v_2x_2 + \dots + v_mx_m) \quad (2)$$

s: total number of outputs

m: total number of inputs

ur: weight assigned to year of release

y: amount of output r.

Vm: weight assigned to input xi

X_i : amount of input i .

DEA was originally developed by Charnes, Cooper, and Rhodes. For this reason, it is known with the CCR model, which is the abbreviation of the names of these three authors. The CCR model assumes of constant returns to scale. The return to scale structure, which is constant in CCR models, have been developed by Banker, Charnes, and Cooper in which it is possible to deal with variable returns to scale. These models are also known as BCC models. Both the CCR and BCC models are among the most basic models in DEA. Each of these has both input and output oriented versions (Doğan, 2015).

Due to the convenience, it provides in measuring efficiency, DEA has become a frequently used method in performance evaluation over time (Kao and Liu, 2004). It allows to measure the relative performances of DMUs, especially in cases where the inputs and outputs of multiple and different DMUs will be compared. This situation is shown as the reason for the widespread use of this method (Kayalidere and Kargın, 2004), DEA is a method in which multiple dependent and independent variables are used without the need for behavioral assumptions (Kök and Ay, 2013), a non-parametric method. Since it is a method, no distribution conditions (normal distribution, etc.) are sought.

4.2. Malmquist Total Factor Productivity Index

One of the methods developed based on DEA is the Malmquist TFP index (Gonzalez Rodriguez, 2015). Two types of relative assessments, cross-sectional and time series, are commonly used. The first one compares one DMU with others at the same time point. The second one compares a DMU by itself at different time points. For both types of assessment, the DEA methodology is used with appropriate indices, namely the efficiency score for cross-sectional assessments and the Malmquist TFP index for time series assessments (Kao, 2010).

The productivity changes calculated according to the Malmquist TFP index depend on the change in technical efficiency and technology. The TFP components revealing this interaction are shown in Figure 1. Accordingly, the change in Malmquist TFP depends on the change in technical efficiency and technological change. The change in technical efficiency, which can be called total technical efficiency, arises depending on the change in pure technical efficiency and scale efficiency (Atukalp, 2018).

The Malmquist TFP index consists of two components: Technical Efficiency Change (TEC) and Technological Change (TC) (Chen and Ali, 2004). The change in TEC is expressed as "the effect of catching the production limit", and the change in TC is expressed as "the displacement of the production limit". These effects constitute the main elements of the change in TFP. The product of TEC and TC gives the change in TFP (MTFP index) (Lorcu, 2010). The change in TFP can be formulated as follows.

$$TFP = TEC * TC \quad (3)$$

Change in Technical Efficiency (TEC) is divided into two sub-components, Change in Pure Technical Efficiency (PTEC) and Change in Efficiency of Scale (ESC) (Gonzalez-Rodriguez, Martin and Giuliani, 2014).

$$TEC = PTEC * ESC \quad (4)$$

$$TFP = PTEC * ESC * TC \quad (5)$$

If the change in the components of the Malmquist TFP index is less than 1, it indicates a decrease in performance, and a greater than 1 indicates an improvement in performance.

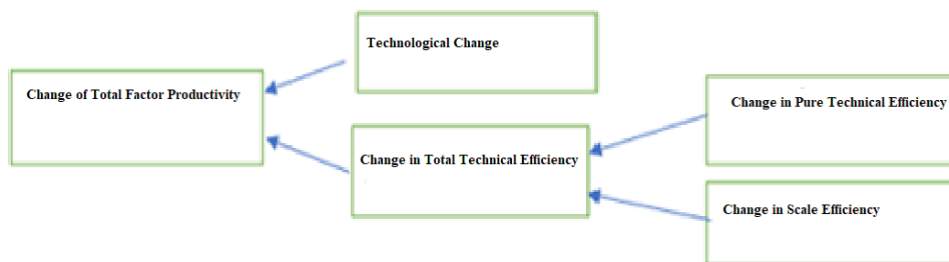


Figure 1. Total Factor Efficiency Components

**The figure was created by the authors*

5. FINDINGS

Input-oriented CCR analysis was performed with the calculated inputs and outputs. The reason for using the input-oriented DEA method is that output variables lose their original values because of revision (Kula and Özdemir, 2009). Efficiency coefficients are required to be 1 and very close to 1. As a result of the analysis, companies with efficiency coefficients of 1 and above were determined as efficient companies, and those with efficiency coefficients below 1 were determined as ineffective companies.

It was determined that 2009 was the most productive year and 2016 was the least productive year for the tourism companies. The efficiency level, which was 1 on average in 2009, changed between 0.61 and 0.91 until 2016. The average efficiency level, which was 0.96 in 2015, decreased to 0.22 in 2016. After 2016, productivity rates (0.35 and 0.39, respectively) decreased considerably in 2018 and 2019 (Table 5).

Table 5. Results of Input Side CCR Data Envelopment Analysis (2009-2020)

Company	EFFICIENCY VALUES											
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
AYCES	0.99	0.55	0.51	0.99	1	1	0.97	0.02	0.54	1	0.27	0.1
KSTUR	1	0.53	0.51	0.1	1	0.1	0.99	0.02	0.52	0.1	0.31	1
AVTUR	1	0.56	0.63	0.1	1	0.95	0.95	0.01	0.52	1	1	0.98
MAALT	0.99	0.56	0.84	0.69	0.55	1	0.95	0.02	1	0.11	0.74	0.1
MARTI	1	0.55	0.49	0.68	0.48	0.01	0.94	1	0.51	0.1	0.27	0.97
MERİT	1	0.54	1	0.72	0.71	0.96	0.94	1	0.53	1	0.28	0.97
METUR	1	0.51	1	1	0.68	0.97	0.94	0.03	0.52	0.11	0.27	0.97
PKENT	1	1	0.61	0.96	0.06	0.98	0.94	0.03	0.52	0.11	0.27	0.97
TEKTU	1	0.55	1	0.1	0.07	0.98	1	0.03	0.67	0.11	0.27	1
ULAS	1	0.55	0.48	0.96	0.6	0.98	0.95	0.03	0.56	0.11	0.27	0.97
UTOPYA	0.99	1	1	1	0.57	0.1	1	0.26	1	0.11	0.3	0.95
Average	1	0.63	0.73	0.66	0.61	0.73	0.96	0.22	0.63	0.35	0.39	0.82
=1	8	2	4	2	3	2	2	2	2	3	1	2
<1	3	9	7	9	8	9	9	9	9	8	10	8

Then the Malmquist TFP index was calculated to provide the opportunity to make comparisons between DMUs over time and to determine the change in some factors affecting efficiency. If the change in the components of the Malmquist TFP index is less than 1, it indicates a decrease in performance, and a greater than 1 indicates an increase in performance. Pure technical efficiency change (PTEC) measures the DMU's ability to transform its inputs into outputs (Gonzalez-Rodriguez, Martin and Giuliani, 2014). The change in PTEC and the fact that ESC is greater than 1 indicate the success of the enterprise in terms of managerial efficiency and production at an appropriate scale. An increase in any component of the Malmquist TFP index

causes the relevant index to be greater than 1, while a decrease in components causes the index to take a value less than 1. The developments in the technological change components can be considered as evidence of innovation (Fare, Norris and Zhang, 1994).

Except for these three companies, it was determined that there was a 7% to 99% decrease in TFP in this period. It is seen that the decrease in TEC of AYCES and MAALT is due to the decreases in both PTEC and ESC. Decreases in TFP of AVTUR, MARTI, MERIT, METUR, PKENT and UTOPIYA generally resulted from the decrease in TC. It was determined that there was a 0.4% loss of technical efficiency. This situation should be perceived as an expression of the fact that tourism companies can achieve their outputs by using less inputs in the 2009-2020 (Table 6).

Table 6. Malmquist TFP Index and TFP Components by Companies (2009-2020)

<i>TFP COMPONENTS</i>					
Company	TEC (%)	TC (%)	PTEC (%)	ESC (%)	TFP (%)
AYCES	0.81	0.94	0.79	0.82	0.76
KSTUR	1.00	1.17	1.00	1.00	1.17
AVTUR	1.00	0.94	1.00	1.00	0.94
MAALT	0.81	0.89	0.81	0.81	0.72
MARTI	1.00	0.00	1.00	1.00	0.00
MERİT	1.00	0.56	1.00	1.00	0.56
MERTUR	1.00	0.14	1.00	1.00	0.14
PKENT	1.00	0.90	1.00	1.00	0.90
TEKTU	1.00	1.14	1.00	1.00	1.14
ULAS	1.00	1.01	1.00	1.00	1.01
UTOPIYA	1.00	0.03	1.00	1.00	0.03
Average	0.96%	0.08%	0.96%	0.96%	0.08%
<1	2	8	2	2	8
=1	9	-	9	9	-
>1	-	3	-	-	3

* Geometric mean results are included.

TEC: Change in Total Technical Efficiency, TC: Technological Change, PTEC: Change in Pure Technical Efficiency, ESC: Change in Scale Efficiency, TFP: Change in Total Factor Productivity

The technological change was 8% and the change in scale efficiency was 96%. In the period of 2009-2020, it is seen that TEC is largely derived from TC (0.08) and PTEC (0.96). This may mean that companies are operating on an inefficient scale during this period. TEC was generally 1 in all companies except AYCES and MAALT. AYCES and MAALT's TEC (both 0.81) is less than 1, indicating a decline in their technical efficiency. For AYCES, the reduction in TEC is due to decreases in TC, PTEC, and ESC. The decrease in the TEC value of MAALT was due to the decrease in TC and ESC. The regression in mean TC was measured as 91%. All companies except KSTUR (0.117), TEKTU (0.114) and ULAS (0.101) companies showed a decrease in TC (Table 6).

Table 7. Changes in Total Factor Productivity Indices by Periods (2009-2020)

<i>TFP COMPONENTS</i>					
Years	TEC (%)	TC (%)	PTEC (%)	ESC (%)	TFP (%)
2010 – 2011	0.62	1.85	0.70	0.88	1.13
2011 – 2012	1.16	0.00	1.40	0.83	0.00
2012 – 2013	0.69	0.00	1.02	0.67	0.00
2013 – 2014	0.95	1.81	0.73	1.30	1.72
2014 – 2015	0.93	0.52	1.35	0.69	0.48
2015 – 2016	2.27	0.93	1.01	2.25	2.12

2016 – 2017	0.05	0.00	0.30	0.16	0.00
2017 – 2018	12.76	0.46	2.20	5.80	5.87
2018 – 2019	0.32	2.86	0.45	0.71	0.92
2019 – 2020	1.76	0.59	1.65	1.06	1.04
2020 – 2021	1.87	0.28	1.95	0.96	0.53
Average	0.96%	0.08%	0.96%	0.96%	0.08%
<1	6	8	4	7	6
>1	5	3	7	4	5

* Geometric mean results are included.

TEC: Change in Total Technical Efficiency, TC: Technological Change, PTEC: Change in Pure Technical Efficiency, ESC: Change in Scale Efficiency, TFP: Change in Total Factor Productivity

The highest increase in TFP was in the 2017-2018 period (587%). It turned out that most of the increase in TFP was due to the increase in PTEC (220%). It was determined that part of the increase in TFP was due to the increase in ESC (580%). The highest decrease in TFP was in 2011-2012, 2012-2013, 2016-2017 periods (0% in all three periods). It was observed that the decrease in TFP resulted from the decrease in TC (0%) in the 2011-2012 and 2012-2013 periods. It has been determined that the decrease in TFP stemmed from the decreases in TC (0%), PTEC (30%) and ESC (16%) in the period of 2016-2017. In terms of the components of TFP, it was revealed that the highest increase in TC was in the 2018-2019 period (286%). It was determined that the highest decrease in TC occurred in the periods of 2011-2012, 2012-2013 and 2016-2017 (0% in all three periods). It is seen that the highest increase in TEC was in the period of 2017-2018 (1276%). It was determined that the highest decrease in TEC was in the period of 2016-2017 (5%). It turned out that the highest increase in PTEC was in the period of 2017-2018 (220%). It was determined that the highest decrease in PTEC occurred in the periods of 2016-2017 and 2018-2019 (30% and 45%, respectively). It is seen that the highest increase in ESC was in the period of 2017-2018 (580%) (Table7).

6. CONCLUSION

A worldwide or regional economic instability and political crisis can significantly affect the growth of the tourism sector. It can be said that the financial and political crises experienced in Turkey are in the background of the decrease in the number of international tourists coming to Turkey in recent years.

In this study, it is aimed to measure the financial performance of companies traded within the scope of ISE Tourism index in the 2009-2020 period. Some financial ratios have been calculated from the period-end financial statements of the companies. With these financial ratios, input-oriented DEA was realized. Then, the Malmquist TFP Index was calculated to determine the change in the productivity of the companies.

According to the findings, it has been revealed that there is a decrease in the average total factor productivity in the tourism sector in the 2009-2020 period. It was revealed that this regression was caused by the regression in the total factor productivity index components. It has been determined that the technical inefficiency detected in the sector is largely due to scale inefficiency. It has been determined that the highest increase in total factor productivity occurred in the period of 2017-2018. It turned out that this increase was due to the increase in pure technical efficiency and scale efficiency. It was determined that the highest decrease in total factor productivity occurred in the periods of 2011-2012, 2012-2013 and 2016-2017.

The average productivity in the tourism sector, which was 100% in 2009, was 96% in 2015. Average productivity in the tourism sector decreased to 22% in 2016. Some political crises are

thought to be effective in this decline. Efficiency in the sector was 22%, 35% and 39% in 2016, 2018 and 2019. The Covid 19 pandemic, which affects the whole world in every aspect, has also significantly affected tourism sector in Turkey.

As a result of the study, it was determined that there was a significant decrease in the performances and productivity of tourism companies between 2016-2020. The growth in the tourism sector, which is one of the most important sources of income for Turkey, could not reach the desired level due to regional conflicts, terrorist acts, political tensions, and the July 15 coup attempt.

The fact that only eleven tourism companies were included in the research in this study constitutes the first of the limitations of the research. The second limitation of the study is that the period range is limited to the period 2009-2020, since it is a very early period to access company datas in the Covid 19 period at the time of the study. The third limitation of the study is that only three input and three output variables were used in the study. The fourth limitation of the study is that the methods used in the study are limited to DEA and MTFV only.

It should be considered that the results of the research may differ in terms of the number of decision-making units, period intervals, input and output variables, and method size. For this reason, the analyzes can be repeated with different decision-making units, or different the time interval, changing the input and output variables, and using different methods in the studies to be carried out after this study. Thus, the effects of different factors on efficiency and total factor productivity can be examined.

KAYNAKÇA

- AKSU, A., & KÖKSAL, C.D. (2005). “Bağımsız ve Zincir Otel İşletmelerinin Veri Zarflama Analizi ile Etkinliklerinin Karşılaştırılması: Antalya Bölgesinde Bir Çalışma”, *İktisat, İşletme ve Finans*, 20(235), 97-107.
- AKYÜZ, Y., YILDIZ, F., & KAYA, Z. (2013). “Veri Zarflama Analizi (VZA) ve Malmquist Endeksi ile Toplam Faktör Verimlilik Ölçümü: BİST’te İşlem Gören Mevduat Bankaları Üzerine Bir Uygulama”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27(4), 110-130.
- ALTIN, H. (2010). “Küresel Kriz Ortamında İMKB Sınai Şirketlerine Yönelik Finansal Etkinlik Sınaması: Veri Zarflama Analizi Uygulaması”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 15-30.
- ATALAY, I., & VATANSEVER K. (2020). “BİST’te İşlem Gören Turizm Firmalarının Etkinliklerinin Veri Zarflama Analizi Yöntemi ile Ölçümü”. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, *Third Sector Social Economic Review*, 55(3), 1759-1779.
- ATAN, M., & KARPAT Ç. G. (2005). “Bankacılıkta Etkinlik ve Sermaye Yapısının Bankaların Etkinliğine Etkisi”, *İşletme ve Finans Dergisi*, 237, 49-62.
- ATUKALP, M.E. (2018). “Malmquist Toplam Faktör Verimliliği Endeksi ile Türk Bankacılık Sisteminde Bölgesel Performans Ölçümü”, *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 55(638), 17-34.
- BABACAN, A., & ÖZCAN, S. (2009). “Alanya Bölgesi Otellerinin Görel Etkinliğinin Belirlenmesi: Bir Veri Zarflama Analizi Tekniği Uygulaması”, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(6), 176-189.

- BAKAN S. (2020). "Covid-19 Pandemi Krizin Ekonomi ve Finansal Piyasalara Etkileri", *Social Sciences Studies Journal*, 6(64), 2640-2652.
- BAŞKAYA, Z., & AKAR, C. (2005). "Sigorta Şirketlerinin Satış Performanslarının Veri Zarflama Analizi Yöntemiyle Belirlenmesi", *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15, 37-51.
- BENLİ, Y. K. (2012). "Veri Zarflama Analizi (VZA) ve Malmquist Toplam Faktör Verimliliği (TFV): Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama", *Ege Akademik Bakış*, 12(3), 369-382.
- BENLİ, K.Y., & KARACA, S. S. (2017). "2008 Kriz Öncesi ve Sonrası İSO 500 Sanayi İşletmelerinin Etkinliklerinin Ölçümü: Veri Zarflama Analizi Yaklaşımı", *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi*, 3(1), 19-34.
- BUSSOFIANE, A., DYSON, R., & RHODES, E. (1991). "Applied Data Envelopment Analysis", *European Journal of Operational Research*, 2(6), 1-15.
- CENGER, H. (2011). "İMKB'de İşlem Gören Çimento Şirketlerinin Performanslarının Ölçülmesinde Veri Zarflama Analizi Yaklaşımı", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25(3), 31-44.
- CHARNES, A., COOPER, W., & RHODES, E. (1978). "Measuring The Efficiency Of Decision Making Units", *European Journal of Operational Research*, 2, 429-444.
- CHEN, Y., & ALİ, A.I. (2004). "DEA Malmquist Productivity Measure: New Insights With An Application To Computer Industry", *European Journal of Operational Research*, 159(1), 239-249.
- ÇELİK, İ., & AYAN, S. (2017). "Veri Zarflama Analizi ile İmalat Sanayi Sektörünün Finansal Performans Etkinliğinin Ölçülmesi: Borsa İstanbul'da Bir Araştırma", *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 8 (18), 59-74.
- ÇELİK, M. K. (2016). "Turizm Sektöründeki İşletmelerin Etkinliklerinin Veri Zarflama Analizi ile Ölçülmesi", *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (17), 65-88.
- ÇİLEK, A. (2022). "Impact of Covid-19 Outbreak on Financial Performance of Companies Traded in Borsa İstanbul Tourism Index with Integrated CRITIC-COPRAS Approach", *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6 (1), 263-281.
- COŞKUN, A., & ÇETİNER, H. (2022). "Piyasa Çarpanlarıyla Performans Analizi: Borsa İstanbul'da İşlem Gören Turizm Şirketlerinin Entropi ve MOORA-Oran Yöntemleriyle İncelenmesi", *Turizm Akademik Dergisi*, 9(1), 157-177.
- DİNÇER, S. E. (2011). "Stratejik Planlama ve Veri Zarflama Analizinde Etkinlik Ölçümü", *Der Yayınları*, İstanbul.
- DİZKIRICI, A. S. (2014). "Borsa İstanbul Gıda, İçecek Endeksine Kote İşletmelerin Finansal Performanslarının Veri Zarflama Analizi ile Ölçümü ve Malmquist Endeksine Göre Karşılaştırılması", *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 63, 151-170.
- DOĞAN N. Ö., & ERSOY Y. (2018). "Veri Zarflama Analizi ile Konaklama İşletmelerinde Etkinlik Ölçümü: Yozgat İli Örneği", *Mukaddime*, 9(2), 119- 134.

- DOĞAN, N. Ö. (2015). “VZA Süper Etkinlik Modelleri ile Etkinlik Ölçümü: Kapadokya’da Faaliyet Gösteren Balon İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama”, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 29(1), 187-203.
- DOĞAN, N. Ö., & TANÇ, A. (2008). Konaklama İşletmelerinde Veri Zarflama Analizi Yöntemiyle Faaliyet Denetimi: Kapadokya Örneği”, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 22(1), 239-258.
- ECER, F., & GÜNAY, F. (2014). “Borsa İstanbul’da İşlem Gören Turizm Şirketlerinin Finansal Performanslarının Gri İlişkisel Analiz Yöntemiyle Ölçülmesi”, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 25(1), 35–48.
- EMİR, Ö., & ÖZGÜR, E. (2008). “Konaklama Tesisleri Etkinlik Analizi”, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10(1), 163-175.
- ERCİŞ, M. S., & GÜLCÜ, A. (2008). “Veri Zarflama Analizi Yöntemiyle Konaklama İşletmelerinin Etkinliklerinin Ölçümü ve Bir Uygulama”, Trakya Üniv., 17, 50-61.
- FARE, R., GROSSKOPF, S., NORRIS, M., & ZHANG, Z. (1994). “Productivity Growth, Technical Progress, And Efficiency Change In Industrialized Countries”, The American Economic Review, 84(1), 66-83.
- GEZEN, A., & ÖZCAN, S. (2022). “The Effect of Covid-19 On Financial Distress: Evidence from BİST Tourism Index”, Journal Of Business Research- Turk, 14(1), 483-496.
- GONZALEZ-RODRIGUEZ, M. D., MARTIN-SAMPER, R., & GIULIANI, A. C. (2014). “Evalutaing The Efficiency Progress with Technology in A Spanish Hotel Chain”, Revista de Administraçao de Empresas FGV-EAESP, 55(5), 551-562.
- GÖRAL R., & TENGİLİMOĞLU E. (2018). “Türk Dünyası Destinasyonlarının Turizm Sektörü Etkinliğinin Karşılaştırılması”, Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi, 3(2), 230-241.
- KAHVECİ, M., & TURNA, İ. (2016). “BİST’de İşlem Gören Turizm İşletmelerinin TOPSIS Tekniği ile Finansal Performanslarının Analizi ve Değerlendirilmesi”, Muhasebe ve Denetime Bakış, 16(48), 99-114.
- KAMUYU AYDINLATMA PLATFORMU (<https://www.kap.org.tr/tr/> Erişim: 20.02.2022).
- KAO C., & LIU S.T. (2004). “Predicting Bank Performance With Financial Forecasts: A Case Of Taiwan Commercial Banks”, Journal of Banking & Finance, 28 (2004), 2353-2368.
- KAO, C. (2010). “Malmquist Productivity Index Based On Common-Weights DEA: The Case Of Taiwan Forests After Reorganization”, 38 (6), 484-491.
- KARAÇOR, S., & GARDA, B. (2015). “Ekonomik Kriz Döneminde Turizm Pazarlaması”, International Conference on Eurasian Economies, September, 902-907.
- KARADENİZ, E., & ÖCEK, C. (2019). “Finansal Başarısızlık Riski Taşıyan ile Taşımayan İşletmelerin Finansal Oranlarının Karşılaştırmalı Analizi: Borsa İstanbul Turizm İşletmelerinde Bir Araştırma”, Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 16(2), 191-206.
- KARADENİZ, E. (2019). “Türkiye ve Rusya Arasındaki Uçak Krizinin Borsa İstanbul Turizm İşletmelerinin Finansal Performansına Etkilerinin Analizi”, Turizm Akademik Dergisi, 6(1), 61-75.

- KARADENİZ, E., KAHİLOĞULLARI, S., & BEYAZGÜL, M. (2017). “Konaklama ve Yiyecek Hizmetleri Alt Sektörünün Finansal Performansının Karşılaştırmalı Tablolar Analizi Tekniği ile İncelenmesi: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası sektör bilançolarında bir araştırma”, I. Avrasya Uluslararası Turizm Kongresi: Güncel Konular, Eğilimler ve Göstergeler. Mayıs, 537-546.
- KARKACIER O., & YAZGAN, A. E. (2017). “Turizm Sektöründe Gri İlişkisel Analiz (GİA) Yöntemiyle Finansal Performans Değerlemesi”, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (37), 1 54-162.
- KARAKAŞ, A., & ÖZTEL, A. (2020). “BİST’de Yer Alan Turizm İşletmelerinin Finansal Performanslarının Entropi Tabanlı Topsis Yöntemi ile Belirlenmesi: Bir Python Uygulaması”, Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 10(20), 543-562.
- KAYA, A., & GÜLHAN, Ü. (2010). “Küresel Finansal Krizin İşletmelerin Etkinlik ve Performans Düzeylerine Etkileri: 2008 Finansal Kriz Örneği”, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi, 11, 61-89.
- KAYALIDERE, K., & KARGIN, S. (2004). “Çimento ve Tekstil Sektörlerinde Etkinlik Çalışması ve Veri Zarflama Analizi”, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6(1), 196-219.
- KILIÇ, M. (2022). “Covid-19’un Ulaştırma ve Turizm İşletmelerinin Finansal Performansına Etkisi: Borsa İstanbul (BİST)’da Bir Uygulama”, Muhasebe ve Denetime Bakış, 21(65), 65-88.
- KOÇ, H. (2022). “Covid 19 Salgınının Konaklama Sektörüne Finansal Etkileri ve KUŞTUR Kuşadası Anonim Şirketi Uygulama Örneği”, Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7(2), 214-226.
- KORKUT, Y., EKER, M., ZEREN, F., & ALTUNIŞIK, R. (2020). “Covid-19 Pandemisinin Turizm Üzerindeki Etkileri: Borsa İstanbul Turizm Endeksi Üzerine Bir İnceleme”, Gaziantep University Journal of Social Sciences, 19 COVID-19 Special Issue, 71-86.
- KÖK, D., & AY, O. E. (2013). “2008 Küresel Finansal Krizinin Türk Bankacılık Sektörü Etkinlik Düzeylerine Yansıması Üzerine Bir Araştırma”: 2007-2009, Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, (10), 155-170.
- KULA, V., & ÖZDEMİR, L. (2007). “Çimento Sektöründe Göreceli Etkinsizlik Alanlarının Veri Zarflama Analizi Yöntemi ile Tespiti”, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F Dergisi, 8(1), 55-70.
- KULA, V., & ÖZDEMİR, L. (2009). “2008 Küresel Krizinin Şirketlerin Mali Durumu Üzerine Etkileri: İMKB’de İşlem Gören Şirketler Üzerine Bir Araştırma”, 13. Ulusal Finans Sempozyumu, Afyonkarahisar, 195-205.
- LORCU, F. (2010). “Malmquist Toplam Faktör Verimlilik Endeksi: Türk Otomotiv Sanayi Uygulaması”, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, İstanbul University Journal of the School of Business Administration, 39(2), 276-289.
- MAMMADLI, A., & HELHEL, Y. (2022). “Financial Failure in Tourism Enterprises Registered in Borsa İstanbul (ISE)”, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (43), 160-185.

- MAZMAN İTİK, Ü. (2021). “Mali Tabloların Dikey Yüzdeler Yöntemi ile Analizi: BİST Turizm Sektöründe Bir Uygulama (2019)”, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1034-1050.
- MERCAN, M., & YOLALAN, R. (2000). “Türk Bankacılık Sisteminde Ölçek ve Mülkiyet Yapıları ile Finansal Performans İlişkisi”, *İMKB Dergisi*, 4(15), 1-26.
- ÖNÜT, S., & SONER, S. (2006). “Energy Efficiency Assessment For The Antalya Region Hotels İn Turkey”, *Energy And Buildings*, 38, 964–971.
- GÜLER ÖZÇALIK, S., & EREN, B. S. (2022). “COVID-19 (Koronavirüs) Pandemisinin Turizm Endeksleri Üzerindeki Etkisi: Bir Olay Çalışması”, *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(1), 136-150.
- ÖZCAN, M. (2021). “COVID 19 Pandemisinin Turizm ve Ulaştırma İşletmelerinin Finansal Performansına Etkisi”, *OPUS International Journal of Society Researches, Pandemi Special Issue*, 3542-3567.
- ÖZÇELİK, H., & KANDEMİR, B. (2015). “BİST’de İşlem Gören Turizm İşletmelerinin TOPSIS Yöntemi ile Finansal Performanslarının Değerlendirilmesi”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 17(33), 97-114.
- ÖZER, A., ÖZTÜRK, M., & KAYA, A. (2010). “İşletmelerde Etkinlik ve Performans Ölçmede VZA, Kümeleme ve TOPSIS Analizlerinin Kullanımı: İMKB İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama”, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(1), 233-260.
- ÖZER, N. (2021). “Borsa İstanbul (BIST) Turizm Endeksinde Yer Alan Firmaların Performans Analizi”, *Journal of Travel and Hospitality Management* 18(3), 2021, 615-632.
- PAÇA, M., & TEKEL KARABULUT, M. (2019). “Finansal Rasyolar ile Finansal Performans: BİST ve Turizm”, *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (1), 53-65.
- PALA, O. (2021). “BIST Turizm Endeksinde Yer Alan Firmaların CILOS ve MAIRCA Tabanlı Finansal Performans Analizi”, *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(2), 163-185.
- SARIÇAY, N.S., & ÜNAL, M. (2014). “Krizlerin Turizm Sektörü Üzerindeki Etkileri”, *İzmir Ticaret Odası AR&GE Bülteni*, Ocak, 15-19.
- SOBA, M., & AKCANLI, F. (2012). “Veri Zarflama Analizi Yöntemi ile İMKB’de Gıda, İçki ve Tütün Alanında Faaliyet Gösteren İşletmelerin Etkinliklerinin Değerlendirilmesi”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 14(2), 259-274.
- SOBA, M., AKCANLI, F., & EREM, I. (2012). “İMKB’ye Kayıtlı Seçilmiş İşletmelere Yönelik Etkinlik Ölçümü ve Performans Değerlendirmesi: Veri Zarflama Analizi ve TOPSİS Uygulaması”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 27, 229-243.
- SOY TEMÜR, A. (2022). “Evaluation Of The Financial Performances Of Tourism Businesses Before Covid-19 And During The Covid-19 Process With Entropy Based Edas, Topsis And Waspas Methods”, *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1), 427-461.
- SÜSLÜ, C., ATEŞ, A., & GÖK, M. A. (2019). “Turizm Şirketlerinin Finansal Performanslarının Değerlendirilmesi: Türkiye Örneği. Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research”, *Special Issue For IV. International Eastern Mediterranean Tourism Symposim*, 847-860.

- ŞİMŞEK, L., & ÖZCAN, B. (2020). “Türkiye’de Turizm Etkinliğinin Veri Zarflama Analizi ile Ölçülmesi”, *Kocaeli Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 3(1), 23-30.
- TARIM, Ş., DENER, H. I., & TARIM, A. (2000). “Efficiency Measurement in The Hotel Industry: Output Factor Constrained Dea Application”, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 11(2), 111-123.
- TURSAB, (2020). İstatistikler. <https://www.tursab.org.tr/istatistikler/turist-sayisi-ve-turizm-geliri> Erişim: 16.02.2022.
- TÜMER, T., & TENGİLİMOĞLU, D. (2023). “Covid-19 Salgınının Bölgesel Borsa Turizm Endekslerine Etkilerinin Araştırılması”, *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 34 (1-Ön Yayımdaki Makaleler), 21-33.
- ULUCAN, A. (2002). “İSO 500 Şirketlerinin Etkinliklerinin Ölçülmesinde Veri Zarflama Analizi Yaklaşımı: Farklı Girdi Çıktı Bileşenleri ve Ölçeğe Göre Getiri Yaklaşımları ile Değerlendirmeler”, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 57(2), 185-202.
- UYAR, S., & ALIŞ, M. (2014). “Konaklama İşletmelerinde Veri Zarflama Analizi Yöntemiyle Faaliyet Denetimi Uygulaması”, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2), 107-136.
- YAKUT, E., HARBALIOĞLU, M., & PEKKEN, N.Ü. (2015). “Turizm Sektöründe BIST’e Kayıtlı İşletmelerin Veri Zarflama Analizi ve Toplam Faktör Verimliliği ile Finansal Performanslarının İncelenmesi”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 235-257.
- YALAMA, A., & SAYIM, M. (2006). “Veri Zarflama Analizi (VZA) Yöntemi ile Temel Analiz: Türkiye’de İMKB’ye Kote İmalat Sektörü Üzerine Ampirik Bir Uygulama”, 10. Ulusal Finans Sempozyumu, İzmir, 01-04 Kasım.
- YAŞAR, F., & YAVUZ, S. (2017). “İmalat İşletmelerinde Etkinlik Ölçümü: BIST 100 Örneği”, *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7, 193-220.
- YETİZ, F., SÜSAY, A., & ERGİN ÜNAL, A. (2022). “Otel-Restoran Kredileri ile BIST Turizm Endeksinin Psikolojik ve Ekonomik Yansımaları: Türkiye Örneği”, *Journal of Economic Policy Researches*, 9(1), 187-204.
- YILDIZ, A. (2007). “İmalat Sanayi Şirketlerinin Etkinliklerinin Ölçülmesi”, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 91-103.
- YOLALAN, R. (1993). *İşletmeler Arası Görelî Etkinlik Ölçümü*, MPM Yayınları No: 483, Ankara.
- ZENGİN, B., ÇÖMLEKÇİ, İ., & MESCİ, Z. (2013). “Finansal Performansa Dayalı Etkinlik Ölçümü: Turizm İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma”, *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar Dergisi*, 50(577), 65-72.

Tele-Tıp Destekli Evde Sağlık Hizmetlerinin Ekonomik Boyutu: Finansmanı ve Maliyetleri Üzerine Bir İnceleme

(Araştırma Makalesi)

Economic Dimension of Tele-Medicine Supported Home Health Services: A Review on Finance and Costs

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1114701

Nihal KALAYCI OFLAZ

Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Medipol Üniversitesi, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi,
Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü

nkalayci@medipol.edu.tr

Orcid No: 0000-0002-8252-5868

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Kalaycı Oflaz, N. (2023). *Tele-Tıp Destekli Evde Sağlık Hizmetlerinin Ekonomik Boyutu: Finansmanı ve Maliyetleri Üzerine Bir İnceleme*. Alanya Akademik Bakış, 7(1), Sayfa No.311-335.

ÖZET

Anahtar kelimeler:
Sağlık Ekonomisi,
Evde Sağlık
Hizmetleri, Tele-Tıp,
Maliyetler, Finansman

Makale Geliş Tarihi:
10.05.2022
Kabul Tarihi:
05.12.2022

Türk Sağlık Sistemi Sağlıkta Dönüşüm Projesi kapsamında aile hekimliği uygulamasına geçmiş ve buna bağlı olarak evde bakım hizmetleri düşük maliyetlerle sağlanabildiğinden alternatif bir hizmet sunum şekli olarak önem kazanmıştır. Türkiye’de evde sağlık hizmetleri için yürütülen genel kapsamlı maliyet analizi çalışmaları sınırlı olmasına rağmen, farklı ülkelerde yapılan çalışmalar özellikle tele-tıp destekli evde sağlık hizmeti sisteminin sağlık hizmetlerinin maliyetlerini düşürdüğünü göstermektedir. Bu çalışmanın amacı sağlık ekonomisi perspektifinden, tele-tıp destekli evde sağlık hizmetlerinin ekonomik boyutuna, finansman yöntemine ve maliyetlerine ilişkin bir analiz yapmaktır. Bu amaçla, alandaki eksikliğe katkı sağlamak için hem dünya genelinde hem Türkiye’de nüfus ve epidemiyolojik yapıya ilişkin veriler ve yapılmış bilimsel çalışmalar çerçevesinde tele-tıp destekli evde sağlık hizmetlerine yönelik bir değerlendirme sunulmuştur. Tele-tıp destekli evde sağlık hizmetleri kurulum aşamasında yüksek maliyetlere neden olabilmektedir. Ancak hastanede sunulan sağlık bakım hizmetine göre daha uygun maliyetlerle hizmet sunumu olanağı sağlamaktadır.

Keywords:

Health Economics,
Home Health Services,
Tele-Medicine, Costs,
Financing

ABSTRACT

Within the scope of the Turkish Health System Health Transformation Project, family medicine practice has been implemented, and accordingly, home care services have gained prominence as an alternative form of service delivery as they can be provided at low costs. Although the comprehensive cost analysis studies for home health services in Turkey are limited, studies conducted in different countries show that especially telemedicine-supported home health care system reduces the costs of health services. The aim of this study is to analyze the economic aspect, financing method, and costs of telemedicine-supported home health services from the perspective of health economics. For this purpose, in order to contribute to the deficiency in the field, an evaluation of tele-medicine supported home health services has been presented within the framework of the data on the population and epidemiological structure and scientific studies both in the world and in Turkey. Telemedicine-supported

home health services might cause high costs during the establishment phase. However, it provides the opportunity to provide services at more affordable costs compared to the health care service offered in the hospital.

1. GİRİŞ

2030 ve 2050 yıllarına yönelik projeksiyonlarda sağlık harcamalarının artış göstereceği beklentisi, politika yapımcılar için sağlığa ayrılan kaynakların tahsisinin eşitlik temelinde, nüfusun en yaygın sağlık ihtiyaçlarını hedef alan ve maliyet etkin yöntemler ile gerçekleştirilmesi zorunluluğunu artırmaktadır (Sundewall ve Forsberg, 2020, Micah vd., 2021). Sağlığa ayrılan kaynakların tahsisi, sağlığa ayrılan kaynakların verimliliği, sağlık hizmetlerinin bireyler ve topluma olan etkileri, sağlık hizmetlerinin arz ve talebi, sağlık hizmetlerinin sunumu ve finansmanında eşitlik ve adaletin sağlanması gibi alanlarda sağlık ekonomisi ve sağlığa özgü ekonomik değerlendirme ve ölçüm teknikleri bu anlamda yol gösterici olmaktadır (Tatar, 2009). Sağlık Ekonomisine ilişkin teorik çalışmaların temeli, Arrow'un "Uncertainty and The Welfare Economics of Medical Care" isimli makalesine dayandırılabilir. Arrow (1963) bu çalışmasıyla, sağlık hizmetleri endüstrisinin normatif ekonomiye ait bir konu olduğunu vurgulamakta ve sektöre özgü özellikleri refah ekonomisine özgü normlar ile ele almaktadır. Bu bağlamda ele alınması gereken temel subjenin sağlık hizmetleri endüstrisi olduğunu belirterek sağlık hizmetleri ve sağlığı birbirinden ayıştırmaktadır. Sağlık Ekonomisi, sağlık için ayrılan kaynakların arz ve talebini, sağlık hizmetlerinin bir toplum üzerindeki etkilerini incelemektedir (Santerre ve Neun, 2012:266). Sağlığa ayrılan kıt kaynakların dağılımını inceleyen bir bilim dalı olarak sağlık ekonomisinin odak noktası sağlık harcamalarının etkin bir şekilde tahsisini sağlayacak yöntemlerin geliştirilmesidir. Sosyal içerik taşıyan harcamalar Neo-liberal iktisat politikalarının uygulanmaya başlamasıyla birlikte kesintiye uğramaya başlamış ve küresel düzeyde sağlık harcamalarının artışının bir sonucu olarak devletlerin üzerindeki mali yüklerin artması alternatif sağlık hizmeti sunum şekillerinin aranmasına neden olmuştur. Evde sağlık hizmetleri de bu tür bir arayışın sonucu olarak sağlık hizmetleri sunumunda kullanılmaya başlamıştır (Ağcasulu, 2021:169). Evde sağlık hizmetleri kavramsal açıdan; koruyucu, tedavi edici, sağlığı geliştirici ve rehabilite edici olmak üzere tüm sağlık hizmetlerinin devamlılığının sağlanması amacıyla, ihtiyacı olan bireylere kendi yaşam alanında sağlanan sağlık hizmetidir (Hasgöl, 2016:14). Evde sağlık hizmetleri genel olarak, hastanede kalma ihtiyacını azaltan ya da öteleyen bir hizmet türü olarak değerlendirilmektedir (Yılmaz vd.,2010:125). Kurumsal sağlık hizmetlerine alternatif olarak evde sağlık hizmetleri, maliyetleri yönünden pek çok üstünlüğe sahip olup, giderek artan bir oranda talep görmektedir (Tekin, 2018:116). Bu çalışmada nüfusun giderek yaşlanması, hastalık yapısı, artan sağlık harcamaları ve sağlığa ayrılan kaynakların kıtlığı gibi faktörlere ilişkin küresel değişiklikler ve Türkiye'nin profili çıkartılarak evde sağlık hizmetlerinin sağlık harcamalarının maliyet kontrolüne etki eden bir faktör olup olmadığı ele alınmıştır. Özellikle evde sağlık hizmetlerinde tele-tıp teknolojilerinden yararlanmanın sağlık hizmetlerinde maliyetlerin düşüşüne katkısı ve evde sağlık hizmetlerinin finansman yöntemleri değerlendirilecektir. Evde sağlık hizmetleri kapsamında ekonomi alanında yürütülen çalışmalar sınırlı sayıda olduğundan bu çalışma ile evde sağlık hizmetlerinin ekonomik boyutu değerlendirilerek literatüre katkı sağlanması amaçlanmaktadır. Bu amaçla Dünya genel ve Ekonomik Kalkınma ve İş Birliği Örgütü (OECD) ülkeleri için OECD, Dünya Bankası, Dünya Sağlık Örgütü gibi kurumların verilerinden yararlanılmıştır.

2. EVDE SAĞLIK HİZMETLERİ

İstanbul'u fetheden Fatih Sultan Mehmet'in vasiyetinde geçen: "...10 cerrah, 10 tabip ve 3 de yara sarıcı tayin ve nasp eyledim. Bunlar ki, ayın belli günlerinde İstanbul'a çıkalar bilâistisna

her kapuyu vuralar ve o evde hasta olup olmadığını soralar; var ise şifası, ya da mümkün ise şifayab olalar. Değilse kendilerinden hiçbir karşılık beklemezsin Darülacezeye kaldırılarak orada salâh bulduralar” sözleri sağlığa muhtaç kişilere sağlık hizmeti ulaştırmanın gerekliliğini ve bugün tanımlamaya çalıştığımız hastane destekli evde sağlık hizmetlerinin karşılanmasında devlet otoritelerine düşen rolü betimler niteliktedir. Bu vecizeden hareketle artan sağlık harcamalarını kontrol edebilmek için alternatif yöntemler geliştirilmesinin nihai hedefi ülkeler için sürdürülebilir bir sağlık ve sosyal güvenlik sisteminin sağlanmasıdır.

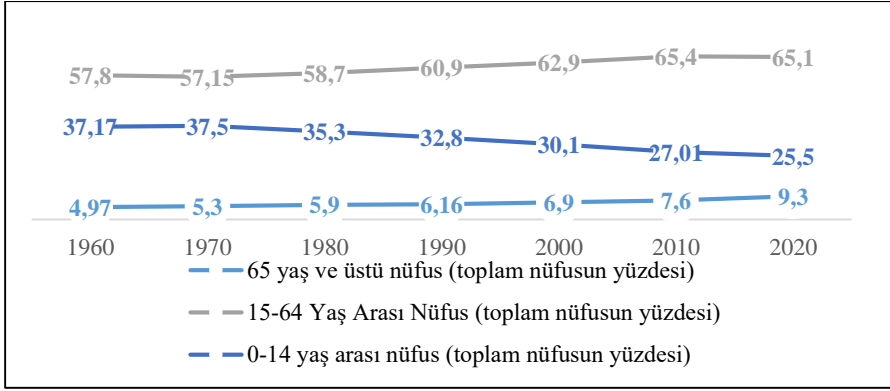
Evde bakım ya da evde sağlık hizmetleri sosyal refah devletinin sosyal politika alanlarından biridir (Ağcasulu, 2021:169). Evde bakım hizmeti, evde sağlık hizmeti, evde sağlık ve sosyal bakım gibi kavramlar literatürde sıklıkla birbiri yerine kullanılmakla birlikte evde bakım hizmetleri; evde sağlık hizmetleri ve evde sosyal bakım ve destek hizmetleri şeklinde iki temel gruba ayrılmaktadır (Sağlık Bakanlığı, 2015:45).

OECD, evde sağlık hizmetlerini uzun dönemli bakım içerisinde tanımlamaktadır. Uzun dönemli bakım içerisinde sağlık hizmetlerine yönelik bakım, evde sağlık bakımı, kurumsal sağlık bakımı gibi hizmetler yer almaktadır (Kalkınma Bakanlığı, 2018: 49). Evde sağlık hizmetleri kavramı Dünya Sağlık Örgütü tarafından; “*Profesyonel sağlık çalışanları gibi formal ya da hasta bakıcı gibi informal tarzda yetişmiş bireylerin hastaya kendi ev ortamında sağlık hizmeti verilmesidir*” şeklinde tanımlanmaktadır (WHO, 2008). Evde Bakım Hizmetleri Sunumu Hakkında Yönetmelik (2005) ise bu tanımdan farklı bir yaklaşımla evde bakım hizmetini hekimler tarafından verilen öneriler doğrultusunda yürütülen sağlık hizmetleri olarak tanımlamaktadır. Bu tanımlardan hareketle evde sağlık hizmetleri; hekim önerileri doğrultusunda, uzman kişilerce, hastanın kendi yaşam alanında verilen bir sağlık hizmeti türü olarak tanımlanabilir.

Evde sağlık hizmetlerinin amacı; hastanede kalış süresinin azalmasına bağlı olarak olası hastane nedeni enfeksiyon riskinden kaçınmak, yatak devir hızını artırmak, sağlık hizmetinin hastanın yaşadığı aile ortamında verilmesi yoluyla hem sosyal hem psikolojik anlamda hastayı desteklemek, yaşam kalitesini artırmak, sağlık harcamalarını düşürerek ülke ekonomisine katkı sağlamaktır (Merih vd., 2021:77). Bununla birlikte; hastanın günlük yaşam aktivitelerini etkilemeden en etkin tedaviyi uygulamak ve hastalıktan kaynaklanan etkileri minimize ederek bireylerin yaşam kalitesini artırmak yanında bireyin ve ailenin işlevselliğinin artırılmasıdır (Sarsılmaz vd., 2015: 13).

Evde sağlık hizmetlerinden kimlerin yararlanabileceği ise ameliyat sonrasında bakım hizmetine ihtiyaç duyan hastalar, ortopedi ve travmatoloji hastaları, kronik hastalığı olanlar, felçli hastalar, solunum yolu ve akciğer rahatsızlığı olanlar, nöroloji hastaları, yeni doğum yapan anneler ve bebekleri, yaşlılar ve engelliler, hemşirelik hizmeti ihtiyacı duyanlar, bulaşıcı hastalıklardan korunmak isteyenler ve evinde medikal ekipman kullanımına ihtiyacı olanlar şeklinde kategorize edilebilir (Özer ve Şantaş, 2012: 98). Bu tür hastaların evde sağlık hizmetini tercih etmeleri sonucunda hastaneye gidiş sıklığı ve yatış sürelerinde azalma görülmekte ve hastanelerdeki yoğunluğun ve maliyetlerin azaltılmasına da katkı sağlanmaktadır (TÜSEB, 2021:35).

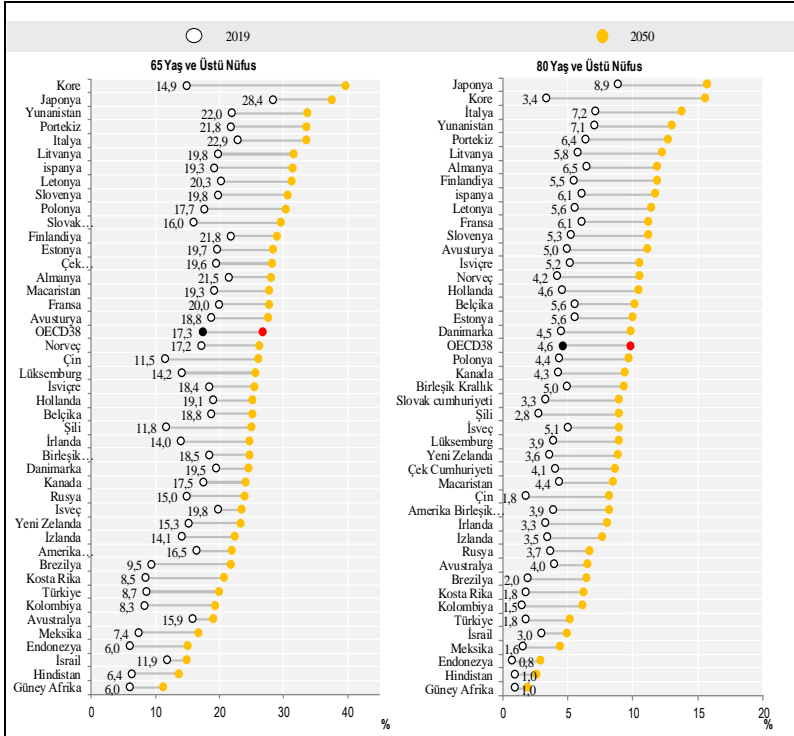
Evde sağlık hizmetlerine olan talebi artıran başlıca faktörler arasında nüfusun yaşlanması, artan sağlık harcamaları ve kaynakların kıt olması gibi küresel sorunları değerlendirmek mümkündür. Bu bağlamda nüfus, epidemiyolojik yapı ve sağlık harcamalarına ilişkin verilere değinmek gerekmektedir. Grafik 1’de Dünya Bankasının 1960-2020 yıllarına ilişkin verileri doğrultusunda 0-14 yaş, 15-64 yaş ve 65 yaş ve üstü kategorilerinde dünya nüfusunun yaş dağılımına yer verilmiştir.



Grafik 1. Nüfusun Yaş Ortalaması, Dünya (1960-2020)

Kaynak: World Bank, (2022).

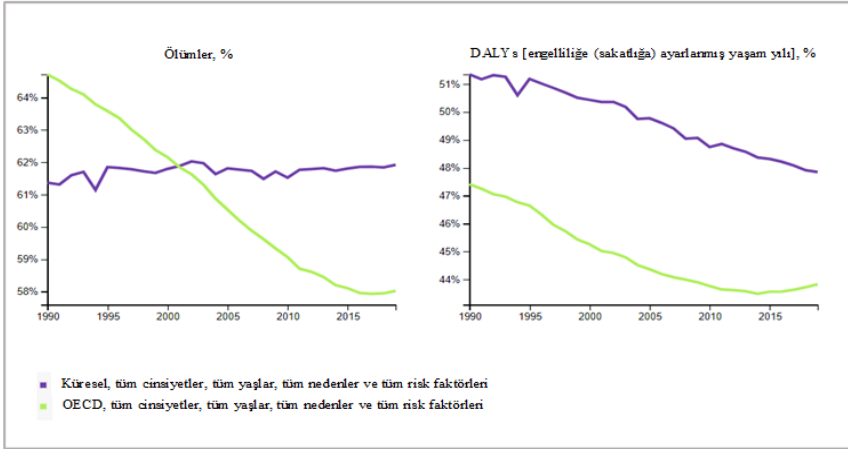
Dünya Bankasının 1960-2020 yıllarına ilişkin verileri incelendiğinde dünya genelinde 0-14 arasında yer alan nüfusun genel (toplam) nüfus içindeki payı giderek azalırken, 65 yaş üstü nüfusunun artış gösterdiği görülmektedir. Bu durum global ölçekte nüfusun yaşlandığını göstermektedir. Benzer şekilde, OECD'nin 2019 yılı ve 2050 yılına ilişkin projeksiyonları da bu bulguyu desteklemektedir (OECD, 2021a). OECD ülkelerinin 65 yaş üstü ve 80 yaş üstü nüfusa ilişkin verilerine Grafik 2'de yer verilmiştir.



Grafik 2. 65 ve 80 Yaş Üstü Nüfusun Payı, 2019 ve 2050

Kaynak: OECD, (2021a).

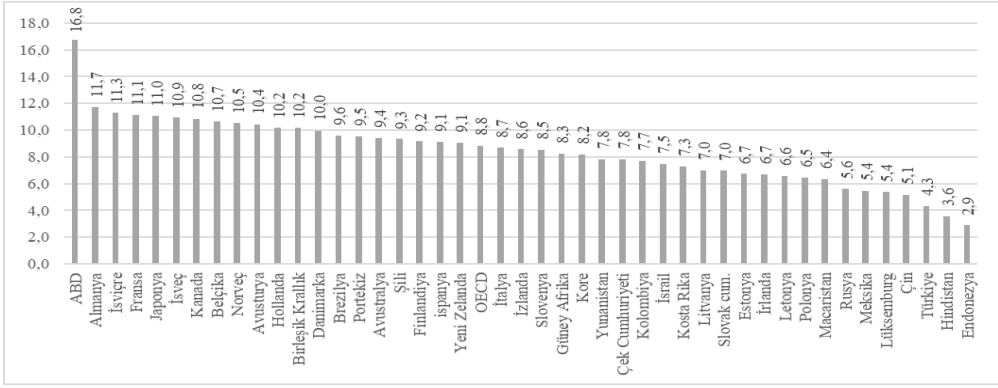
Grafik-2 incelendiğinde hem 65 yaş üstü hem de 80 yaş üstü nüfusun 2019-2050 yılları arasında artış göstereceği söylenebilmektedir. Nüfusun yaşlanmasıyla birlikte küresel ölüm ve hastalık yükü verileri açısından da bir değerlendirme yapmak gerekmektedir. Dünya Sağlık Örgütü'nün önde gelen ölüm nedenlerine ilişkin verilerine göre kronik hastalıklar giderek artış göstermekte olup, toplam ölümlerin %16'sının nedeni 2000 yılından bu yana gerçekleşen ölümlerdeki en yüksek paya sahip olan iskemik kalp hastalığıdır. 2000-2019 arasında 2 milyondan fazla artış göstererek 8,9 milyona yükselmiştir. İnme (yaklaşık 1 milyon artış) ve kronik obstrüktif akciğer hastalığı sırasıyla toplam ölümlerin yaklaşık %11 ve 6'dan sorumlu olup, 2. ve 3. önde gelen ölüm nedenleri arasındadır. Alt solunum yolu enfeksiyonları önde gelen 4. ölüm nedenlerindedir. Yeni doğan koşulları 5. sırada yer almaktadır. Trakea, bronş ve akciğer kanserlerinden ölümler 1,2 milyondan 1,8 milyona yükselmiş olup, 6. sırada yer almaktadır. Kadınların daha fazla etkilendiği alzheimer hastalığı ve diğer bunama türleri 1 milyonun üzerinde artış ile 7. önde gelen ölüm nedenidir. Diyabet, 2000 yılından bu yana %70'lik bir artış ile ilk 10 ölüm nedeni arasına girmiştir. Böbrek hastalıkları ise daha önce 13. sıradayken 10. sıraya yükselmiştir (WHO, 2020). Küresel ölümlerin nedenlerinin küresel hastalık yükü ile olan ilişkisine ise Grafik 3'te yer verilmiştir. 1990-2019 yılları arasında küresel ölümlerin ve OECD ülkelerindeki ölümlerin yüzdesi ile hastalık yükünün yüzdesine yer verilmiştir.



Grafik 3. Tüm Nedenlere Bağlı Ölümler ve DALYs, (Dünya ve OECD, 1990-2019)

Kaynak: *Global Health Data Exchange, (2022).*

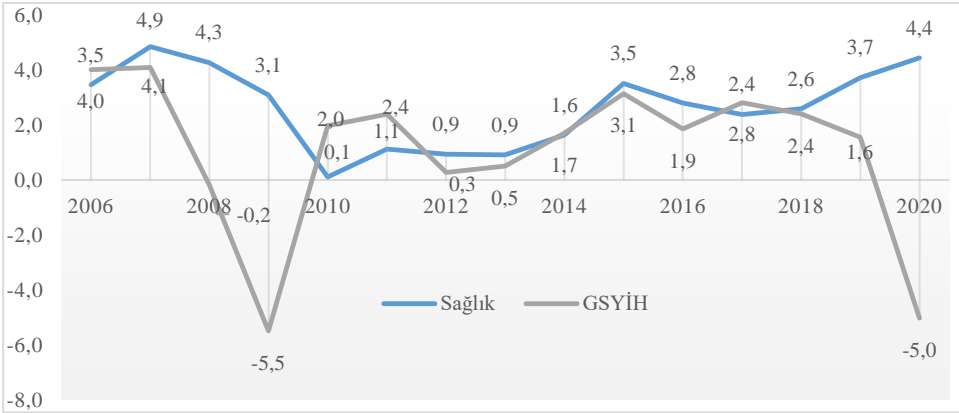
Engelliliğe göre ayarlanmış yaşam yılı (DALY) ölçütü üzerinden 1990 yılından bu yana küresel hastalık yükünün azaldığı, başka bir deyişle küresel sağlıkta büyük ölçüde kazanımlar elde edildiği söylenebilmektedir. OECD ülkelerindeki ölüm yüzdeleri tüm risk faktörleri için hastalık yükündeki azalmaya paralel bir şekilde azalma göstermiştir. Nitekim, 204 ülkede 369 hastalık ve yaralanma çeşidinin küresel yükünün analiz edildiği bir çalışmada da sağlığın küresel düzeyde iyileşmeye devam ettiği, bununla birlikte hastalıkların mutlak yükü ve bununla bağlantılı olarak sağlık sistemleri üzerindeki etkisinin sabit kaldığına, diyabet ve alzheimer gibi hastalıklardan kaynaklanan DALY'lerin artış gösterdiğine dair bulgular söz konusudur (Vos vd., 2020). Küresel hastalık yükünün sağlık sistemleri üzerindeki etkisi sağlık harcamaları ile olan ilişkisi açısından da değerlendirilebilir. Grafik 4'te OECD ülkelerinin Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH)'larından sağlık harcamalarına ayırdığı pay yer almaktadır.



Grafik 4. OECD Ülkelerinde Sağlık Harcamalarının GSYİH İçindeki Payı, 2019

Kaynak: OECD, (2021b:189).

OECD'nin verilerine göre OECD ülkelerinin GSYİH'den sağlık harcamaları için ayırdığı pay ortalama %8,8'dir. Ancak, 2020 yılında OECD ülkelerinin sağlık harcamalarının GSYİH'ye oranında önemli bir artış söz konusu olmuş hem Covid pandemisi nedeniyle hem de ekonomik faaliyetlerdeki daralma nedeniyle sağlığa ayrılan kaynakların GSYİH'ye oranı %9,7'ye yükselmiştir (OECD, 2021b:188). Sağlık harcamalarında ve kişi başına GSYİH'de yaşanan artışın karşılaştırıldığı Grafik 5 tarih aralığı olarak daha geniş bir perspektifle ele alınmış olup, 2008'deki ekonomik kriz ve Covid-19 pandemisinin 2020 yılında GSYİH'ye olan etkisi belirgin bir şekilde görülebilmektedir.



Grafik 5. Sağlık Harcamalarında Artış ve Kişi Başına GSYİH'de Yıllık Büyüme (23 OECD Ülkesinin Ortalaması)

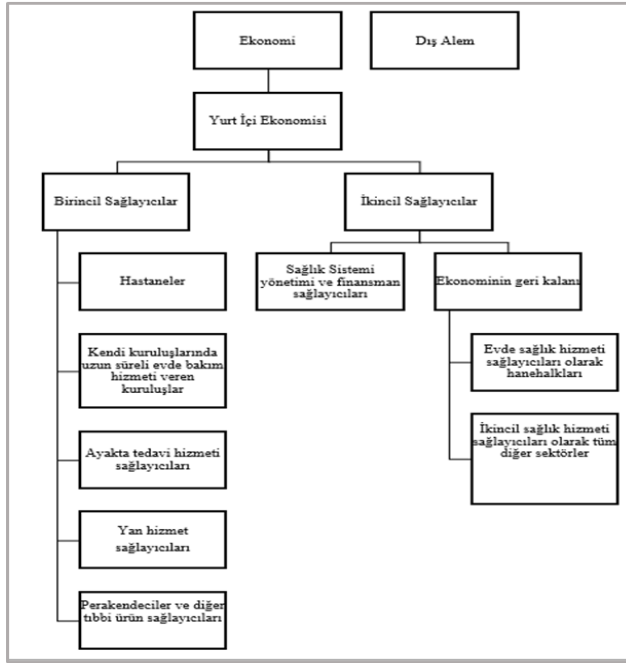
Kaynak: OECD, (2021b:189).

OECD ekonomilerinde krizin etkisiyle 2008 ve 2009 yıllarında kişi başına GSYİH keskin bir şekilde küçülürken, sağlık harcamaları da paralel olarak azalmış, özellikle 2010-2013 arasında %1'in altında seyretmiştir. 2010 yılından sonra OECD ülkelerindeki ortalama sağlık harcaması artış oranının, kişi başına GSYİH'deki büyüme ile paralellik gösterdiğini söylemek mümkündür. 2019'dan sonra Covid-19 pandemisi nedeniyle sağlık harcamaları artmıştır. Uygulanan karantina tedbirleri ve halk sağlığı önlemlerinin sonucunda tüketici harcamaları ciddi bir şekilde kısıtlanırken, ekonomik çıktı azalmış ve birçok OECD ekonomisi 2020 yılında

küçülmüştür. Bu nedenle sağlık harcamalarında Kişi Başına GSYİH'ye nazaran daha güçlü bir artış yaşandığı görülmektedir (OECD, 2021b:188).

2.1. Evde Sağlık Hizmetlerinin Kapsamı

Hastalara kendi yaşam alanlarında sağlıklarını geliştirmek ve tedavi etmek amacıyla sunulan sağlık hizmetleri ve sağlık araç gereçlerinin sunulması olarak tanımlayabileceğimiz evde sağlık hizmetleri, kronik hastalıkların takibi ve tedavisinde, fizik tedavi, akciğer ve solunum yolu tedavilerinde ve ameliyat sonrası bakım hizmetlerinde kolaylık sağlamaktadır (Sayan, 2004: 91). Oldukça geniş bir hizmet alanı olan evde sağlık hizmetlerini sunan sağlık personelleri; pratisyen hekim ve aile hekimi gibi hekimler, hemşireler, psikologlar, diyetisyenler, fizyoterapistler, sosyal hizmet personelleri ve ev ekonomistleri gibi uzmanlardan oluşmaktadır. Evde sağlık hizmeti veren kurum ve kuruluşlar ise; Sağlık Bakanlığı, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, hastaneler, belediyeler, sağlık odaklı meslek kuruluşları, gönüllü hizmet veren kurum ve kuruluşlar, sigorta şirketleri, ilaç ve tıbbi malzeme firmaları, özel sağlık ve hemşirelik kuruluşlarından oluşmaktadır (Sayan, 2004:93). Sağlık Bakanlığınca tanımlanan evde sağlık hizmetleri sistemi, Sağlık Bakanlığına bağlı olarak faaliyet gösteren ve evde sağlık hizmetleri birimi kurarak sağlık hizmeti sunan hastaneleri ya da yataklı sağlık kurumlarını, toplum sağlığına yönelik merkezleri, aile hekimlikleri ile aile sağlığı merkezlerini ve aile sağlığı çalışanlarını kapsamaktadır (Sağlık Bakanlığı, 2010). Evde sağlık hizmetlerinin genel sağlık hizmetleri sunumuna içkin olarak ekonomi ile olan ilişkisi ise Şekil 1'de ifade edilmiştir.



Şekil 1. Sağlık Hizmeti Sağlayıcıları Evreni: Birincil ve İkincil Sağlayıcılar

Kaynak: OECD/Eurostat/WHO, (2017:124).

Buna göre yurt içi ekonomideki kurumların birçoğu sağlık hizmeti sunabilmektedir. Sağlık hizmeti sağlayıcıları bu nedenle ulusal sağlık hesapları sisteminde birincil ve ikincil sağlayıcılar olarak kategorize edilmiştir. Birincil sağlayıcıların temel görevi sağlık ürün ve hizmetlerini sunmaktır. OECD'nin tanımladığı şekilde birincil sağlayıcılar; genel ve

uzmanlaşmış hekimlerin muayenehaneleri, acil ambulans hizmetleri üniteleri, akut ve psikiyatrik hastaneler, sağlık merkezleri, laboratuvarlar, bakım tesisleri, eczanelerdir. İkincil sağlayıcılar ise; kısmen sağlıkla ilgili olan veya hiç ilgili olmayan temel faaliyetlerine ek olarak sağlık bakım hizmetleri sunan sağlayıcıları ifade etmektedir. İkincil faaliyet olarak hemşirelik denetimine ek olarak, evde bakım hizmeti veren kurumlar, reçetesiz ilaçlar satan süpermarketler, iş yeri hekimliği veya hapisane sağlık bakım hizmetleri gibi sınırlı gruba sağlık hizmeti sunan sağlık kuruluşları/çalışanlarından oluşmaktadır (OECD, 2017:124).

2.2. Evde Sağlık Hizmetlerinin Gelişimi, Dünyadaki Uygulamaları ve Finansmanı

Evde sağlık hizmetlerinin geçmişini, doğum sürecinin evde gerçekleştirilip gerçekleştirilmemesi yönündeki fikirsel ayrılıkların yaşandığı Hititler ve sonrasında Roma dönemine kadar götürmek mümkündür (Çoban ve Esatoğlu, 2004:109). Daha yakın tarihteki veriler değerlendirildiğinde Amerika Birleşik Devletleri (ABD) evde sağlık hizmetleri alanında en gelişmiş ülkelerden biri olup, ülkede evde sağlık hizmeti veren ilk kurumun 1796 yılında kurulan Boston Dispanseri olduğu bilinmektedir (TÜSEB, 2021:41). 1900'lü yıllarda ABD sosyal güvence sistemleri, evde sağlık hizmetlerini ödeme kapsamına almıştır (Tekin, 2018:115). Özellikle 1965 yılında Medicare ve Medicaid sigorta sisteminin yaygınlaşması ile ekonomik ve mali anlamda evde bakım hizmeti sunan kuruluşların hakimiyetinin baskınlığı ABD'yi bu alanda öne çıkarmıştır (Özer ve Şantaş, 2012:96).

1970'li yıllarda ise evde sağlık hizmetlerinin maliyetlerinin daha düşük olması nedeniyle özel sağlık sigortalarının da hizmet alanına girmeye başlamıştır (Alnıgeniş, 2009). Avrupa'da evde sağlık hizmetlerini de kapsayan evde bakım hizmetleri kronolojik açıdan ele alındığında; aile içinde verilen hizmetler, kiliseler tarafından verilen hizmetler ve gönüllüler tarafından verilen hizmetlerden oluşmaktadır. 19. yüzyılda devletlerin giderek büyümesiyle birlikte sağlık hizmetlerinin kapsam olarak sosyal refah ile ilgili alanın içine dahil olması evde sağlık hizmetleri uygulamalarını artırmış, 20. yüzyılda ise daha büyük ölçekli kurum/kuruluşlar ve hastaneler, yaşlılara, çocuklara, fiziksel ve zihinsel engelli bireylere destek vermeye başlamıştır (Tarricone, R. ve Tsouros, A.D., 2013). Evde sağlık hizmetlerinin dünyada özellikle 1990'lı yıllardan itibaren gelişimini sağlayan faktörler; teknolojideki ilerlemeler, evde sağlık hizmetlerinin maliyet yararını ortaya koyan araştırmalardaki artış, bireylerin hastane hizmetlerine bir alternatif olarak evde sağlık hizmetlerini tercih etmeleri, evde sağlık hizmetini sunan kurumların sayılarındaki artış ve sigorta kurumlarının evde sağlık hizmetlerinin maliyetlerini karşılamaya başlaması şeklinde sıralanabilir (Gölbaşı, 2003:18). Bu noktada evde sağlık hizmetlerinin finansmanı da artan sağlık giderlerinin finansmanının nereden sağlanacağı kadar önemli bir sorun teşkil etmektedir. Sağlık hizmetlerinin finansmanında temel olarak üç yöntemden faydalanılmaktadır. Bu yöntemler; genel bütçeden finanse edilen ve kamunun mali kaynaklarından beslenen sosyal güvenlik modeli olan Beveridge modeli, prim gelirlerinden yararlanarak uygulanan sosyal sağlık sigorta modeli olan Bismarck modeli, özel sigorta modeli ya da cepten yapılan sağlık harcamalarıdır (Özer ve Şantaş, 2012:100). Avrupa'da evde sağlık hizmetlerinin organizasyonuna ilişkin bilgiler Tablo 1'de paylaşılmıştır.

Tablo 1. Avrupa Birliği Ülkelerinin Bazılarında Evde Sağlık Hizmetleri Sunumu

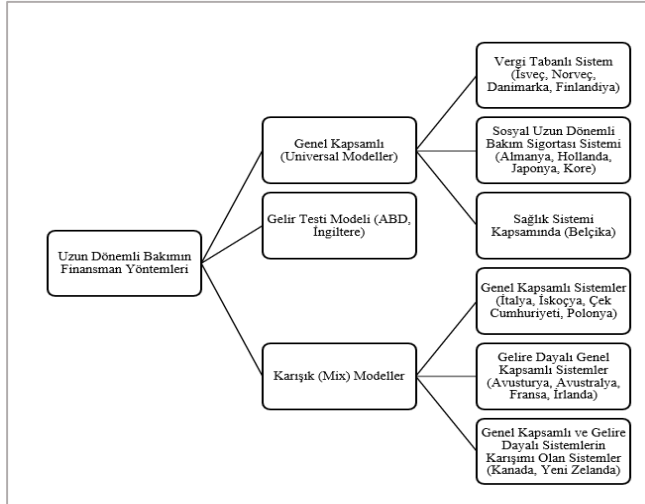
Ülke	Evde Sağlık Hizmeti
Belçika	Merkezi veya bölgesel yönetim
Danimarka	Yerel yönetimler veya belediyeler
Finlandiya	Yerel yönetimler veya belediyeler
Fransa	Sosyal güvenlik ve Yerel yönetim veya belediye
Almanya	Sosyal güvenlik

Ülke	Evde Sağlık Hizmeti
İrlanda	Merkezi veya bölgesel yönetim
İtalya	Merkezi veya bölgesel yönetim
Hollanda	Sosyal güvenlik
Portekiz	Merkezi veya bölgesel yönetim
İspanya	Sosyal güvenlik
İsveç	Yerel yönetimler veya belediyeler
Birleşik Krallık	Merkezi veya bölgesel yönetim

Kaynak: Tarricone ve Tsouros, (2013:13).

Tablo 1'e göre evde sağlık hizmetlerinin Avrupa'da merkezi ve bölgesel yönetim, yerel yönetimler, belediyeler veya sosyal güvenlik kurumları tarafından sunulmaktadır. Finansmanın sağlanma şekli açısından örneğin İrlanda'da evde sağlık hizmetlerinin tamamı devlet tarafından karşılanmaktadır. İsveç'te belediyeler bu tür hizmetlerin geri ödeme mekanizmasını sağlayarak, tıbbi hizmetleri sunmaktadır. Hollanda'da sunulan evde sağlık hizmetleri sosyal güvenlik kapsamında yer almaktadır. Kanada, İngiltere, İtalya ve Fransa'da da yine evde bakım hizmetleri geri ödeme kapsamında yer almaktadır. Danimarka'da ise evlere yapılan sağlık amaçlı ziyaretler ödeme kapsamında yer almaktadır (Memişoğlu ve Kalkan, 2016: 654).

Evde sağlık hizmetleri finansman açısından "evde bakım hizmetleri" kapsamında ele alınabilmektedir. OECD evde sağlık hizmetlerini uzun dönemli bakım içerisinde tanımlamakta olup, uzun dönemli bakım ise hastaneler tarafından sunulanlar dışındaki evde sağlık bakım hizmetleri; zeka geriliği, ruh sağlığı hastalıkları bulunan veya madde bağımlısı çocuklar ve yetişkinler için evde sağlık bakım hizmetleri, hastaneler tarafından sunulanlar dışındaki evde sağlık bakım hizmetleri, hemşirelik hizmetleri şeklinde sağlık işlevlerine göre sınıflandırılmaktadır (OECD/Eurostat/WHO, 2017:399). OECD ülkelerinde uzun dönemli bakımın finansman yöntemlerine Şekil 2'de yer verilmiştir.

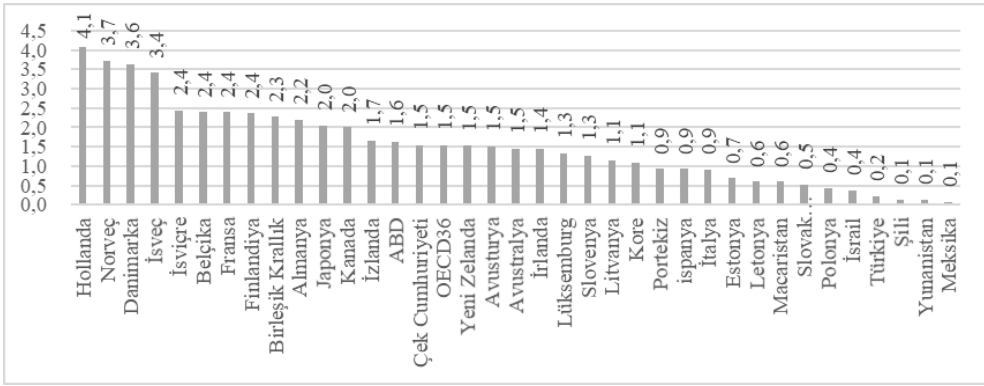


Şekil 2. Uzun Dönemli Bakımın Finansman Yöntemleri

Kaynak: Bal, (2016:173).

Uzun dönemli bakımın finansmanı; genel kapsamlı model, gelir testi modeli ve karma model olmak üzere üç temel finansman modelinden yararlanarak gerçekleştirilmektedir. Genel

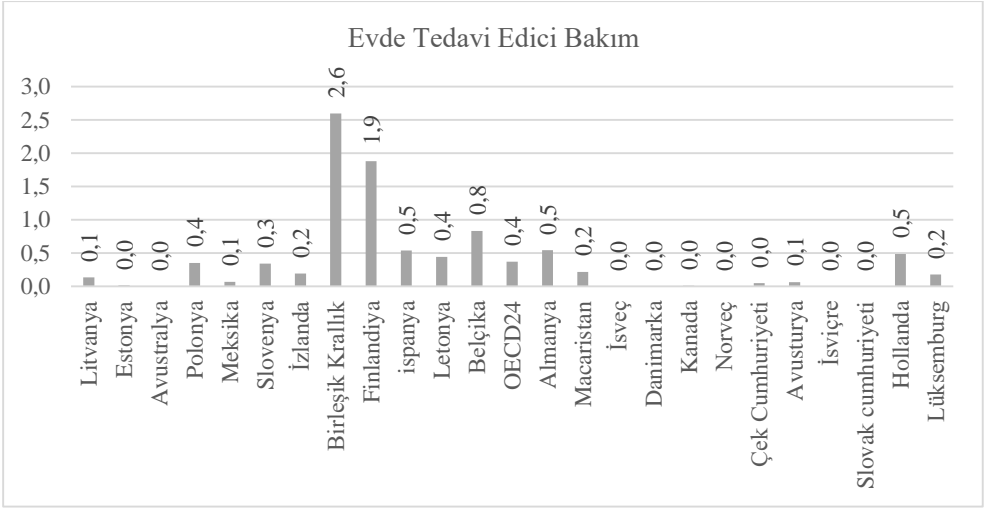
kapsamlı modelde; İsveç, Norveç, Danimarka ve Finlandiya gibi ülkelerde uzun dönemli bakımın finansmanı için kullanılan vergi tabanlı sistem; Almanya, Hollanda, Japonya ve Kore gibi ülkelerin yararlandığı sosyal uzun dönemli bakım sigortası sistemi ve Belçika'da olduğu gibi sağlık sisteminin içerisinde finansman söz konusudur. ABD ve İngiltere'de uzun dönemli bakım gelir testi modelinden yararlanarak finanse edilmektedir. Karışık finansman modeli ise; İtalya, İskoçya, Çek Cumhuriyeti ve Polonya'da olduğu gibi genel kapsamlı sistemler; Avusturya, Avustralya, Fransa ve İrlanda'da olduğu gibi gelire dayalı genel kapsamlı sistemler ve Kanada ve Yeni Zelanda'da olduğu gibi genel kapsamlı ve gelire dayalı sistemlerin karışımı olan sistemlerden oluşmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü ise evde uzun süreli bakımın finansmanını; genel vergilendirme, sosyal sağlık sigortası, hizmet içeriğine göre cepten veya hizmet değişimi şeklinde ödeme yapılması, özel sigorta ve gönüllüler tarafından ücretsiz sunulan hizmetler şeklinde sınıflandırmaktadır (Özer ve Şantaş, 2012:100). Uzun dönemli bakımın ekonomik boyutunu ifade etmek üzere GSYİH içindeki payı açısından ele alınmış olup, Grafik 6'da sunulmuştur.



Grafik 6. Uzun Dönemli Bakımın GSYİH İçindeki Payı, (%)

Kaynak: OECD Health Statistics (2021); OECD (2020).

Uzun dönemli bakımın GSYİH içindeki payı OECD ülkelerinin ortalaması açısından %1,5 düzeyindedir. GSYİH'den en büyük payı ayıran ülkeler Hollanda (%4,1), Norveç (%3,7), Danimarka (%3,6) ve İsveç (%3,4)'tir. Evde sağlık hizmetlerinin kamu gelirleri ile finanse edilmesi; sağlık giderlerini kontrol altında tutmak, yatarak tedavi hizmetlerine ayrılan giderlerin azaltılması ve bireyleri katastrofik sağlık harcaması yüküne karşı koruma sağlamak gibi açılardan önem taşımaktadır (Özer ve Şantaş, 2012:102). Evde sağlık hizmetlerinin ekonomik boyutunu istatistiksel olarak ifade etmek veri kısıtı nedeniyle oldukça güçtür. Yalnızca uzun dönemli bakımın ekonomik boyutuna ilişkin verileri paylaşmanın yanıltıcı olacağı kanaatiyle evde sağlık hizmetlerinin ekonomik boyutunu ifade etmek üzere OECD ülkelerinde cari sağlık harcamaları içinde evde tedavi edici bakıma ayrılan pay ulaşılabilen veriler doğrultusunda Grafik 7'de sunulmuştur. Türkiye dahil pek çok ülke için veri temin edebilmek son derece güçtür.



Grafik-7. Cari Sağlık Harcamalarının Payı Olarak Birinci Basamak Sağlık Hizmetleri Harcamalarının İçinde Evde Tedavi Edici Bakım Harcamaları 2019 (veya en yakın yıl), (%)
Kaynak: OECD (2021a:201)

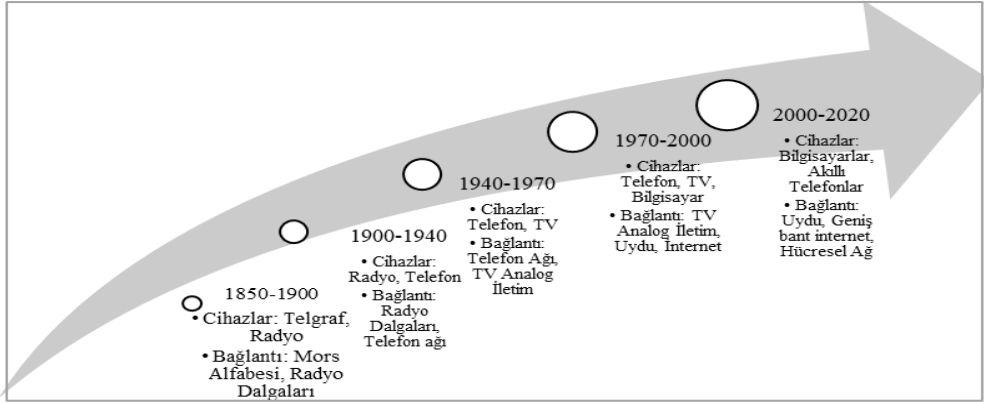
Grafik 7’den de izlenebildiği gibi birçok OECD ülkesinde evde tedavi edici bakım için ayrılan pay 0 ya da 0’a yakın değerler almaktadır. Nitekim OECD ülkelerinin ortalaması da birinci basamak sağlık hizmetleri içinde evde tedavi edici bakıma ayrılan pay açısından %0,4’tür. En yüksek payın ayrıldığı Birleşik Krallık ve Finlandiya’da ise sırasıyla %2,6 ve %1,9 oranındadır. Evde sağlık hizmetlerinin kamu gelirleri ile finanse edilmesi; sağlık giderlerini kontrol altında tutmak, yatarak tedavi hizmetlerine ayrılan giderlerin azaltılması ve bireylerin katastrofik sağlık harcaması yüküne karşı korunması gibi açılardan önem taşımaktadır (Özer ve Şantaş, 2012:102). Bu nedenlerle GSYİH’den evde bakım hizmetleri için ayrılan payın artırılması gerekmektedir.

2.3. Evde Sağlık Hizmetlerinde Tele-Tıp

Yaşlı, engelli ve kronik hastalıkları olan bireyler için bakım ve sosyal destek hizmetlerinden faydalanmalarına olanak veren evde sağlık hizmetleri 2019 yılından bu yana Dünyada yaşanmakta olan pandeminin etkisiyle farklı bir boyut kazanmıştır. Farklı bir boyut kazanmasının nedeni, sosyal izolasyonun sağlanması yanında, evde sağlık hizmeti alması gereken bireylere hizmetlerin gerektiğince ve aksatılmadan verilmesi ve hem bireylerin hem de ailelerinin enfeksiyondan korunmasıyla birlikte hizmet sunan tıbbi personelin de enfekte olmasının önlenmesi açısındandır (Balcı ve Koçatakan, 2021:190). Bu durum evde sağlık hizmetlerinde teknolojik imkanlardan yararlanmanın önemini artırmaktadır. Bu kapsamda yararlanılabilecek ve teknoloji ile ilişkili yöntemlerden biri de tele-tıptir.

Tele-tıp, birbirinden uzak birimler arasında bilgi ve iletişim teknolojilerinden yararlanarak tanı, tedavi, takip ve değerlendirmeye yönelik amaçlarla hastalara ilişkin fizyolojik bilgilerin paylaşılması, arşivlenmesi ve sağlık hizmetlerinin sunulmasıdır (Işık ve Güler, 2010). Tele-tıp uygulaması ile bilgisayar yazılım programlarından ya da akıllı telefon uygulamalarından yararlanarak hastaya ilişkin hayati bulgular hekime anında iletilebilmektedir (Korkmaz ve Hoşman, 2018:253).

Dünyadaki ilk tele-tıp uygulamalarına bakıldığında “Victoria Dönemi İnterneti” olarak da bilinen telgraf uzaktan tıbbi bakımın sağlanmasında kullanılan ilk cihazlardan biri olup, yaralı askerlerle ilgili mesajların bekleyen sağlık ekiplerine iletilmesi için kullanılmıştır (Jagarapu ve Savani, 2021). Bununla birlikte 1920’li yıllarda kıyadaki doktorların denizdekilere tıbbi bilgileri iletmek amacıyla radyo kullanması ve Nebraska Üniversitesi Tıp Fakültesi Nebraska Psikiyatri Enstitüsü’nün Eyalet Ruh Hastalıkları Hastanesi ile kapalı devre televizyon sistemi ile iletişimi gibi tarihi örnekler bulunmaktadır (Moore, 1999:247). Tele-tıp teknolojisinin evrimi Şekil-3’te görülebileceği gibi beş farklı aşamada ele alınabilir.



Şekil 3. Tele-Tıp Teknolojisinin Evrimi

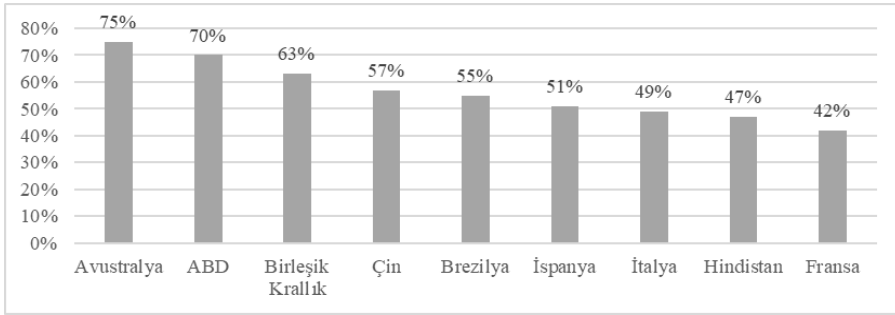
Kaynak: Jagarapu ve Savani, (2021).

Tele-tıp’ın tarihsel gelişimine bakıldığında teknolojideki dönüşüme bağlı olarak farklı kullanım alanları bulunduğu görülmektedir. Tele-tıp araçlarının son dönemde, giderek evde bakıma odaklanan sağlık bakım modellerinde değişimin kolaylaştırıcısı olduğu, hastanede kalış maliyetlerinden tasarruf elde edilmesini ve dolayısıyla maliyetlerin azalmasına katkı sağladığı düşünülmektedir (Mas vd., 2022).

2.4. Tele-Tıp Destekli Evde Sağlık Hizmetlerinin Maliyetlerinin Karşılaştırılması

Sağlık ekonomisi alanında yürütülen maliyet analizi çalışmaları bu tür projelerin ekonomiye olan kazanımlarını/kayıplarını analiz etmenin bir yoludur. Evde sağlık hizmetleri raporu (2021)’nda da sağlık projeleri için yürütülen maliyet analizleri çalışmalarının ev tabanlı e-Sağlık uygulamaları için yapılacak olan tele-tıp gibi projeler için maliyetlerinin belirlenmesi, ödeme prensipleri ve geri ödeme için politika yapıcılara karar vermede yol gösterici olacağı vurgulanmıştır (TÜSEB, 2021:51). 1960-70’li yıllarda Amerika ve Kanada’da tele-tıp projeleri ile ilgili maliyet-etkinliği konusunda yürütülen çalışmalarda, tele-tıp’ın sağlık hizmetlerinin maliyetlerini düşürdüğü ve sağlık hizmetlerinin kalitesini artırdığı görülmüştür (Preston vd.,1992). Daha yeni araştırmalar incelendiğinde örneğin Udsen ve diğerlerinin (2014), kronik obstrüktif akciğer hastalığı olan hastalar için tele-tıp maliyetleri ve maliyet etkinliği hakkındaki kanıtların sistematik bir incelemesini yaptıkları çalışmaları sonucunda tek başına olağan bakıma kıyasla, tele-tıp’ın artı olağan bakım alan hasta başına daha düşük bir ortalama maliyet bildirdiği bulunmuştur. Bu çalışma Kuzey Amerika ve Avrupa’da temel alınan altı çalışmanın birleşimi olan ve 281’i tele-tıp için randomize edilen toplam 559 KOAH hastasını içeren bir çalışmadır.

Global Markets Insights gibi araştırma şirketleri ise tele-tıp uygulamalarının sağlık sektöründeki ağırlığının artacağını ve 2026 yılına kadar küresel olarak 175 milyar dolarlık bir hacme sahip olacağını öngörmektedir (Platin Dergisi, 2021). Yine, Dünya genelinde sağlık sektöründeki yönelimleri inceleyen KPMG'nin, Sağlık Hizmetleri 2030 raporuna göre, ABD'de hastane sayısının düşüş göstereceği evde bakım ve tele-tıp hizmetlerinde artış yaşanacağı tahmin edilmektedir (KPMG, 2019). Özellikle pandemi döneminde bulaş riskinin bulunması hastane hizmetlerine olan talebi düşürdüğünden tele-tıp kullanımı yani dijital iletişim teknolojileri aracılığıyla tıbbi bakımın sağlanması uygulaması yükselişe geçmiştir. Hastaları uzaktan izleme konusunda sağlanan teknolojik ilerleme özellikle birinci basamak sağlık hizmetlerinin daha uygun maliyetler ile sunulmasına izin verse de geri ödeme modellerindeki yetersizlik özellikle pandemi döneminde özel finansman modellerinin ve kalıcı ödeme değişikliklerinin düzenlenmesi gerekliliğini göstermiştir (Shrank vd., 2020:237). Grafik 8'de bazı ülkelerin tele-tıp kullanım yüzdelerine yer verilmiştir.



Grafik 8. Tele-Tıp Kullanımı

Kaynak: Middleton vd., (2021).

2021 Dijital Doktor araştırması (Middleton vd., 2021)'nin sonuçlarına göre ABD'de %70, İngiltere'de %63 ve İspanya'da %51 oranında tele-tıp kullanılmaktadır. Aynı araştırmanın sonuçlarına göre, tele-tıp kullananlardan 10'da yedisi bu teknoloji den pandemi sırasında yararlanmaya başlamıştır. Mas ve diğerlerinin (2022), hastane perspektifi altında yapılan maliyet analizi çalışması, pediatrik tele-tıp bakımın normal hastane bakımına kıyasla %9 daha düşük maliyete neden olarak sağlık sisteminin maliyetlerini düşürmeye hizmet ettiğini göstermektedir. Aynı çalışmadan elde edilen bulgular doğrultusunda Tablo-2'de, 24 saatlik bir sürede hastane ve hastane destekli evde bakım için toplam ve ortalama harcama ile tasarrufları tahmin etmek için her ikisi arasındaki farkı ve her bir maliyet türünün toplam tasarruf miktarında temsil ettiği yüzde gösterilmektedir.

Tablo 2. Kazanç Miktarına Göre Hastane Yatış Türü Günlük Maliyetleri

Maliyet türü X: uygulanamaz	Genel Bakım (US \$)	Tele-Tıp Destekli Evde Bakım (US \$)	Değişim (US \$)	Toplam Değişim (%)	Toplam Tasarruflar (%)
Personel	261,51	158,67	102,83	33,52	35,50
Bakım gerektirmeyen ara ürünler	118,08	21,99	96,09	31,32	33,17
Yapısal	140,80	85,63	19,91	6,49	6,88
Ara ürünler	27,29	10,85	15,65	5,10	5,40

Maliyet türü X: uygulanamaz	Genel Bakım (US \$)	Tele-Tıp Destekli Evde Bakım (US \$)	Değişim (US \$)	Toplam Değişim (%)	Toplam Tasarruflar (%)
İşletim	26,50	10,85	15,65	5,10	5,40
Evde Uzaktan Bakım	X	17,17	-17,17	5,60	X
Toplam	574,19	301,71	272,48	100,00	100,00

Kaynak: Mas vd., (2022:4)

Hastanede genel bakım hizmetlerine göre tele-tıp destekli evde bakım hizmetinin özellikle personel ve bakım gerektirmeyen ara ürünler kalemleri gibi maliyet türleri için %30'un üzerinde tasarruf elde edilmesine olanak sağladığı görülmektedir. Genworth Financial'ın Bakım Maliyeti Anketi (2021)'ne göre, Amerika Birleşik Devletleri'nde evde bakımın ortalama maliyeti ayda 4.957 dolardır. Evde sağlık bakımı için maliyet daha yüksek olup, ayda ortalama 5.148 dolardır. Bununla birlikte, evde sağlık bakımının hemşirelik hizmetlerini de kapsayabileceği düşünüldüğünde, ortak bir oda için aylık ortalama 7.908 ABD doları ve özel bir oda için 9.034 ABD doları tutarındaki yatılı bakım hizmetinden daha ekonomik bir seçenek olduğu görülmektedir.

Evde sağlık hizmetleri ile ilgili bazı çalışmalarda ise evde sağlık hizmetlerinin maliyetleri artırmasına rağmen sağlık sonuçlarında iyileşmeler sağladığı savunulmaktadır. Örneğin Billups ve diğerleri (2014)'nin entegre bir sağlık sisteminde sunulan olağan bakım ile evde kan basıncı izleme programının sağlık sistemine olan maliyetini karşılaştırmak amacıyla yürüttükleri maliyet-etkinlik analizinde 6 ay boyunca hasta başına medyan hipertansiyonla ilişkili maliyet, evde kan basıncı izleme programı grubunda 455\$ ve olağan bakım için 179\$ olarak bulunmuştur. Maliyetteki artışı, ek e-posta ve telefon görüşmelerine, daha fazla antihipertansiyon ilaç kullanımına, ek laboratuvar izlemesine vb. maliyetler ile ilişkilendirmişlerdir. Hasta başına medyan toplam maliyet ise, evde kan basıncı izleme programı grubu ve olağan bakım grupları için sırasıyla 1.530\$ ve 1.283\$ olarak tespit edilmiştir. Çalışmada, teknolojiye dayalı olarak eczacılar tarafından yürütülen bir evde kan basıncı izleme programı için düşürülmüş mm Hg sistolik kan basıncı başına 20,50\$ ve kazanılan yaşam yılı başına 3.300\$ yatırım yaparak sağlık sonuçlarının iyileştirilebileceği tespit edilmiştir. Deneysel bir evde sağlık programına dahil edilen beş yüz seksen üç hasta üzerinde yürütülen ekonomik bir analizde ise bir hastalık dönemi için benzer tanılar karşılaştırıldığında, evde sağlık ile hastanede tedavi arasında temelde hiçbir maliyet farkı olmadığı gözlenmiştir (Gerson ve Hughes, 1976).

3. TÜRKİYE'DE EVDE SAĞLIK HİZMETLERİ

Türkiye'de gelişim evreleri açısından Umumi Hıfzıssıhha Kanununa dayalı uygulamalar, Sağlık Hizmetlerinin Sosyalleştirilmesi Hakkında Kanuna bağlı uygulamalar ve 1980'den sonra verilen evde sağlık hizmetleri uygulamaları başlıca dönüm noktalarını oluşturmaktadır (Özer ve Şantaş, 2012: 99). Daha yakın tarihli gelişmeler açısından 10 Mart 2005 tarihli 25751 sayılı Resmî Gazetede yayımlanan "Evde Bakım Hizmetleri Sunumu Hakkında Yönetmelik" ve 13 Eylül 2005 tarihinde yayımlanan "Evde Bakım Hizmetleri Sunumu Hakkında Tebliğ" gibi yasal düzenlemeler bulunmaktadır. Bu gelişmeler neticesinde evde sağlık hizmetleri Sağlık Bakanlığının kontrolüne alınmıştır. Evde sağlık hizmetleri, Evde Bakım Hizmetleri Sunumu Hakkında Yönetmelikte "hekimlerin önerileri doğrultusunda hasta kişilere, aileleri ile yaşadıkları ortamda, sağlık ekibi tarafından rehabilitasyon, fizyoterapi, psikolojik tedavi de dahil tıbbi ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde sağlık ve sağlık ile takip hizmetlerinin sunulması"

olarak ifade edilmiştir. Yine aynı yönetmelikte evde sağlık hizmeti vermekle yükümlü birimler “hastane, tıp merkezi, özel dal merkezi, poliklinik gibi özel sağlık kuruluşları bünyesinde bulunan evde sağlık birimleri” olarak ifade edilmiştir. 1 Şubat 2010 tarihinde “Sağlık Bakanlığınca Sunulan Evde Sağlık Hizmetlerinin Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönerge”nin yayımlanmasıyla bu yönerge çerçevesinde Sağlık Bakanlığı’na bağlı olan tüm sağlık kurum ve kuruluşlarınca evde sağlık hizmeti verilmeye başlanmıştır. Sağlık Uygulama Tebliği (SUT, 2021)’nde evde sağlık hizmetleri; “Sağlık Bakanlığınca Sunulan Evde Sağlık Hizmetlerinin Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönerge” doğrultusunda “*Sağlık Bakanlığına bağlı sağlık hizmet sunucuları bünyesinde oluşturulan, evde sağlık hizmeti vermek üzere kurulmuş olan birimlerce verilen sağlık hizmetleri*” olarak tanımlanmaktadır.

Resmi düzenlemeler neticesinde evde sağlık hizmetleri Türkiye’de 2010 yılında uygulanmaya başlamış olup, tanısı konan hastaların takibi, tedavisi ve sağlık bilgileri ile ilgili eğitimlerinin sağlanması, sağlık harcamalarının azaltılması ve maliyet kontrolü amacıyla “Sağlıkta Dönüşüm Programı” çerçevesinde uygulanmaya başlanmış (Torun, 2016:13) ve Türkiye’nin 81 ilinde yaygınlaştırılmıştır (Özmete ve Hussein, 2017:41).

Sağlık Bakanlığı’nın yanı sıra, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, belediyeler, gönüllü sivil toplum kuruluşları ve özel kesime bağlı kuruluşlar tarafından da evde sağlık hizmeti sunulabilmektedir (Küçük, 2021:55). Örneğin Belediyelerce sağlanan evde sağlık hizmetlerinin geçmişi çok daha eskidir. İstanbul Büyükşehir Belediyesi Daire Başkanlığı’nın 2002 yılında Sağlık ve Sosyal Hizmetler Daire Başkanlığına bağlı olarak başlattığı ve hasta, özür, ya da bakıma muhtaç olanlara “Evde Sağlık Hizmeti” sunulmasını amaçlayan çalışması hala devam etmektedir (İBB, 2015). Konya Büyükşehir Belediyesi, Ege Bölgesi’nde İzmir Büyükşehir Belediyesi, Güney Doğu Anadolu Bölgesi’nde Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi ve Gaziantep Büyükşehir Belediyesi, Karadeniz Bölgesi’nde Samsun Büyükşehir Belediyesi tarafından da yine benzer hizmetler verilmektedir (Özmete ve Hussein, 2017:44)

8-9 Nisan 2010 tarihinde Ankara’da evde sağlık derneğinin organizasyonu ile oluşturulan “Ülkemiz için Evde Sağlık Modeli Oluşturma Çalıştayı” sonuç raporuna göre; Ülkemizde özel hastaneler ve özel şirketler, kamu hastaneleri, yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşları bünyesinde sunulan evde sağlık hizmetlerinin sunumu ile ilgili pek çok sorun bulunmaktadır. Raporda bu sorunlar dört başlıkta toplanmıştır. Bu sorunlar; evde sağlık hizmetinin işleyişine ve uygulamalarına, standartları-kalite yönetimine, insan kaynaklarına ve hizmetinin finansmanına ilişkindir. Sağlık Bakanlığı bu sorunların çözümü için paydaşlar ile olan ilişkileri oldukça önemsemektedir (Sağlık Bakanlığı, 2019:95). 2022 yılında düzenlenen Evde Sağlık ve Evde Sosyal Bakım ile Destek Hizmetleri Politika Çalıştayı 11. Kalkınma planında (2019-2023), evde sağlık hizmetlerinin yaygınlaştırılması için saptanan hedeflere ulaşılmasına yönelik çalışmaların katılımcı bir anlayışla ve bütünleşmiş bir şekilde yürütülmesine yönelik adımlar olarak değerlendirilebilir (Kamu Hastaneleri Genel Müdürlüğü, 2022). Nitekim 11. Kalkınma Planında evde sağlık hizmetlerinin yaygınlaştırılması, başta kırsal alanlarda ikamet eden bireyler olmak üzere yaşlı vatandaşlara sunulan sağlık hizmetlerine erişimin kolaylaştırılması, özellikle yaşlı bireylere sunulan önleyici ve tedavi edici hizmetlerin daha güçlü bir şekilde sunulması hedeflenmektedir (Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019). Bu amaçla evde sağlık ziyaretlerinin sıklığı ve evde sağlık hizmetlerine kayıtlı hasta sayısının artırılması hedeflenmektedir. Nitekim evde sağlık hizmetlerinde 2010 yılında ulaşılması hedef nüfus %0,2’yken, bu hedef 2023 yılı için Türkiye nüfusunun %0,7’sine artırılmıştır (Sağlık Bakanlığı, 2019). Bu doğrultuda Türkiye’de sunulan evde sağlık hizmetlerinin hizmet içeriği Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 3. Türkiye’de Evde Sağlık Hizmetleri Kapsamında Sunulan Hizmetlerin İçeriği

Hizmetin Kapsamı	Sorumlu Kuruluş	Sunulan Hizmetin İçeriği
Evde Sağlık Hizmetleri	Kamu Hastaneleri	Tıbbi bakım, tedavi, muayene, psiko-sosyal rehabilitasyon, hasta nakli, ağız ve diş sağlığı
	Aile Hekimlikleri	Tıbbi bakım, tedavi, muayene, psiko-sosyal rehabilitasyon
	Özel Evde Bakım Kuruluşları	Ev işleri, yemek hazırlama, kişisel bakım, tıbbi bakım, tedavi, muayene, psiko-sosyal rehabilitasyon, hasta nakli

Kaynak: Küçük, (2021:58)

Türkiye’de devlet hastanelerinde 644 evde sağlık birimi mevcuttur. Eğitim araştırma hastanelerinde ise 57 evde sağlık birimi mevcuttur (Sağlık Bakanlığı, 2020:135). Bununla birlikte özel kuruluşlar tarafından da evde sağlık hizmeti verilmektedir. Eğitim araştırma hastaneleri ve devlet hastanelerinde sunulan evde sağlık hizmetleri de eklenince; 2019 yılında ulaşılan hasta sayısı 1.437.523 iken 2020 yılı sonu itibarıyla 1.769.606 olmuştur. Kayıtlı hasta sayısı ise 2019 yılında 445.029 iken 2020 yılında 547.020’ye erişmiştir (Sağlık Bakanlığı, 2020: 131). 2021 yıl sonu itibarıyla ulaşılan hasta sayısı 1.892.000, toplam kayıtlı hasta sayısı ise 570.927’dir (Sağlık Bakanlığı, 2021:14).

3.1. Türkiye’de Nüfusun Özellikleri, Hastalık Yapısı ve Sağlık Harcamaları

Yaşam koşullarındaki iyileşmeler, halk sağlığı müdahaleleri ve tıbbi hizmetlerdeki ilerlemeler sayesinde Türkiye, 1960 ve 2008 yılları arasında 25 yıllık genel bir artışla ortalama yaşam süresi açısından önemli bir kazanım elde etmiştir. Türkiye’de doğuştan beklenen yaşam süresi 78,6 yıl olup, 81 yıllık OECD ortalamasının iki yıl altındadır (OECD Better Life Index, 2021c; OECD, 2021). Türkiye’nin doğumda yaşam beklentisi, toplam doğurganlık hızı ve nüfus artış hızına ilişkin verilerin 1960-2020 yılları arasındaki değişimi Tablo 4’te sunulmuştur.

Tablo 4. Doğumda Yaşam Beklentisi, Doğurganlık Hızı ve Nüfus Artış Hızı, (1960-2020)

Gösterge	1960	1970	1980	1990	2000	2010	2019/2020
Yaşam Beklentisi	45,4	52,2	58,7	64,2	70	74,5	78,6*
Toplam Doğurganlık Hızı	6,4	-	4,4	3,1	2,5	2,08	1,76
Nüfus Artış Hızı (%)	2,4	-	2,3	1,7	1,5	1,4	1,08

*2019 yılı verisidir. - veri yok.

Kaynak: World Bank, (2020); OECD, (2021); TÜİK, (2021’a).

Türkiye’nin nüfusunun artış hızının düşmesi, yaşam beklentisinin artışına bağlı olarak yaşlı nüfusun artış göstermesi sağlık hizmetlerinde kaliteyi artırmaya yönelik çabalar, modern teknolojiye dayanarak yararlanma için yapılan giderler sağlık harcamalarını artırmaktadır. Türkiye’nin 2000-2020 yılları arasındaki sağlık harcamaları Tablo 5’te sunulmuştur.

Tablo 5. Sağlık Harcamaları

Gösterge	2000	2010	2020
Toplam sağlık harcaması (Milyon TL)	8.248	61.678	249.932
Kişi başına sağlık harcaması (TL)	128	843	2.997
Toplam sağlık harcamasının gayri safi yurtiçi hasılaya oranı (%)	4,8	5,3	5
Genel devlet sağlık harcamasının toplam sağlık harcamasına oranı (%)	62,9	78,6	79,2
Özel sektör sağlık harcamasının toplam sağlık harcamasına oranı (%)	37,1	21,4	20,8

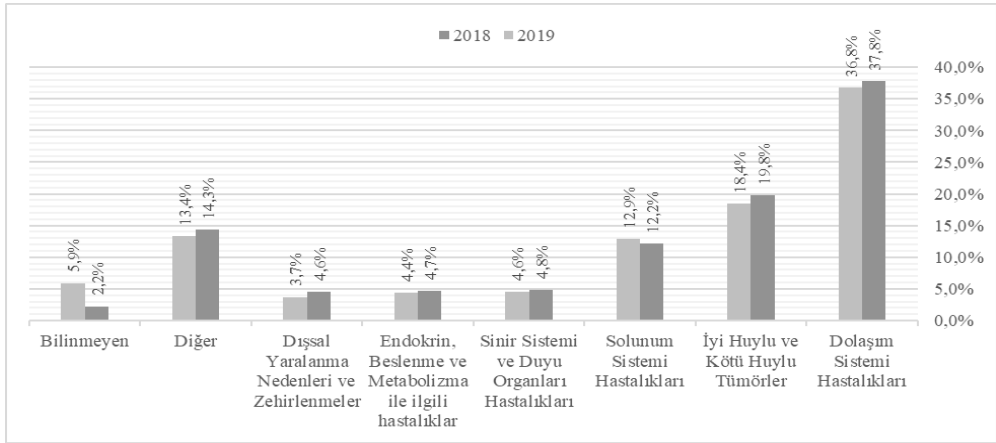
Kaynak: TÜİK (2021b).

Türkiye’de toplam sağlık harcamaları 2000-2020 yılları arasında 30 kat, kişi başına düşen sağlık harcaması ise yaklaşık 24 kat artış göstermiştir. Türkiye’de sağlık harcamaları büyük oranda kamu kaynakları ile finanse edilmektedir. Mevcut durumda genç nüfusun oranı yaşlılara göre daha fazladır. Bu durum genç nüfusun sağlık ihtiyacının yaşlı nüfusa oranla görece olarak

az olmasına neden olmaktadır. Ancak, mevcut nüfus giderek yaşlanacağı ve sağlık hizmetlerine olan ihtiyacının artış göstereceği düşünüldüğünde artan sağlık ihtiyacını karşılayabilmek için Türkiye’de tedavi hizmeti alabilmenin altyapısının geliştirilmesi gerekmektedir. Bu hizmetlerin finansmanının ise kamu kaynakları ile sağlanması oldukça önemlidir.

3.2. Türkiye’de Bulaşıcı Olmayan Hastalıklar

21. yüzyılda majör sağlık sorunlarından biri kronik hastalıkların yönetimine etkin çözümler bulmaktır. Kronik hastalıklar Dünyada en önemli sağlık sorunlarından ve ülkemizde gerçekleşen ölümlerde önemli bir yer teşkil etmektedir. Türkiye Bulaşıcı Olmayan Hastalıklar Çok Paydaşlı Eylem Planı, 2017-2025)’na göre (Sağlık Bakanlığı, 2017); bulaşıcı olmayan hastalıklar gelişme düzeyi fark etmeksizin tüm ülkeler için sağlık sistemlerinin finansal sürdürülebilirliği için bir tehdit unsurudur. Dünyada pek çok ülkede olduğu gibi Türkiye’de de 30-70 yaş arasında gerçekleşen ölümlerin %87’sinin nedeni bulaşıcı olmayan hastalıklar olup, bu hastalıklar nedeniyle her beş yetişkinden biri erken ölmektedir. Bu ölümlere neden olan başlıca alışkanlıklar Türk toplumunun tuz tüketim düzeyinin Dünya Sağlık Örgütü ve Gıda ve Tarım Örgütü’nün önerdiği düzeyin üç katı olması ve buna bağlı olarak toplumun yaklaşık dörtte birinin hipertansiyon hastası olması, toplumdaki sigara kullanma oranının yaygınlığı ve her 3 yetişkinden yaklaşık 1’inin (%29) obez olmasıdır. Türkiye’de ölüm nedenlerine ilişkin yüzdesel dağılım Grafik 9’da sunulmuştur.



Grafik 9. Ölüm Nedenleri

Kaynak: TÜİK, (2019).

Türkiye’de tüm ölümlerin %37’si kalp krizi ve felç gibi kalp damar hastalıklarından kaynaklanırken, %18-19’u kanser, %12’si akciğer ve solunum sistemi hastalıklarından, yaklaşık %5’i sinir sistemi ve duyu organı hastalıklarından, %4,5-5’i diyabet ve yaklaşık %4’ü dışsal yaralanmalardan kaynaklanmaktadır.

Kronik hastalıklar ne kadar süreceği belli olmayan sürekli devam eden iyileşmesi mümkün olmayan bir problemdir (Akpınar ve Ceran, 2019). Kronik hastalıklar direkt ve devamlı tedavi gerektiren rahatsızlıklar olduğundan sürekli doktor gözetiminde olmayı, hastaya ait değerlerin sürekli gözlenmesini ve anında müdahale edilmesini gerektirmektedir. Bu tür tedavi ve sağlık yaklaşımlarının ev ortamında yürütülmesi olanaklıdır. Kronik hastalığı olan bireylerin ihtiyacı olan sağlık hizmeti genellikle uzun süreli bakımı gerektirdiğinden, bu hizmetlerin hastanelerde karşılanması sağlık sistemini ve bireyleri zorlayan sonuçlara neden olmaktadır (Çoban ve

Esatoğlu, 2004). Bununla birlikte kronik hastalıkların ne kadar süreceği belli olmayan, sürekli devam eden, iyileşmesi mümkün olmayan bir problem olması sağlık bütçelerinin daralmasına neden olmaktadır. Bu nedenle kronik hastalıkların tedavisi için evde sağlık hizmetlerinden yararlanılmasının yaygınlaştırılması bir çözüm olarak görülebilir.

3.3. Türkiye’de Evde Sağlık Hizmetlerinin Finansmanı

Türkiye’de sunulan sağlık hizmetlerinin en büyük finansman kaynağını devlet bütçesi oluşturmaktadır. Tablo 5’te belirtildiği gibi devlet tarafından finanse edilen sağlık harcamalarının toplam sağlık harcamasına oranı 2020 yılında %79,2, özel sektör sağlık harcamasının ise %20,8’dir (TÜİK, 2021b). Sağlık harcamalarının finansmanında işveren, işçi ve devletin katkılarıyla finanse edilen Sosyal Güvenlik Kurumu en büyük payı oluşturmaktadır. Bunun temel sebebi 31.05.2006 tarih ve 5510 sayılı “Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu”nun kabulü ile tüm nüfusu zorunlu sağlık sigortası kapsamı altına alan genel sağlık sigortası sisteminin geliştirilmiş olmasıdır.

Evde bakım hizmetleri kapsamında Sağlık Bakanlığınca sunulan evde sağlık hizmetlerini finanse eden kurum Sosyal Güvenlik Kurumu’dur. Sağlık Uygulama Tebliği’ndeki 1 Mart 2011 tarihli değişiklikle, Sağlık Bakanlığı’na bağlı olarak sunulan evde bakım hizmetleri gününbirlik tedavi olarak Sosyal Güvenlik Kurumu tarafından ödenmeye başlamıştır. Evde sağlık hizmetlerinin bedelleri hizmet başına ödeme yönteminden yararlanarak Sağlık Uygulama Tebliği eki listeleri olan Ek-2/B ve Ek-2/Ç listeleri esas alınarak faturalandırılmaktadır (SUT, 2011).

3.4. Tele-Tıp Destekli Evde Sağlık Hizmetlerinin Maliyetleri ve Getirileri

Tüm sektörlerde olduğu gibi sağlık sektöründe de artan maliyetler ekonomik analizlerin yapılması zorunluluğunu artırmaktadır. Gerek kâr amacı güden özel sağlık kurumları gerek kâr amacı gütmeyen üniversite hastaneleri vermiş oldukları her sağlık hizmetinin bir maliyeti olduğu gerçeğinden hareketle katlanmak zorunda buldukları maliyetleri bilmek durumundadırlar. Bu maliyetlerin bilinmesi kaynakların yönetiminde ve verimliliğin sağlanmasında oldukça önemlidir.

Türkiye’de evde sağlık hizmetleri için genel nitelikli maliyet analizi çalışmaları çok sınırlı olmasına karşın, diğer ülkelerde yürütülen maliyet analizi çalışmaları evde sağlık hizmetlerinin hem parasal hem de zaman açısından sağlık hizmetlerinin maliyetlerini önemli ölçüde düşürdüğünü ve evde sağlık hizmetinin bu hizmetten yararlananlar için birçok faydası olduğunu göstermektedir (Mas vd., 2022; Shrank vd., 2020; Lan vd., 2012; Evers vd., 2022). Evde sağlık bakımı için teknolojiye dayalı sistemlerin kurulmasının başlangıç aşamasında katlanılması gereken maliyetlerin oldukça yüksek olduğu, ancak uzun dönemde düşünüldüğünde bu tür yatırımlardan elde edilen getirilerin de yüksek olduğu bilinmektedir (Dilbaz vd., 2020). Örneğin tele-tıp sistemi kurmak 1990’lı yıllarda ortalama 300.000 Amerikan dolarına mal olurken, 2000’li yıllarda bu sistemi kurmanın maliyeti ortalama 5.000 Amerikan dolarına kadar düşmüştür (Sağlık Platformu, 2004). Şu an Türkiye’de hali hazırda Sağlık Bakanlığı’nın oluşturduğu bir tele-tıp sistemi bulunmaktadır. 2021 yılında pandemiyi yönetimini sağlamak, bulaşıcı olmayan hastalıkların önlenmesi, kontrolü ve yönetimini arttırmak ve benzeri sağlık risklerine karşı gereken tedbirleri almak amacıyla Dünya Sağlık Örgütü iş birliği ile “Uzaktan Sağlık Hizmet Sunumu (Teletıp)” projesi çalışmaları başlamıştır (Sağlık Bakanlığı, 2021:11). 10 Şubat 2022 tarihli Resmî Gazetede yayımlanan “Uzaktan Sağlık Hizmetlerinin Sunumu Hakkında Yönetmelik” ile uzaktan sağlık hizmeti verecek kurumlar ve uzaktan sağlık bilgi sistemi hizmeti verecek firmalar Sağlık Bakanlığından gerekli

izinleri aldığı takdirde tele-tıp uygulamasından yararlanabilecektir. Bu Yönetmelik tele-tıp uygulamasının yaygınlaşacağına mesajını vermektedir.

Tele-tıp teknolojilerinden yararlanarak sağlık hizmetlerinin maliyetleri azaltılabilecektir. Nitekim, sağlık hizmetlerinde tele-tıp hizmetlerinin verimliliğinin analizi için yürütülen çalışmaların çoğunda, geleneksel yöntemlere kıyasla tele-tıp hizmetlerinin maliyetlerde %2-73 oranında bir azalma sağladığını göstermektedir (Fechina vd., 2022). Sağlık Bakanlığı, teletıp ile paralel bir şekilde farklı kurumlardan erişim sağlanabilen MR, BT ve Mammografi gibi tetkiklere erişilebilen teleradyoloji sisteminden yararlanarak %32 oranında tasarruf elde ettiğini açıklamıştır (Sağlık Bakanlığı, 2021:66). Hastanede sunulan sağlık bakım hizmeti en pahalı hizmet sunum modeli olduğundan tele-tıp uygulaması ile yapılandırılmış evde sağlık hizmeti uygulamaları maliyet etkinliği sağlamanın yanı sıra hastane başvurularının, hastanede bulunan gün sayısının ve acil servilere başvuru sayılarının azalmasını, hastaneye transfer ve tıbbi bakım masraflarının azalmasını sağlayabilecek ve bakıma erişimi kolaylaştıracaktır (Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, 2011:32; Ersoy vd.,2015:197-198, Gökçe Kutsal ve Aslan, 2021). Özellikle coğrafi açıdan uzak ve ulaşımın zor olduğu bölgelerdeki insanlara da erişimi kolaylaştırması yönüyle hem maliyet hem de hizmet kalitesinin artırılmasını sağlayabilmektedir (Korkmaz ve Hoşman, 2018: 254).

4. SONUÇ

Sağlık ekonomisi perspektifinden, tele-tıp destekli evde sağlık hizmetlerinin ekonomik boyutuna, finansman yöntemine ve maliyetlerine ilişkin bir incelemenin yürütüldüğü bu çalışmada öncelikle nüfusun yaşlanması, artan sağlık harcamaları ve kaynakların kıt olması gibi küresel sorunlara ilişkin bir profil çizilmiş ve artan sağlık hizmetleri ihtiyacının evde sağlık hizmetlerine olan talebi artırdığına ilişkin başlıca faktörler açıklanmıştır. Türkiye'nin nüfusunun artış hızının düşmesi ve paralelinde yaşam beklentisinin artışına bağlı olarak yaşlı nüfusun artış göstereceği beklentisi, kronik hastalıklardaki artış vb. nedenlerin sağlık harcamaları için ayrılan bütçe daraltan unsurlar olduğu söylenebilir. Bu çerçevede alternatif bir hizmet sunum şekli olarak evde sağlık hizmetlerinin özellikle tele-tıp destekli evde sağlık hizmetlerinin yaygınlaştırılması sağlık hizmetlerine ayrılan kaynakların kullanımında etkinlik sağlayacak uygulamalardan biri olarak değerlendirilebilir.

Türkiye'de özellikle 10 Şubat 2022 tarihli Resmî Gazetede yayımlanan "Uzaktan Sağlık Hizmetlerinin Sunumu Hakkında Yönetmelik" Sağlık Bakanlığı tarafından tele-tıp destekli evde sağlık hizmetlerinin önemsendiğini ve giderek ağırlık kazanacağını göstermektedir. Pandemi koşullarının sağlık hizmetlerinin sunumunda bu tür bir yönelimi artırdığı göz önünde bulundurulmalıdır. Özellikle hastanede sunulan sağlık hizmetlerinin maliyetlerinin yüksekliği de eklendiğinde tele-tıp destekli evde sağlık hizmetlerinin yaygınlaşması sağlık hizmetlerinin maliyetlerinin düşmesini, sağlayan bir çözüm olarak görülebilir. Sağlık Bakanlığı'nın MR, BT ve Mammografi gibi tetkiklere erişim sağlanması olanağı sunan teleradyoloji sisteminden yararlanarak %32 oranında tasarruf elde edildiği yönündeki verileri de teknoloji destekli uygulamalar sonucu elde edilen kazanımları göstermektedir. Tele-tıp gibi teknolojiden beslenen projeler kurulum aşamasında yüksek maliyetlere neden olabilmekte birlikte tele-tıp destekli evde sağlık hizmetleri gibi sağlık hizmeti sunum modelleri hastanede sunulan sağlık bakım hizmetine göre daha düşük maliyetlerle hizmet sunumu olanağı sağlamaktadır. Uzun dönemli bakım içerisinde değerlendirilen evde sağlık hizmetleri için OECD ülkelerinin GSYİH'den ortalama olarak ayırdıkları pay %1,5 dolayındayken, Türkiye'de bu oran %0,2'dir.

Cari sağlık harcamaları içerisinde birinci basamak sağlık hizmetleri açısından evde tedavi edici bakıma yönelik değerlendirme yapıldığında ise birçok OECD ülkesinde evde tedavi edici

bakım için ayrılan pay 0 ya da 0'a yakın değerler alırken, OECD ülkelerinin ortalaması açısından bu oranın yüzde 0,4 olduğu görülmektedir.

Evde sağlık hizmetlerinin, hastanelere başvuru sıklığını ve hastanede kalış süresini azaltması, acil servislere başvuru oranlarını düşürmesi gibi maliyet düşürücü yönleri olduğundan genel sağlık harcamalarının maliyet baskısını azaltmak ve bireyleri sağlık harcamalarının yükünden korumak için önemli kazanımlar elde edilmesini sağlayan evde sağlık hizmetleri büyük oranda devlet tarafından finanse edilmekte olup, alternatif bir hizmet sunum şekli olarak finansman olanaklarının da artırılması gerekmektedir.

Evde sağlık hizmetlerinin maliyetler üzerine olan olumlu etkilerinin yanı sıra hastanın kendi yaşam alanında bakım almasına olanak tanınması gibi hastanın yaşam kalitesini artıran getirileri de olduğu unutulmamalıdır. Bu açıdan, evde sağlık hizmeti sunumunun işleyişine ve uygulamalarına, standartlarına ve kalite yönetimine, insan kaynağı ihtiyacına ve finansmanına yönelik engellerin ortadan kaldırılması için Sağlık Bakanlığı'nın da vurguladığı gibi çok paydaşlı bir yaklaşım sergilenmelidir. Yalnızca Sağlık Bakanlığı'nın çabaları evde sağlık hizmeti uygulamasına yönelik politikaların hayata geçmesi için yeterli değildir. Sağlık ve sosyal alanda politika yapıcı ve uygulayıcı kurumların, sağlık hizmeti sunucularının ve sağlık bilgi sistemlerini koordine eden kurumların eş güdümlü olarak hareket etmesi önem taşımaktadır. Nitekim, 2022 yılında düzenlenen ve devamı yapılacak olan Evde Sağlık ve Evde Sosyal Bakım ile Destek Hizmetleri Politika Çalıştayları evde sağlık hizmetlerinin ve diğer sosyal bakım uygulamalarının geliştirilmesi için ümit verici gelişmelerdir.

Evde sağlık hizmetleri konusunda yapılacak bilimsel çalışmalar için makro düzeyde ve spesifik olarak evde sağlık hizmetlerine ayrılan sağlık harcamalarına ilişkin verilerin temininde güçlükler bulunması kapsamlı bir analiz yapılmasını güçleştirmektedir. Evde sağlık hizmetlerinin harcama ve finansmanına ilişkin verilerin ilgili kuruluşlarca evde bakım hizmetlerine ya da genel sağlık hizmetlerine ait istatistiklerden ayrı olarak yayımlanması bu alanda yapılacak olan çalışmalar için daha sağlıklı değerlendirme ve analiz yapılmasına olanak sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- AĞCASULU, H. (2021). Sosyal Politika Olarak Evde Sağlık Hizmetleri: Ülke Örnekleri ve Türkiye. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 26 (2), 167-183.
- AKPINAR, N. B., & CERAN, M. A. (2019). Kronik Hastalıklar ve Rehabilitasyon Hemşireliği. Adnan Menderes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi, 3(2), 140-152.
- ALNİGENİŞ, E. (2009). Evde bakım hizmetlerine bakış. Sağlık Düşüncesi ve Tıp Kültürü Platformu, 57, 1-5.
- ARROW, K.J. (1963). Uncertainty and The Welfare Economics of Medical Care, The American Economic Review. Academic Press. 345-375.
- BAL, T. (2016). OECD ülke uygulamaları doğrultusunda uzun dönemli bakım (UDB) hizmetlerinin finansmanı ve Türkiye için öneriler. SGD-Sosyal Güvenlik Dergisi, 6(1), 159-196.
- BALCI, N., & KOÇATAKAN, P. (2021). Covid-19 Gibi Salgınlarda Evde sağlık Hizmetlerinin Önemi: Kısa Bir Bakış. TJFMPC, 15(1): 186-193.

- BILLUPS, S.J., MOORE, L.R., OLSON, K.L., & MAGID, D.J. (2014). Cost-effectiveness evaluation of a home blood pressure monitoring program. *Am J Manag Care*. 1;20(9): e380-7.
- ÇOBAN, M., & ESATOĞLU, A.E. (2004). Evde sağlık hizmetlerine genel bir bakış. *Türkiye Klinikleri Tıp Etiği-Hukuku-Tarihi Dergisi*, 12(2), 109-20.
- DİLBAZ, B., KAPLANOĞLU, M., & KAYA, D. (2020). Teletıp ve Telesağlık: Geçmiş, Bugün ve Gelecek. *Eurasian Journal of Health Technology Assessment*, 4 (1), 40-56.
- ERSOY, S., YILDIRIM, Y., AYKAR, F. Ş., & FADİLOĞLU, Ç. (2015). Hemşirelikte inovatif alan: evde bakımda telehemşirelik ve telesağlık. *Acıbadem Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, (4), 194-201.
- EVDE Bakım Hizmetleri Sunumu Hakkında Yönetmelik (2005), Resmî Gazete Tarihi: 10.03.2005 Resmî Gazete Sayısı: 25751, <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=7542&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5>
- EVDE Bakım Hizmetleri Sunumu Hakkında Tebliğ. (2005), Resmî Gazete Tarihi: 13.09.2005, Resmi Sağlık Bakanlığı, <http://www.mevzuat.gov.tr>
- EVDE BAKIM DERNEĞİ. (2010). Ülkemiz için evde bakım modeli oluşturma çalıştay. Çalıştay Sonuç Raporu, Ankara.
- EVERS, E. C., FRITZ, S. A., COLDITZ, G. A., & BURNHAM, J. P. (2022). Perceptions of telemedicine and costs incurred by a visit to a general infectious diseases clinic: A survey. In *Open Forum Infectious Diseases*. Volume 9, Issue 3, ofab661.
- FECHINA, A., DVORYADKINA, E., & BADAIEV, F. (2022). Telemedicine Services Contribution to the Sustainable Social Development. In *International Scientific and Practical Conference Sustainable development of environment after Covid-19. (SDEC 2021)* Atlantis Press. 35-40.
- GERSON, L.W., & HUGHES, O.P. (1976). A Comparative Study Of The Economics Of Home Care. *International Journal of Health Services*, Vol. 6, No. 4 (1976), 543-555.
- GENWORTH FINANCIAL. (2021). Cost of Care Survey, (04.02.2022), <https://www.genworth.com/aging-and-you/finances/cost-of-care.html>.
- GLOBAL HEALTH DATA EXCHANGE. (2022). Tüm Nedenlere Bağlı Ölümler ve DALYs, (Dünya ve OECD, 1990-2019), (09.02.2022), <HTTP://GHDX.HEALTHDATA.ORG/GBD-RESULTS-TOOL>.
- GÖKÇE KUTSAL, Y., & ASLAN, D. (2021). Teletıp Yaşlılık ve Teletıp Uygulamaları, *Türk Geriatri Derneği*, Mayıs 2021, Ankara.
- GÖLBAŞI, Z. (2003). Postpartum dönemde erken taburculuk, evde bakım hizmetleri ve hemşirelik. *Cumhuriyet Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 7(2), 15-22.
- HASGÜL, E. (2016). Evde Sağlık Hizmetlerinde Sosyal Hizmet Uzmanlarının İşlevleri ve Rollerini. *Tıbbi Sosyal Hizmet Dergisi*, (7), 14-21.
- İŞİK, A. H., & GÜLER, İ. (2010). Teletıpta Mobil Uygulama Çalışması ve Mobil İletişim Teknolojilerinin Analizi. *International Journal of Informatics Technologies*, 3(1).

- İBB (2015). Evde Sağlık İle İkinci Baharını Yaşıyor, Sağlık Dairesi Başkanlığı, (31.03.2015). <https://saglik.ibt.istanbul/evde-saglik-ile-ikinci-baharini-yasiyor/>
- JAGARAPU, J., & SAVANİ, R. C. (2021). A brief history of telemedicine and the evolution of teleneonatology. In *Seminars in Perinatology*, 45(5), p. 151416.
- KAMU HASTANELERİ GENEL MÜDÜRLÜĞÜ (2022), Evde Sağlık ve Evde Sosyal Bakım ile Destek Hizmetleri Politika Çalıştayı I. Bölümü Genel Müdürlüğümüz Koordinasyonunda Gerçekleştirildi, <https://khgmsaglikhizmetleridb.saglik.gov.tr/TR-87052/>, (27.03.2022).
- KALKINMA BAKANLIĞI (2018). On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023) Sosyal Güvenlik Sisteminin Sürdürülebilirliği Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara.
- KORKMAZ, S., & HOŞMAN, İ. (2018). Sağlık Sektöründe Tele-Tıp Uygulamaları: Tele-Tıp Uygulama Boyutlarını İçeren Bir Araştırma. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 4 (3), 251-263.
- KPMG. (2019). Hastanelerin sonu mu geliyor? Basın Bülteni, (09.02.2022), <https://home.kpmg/tr/tr/home/medya/press-releases/2019/07/hastanelerin-sonu-mu-geliyor.html>.
- KÜÇÜK, Y.S. (2021). Birinci Basamak Sağlık Kuruluşları ve Hastaneler Tarafından Verilen Evde Sağlık Hizmetlerinin Değerlendirilmesi: Ankara ve Eskişehir İlleri Örneği, Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı.
- LAN, W., ZHAO, F., LI, Z., ZENG, J., LIU, W., LU, J., & et al. (2012). Validation and cost-effectiveness of a homebased screening system for amblyopia. *Ophthalmology*, 119(6),1265-1271.
- MAS, C. A., CATALÀ, C. E., BOADA, A. B., LLANDRICH, R. C., ELIZALDE, M. M., GARCÍA, J. J. G., ... & SEGUÍ, F. L. (2022). Pediatric Tele-Home Care Compared to Usual Care: Cost-Minimization Analysis. *JMIR Pediatrics and Parenting*, 5(1), e31628.
- MEMİŞOĞLU, D., & KALKAN, B. (2016). Sağlık Hizmetlerinde Yönetişim, İnovasyon ve Türkiye. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21 (2), 645-665.
- MERİH, Y. D., ERTÜRK, N., YEMENİCİ, M., & SATMAN, İ. (2021). Evde Sağlık Hizmetlerinde Teknoloji Kullanımı. *Türkiye Sağlık Enstitüleri Başkanlığı Dergisi*, 4(3), 76-89.
- MICAH, A. E., COGSWELL, I. E., CUNNINGHAM, B., EZOE, S., HARLE, A. C., MADDISON, E. R., ... & HAILU, A. (2021). Tracking development assistance for health and for COVID-19: a review of development assistance, government, out-of-pocket, and other private spending on health for 204 countries and territories, 1990–2050. *The Lancet*, 398(10308), 1317-1343.
- MIDDLETON, E., SANGAR, R., & PATERAKI, M. (2021). What A Difference A Year Makes Profiling the ‘Digital Doctor’ in 2021, (04.02.2022). <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2021-06/Ipsos-Views-Digital%20Doctor-2021.pdf>.

- MOORE, M. (1999). The evolution of telemedicine. Future generation computer systems, 15(2), 245-254.
- OECD, Eurostat & World Health Organization (2017). A System of Health Accounts 2011: Revised edition, OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264270985-en>.
- OECD. (2021a). OECD Historical Population Data and Projections Database, 2021.
- OECD. (2021b). Health at a Glance 2021: OECD Indicators, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/ae3016b9-en>.
- OECD Better Life Index (2021c), (14.12.2021), <https://www.oecdbetterlifeindex.org/topics/health/>.
- OECD Health Statistics (2021); OECD (2020), Focus on spending on long-term care, <https://www.oecd.org/health/health-systems/Spending-on-long-termcare-Brief-November-2020.pdf>.
- ÖZER, Ö., & ŞANTAŞ, F. (2012). Kamunun sunduğu evde bakım hizmetleri ve finansmanı. Acıbadem Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi, (2), 96-103.
- ÖZMETE, E., & HUSSEIN, S. (2017). Türkiye’de yaşlı bakım hizmetleri raporu: Avrupa’dan en iyi uygulama örnekleri ve Türkiye için bir model tasarımı. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı.
- PLATİN DERGİSİ (2021). Teletıp, sağlıkta yeni bir sayfa açacak, (09.02.2022). <https://www.platinonline.com/dergi/teletip-saglikta-yeni-bir-sayfa-acacak-1076174>.
- PRESTON, J., BROWN, F. W., & HARTLEY, B. (1992). Using telemedicine to improve health care in distant areas. Psychiatric Services, 43(1), 25-32.
- SAĞLIK BAKANLIĞI (2010). Sağlık Bakanlığı tarafından Sunulan Evde Sağlık Hizmetlerinin Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönerge, 1 Şubat 2010 tarih ve 3895 sayılı makam oluru. Ankara.
- SAĞLIK BAKANLIĞI TEMEL SAĞLIK HİZMETLERİ GENEL MÜDÜRLÜĞÜ (2011). Türkiye Kronik Hava Yolu Hastalıklarını Önleme ve Kontrol Programı “Göğüs Hastalıklarında Evde Sağlık Hizmeti Sunumu”, Anıl Matbaacılık, 1. Baskı, Ankara.
- SAĞLIK BAKANLIĞI (2015). Türkiye Sağlıklı Yaşlanma Eylem Planı ve Uygulama Programı 2015-2020, Yayın No:960, ISBN 978-975-590-520-4, Ankara.
- SAĞLIK BAKANLIĞI. (2017). Türkiye Bulaşıcı Olmayan Hastalıklar Çok Paydaşlı Eylem Planı, 2017-2025, Sağlık Bakanlığı Yayın No. 1056, Ankara.
- SAĞLIK BAKANLIĞI (2019). 2019-2023 Stratejik Planı, <https://stratejikplan.saglik.gov.tr/files/TC-Saglik-Bakanligi-2019-2023-Stratejik-Plan-Web-Katalog.pdf>
- SAĞLIK BAKANLIĞI (2020). 2020 Yılı Faaliyet Raporu, <https://sgb.saglik.gov.tr/Eklenti/40174/0/2020-faaliyet-raporupdf.pdf>
- SAĞLIK BAKANLIĞI (2021). 2021 Yılı Faaliyet Raporu, https://sgb.saglik.gov.tr/Eklenti/42666/0/2021-faaliyet-raporupdf.pdf?_tag1=A479EA3416AA5E001B71B4D2F670F3588B41D42C.

- SAĞLIK PLATFORMU. (2004). Teletıp, (01.03.2022), <https://www.saglikplatformu.com/teletip/>.
- SANTERRE, R. E., & NEUN, S. P. (2012). Health Economics: Theories, Insights, and Industry Studies, 5th Edition, South-Western Cengage Learning, USA.
- SARSILMAZ, H., YILDIRIM, Y., & FADİLOĞLU, Ç. (2015). Evde sağlık hemşirelerinde tükenmişlik. Acıbadem Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi, (1), 13-20.
- SAYAN, A. (2004). Günümüzde Evde Bakım. Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi, 7(3), 91-96.
- SHRANK, W.H., DEPARLE, N.A., GOTTLIEB, S., JAIN, S.H., ORSZAG, P., POWERS, B.W., & WILENSKY, G.R. (2021). Health Costs And Financing: Challenges And Strategies For A New Administration. Health Aff (Millwood).40(2):235-242.
- SOSYAL Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu, Kanun No: 5510, 31/05/2006 tarihli Resmî Gazete, <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.5510.pdf>.
- SOSYAL Güvenlik Kurumu Sağlık Uygulama Tebliği (2011). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/11/20111105-22.htm>.
- SOSYAL Güvenlik Kurumu Sağlık Uygulama Tebliği (2021). <https://www.mevzuat.gov.tr/File/GeneratePdf?mevzuatNo=17229&mevzuatTur=Tebliğ&mevzuatTertip=5>.
- SUNDEWALL, J., & FORSBERG, B. C. (2020). Understanding health spending for SDG 3, The Lancet, Volume 396, Issue 10252, 650-651.
- TARRICONE, R., & TSOUROS, A.D. (2013). Somut Gerçek Avrupa’da Evde Bakım Hizmetleri, Sağlıklı Kentler Birliği. <https://www.skb.gov.tr/wp-content/uploads/2010/07/EvdeBakim.pdf>
- TATAR, M. (2009). Teorik Çerçevesiyle Sağlık ekonomisi ve Türkiye’ye İlişkin Genel Bir Değerlendirme. Sağlık Ekonomisi Dergisi, (1).
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2019). On Birinci Kalkınma Planı 2019-2023, <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2019/07/OnbirinciKalkinmaPlani.pdf>
- TEKİN, Ç. (2018). Evde hasta bakım hizmetleri alanındaki gelişmeler. Fırat Üniversitesi Sağlık Bilimleri Tıp Dergisi, 32(2), 115-117.
- TORUN, N. (2016). Evde Bakım Hizmetlerine Yönelik Yapılan Maliyet Etkililik Çalışmalarına Genel Bir Bakış. Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi, 2 (2), 12-23.
- TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU [TÜİK]. (2021’a). Doğum İstatistikleri, 2020, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Dogum-Istatistikleri-2020-37229>.
- TÜİK (2021b). Sağlık Harcamaları İstatistikleri, 2020, (13.12.2021). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Saglik-Harcamalari-Istatistikleri-2020-37192>.
- TÜİK (2019). Ölüm ve Ölüm Nedeni İstatistikleri, 2019. (13.12.2021). Raporu, Haziran 2021, İstanbul.

- TÜRKİYE SAĞLIK ENSTİTÜLERİ BAŞKANLIĞI [TÜSEB] (2021). Evde Sağlık Hizmetleri Raporu, Haziran 2021, İstanbul.
- UDSEN, F. W., HEJLESEN, O., & EHLERS, L. H. (2014). A systematic review of the cost and cost-effectiveness of telehealth for patients suffering from chronic obstructive pulmonary disease. *Journal of telemedicine and telecare*, 20(4), 212-220.
- UZAKTAN Sağlık Hizmetlerinin Sunumu Hakkında Yönetmelik, (10.02.2022). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2022/02/20220210-2.htm>
- VOS, T., LIM, S. S., ABBAFATI, C., ABBAS, K. M., ABBASI, M., ABBASIFARD, M., ... & BHUTTA, Z. A. (2020). Global burden of 369 diseases and injuries in 204 countries and territories, 1990–2019: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2019. *The Lancet*, 396(10258), 1204-1222.
- YILMAZ, M., SAMETOĞLU, F., AKMEŞE, G., TAK, A., YAĞBASAN, B., GÖKÇAY, S., ... & ERDEM, S. (2010). Sağlık hizmetinin alternatif bir sunum şekli olarak evde hasta bakımı. *İstanbul Tıp Dergisi*, 11(3), 125-132.
- WORLD HEALTH ORGANIZATION [WHO]. (2008). *The Solid Facts: Home Care in Europe*, Ed. (Tarricone, R. & Tsouros, A.D.), WHO Regional Office for Europe, (14.12.2021). <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/328766/9789289042819-eng.pdf>.
- WHO (2020). The top 10 causes of death, (31.01.2022), .
- WORLD BANK (2022), World Development Indicators, (31.01.2022), <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.0014.TO.ZS?view=chart>.
- WORLD BANK (2020), Turkey Country Profile, (07.02.2022). <https://data.worldbank.org/country/turkey?view=chart>

Yatırım Teşvikleri ile Uluslararası Ticaret ve Doğrudan Yabancı Yatırımlar Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği (2001-2021)¹

(Araştırma Makalesi)

The Relationships between Investment Incentives, International Trade and Foreign Direct Investments: The Case of Turkey

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1115832

Ertan SEVİNÇ

Yüksek Lisans, Bursa Teknik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Uluslararası Ekonomi Politikası Programı

ertan.sevinc@btu.edu.tr,

Orcid No: 0000-0002-6809-0335.

Ayberk ŞEKER

Doç. Dr., Bursa Teknik Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü

ayberk.seker@btu.edu.tr,

Orcid No: 0000-0001-7750-6286

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Sevinç, E., & Şeker, A. (2023). Yatırım Teşvikleri ile Uluslararası Ticaret ve Doğrudan Yabancı Yatırımlar Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği (2001-2021). *Alanya Akademik Bakış*, 7(1), Sayfa No.337-354.

ÖZET

Anahtar kelimeler:
*Yatırım Teşvikleri,
Uluslararası Ticaret,
Doğrudan Yabancı
Yatırımlar, Türkiye*

Makale Geliş Tarihi:
12.05.2022
Kabul Tarihi:
23.11.2022

Keywords:

*Investment Incentives,
International Trade,
Foreign Direct
Investments, Turkey*

Devlet teşvikleri, ulusal ekonomilerin kalkınma sürecinde uygulanan politikalar açısından önemli araçlardır. İktisadi açıdan gelişmenin en önemli faktörleri arasında uluslararası ticaret ve doğrudan yabancı yatırımlar yer almaktadır. Türkiye’de uluslararası ticaret ve doğrudan yabancı yatırım kararlarını etkileyen önemli yatırım teşvikleri uygulamaktadır. Bu doğrultuda çalışma kapsamında, yatırım teşvikleri ile uluslararası ticaret ve doğrudan yabancı yatırımlar arasındaki ilişkiler analiz edilmiştir. Analizler kapsamında veri kısıtı sebebiyle 2001-2021 yılları arasındaki çeyreklik dönem verilerine başvurulmuştur. Gerçekleştirilen eşbütünleşme analizleri sonucunda, yatırım teşvikleri ile uluslararası ticaret ve doğrudan yabancı yatırımlar arasında uzun dönemli ilişkilerin bulunduğu tespit edilmiştir. Frekans alanı nedensellik analizleri neticesinde ise, ihracattan yatırım teşviklerine doğru kısa dönemde tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğu görülmektedir, yatırım teşviklerinden doğrudan yabancı yatırımlara doğru orta ve uzun dönemde tek yönlü bir nedensellik ilişkisi bulunduğu tespit edilmiştir.

ABSTRACT

Government incentives are important tools in terms of policies applied during the development of national economies. International trade and foreign direct investments are among the most important factors of economic development.

¹ Bu çalışma, Doç. Dr. Ayberk ŞEKER danışmanlığında Bursa Teknik Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü’nde yürütülen “Yatırım Teşviklerinin Uluslararası Ticaret ve Doğrudan Yabancı Yatırımlar Üzerindeki Etkileri” başlıklı yüksek lisans çalışmasından türetilmiştir.

Turkey applies substantial investment incentives for international trade and foreign direct investments. In this direction, the relationships between investment incentives, international trade and foreign direct investments were analyzed within the scope of the study. It is used quarterly data between 2001 and 2021 due to data constraints within the scope of the analyses. The cointegration analysis demonstrates that there are long-term relationships between investment incentives, international trade and foreign direct investments. According to the result of the frequency domain causality analysis, it has been determined that there is a unidirectional causality relationship from exports to investment incentives in the short term, while there is a unidirectional causality relationship from investment incentives to foreign direct investments in the medium and long term.

1. GİRİŞ

Ülke ekonomilerinin yönetiminde etkili olan karar vericiler ekonomik hayata yön verirken önemli ekonomi politikası araçlarından biri olan teşvik sistemlerini sıklıkla kullanmaktadırlar. Bu doğrultuda teşvikler, ülke ekonomileri için önemli bir konumdur. Teşviklerin genel amacı, ülkenin refahını arttırmaktır.

Küreselleşme ile birlikte ülkeler ekonomik kalkınma süreçlerini tamamlamak, ülke içerisinde bölgeler arasındaki gelişmişlik farklarını azaltmak, uluslararası rekabette var olabilmek, verimlilik ve etkinliğin artırılması gibi hedefler doğrultusunda birtakım politikalar oluşturmak suretiyle doğrudan ya da dolaylı bir şekilde ekonomiye müdahalede bulunmaktadır. Bu müdahalelerin temelinde teşvikler yer almaktadır. Teşvik, bazı ekonomik aktivitelerin ileri düzeye taşınmasına olanak sağlamak amacıyla ülkeler tarafından uygulanan nakdi ve gayri nakdi özendirmelemdir (İncekara, 1995: 9). Ülke içerisindeki ekonomik ve sosyal dengesizliklerin azaltılması ve uluslararası rekabet gücünün artırılması vb. hedefler ile gerçekleştirilecek yatırımların ülkeler tarafından desteklenmesi teşvik olarak ifade edilmektedir (Yayar ve Demir, 2012: 121).

Gerçekleştirilen yatırımların neticeleri uzun dönemde ortaya çıkmakta ve bu dönemde ekonomik, sosyal ve siyasi süreçlerde farklılıklar oluşabilmektedir. Bu doğrultuda gerçekleştirilen yatırımlar, önemli düzeyde ekonomik, sosyal ve siyasi riskler barındırmaktadır. Bilhassa gelişmekte olan ülkelerde kaynakların az olması ve ortaya çıkan bu riskler sebebiyle uzun dönemli yatırımların gerçekleştirilmesi mümkün olamamaktadır. Bu kapsamda ülkeler yatırım teşvikleri vasıtasıyla oluşan bu riskleri en düşük seviyeye indirmeye çalışarak bölgesel ve sektörel yatırımları özendirerek teşvikler ortaya koyabilmektedirler (Tezel, 2014: 4).

2012 yılında “3305 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı” ile yürürlüğe girmiş olan Türk yatırım teşvik sisteminde teşvikler dört farklı başlık altında toplanmıştır. Bu başlıklar; bölgesel teşvik uygulamaları, öncelikli yatırımların teşvik uygulamaları, stratejik yatırımların teşviki ve genel teşvik uygulamalarıdır. Ülkeler, ekonomi politikaları doğrultusunda gelişmemiş olan bölgelere yatırımları çekebilmek ve bölgeler arası gelişmişlik farkını azaltmak amacıyla çeşitli teşvik politikaları uygulamaktadırlar. Türkiye’de bölgeler arası gelişmişlik farklılıklarını minimum düzeye indirebilmek için önemli teşvik sistemleri geçmiş dönemlerde olduğu gibi halen uygulanmaya devam etmektedir.

Gelişmekte olan ülkelerin birçoğunda görüldüğü gibi Türkiye’nin de en önemli ekonomik sorunlarından birisi olan bölgeler arasındaki gelişmişlik farkı, gerek planlı dönem öncesinde gerekse planlı dönemde uygulanan teşvik politikaları doğrultusunda azaltılmaya çalışılmıştır. 2012 yılında uygulamaya koyulan bölgesel teşvik sistemi ile ekonomik olarak az gelişmiş

illerin kalkındırılması sağlanarak bölgeler arasındaki gelişmişlik farkının en aza indirilmesi hedeflemiştir. Bu kapsamda, ülke içerisinde yatırımların dengeli bir şekilde dağılmasını ve geliştirilmesine imkân sağlamak için bölgelerin gelişmişlik seviyeleri doğrultusunda yatırımların teşvik edilmesi hedeflenmektedir (Atay ve Karabulut, 2017: 195).

2012 yılında alınan 3305 sayılı kararda bulunan son teşvik uygulaması stratejik yatırımlara yönelik olarak yayınlanmıştır. Stratejik yatırımların teşvik edilmesi ile birlikte ithalat edilen ara malların ve nihai ürünlerin yerine ulusal endüstri tarafından bu malların üretilmesi hedeflemiştir. Bu kapsamda stratejik yatırımların teşviki ile cari açığın düşürülmesi yönünde olumlu gelişmelerin ortaya çıkması beklenmektedir (Hazman ve Kaya, 2018: 47). Stratejik yatırımlara yönelik teşvik unsurlarından yararlanabilmek için ortaya koyulan ölçütleri tamamen karşılayan yatırımların, bölge ayırımına tabi tutulmadan stratejik yatırım teşviklerinden yararlanabilmesi sağlanmıştır (Çiftçi ve Koç, 2013: 27).

Tablo 1. Yatırım Teşvik Destekleri

Destek Unsurları	Genel Teşvik Uygulamaları	Bölgesel Teşvik Uygulamaları	Öncelikli Yatırımların Teşviki	Stratejik Yatırımların Teşviki
KDV İstisnası	√	√	√	√
Gümrük Vergisi Muafiyeti	√	√	√	√
Vergi İndirimi		√	√	√
Sigorta Primi İşveren Hissesi Desteği		√	√	√
Sigorta Primi İşçi Hissesi Desteği		√	√	√
Faiz veya Kar Payı Desteği		√	√	√
Yatırım Yeri Tahsisi		√	√	√
KDV İadesi				√

Kaynak: Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı (2022), 17.02.2022.

Tablo 1’de görüldüğü üzere destek unsurlarının bazıları belirli koşullar kapsamında uygulanabilmektedir. Bölgesel teşvik uygulamaları doğrultusunda üçüncü, dördüncü, beşinci ve altıncı bölgelerde gerçekleştirilecek yatırımlarda faiz veya kâr payı desteğinden yararlanılabilmektedir. Faiz veya kâr payı desteği, öncelikli yatırımları teşviki ve stratejik yatırımların teşviki kapsamında da uygulanan önemli bir teşvik olarak karşımıza çıkmaktadır. KDV iadesi uygulamaları, stratejik yatırımların teşvikinde kullanılmaktadır. Firmaların sigorta primi desteği ise yatırımların altıncı bölgede yatırım yapması koşulu ile verilebilmektedir. Cazibe merkezleri programları kapsamında yer alan dördüncü ve beşinci bölgelerde belirlenmiş olan illerde OSB’lerin kurulması halinde ve “Teknoloji Odaklı Sanayi Hamlesi Programı (TOSHP) kapsamında” yer alan stratejik yatırımlara verilen teşvikler uygulanabilmektedir. Sigorta primi işçi hissesi desteği için yatırımların altıncı bölgede yapılması veya TOSHP kapsamında desteklenmekte olan stratejik yatırımlara uygulanması gerekmektedir. Faiz veya kâr payı desteği için ise yatırımların bölgesel teşvikleri uygulanması üçüncü, dördüncü, beşinci ve altıncı bölgelerde yapılması durumunda sağlanmaktadır.

Yatırım teşvik sisteminin işleyişi yabancı yatırımcıların ülkeye çekilmesinde önemli etkileri bulunması sebebiyle önem arz etmektedir. Yatırımcılar bir ülkede yatırım yapmaya karar verirken;

- Yasal düzenlemeler,
- Piyasa derinliği,

- Endüstriyel bölgelerin durumu,
- İş gücü piyasalarının yapısı,
- Enerji maliyetleri ve kullanılabilirlik kapasitesi,
- Nakliye maliyetleri ve yoğunluklarını,
- Ekonomide faiz oranları ile kredi imkânları,
- Bankacılık sistemi, vergi sistemi,
- Piyasalarının finansal konjonktürü gibi önemli koşulları değerlendirerek sonuca varmaktadırlar.

Bu nedenle uygulanmak istenen teşviklerin yapısı, özellikle yabancı yatırımların ülkeye getirilmesi açısından önem arz etmektedir (Sarıöz, 2006: 28). Teşvik politikalarının etkinlik derecesini hesaplamak, bu konularda yeni düzenlemeler yapılması veya mevcut politikaları revize etme olanağı açısından belirleyici hale gelmektedir.

Çalışma kapsamında Türkiye’de gerçekleştirilen yatırım teşviklerinin ihracat ve Türkiye’ye gerçekleşen doğrudan yabancı yatırımlar üzerindeki etkilerinin ortaya çıkarılması hedeflenmiştir. Çalışma doğrultusunda diğer çalışmalardan ayrı olarak yapısal kırılmaları ve zamana göre değişen nedensellik ilişkilerini dikkate alan analizler gerçekleştirilmiştir. Böylelikle, Türkiye’de gerçekleştirilen yatırım teşviklerinin ihracat ve Türkiye’ye gerçekleşen doğrudan yabancı yatırımlar üzerindeki etkilerinin daha iyi anlaşılması amaçlanmaktadır.

Çalışmanın ikinci bölümünde yatırım teşvikleri ile uluslararası ticaret ve doğrudan yabancı yatırımlar arasındaki teorik ilişki incelenmiştir. Üçüncü bölümde, yatırım teşvikleri, uluslararası ticaret ve doğrudan yabancı yatırımlar arasındaki ilişkilerin değerlendirildiği literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Dördüncü bölümde çalışmada başvurulan araştırma modelleri ve metodoloji ortaya koyulmuş, beşinci bölümde ise ekonometrik analizler sonucunda elde edilen ampirik bulgular değerlendirilmiştir. Sonuç bölümünde elde edilen bulgular değerlendirilerek politika önerileri ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

2. YATIRIM TEŞVİKLERİ İLE ULUSLARARASI TİCARET VE DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR ARASINDAKİ İLİŞKİ

Dünya ekonomisinin küreselleşmesiyle birlikte ülkelerin ekonomik kalkınma ve hane halklarının refah seviyelerinin yükseltilmesi amaçları kapsamında eş zamanlı olarak siyasal, sosyal, politik, coğrafi ve ekonomik olarak faaliyetlerini sürdürdükleri görülmektedir. Devlet teşviklerinin özel amaçları olmakla birlikte, sonuç itibarıyla devlet teşvikleriyle ülkenin refah seviyesinin artırılması hedeflenmektedir. Bu kapsamda faaliyetlerini sürdüren ülkeler, bazı sektörlerin diğer sektörlerle göre daha avantajlı olarak büyümesini ve sürdürülebilir olarak kalkınmasını desteklemek amacıyla piyasaya nakdi ve gayri nakdi yardımlar vermektedirler. Devlet teşvikleri olarak adlandırılan bu nakdi ve gayri nakdi yardımları sağlamak suretiyle gerçekleştirilen müdahaleler, ülkelerin ekonomi politikası araçları vasıtasıyla stratejik hedeflerini gerçekleştirmeleri için en önemli unsurlar arasında yer almaktadır (Şeker, 2020: 2312).

Küreselleşme süreci ülkelerin birbirleriyle olan ilişkilerini daha da arttırmış ve bunun sonucunda ülkelerin uluslararası ticaret hacimleri yükselme eğilimi göstermeye başlamıştır. Küreselleşme döneminde ülkeler önemli fırsatlar elde etmekle birlikte, küreselleşme sürecinin etkisiyle bazı tehditler de oluşmaya başlamıştır. Küresel rekabetin artması ile gelişmekte olan ülke ekonomileri gelişmiş ülkelerin birer pazarı olması ve küreselleşen pazarlarda rekabete açılma sonrasında yerli sanayinin bu rekabetten negatif yönde etkilenmesi vb. problemler meydana gelmiştir. Gelişmekte olan ülkeler, bu nedenle uluslararası rekabet ortamına

hazırlanmak ve yerel endüstrilerini kalkındırmak amacıyla devlet tarafından birtakım destek ve teşviklere başvurmuşlardır.

Uluslararası ekonomide doğrudan yabancı yatırım, ev sahibi olan ülkeler açısından yurtiçi özel yatırımları tamamlayan, yeni iş olanakları ile teknoloji transferini beraberinde getiren, ülkede ekonomik büyüme hedeflerini sağlayan ve ekonomik aktörleri harekete geçirme göreviyle önemli sermaye kaynakları olarak görülmektedir (Romer, 1993: 462). Bu nedenle özellikle gelişmekte olan ekonomilerin teşvik sistemleri üretim kapasitelerini geliştirmek ve uluslararası rekabet koşullarına uyum sağlamak amacıyla önemli ekonomi politikası aracı olarak görülmektedir. Belirli üretim sektörlerinin daha fazla gelişerek ülke ekonomilerine katkı sağlaması amacıyla önemli teşvik uygulamaları geliştirilmektedir (Şeker, 2020: 2323).

Türkiye’de uygulamaya koyulan yatırım teşviklerinin etkin kullanımı ile imalat, sanayi, tarım ve hizmet sektörlerine ilişkin ihracatın önemli düzeyde artırılması hedeflenmektedir. Türkiye ekonomisinde cari açığın azaltılması için hizmet ticareti büyük önem arz etmektedir. Hizmet sektörlerinde yatırımların teşviki ve teşviklerin verimliliği artırılarak yüksek düzeyde hizmet ihracatının gerçekleştirilebileceği öngörülmektedir.

Uluslararası yatırım gerçekleştiren firmalar yatırım yeri seçerken vergi yükünü de göz önünde bulundurmaktadır. Yüksek vergi oranlarının uygulandığı ülkelere yatırım yapılması sonucunda, yatırımın vergi sonrası net getirisinin düşmesi söz konusu olmaktadır. Bu nedenle kurumlar vergisi oranlarının yüksek olduğu ülkeler, diğer faktörler sabitken, yabancı sermaye yatırımları açısından daha az cazibe sahibi oldukları görülmektedir. Klasik teoriye göre, sermaye önünde engel olmaması durumunda vergi oranlarının yüksek olduğu ülkelere daha az vergilendirildiği ülkelere doğru kaçmaktadır. Bu durum dengenin kurulduğu başlangıç noktasına yani sermayenin vergilendirilmesinden sonraki getirilerinin eşitlenmesi sürecine kadar devam etmektedir (Stone ve Jomini, 2002: 234). Bu durumdan hareketle yabancı sermayeyi ülkelere daha fazla çekmek için rekabet eden ülkeler, yabancı sermaye yatırımlarını ülkelere yönlendirebilmek için vergisel mevzuatlarında yapacakları düzenlemeleri artırmak zorunda kalmaktadır.

Sermayenin ülkeler arasında hızlı hareket etmesi sonucunda gelişmekte olan ülkeler arasında yıllardır var olan rekabet giderek daha da artmaktadır. Doğrudan yabancı yatırımlar ile uluslararası ticaret arasındaki ilişki, genel olarak tamamlayıcılık ilişkisi kapsamında açıklanmaktadır. İkame ilişkisine vurgu yapan literatürdeki çalışmalar, doğrudan yabancı yatırımların ülkeler arasında yatay olarak dağılmakta olduğunu öne sürerken, tamamlayıcılık ilişkisini ortaya koyan çalışmalar doğrudan yabancı yatırımların ülkeler arasında dikey üretim zincirleri oluşturacak şekilde dağıldığını ifade etmektedirler. Yabancı yatırımcılar üretim yapmak amacıyla girdikleri ülke pazarlarında üretim tesisi kurarak yüksek yük getiren taşımacılık maliyetleri gibi faktörleri yok ederek üretim maliyetlerini azaltmayı hedeflemektedirler. Bu durumda doğrudan yabancı yatırımları ülkelere yatay şekilde dağıtmakta ve dolaylı olarak doğrudan yabancı yatırımlar ile uluslararası ticaret arasında ikame ilişkisi oluşmaktadır (Vernon, 1966; Dunning, 1981; Çetin ve Şeker, 2013). Fakat çok uluslu şirketler “maliyet açısından en avantajlı yerde üret ve üretilen yerde sat” politikalarını benimseyerek üretimin gerçekleştirildiği ülkeleri dikey olarak birbirine bağlayan yatırımlar gerçekleştirmektedirler. Bu durum doğrudan yabancı yatırımlar ile uluslararası ticaret arasında birbirini tamamlayıcılık ilişkisini oluşturmaktadır. Bu ilişki yabancı yatırımların, yatırımın gerçekleştirildiği ülkenin uluslararası ticaretine yön vermesi şeklinde sonuçlanabilmektedir (Çeştepe vd., 2013: 9).

Gelişmekte olan ülkeler daha fazla doğrudan yabancı yatırımı ülkesine çekebilmek için bazı düzenlemeler yapmaktadırlar. Bu tür girişimler, bu ülkeler için daha fazla istihdam ortamının oluşmasını, teknoloji transferinin gerçekleşmesini ve emeğin kalitesinin artmasını sağlamaktadır (Karagöz, 2017: 932; Şeker, 2018: 580). Bu nedenle gelişmekte olan ülkeler doğrudan yabancı yatırımları ülkelere çekmek için birbirleriyle yüksek düzeyde rekabet edebilmekte ve yapmış oldukları mevzuat düzenlemelerini yürürlüğe koyma konusunda son derece istekli davranabilmektedirler. Küresel ekonomide önemli bir yere sahip olan çok uluslu şirketler devlet garantileri, vergi imtiyazları, düşük ücret, sübvansiyonlar gibi teşvikleri kullanma imkânına sahip olurken, gelişmekte olan ülkelerin bu şirketlerin yatırımlarına olan ihtiyaçlarının farkında olarak bu ülkelere daha fazla imtiyaz talep etmektedirler (Kurtaran, 2007: 375). Bu ayrıcalıklar genellikle düşük ücret politikası uygulanması, eğitilmiş ve vasıflı işgücü kullanılması, teşviklerin artırılması, serbest ticaret bölgeleri kurulması ve patent/lisans kullanımı vb. şekilde karşımıza çıkmaktadır.

3. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Literatürde yatırım teşvikleri ile ilgili birçok çalışma olmakla birlikte diğer ülkelerde de yatırım teşviklerinin çeşitli yönleri ile ekonomi üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmalar bulunmaktadır. Literatür taraması kapsamında yatırım teşviklerinin etkilerini inceleyen ve tarihi süreç içerisinde küreselleşmenin hissedildiği dijital çağda öne çıkan çalışmalara Tablo 2’de yer verilmiştir. Küreselleşme süreci ile birlikte uluslararası ticaret ve doğrudan yabancı yatırımların artmasıyla yatırım teşviklerinin ekonomik göstergeler ile ilişkisi bu bölümde değerlendirilmiştir. Literatürde yatırım teşvikleriyle ekonomik göstergeler arasındaki ilişkileri inceleyen bazı çalışmalar bulunmakla birlikte, yatırım teşvikleri ile uluslararası ticaret ve doğrudan yabancı yatırımlar arasındaki ilişkileri analiz eden çalışmalara pek az rastlanılmaktadır.

Yatırım teşviklerinin bugüne kadar farklı değişkenler üzerindeki etkilerini çeşitli yöntemlerle incelenmiş çalışmalar literatürde yer almaktadır. Bu doğrultuda, çalışmanın konusunu oluşturan yatırım teşviklerine yönelik genel literatür ve yatırım teşvikleri ile uluslararası ticaret ve doğrudan yabancı yatırımlar arasındaki ilişkilerin incelendiği çalışmalara yer verilmiştir. Yatırım teşvikleri ile uluslararası ticaret ve doğrudan yabancı yatırımlara ilişkin gerçekleştirilen çalışmalar Tablo 2’de özetlenmiştir.

Tablo 2. Literatür Taraması

Yazar	Araştırma Konusu	Yöntem	Bulgular
Yeung (1996)	Güneydoğu Asya bölgesine yabancı yatırımların ülkeye girişinde devlet teşviklerinin rolünün incelemesi	Vaka Analizi	Çalışma sonucunda ev sahibi ülke hükümetlerinde politika yapıcıların yatırım teşvikleri ile birlikte, ev sahibi ülke hükümetlerinin uluslararasılaşma, kaynakların iyileştirilmesi, kaynakların daha verimli tahsisi ve uluslar üstü koordinasyon ve tanıtıma önem vermesi gerektiği ortaya koyulmuştur.
Tung ve Cho (2001)	Çin’deki vergi oranları ve vergi teşvik politikalarının doğrudan yabancı yatırımlar üzerindeki etkileri	Regresyon analizi	1991 yılından sonra daha fazla vergi teşviki verildiği ve düşük vergi oranı uygulanan bölgelerde yabancı yatırımların daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

Kar ve Tatlısöz (2008)	Türkiye'ye gelen doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını belirleyen faktörlerin ekonometrik analizi	En Küçük Kareler (EKK) Tahmin Yöntemi ile Regresyon Analizi	Yatırım teşvikleriyle doğrudan yabancı sermaye yatırımları arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir.
Karakurt (2010)	Türkiye'nin 2009 yılında uygulamaya koyduğu geniş kapsamlı yeni yatırım teşvik sisteminin analizi	Ülke İncelemeleri	Teşviklerin artırılmasının küresel toparlanma ile birlikte Türkiye'nin, yabancı yatırımları ülkeye çekmesi açısından avantaj sağlayacağı belirtilmiştir.
Aras vd. (2012)	Türkiye'de yatırım teşvikleri ile ihracat arasındaki ilişkilerinin yeni yatırım teşvik sistemi kapsamında analizi	Nitel Analiz	Yeni teşvik sistemiyle sanayideki yapısal dönüşümün, ithalat konu olan ara malların ikame edilmesine ve yüksek teknolojili ürünlerin üretimine başlanarak ihracat düzeyinin artırılabilceği belirtilmiştir.
Cho ve Tselmeg (2013)	Moğol hükümetinin ülkeye giren doğrudan yabancı yatırım teşviklerinin Çin ve Kore şirketlerini kapsayan yabancı yatırım gerçekleştiren şirketlerin yatırım tatmini üzerindeki etkilerinin incelenmesi	Nicel Veri Analizi	Analizler sonucunda, verilen hizmet teşviklerinin yatırım tatminini istatistiki olarak anlamlı bir şekilde etkilediği tespit edilmiştir. Çinli şirketlerde hem hizmet teşvikleri hem de şirket gelir vergisi teşviklerinin yatırım tatmini sağladığı görülmüştür.
Çiftçi ve Koç (2013)	Türkiye'de uygulanan yeni yatırım teşvik sisteminin etkinliğinin analizi	Trend Analizi	Yeni yatırım teşvik sistemi vasıtasıyla istihdamın yükseltilebileceği ve stratejik önemi bulunan sektörlerde ithalata olan bağımlılığın azaltılabileceği ortaya konulmuştur.
Aydiner (2015)	TR32 bölgesinde yatırım teşviklerinin ihracat ve istihdama etkisinin analizi	Panel Veri Analizi	TR32 bölgesinde yatırım düzeyinin artmasının ihracata olumlu katkı yaptığı tespit edilmiştir.
Stankov, vd. (2015)	Bulgaristan ve Sırbistan doğrudan yabancı	Nicel Veri Analizi	Bulgaristan düşük oranlarda kurumsal vergiler uygulayarak DYY girişini teşvik ederken, Sırbistan'ın bunu bölgedeki en

	yatırımların 2013 yılındaki hareketleri ve ekonomik faaliyetlere göre yapılanması		düşük vergi oranıyla teşvik ettiği görülmüştür. Bulgaristan ve Sırbistan'ın daha büyük miktarlarda DYY ülkelerine çekmek için cazip teşvikler uygulaması, yatırım ortamını sürekli iyileştirmesi ve cazip yatırım yerleri oluşturması gerektiği ifade edilmiştir.
Sevinç, vd. (2016)	2004 - 2012 yılları arasında Türkiye'de yatırım teşvik politikalarının dağılımında değişkenlerin etkinliği	Panel Veri Analizi	Ar - Ge faaliyetleri, ihracat, kişi başına gelir ve kredi miktarında ortaya çıkan artışların yatırım teşvikleri pozitif olarak etkilediği ve yatırım teşviklerinde yükseliş sağladığı tespit edilmiştir.
Başarır ve Sarıhan (2018)	2002-2016 yılları arasında Türkiye'de ihracat kredileri ve yatırım teşviklerinin ihracat üzerindeki etkilerinin analizi	ARDL sınır testi	Yatırım teşviklerinin ihracatta artışa neden olduğu tespit edilmiştir.
Takım ve Ersungur (2018)	Türkiye'de yatırım teşvikleri uygulamaları ve yatırım teşviklerinin etkinliği	Teorik ve Kavramsal İnceleme	Yatırım teşviklerinin etkin kullanılmaması dolayısıyla ihracat, doğrudan yabancı yatırımlar ve diğer ekonomik göstergelerde beklenen artışların görülmediği ifade edilmiştir.
Hazman ve Kaya (2018)	Bölgesel nitelikli teşvik uygulamaları ile ihracat ilişkisi Afyonkarahisar	Regresyon Analizi	Gümrük vergisi muafiyetinin ihracat üzerinde negatif etkiye sahip olduğu, sabit yatırım miktarı, teşvik belgeli yatırım dolayısıyla KDV istisnası teşvikinin ihracat üzerinde pozitif etkisi olduğu tespit edilmiştir.
Dağ ve Çelik (2019)	Türkiye'de Cumhuriyet'in tarihi boyunca uygulanan ekonomik teşvikler genel olarak amaçları doğrultusunda ve dönemsel olarak ele alınması	Teorik ve Kavramsal İnceleme	Yatırım teşviklerinin istenilen neticeye erişmesi için kamu tarafından kaynak tahsisinde etkinlik ve verimlilik odaklı bir anlayışla yatırımların gerçekleştirilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır.
Ekinci Hamamcı ve Kahreman (2020)	Yatırım teşviklerinin bölgesel kalkınma üzerindeki etkisinin araştırılması	Anket Çalışması	Firmaların çoğu, yatırım teşviklerinin firmaya ve il ekonomisine önemli faydalar sunacağını belirtirken, 5. Bölge'ye sağlanan avantajların yeterli olmadığı tespit edilmiştir.
Kutbay (2020)	Vergi teşviki ile doğrudan yabancı yatırımlar	Panel Veri Analizi	Vergi teşvikinin doğrudan yabancı yatırımlar üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir.

	arasındaki ilişkinin gelişmekte olan 42 ülke kapsamında analizi		
Şeker (2020)	Türkiye’de yatırım teşvikleri ve ihracat arasındaki ilişkilerin genel ve sektörel olarak analizi	ARDL Sınır Testi ve Toda-Yamamoto Nedensellik Testi	Genel ve sektörel yatırım teşviklerinin ihracatı uzun dönemde olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca, yatırım teşvikleri ile ihracat arasında hem genel hem de sektörel olarak çeşitli nedensellik ilişkileri tespit edilmiştir.

Tablo 2’de literatür araştırmasında yatırım teşviklerinin uluslararası ticaret, doğrudan yabancı yatırımlar, ekonomik kalkınma, GSYİH, istihdam, banka kredileri ve vergiler gibi makroekonomik göstergeler üzerine etkilerinin çalışıldığı görülmüştür.

Yatırım teşvikleri ile ihracat arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmalarda yüksek kalitedeki ürünlerin ihracatını gerçekleştirmek için gerekli yatırım teşvikleri ve sübvansiyonları sağlaması gerektiği belirtilmiştir (Zou vd., 2000). Gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerde bu sebeple yatırım teşviklerine ihtiyaç duyulduğu ve teşvikler vasıtasıyla ihracatın artabileceği ileri sürülmüştür (Şeker, 2020: 2315). Stratejik politikalar kapsamında uluslararası ticaret ile yatırım politikaları arasında tamamlayıcılık ilişkisini araştıran çalışmalar da gerçekleştirilmiştir. Özellikle az gelişmiş ülkelerde bölgesel olarak ihracatın artırılması amacıyla yatırımların teşvik edilmesinin gerekliliği ifade edilmiştir (Blanchard, 2007).

Literatürde yatırım teşviklerinin üreticiler açısından anlaşılması ve yatırımcıları uluslararası ticaret düzeyleri bakımından gruplandırarak daha verimli teşvik politikalarının oluşturulması gerektiğini belirten çalışmalar da yer almaktadır. Yatırım teşvikleri, inovasyon ve ihracat arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar, devlet tarafından sağlanan teşviklerin firmaların inovasyon seviyeleri üzerinde büyük etkileri olduğunu ve bu doğrultuda ihracatın da olumlu olarak etkilendiğini ortaya koymaktadır (Luo vd., 2016).

Literatür taraması neticesinde, yatırım teşvikleri ile uluslararası ticaret ve doğrudan yabancı yatırımlar arasındaki ilişkinin incelendiği çalışmaların sınırlı düzeyde olduğu gözlemlenmiştir. İlgili çalışmalar yatırım teşviklerinin uluslararası ticaret ve doğrudan yabancı yatırımlar üzerinde olumlu etkilerinin bulunduğunu, fakat bu etkilerin uygulanan teşvik türlerine ve teşvik uygulanan sektörler göre değiştiğini göstermektedir. Ayrıca, literatürde gerçekleştirilen çalışmalarda yatırım teşviklerinin ekonomik göstergeler üzerindeki etkilerinin yapısal kırılmaları dikkate alınmayan yöntemlerle incelendiği görülmüştür. Bu çalışma kapsamında yatırım teşvikleri ile uluslararası ticaret ve doğrudan yabancı yatırımlar arasındaki kısa ve uzun dönemli ilişkilerin yapısal kırılmalar altında değerlendirilecek olması, araştırmanın daha tutarlı sonuçlar ortaya koyması itibarıyla literatür için özgün değeri sağlaması beklenmektedir.

4. ARAŞTIRMA MODELİ VE METODOLOJİ

Çalışmanın analiz bölümünde Türkiye’de gerçekleştirilen yatırım teşvikleri miktarı ile ihracat ve Türkiye’ye gerçekleşen doğrudan yabancı yatırımlar arasındaki ilişkiler ekonometrik analizler vasıtasıyla incelenmiştir. Bu kapsamda analizlerde, 2001-2021 yılları arasındaki çeyreklik dönem verilerine başvurulmuştur. Araştırma modeli kapsamında bağımlı değişkenler olarak Türkiye’nin ihracatı ve Türkiye’ye gerçekleşen doğrudan yabancı yatırımlar ele alınmıştır. Modelde yer alan kontrol değişkenleri ise Türkiye’nin gayrisafi yurtiçi hasılası ile

reel döviz kuru iken, araştırma değişkeni Türkiye’de gerçekleştirilen yatırım teşvikleri miktarıdır.

Modelde yer alan Türkiye’nin ihracatına ilişkin veriler Türkiye İstatistik Kurumu’ndan elde edilirken Türkiye’ye gerçekleşen doğrudan yabancı yatırımlar, Türkiye’nin gayrisafi yurtiçi hasılası ile reel döviz kuru ile ilgili verilere Merkez Bankası Elektronik Veri Dağıtım Sistemi veri tabanından ulaşılmıştır. Türkiye’de gerçekleştirilen yatırım teşvikleri miktarı ise T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı istatistik veri tabanından temin edilmiştir.

Araştırma modelinde yer alan değişkenlerin açıklamaları aşağıdaki gibidir;

$\ln(ihracat)_t$: Türkiye’nin ihracatı (\$)

$\ln(dyy)_t$: Türkiye’ye gerçekleşen doğrudan yabancı yatırımlar (\$)

$\ln(gsyih)_t$: Türkiye’nin gayrisafi yurtiçi hasılası (\$)

$\ln(rdk)_t$: Türkiye’nin reel döviz kuru

$\ln(teşvik)_t$: Türkiye’de gerçekleştirilen yatırım teşvikleri miktarı (\$)

Verilen bilgiler doğrultusunda Türkiye’de gerçekleştirilen yatırım teşvikleri miktarı ile ihracat ve Türkiye’ye gerçekleşen doğrudan yabancı yatırımlar arasındaki ilişkileri analiz etmek için oluşturulan zaman serisi modelleri aşağıdaki gibidir (1,2):

$$\ln(ihracat)_t = \beta_0 + \beta_1 \ln(gsyih)_t + \beta_2 \ln(rdk)_t + \beta_3 \ln(teşvik)_t + \varepsilon \quad (1)$$

$$\ln(dyy)_t = \beta_0 + \beta_1 \ln(gsyih)_t + \beta_2 \ln(rdk)_t + \beta_3 \ln(teşvik)_t + \varepsilon \quad (2)$$

Türkiye’de gerçekleştirilen yatırım teşvikleri miktarı ile ihracat ve Türkiye’ye gerçekleşen doğrudan yabancı yatırımlar arasındaki ilişkileri tespit etmek amacıyla oluşturulan modelde yer almakta olan, t zaman kavramı olarak ifade edilmektedir. β katsayısı ise, sırasıyla gayri safi yurtiçi hâsıla, reel döviz kuru ve Türkiye’de uygulamaya koyularak gerçekleştirilen yatırım teşvikleri miktarının katsayılarını ifade etmektedir.

Analizler kapsamında değişkenler arasındaki ilişkiyi test edebilmek için değişkenlerin düzeylerinde ya da birinci farklarında durağan olmaları beklenmektedir. Zaman serisi analizlerinde değişkenlerin birim kök içermelerinin önemli bir nedeni de ülke ekonomilerinde yapısal kırılmaların gerçekleşmesidir. Ekonomide meydana gelen yapısal kırılmaların analizde kullanılan seriler ait ortalamaları, trendleri ya da her ikisini saptırabileceği ve bu durumun neticesinde sahte birim kök oluşturabileceği ileri sürülmektedir. Başka bir deyişle ekonomide oluşan yapısal kırılmaları dikkate almayan birim kök testlerinden elde edilen sonuçların hatalı olması söz konusu olabilmektedir.

Analizlerde ülke ekonomilerinde meydana gelen yapısal kırılmaları ve ekonomik şokları dikkate almayan birim kök testlerinin uygulanması halinde, sonuçların sapmalı çıkabileceği ve yanlış sonuçların elde edilebileceği belirtilmektedir. Türkiye ekonomisinin 2001-2021 yılları arasındaki dönem incelediğimizde, yapısal kırılma ihtimalinin yüksek olması sebebiyle çalışma kapsamında yapısal kırılmayı içsel olarak analizlere dâhil eden Zivot-Andrews (1992) birim kök testi kullanılmıştır. Zivot-Andrews yapısal kırılmayı birim kök testi kapsamında model A yalnızca sabitteki, model B yalnızca trenddeki kırılmayı sınarken ve model C sabit ve trenddeki bir kırılmayı test etmektedir. Zivot-Andrews (1992) tarafından oluşturulan model A ve model C aşağıdaki gibidir (4.3, 4.4, 4.5):

$$\text{Model A} \Rightarrow \Delta Y_t = \beta_0 + \beta_1 t + \delta Y_{t-1} + \theta DU_t + \sum_{i=1}^m \alpha_i \Delta Y_{t-i} + \varepsilon_t \quad (3)$$

$$\text{Model B} \Rightarrow \Delta Y_t = \beta_0 + \beta_1 t + \delta Y_{t-1} + \gamma DT_t + \sum_{i=1}^m \alpha_i \Delta Y_{t-i} + \varepsilon_t \quad (4)$$

$$\text{Model C} \Rightarrow \Delta Y_t = \beta_0 + \beta_1 t + \delta Y_{t-1} + \theta DU_t + \gamma DT_t + \sum_{i=1}^m \alpha_i \Delta Y_{t-i} + \varepsilon_t \quad (5)$$

Yapısal kırılmaların mevcut olduğu seriler arasındaki uzun dönemli ilişkilerin analizlerinde daha tutarlı sonuçlar elde etmek için yapısal kırılmaları dikkate alan testlere başvurulması gerekmektedir. Engle ve Granger (1987) tarafından ortaya koyulan eşbütünleşme testinin geliştirilmiş bir versiyonu olan Gregory-Hansen (1996) testi, yapısal kırılmaları içsel olarak tahminlemesi dolayısıyla daha tutarlı sonuçlar elde edilmesini sağlamaktadır. Yapısal kırılma altında eşbütünleşme ilişkilerinin test edilmesi amacıyla Gregory-Hansen (1996) tarafından üç tahmin modeli geliştirilmiştir. Bunlardan ilkinde düzeyde yapısal kırılma, ikincisinde trendle birlikte düzeyde yapısal kırılma ve üçüncüsünde rejimle birlikte düzeyde yapısal kırılma dikkate alınmaktadır (Gregory ve Hansen, 1996: 103). Modelde yer alan $\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$ ve α_4 rejim kaymasından önceki eşbütünleşme eğim katsayılarını, $\alpha_{11}, \alpha_{22}, \alpha_{33}$ ve α_{44} eğim katsayılarındaki değişikliği ifade etmektedir (6,7,8).

$$y_t = \mu_1 + \mu_2 \varphi_t + \alpha_1 x_t + \alpha_2 z_t + \alpha_3 e_t + \alpha_4 s_t + \varepsilon_t \quad (6)$$

$$y_t = \mu_1 + \mu_2 \varphi_t + \beta_t + \alpha_1 x_t + \alpha_2 z_t + \alpha_3 e_t + \alpha_4 s_t + \varepsilon_t \quad (7)$$

$$y_t = \mu_1 + \mu_2 \varphi_t + \alpha_1 x_t + \alpha_{11} \varphi_t x_t + \alpha_2 z_t + \alpha_{22} \varphi_t z_t + \alpha_3 e_t + \alpha_{33} \varphi_t e_t + \alpha_4 s_t + \alpha_{44} \varphi_t s_t + \varepsilon_t \quad (8)$$

Değişkenler arasında uzun dönemli ilişkilerin test edilmesinin ardından, değişkenler arasındaki nedensellik ilişkilerinin araştırılacaktır. Engle ve Granger (1987) değişkenler arasında uzun dönemli ilişkilerin bulunması halinde, bir nedensellik ilişkisinin de olabileceğini öne sürmektedir. Granger (1969) nedensellik testinde değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkileri dikkate alındığından, değişkenlerin kısa dönemli nedensellik ilişkileri araştırılmamaktadır. Bu sorunun ortadan kaldırılması için Geweke (1982), Hosoya (1991) ve Yao ve Hosoya (2000) spektral ilişkileri temel alan frekans alanı nedensellik analizini geliştirmiştir. Frekans alanı nedensellik testi, değişkenlere ait nedensellik ilişkilerini farklı frekanslarda test etme imkânı sağlamaktadır. Frekans alanı nedensellik analizinin gerçekleştirilmesi için Breitung and Candelon (2006) tarafından ortaya koyulan aşağıdaki denkleme başvurulmaktadır (7):

$$x_t = c_1 + \sum_{j=1}^p \alpha_j x_{t-j} + \sum_{j=1}^p \beta_j y_{t-j} + \sum_{k=p+1}^{p+d_{max}} \alpha_k x_{t-k} + \sum_{k=p+1}^{p+d_{max}} \beta_k y_{t-k} + \varepsilon_t \quad (9)$$

Denklemden yer alan p gecikme uzunluğunu, d durağanlık derecesini, k ise optimal gecikme uzunluğunu ifade etmektedir.

5. AMPİRİK BULGULAR

Yatırım teşvikleri miktarı ile uluslararası ticaret ve doğrudan yabancı yatırımlar arasındaki ilişkileri ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen analizler öncesinde modeldeki değişkenlerin yapısal kırılma varlığındaki durağanlıkları test edilmiştir.

Tablo 3. Zivot - Andrews Yapısal Kırılmalı Birim Kök Testi Sonuçları

Değişken	Z-A (Düzye)			Z-A (1. Fark)			Model
	Kırılma Tarihi	k	Test İstatistiği	Kırılma Tarihi	k	Test İstatistiği	
$\ln(ihracat)$	2020Q2	1	-2.974	2020Q2	0	-12.988	A
	2008Q1	9	-3.487	2020Q3	0	-11.666	B
	2003Q3	0	-3.537	2020Q2	0	-13.276	C
$\ln(dyy)$	2019Q3	5	-2.634	2020Q2	0	-16.966	A
	2019Q3	5	-2.738	2004Q3	0	-15.742	B

	2008Q4	2	-3.321	2006Q1	0	-16.467	C
<i>ln(gsyih)</i>	2019Q3	4	-3.151	2003Q3	0	-9.471	A
	2004Q2	0	-3.892	2002Q3	0	-9.223	B
	2004Q2	0	-4.024	2003Q3	0	-9.454	C
<i>ln(rdk)</i>	2014Q4	0	-2.261	2018Q3	0	-9.899	A
	2003Q2	0	-1.852	2002Q2	0	-9.456	B
	2003Q2	0	-2.148	2018Q3	0	-9.932	C
<i>ln(teşvik)</i>	2019Q3	7	-0.999	2002Q2	0	-12.762	A
	2012Q3	4	-4.032	2002Q3	0	-12.616	B
	2012Q4	3	-3.814	2002Q2	0	-12.585	C
Kritik Değerler	Model A => %1: -4.9491 ; %5: -4.4436 ; %10: -4.1936 Model B => %1: -5.0674 ; %5: -4.5248 ; %10: -4.2611 Model C => %1: -5.7191 ; %5: -5.1757 ; %10: -4.8939						

Tablo 3'te değişkenlerin bir yapısal kırılma varlığında durağanlığını test eden Zivot-Andrews (1992) birim kök testinin sonuçları bulunmaktadır. Analiz sonuçlarına göre, ihracat, doğrudan yabancı yatırımlar, gayrisafi yurtiçi hâsıla, reel döviz kuru ve yatırım teşvikleri miktarının bir yapısal kırılma altında birim kök içerdikleri, yani durağan olmadıkları tespit edilmiştir. Fakat değişkenlerin birinci farklarında, durağan hale geldikleri görülmüştür.

Değişkenlere ait serilerin yapısal kırılma tarihleri incelendiğinde, Türkiye'nin ihracatında 2020 yılının ikinci ve üçüncü çeyreklerinde yapısal kırılmaların gerçekleştiği görülmektedir. Bu durum, 2020 yılının başları itibarıyla küresel anlamda koronavirüs salgınının başlaması ve küresel tedarik zinciri ile arz-talep dengesinin bozulmasının uluslararası ticarete önemli şoklar yarattığını göstermektedir. Türkiye'ye gerçekleştirilen doğrudan yabancı yatırımlarda ise, 2004 yılının üçüncü, 2006 yılının birinci ve 2020 yılının ikinci çeyreklerinde yapısal kırılmalar bulunduğu gözlemlenmektedir. Doğrudan yabancı yatırımlarda yaşanan bu kırılmalar, yatırımların hem Türkiye'deki yapısal dönüşümler hem de küresel salgın gibi şoklardan etkilenildiğini ortaya koymaktadır. Gayrisafi yurtiçi hâsıla değişkenine ait seride, 2001 krizinin de etkileri ile 2002 ve 2003 yıllarının üçüncü çeyreğinde yapısal kırılmalar gerçekleştiği gözlemlenmiştir. Reel döviz kurunda 2002 yılının ikinci çeyreği ve 2018 yılının üçüncü çeyreğinde yapısal kırılmaların meydana geldiği tespit edilmiştir. Yatırım teşvikleri miktarında ise 2002 yılının ikinci ve üçüncü çeyreğinde yapısal kırılmaların oluştuğu görülmektedir. 2000'li yılların başlarında ekonomik darboğazın giderilmesi amacıyla kalkınmada öncelikli yöreler uygulaması kapsamında birçok ilin yatırım teşviki kapsamına alınmasının ekonomide önemli etkiler ortaya çıkardığı görülmektedir.

Değişkenlere ilişkin serilerde meydana gelen yapısal kırılma dönemleri incelendiğinde, küresel ve ulusal ekonomik yapıda ortaya çıkan ekonomik şokların Türkiye ekonomisini etkilediğini göstermektedir. Uluslararası ve ulusal ekonomik sorunların yol açtığı 2001 krizinin etkileri ve COVID-19 küresel salgınının Türkiye'nin ihracatı, Türkiye'ye gerçekleştirilen doğrudan yabancı yatırımları, üretimi, döviz kuru ile yatırım teşvikleri miktarında yapısal kırılmalara neden olduğu görülmüştür. Ayrıca Çin-ABD ticaret savaşları dolayısıyla gümrük tarifelerinin artırılması da Türkiye'nin ihracatı üzerinde önemli etkiler ortaya çıkardığı gözlemlenmiştir (Çekin ve Nuroğlu, 2020; Bataylı ve Doğan, 2021).

Yapısal kırılmaların bulunduğu serilerin uzun dönemli analizlerinde geçerli sonuçların alınabilmesi amacıyla yapısal kırılmalı eşbütünleşme analizlerinin gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Engle ve Granger (1987) eşbütünleşme testine dayanan ve bu yöntemin geliştirilmiş bir versiyonu olan Gregory-Hansen (1996) eşbütünleşme testi, yapısal kırılmaları içsel olarak dikkate alması nedeniyle daha geçerli sonuçlar alınmasına olanak vermektedir.

Tablo 4. Gregor-Hansen Yapısal Kırılmalı Eşbütünleşme Test Sonuçları

Araştırma Modeli	Tahmin Modeli	Kırılma Tarihi	ADF İstatistiği	%1 Kritik Değeri	%5 Kritik Değeri
İhracat Modeli	Düzy	2018Q2	-8.01	-5.77	-5.28
	Trend ve Düzy	2018Q1	-7.38	-6.05	-5.57
	Rejim ve Düzy	2017Q3	-8.33	-6.51	-6.00
DYY Modeli	Düzy	2005Q1	-5.35	-5.77	-5.28
	Trend ve Düzy	2008Q4	-5.67	-6.05	-5.57
	Rejim ve Düzy	2005Q3	-6.13	-6.51	-6.00

Tablo 4'te bulunan Gregory-Hansen yapısal kırılmalı eşbütünleşme testi sonuçlarına göre ihracat modelinde 2017 ve 2018 yıllarında, doğrudan yabancı yatırımlar modelinde ise 2005 ve 2008 yıllarında yapısal kırılmalar gerçekleştiği tespit edilmiştir. Ticaret savaşlarının yoğunlaştığı 2017 ve 2018 yıllarında Türkiye'nin ihracatında kırılmalar meydana geldiği ve küresel ekonomik kriz ile ekonomik durgunluğun oluştuğu 2008 yılında Türkiye'ye gerçekleştirilen doğrudan yabancı yatırımlarda da yapısal kırılmanın gerçekleştiği görülmektedir. Analizler sonucunda, modellere ait ADF test istatistiklerinin ihracat modeli için %1, doğrudan yabancı yatırımlar modeli için %5 kritik değerlerinden mutlak değerce büyük olmaları dolayısıyla değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin bulunmadığı boş hipotezi reddedilmektedir. Başka bir ifade ile ihracat ve doğrudan yabancı yatırımlar ile gayrisafı yurtiçi hâsıla, reel döviz kuru ve yatırım teşvikleri miktarı arasında uzun dönemli bir ilişki bulunduğu görülmektedir.

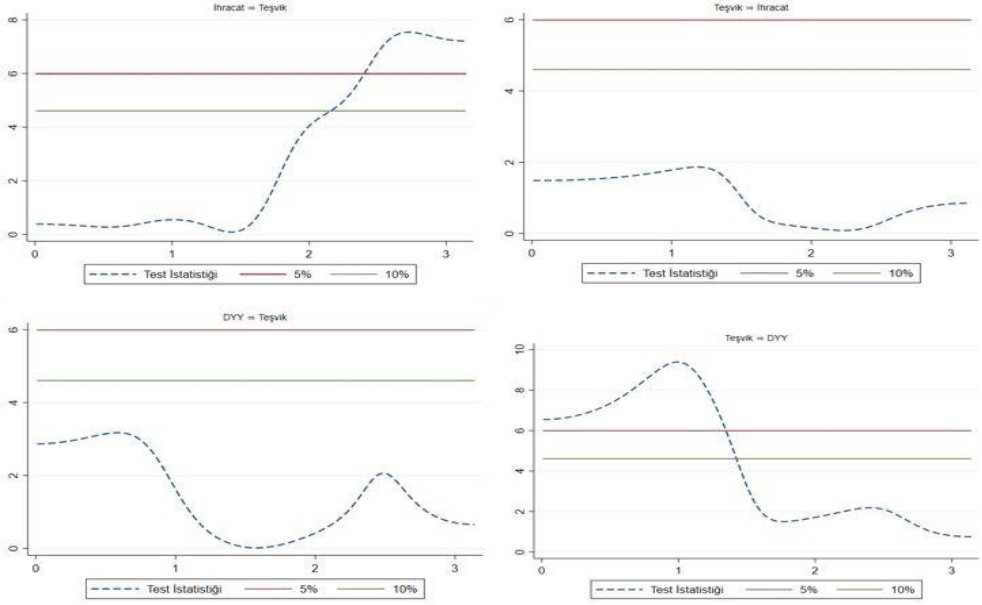
Değişkenler arasındaki nedensellik analizleri frekans alanı nedensellik testleri ile gerçekleştirilmiştir. Frekans alanı nedensellik analizi, değişkenler arasındaki kısa, orta ve uzun dönemli nedensellik ilişkilerini test etmektedir. Frekans alanı nedensellik testi değişkenler arasında farklı frekanslarda nedensellik ilişkilerinin bulunup bulunmadığını test ederken, geleneksel nedensellik testlerinde tek bir istatistik üzerinden nedensellik analizi gerçekleştirilmektedir (Ciner, 2011).

Table 5. Frekans Alanı Nedensellik Testi Sonuçları

ω_i	Uzun Vade		Orta Vade		Kısa Vade	
	0.01	0.05	1.00	1.50	2.00	2.50
$\ln(ihracat) \Rightarrow \ln(teşvik)$	0.3883	0.3867	0.5488	0.1456	4.0418	6.7758**
$\ln(teşvik) \Rightarrow \ln(ihracat)$	1.4844	1.4849	1.7824	1.0177	0.1573	0.3063
$\ln(dyy) \Rightarrow \ln(teşvik)$	2.8669	2.8702	1.6228	0.0318	0.4189	2.0586
$\ln(teşvik) \Rightarrow \ln(dyy)$	6.5461**	6.5530**	9.3866***	3.2650	1.7117	2.1056

Not: ***, ** ve * sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeylerini ifade etmektedir.

Tablo 5'te frekans alanı nedensellik analizlerine ilişkin sonuçlar yer almaktadır. Analizler doğrultusunda hesaplanan ω_i frekans değerleri ile kısa (ω_i :2.00-2.50), orta (ω_i :1.00-1.50) ve uzun (ω_i :0.01-0.05) dönemdeki nedensellik ilişkileri sınanmaktadır. Çalışmada frekans alanı nedensellik analizleri kapsamında, 3. çeyreğe kadarki dönem kısa vade, 4 ile 6. çeyrek arasındaki dönem orta vade, 6. çeyrek sonrasındaki dönem ise uzun vadedir. Sonuçlara göre, Türkiye'de ihracattan yatırım teşvikleri miktarına ve yatırım teşvikleri miktarından doğrudan yabancı yatırımlara doğru tek yönlü nedensellik ilişkisinin bulunduğu tespit edilmiştir.



Şekil 1. Kısa, Orta ve Uzun Dönemde Nedensellik İlişkileri

Şekil 1’de Türkiye’de ihracattan yatırım teşvikleri miktarına doğru kısa dönemde, yatırım teşvikleri miktarından Türkiye’ye gerçekleştirilen doğrudan yabancı yatırımlara doğru ise orta ve uzun dönemde tek yönlü nedensellik ilişkisinin bulunduğu görülmektedir. Buna karşılık, yatırım teşvikleri miktarından ihracata doğru ve doğrudan yabancı yatırımlardan yatırım teşvikleri miktarına doğru herhangi bir nedensellik ilişkisinin bulunmadığı gözlemlenmektedir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Uluslararası ekonomide küreselleşme ile birlikte, ülkeler arasındaki ekonomik ilişkiler daha da yoğunlaşmıştır. Bu doğrultuda, ülkeler arasındaki uluslararası ticaret hacmi ve doğrudan yabancı yatırımlar artmıştır. Ekonomik ve ticari ilişkilerin yoğunlaşması neticesinde uluslararası ticaret ve yatırım yapan firmalar için ekonomik faaliyetlerini küresel ekonomi içerisinde yönlendiren ve bu faaliyetlerini sürdürülebilir kılan çeşitli ekonomi politikalarına ihtiyaç duyulmuştur. Yatırım teşvikleri, ülkelerin ihtiyaç duyduğu yatırımların gerçekleştirilmesini ve üretim süreçlerinin sürekliliğini sağlayarak ihracat hacminin artırılması amacıyla ülkeler tarafından ortaya koyulan önemli nakdi ve gayri nakdi özendirme olarak karşımıza çıkmaktadır.

Çalışma kapsamında Türkiye’de gerçekleştirilen yatırım teşvikleri miktarı ile ihracat ve Türkiye’ye gerçekleşen doğrudan yabancı yatırımlar arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Bu kapsamda öncelikle değişkenlerin yapısal kırılmalı birim kök analizleri gerçekleştirilmiş, ardından yatırım teşvikleri miktarının ihracat ve Türkiye’ye gerçekleşen doğrudan yabancı yatırımlar arasındaki kısa ve uzun dönemli ilişkilerini test etmek için Gregory-Hansen yapısal kırılmalı eşbütünleşme analizleri yapılmıştır. Analizler neticesinde, Türkiye’de gerçekleştirilen yatırım teşvikleri miktarı ile ihracat ve Türkiye’ye gerçekleşen doğrudan yabancı yatırımlar arasında uzun dönemli ilişkilerin bulunduğu tespit edilmiştir.

Değişkenler arasındaki nedensellik ilişkileri, frekans alanı nedensellik analiziyle test edilmiştir. Analizler sonucunda, Türkiye’de ihracattan yatırım teşvikleri miktarına doğru kısa dönemde,

yatırım teşvikleri miktarından Türkiye'ye gerçekleştirilen doğrudan yabancı yatırımlara ise orta ve uzun dönemde tek yönlü bir nedensellik ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuç, Sevinç vd. (2016) ve Şeker (2020)'in ihracatın artmasıyla yatırım teşvikleri miktarının olumlu yönde etkileneceğine ilişkin bulgularını desteklemektedir. Çalışma kapsamında yatırım teşvikleri ile uluslararası ticaret arasında nedensellik ilişkisinin bulunduğu tespit edilmesi, Türkiye'nin ihracata dayalı sanayileşme stratejisinin ve ihracat hacminin artırılmasıyla yatırım teşviklerinin sürdürülebilir hale getirilebileceğini ortaya koymaktadır. Ayrıca, ihracat hacmini arttıracak daha etkin yatırım teşvik politikalarının uygulanması ile birlikte hem Çiftçi ve Koç (2013), Başarır ve Sarıhan (2018) ile Takım ve Ersungur (2018)'un belirttiği gibi ihracata dayanan sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşılabilir hem de Aras vd. (2012) ve Aydın (2015)'in ortaya koyduğu gibi ithalata olan bağımlılık azalacaktır.

Bununla beraber frekans alanı nedensellik analizi sonuçları doğrultusunda, Kar ve Tathısöz (2008), Karakurt (2010) ile Takım ve Ersungur (2018) bulgularına paralel olarak yatırım teşvikleri vasıtasıyla Türkiye'ye gerçekleştirilen doğrudan yabancı yatırımların özendirilebileceği bir ilişkinin olduğu ortaya koyulmuştur. Bu doğrultuda, Türkiye'de öncelikle yatırım teşvik desteklerinin güncellenerek ihracat pazarlarının genişletilmesi ve ihracat hacminin artırılmasına yönelik yeni yatırım teşvik politikaların uygulanmasının gerekliliği görülmüştür. Günümüzde küresel ve ulusal ekonomideki konjonktürel etkileri ortadan kaldırmak için mevcut yatırım teşviklerinin tek başına yeterli olamayacağı gözlemlenmekte ve güncel ekonomik ortamda ihtiyaç duyulan yeni teşvik politikalarının oluşturulması önem arz etmektedir. Buna bağlı olarak sağlanacak sürdürülebilir ekonomik kalkınma ve yatırım teşvikleri ile birlikte, Türkiye'nin yatırım gerçekleştirme faaliyetleri açısından yabancı yatırımcılar için daha cazip hale getirilebileceği ve bu duruma uygun ekonomi politikalarının geliştirilmesi gerektiği öngörülmektedir.

KAYNAKÇA

- ARAS, O. N., ÖZTÜRK, M., & ERDOĞAN, E. (2012). "Türkiye'nin Cari Açık Sorunu ve Soruna Çözüm Noktasında Yeni Yatırım Teşvik Sisteminin Değerlendirmesi", *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 4(1): 91-104.
- ATAY, A., & KARABULUT, Ş. (2017). "Türkiye'de Mali Teşvik Sistemi ve Yatırımlara Sağlanan Mali Teşviklerin Değerlendirilmesi", *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 189-202.
- AYDINER, M. (2015). "Teşvik Sistemi Kapsamındaki Yatırımların İhracata ve İstihdama Etkisi: TR32 Bölgesi Üzerine Bir Değerlendirme", *Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi*, 4(8): 74-87.
- BAŞARIR, Ç., & SARIHAN, A. Y. (2015). "The Effect of Investment Incentives and Export Credits on Country Export: The Case of Turkey", *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(3): 505-518.
- BATBAYLI, Ş., & ÖZARSLAN DOĞAN, B. (2021). "Ticaret Savaşlarının Ekonomik Yansımaları Üzerine Ampirik Bir Analiz: ABD-ÇİN Örneği", *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1): 17-36.
- BLANCHARD, E. J. (2007). "Foreign Direct Investment, Endogenous Tariffs, and Preferential Trade Agreements", *The B.E. Journal of Economic Analysis & Policy*, 7(1): 1-50.
- BREITUNG, J., & CANDELON, B. (2006). "Testing for Short and Long-run Causality: A Frequency-Domain Approach", *Journal of Econometrics*, 132(2): 363-378.

- CHO, D., & TSELMEG (2013). “The Relationship between The Investment Incentives of Monggol Government and The Investment Satisfaction of Inward DFI Companies”, *International Area Studies Review*, 17(2): 211-234.
- CİNER, C. (2011). “Eurocurrency Interest Rate Linkages: A Frequency Domain Analysis”, *International Review of Economics & Finance*, 20(4): 498-505.
- ÇEKİN, S. E., & NUROGLU, E. (2020). “Ticaret Savaşlarının Uluslararası Ticaret ve Reel Ekonomiye Etkisi”, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 27: 73-90.
- ÇEŞTEPE, H., YILDIRIM, E., & BAYAR, M. (2013). “Doğrudan Yabancı Yatırım, Ekonomik Büyüme ve Dış Ticaret: Toda-Yamamoto Yaklaşımıyla Türkiye’den Nedensellik Kanıtlar”, *Akdeniz İİBF Dergisi*, 13(27): 1-37.
- ÇETİN, M., & ŞEKER, F. (2013). “Doğrudan Yabancı Yatırımlar ve İhracat İlişkisi: Gelişmekte Olan Ülkeler Üzerine Bir Nedensellik Analizi”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(1): 121-142.
- ÇİFTÇİ, H., & KOÇ, M. (2013). “İstihdamın Artan Önemi ve Teşvik Belgeli Yatırımlar Etkinlik Analizi”, *21. Yüzyılda Eğitim Ve Toplum Eğitim Bilimleri ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(6): 19-41.
- DAĞ, M., & ÇELİK, M. (2019). “Türkiye’de Yatırım Teşvik Sisteminin Gelişimine Yönelik Dönemsel Bir Değerlendirme”, *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 5(2): 35-46.
- DUNNING, J. H. (1981), *International Production and the Multinational Enterprise*, Allen & Unwin, London.
- EKİNCİ HAMAMCI, E., & KAHREMAN, Y. (2020). “2012 Yatırım Teşvik Sistemi’nin Bölgesel Kalkınma Üzerindeki Etkisi: Erzurum’da Bir Uygulama”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 34(1): 185-213.
- ENGLE, R. F., & GRANGER, C. W. (1987). “Co-integration and Error Correction: Representation, Estimation, and Testing”, *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 251-276.
- GEWEKE, J. (1982). “Measurement of Linear Dependence and Feedback between Multiple Time Series”, *Journal of the American Statistical Association*, 77(378): 304-313.
- GRANGER, C. W. J. (1969). “Investigating Causal Relations by Econometric Models and Cross-Spectral Methods”, *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 37(3): 424-438.
- GREGORY, A., & HANSEN, B. (1996). “Residual-Based Tests for Cointegration in Models With Regime Shifts”, *Journal of Econometrics*, 70(1): 99-126.
- HAZMAN, G. G., & KAYA, B. (2018). “Bölgesel Teşvik Uygulamaları İle İhracat İlişkisinin Afyonkarahisar İli Örneğinde Regresyon Analizi ile Değerlendirilmesi”, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 42-57.
- HOSOYA, Y. (1991). “The Decomposition and Measurement of the Interdependence between Second-Order Stationary Process”, *Probability Theory and Related Fields*, 88: 429-444.
- İNCEKARA, A. (1995). *Türkiye’de Teşvik Sistemi*, İTO Yayınları, İstanbul.

- KAR, M., & TATLISÖZ, F. (2008). “Türkiye’de Doğrudan Yabancı Sermaye Hareketlerini Belirleyen Faktörlerin Ekonometrik Analizi”, *KMU İİBF Dergisi*, 10(14): 436–458.
- KARAGÖZ, D. K. (2007). “Türkiye’de Doğrudan Yabancı Yatırım Girişlerini Belirleyen Faktörler: 1970 – 2005”, *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 2: 929-948.
- KARAKURT, A. (2010). “Küresel Kriz Ortamında Yatırım Teşvikleri”, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 65(2): 143-164.
- KURTARAN, A. (2007). “Doğrudan Yabancı Yatırım Kararları ve Belirleyicileri”, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2): 367-382.
- KUTBAY, H. (2020). “Vergi Teşviki Uygulamasının Yatırım Çıktıları Üzerindeki Etkisi: Gelişmekte Olan Ülkeler için Panel Veri Analizi”, *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(2): 245-253.
- LUO, L., YANG, Y., LUO, Y., & LIU, C. (2016). “Export, Subsidy and Innovation: China’s Stateowned Enterprises versus Privately-Owned Enterprises”, *Economic and Political Studies*, 4(2): 137-155.
- ROMER, P. M. (1993). “Idea Gaps and Object Gaps in Economic Development”, *Journal of Monetary Economics*, 32(3): 543-573.
- SANAYİ VE TEKNOLOJİ BAKANLIĞI (2021). Yatırım Teşvik Uygulamaları, Yatırım Teşvik Uygulamaları Rehberi, Ankara.
- SARIÖZ, Y. (2006). Türkiye’de 1990 Sonrası Uygulanan Yatırım Teşvikleri ve Ekonomik Etkileri, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- SEVİNÇ, H., EMSEN, Ö. S., & BOZKURT, E. (2016). “Yatırım Teşvik Politikalarının Bölgesel Belirleyicilerine Yönelik Bir Analiz: Türkiye Örneği”, *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1): 525-556.
- STANKOV, B., MARKOV, J., & MILOSEVIC, I. (2015). “FDI by Economic Activities and Investment Incentives in Bulgaria and Serbia”, *Management: Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies*, 20(77): 61-69.
- STONE, S. F., & JOMINI, P. A. (2002). “Modelling FDI in a Computable General Equilibrium Framework”, B. BORA (Der.), *Foreign Direct Investment: Research Issues*, Routledge.
- ŞEKER, A. (2018), “Teknoloji Transferinin Teknolojik Gelişim, Üretim Ve Yüksek Teknoloji Ürünlerinin İhracatı Üzerindeki Etkisi: Türkiye Örneği”, *Business & Management Studies: An International Journal (BMIJ)*, 6(3): 579-599.
- ŞEKER, A. (2020). “Türkiye’de İhracat ve Yatırım Teşvikleri Arasındaki İlişki: ARDL Sınır Testi”, *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(4): 2311-2326.
- TAKIM, A., & ERSUNGUR, Ş. (2018). “Türkiye’de Teşvik Sisteminin Yapısı, Sorunları Ve Etkinliği Üzerine Bir Politika Önerisi: Tek Bir Uygulamacı Kuruluş Sorunları Çözer mi?”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 32(3): 725-744.
- TEZEL, M. (2014). Türkiye’de 1980-2010 Yılları Arasında Yatırımlara Sağlanan Teşviklerin İBBS Çerçevesinde Bölgesel ve Sektörel Dağılımı ve Bölgesel Gelişme Farkları İle İlişkisi, Bozdoğan, M. N. (Ed.), *Türkiye’de Bölgesel Kalkınma ve Teşvik Politikaları*, Ankara, Nobel Akademik Yayıncılık.

- TUNG, S., & CHO, S. (2001). "Determinants of Regional Investment Decisions in China: An Econometric Model of Tax Incentive Policy", *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 17: 167-185.
- VERNON, R. (1966), "International Investment and International Trade in the Product Cycle", *Quarterly Journal of Economics*, 80: 190-207.
- YAO, F., & HOSOYA, Y. (2000). "Inference on Qne-Way Effect and Evidence in Japanese Macroeconomic Data", *Journal of Econometrics*, 98(2): 225-255.
- YAYAR, R., & DEMİR, Y. (2012). "Bölgesel Kalkınma Ve Yatırım Teşvikleri: Tokat İlinde Bir Uygulama", *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 39: 119-146.
- YEUNG, H. W. (1996). "Attracting foreign investment? The Role of Investment Incentives in the ASEAN Operations of Transnational Corporations", *The Pacific Review*, 9:4, 505-529.
- ZIVOT, E., & 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.
- ZOU, D., SPENCER, B. J., & VERTINSKY, I. (2000). *Strategic Trade Policy with Endogenous Choice of Quality and Asymmetric Costs*, NBER Working Paper Series, Working Paper 7536, 1-46.

Pandemi Döneminde Havacılık Çalışanlarının Tutumları¹

(Araştırma Makalesi)

Attitudes of Aviation Employees During the Pandemic Period

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1136478

Berat ÇİÇEK

Doç. Dr., Malatya Turgut Özal Üniversitesi

berat.cicek@ozal.edu.tr

Orcid No: 0000-0002-4584-5862

Sibel BİLKAY

Dr. Öğr. Üyesi, Malatya Turgut Özal Üniversitesi

sibel.bilkay@ozal.edu.tr

Orcid No: 0000-0002- 3938-8749

Kadir AKTAŞ

Dr., Milli Savunma Bakanlığı

aktas0072@hotmail.com

Orcid No: 0000-0002-1307-5402

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Çiçek, B., Bilkay, S., & Aktas, K. (2023). Pandemi Döneminde Havacılık Çalışanlarının Tutumları. *Alanya Akademik Bakış*, 7(1), Sayfa No.355-374.

ÖZET

Anahtar kelimeler:

Covid-19 Anksiyetesi,
Babacan Liderlik,
Tükenmişlik,
İşten Ayrılma Niyeti,
Sivil Havacılık

Makale Geliş Tarihi:

27.06.2022

Kabul Tarihi:

16.01.2023

Araştırma, Covid 19 pandemisinin en çok etkilediği sektörlerden biri olan havacılık sektöründe çalışanların pandemi tutumları ile ilgili olup, havacılık çalışanlarının covid anksiyetesinin tükenmişlik ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi ve bu değişkenler arasındaki ilişkide babacan liderliğin aracı rolünün tespiti amaçlanmıştır. Araştırmanın evrenini İstanbul ilinde görev alan havacılık çalışanları oluşturmaktadır. Değişkenler arasındaki ilişkileri tespit etmek amacıyla nicel bir araştırma gerçekleştirilmiş olup, hipotezlerin test edilmesi için Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) yaklaşımı benimsenmiştir. Yapılan testler sonucunda covid-19 anksiyetesinin tükenmişlik, işten ayrılma niyeti ve babacan liderlik üzerinde pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiş olup, babacan liderlik algısının tükenmişlik ve işten ayrılma niyeti üzerinde negatif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Yanı sıra, babacan liderliğin Covid-19 anksiyetesi ile işten ayrılma niyeti ve tükenmişlik ilişkisine kısmi aracılık etkisi tespit edilmiştir.

ABSTRACT

Keywords:

Covid-19 Anxiety,
Paternalistic
Leadership,
Burnout,
Turnover Intention,
Aviation Management

This research is about the pandemic attitudes of employees in the aviation industry, which is one of the most affected sectors by the Covid 19 pandemic. In this context, it was aimed to determine the effect of covid induced anxiety of aviation employees on burnout and turnover intention and the mediating role of paternalistic leadership in the relationship between these variables. The universe of the research consists of aviation employees working in

¹ Bu çalışma için, Malatya Turgut Özal Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurul Başkanlığı'nın 01.11.2021 tarihli ve 6 nolu toplantısının 6-2 nolu kararınca etik kurul onayı alınmıştır.

Istanbul. Quantitative research was conducted to determine the relationships between the variables, and the Structural Equation Modeling (SEM) approach was adopted to test the hypotheses. As a result of the hypothesis tests, it was determined that covid-19 anxiety has a positive and significant effect on burnout, turnover intention and paternalistic leadership. In addition, it was found that the perception of paternalistic leadership had a negative and significant effect on burnout and turnover intention. Another finding of the study was that paternalistic leadership has partial mediation effect on the relationship between Covid-19 induced anxiety, turnover intention and burnout.

1. GİRİŞ

Mart 2020 itibariyle tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemisi ve beraberinde getirilen kısıtlamalar, hem iş hem de sosyal hayatı negatif yönde etkilemiştir. Havacılık sektörünün gerek pandeminin hızla yayılmasından sorumlu tutulması, gerekse insanların pandemik korku sebebiyle uzak durduğu sivil havacılık, tarihinin en büyük kayıplarını yaşadığı bir dönemdedir. Bu dönemde yüzlerce havacılık işletmesi iflas etmiş, yüzbinlerce kişi dünya genelinde işsiz kalmıştır. Devletlerin yapmış oldukları sektörel yardımlar bile Covid 19'un sebep olduğu zararı minimal düzeyde bile tutmaya yetmemiş, çalışanların iş kaybının yanı sıra, uzaktan çalışma, düşük ücreti kabul etme gibi dayatmaları kabul etmek zorunda bırakmıştır.

Havacılık sektörü, 2019 yılındaki görkemini ardından, 2020 yılına damga vuran Covid-19 ile birlikte gerek sektör gerekse çalışanları açısından zor bir yıl olmuştur. Öyle ki, IATA'nın 2021 Yıllık Raporu'na göre 2020 yılında iç hat yolcu sayılarında %30,2, uluslararası uçuşlardaki yolcu sayılarında %83,9 ve havalimanlarındaki toplam performanstaki %50'lik kayıp ile birlikte net zarar 137,7 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir (IATA, 2020). Beraberinde global boyuttaki iflaslar, küçülmeler ve işten çıkarmalar yaşanmış, çalışanlar da bu dönemde kazançlarının büyük bir kısmından vazgeçmek zorunda bırakılmıştır. 2020 yılı, havacılık sektöründe sadece Avrupa'da 6 milyon 100 bin uçuşun iptal edildiği ve 190 bin havacılık çalışanın işini kaybettiği bir yıl olarak havacılık tarihindeki yerini almıştır (Özkan, 2021).

Öte yandan finansal verilerin en ince noktasına kadar istatistiki olarak yayınlandığı Covid-19 tablolarında, ne ICAO, ne IATA, ne de diğer uluslararası kurum ve kuruluşlar "Covid-19 sebebiyle hayatını kaybeden havacılık çalışanlarının sayısına yer vermemiştir." ICAO'nun Mayıs 2020'de yayınladığı 10144 nolu Covid-19 Pandemisinin Havacılık Güvenliği El Kitabı-ICAO Handbook for CAAs on the Management of Aviation Safety Risks related to COVID-19'nda Tablo 4.1'de "ölüm sayılarının raporlanması" maddesi gereğince, havacılık işletmelerinin bu raporlamayı Covid-19 sebebiyle vefat eden personel sayılarının da ilgili kuruluşa bildirip bildirmediikleri bilinmemekle birlikte, aradan geçen sürede bu tür bir istatistik ya da rapor kamuoyu ile paylaşılmamıştır (ICAO, 2020).

Covid-19 küresel salgını tüm dünyayı hazırlıksız yakalamıştır. Covid-19'dan koruma tedbirlerinden en önemlisi yayılımın engellenmesiydi. Bu çerçevede uluslararası ve şehirlerarası seyahat kısıtlamalarının yaşandığı dönemde, iş dünyasında en çok etkilenen sektörlerden biri havacılık olmuştur.

Bileşmiş Milletler-UN tarafından 13 Mayıs 2020 tarihinde yayınlanan "Politika Özeti: COVID-19 ve Ruh Sağlığı Eylem Gereksinimi" raporunda, Covid-19'un toplumsal ruh sağlığı üzerindeki etkilerinin kalıcı olacağı öngörülmektedir (United Nations, 2020). Pandemi döneminde Türkiye'deki işten çıkarma yasağı sebebiyle, sektörde işten atılmalar olmamasına rağmen, istifa sayılarında önemli artışlar olmuştur. Sadece kabin memuru kadrolarında iş devir

hızının %10'un üzerinde olduğu ve istifa sebeplerinin “hastalığa yakalanma korkusu” ve “hastalığa yakalanarak ailelerini riske atma korkusu” olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Ünver, 2021). Pandeminin başladığı aylarda camiada 6 kabin ve 2 yer işletme çalışanın vefat etmesi, havacılık camiasındaki Covid-19 anksiyetesinin yükselmesine sebep olduğu düşünülmektedir.

Covid 19 anksiyetesi, toplumsal seviyede var olan ruhsal problemlerin uzun süreli olarak etkilerinin sosyo-psikolojik, psikolojik, fizyolojik, politik ve ekonomik olarak meydana getirdiği olumsuz tablonun, bireylerin psikolojisinde meydana getirdiği deformasyonun totalidir. Alanyazın incelendiğinde, çalışanların hem kendi hem de ailesinin güvenliğine ilişkin endişe duydukları ve bu sebeple ruhsal desteğe ihtiyaç duydukları tespit edilmiştir (Hu vd., 2020: 1-4; Huang & Rong Liu, 2020; Lerner, 2020: 693-696; Whitfield, MacQuarrie, & Boyle, 2020).

İşten ayrılma niyeti, işten ayrılma sürecindeki planlama, karar verme süreci olup, fiili olarak işten ayrılma anlamına gelmemektedir (Chao vd., 2015: 1827-1836). İşten ayrılma niyeti, çalışanların mevcut iş koşullarından duymuş oldukları memnuniyetsizlik dolayısıyla işlerinden ayrılmayı düşünmeleri olarak ifade edilebilir (Yıldırım vd., 2014: 34-44).

Tükenmişlik, çalışanların enerji, güç ve kaynaklar üzerindeki isteğini tatmin edememesinden dolayı yaşadığı tatminsizliğin başarısızlığı, yıpranması ve tükenmesi olarak nitelendirilmekte; duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve kişisel başarının azalması olmak üzere üç ana faktörden oluşmaktadır (Maslach vd., 2001: 397-422). Bir başka ifade ile tükenmişlik, çalışanların mesleklerinin gereklerini yerine getirememesi, stres, motivasyon kaybı gibi nedenlerle işlerinden psikolojik anlamda uzaklaşmasıdır (Kaçmaz, 2005: 29-32). Yıldırım ve ark. (2014) tarafından yapılan bir araştırmada tükenmişlik ile işten ayrılma niyeti arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu bulgulanmıştır (Yıldırım vd., 2014: 34-44).

Babacan liderlik, 1976 yılında Silin tarafından literatüre kazandırılan, astlarının kendilerini iyi hissetmelerine özen gösteren, onlarla birebir ilgilenen, ahlaki değerlerine bağlı ve buna karşılık astlarının koşulsuz itaatini önemseyen, özellikle doğu toplumlarında etkili olduğu savunulan bir liderlik türüdür (Silin, 1976; Wren, 2005; Gerçek, 2018: 101-118).

Bu çalışmada Covid-19 anksiyetesinin havacılık çalışanların işten ayrılma niyeti ile tükenmişlik düzeylerine babacan liderliğin aracılık rolünün tespiti amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda sivil havacılık sektöründe nicel bir araştırma gerçekleştirilmiştir. İlk kez değişkenlerle bütüncül bir modelleme ile çalışmaya konu olan bir araştırma olmaması alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Yanı sıra, sektördeki karar vericilere çalışanların tutumları ile ilgili olarak uygulanabilir öneriler getirilebileceği düşünülmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Covid-19 Anksiyetesi, Tükenmişlik, İşten Ayrılma Niyeti ve Babacan Liderlik İlişkisi

Çin’de ortaya çıkıp dünyaya yayılan Covid-19 salgını, benzeri görülmemiş fiziksel ve ekonomik zorlukları da beraberinde getirmiştir. Birçok insan bu süreci genelde tek başına, belirsizlik içerisinde, enfeksiyon korkusuyla, stres ve acıyla geçirmiştir. Bu süreçte yaşanan endişeli duruma kısaca Covid-19 anksiyetesi denilmektedir (Çiçek & Almalı, 2020: 243; Peteet, 2020: 2203-2204). Bu süreçteki anksiyete oluşumundaki en önemli faktörlerden birinin de hastalığın etkisine ve geleceğe dair bilinmezlik olduğu görülmektedir. Yapılan bazı araştırmalarda, COVID-19 kaynaklı anksiyete ile tükenmişliğin pozitif ve anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu anlaşılmaktadır (Asl vd., 2021).

“Tükenmişlik” kavramı Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) tarafından; iyi yönetilemeyen kronik işyeri stresinin sonucu ortaya çıkan enerji tükenmesi veya bitkinlik, kişinin işine olan zihinsel mesafesinin ve negatif duyguların artması ve profesyonel yetkinliğinin azalması hislerini kapsayan bir sendrom olarak tanımlanmıştır. DSÖ’ne göre tükenmişlik sendromu mesleki bir hastalık olarak sınıflandırılmakta, ancak tıbbi bir durum olarak kabul edilmemektedir (Erişim, 07.03.2022). Tükenmişlik kavramı ilk olarak Herbert Freudenberger (1975) tarafından; duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve azalmış başarı duygusundan oluşan bir sendrom olarak kavramsallaştırılmıştır (Nagoski & Nagoski, 2020). Başka bir tanımlamada işgören tükenmişliği, çalışanlarda işle ilgili ve bireysel deneyimler sonucunda meydana gelen bir dizi davranışsal ve duygusal tepkiden oluşan psikolojik bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Jackson & Schuler, 1983: 58-68).

Tükenmişliğin en önemli 5 göstergesi aşağıda sıralanmıştır (Schaufeli & Buunk, 2003: 282-424);

- Yorgunluk, tükenmişliğin en önemli göstergesidir.
- Endişe (Distress), (duygusal, bilişsel, fiziksel ve davranışsal semptomlar),
- Verimlilikte azalma hissi,
- Motivasyon düşüklüğü,
- İşyerinde etkisiz tutum ve davranışlar.

Kişide tükenmişlik sendromuyla birlikte ortaya çıkan en ciddi sorunların başında “esneklik kaybı” yani “katılık” gelmektedir. Tükenmişlik sendromu yaşayan kişi herhangi bir girdiye ve değişime kapalı hale gelmektedir. Eğer bu sendroma maruz kalan kişi yönetici pozisyonunda olan bir kişiye, bu durum örgüt için çok daha yıkıcı olabilmektedir (Freudenberger, 1975). Bu tanımlamadan yola çıkarak araştırmada test edilmek üzere ilk hipotezimizi aşağıdaki şekilde geliştirebiliriz:

H1: Covid19 anksiyetesinin tükenmişliğe etkisi vardır.

Literatür taramasında tükenmişlik ile anksiyete arasında doğrusal bir ilişki olduğuna dair pek çok araştırma bulunmaktadır (Ferguson vd., 2012: 27-42; Luceño-Moreno vd., 2020: 5514; Cherize, 2021; Yavaş, 2021: 19-28; Hoşgör vd., 2021: 400-417). Bu araştırmalardan birinde tükenmişliğin %77,1’inin anksiyete ile ilişkili olduğu, anksiyetenin %84’ünün ise tükenmişlikle ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Guixia & Hui, 2020: 31-36). Araştırma sonuçlarından da anlaşılmaktadır ki; tükenmişlik ve anksiyete arasında birbirlerini tetikleyen bir çeşit sarmal bulunmaktadır. Bu maksatla geliştirilmiş olan H1’in diğer araştırmalarla uyum sağlayıp sağlamadığı test edilecektir.

Ayrıca araştırmalarda görülmektedir ki; anksiyete ve tükenmişlik olarak her iki değişkenin öncelleri arasında ortamın oluşturduğu stres faktörlerinin de bulunması dikkat çekici diğer bir husustur (Cho & Kim, 2014: 11-19; Guixia & Hui, 2020: 31-36).

Anksiyete, yoğun endişe olarak tanımlanan ve psikolojik bir rahatsızlık olarak ele alınan bir kavramdır. Amerika Psikoloji Birliği-APA’ya göre anksiyete, yoğun gerginlik duyguları, endişeli düşünceler, artan kan basıncı gibi fiziksel değişiklikler ile karakterize edilen bir duygu durumu olmakla birlikte yanı sıra terleme, titreme, baş dönmesi veya hızlı kalp atışı gibi fiziksel semptomları da olabilmektedir (APA, 2000). Alanyazın perspektifinden anksiyete herhangi bir ya da birden çok stres faktörüne bağlı olarak, kişilerin içinde bulunduğu endişe, bunalım, kaygı gibi durumları içeren psikolojik bir durumdur (Estes & Skinner, 1941: 390). Anksiyetenin aşırı dozda olması, bireylerin normal hayatını negatif olarak etkilediği değerlendirilmekte, yüksek oranda acı çekmelerine sebep olmaktadır (Antony vd., 1998: 311-315). Anksiyete

bozukluklarının meydana getirdiği aşırı kaygı, endişe ve yoğun gerginlik gibi duygular hayatlarını zorlaştırmakta ve çekilmez hale getirmektedir.

Covid19 pandemisi ilk etapta fiziksel bir sağlık krizi olmasına rağmen, enfeksiyon sebebiyle kendisinin, aile bireylerini ya da sevdiklerini kaybetme korkusu; gelir ve geçim kaynaklarında azalma ya da kaybetme korkusu; virüs hakkındaki bilgi kirliliği, sosyal izolasyon gibi sebeplerle kısa ve uzun vadede toplumların ruh sağlığı sorunlarında ciddi bir yükseliş meydana getirmiştir (United Nations, 2020).

Covid 19 anksiyetesi, virüsün yayılımına bağlı olarak toplumda gelişen bir ruh durumudur. Covid 19 anksiyetesinin neden olabileceği öngörülen toplumsal psikolojik krizi önlemek amacıyla 27.01.2020 tarihinde Çin Ulusal Sağlık Komisyonu tarafından yayınlanan “Yeni koronavirüs bulaşmış pnömonideacil psikolojik kriz müdahalesi için yol gösterici ilkeler” yönergesinin dört ana amacı bulunmaktadır. Bunlar (Çin Ulusal Sağlık Komisyonu , 2020):

- (1) Etkilenen nüfus için ruh sağlığı hizmetleri sağlamak,
- (2) İhtiyacı olanlar için psikolojik kriz müdahalesi sağlamak,
- (3) Salgının psikososyal etkisini aktif olarak önlemek, hafifletmek ve kontrol etmeye çalışmak,
- (4) Yönetimde iyi bir iş çıkarmaya devam etmek ve ciddi zihinsel bozuklukların tedavisi.

İşten ayrılma niyeti, çalışanların kendi özgür iradeleriyle vermiş oldukları karar neticesinde sistematik olarak çalıştıkları işyerine karşı duydukları memnuniyetsizlik sonucunda işyerinden ayrılmayı düşünmesidir (Özcan vd., 2012: 1-13). İşten ayrılma niyeti genel olarak işten ayrılma ile sonuçlanmakta, bu durum diğer çalışanlar açısından motivasyon kaybına, örgüt açısından da iş gören devir hızında artışa, kıdem, ihbar gibi diğer ödemelerin yapılması açısından da maliyet yükünü arttırıcı bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Aytaç & Aydın, 2021). Çalışanların işten ayrılma niyetleri üç ana faktör altında toplanabilir: (1) Bireyin kendisi ile ilgili sebepler, (2) Örgütle ilgili faktörler, (3) Çevre ile ilgili faktörlerdir (Cotton vd.,1986: 55-77). Covid-19 ile ortaya çıkan anksiyete ise, doğrudan kurum ile ilişkisi olmayan dış faktörlerden biri olarak değerlendirilebilir (Coşkun vd., 2021: 7912-7934).

Alanyazın incelendiğinde Covid 19 anksiyetesinin işten ayrılma niyeti arasında pozitif yönde ve anlamlı ilişkinin saptandığı araştırmalar bulunmaktadır (Yiğitöl & Büyükmumcu, 2021: 3414-3447 ; Yakut vd., 2020: 241-262; Petrişor vd., 2021: 1377). Bu çerçevede oluşturulan ikinci hipotez aşağıdaki gibidir:

H2: Covid-19 anksiyetesi işten ayrılma niyetini pozitif etkiler.

Liderler, tarzlarını farklı kültürlere göre uyarlayabilmelidir. Çin’de işe yarayan bir liderlik tarzının Kanada’da veya Fransa’da da aynı şekilde işe yaraması pek olası değildir. Bu nedenle liderler tarzlarını her zaman ve her yerde kendi istedikleri gibi seçemezler. Bu durumda, liderlik tarzının belirlenmesinde daha çok izleyenlerin kültürel yapıları ön plana çıkmaktadır (Robbins, 2010). Son yıllarda, Hong Kong, Singapur, Tayvan ve Çin’in hâkim olduğu Asya ekonomilerinin hızlı yükselişi, araştırmacıların dikkatini bu bölgedeki işletmelerin yönetim felsefesine ve uygulamalarına çekmiştir (Farh & Cheng, 2000: 84-127). Liderlik davranışları kültürel altyapıda yer bulan kavramdır bu sebeple kültürden kültüre değişiklik gösterir (Holfstede, 2001). Kültürel alt yapıda “baba” figürünün “otorite ve kollayıcı” misyonu doğu kültürlerinde karşılık bulsa da Kuzey Amerika, Avrupa (Batı) kültüründe ve alanyazınında karşılığı bulunmamaktadır (Erben & Güneşer, 2008). Bu alanda yapılan en geniş araştırma Aycan vd (2000) tarafından gerçekleştirilen ve 10 ülkede gerçekleştirilen araştırmadır. Buna göre, paternalizm olan ülkeler sıralamasında, en yüksek düzeyde görülen ülkeler arasında

Hindistan, Pakistan, Çin ve Türkiye yer alırken; Romanya, Rusya, Amerika Birleşik Devletleri ve Kanada orta düzeyde ve İsrail ile Almanya düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir (Aycan, ve diğerleri, 2000).

Literatürde yapılan incelemelerde Covid 19 anksiyetesinin babacan liderlik üzerindeki etkiyi araştıran çalışmaya rastlanmamıştır. Covid 19'un bireyler üzerindeki psikolojik, sosyal, mali ve sosyal etkileri düşünüldüğünde, meydana gelen anksiyetenin babacan liderlik olgusu üzerinde pozitif etkisi olabileceği düşünülmektedir. Babacan liderliğin çalışanlar üzerindeki pozitif etkisinin, yüksek anksiyete seviyesinde etkili olamayacağı öngörüsüyle oluşturulan üçüncü hipotezi aşağıdaki gibi gibidir:

H3: Covid 19 anksiyetesinin babacan liderlik algısına etkisi vardır.

Babacan liderlik, izleyicilerine karşı genellikle “baba” gibi davranan, örgütü bir “aile” olarak gören, önemli kararların çoğunu kendi veren, itaatsizliği cezalandırırken itaati ödüllendiren bir liderlik tarzı olarak tanımlanmaktadır (Northouse, 2021). Bu liderlik tarzı, güçlü disiplin ve otorite ile baba şefkati ve ahlaki dürüstlüğü birleşmesinden meydana gelmektedir. Babacan liderlik tarzı Çin aile şirketlerinde yaygın olarak uygulanan bir liderlik tarzıdır (Farh & Cheng, 2000: 84-127). Literatürde ağırlıklı olarak babacan liderlik tarzının çalışanlar üzerindeki olumlu etkilerinden bahsedildiğinden, bu liderlik tarzının genelde örgütsel iklimi pozitif yönde etkilediği değerlendirilmektedir (Çiçek, 2021: 368; Çiçek & Aktaş, 2022: 1).

Bu tanımlamadan yola çıkarak araştırmada test edilmek üzere dördüncü hipotezimizi aşağıdaki şekilde geliştirebiliriz.

H4: Babacan liderliğin tükenmişliğe etkisi vardır.

Yapılan incelemeler de göstermektedir ki; gerçek liderler genelde kriz ortamlarında ortaya çıkmaktadır. Takipçilerin şaşkın ve çaresiz hissettiğinde, ortamı değiştirebilecek ve umut vadeden bir lidere temayül ettiklerini gösteren birçok delil mevcuttur (Aktas, Dogan, & Gungor, 2017).

Covid19 pandemi süreciyle birlikte uluslararası ve ulusal düzeydeki liderlerin sürekli değişen bir ortamda ve çok az bir hazırlık zamanı içinde karar vermeleri gerekmiştir. Büyük çaplı bir kriz olan pandemi sürecinin etkili bir şekilde yönetilmesindeki en önemli zorluk büyük ölçekteki insan topluluğunun davranışlarını yönetmek olmuştur. Bu tür kriz süreçlerinde toplumsal tedbirlere uyum tam sağlanmadığında, başarılı bir kriz yönetiminden bahsedilemeyecektir (Ahern & Loh, 2020: 266-269).

Pandemi sürecinde ülke liderlerinde üç yönlü babacan davranış sergilendiği gözlemlenmiştir. Bunlardan ilki halkı korumak maksadıyla birtakım kısıtlamalar getirilmiştir (Aydın, 2021: 30-45). İkincisi normalde ücretli olan sağlık hizmetlerinin bazıları ücretsiz olarak servis edilmiştir. Üçüncüsü pandemide kısıtlamalar sonucu ekonomik mağduriyet yaşayan kısımlar desteklenmiştir.

Yapılan araştırmada babacan liderliğin işten ayrılma niyeti negatif etkilediği, yani işten ayrılma niyetini azalttığı gözlemlenmiştir. Ancak araştırmada babacan liderliğin her boyutunun işten ayrılma niyeti ile negatif ilişki olmadığı görülmüştür. Araştırma sonucuna göre; babacan liderliği otoriterlik boyutu ile işten ayrılma niyeti arasında pozitif ilişki tespit edilirken, ahlakilik ve yardımseverlik boyutunda önemli bir ilişki görülmemiştir (Özer & Yurdun, 2012: 71-80). Bu araştırma Bedi'nin (2020) araştırmasınca da desteklenmektedir (Bedi, 2020: 960-1008).

Farklı araştırmalarda da babacan liderliğin işten ayrılma niyetini negatif etkilediği gözlemlenmiştir (Giray & şahin, 2014:1; Kara vd., 2020: 1; Kaynak & Çiçek, 2021: 568-593). Genel olarak bakıldığında babacan liderliğin otoriter boyutunun işten ayrılma niyetiyle pozitif ilişki içinde olmasının hayatın olağan akışına uygun değerlendirilmektedir.

H5: Babacan liderliğin işten ayrılma niyetine etkisi vardır.

Babacan liderlik ve tükenmişlik arasındaki ilişkiye yönelik yapılan bir araştırmada babacan liderliğin alt boyutlarından otoriter ve yardımsever liderlik ile tükenmişlik arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Buna karşılık, babacan liderliğin alt boyutu olan ahlaki liderlik ve tükenmişlik arasında negatif bir ilişki tespit edilmiştir. Sonuç olarak ahlaki liderlik uygulaması izleyicilerde daha az tükenmişlik algısına neden olmaktadır (Chang vd., 2019: 286-304).

Yapılan araştırmada babacan liderlik ve tükenmişlik arasında anlamlı ve negatif bir ilişki tespit edilmiştir. Bu sonuca göre liderler, babacan liderlik davranışı gösterdiği oranda çalışanların tükenmişlik yaşama ihtimalinin azalması beklenmektedir (Sevinç, 2019).

Literatür incelemesinde Covid-19 anksiyetesinin işten ayrılma niyetine etkisine yönelik araştırmalarda iki değişken arasında pozitif ilişki olduğu görölmüştür (Falatah, 2021: 787-810; Yiğitol & Büyükmumcu, 2021: 1-1). Örneğin Mısır'da yapılan bir araştırmada daha ön saflardaki doktorların COVID-19 pandemisi ile ilgili daha yüksek anksiyete yaşadıkları rapor edilmiştir. Sonuçta, COVID-19 ile ilgili artan anksiyete ile iş bırakma niyetinin paralel yönlü bir ilişkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Abd-Ellatif vd., 2021: 490-495). Benzer şekilde Filipinler'deki bir hemşirelik okulunda yapılan araştırmada da Covid-19 anksiyetesinin öğrencilerin okulu bırakma eğilimini artırdığı tespit edilmiştir (De Los Santos vd., 2021).

2.2. Babacan Liderlik ve Aracı Rolü

Literatürde babacan liderlik tarzının Covid-19 anksiyetesinin işten ayrılma niyetine etkisinde aracılık rolüne yönelik bir araştırmaya henüz rastlanmamıştır. Bu araştırmanın iki değişkenin etkisine aracılık rolüne yönelik alanda ilk olacağı değerlendirilmektedir.

Araştırmalar dikkate alındığında yukarıdaki önermeyle ilgili olarak, babacan liderliğin yardımseverlik boyutunun alışanlarda Covid 19 kaynaklı oluşan anksiyetesinin işi bırakma eğilimine negatif yönlü aracılık edebileceği öngörölmekteyken; otoriterlik boyutunun bu iki değişkene pozitif yönlü aracılık edebileceği tahmin edilmektedir.

H6: Babacan liderlik, Covid 19 anksiyetesi - işten ayrılma niyeti ilişkisine aracılık eder.

Araştırma sonuçlarına göre, Covid 19 anksiyetesinin tükenmişlikle pozitif yönlü ilişkisinin bulunduğu tespit edilmiştir (Koutsimani vd., 2019: 284; Hu vd., 2020: 100424; Yıldırım & Solmaz, 2020: 1-9). Bununla birlikte hastane alışanlarında aşırı Covid-19 stresinden dolayı oluşan tükenmişlik sendromunun, hastane yönetimin ilgili personele sağlayacağı sosyal destekle, azaltılabileceği değerlendirilmiştir (Yıldırım, Çiçek ve şanlı, 2021: 5763-5771).

Literatür incelemesinde babacan liderlik tarzının Covid-19 anksiyetesinin çalışanlarda meydana gelen tükenmişlik etkisine yönelik aracılık rolüne dair herhangi bir araştırmaya henüz rastlanmamıştır. Ancak bu süreçte algılanan sevgi ve merhamet duygularının, COVID-19 anksiyetesi ile tükenmişlik arasındaki ilişkide aracılık rolü oynadığı görölmüştür (Asl vd., 2021: 10).

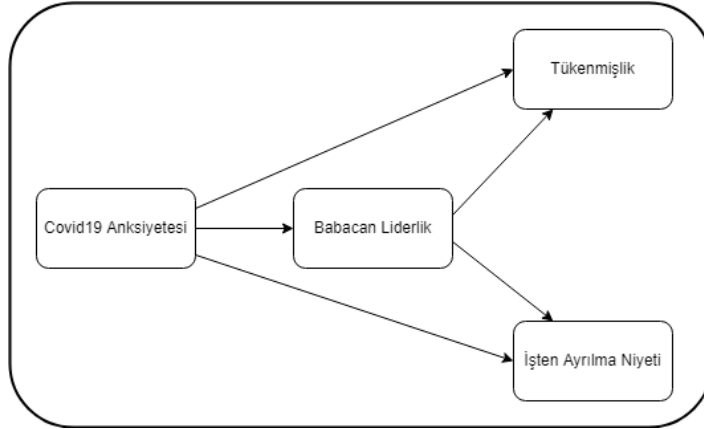
Araştırmalar dikkate alındığında yukarıdaki önermeyle ilgili olarak, babacan liderliğin yardımseverlik boyutunun alışanlarda Covid 19 kaynaklı oluşan anksiyetesinin tükenmişlik sendromu oluşturmasına negatif yönlü aracılık edebileceği öngörölmekteyken; otoriterlik

boyutunun bu iki değişkene pozitif yönlü aracılık edebileceği tahmin edilmektedir. Bu çerçevede oluşturulan son hipotez aşağıdaki gibidir:

H7: Babacan liderlik, Covid19 anksiyetesi - tükenmişlik ilişkisine aracılık eder.

3. YÖNTEM

Bu çalışmada Covid 19 anksiyetesinin tükenmişlik ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi ve bu değişkenler arasındaki ilişkide babacan liderliğin aracı rolünün tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu ilişkileri tespit etmek için nicel bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda anket tekniğiyle sivil havacılık çalışanlarından veri toplanmıştır. Elde edilen verilerin analizi için ise Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) yaklaşımı benimsenmiştir. Verilerin analizinde YEM yaklaşımının tercih edilmesinin temel sebebi; bu yaklaşımın, bütün değişkenleri bir arada analiz etmede birinci nesil istatistikî analizlere göre daha iyi sonuç vermesi ve aracılık analizini test etmede daha iyi sonuçlar vermesidir (Iacobucci vd., 2007: 139-153). Elde edilen verilerin analizinde SPSS v26 ve AMOS v26 programlarından yararlanılmıştır. Araştırma kapsamında test edilmek üzere oluşturulan araştırma modeli Şekil 1’de verilmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

3.1. Katılımcılar

Araştırmaya veri toplamak için Türkiye’deki sivil havacılık kuruluşlarında görevli çalışanlar ile bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında ana kütlelin tamamına ulaşmak mümkün olmadığından örnekleme yapılmıştır. Örnekleme yöntemi olarak “kartopu örnekleme” belirlenmiştir. Bu örnekleme yöntemine göre araştırmacı ilk araştırma grubu veya bireyler bulduktan sonra bu bireyler aracılığıyla yeni denekler bulmaktadır (Noy, 2008). Böylece konuyla doğrudan ilgili olan olabildiğince çok çalışana ulaşılması hedeflenmektedir. Bu amaçla öncelikle 25 kişilik bir araştırma grubu oluşturulup daha sonra bu katılımcılardan çevrelerindeki çalışma kapsamıyla ilgili olduklarını düşündükleri bireylere anket formunu iletmeleri rica edilmiştir. Böylece toplamda 190 çalışana ulaşılmıştır.

Katılımcıların demografik bilgileri incelendiğinde %47,9’unun kadın (n = 91), %52,1’inin ise erkek (n = 99) olduğu belirlenmiştir. Ayrıca %51,6’sı evli (n = 98), %48,4’ü bekârdır (n = 92). Çalışanların kıdem durumları incelendiğinde %31,6’sının 1 yıldan az süredir çalıştığı (n = 60); %8,4’ünün 1-5 yıl arasında (n = 16); %9,5’inin 6-10 yıl arasında (n = 18); %50,5’inin ise 10 yıldan fazla süredir (n= 96) çalıştığı belirlenmiştir. Çalışanların yaş ortalaması 39,93’tür.

3.2. Ölçüm Araçları

Çalışmada veri toplamak için 6 bölümden oluşan bir online anket formu oluşturulmuştur. Formun ilk kısmında araştırmanın kapsamını, katılımın gönüllüğünü ve verilerin gizliliğini beyan eden bir onam kısmına yer verilmiştir. İkinci kısımda, katılımcıların demografik bilgilerini öğrenmeye yönelik sorular yöneltilmiştir.

Anketin üçüncü kısmında Koronavirüs kaynaklı anksiyeteyi ölçmek için Lee (2020) tarafından geliştirilen ve Biçer vd. (2021) tarafından Türkçe uyarlaması yapılan ölçek kullanılmıştır (Lee, 2020: 393-401; (Biçer vd., 2020: 216-225). Ölçek tek boyut ve 5 maddeden oluşmaktadır. Örnek ölçek maddeleri: “Koronavirüs ile ilgili haberleri okuduğum veya dinlediğim zaman başımın döndüğünü ve sersemlediğimi hissettim veya bayılacakmış gibi oldum” ve “Koronavirüsü düşündüğüm için uykuya dalmada ya da uyumada sorun yaşadım” şeklindedir.

Formun dördüncü kısmında, çalışanların tükenmişlik algılarını ölçmek için Pines vd. (2011) tarafından geliştirilip Çapri (2013) tarafından Türkçe uyarlaması yapılan ölçek kullanılmıştır (Pines vd., 2011: 361-386; Capri, 2013: 1408-1417). Tek boyut ve 10 maddeden oluşan ölçek 7’li Likert tipindedir. Örnek ölçek maddeleri: “Yorgunluk hissediyorum” ve “Değersiz ve başarısız biri gibi hissediyorum” tarzındadır.

Anket formunun beşinci bölümünde Mobley, Horner ve Hollingsworth (1978) tarafından geliştirilen Örucü ve Özafşarlıoğlu (2013) tarafından Türkçe uyarlaması yapılan 3 maddelik İşten Ayrılma Niyeti Ölçeği kullanılmıştır (Mobley vd., 1978: 408; Örucü & Özafşarlıoğlu, 2013: 10-23). Örnek ölçek maddeleri: “Çoğu kez mevcut işimi bırakmayı düşünüyorum” ve “Aktif bir şekilde başka şirketlerde iş arıyorum”dur.

Anketin son kısmında Aycan vd.’nin (2000) geliştirdiği tek boyut ve beş maddeden oluşan “Babacan Liderlik Ölçeği” kullanılmıştır (Aycan, 2006: 445-466). Ölçek 6’lı likert tipindedir. Örnek ölçek maddeleri: “İdeal patron anne baba gibidir” ve “Yöneticiler, deneyimi ve bilgeliği, çalışanlar için en iyi kılavuzdur” şeklindedir.

Çalışma kesitsel olduğundan ortak yöntem varyans hatasının problem olabileceği göz önünde bulundurulmuştur. Bu doğrultuda ortak yöntem varyansı testleri uygulanmıştır. Bu amaçla ölçek maddelerine Harman’ın (1960) tek-faktör testi uygulanmıştır (Harman, 1960). Testten elde edilen değer %50’nin altında olduğundan (%44) ortak yöntemin sorun olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Kline, 2015).

3.3. Ölçüm Modeli

Araştırma verisini analiz etmek için Anderson ve Gerbing’in (1988) iki-adımlı yaklaşımı benimsenmiştir (Anderson & Gerbing, 1988: 411-423). Bu yaklaşıma göre hipotezleri test etmek için yapısal model kurmadan önce bir ölçüm modeli kurulup verilerin geçerliliği ve güvenilirliğini test etmek gerekmektedir. Ölçüm modeli adımına geçmeden önce dağılımın normalliği test edilmiştir. Bu amaçla ölçek maddelerinin çarpıklık ve basıklık değerleri kontrol edilmiştir. Yapılan testte çarpıklık değerlerinin 0,048 ile 1,285 arasında, basıklık değerlerinin ise -0,017 ile -1,517 arasında olduğu görülmüştür. Değerler kabul edilebilir sınırlar içerisinde olduğundan dağılım normal kabul edilmiştir (Kline, 2015).

Ölçüm modeli AMOS 26 programı ile “maximum likelihood” modunda kurulmuştur. Fornell ve Larcker (1981) ölçüm modelinin uyum ve ayrışım geçerliliği kriterlerini karşılaması gerektiğini belirtmiştir (Fornell & Larcker, 1981: 39-50). Uyum geçerliliği için faktör yüklerinin 0,50’den yüksek, varyans tahmin değerlerinin (AVE) 0,50’den yüksek, kompozit güvenilirlik (CR) değerinin ise 0,60’tan yüksek olması gerekmektedir. Ayrışım geçerliliği

içinse, AVE değerlerinin karekökünün değişkenler arasındaki korelasyon değerinden büyük olması gerekmektedir. Kurulan ölçüm modelinden elde edilen değerler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Geçerlilik ve Güvenilirlik Testleri Sonuçları

Maddeler	Faktör Yüğü	α	CR	AVE
Covid19 Kaygısı		0,931	0,932	0,734
CK1: Koronavirüs ile ilgili haberleri okuduğum veya dinlediğim zaman başımın döndüğünü ve sersemleştigimi hissettim veya bayılacakmış gibi oldum.	,804			
CK2: Koronavirüsü düşündüğüm için uykuya dalmada ya da uyumada sorun yaşadım	,912			
CK3: Koronavirüs ile ilgili konuları düşündüğümde ya da bu konulara maruz kaldığımda inme inmiş gibi hissettim veya donup kaldım	,920			
CK4: Koronavirüs ile ilgili konuları düşündüğümde ya da bu konulara maruz kaldığımda iştahım kaçtı	,756			
CK5: Koronavirüs ile ilgili konuları düşündüğümde ya da bu konulara maruz kaldığımda mide bulantısı ya da mide problemleri yaşadım.	,879			
Tükenmişlik		0,957	0,957	0,692
T1: Yorgunluk hissediyorum	,760			
T2: İnsanlar tarafından hayal kırıklığına uğratılmış hissediyorum	,724			
T3: Umutsuzluk duyuyorum	,877			
T4: Kapana kısılmış gibi hissediyorum	,913			
T5: Çaresiz hissediyorum	,933			
T6: Üzüntülü/kederli (depresif) hissediyorum	,893			
T7: Fiziksel olarak hastalıklı hissediyorum	,818			
T8: Değersiz ve başarısız biri gibi hissediyorum	,814			
T9: Uyumada zorluk çekiyorum	,710			
T10: Bıkkınlık hissediyorum	,847			
İşten Ayrılma Niyeti		0,827	0,838	0,633
IAN1: Çoğu kez mevcut işimi bırakmayı düşünüyorum	,750			
IAN2: Aktif bir şekilde başka şirketlerde iş arıyorum	,774			
IAN3: İşimden muhtemelen yakın bir zamanda ayrılacağım	,858			
Babacan Liderlik		0,760	0,758	0,512
BL1: İdeal patron anne-baba gibidir	,783			
BL2: Yöneticiler, astları için neyin en iyi olduğunu bilir	,410*			
BL3: Yöneticiler, astlarına babacan tavsiye ve talimat vermelidir	,702			
BL4: Yetkili kişiler, çocuklarına bakar gibi çalışanlara bakmalıdır	,655			
BL5: Yöneticiler, deneyimi ve bilgeliği, çalışanlar için en iyi kılavuzdur	,425*			

*İfadelerin faktör yükü 0,50'nin altında olduğundan maddeler modelden çıkarılmıştır.

Tablo 1’de ölçüm modelinden elde edilen sonuçlar paylaşılmıştır. İlk olarak modelin uyum iyiliği değerleri incelenmiştir. Kurulan modelin iyi uyum değerlerine (Hu & Bentler, 1999: 1-55) sahip olduğu görülmüştür ($\chi^2/df = 2,317$; RMSEA = 0,073; NFI = 0,878; TLI = 0,915; CFI = 0,926; SRMR = 0,068). Tablodan da görüldüğü üzere babacan liderlik ölçeğinin 2. ve 5. maddelerinin faktör yükü 0,50 eşliğinin altında olduğundan modelden çıkarılmıştır. İlgili maddeler çıkarıldıktan sonra AVE ve CR değerleri kritik eşiği aşmıştır. Buna göre ölçeklerin

uyuşum geçerliliği ve güvenilirlik testleri açısından herhangi bir sorun göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Ölçeklere ilişkin ayrışım geçerliliği sonuçları ve korelasyon değerleri Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Ortalama	SS	1	2	3	4
1. Covid Anksiyetesi	2,073	1,231	(0,856)			
2. Tükenmişlik	3,576	1,899	0,657***	(0,832)		
3. İş. Ayr. Niy.	2,107	1,224	0,385***	0,495***	(0,796)	
4. Babacan Lid.	3,828	1,397	-0,349***	-0,254***	-0,367***	(0,785)

SS: Standart Sapma; ***p<0,001; Parantez içi değerler: \sqrt{AVE}

Fornell ve Larcker (1981) ayrışım geçerliliği için bir değişkenin AVE değerlerinin karekökünün o değişkenin diğer yapılarla olan korelasyon değerini aşması gerektiğini belirtmiştir (Fornell ve Larcker, 1981: 39-50). Tablo 2’den anlaşılacağı üzere ölçüm modelinde ayrışım geçerliliği kriteri sağlanmıştır. Buna göre veri setinin yeterli düzeyde geçerlilik ve güvenilirlik kriterlerini sağladığı tespit edilmiştir. Hipotez testlerine geçmeden önce çalışmada çoklu bağlantı sorunu da test edilmiştir. Bu amaçla VIF değerleri kontrol edilmiştir. Değişkenlerin VIF değerleri 3’ten küçük olduğu için doğrudanlık sorunu olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Craney & Surles, 2002: 391-403).

3.4. Yapısal Model

Kullanılan ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik doğrulaması yapıldıktan sonra hipotez test etme adımına geçilmiştir. Bu nedenle kurulan yapısal modelin uyum iyiliği değerleri kabul edilebilir (Hu ve Bentler, 1999: 1-55) sınırlar içerisinde (χ²/df = 2,714; RMSEA = 0,079; NFI = 0,883; TLI = 0,922; CFI = 0,932; SRMR = 0,078). Modelin ilk adımında elde edilen doğrudan etki analizi sonuçları Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3. Doğrudan Etki Analizleri

Hipotezler	Katsayı ¹	S.H.	K.O.	p
H ₁ : Covid Anksiyetesi → Tükenmişlik	0,579	,089	10,951	0,000
H ₂ : Covid Anksiyetesi → İşten Ayrılma Niyeti	0,341	,068	5,000	0,000
H ₃ : Covid Anksiyetesi → Babacan Liderlik	0,330	,079	4,171	0,000
H ₄ : Babacan Liderlik → Tükenmişlik	-0,108	,060	1,738	0,014
H ₅ : Babacan Liderlik → İşten Ayrılma Niyeti	-0,156	,079	2,602	0,009

¹Standardize Edilmiş Katsayılar Verilmiştir; S.H. = Standart Hata; K.O. = Kritik Oran

Modeldeki ilişkiler incelendiğinde, Covid anksiyetesinin tükenmişlik ($\beta = 0,579$; $p < 0,001$), işten ayrılma niyeti ($\beta = 0,341$; $p < 0,001$) ve babacan liderlik ($\beta = 0,330$; $p < 0,001$) üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Babacan liderlik algısının ise tükenmişlik ($\beta = -0,108$; $p < 0,05$) ve işten ayrılma niyeti ($\beta = -0,156$; $p < 0,05$) üzerinde negatif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre H₁, H₂, H₃, H₄ ve H₅ hipotezleri **desteklenmiştir**.

Aracı etkiler bootstrapping metoduyla örneklem büyüklüğü 2000 olarak hesaplanmıştır. Modelde birden fazla bağımlı değişken olduğundan “kullanıcı tanımlı varyans tahmin parametresi (user defined estimand)” tanımlanarak yapı testi edilmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 4’teki gibidir.

Tablo 4. Dolaylı Etki Analizleri

Hipotez	Doğrudan Etki ¹	Toplam Etki	Dolaylı Etki	Aracılık Durumu
H ₆ : CovidAnk→Babacan→Tükenmişlik	0,579***	0,801***	0,222**	Kısmi Aracı
H ₇ : CovidAnk→Babacan→İşten Ayrılma Niyeti	0,341***	0,515***	0,174**	Kısmi Aracı

p<0,01; *p<0,001

Araştırmanın altıncı hipotezi koronavirüs kaynaklı anksiyetenin tükenmişlik üzerindeki etkisinde babacan liderliğin aracılık rolüne sahip olacağını, yedinci hipotezi ise koronavirüs kaynaklı anksiyetenin işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde babacan liderliğin aracılık rolüne sahip olacağını öngörmekteydi. Yapılan dolaylı etki analizi sonucuna göre her iki testin de dolaylı etki katsayısının anlamlı olduğu görülmüştür. Bu sonuca göre H₆ ve H₇ hipotezleri **desteklenmiştir**. Yapılan testte her iki durumda da babacan liderlik modele dâhil olduğunda bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki etkinin gücünün azaldığı fakat anlamsızlaşmadığı tespit edilmiştir. Bu nedenle babacan liderliğin her iki durumda da kısmi aracılık ettiği belirlenmiştir.

4. SONUÇ VE TARTIŞMA

Covid 19 pandemisinin meydana getirdiği psikolojik, sosyal, maddi ve örgütsel zararların tespiti, çözüm üretebilmek açısından önem teşkil etmektedir. Bu araştırma, pandemik etkinin en çok görüldüğü sektörlerden biri olan sivil havacılık sektöründe görev alanların tutumlarının belirlenmesi amacıyla yapılmıştır. Araştırmada havacılık çalışanlarındaki Covid 19 anksiyetesinin tükenmişliğe ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi; bu ilişkilerde babacan liderliğin aracı rolünün tespiti amaçlanmıştır. Bu bağlamda YEM kullanılarak araştırma gerçekleştirilmiştir.

Yapılan araştırmada, Covid 19 anksiyetesinin tükenmişlik, işten ayrılma niyeti ve babacan liderlik üzerinde pozitif yönlü; babacan liderliğin ise tükenmişlik ve işten ayrılma niyeti üzerinde negatif bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu çerçevede H₁, H₂, H₃, H₄ ve H₅ hipotezleri desteklenmiştir. Alan yazında yapılan diğer araştırmalardaki bulgular ile örtüşmektedir (Ferguson vd., 2012: 27-42; Hoşgör vd., 2021: 400-417; Cho & Kim, 2014: 11-19; Yakut vd., 2020: 241-262; Çiçek & Aktaş, 2022: 1; Özer & Yurdun, 2012: 71-80; Bedi, 2020: 960-1008; Kara vd., 2020: 1; Falatah, 2021: 787-810).

Yanı sıra, babacan liderliğin Covid 19 anksiyesi ile tükenmişlik ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkide kısmi aracılık ettiği bulgulanmıştır. H₆ ve H₇ hipotezleri desteklenmiştir. Alan yazında değişkenler arasındaki ilişkide babacan liderliğin aracı rolüne ait bir araştırmaya rastlanmamış olması, bu alandaki boşluğu doldurduğu düşünülmektedir.

Araştırma, maddi kayıpların tespitinin yapıldığı, yüzlerce havacılık işletmesinin iflasını açıkladığı, dünya genelinde yüz binlerce çalışanın işsiz kaldığı havacılık sektöründe gerçekleştirilmiştir. Sektörel bazdaki vefat sayılarının açıklanmadığı pandemi dönemindeki Covid 19 anksiyete seviyesinin yüksek düzeyde olması, çalışanların tutumlarının belirlenmesi açısından önemli görüldüğü araştırma sonuçları, araştırma öncesindeki öngörülerini desteklemiştir.

Havacılık tecrübe ve emek yoğun bir sektördür. Pandemin başladığı Mart 2020 itibarıyla, basına yansıyan sivil havacılık operasyonunda görevli apron ve kabin çalışanlarından Covid 19 sebebiyle vefat edenlerin haberleri, birbiri arkasına açıklanan uluslararası çaptaki büyük havacılık işletmelerine ait iflas veya küçülme haberleri ve işçi çıkarma haberleri havacılık

çalışanlarında motivasyon kaybına neden olmuştur. Türkiye’de alınan “pandemi dönemindeki iflas ve işçi çıkarma” yasağı, bir nebze de olsa çalışanlara rahat bir nefes aldirmiş olsa da aylık kazançlarında meydana gelen azami %60’lık azalış, işsiz kalma korkusu, ölüm korkusu, anksiyete ve günlük yaşamını idame ettirememeye endişelerini tetiklemiş ve uzaktan çalışma uygulamaları ile de psikolojik olarak yıpranmalarına neden olmuştur. Pandemi sonrasında işbaşı yapabilir miyiz endişesi, Covid 19 anksiyetesi, mesai arkadaşlarından Covid sebebiyle verilen kayıplar ve kazançlarındaki azalış sebebiyle havacılık çalışanlarının zor bir sarmala girmesine sebep olmuştur. Öyle ki bu dönemde emeklilik süresini doldurup, emekli maaşı almasına uzun seneler olan havacılık çalışanlarından, emeklilik dilekçelerini verip çalışmamayı tercih edenler ve ücretsiz izne çıkanların sayısı azımsanmayacak kadar çoktur. Bu yönüyle araştırmada yer alan Covid 19 anksiyetesinin işten ayrılma niyeti ve tükenmişlik ile olan pozitif yönlü ilişkisi sektörel gerçeklerle desteklenmektedir.

Babacan liderliğin barındırdığı “baba” modelinin örgüt literatüründe negatif olarak yorumlanan, tükenmişlik, işten ayrılma niyeti ve anksiyete ile olan negatif ilişkisi, bu tutumlarla ilgili olarak kısmi aracılık rolü üstlenmesini sağlamıştır. Öyle ki, havacılık sektöründeki hiyerarşik yapıda tecrübeli çalışanların sahip olduğu kıdem (sinyorite), diğer çalışanların kendilerine duydukları saygıyı da arttırıcı bir durumdur. Askeriyede bulunan rütbe ne ise, havacılıkta da sinyorite (sektör tecrübesi) odur. Çalışanların sinyoritesi arttıkça saygınlığı artar; çalışanlar açısından da en çok sevilen ve saygı duyulan isimler haline gelirler. Çünkü sinyoritesi yüksek personel, diğerleri ile aynı hiyerarşide belirlenen sürelerde görev aldığı için, anlayış düzeyi yüksek, korumacı, disiplinli, bilgi paylaşımına açık bireylerdir ve diğerleri için “baba/anne” figürüdür. Sinyoritesi yüksek olduğu için “amir” pozisyonundadır. Örgüt literatürdeki tanımı ile “lider” olarak nitelendirilebilirler. Havacılık sektöründeki orta düzey yöneticiler sinyoritesi yüksek olan çalışanlardan oluşur. Çünkü uluslararası kurallar ve şirketlerin iç prosedürleri bunu gerektirir. Bu sebeple, babacan liderlik yapısı sektörde yeri olan bir kavramdır.

Sektördeki babacan liderlerin (sinyoritesi yüksek çalışanların) karakteristiğinde uyulmasını istediği yedi ana kural vardır: (1) *Havacılık tarihi kan ile yazılmıştır* (Anlamı: Yapılan işleri her zaman en az iki kez kontrol et. Sen yapmamış olsan bile yapılanı kontrol et. İşini ciddiye al. Senin 1 hatan yüzlerce kişiyi canından edebilir), (2) *Kol kırılır yen içinde kalır* (Anlamı: Ekip içinde yaşanan bir sorun ekip içerisinde çözülür), (3) *Confirm Et* (Anlamı: İş ile ilgili talimatlarda karşı tarafın talimatı aldığından emin ol. Talimat yazılı ise yazı ile, sözlü ise sözlü olarak talimatının alındığını teyit et. Gerçekleştiğinden emin ol), (4) *Çalışan hata yapar* (Anlamı: Ölümcül ve büyük bir hata değilse, çalışma arkadaşına hatayı düzeltmesi için yardım et. Ekip lideri isen, yapılan hata elemine edilebiliyorsa, sözlü uyar, raporlama. Raporlamayı gerektirecek bir hata ise yapılan hata zaten büyüktür, en yakınının bile olsa raporlamaktan çekinme), (5) *Temsil görevini layıkıyla yerine getir* (Anlamı: Yolcu karşısında çalıştığın havayolunu temsil ettiğini asla unutma. Gerek üniforma, gerek konuşma gerekse tavırlarına dikkat et. Karşıdaki bir turist ise, sadece şirketini değil, ülkeni de temsil ediyorsun, unutma), (6) *Aidiyetini unutma* (Anlamı: Çalıştığın kurumda hepimiz bir aileyiz. Kendi şirketinmiş gibi çalış, iş arkadaşlarına ailenin bir ferdiymiş gibi hassas davran) ve (7) *Sinyorite önemlidir* (Anlamı: Senden kıdemli olan sözlerini önemse, saygı göster ve hak ettiği değeri ver). Bu kurallar her ne kadar yazılı olmasa da havacılık sektöründe çalışanlar için anayasa niteliğindedir. Havacılıktaki babacan liderler, bu ilkelerle yetişmiş ve birlikte çalıştığı personeli de bu ilkeler çerçevesinde yönetmektedir.

Pandemi sürecinde uçuşların %90’dan fazlasının iptal edilmesi, bu dönemde yine memur olan çalışanların uzaktan çalışması, pandeminin getirdiği maddi ve psikolojik negatif ortam, ekip

liderlerinin çalışanlar üzerindeki etkiyi minimize etmesini sağlamıştır. Bu sebeple Covid 19 anksiyetesi babacan liderlik algısı üzerinde pozitif yönde etki ettiği araştırmada bulgulanmıştır. Buna rağmen, araştırmada babacan liderliğin tükenmişlik ve işten ayrılma niyeti üzerinde negatif yönlü bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Havacılık sektöründe iş sirkülasyonunun ve temposunun yüksek olması; planlı, sistemli ve koordineli bir ortama sahip olması; uluslararası geçerliliği olan bir işe sahip olunması; yüksek prestij; yüksek gelir; kariyer ve sosyal imkanların çokluğu gibi sebeplerden dolayı normal şartlar altında çalışanların işten ayrılma niyetleri düşük seviyededir. Pandeminin tüm etkilerine rağmen, babacan liderliğin işten ayrılma niyeti üzerinde negatif yönlü etkisi tespit edilmiştir.

Pandemi esnasında yapılan araştırmada babacan liderliğin aracı rolünün kısmi olarak bulgulanmış olması, pandemi sebebiyle hayatını kaybeden çok fazla tecrübeli personel olması, uzaktan çalışma düzeni, motivasyon kaybı ve maddi zorluklar sebebiyle olduğu düşünülmektedir. Araştırma pandemi sonrasında yapılmış olsaydı, babacan liderliğin aracılık rolünün yüksek olacağı öngörülmektedir.

Organizasyon yapılarında mevcut olan Acil Durum Planları, Acil Durum Yönetmelikleri ve SMS (Security Management System) güvenlik ve emniyet konularını içeren acil durum planlamalarının yanı sıra, pandemi gibi acil durumlar için Yönetici/Yönetim Acil Durum Planları da oluşturulmalıdır. Etkin kriz yönetimi, etkili ve açık iletişim kanalları kurmak, net bir değerler silsilesi ve net bir vizyon ortaya koymak ve samimiyete dayanmalıdır (Klann, 2003). Krizlerdeki liderlik tarzlarının belirlenmesinde, krizin durumsallık ilkesi çerçevesinde değerlendirilmesi en doğru tercih olarak kabul görmektedir (Arslan, 2009: 179-190). Kriz esnasında tercih edilebilecek en uygun liderlik tarzının otokratik liderlik (King, 2007: 183-193; Arslan, 2009: 179-190) olabileceği değerlendirilirken, kriz sonrasındaki yapılamada ise, işbirliği ve ekip çalışmasının en üretken şekilde gerçekleşmesini sağlayacak olan demokratik liderlik tarzının belirlenmesi gerektiği değerlendirilmektedir (Asuncion vd., 2006: 1).

Kriz aşamalarına göre belirlenecek olan liderlik tarzı ile, kriz esnasındaki işten ayrılmaların azalacağı öngörülmektedir. Yanı sıra, pandeminin etkilerinin mümkün olan en kısa sürede ortadan kalkması için, personele psikolojik destek verilmesi önerilmektedir.

Türkiye’de özellikle Türk Hava Yolları A.O. tarafından uygulanagelen bir uygulama vardır. Bir hava aracı kaza/kırma uğradığı zaman, vefat eden personelin bir yakını o havayolunda işbaşı yaptırılır ve hayatını kaybeden çalışan “havacılık şehidi” olarak havacılık tarihinde yerini alırdı. Mesleğini icra ederken, Covid 19 virüsü kapan, hayatını kaybeden havacılar için de aynı uygulamanın yapılması gerektiği düşünülmektedir. Covid 19’tan koruma aşıları bulunana kadar vefat eden havacılık çalışanlarının da “görev esnasında vefat ettikleri” için çalışanların vicdanında “havacılık şehidi” olmasına rağmen, şehidin yakınları için yapılan uygulama Covid 19 sebebiyle şehid olanları kapsamamaktadır. Sadece THY’de değil, diğer yerli havayolu şirketlerinde de bu uygulamanın yapılmasının çalışanlar açısından aidiyeti arttıran, örgütsel vatandaşlık düzeyini yükseltecek ve örgüte duyulan güveni arttıran bir etken olacağı değerlendirilmektedir.

Araştırmanın en önemli kısıtı, İstanbul ilinde yapılması ve pandemi döneminde çalışanlara ulaşılmaya çalışılmasıdır. Bundan sonra yapılacak olan araştırmalarda, aynı model, pandemik etkilerden bağımsız ve daha çok çalışana ulaşarak yapılmasının litreatüre önemli kazanımlar sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- AHERN, S., & LOH, E. (2020). Leadership during the COVID-19 pandemic: building and sustaining trust in times of uncertainty. *BMJ Leader*, leader-2020.
- ABD-ELLATIF, E. E., ANWAR, M. M., ALJIFRI, A. A., & EL DALATONY, M. M. (2021). Fear of COVID-19 and its impact on job satisfaction and turnover intention among Egyptian physicians. *Safety and Health at Work*, 12(4), 490-495.
- AHERN, S., & LOH, E. (2020). Leadership during the COVID-19 pandemic: building and sustaining trust in times of uncertainty. *BMJ Leader*, leader, 266-269.
- AKTAS, K., DOGAN, E., & GUNGOR, H. Y. (2017). *An Extensive Academic Approach to Crisis and Crisis Leadership*.
- ANDERSON, J. C., & GERBING, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological bulletin*, 103(3), 411-423.
- ANTONY, M. M., ROTH, D., SWINSON, R. P., HUTA, V., & DEVINS, G. M. (1998). Illness Intrusiveness in Individuals with Panic Disorder, Obsessive-Compulsive Disorder, or Social Phobia. *The Journal of Nervous and Mental Disease*, 186(5), 311-315.
- APA. (2000). *Anxiety*. Washington, DC, USA. 3 4, 2022 tarihinde <https://www.apa.org/topics/anxiety> adresinden alındı
- ASL, E. M., BOOSTANI, H., BEHROUZIAN, F., & ROSTAMI, H. (2021). The mediating role of compassion in the relationship between COVID-19 anxiety syndrome and COVID-19 burnout. *Journal of Education and Health Promotion*, 10.
- AYCAN, Z. (2006). *Paternalism*. Boston, MA: Springer.
- AYCAN, Z., KANUNGO, R. N., MENDONCA, M., YU, K., DELLER, J., & STAHL, G. (2000). Impact of Culture on Human Resource Management Practices: A Ten Contry Comparison. *Applies Psychology: International Review*, 49(1), 192-220.
- AYDIN, İ. (2021). *Paternalizm*. İzmir: SOBİAD Hukuk ve İktisat Araştırmaları Merkezi Yayınları.
- AYTAÇ, S., & AYDIN, G. Ç. (2021). Psikolojik Sağlık, Tükenmişlik ve İşten Ayrılma Niyeti İlişkisi: Sağlık Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. *SOSYO-EKONOMİK BOYUTUYLA SAĞLIK: Uluslararası Farklı Boyutlarıyla Sağlık Konferansı (ICDAH2020)*, (s. 1-79).
- BEDI, A. (2020). A meta-analytic review of paternalistic leadership. *Applied Psychology*, 69(3), 960-1008.
- BİÇER, İ., ÇAKMAK, C., DEMİR, H., & KURT, M. E. (2020). Koronavirüs anksiyete ölçeği kısa formu: Türkçe geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Anatolian Clinic the Journal of Medical Sciences*, 25(Special Issue on COVID 19), 216-225.
- CAPRI, B. (2013). The Turkish Adaptation of the Burnout Measure-Short Version (BMS) and Couple Burnout Measure-Short Version (CBMS) and the Relationship between Career and Couple Burnout Based on Psychoanalytic-Existential Perspective. *Educational Sciences: Theory and Practice*, 13(3), 1408-1417.

- CHANG, C. M., HUANG, H. C., HUANG, F. M., & HSIEH, H. H. (2019). A multilevel analysis of coaches' paternalistic leadership on burnout in Taiwanese athletes. *Perceptual and Motor Skills*, 126(2), 286-304.
- CHAO, M. C., JOU, R. C., LIAO, C. C., & KUO, C. W. (2015). Workplace stress, job satisfaction, job performance, and turnover intention of health care workers in rural Taiwan. *Asia Pacific Journal of Public Health*, 27(2), 1827-1836.
- CHENG, B. S., CHOU, L. F., WU, T. Y., HUANG, M. P., & FARH, J. L. (2004). Paternalistic leadership and subordinate responses: Establishing a leadership model in Chinese organizations. *Asian Journal of Social Psychology*, 7(1), 89-117.
- CHERIZE, F. (2021, 5). Nursing Senior Thesis. The Effects of COVID-19 on Healthcare Workers: An Exploration of Burnout. California: Dominican University of California.
- CHO, H. N., & KIM, S. J. (2014). Relationship of job stress, hardness, and burnout among emergency room nurses. *Korean Journal of Occupational Health Nursing*, 23(1), 11-19.
- COŞKUN, H. H., & MAMACI, M. (2021). Pandemi Döneminde Öğretmenlerin İş Yaşamı: Covid-19 Fobisi, İşten Ayrılma Niyeti ve Psikolojik Sermaye. *OPUS International Journal of Society Researches*, 18(44), 7912-7934.
- COTTON, J. L., & TUTTLE, J. F. (1986). Employee Turnover: a Meta-Analysis and Review with Implications for Research. *Academy of Management Review*, 11(1), 55-70.
- CRANEY, T. A., & SURLES, J. G. (2002). Model-dependent variance inflation factor cutoff values. *Quality Engineering*, 14(3), 391-403.
- ÇİÇEK, B. (2021). Agresif mizahın intikam niyetine etkisinde babacan liderliğin rolü. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 12(30), 365-380.
- ÇİÇEK, B., & ALMALI, V. (2020). COVID-19 pandemisi sürecinde kaygı öz-yeterlilik ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişki: Özel sektör ve kamu çalışanları karşılaştırması. *Electronic Turkish Studies*, 15(4), 241-260.
- ÇİÇEK, B., & AKTAŞ, K. (2022). The effect of social ostracism on psychological well-being: the mediating role of paternalistic leadership. *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi INIJOSS*, 11(1).
- ÇİN ULUSAL SAĞLIK KOMİSYONU . (2020). 3 5, 2022 tarihinde Hastalık Kontrol ve Önleme Bürosu: <http://www.nhc.gov.cn/xcs/zhengcwj/202001/6adc08b966594253b2b791be5c3b9467.shtml> adresinden alındı
- DE LOS SANTOS, J. A., LABRAGUE, L. J., & FALGUERA, C. C. (2021). Fear of COVID-19, poor quality of sleep, irritability, and intention to quit school among nursing students: A cross-sectional study. *Perspectives in Psychiatric Care*.
- ERBEN, G. S., & GÜNEŞER, A. B. (2008). The relationship between paternalistic leadership and organizational commitment: Investigating the role of climate regarding ethics. *Journal of Business Ethics*, 82(4), 955-968.
- ESTES, W. K., & SKINNER, B. F. (1941). Some Quantitative Properties of Anxiety. *Journal of Experimental Psychology*, 29(5), 390.

- FALATAH, R. (2021). The impact of the coronavirus disease (COVID-19) pandemic on nurses' turnover intention: An integrative review. *Nursing Reports*, 11(4), 787-810.
- FARH, J. L., & CHENG, B. S. (2000). A cultural analysis of paternalistic leadership in Chinese organizations. In *Management and organizations in the Chinese context* (s. 84-117). içinde London: Palgrave Macmillan.
- FERGUSON, K., FROST, L., & HALL, D. (2012). Predicting teacher anxiety, depression, and job satisfaction. *Journal of Teaching and Learning*, 8(1), 27-42.
- FORNELL, C., & LARCKER, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- FREUDENBERGER, H. J. (1975). The staff burn-out syndrome in alternative institutions. *Psychotherapy: Theory, Research & Practice*, 12(1), 73.
- GERÇEK, M. (2018). Yöneticilerin Babacan (Paternalist) Liderlik Davranışlarının Psikolojik Sözleşme Bağlamındaki Beklentileri Üzerindeki Etkilerine Yönelik Bir Çalışma . *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* , 13(2), 101-118.
- GİRAY, M. D., & ŞAHİN, D. N. (2014). Liderlik stillerinin duygusal bağlılık ve işten ayrılma niyetiyle ilişkilerinde örgütsel destek algısının aracılık rolü. *Türk Psikoloji Dergisi*, 29(73), 1.
- GUIXIA, L., & HUI, Z. (2020). A study on burnout of nurses in the period of COVID-19. *Psychol Behav Sci*, 9(3), 31-36.
- HARMAN, H. H. (1960). *Modern factor analysis*. Oxford, England: University of Chicago Press.
- HOFSTEDE, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*. Sage: Thousand Oaks, CA.
- HOŞGÖR, H., & YAMAN, M. (2021). Tükenmişlik sendromu üzerinde covid-19 korkusunun etkisi: Hastane çalışanları örneği . *19 Mayıs Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 400-417.
- HU, D., KONG, Y., LI, W., HAN, Q., ZHANG, X., ZHU, L. X., & ZHU, J. (2020). Frontline nurses' burnout, anxiety, depression, and fear statuses and their associated factors during the COVID-19 outbreak in Wuhan, China: A large-scale cross-sectional study. *E Clinical Medicine*, 24, 100424.
- HU, L., & BENTLER, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.
- HU, W., SU, L., QIAO, J., ZHU, J., & ZHOU, Y. (2020). COVID-19 Outbreak Increased Risk of Schizophrenia in Aged Adults. *PsyChinaXiv*, 1-4.
- HUANG, L., & RONG LIU, H. (2020). HEEmotional Responses and Coping Strategies of Nurses and Nursing College Students During COVID-19 Outbreak. *MedRxiv*.
- IACOBUCCI, D., SALDANHA, N., & DENG, X. (2007). A meditation on mediation: Evidence that structural equations models perform better than regressions. *Journal of consumer psychology*, 17(2), 139-153.

- IATA. (2020). Annual Review 2021. Montreal, Canada. 3 4, 2022 tarihinde <https://www.iata.org/contentassets/c81222d96c9a4e0bb4ff6ced0126f0bb/iata-annual-review-2021.pdf> adresinden alındı
- ICAO. (2020). Doc 10144-ICAO Handbook for CAAs on the Management of Aviation Safety Risks Rekated to Covid-19. 3 5, 2022 tarihinde <https://www.icao.int/safety/SafetyManagement/Doc10144/Doc%2010144.pdf> adresinden alındı
- JACKSON, S. E., & SCHULER, R. S. (1983). Preventing employee burnout. *Personnel*, 60(2), 58-68.
- KAÇMAZ, N. (2005). Tükenmişlik (Burnout) Sendromu. *Journal of Istanbul Faculty of Medicine*, 68(1), 29-32.
- KARA, E., KAYA, A., BAŞBOĞA, M. İ., GÜVEL, Ş., ÇELİK, C., & KOÇAK, B. (2020). Paternalist liderlik ve işten ayrılma niyeti üzerine bir araştırma. *BMIJ*, 8(4), 118-138.
- KAYNAK, İ., & ÇİÇEK, B. (2021). İşe yabancılaşmanın işte var olamama ve işten ayrılma niyetine etkisinde babacan liderliğin rolü. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(22), 568-593.
- KLINE, R. B. (2015). *Principles and practice of structural equation modeling*. Guilford Publications.
- KOUTSIMANI, P., MONTGOMERY, A., & GEORGANTA, K. (2019). The relationship between burnout, depression, and anxiety: A systematic review and meta-analysis. *Frontiers in Psychology*, 10, 284.
- LEE, S. A. (2020). Coronavirus Anxiety Scale: A brief mental health screener for COVID-19 related anxiety. *Death studies*, 44(7), 393-401.
- LERNER, E. B. (2020). Lerner, E. B., Newgard, C. D., & Mann, N. C. (2020). Effect of the Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) Pandemic on the US Emergency Medical Services System: A Preliminary Report. *Academic Emergency Medicine*, 8, 693-699.
- LUCENO-MORENO, L., TALAVERA-VELASCO, B., GARCÍA-ALBUERNE, Y., & MARTÍN-GARCÍA, J. (2020). Symptoms of posttraumatic stress, anxiety, depression, levels of resilience and burnout in Spanish health personnel during the COVID-19 pandemic. *International journal of environmental research and public health*, 17(15), 5514.
- MASLACH, C., SCHAUFELI, W. B., & LEITER, M. P. (2001). Job burnout. *Annu. Rev. Psychol*(52), 397-422.
- MOBLEY, W. H., HORNER, S. O., & HOLLINGSWORTH, A. T. (1978). An evaluation of precursors of hospital employee turnover. *Journal of Applied Psychology*, 63(4), 408.
- NAGOSKI, E., & NAGOSKI, A. (2020). *Burnout: the secret to unlocking the stress cycle*. New York: Ballantine Books.
- NORTHOUSE, P. G. (2021). *Leadership: Theory and practice*. London: Sage publications.
- ÖRÜCÜ, E., & ÖZAFŞARLIOĞLU, S. (2013). Örgütsel adaletin çalışanların işten ayrılma niyetine etkisi: Güney Afrika Cumhuriyetinde bir uygulama. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(23), 335-358.

- ÖZCAN, E., VARDARLIER, P., KARABAY, M., KONAKAY, G., & ÇETİN, C. (2012). Liderliğin Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisinde Güvenin Rolü. *Öneri Dergisi*, 10(37), 1-13.
- ÖZER, F., & YURDUN, A. (2012). Birleşme/devir alma süreci yaşayan örgütlerde paternalist liderlik tipinin işten ayrılma niyeti üzerine etkileri. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(2), 71-80.
- ÖZKAN, Y. (2021, 1 4). Koronavirüs: Avrupa'da havacılık sektörünün 2020'deki kaybı 56,2 milyar euro. Lahey, Hollanda. 3 4, 2022 tarihinde <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-55528594> adresinden alındı
- PETEET, J. R. (2020). COVID-19 anxiety. *Journal of religion and health*, 59(5), 2203-2204.
- PETRIŞOR, C., BREAZU, C., DOROFTEI, M., MĂRIEŞ, I., & POPESCU, C. (2021). Association of Moral Distress with Anxiety, Depression, and an Intention to Leave among Nurses Working in Intensive Care Units during the COVID-19 Pandemic. In *Healthcare Multidisciplinary Digital Publishing Institute.*, 9(10), 1377.
- PINES, A. M., NEAL, M. B., HAMMER, L. B., & ICEKSON, T. (2011). Job burnout and couple burnout in dual-earner couples in the sandwiched generation. *Social Psychology Quarterly*, 74(4), 361-386.
- ROBBINS, S. P. (2010). *Organizational behavior*. Boston: Pearson Inc.
- SCHAUFELI, W. B., & BUUNK, B. P. (2003). Burnout: An overview of 25 years of research and theorizing. *The handbook of work and health psychology*, 2(1), 282-424.
- SEVİNÇ, S. B. (2019). *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Paternalist liderlik ve tükenmişlik arasındaki ilişki: Yıldırımın aracılık etkisi*. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- SILIN, R. H. (1976). *Leadership and values: The organization of large-scale Taiwanese enterprises*. Harvard University Asia Center.
- UNITED NATIONS. (2020, 3 13). Policy Brief: COVID-19 and the Need for Action on Mental Health. USA: United Nations. 3 4, 2022 tarihinde <https://unsdg.un.org/sites/default/files/2020-05/UN-Policy-Brief-COVID-19-and-mental-health.pdf> adresinden alındı
- ÜNVER, S. (2021). Pandemi Döneminde Havayolu İşletmelerinde Görev Yapan Kabin Memurlarının İşgören Devir Hızına Etkisi: Türkiye ve Avrupa Sahası Örneği. 64. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ABD: Aydın. 3 5, 2022 tarihinde <http://adudspace.adu.edu.tr:8080/jspui/bitstream/11607/4411/1/3166.pdf> adresinden alındı
- WHITFIELD, S., MACQUARRIE, A., & BOYLE, M. (2020). Responding to a Cardiac Arrest: Keeping Paramedics Safe During the COVID-19 Pandemic. *Australasian Journal of Paramedicine*.
- WREN, D. A. (2005). *The History of Management Thought*. John Wiley & Sons Incorporated.
- YAKUT, E., KURU, Ö., & GÜNGÖR, Y. (2020). Sağlık Personelinin Covid-19 Korkusu ile Tükenmişliği Arasındaki İlişkide Aşırı İş Yükü ve Algılanan Sosyal Desteğin

- Etkisinin Yapısal Eşitlik Modeliyle Belirlenmesi. *Ekev Akademi Dergisi*, 83, 241-262.
- YAVAŞ, Ç. M. (2021). Üniversite sınavına hazırlanan gençlerin Covid-19 korkusunun öğrencilerin tükenmişlik ve anksiyetelerine etkisi. *Van Sağlık Bilimleri Dergisi*, 14(1), 19-28.
- YİĞİTOL, B., & BÜYÜKMUMCU, S. (2021). Covid-19 Korkusu, Kişilik Özellikleri, İş Performansı ve İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki Yordayıcı İlişkilerin İncelenmesi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 11(17), 3414-3447.
- YILDIRIM, M. H., ERUL, E. E., & KELEBEK, P. (2014). Tükenmişlik İle İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişki Banka Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(1), 34-44.
- YILDIRIM, M., & SOLMAZ, F. (2020). COVID-19 burnout, COVID-19 stress and resilience: Initial psychometric properties of COVID-19 Burnout Scale. *Death Studies*, 1-9.
- YILDIRIM, M., ÇİÇEK, İ., & ŞANLI, M. E. (2021). Coronavirus stress and COVID-19 burnout among healthcare staffs: The mediating role of optimism and social connectedness. *Current psychology*, 40(11), 5763-5771.

Firmaların Ar-ge Harcamaları ile Etkinlik Düzeyleri ve Toplam Faktör Verimlilikleri Arasındaki Nedensellik İlişkisi (BİST'te Faaliyet Gösteren Firmalar Üzerinde Bir İnceleme)

(Araştırma Makalesi)

The Causality Relationship Between R&D Expenditure, Efficiency Levels and Total Factor Productivity of Firms (A Review on Firms Operating in BIST)

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1140736

Yaşar TURNA

Öğr. Gör., Pamukkale Üniversitesi, Çivril Atasay Kamer Meslek Yüksek Okulu, Finans Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü

yturna@pau.edu.tr

Orcid No: 0000-0002-3972-9099

Abdulvahap ÖZCAN

Prof. Dr., Pamukkale Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü

aozcan@pau.edu.tr

Orcid No: 0000-0002-9784-1898

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Turna, Y., & Özcan, A. (2023). Firmaların Ar-ge Harcamaları ile Etkinlik Düzeyleri ve Toplam Faktör Verimlilikleri Arasındaki Nedensellik İlişkisi (BİST'te Faaliyet Gösteren Firmalar Üzerinde Bir İnceleme). Alanya Akademik Bakış, 7(1), Sayfa No.375-387.

ÖZET

Anahtar kelimeler:

Firma Etkinliği, AR-GE Harcamaları, Toplam Faktör Verimliliği

Makale Geliş Tarihi:

06.07.2022

Kabul Tarihi:

05.12.2022

Küresel ekonomik koşulların geçerli olduğu günümüzde artan rekabet koşullarının da etkisiyle firma etkinliği kavramı firmaların ulusal ve uluslararası piyasalarda rekabet güçlerinin belirlenmesi açısından önem arz etmektedir. Genel olarak firma etkinliği bir firmanın veri girdilerle optimal çıktı bileşimini sağlaması olarak ifade edilmektedir. Firmaların etkinlik performanslarının artırılmasında ise ar-ge harcamaları önemli rol oynamaktadır. İşletmelerin yapmış oldukları ar-ge harcamaları firma büyüklüğünü, karlılığını ve rekabet gücünü artırmaktadır. Bu çerçevede çalışmada Türkiye'de 2009-2020 yılları arasında BİST'te faaliyet gösteren ve kesintisiz ar-ge harcaması yapan imalat sanayii firmalarının ar-ge harcamaları, firma etkinliği ve toplam faktör verimliliği arasındaki ilişki incelenmiştir. Yapılan analizlerden nedensellik testi sonuçlarına göre teknik etkinlikten ar-ge harcamalarına doğru ve ar-ge harcamalarından toplam faktör verimliliğine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisine rastlanmıştır. Ayrıca yapılan Panel ARDL testi sonuçlarına göre ise ar-ge harcamaları ile teknik etkinlik düzeyi ve toplam faktör verimliliği arasında uzun dönemli bir ilişki bulunmaktadır.

ABSTRACT

Keywords:

Firm Efficiency, R&D Expenditures, Total Factor Productivity

In today's world where global economic conditions prevail, the concept of firm efficiency is important in terms of determining the competitiveness of firms in national and international markets with the effect of increasing competition conditions. In general, firm efficiency is defined as a firm's ability

to achieve the optimal output combination with given inputs. R&D expenditures play an important role in increasing the efficiency performance of firms. R&D expenditures of firms increase firm size, profitability and competitiveness. In this framework, this study examines the relationship between R&D expenditures, firm efficiency and total factor productivity of manufacturing industry firms operating in BIST between 2009 and 2020 in Turkey. According to the causality test results, a unidirectional causality relationship was found from technical efficiency to R&D expenditures and from R&D expenditures to total factor productivity. In addition, according to the results of the Panel ARDL test, there is a long-run relationship between R&D expenditures and technical efficiency level and total factor productivity.

1. GİRİŞ

Küreselleşme ve uluslararası rekabetin etkisiyle birlikte bilgi ve teknolojinin ayırt edici güç haline gelmesi, piyasada faaliyet gösteren firmaların bilgi ve teknoloji yatırımlarını artırarak diğer firmalardan farklılaşma ve rekabet avantajı sağlama isteklerini artırmaktadır. Dolayısıyla artan inovasyon faaliyetleri piyasaların yenilik hızını artırmakta, aynı zamanda üretilen mal ve hizmetlerin ömrünün kısalmasına neden olarak işletmelerin rekabet edebilmeleri ve faaliyetlerini sürdürebilmeleri için yenilikçi faaliyetlere yönelmelerini tetiklemektedir (Demir ve Güleç, 2019:58). Günümüzde rekabet ortamının şiddetlenmesi ile birlikte firma etkinliği kavramı ön plana çıkmaktadır. Firma kar maksimizasyonu hedefi ile doğru orantılı olarak pazar payını artırmak ve büyümek istemektedir. Kar maksimizasyonu sağlamak için ise maliyetleri düşürmek ve üretimi artırmak gerekmektedir. Bunun için ise firmanın veri girdi düzeyi ile optimal çıktı bileşimini sağlayarak etkinlik düzeyini artırması gerekmektedir (Özçelik ve Öztürk, 2019:1012).

1980’li yıllara kadar reel ve finansal sektörde firma karlılığı rekabet koşullarının belirleyicisi olarak kabul görmektedir. 1980’li yıllardan sonra ise ekonomide liberalleşmenin ve dışa açık ekonomi politikalarının etkisi ile birlikte, sınai ve finansal kuruluşların rekabet gücünün ölçülmesinde etkinlik kavramı ön plana çıkmaktadır. Günümüzde rekabet ortamının daha da şiddetli bir hal alması neticesinde firma etkinliği kavramı daha da önem kazanmakta ve firmaların rakiplerine göre optimal kaynak kullanımını sağlayarak rekabet güçlerini artırmaları gündeme gelmektedir. Dolayısıyla artık firma performansının değerlendirilmesinde etkinlik önemli bir rol oynamaktadır. İşletmelerin stratejik hedeflerine ulaşmalarında ve performanslarının belirlenmesinde etkinlik düzeyinin değerlendirilebilmesi için ise etkinliğin ölçülmesi gerekmektedir. Etkinliğin ölçülmesi ile birlikte firma performansının diğer firmalara göre değerlendirilmesi de daha kolay hale gelmektedir. Dolayısıyla etkinliğin ölçülmesi firmalar için rekabet edebilirliğin göstergesi olarak önem arz etmektedir. (Ata ve Yakut, 2009:80-82). Aynı zamanda Endüstri ya da firma performansının ölçülmesinde etkinliğin yanı sıra Toplam Faktör Verimliliğinde (TFV) önemlidir. Firma performansının değerlendirilmesinde TFV’ nin kullanılması firma performansı hakkında daha tutarlı ve gerçekçi sonuçların elde edilmesini sağlamaktadır. Çünkü TFV’ de meydana gelen değişimler teknoloji ve teknik etkinlikte meydana gelen değişimleri de içermektedir. Dolayısıyla firmanın elde ettiği teknik etkinlik ve teknolojik ilerlemeyi ifade eden TFV’ de meydana gelen artış firmanın ekonomik performansını ve rekabet edebilirlik düzeyini de artırmaktadır (Deliktaş, 2002:247-249).

İşletmelerde üretim süreçlerinin geliştirilmesi, firma etkinlik ve verimliliğinin sağlanması amacıyla teknolojik yeniliklere uyum sağlama faaliyetlerine yönelik sistematik aktivitelerin yürütülmesi gerekmektedir. Bu yenilikçi sürece uyum sağlanabilmesi ise ancak ar-ge yatırımları sayesinde mümkün olmaktadır. Ar-ge yatırımları ile firmalar yeni ürün ve hizmet

üretmenin yanı sıra etkinlik ve verimlilik artışıyla birlikte uzun dönemli rekabet avantajı sağlayarak büyüme imkânlarına da sahip olmaktadırlar. Ar-ge yatırımları işletmelerin ürün kalitesini artırmakla birlikte yapılan üretimin rekabetçi şartlara uyumunu artıracığından, firmaların gelirlerini ve karlarını artırmalarına da katkı sağlayacaktır (Demir ve Güleç, 2018:58). Günümüz teknoloji ve bilgi çağında teknolojik inovasyonların takip edilerek üretimde kullanılması uluslararası piyasalarda rekabet edebilme açısından da önem arz etmektedir. Dolayısıyla uluslararası piyasalarda ar-ge faaliyetlerine önem veren, tüketiciye yönelik üretim modelini benimseyen, işgücünün performansını artıran, yenilikleri uygulayan ve yerel kaynakları kullanan, marka ve özgün tasarımını oluşturan aynı zamanda teknoloji üreten firmalar ön plana çıkmaktadır (Dinçer, 2015:2-5). Ar-ge yatırımlarına gerekli önemi vermeyen firmaların ise gelecekte pazar paylarını kaybetmesi ve karlılıklarının düşmesi olasıdır (Cenger vd., 2018:91-92).

Yapılan açıklamalardan hareketle ar-ge harcamalarının firma etkinliğini ve verimliliğini artırdığı vurgulanmaktadır. Ar-ge harcaması yapan firmaların maliyet ve rekabet avantajı sağlaması neticesinde karlılıkları da artmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada imalat sanayinde üretim faaliyetinde bulunan ve kesintisiz ar-ge yatırımları yapan firmaların etkinlik ve verimlilik düzeyleri değerlendirilerek Türkiye’de imalat sanayinde üretim yapan diğer firmalarla karşılaştırma yapılması amaçlanmıştır. Bu sayede son dönemde imalat sanayinin performansı değerlendirilerek özellikle ar-ge yatırımları yapan firmaların sektördeki pozisyonları hakkında genel çerçeve çizilmiş olacaktır. Son dönemde imalat sanayinin etkinliği ve ar-ge harcamalarına ilişkin herhangi bir çalışmaya da rastlanmamış olması çalışmanın önemini artırmaktadır.

2. LİTERATÜR

Firma etkinliğinin sağlanmasında ve geliştirilmesinde önemli yere sahip olan ar-ge yatırımlarına ve harcamalarına ilişkin teorik literatür incelendiğinde; Adam Smith ar-ge faaliyetlerinin artmasının inovasyon ve keşifleri artırdığını, ancak iş bölümü ve uzmanlaşmanın ar-ge’yi kısıtladığını öne sürmektedir. Ricardo, Teknoloji ve ar-ge’yi emek verimliliğini artıran dışsal bir faktör olarak değerlendirmektedir. Marx, ar-ge ile gelişen teknolojik sürecin rekabet artışına neden olduğunu ifade etmektedir. Ancak gelişen iktisadi süreç içerisinde ar-ge yatırımlarının ve harcamalarının temeli içsel büyüme teorilerine dayandırılmaktadır. Çünkü İçsel büyüme teorilerinde işletmelerin ar-ge yatırımları sonucu elde ettikleri teknoloji ve yenilikler daha açıklayıcı ve belirgin olarak tanımlanmaktadır. Buna göre ar-ge faaliyetlerinin temeli olarak Schumpeter’ in kuramsal çerçevesi ön plana çıkmaktadır. Schumpeter yenilik kavramını yeni bir üretim fonksiyonun oluşturulması olarak tanımlamaktadır. Bu üretim fonksiyonu ise yeni ürün ya da üretim yöntemini kapsayabileceği gibi yeni organizasyon biçimi ya da yeni piyasa açılmasını da kapsayabilir. Schumpeter’ e göre ar-ge sektörü üretimde yenilikçi teknolojilerin elde edilebilmesi, sürdürülebilir büyüme ve firma etkinliğinin sağlanması açısından anahtar sektör olarak değerlendirilmektedir (Çiftçi, 2010:512). Ayrıca Romer (1990) ve Lucas (1988) tarafından öne sürülen içsel büyüme teorilerinde TFV teknolojik gelişme ile ilişkilendirilmektedir. İçsel büyüme teorilerine göre teknolojik ilerleme TFV’yi artırmaktadır. Teknolojik ilerlemenin sağlanması ise ar-ge harcamalarının sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Öte yandan Grossman ve Helpman (1991) içsel büyüme teorilerine dayanarak yatay ve dikey ürün farklılaştırmasıyla birlikte TFV’ nin önemini vurgulamaktadır. (Aydın ve Yalçınkaya, 2017: 179-180).

Son dönemde ise ar-ge ile etkinlik ve TFV arasındaki ilişkiyi mikro düzeyde firmalar ve makro düzeyde ulusal ekonomi çerçevesinde ele alıp inceleyen çalışmaların arttığı

gözlemlenmektedir. Bu çalışmada mikro düzeydeki ilişki incelendiği için firma düzeyinde ar-ge ile etkinlik ve TFV ilişkisini konu alan literatüre yer verilmektedir. Perelman (1995) ar-ge harcamalarının teknik ilerleme üzerinde pozitif ve önemli bir etkiye sahip olmasının yanında etkinlik üzerinde de olumlu etkisinin olduğunu gözlemiştir. Zhang vd. (2003) yüksek ar-ge harcaması yapan firmaların etkinlik düzeylerinin daha fazla olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Badunenko ve Stephany (2004) Almanya’ da firmaların teknik etkinlik düzeyleri ile beşeri sermaye arasında pozitif ilişkinin olduğu, ancak teknik etkinlik ile ar-ge harcamaları, sermaye yoğunluğu ve firma büyüklüğü arasında ise bir ilişkinin olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Kim ve Lee (2006)’ e göre ar-ge harcamalarının süreklilik arz etmesi toplam faktör verimliliğini artıracaktır. Raheman vd. (2008) Pakistan’da imalat sanayinde teknik etkinlik düzeyinin artırılarak teknolojik gelişmenin sağlanabilmesi için ar-ge harcamalarının artırılması gerektiğini ifade etmektedir. Kumbhakar vd. (2009) düşük teknoloji kullanan firmalarda ar-ge yatırımlarının teknik etkinlik üzerindeki etkisinin düşük seviyede, yüksek teknoloji firmalarda ise ar-ge yatırımlarının teknik etkinlik üzerindeki etkisinin daha büyük olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Mitra vd. (2011) ar-ge yoğunluğunun yüksek olduğu sektörlerde toplam faktör verimliliğinin daha yüksek değerler aldığı, ancak ar-ge yoğunluğu azaldıkça firmaların teknik etkinlik ve toplam faktör verimliliği değerlerinin azaldığı sonucuna ulaşmışlardır. König vd. (2012) yapmış oldukları çalışmada firma etkinliğinin firmalar arasında yapılan ar-ge iş birliğinin marjinal maliyetine eşit olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Tian (2014)’ a göre ar-ge faaliyetleri teknolojik ilerlemeyi artırarak firma etkinliğini ve verimliliğini artırmaktadır. Kalaycı ve Pamukçu (2014) ar-ge harcamalarının düşük teknolojiye sahip firmalarda teknik etkinlik düzeyine katkı yapmadığı, ancak orta ve yüksek teknoloji firmalarda teknik etkinlik düzeylerini olumlu etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Liik vd. (2014)’e göre yapılan ar-ge harcamaları yüksek teknoloji imalat sanayi firmalarında teknolojik verimliliği artırarak endüstriyel ve sektörel anlamda etkinliğin artmasına neden olmaktadır. Ancak düşük teknolojiye sahip sektörlerde firma etkinliğine etki etmemektedir. Fikirli ve Çetin (2015) ar-ge sermaye birikiminin TFV üzerinde bir etkisinin olmadığını tespit etmişlerdir. Zhao (2015) bölgesel olarak teknolojik gelişimini sağlayan yerlerde ar-ge etkinliğinin yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Barasa (2015) ar-ge harcamaları ve yabancı teknolojilerin firma etkinlik düzeyini olumsuz etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Bonanno (2016) ar-ge harcamaları ve bilgi iletişim teknolojileri modele girdi olarak dahil edildiğinde firmaların etkinlik seviyelerinin oldukça yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Berghall (2016)’ a göre teknik etkinlik ile ar-ge yoğunluğu ilişkisi önemsenmeyecek kadar az olarak değerlendirilmektedir. Kreuser ve Newman (2018)’ a göre firma büyüme hızı arttıkça teknik etkinlik artmakta ve bunun sonucunda ar-ge harcamaları artmaktadır. Li (2018)’ ye göre ar-ge harcamalarının teknik etkinlik üzerinde olumlu bir etkisi vardır. Grant vd. (2020) ar-ge harcamaları ile firma etkinliği arasında “U” şeklinde bir ilişki vardır. Yani teknoloji seviyesi düşük firmalarda ar-ge harcamalarının etkisi belirli bir eşik noktasına kadar azalmakta bu eşik noktasından sonra ise artmaktadır. Dolayısıyla ar-ge ile etkinlik arasında doğrusal bir ilişki yoktur.

Yapılan literatür incelemesine göre ar-ge ile firma etkinliği ve toplam faktör verimliliği arasındaki ilişkiyi aynı ya da farklı yöntemlerle inceleyen çok sayıda çalışmanın olduğu gözlemlenmektedir. Bu çalışmalardan hareketle ar-ge ile etkinlik düzeyi ve toplam faktör verimliliği arasındaki ilişki konusunda tartışmalar olsa da büyük oranda teorik literatürü destekleyen bir fikir birliği olduğu gözlemlenmektedir.

3. VERİ SETİ VE MODEL

Çalışmada 2009-2020 yılları arasında Türkiye’de sanayi sektöründe faaliyet gösteren ve kesintisiz ar-ge harcaması yapan 10 firmanın ar-ge harcamaları ile teknik etkinlik düzeyi ve

toplam faktör verimliliği arasındaki ilişki test edilmektedir. Çalışmada firmaların etkinlik ve toplam faktör verimliliğinin hesaplanmasında girdi olarak sabit varlıklar, öz kaynaklar ve toplam maliyet, çıktı olarak toplam satışlar ve brüt kar verileri kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan veriler Kamuyu Aydınlatma Platformu veri tabanından elde edilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkinin test edilmesinde temel ve yardımcı yöntem olmak üzere iki aşamalı analiz yöntemi benimsenmiştir. Firmaların teknik etkinlik düzeyleri ile toplam faktör verimliliği değerleri yardımcı yöntem olarak kullanılan veri zarflama analizi yöntemi (VZA) ile hesaplanmıştır. Firmaların ar-ge harcamaları, etkinlik düzeyleri ve toplam faktör verimliliği arasındaki nedensellik ve eş bütünleşme ilişkisinin test edilmesi amacıyla ise temel yöntem olarak panel nedensellik testi ve panel ARDL eş bütünleşme testleri kullanılmıştır. VZA yönteminde DEA 2.0 programından, panel veri analizinde ise STATA 15 programından yararlanılmıştır. Çalışmada kullanılan verilerin ait olduğu firmalar aşağıda Tablo 1’ de yer almaktadır.

Tablo 1. 2009-2020 Yılları Arasında Kesintisiz Ar-Ge Harcaması Yapan Firmalar

ŞİRKETLER		ŞİRKETLER	
1	ARÇELİK	6	İHLAS
2	ASELSAN	7	EGE SERAMİK
3	PETKİM	8	BURSA ÇİMENTO
4	AYGAZ	9	KÜTAHYA PORSELEN
5	FORD OTOMOTİV	10	ÇEMTAŞ

3.1. Veri Zarflama Analizi

Veri zarflama analizi ilk olarak 1957 yılında Farrel tarafından kullanılmıştır. Veri zarflama analizi bütün bir ekonomiye uygulanabilme özelliği bakımından önem arz etmektedir. VZA genel olarak etkinlik ölçüm metodu olarak kullanılmakta ve bu yöntemle hesaplanan etkinlik kendi içerisinde parçalara ayrılmaktadır (Özçelik ve Kandemir, 2017:45). VZA aynı girdiyi kullanan homojen birimlerin aynı çıktıyı elde etmesi sonucunda elde edilen etkinlik sonuçlarını değerlendirmede ve diğer birimlerin etkinlik değerleri ile karşılaştırmada kullanılmaktadır. VZA’ nın etkinlik ölçümünde homojen küme yapısı kullanması sonuçları anlamlı hale getirmekte ve sağlıklı ölçüm yapılmasını sağlayarak diğer yöntemlere göre avantaj sağlamaktadır.

Veri zarflama analizi ile etkinlik sınırının oluşturulmasında belirli bir fonksiyona bağlı olmayan gözlem değerleri kullanılmakta ve etkinliğe sahip olmayan karar birimleri için sınır noktaları belirlenmektedir. Bu karar verme birimi sınır noktasında yer alıyorsa karar biriminin etkin olduğu, bu sınır üzerinde bulunmuyorsa etkin olmadığı sonucuna ulaşılır. VZA’ da veri zarflama şekline ve etkin olmayan birimlerin etkinlik sınırına olan uzaklıklarına göre kullanılan modeller farklılık göstermektedir (Bozkurt ve Topçuoğlu, 2019:144). Bunlardan en çok kullanılanlardan ilki Chornes, Chooper ve Rhodes’ un (1978) ortaya atmış olduğu CCR modelidir. Bu model ölçeğe göre sabit getiri varsayımından hareketle toplam etkinliğin ölçümünün yapılmasını sağlamaktadır. İkincisi ise, Banker, Chornes ve Cooper (1984) tarafından geliştirilen BCC modelidir. Bu model ise, ölçeğe göre değişken getiri varsayımından hareketle teknik etkinliğin ölçümünde kullanılmaktadır. VZA’ da toplam etkinlik değeri teknik etkinlik değeri ile ölçek etkinliği değerinin çarpımı ile bulunmaktadır. Buna göre, CCR modelinden elde edilen toplam etkinlik değerinin, BCC modelinden elde edilen teknik etkinlik değerine bölünmesi ile ölçek etkinliği elde edilmektedir. VZA modelleri girdiye yönelik modeller ve çıktıya yönelik modeller olmak üzere iki şekilde kurulabilmektedir (Özçelik ve Öztürk, 2019:1017-1018). Bu çalışmada ölçeğe göre sabit getiri varsayımından hareketle girdiye yönelik CCR modelleri kullanılarak etkinlik değeri hesaplanmaktadır.

Firma etkinliğinin ölçülmesi amacıyla kullanılan veri zarflama analizi statik bir analiz olmakla birlikte analize konu olan firmanın sadece bir dönemdeki etkinliğini ölçmektedir. VZA yöntemi kullanılarak cari dönemde etkin olan firma bir sonraki dönemde etkin olmayabilir. Ya da cari dönemde etkin olmayan firma bir sonraki dönemde etkin duruma gelebilmektedir. Bu şekilde meydana gelen değişimler nedeniyle firmaların etkinlik düzeylerinin incelemeye konu olan zaman aralığındaki değişimi de incelenmelidir. Etkinlik analizinde incelemeye konu olan zamandaki değişimleri ölçmek amacıyla Malmquist indeksi (TFV indeksi) kullanılmaktadır. Bu indekse göre, incelemeye konu olan iki veri arasındaki TFV değişimi ve bu noktaların ortak teknolojiye olan uzaklıkları uzaklık fonksiyonu aracılığıyla hesaplanarak TFV' de meydana gelen değişim ölçülmektedir. Malmquist TFV indeksinde hesaplanan verimlilik değişimi teknoloji ve teknik etkinlik düzeyine bağlıdır (Atukalp, 2018:26).

3.2. Panel Granger Nedensellik Testi

Granger nedensellik analizi ilk defa 1969 yılında Granger tarafından geliştirilmiştir. Granger nedensellik analizi bir değişken hakkında gelecek değer tahmininin yapılabilmesi için diğer değişkenlerin buna katkısının olup olmadığını test edebilmesi bakımından önem arz etmektedir. Çalışmada kullanılan panel verilerin analiz edilmesinde panel Granger nedensellik analizinin kullanılma nedeni yapılan değişkenlerin homojen dağılmış olması ve panel verilerin sağlamış olduğu avantajlardan yararlanma isteğidir. Buna göre herhangi bir birim için geçerli olan iktisadi bir olgunun farklı birimler içinde geçerliliğinin test edilmesi imkanı ortaya çıkmaktadır (Bozoklu ve Yılanıcı, 2013).

Panel veri analizinde kullanılan nedensellik testleri homojen ve heterojen paneller için farklılık göstermektedir. Dolayısıyla panel veriye uygulanan Swamy-S homojenlik testi sonucuna göre (prob S> 0.05) sabit parametresi heterojen ve eğim parametresi homojen olan nedensellik testi üzerinde durulmaktadır. Çalışmada kullanılan panel granger nedensellik analizi için;

$$Y_{it} = \alpha_i + \sum_{k=1}^K \gamma_k Y_{it-k} + \sum_{k=1}^K \beta_k X_{it-k} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

Eşitliği tanımlanmaktadır. Eşitlikte yer alan γ_k otoregresif parametre, β_k ise eğim parametresi olarak tanımlıdır. Elde edilen bu eşitlik sabit parametrenin birimlere göre değişken, eğim parametresinin ise birimlere göre değişken olmadığını ifade etmektedir. Bu durum panelin homojen bir panel olduğunu göstermektedir. Bu noktadan hareketle panel granger nedensellik testi için kurulan temel hipotez;

$$H_0: \beta_k = 0 \quad (2)$$

Şeklinde kurulur. Burada H_0 temel hipotezi "X' ten Y' ye doğru nedensellik yoktur" biçiminde tanımlanmaktadır. Ayrıca temel hipotezin test edilmesinde zaman serilerinde kullanılan Granger nedensellik analizine benzer şekilde Wald ya da F testi kullanılmaktadır (Tatoğlu; 2017:152-153).

3.3. ARDL Panel Eş bütünleşme Testi

Çalışmada değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkiyi test etmek amacıyla gecikmesi dağıtılmış otoregresif model (autoregressive distributed lag-ARDL) kullanılmıştır. Değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkinin test edilebilmesi için farklı test yöntemleri olmakla birlikte ARDL modeli birim kök testi sonuçlarının dikkate alınması yönünden diğer testlerden farklılaşmaktadır. Dolayısıyla diğer eş bütünleşme testlerinde değişkenlerin aynı derecede durağan olması koşulu aranırken ARDL modelinde değişkenlerin düzeyde ya da farkta durağan olması modelin tahminine engel değildir. ARDL modeline göre sadece

değişkenler arasındaki durağanlık ilişkisinin I(2) olması modelin tahminine engel olmaktadır. Modelin tahmininde kullanılan Panel ARDL modeli;

$$Y_{it} = \sum_{j=1}^p \lambda_{ij} Y_{i,t-j} + \sum_{j=0}^q \delta'_{ij} X_{i,t-j} + \mu_i + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

Panel ARDL denklemi çalışmada kullanılan değişkenlere göre tanımlandığında;

$$TE_{it} = \sum_{j=1}^p \lambda_{ij} TE_{i,t-j} + \sum_{j=0}^q \delta'_{ij} LARGE_{i,t-j} + \mu_i + \varepsilon_{it} \quad (4)$$

$$TFV_{it} = \sum_{j=1}^p \lambda_{ij} TFV_{i,t-j} + \sum_{j=0}^q \delta'_{ij} LARGE_{i,t-j} + \mu_i + \varepsilon_{it} \quad (5)$$

olarak gösterilir. ARDL modeline uygun olarak oluşturulan hata düzeltme denklemi kullanılan değişkenlere göre oluşturulduğunda;

$$\Delta TE_{it} = \theta_i (TE_{i,t-1} - \theta_i' LARGE_{it}) + \sum_{j=1}^{p-1} \lambda_{it}^* \Delta TE_{i,t-j} + \sum_{j=0}^{q-1} \delta_{ij}^* \Delta LARGE_{i,t-j} + \mu_i + \varepsilon_{it} \quad (6)$$

$$\Delta TFV_{it} = \theta_i (TFV_{i,t-1} - \theta_i' LARGE_{it}) + \sum_{j=1}^{p-1} \lambda_{it}^* \Delta TFV_{i,t-j} + \sum_{j=0}^{q-1} \delta_{ij}^* \Delta LARGE_{i,t-j} + \mu_i + \varepsilon_{it} \quad (7)$$

Şeklinde gösterilmektedir. Burada θ_i hata teriminin düzeltme hızını temsil etmektedir. Eğer $\theta_i = 0$ ise değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişki yoktur. Bu parametrenin uzun dönemli ilişkiyi yansıtması varsayımı altında, parametre negatif değerler alacaktır. Yukarıda yapılan açıklamalara göre ARDL modelinde değişkenlerin düzeyde ya da farkta durağan olması önemli değildir. Fakat değişkenlerin ikinci farkta durağan olması ihtimaline karşılık birim kök testleri uygulanmıştır.

4. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Yukarıda açıklanan yöntemlere istinaden çalışmadan elde edilen bulgular ve değerlendirmeler başlıklar halinde aşağıda yer almaktadır. Çalışmada kullanılan değişkenlere yapılan homojenlik ve birimler arası korelasyon testi sonuçlarına göre uygulanacak testler farklılıklar göstermektedir. Bu nedenle verilerin analiz edilmesinde uygulanacak testlerin belirlenmesi amacıyla önsel testler yapılmıştır. Bu açıklamaya istinaden yapılan Swamy-S Homojenlik ve Pesaran CD birimler arası korelasyon testi sonuçları tabloda yer almaktadır.

Tablo 2. Swamy-S Homojenlik ve Pesaran CD Birimler Arası Korelasyon Testi Sonuçları

Değişkenler	SWAMY-S TESTİ		PESARAN CD TESTİ	
	Wald (Chi2)	Prob	Cd Test	Prob
TE=>ARGE	1.80	0.4066	6.92	0.000***
TFV=> ARGE	0.00	0.9643	6.92	0.000***

*, **, *** ifadeleri sırasıyla %10, %5 ve %1 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Tablo 2' de yer alan Swamy-S testi sonucuna göre H_0 hipotezi reddedilememiştir. Dolayısıyla yapılan Swamy-S testi sonucu değişkenlerin homojen dağıldığını ifade etmektedir. Çalışmada kullanılan birimlere ilişkin yapılan Pesaran CD testi sonucuna göre ise "birimler arası korelasyon yoktur" şeklinde kurulan H_0 temel hipotezi reddedilerek birimler arasında korelasyonun olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

4.1. Panel Birim Kök Testi Sonuçları

Panel birim kök testleri örnek çekim sürecinin sonucuna göre birinci kuşak ve ikinci kuşak panel birim kök testleri olarak ikiye ayrılmaktadır. Birinci kuşak birim kök testleri değişkenlere ait seriler arasında korelasyon olmaması durumunda kullanılabilen iken ikinci kuşak birim

kök testleri birimlere ait seriler arasında korelasyonun varlığı durumunda kullanılabilir. Çalışmada kullanılan birimlere ilişkin yapılan Pesaran CD testi sonucunda birimler arasında korelasyonun olduğu bulgusuna ulaşılmış ve değişkenlerin durağanlık düzeylerinin belirlenmesinde ikinci kuşak birim kök testi olan Fisher ADF ve IPS (In Pesaran Shin) birim kök testleri kullanılmıştır.

Tablo 3. Birim Kök Testi Sonuçları

Değişkenler	CADF		CIPS	
	I(0)	I(1)	I(0)	I(1)
R&D	-1.322	-3.956 ***	-3.532***	----
TE	-1.092	-2.321*	0.953	-1.477*
TFP	-1.757	-3.182***	-0.135	-3.495***

*, **, *** ifadeleri sırasıyla %10, %5 ve %1 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Tablo 3’ te yer alan birim kök testi sonuçlarına göre ar-ge ve teknik etkinlik değişkenleri İPS ve Fisher ADF birim kök testlerine göre farkta %1 anlamlılık düzeyinde farkta durağan olarak test edilmiştir. Toplam Faktör Verimliliği ise %1 anlamlılık düzeyinde düzeyde olarak gözlemlenmiştir. Elde edilen birim kök testi sonuçları değişkenlerin durağanlık düzeylerini göstermektedir. Buna göre, panel nedensellik ve panel eş bütünleşme testlerinin yapılmasında değişkenlerin durağan seviyelerinin kullanılmasının yeterli olması nedeniyle panel nedensellik ve panel ARDL eş bütünleşme testleri bu değişkenlere uygulanabilmektedir.

4.2. Panel Granger Nedensellik Testi Sonuçları

Değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisinin test edilmesi amacıyla panel granger nedensellik analizi kullanılmıştır. Birim kök testi sonuçlarına göre değişkenlerin farkta durağan olması nedeniyle nedensellik analizinde fark serileri ile tahmin yapılmaktadır.

Tablo 4: Panel Granger Nedensellik Analiz Sonuçları

Variables	Wald test (chi-square)	Prob
R&D => TE	1.669	0.434
TE => R&D	5.812	0.055**
R&D =>TFP	18.882	0.000***
TFP => R&D	3.956	0.138

*, **, *** ifadeleri sırasıyla %10, %5, ve %1 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Tablo 4’ te yer alan granger nedensellik testine göre teknik etkinlikten ar-ge harcamalarına doğru nedensellik ilişkisine rastlanmıştır. ARGE harcamalarından teknik etkinliğe doğru ise nedensellik ilişkisi gözlemlenmemiştir. Bu durumda ar-ge harcamaları ile teknik etkinlik arasındaki nedensellik ilişkisi tek yönlüdür. Dolayısıyla teknik etkinlik ar-ge’nin granger nedenidir sonucuna ulaşılabilmektedir. Toplam faktör verimliliği ve ar-ge arasındaki nedensellik ilişkisi incelendiğinde ise ar-ge harcamalarından toplam faktör verimliliğine doğru nedensellik ilişkisinin olduğu gözlemlenmiştir. Toplam faktör verimliliğinden ar-ge’ ye doğru ise bir nedensellik ilişkisine rastlanmamıştır.

4.3. Panel ARDL Testi Sonuçları

Değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkilerin test edilmesi amacıyla aynı ya da farklı durağanlık seviyelerine sahip olan değişkenlere eş bütünleşme testi uygulanabilmektedir. Çalışmada farklı durağanlık seviyelerine sahip değişkenlerin test edilebileceğini öne süren

Panel ARDL eş bütünleşme testi kullanılmıştır. Ar-ge harcamalarının teknik etkinlik ve toplam faktör verimliliği üzerindeki etkilerinin karşılaştırılması amacıyla teknik etkinlik ve toplam faktör verimliliğinin bağımlı değişken olarak yer aldığı iki farklı model tahmin edilerek sonuçlar karşılaştırmalı olarak Tablo 5'te verilmektedir.

Tablo 5. Panel ARDL Test Sonuçları

Değişkenler	Katsayılar	T İstatistiği
TE=> R&D	0.061742	5.791341***
TFP=> R&D	0.078354	7.241821***
TE=>TFV	0.516115	11.98459***

*, **, *** ifadeleri sırasıyla %10, %5, ve %1 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Tablo 5' te yer alan Panel ARDL testi sonuçlarına göre uzun dönemde ar-ge harcamalarında meydana gelen %1' lik artış firmanın teknik etkinlik düzeyini %0.06 oranında, toplam faktör verimliliğini ise %0.07 oranında artırmaktadır. Ar-ge harcamalarının uzun dönemde toplam faktör verimliliğini teknik etkinlikten daha fazla artırmasının nedeni toplam faktör verimliliğinin içerisinde teknik etkinliğinde yer almasından kaynaklanabilir.

5. SONUÇ

Bu çalışmada BİST' de işlem gören ve kesintisiz ar-ge harcaması yapan 10 firmanın 2009-2020 yılları arasında yapmış oldukları ar-ge harcamaları ile teknik etkinlik ve toplam faktör verimliliği arasındaki nedensellik ve eş bütünleşme ilişkileri panel nedensellik ve panel eş bütünleşme analizleri yardımıyla incelenmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkinin test edilmesinde temel ve yardımcı yöntem olmak üzere iki aşamalı analiz yöntemi benimsenmiştir. Firmaların teknik etkinlik düzeyleri ile toplam faktör verimliliği değerleri yardımcı yöntem olarak kullanılan veri zarflama analizi yöntemi ile hesaplanmıştır. Firmaların ar-ge harcamaları, etkin düzeyleri ve toplam faktör verimliliği arasındaki nedensellik ve eş bütünleşme ilişkisinin test edilmesi amacıyla ise temel yöntem olarak panel nedensellik testi ve panel ARDL eş bütünleşme testleri kullanılmıştır. Teknik etkinlik ve toplam faktör verimliliği hesaplamalarında girdi olarak sabit varlık, öz kaynak ve toplam maliyet verileri, çıktı olarak ise brüt kar ve toplam satış verileri kullanılmıştır.

Elde edilen nedensellik testi sonuçlarına göre teknik etkinlikten ar-ge harcamalarına doğru ve ar-ge harcamalarından toplam faktör verimliliğine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisine rastlanmıştır. Panel ARDL testi sonuçlarına göre uzun dönemde ar-ge harcamalarında meydana gelen %1' lik artış firmanın teknik etkinlik düzeyini %0.06 oranında, toplam faktör verimliliğini ise %0.07 oranında artırmaktadır. Buna göre Etkinlik düzeyi yüksek olan firmaların ar-ge harcamasına önem verdiği sonucuna ulaşılabilir. Ar-ge harcamasına önem veren ve ar-ge yatırımlarını artıran firmaların ise etkinlik düzeylerinin ve rekabet gücünün arttığı sonucuna ulaşılabilir. Ar-ge harcamalarının uzun dönemde toplam faktör verimliliğini teknik etkinlikten daha fazla artırmasının nedeni toplam faktör verimliliğinin içerisinde teknik etkinliğinde yer almasından kaynaklanabilir.

6. TARTIŞMA VE ÇIKARIMLAR

Yapılan nedensellik ve eş bütünleşme testleri firmaların yaptığı ar-ge harcamalarının teknik etkinliği ve toplam faktör verimliliğini artırdığını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla Türkiye'de imalat sanayinde üretim yapan firmaların yaptıkları ar-ge harcamaları sonucunda rekabet güçlerinin ve karlılıklarının arttığı söylenebilir. Bu şirketlerin bilançoları değerlendirildiğinde bu sonuç açıkça görülmektedir. Ayrıca analize konu olan firmaların teknolojik üretim yapan ve

pazarda lider firmalar olması teorik literatürü de desteklemektedir. Buna göre, Türkiye'de imalat sanayinde üretim yapan şirketler için yüksek teknoloji şirketlerinin daha fazla ar-ge yatırımı yaptığı fikri doğrulanmaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, düşük teknoloji ile üretim yapan firmaların ar-ge harcamalarına yeterli kaynak ayıramamasıdır. Bu nedenle düşük teknoloji ile üretim yapan firmaların sermaye kısıtları nedeniyle devlet tarafından desteklenmesi gerekmektedir. Bu sayede imalat sanayinde firmalar arasındaki rekabet koşulları artırılabilir ve sanayide tekelleşme önenebilir. Aksi takdirde imalat sanayinde yüksek sermaye ve teknolojiye sahip firmalar gelecekte piyasada tekel haline gelebilirler. Ayrıca Türkiye'de imalat sanayinde üretim yapan firmaların rekabetçi ve teknolojik yapıları ile ar-ge harcamaları uluslararası firmalarla kıyaslanabilir. Nitekim ar-ge harcamalarının sağladığı teknolojik yenilik süreci, üretimde verimliliği artırarak şirketlerin büyüme sürecine katkı sağlamaktadır. Bu nedenle ar-ge harcamalarının firmaların teknolojik gelişimini ve rekabet gücünü artırması açısından önemi bir kez daha vurgulanmaktadır. Aynı zamanda teknolojik gelişmelere ve yeniliklere uyum sağlayan firmaların ar-ge harcamaları sonucunda artan verimlilik ve verimlilik düzeyleri küresel rekabette maliyet avantajı sağlamak ve firmaların kar maksimizasyon hedeflerine ulaşmalarını sağlamaktadır.

Bu çalışma, analizde kullanılan yöntemler ve elde edilen sonuçlar açısından literatürdeki diğer çalışmalardan farklılık göstermektedir. Literatürde ar-ge harcamaları ile firmaların verimliliği arasındaki ilişkiyi test eden çalışmalarda bu ilişki açısından farklı sonuçların elde edildiği görülmektedir. Ancak ar-ge ile teknik etkinlik düzeyi arasında pozitif bir ilişki olduğu sonucuna varılan tüm çalışmalarda, ar-ge harcamalarının firmanın teknik etkinlik düzeyini artırdığı konusunda görüş birliği bulunmaktadır. Bu çalışmada, teknik etkinliği yüksek olan firmaların ar-ge'ye harcama yaptıkları ve etkinlik düzeyi arttıkça ar-ge harcamalarının miktarının da arttığı görülmüştür. Bu sonuç, bu çalışmanın literatürdeki diğer çalışmalardan farkını ortaya koymaktadır. Aynı zamanda kullanılan paneller ve panel ARDL Türkiye nedensellik analizi' imalat sektöründe faaliyet gösteren firmaların ar-ge harcama düzeyleri ile teknik etkinlik arasındaki ilişkiyi test etmek için ilk kez kullanıldı. Ayrıca çalışmadan elde edilen bulgular, Grossman ve Helpman'ın içsel büyüme teorilerinde ifade ettikleri ar-ge harcamalarındaki artışların teknolojik ilerlemeyi hızlandıracağı ve ara malı nitelik ve niceliğini artırarak toplam faktör verimliliğini artıracığı görüşünü desteklemektedir. Buna göre nedensellik ve eş bütünleşme testleri firmaların yaptıkları ar-ge harcamalarının teknik etkinliği ve toplam faktör verimliliğini artırdığını ortaya koymaktadır.

KAYNAKÇA

- ATA, H. A., & YAKUT, E. (2009). “Finansal Performansa Dayalı Etkinlik Ölçümü: İmalat Sektörü Uygulaması” *Journal of Kocaeli University Institute of Social Sciences*, Vol 18, pp.80 – 100. <https://pdfs.semanticscholar.org/be80/5590c4d686eaf5cf04e9e371fd3f0cfa8aa9.pdf>
- ATUKALP, M., E. (2018). “Malmquist Toplam Faktör Verimliliği Endeksi ile Türk Bankacılık Sisteminde Bölgesel Performans Ölçümü” *Financial Political and Economic Comments*, Vol: 638, pp.17-34. <http://www.ekonomikyorumlar.com.tr/files/articles/1530692309.pdf>
- AYDIN, H. İ., & YALÇINKAYA, Ö. (2017). “Ar-Ge Yatırımlarının Toplam Faktör Verimliliği Üzerindeki Etkileri: OECD Ülkeleri Üzerinde Panel Veri Analizi (1994-2014)”. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (26), 178-196. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/pausbed/issue/34756/384426>

- BARASA, L. (2015). "R&D, Foreign Technology and Technical Efficiency in Developing Countries" (DFID Working Paper). Tilburg University.
- BADUNENKO, O., & STEPHANY, A. (2004). "The Potential Determinants of German Firms' Technical Efficiency: An Application Using Industry Level Data" German Stata Users' Group Meetings
- BERGHÄLL, E. (2016). "Innovation, competition and technical efficiency, Cogent Business & Management, Taylor & Francis, Abingdon, Vol:3, pp.1-23.
- BONANNO, G. (2016). "ICT and R&D As Inputs Or Efficiency Determinants? Analysing Italian Manufacturing Firms 2007-2009" Eurasian Business Review, Vol: 6 (3), pp.383-404.
- BOZKURT, E., & TOPÇUOĞLU, Ö. (2019). "AR-GE Etkinliğinin Belirleyicileri Üzerine Bir Tobit Model Uygulaması" Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Vol: 21, pp.141-163.
- BOZOKLU, Ş., & YILANCI, V. (2013). "Finansal Gelişme ve İktisadi Büyüme Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Gelişmekte Olan Ekonomiler İçin Analiz" Journal of Dokuz Eylül University Faculty of Economics and Administrative Sciences, Vol: 2, pp.161-187.
- CENGER, H., GÜLCÜ, A., & KARACA, F., B. (2018). "Borsa İstanbul'da İşlem Gören İmalat Sanayi Firmalarının Görelî Etkinlik (VZA) Düzeylerinin Ar-Ge Yoğunlukları İle İlişkisi" JEBPIR Journal of Economics, Business, Politics and International Relations, Vol:4(1-2), pp.89-110.
- ÇİFTÇİ, N. (2010). "İçsel Büyüme Teorileri Çerçevesinde Yenilikçi Faaliyetler, Ar-Ge Harcamaları ve Yüksek Teknoloji İhracatı Arasındaki İlişkiler: OECD Ülkeleri Panel Veri Analizi" International Congress of History and Culture in the Balkans.
- DELİKTAŞ, E. (2002). "Türkiye özel sektör imalat sanayiinde etkinlik ve toplam faktör verimliliği analizi" METU Development Journal, Vol: 29 (3-4), pp.247-284.
- DEMİR, C. VE GÜLEÇ, Ö. F. (2019). "Araştırma Ve Geliştirme Giderlerinin Firma Kârlılığı Üzerine Etkisi: Bist İmalat Sektörü Örneği" Pamukkale University Journal of Social Sciences Institute, Vol: 34, pp.57-72.
- DİNÇER, D. (2015). "Türkiye'de 2000-2011 Yılları Arasında Gerçekleşen Ar-Ge Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi" Tekirdağ SMMM Chamber Journal of Financial Advisors, Vol: 4.
- FİKİRLİ, Ö., & ÇETİN, A., K. (2015). "Ar-Ge Sermaye Birikiminin Toplam Faktör Verimliliğine Etkisi: Türkiye Örneği", Journal of Entrepreneurship and Innovation Management, Vol: 4, Issue:2, pp.147-166.
- GRANT, K., MATOUSEK, R., MEYER, M., & TZEREMES, N. G. (2020). "Research and development spending and technical efficiency: evidence from biotechnology and pharmaceutical sector". International Journal of Production Research, 58(20), 6170-6184.
- GROSSMAN, G., M., & HELPMAN, E. (1991). "Quality Ladders in the Theory of Growth" Oxford University Press, sayı 58, s.43-51.

- KALAYCI, E., & PAMUKÇU, M. T. (2014). “Does R&D Intensity Contribute to Technical Efficiency in Turkey?” *Economics Business and Finance*, Vol:29, pp.09-30.
- KIM, S., & LEE, H. (2006) “The Impact of Organizational Context and Information Technology on Employee Knowledge-Sharing Capabilities” *Public Administration Review*, sayı 66, s.370-385.
- KÖNIG, M. D., BATTISTON, S., NAPOLETANO, M., & SCHWEITZER, F. (2012). “The efficiency and stability of R&D networks”. *Games and Economic Behavior*, 75(2), 694-713.
- KREUSER, C. F., & NEWMAN, C. (2018). “Total factor productivity in South African manufacturing firms”. *South African Journal of Economics*, 86, 40-78.
- KUMBHAKAR, S. C., ORTEGA-ARGILÉS, R., POTTERS, L., VIVARELLI, M., & VOIGT, P. (2009). “Corporate R&D and firm efficiency: evidence from Europe’s top R&D investors”. Available at SSRN 1528592.
- LI, B. (2018). “Measurement and Analysis of China’s Industrial Technical Efficiency” *Journal of Financial Risk Management*, sayı 7, s.109-122.
- LIHK, M., MASSO, J., & UKRAINSKI, K. (2014). “The contribution of R&D to production efficiency in OECD countries: econometric analysis of industry-level panel data”. *Baltic Journal of Economics*, 14(1-2), 78-100.
- LUCAS, R. E. (1988). “On The Mechanics Of Economic Development” *Journal of Monetary Economics*, sayı 22, s.3-42.
- MITRA, A., SHARMA, C., & VÉGANZONÈS-VAROUdakis, M. A. (2011). Total factor productivity and technical efficiency of Indian manufacturing: The role of infrastructure and information & communication technology.
- ÖZÇELİK, F., & ÖZTÜRK B., A. (2019). “Girdi Olarak Maliyetlere Yönelik Veri Zarflama Analizi Modelleri İle Göreli Etkinlik Analizi” *Journal of Business Studies*, Vol: 11(2), pp.1011-1028.
- ÖZÇELİK, H., & KANDEMİR, B. (2017). “Veri zarflama analizi ve imalat sektöründe bir uygulama” *Journal of Süleyman Demirel University Faculty of Economics and Administrative Sciences*, Vol 22, pp.43-53.
- PERELMAN, S. (1995). “R&D, Technological Progress And Efficiency Change in Industrial Activities” *Review of Income and Wealth*, sayı 41, s.349-366.
- RAHEMAN, A., AFZA, T., QAYYUM, A., & BODLA, M. A. (2008). “Estimating total factor productivity and its components: Evidence from major manufacturing industries of Pakistan”. *The Pakistan Development Review*, 677-694.
- ROMER, P., M. (1990). “Endogenous Technological Change” *Journal of Political Economy*, sayı 98, s.71-101.
- TIAN, D. (2014). “R&D and Software Firms’ Productivity and Efficiency: Empirical Evidence of Global Top R&D Spending Firms” *International Journal of Hybrid Information Technology*, sayı 7, s.165-176.
- TATOĞLU, F., Y. (2017). “Panel Zaman Serileri Analizi” *Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş., İstanbul*.

ZHANG, A., ZHANG, Y., & ZHAO, R. (2003). "A study of the R&D efficiency and productivity of Chinese firms". *Journal of Comparative Economics*, 31(3), 444-464.

ZHAO, H. (2015). "The Empirical Study on R&D Efficiency of High-Tech Industry in China. *International Journal of Trade*". *Economics and Finance*, 6(1), 49.

Otantikliğin Tavsiye Etme Niyeti ve Destinasyon Tatmini Üzerindeki Etkisinde Algılanan Destinasyon İmajının Aracılık Rolü¹

(Araştırma Makalesi)

The Mediation Role of Perceived Destination Image in the Effect of Authenticity on the Intention to Recommend and Destination Satisfaction
Doi: 10.29023/alanyaakademik.1141826

Havva ÇIVGIN

Dokuz Eylül Üniversitesi

havvacivgin48@gmail.com,

Orcid No: 0000-0002-6102-532X

Muharrem TUNA

Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

muharrem.tuna@hbv.edu.tr,

Orcid No: 0000-0001-5526-7122

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Çıvgın, H. & Tuna, M. (2023). Otantikliğin Tavsiye Etme Niyeti ve Destinasyon Tatmini Üzerindeki Etkisinde Algılanan Destinasyon İmajının Aracılık Rolü. *Alanya Akademik Bakış*, 7(1), Sayfa No.389-411.

ÖZET

Anahtar kelimeler:

İmaj, Otantiklik,
Tatmin, Tavsiye Etme

Makale Geliş Tarihi:

07.07.2022

Kabul Tarihi:

13.01.2023

Turistlerin turizm hareketliliğine katılmasında yöreye özgü unsurlar ve kültürel öğelerin ön plana çıkarılması ve tanıtılması büyük önem taşımaktadır. Bu noktada, yöreye özgü geçmişten günümüze özelliklerini koruyan otantik değerlerin sunulması, turistin farklı ve hatırlanabilir deneyim yaşamasını sağlamaktadır. Buradan hareketle çalışmanın amacı, otantikliğin tavsiye etme niyeti ve destinasyon tatminine etkisi ve bu etkide algılanan destinasyon imajının aracı rolünün incelenmesidir. Veriler, Ankara'nın Beypazarı ilçesini ziyaret eden turistlerden yüz yüze ve dijital form yöntemi ile toplanmıştır. Araştırma sonucunda, algılanan destinasyon imajının, nesnel otantikliğin tavsiye etme niyetine olan etkisinde tam aracılık etkisi, varoluşsal otantikliğin tavsiye etme niyetine olan etkisinde kısmi aracılık etkisi gösterdiği sonucu elde edilmiştir. Yapısal otantikliğin tavsiye etme niyeti üzerindeki etkisinde ise algılanan destinasyon imajının aracılık etkisi göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

ABSTRACT

Keywords:

Image, Authenticity,
Satisfaction,
Recommendation

It has great importance to highlight and promote local and cultural factors for the participation of tourists in tourism mobility. At this point, the presentation of authentic values that preserve the characteristics of the region from the past to the present ensures that the tourist has a different and memorable experience. From this point of view, the aim of the study is to determine the effect of authenticity and perceived destination image on

¹ Bu çalışma için, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Komisyonu'nun 28.04.2020 tarihli ve 04 nolu toplantısında alınan karara göre etik kurul onayı alınmıştır.

intention to recommend and destination satisfaction. The data were collected from the tourists who visited Beypazarı district of Ankara, face to face and by digital form method. As a result, perceived destination image hasfull mediating effect on objective authenticity and it has resulted that the intention to recommend and a partial mediating effect on existential authenticity and intention to recommend. It has resulted that perceived destination image does not mediate effect of structural authenticity on the intention to recommend.

1. GİRİŞ

Son zamanlarda turistlerin farklı özelliklere sahip destinasyon arayışı içinde olduğu turizm sektöründe, otantiklik olgusu önem kazanmaya başlamıştır. Küreselleşmeyle sınırların ortadan kalkması ve tanıtım faaliyetlerinin gelişmesine bağlı olarak otantiklik unsuru destinasyonlar da dahil olmak üzere, otel işletmelerinde, mekânlarda, destinasyona özgü tarihi ve kültürel yapılarla turistler tarafından aranan bir özellik olmaya başlamıştır. Bu sebeple kendine has özellikleri olan ve geçmişten günümüze kadar mevcut özelliklerini koruyan destinasyonlar, turistlerin söz konusu destinasyonu ziyaret etmesinde temel etken haline gelmiş, hatta turistlerin aynı destinasyonu tekrar ziyaret etmesinde önemli rol oynamıştır.

Günümüzde modern zamanın dayatmalarından bunalan turistler için farklılığı keşfetme arzusu, otantik olanı deneme arzusuna dönüşmüştür. Otantiklik arayışı, kişiyi farklı destinasyonlara veya bulunduğu ortamdaki daha özgün olana yönelmektedir. Bunun nedeni, seyahate katılan turistlerin günlük rutinlerin ve kitle turizm odaklı alanların dışında daha bireysel ve otantik deneyimlerin peşinden gitmek istemesidir. Böylelikle turistler, daha özgün sayılabilecek deneyimler aramakta, doğal ve otantik olana doğru bir arayış içine girmektedir (Kim, 2014: 37).

Modern ziyaretçilerin gerçek deneyimler peşinde koşma ihtiyaçlarını karşılamak için birçok otel yerel nesnelere dekore edilmekte, restoranlarda yerel yemekler sunulmakta, bu mekânlarda geleneksel ritüeller bir arada bulunmakta ve hediyelik eşya dükkanlarında yöreye özgü ürünler satılmaktadır. Ziyaretçilerin otantiklik ihtiyacını karşılamak için yerli halk ve yerel yönetimler tarafından çaba gösterilse de tatil bölgesindeki turistik etkinliklerin çoğu sahnelenmiş etkinlikler ya da özgünlüğe aykırı tesislerle de dolu olabilmektedir. Çünkü destinasyonlar, turistlerin otantiklik beklentilerine cevap verebilmek amacıyla kendisini bu konuda birtakım girişimlerde bulunmaya mecbur hissetmektedir (Cohen, 1972: 172). Ancak, turistlerin beklentilerine cevap verebilmek amacıyla uygulamaya konulmuş söz konusu girişimlerin ne düzeyde aslını yansıttığı ya da yeniden yapılandırıldığı tartışmalara sebep olmaktadır.

Bu araştırmanın amacı, otantikliğin tavsiye etme niyeti ve destinasyon tatminine etkisi ve bu etkide algılanan destinasyon imajının aracı rolünün incelenmesidir. Araştırmanın temel problemini, algılanan destinasyon imajında otantiklik etkili midir? ve otantiklik ve algılanan destinasyon imajı, tavsiye etme niyetini ve destinasyon tatminini ne yönde etkiler? soruları oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra ilgili alan yazını incelendiğinde, söz konusu aracılık rolünü Beypazarı destinasyonu kapsamında inceleyen bir çalışmaya rastlanılmamış olması, araştırmanın literatüre sağlayacağı katkısı itibariyle önemini ortaya koymaktadır. Buna bağlı olarak, turizm sektörünün yapısı gereği kültürel öğeleri barındırması, otantiklik ile ne denli yakından ilişkili olduğunu göstermekte ve günümüz insanının yaşadığı çevreye yabancılaşması sonucunda özgün değerlere yönelmesini sağlamaktadır. Bu sebeple otantiklik artık ziyaretçilerin seyahat kararlarında göz önünde bulundurulmuş bir kriter olarak kabul edilmektedir.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Otantiklik Kavramı

Fransızca’da “authentique” kelimesine karşılık gelen ve Türkçe’ye Fransızca’dan geçen otantik kelimesi, “eskiden beri sahip olduğu özelliklerini koruyan, özgün, gerçek veya aslını yansıtan, orijinal, mevsuk” (Türk Dil Kurumu, 2018) şeklinde tanımlanmaktadır. Otantiklik kavramı ilk olarak 1977 yılında (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 1977) Polonya’nın Varşova şehir merkezi, Bulgaristan’ın Rila Manastırı, Fransa’nın Carcassonne tarihi şehrinin Dünya Miras Listesi’ne kabul edilmesi sırasında gündeme gelmiştir. Bu üç bölgenin gerekli otantiklik kriterlerine sahip olup olmadığı tartışma konusu olmuştur ve bu tartışmada otantiklik tanımının tüm dünyada evrensel olarak, farklılıkları kapsayacak şekilde yeterli olup olmadığı sorgulanmıştır (Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi, 1994: 3). İlerleyen zamanlarda, farklı değerlere sahip farklı miras alanlarının çeşitliliğinin otantiklik kriterlerinde göz önünde bulundurulması uygun görülmüş ve farklı toplulukların miras olarak değerlendirdikleri nesnelere otantik ve meşru kabul edileceği açıklanmıştır (Kulevičius, 2014: 4).

Bu gelişmelerle birlikte, miras değerlerinin otantik olarak kabul edilmesi, nesnel yaklaşımdan göreceliliğe doğru değişkenlik göstermiş ve bu çeşitlilik göz önüne alınarak otantik sayılacak kültürel ürünler UNESCO Dünya Miras Listesi’ne kabul edilmiştir. Günümüzde ise turistler otantiklik olgusunu; müzeler, tarihi parklar, eserler, geçmişi hatırlatan etkinlikler, köyler ve mevsimsel festivaller, arkeolojik alanlar ve müzeler, mimari eserler, sanatsal galeriler, heykeller, müzik ve dans etkinlikleri, tiyatro gösterileri, savaş alanları, sanat eserleri ve dini festivaller ile bağdaştırmaktadır (Kaygalak vd., 2013: 237).

Turizmde otantikliğe yönelik ilk çalışmalar Boorstin (1964), Trilling (1972), MacCannell (1973) tarafından yapılmıştır. İlk çalışmada Boorstin (1964: 77) turistleri, özgün olmayan sözde etkinlikler peşinde koşan pasif hedonistler olarak tanımlamıştır ve turistlerin gerçek dünyayı görmezden geldiğini, otantik olmayan cazibe merkezlerinden zevk aldığını, seyahat ettikleri bölgelerde otantik olanı aramadığını ve sınırlı beklentilerini karşılamaya çalıştığını ifade etmiştir.

Trilling (1972: 93), otantiklik kavramını müze örneği üzerinden açıklamaya çalışmıştır ve sanat eserlerinin ve yöreye özgü ürünlerin, yerli halk tarafından gelenekler dikkate alınarak yapılabildiğine ve yine geleneklerine uygun bir şekilde sergilenip sergilenmediğine bakılarak otantik veya otantik olmayan şeklinde sınıflandırılması gerektiğini ifade etmiştir.

MacCannell (1973: 593) ise Boorstin’in (1964) aksine modern turistlerin bütünüyle otantikliği aradığını savunmuştur ve turistin diğer toplumlardaki kültürel gerçeklikle daha yüksek düzeyde iletişim kurduğunu ifade etmiştir. Ancak, MacCannell’in bu ifadesi büyük tepki toplamış ve bazı yazarlar (Cohen, 1988; Getz, 1994; Buchmann vd., 2010; Rickly-Boyd, 2012), tüm turistlerin otantiklik arayışında olmadığını ve aslında birçok turistin otantik olmayana da yönelebileceğini ve deneyimin tadını çıkarabildiğini iddia etmiştir.

2.2. Tavsiye Etme Niyeti

Tavsiye etme niyeti, aldığı hizmetten tatmin olan kişinin söz konusu hizmeti, destinasyonu ziyaret sonrası etrafındaki insanlara önermesi şeklinde tanımlanmaktadır (Topsakal ve İplik, 2013: 90). Bir destinasyonu ziyaret sonrası yapılan değerlendirmeler, seyahat sırasında yapılan harcamaları, turistin algıladığı hizmet kalitesini, destinasyonu tekrar ziyaret etme ve çevresine tavsiye etme niyetini kapsamaktadır (Chen ve Tsai, 2007: 174). Tavsiye etme niyeti, hizmet

kalitesi ile yakından ilişkili bir kavramdır ve bir destinasyonun tanıtımı için oldukça önemli bir belirleyicidir (Frost ve Kumar, 2000: 358). Çünkü algılanan hizmet kalitesinin yüksek olması müşteri memnuniyetini ifade etmektedir ve destinasyondan memnun ayrılan müşteri ise edindiği bu deneyimi çevresine tavsiye etme niyetinde olmaktadır (Grönroos, 1984: 39).

2.3. Destinasyon Tatmini

Ramseook-Munhurrun vd. (2015: 253) turist tatminini, turistlerin beklentilerini ve ihtiyaçlarını karşılayan, destinasyondaki deneyimin genel yorumu olarak ifade etmiştir. Destinasyon pazarlamasında başarılı olmak için ziyaretçilerin destinasyondan her anlamda memnun ayrılması arzu edilen bir durumdur. Bunun nedeni, turistlerin destinasyondan tatmin olmuş bir şekilde ayrılmasının destinasyonla ilgili olumlu ve güçlü bir imajın oluşmasını sağlayacak olmasıdır (Laws vd., 2002: 42). Bir destinasyon birçok turistik ürünü kapsadığından dolayı, destinasyon tatmini ancak destinasyon bünyesindeki tüm hizmetlerden tatmin olunması sonucunda sağlanabilmektedir (Duman ve Öztürk, 2005: 10).

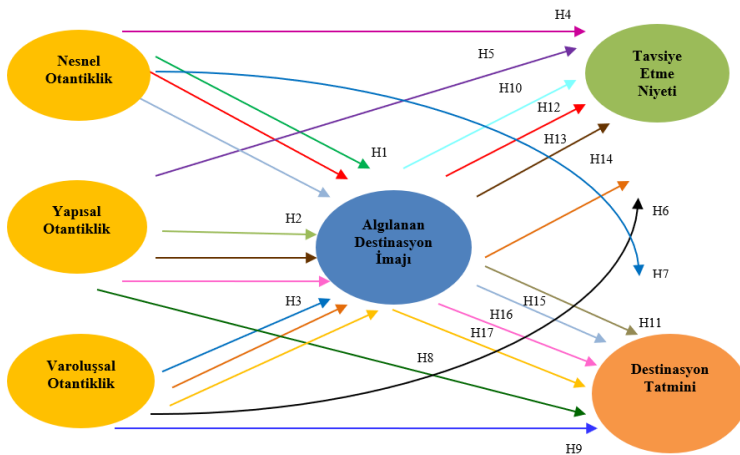
2.4. Algılanan Destinasyon İmajı

Destinasyon imajına yönelik ilk çalışmayı, Hunt (1975: 1) ortaya koymuştur ve destinasyon imajını, kişinin normal yerleşim yerinden başka bir yere seyahat ettiğinde edindiği izlenim olarak tanımlamıştır. Belli bir destinasyonda edilen deneyimler, turistlerin destinasyon imajı algısını etkilemektedir ve turistlerin gelecekteki davranışlarına yön veren, dikkate alınması gereken bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır (Kim, 2014: 34). Bunun nedeni, destinasyona yönelik olumlu imajın söz konusu destinasyonun ziyaret edilebilirliğini artırması ve ziyaretçilerin deneyimlerinin ve tatmin düzeylerinin olumlu yönde oluşmasını sağlayabilmesidir (Stylidis ve Cherifi, 2018: 55).

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezler

Araştırmada, otantikliğin, tavsiye etme niyetine ve destinasyon tatminine etkisinde algılanan destinasyon imajının aracılık etkisi incelenmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Çalışmanın konusu kapsamında, turistlerin otantiklik algısının algılanan destinasyon imajına, tavsiye etme niyetine ve destinasyon tatminine etkisi ile otantikliğin tavsiye etme niyeti ve destinasyon tatminine etkisinde algılanan destinasyon imajının aracılık rolü olup olmadığını ölçmek amacıyla hipotezler geliştirilmiş ve Yapısal Eşitlik Modellemesiyle (YEM) test edilmiştir.

3.1.1. Hipotezlere Yönelik İlgili Araştırmalar

Günümüzde otantiklik, tekrarlanan eylemlerden uzaklaşmak amacıyla insanların tatil kararı verme sürecinde göz önünde bulundurduğu bir kriter olarak ortaya çıkmaktadır (Frochot ve Batat, 2013: 6). İmaj ise tüketicinin mantıksal ve duygusal düşüncelerini şekillendiren algısal bir fenomen olarak kabul edilmektedir (Baloğlu ve Bringberg, 1997: 11). Bu açıklamalardan hareketle, aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H1: *Nesnel otantiklik algısının, algılanan destinasyon imajı üzerinde etkisi vardır.*

Bireyler bir destinasyonu ne kadar çok merak ediyor ve o destinasyonu ne kadar ziyaret etmek istiyor ise zihinlerinde oraya ait o kadar büyük bir resim oluşmaktadır (Beerli ve Martin, 2004a: 625). Birçok turistin otantik nesnelere bulmakta oldukça fazla ilgili olduğu, bu durumun tatile çıkmanın en temel şartlarından biri olarak düşünüldüğü ifade edilmektedir. Çünkü turist otantik deneyim esnasında kendini, kendi çevresinden farklı bir yerde bulmaktadır ve bu bölgeye özgü ürünleri deneyimlemek istemektedir (Günel, 1998: 189). Bu açıklamalardan hareketle, aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H2: *Yapısal otantiklik algısının, algılanan destinasyon imajı üzerinde etkisi vardır.*

Otantiklik sahnelenmiş ya da sahnelenmemiş olabilmekteyken turistik deneyim de gerçek ya da yapay olabilmektedir. Ancak önemli olan turistik deneyimin bütünü ve turist için anlamlı olmasıdır. Çünkü turistler farklı motivasyonlara, beklentilere, bilgiye ve seyahat deneyimine sahiptir (Sharpley, 1999: 200). Varoluşsal otantiklik, bireyin deneyim sırasında kendini kaybetmesi, kendini bulduğu ruh hali olarak tanımlanmaktadır. Bu noktada, turistik deneyim sırasında varoluşsal otantiklik etkin olmaktadır. Varoluşsal otantiklik gezilen yerlerin otantikliğine dayanmadığı için turistik deneyimi açıklamakta daha güçlü olmaktadır (Wang, 1999: 363). Bu açıklamalardan hareketle, aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H3: *Varoluşsal otantiklik algısının, algılanan destinasyon imajı üzerinde etkisi vardır.*

Günümüzde tavsiye kavramının kazandığı önem sayesinde alternatif bir pazarlama aracı olarak kulaktan kulağa reklam, pazarlama dünyasında önem kazanmıştır. Kulaktan kulağa reklam, tüketiciler üzerinde oldukça etkilidir. Bunun nedeni, birçok tüketicinin ziyaret ettiği destinasyonları çevresiyle paylaşmasının, potansiyel tüketiciler üzerinde yazılı ve görsel unsurlardan daha etkili olmasıdır (Öz ve Uyar, 2014: 123). Bu açıklamalardan hareketle, aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H4: *Nesnel otantiklik algısının, tavsiye etme niyeti üzerinde etkisi vardır.*

Günümüz tüketicilerinin tüketim konusundaki beklenti ve talepler farklılaşmaktadır. Tüketiciler için önemli olan tatil sırasında beklentileri ve önceliklerine karşılık bulabilecek hatırlanabilir deneyimler yaşamaktır (Azevedo, 2010: 3). Bu sebeple turizm ürünleri tüketicilerin farklılaşan isteklerini karşılayacak nitelikte olmalı ve tüketicilerin otantiklik arayışına cevap verebilmelidir. Bu açıklamalardan hareketle, aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H5: *Yapısal otantiklik algısının, tavsiye etme niyeti üzerinde etkisi vardır.*

Turistlerin farklı gerekçelerle seyahate çıkmasına dayandığından dolayı turizm sektörü, farklı ürünleri bir arada bulduran, çeşitlilik sağlayan sayılı sektörlerin başında gelmektedir (Triantafyllidou ve Siomkos, 2013: 197). Bu noktada turist deneyimleri, somut hizmetler kadar hatırlanabilir (soyut) deneyimlerden de etkilenmektedir (Cornelisse, 2014: 104). Bu sebeple varoluşsal deneyimlerde turist kendi benliğini bulmakta ve edinilen deneyimlerin etkileyici olması oldukça önemli kabul edilmektedir. Bu açıklamalardan hareketle, aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H6: *Varoluşsal otantiklik algısının, tavsiye etme niyeti üzerinde etkisi vardır.*

Tüketiciler, turizm ürünlerini değerlendirme konusunda oldukça hassastır. Çünkü turizm ürünlerinin sağladığı faydalar kadar hissettirdiği duygular da önem arz etmektedir (Pine ve Gillmore, 1999; Walls vd., 2011: 184). Buradan hareketle, otantik unsurlar ziyaretçilerin seyahat kararlarında göz önünde bulundurduğu bir kriter olarak ortaya çıkmaktadır ve turistin tatil deneyimini etkilemektedir. Bu açıklamalardan hareketle, aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H7: *Nesnel otantiklik algısının, destinasyon tatmini üzerinde etkisi vardır.*

Yeniden yapılanmış nesnelere, teknolojik katkıları içermektedir ve sahnelenen çekicilik olarak kabul edilmektedir. Ancak yeniden yapılanmış bu nesnelere, geçmişte doğru bir şekilde taklit ettiği için otantik olarak nitelendirilmektedir. Bunlar modern çağın kültürel ürünleri olarak seyahat dünyasında giderek popüler olmaktadır. Bu çekiciliklere ilginin artmasının en önemli nedenlerinden biri otantik nesnelere giderek daha az bulunması ve zarara uğramış doğal çekicilikleri temsil etmesidir. Bu sebeple geçmişin otantik kalıntılarının günümüz turistlerinin nostaljik arzularını karşıladığı görülmektedir. Bu anlamda yeniden yapılanmış nesnelere iki kat sergilenmiş olmalarına rağmen modern otantiklik arayışını karşılamaktadır (Cohen, 2004: 137-138). Bu açıklamalardan hareketle, aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H8: *Yapısal otantiklik algısının, destinasyon tatmini üzerinde etkisi vardır.*

Günümüzde tüketiciler, standart turizm unsurlarına nazaran daha bireysel olabilecek ve özgün değerler sunabilecek deneyimler peşinde koşan bir profil çizmektedir (Ayazlar ve Karakulak, 2016: 532). Bu anlamda, özgün değere ulaşma arzusunun günümüzde dikkate alınan faktörlerden biri olduğu söylenebilmektedir (Kaygalak vd., 2013: 239). Bu noktada, bireyin kendi benliğini bulduğu varoluşsal deneyim, tatmin edici olmakta ve kısa süreli de olsa bireylerde bu deneyimi tekrar yaşama arzusuna neden olmaktadır. Bu açıklamalardan hareketle, aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H9: *Varoluşsal otantiklik algısının, destinasyon tatmini üzerinde etkisi vardır.*

Ziyaretçilerin destinasyona yönelik beklentilerini karşılamak amacıyla son zamanlarda daha seçici bir tutum sergilediği söylenebilir. Bu beklentilerin karşılanmasıyla destinasyon imajı olumlu yöne evrilmekte ve memnuniyeti artırmaktadır. Destinasyondaki deneyimlerden memnun olan ziyaretçinin bu destinasyonu tekrar ziyaret etme olasılığı bulunabileceği gibi söz konusu ziyaretçi etrafına da bu destinasyonu anlatarak bir çekim gücü oluşturabilecektir (Chi ve Qu, 2008: 625). Bu açıklamalardan hareketle, aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H10: *Algılanan destinasyon imajının, tavsiye etme niyeti üzerinde etkisi vardır.*

Turistlerin bir destinasyonun genel imajına bağlı olarak karar verme süreçlerinde duyguların önemli bir etkisi bulunmaktadır (Al-Kwafi, 2015: 182). Olumlu bir imaj niyet, ziyaret etme ve tekrar ziyaret etme gibi turistlerin destinasyon seçimlerini olumlu yönde etkilemektedir (Kim ve Perdue, 2011: 226). İmaj konusu, turistlerin karar verme ve destinasyon seçimi süreçlerinde,

ziyaret sonrası değerlendirmelerinde ve gelecekteki davranışlarında da önemli bir rol oynamaktadır (Zhang vd., 2014: 213). Bu açıklamalardan hareketle, aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H11: *Algılanan destinasyon imajının, destinasyon tatmini üzerinde etkisi vardır.*

Diğer taraftan, kısıtlı zaman ve para, turistleri çeşidin ve rekabetin çok olduğu destinasyonlar arasından seçim yapmaya itmektedir. Turistler de en olumlu imajı algıladıkları destinasyonu seçmektedirler (Gartner, 1989: 16). Bu seçimde imajın etkisi olduğu kadar, destinasyonun sahip olduğu özellikler arasında yer alan otantiklik, ulaşımın kolaylığı, farklı lezzetler tatma gibi unsurlar da önem teşkil etmektedir. Bu açıklamalardan hareketle, aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H12: *Nesnel otantiklik algısının, tavsiye etme niyetine etkisinde algılanan destinasyon imajının aracılık etkisi vardır.*

Turizm endüstrisi bir imaj endüstrisidir. Olumlu destinasyon imajına sahip destinasyonlar daha çok tercih edilmekte, tekrar ziyaret edilmekte ve ağızdan ağza pazarlama yolu ile yayılmaktadır (Que vd., 2011: 468). Otantiklik de destinasyon imajını etkilemekte ve ziyaretçilerin unutulmaz deneyimler yaşamasını sağlamaktadır. Bu açıklamalardan hareketle, aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H13: *Yapısal otantiklik algısının, tavsiye etme niyetine etkisinde algılanan destinasyon imajının aracılık etkisi vardır.*

Turistler, seyahatleri boyunca sadece nesnelerin özgünlüğü ile ilgilenmemekte, gündelik yaşamın sınırlarından aykırı olarak kendi benliklerini bulabilecekleri, kendilerini gerçekleştirebilecekleri faaliyetlere yönelmektedir ve bu da varoluşsal otantikliğe hitap etmektedir (Wang, 1999: 351-352). Kendini daha özgür hissedenden birey ise beklentileri doğrultusunda hareket etmekte ve tatmin olabilmektedir. Bu açıklamalardan hareketle, aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H14: *Varoluşsal otantiklik algısının, tavsiye etme niyetine etkisinde algılanan destinasyon imajının aracılık etkisi vardır.*

Postmodern turist profilinde turistin aylıklığı, farklılığı yakalama arzusu ve otantiklik arayışı, tüketme isteğini tetiklemektedir. Bu bağlamda, postmodern turist eylemlerinin destinasyonların otantikliğini bozduğu ve destinasyonun turistin arzusu, tüketme isteği, haz alma arayışı ve sahip olma tutkusunun nesnesi haline geldiği açıktır (Aytaç, 2006: 71-80). Turistin beklentilerini karşılayan destinasyonlar ise çekim merkezi haline gelmekte ve turist memnuniyeti sağlamaktadır. Bu açıklamalardan hareketle, aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H15: *Nesnel otantiklik algısının, destinasyon tatminine etkisinde algılanan destinasyon imajının aracılık etkisi vardır.*

Destinasyon imajı, bireylerin seyahat kararlarında kritik önem arz ettiğinden imaj çalışmaları bu doğrultuda gerçekleştirilmektedir. Destinasyon tatmini de destinasyonun imajına ve sunulan hizmetlerin kalitesine bağlı olarak değişebilmektedir (Kılıç, 2007: 66). Bu açıklamalardan hareketle, aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H16: *Yapısal otantiklik algısının, destinasyon tatminine etkisinde algılanan destinasyon imajının aracılık etkisi vardır.*

Turizm sektörü açısından turistler tarafından talep edilebilecek ürünler soyut özelliktedir ve bu ürünleri önceden deneme imkânı bulunmamaktadır. Bu anlamda turistik ürünlerin turistler tarafından görülmeden satın alındığı söylenebilir. Bu süreçte destinasyon imajı etkili olmakta ve turistleri satın alma davranışında ikna edici bir rol oynamaktadır (Woodside ve Lysonki, 1989, aktaran Baloğlu ve McCleary, 1999: 874). Bu açıklamalardan hareketle, aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H17: Varoluşsal otantiklik algısının, destinasyon tatminine etkisinde algılanan destinasyon imajının aracılık etkisi vardır.

3.2. Araştırma Evreni ve Örneklemi

Araştırma evreni, Ankara'nın Beypazarı ilçesini ziyaret eden yerli turistler olarak belirlenmiştir. Evrenin tamamına ulaşmanın güç olması, zaman ve maliyet kısıtı olması, aynı zamanda evrenin çok geniş olması gibi nedenlerle amaçlı (kasti) örnekleme yapma yoluna gidilmiştir. Örneklem büyüklüğünü belirlemede Krejcie ve Morgan (1970)'in örneklem büyüklüğü tablosundan yararlanılmıştır. Çalışmanın anakütlesi bağlamında Krejcie ve Morgan (1970) tarafından önerilen formül kullanılarak %95 güven aralığında %5 hata payı ile ulaşılabilecek örneklem büyüklüğünün 462 katılımcı olduğu belirlenmiştir. Bu doğrultuda araştırma örneklemini, araştırmaya katılmayı kabul eden 462 katılımcı oluşturmaktadır. Araştırma alanı olarak, Ankara'nın Beypazarı ilçesi seçilmiştir. Beypazarı ilçesi'nde, çeşitli uygarlıklar yaşamış olup, günümüzde bu medeniyetlerin kültürlerinden izler görülmektedir. Bu turistik destinasyon evleri, konakları, el sanatları ile birçok ziyaretçiyi çekmektedir. Ulaşımın kolay olması sebebi ile de destinasyonun ziyaretçi sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Bu anlamda Beypazarı ilçesinin otantiklik konusunu incelemek için oldukça uygun bir destinasyon olduğu düşünülmüştür.

3.3. Veri Toplama Yöntemi

Verilerin toplanmasında anket tekniği kullanılmış olup, veriler 2020 yılı Nisan ve Temmuz aylarında yüz yüze görüşme ve dijital form yöntemi ile toplanmıştır. Anketlerin uygulanmasında, katılımcıların yetişkin olması ve katılımcıların Beypazarı'ni restorasyon geçirmiş halinden sonra ziyaret etmiş olması dikkate alınmıştır.

3.4. Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Bu araştırmada, tavsiye etme niyeti ölçeği, destinasyon tatmini ölçeği, algılanan destinasyon imajı ölçeği, otantiklik ölçeği kullanılmıştır. Tavsiye etme niyetinin ölçülmesinde maddelerin uygun olduğu düşünülerek Altunel (2013: 50) tarafından geliştirilen "Tavsiye Etme Davranışı Ölçeği" kullanılmıştır. Bu ölçeğin geliştirilmesinde (Lee ve Beeler, 2007; Lee vd., 2011) ve diğer farklı yazarların çalışmalarında kullanılan sorular derlenmiştir. Araştırmada kullanılan destinasyon tatmini ölçeğinde yer alan ifadeler, Chen ve Phou (2013: 269)'un çalışmasından yararlanılarak oluşturulmuştur. Ankette, turistlerin Beypazarı'na yönelik algıladıkları imajı ölçmek amacıyla Baloğlu ve Mangaloğlu'nun (2001) çalışmalarında sunulan algılanan bilişsel imaj ölçeği kullanılmıştır. Anketin dördüncü bölümünde, otantikliğin alt boyutları olan nesnel, yapısal ve varoluşsal otantikliğe yönelik ifadeler yer almaktadır. Bu çalışmada otantiklik değişkenine dair yer alan ifadeler Nguyen ve Cheung (2016:1000)'un yaptığı çalışmadan uyarlanmıştır.

3.5. Verilerin Analizi

Araştırmada belirlenen modeldeki ilişkilerin verilerle doğrulanması amacıyla yapısal eşitlik modeli kullanılmıştır. Bu çalışmada elde edilen verilerin analizinde SPSS 23 ve LISREL 8.80

paket programlarından, ölçeklerin güvenilirlik değerlerini açıklamada ise Cronbach's Alpha değerlerinden yararlanılmıştır. Faktör Analizinde Eigen değeri 0.7'den büyük olan faktörler göz önünde bulundurulmuştur (Joliffe Kriteri). Ölçeklerin birbirleriyle ilişkileri kontrol edilirken normal dağılıma sahip olmamaları nedeniyle Spearman korelasyon analizinden yararlanılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi ve yapısal eşitlik modellemesinde, Robust Maximum Likelihood methodundan yararlanılmıştır.

4. BULGULAR

Tablo 4.1. Demografik Özellikler

		n	%
Cinsiyet	Kadın	222	48.1
	Erkek	240	51.9
	Toplam	462	100.0
Yaş Grubu	20 yaş ve altı	26	5.6
	21-30 yaş	127	27.5
	31-40 yaş	140	30.3
	41-50 yaş	99	21.4
	51-60 yaş	50	10.8
	61 yaş ve üzeri	20	4.3
	Toplam	462	100.0
Medeni Durumu	Evli-çocuklu	204	44.2
	Evli-çocuksuz	52	11.3
	Bekâr	194	42.0
	Diğer	12	2.6
	Toplam	462	100.0
Eğitim Durumu	Okuryazar	3	0.6
	İlköğretim	34	7.4
	Lise	94	20.3
	Önlisans	50	10.8
	Lisans	197	42.6
	Lisansüstü	84	18.2
	Toplam	462	100.0
Gelir	3,000 TL altı	93	20.2
	3,000-6,000 TL	192	41.7
	6,001-9,000TL	107	23.3
	9,001-12,000	68	14.8
	Toplam	460	100.0
Geliş	İlk ziyaretim	166	35.9
	2. ziyaretim	95	20.6
	3. ziyaretim	58	12.6
	4. ve üzeri ziyaretim	143	31.0
	Toplam	462	100.0
Ziyaret Şekli	Günübirlik	360	77.9
	Konaklamalı	102	22.1
Ziyaret Faktörü	Arkadaş tavsiyesi	190	41.1
	Önceki ziyaretlerim	125	27.1
	Gazete, broşür, dergi	10	2.2
	İnternet	26	5.6

Seyahat acentesi ve tur operatörü	46	10.0
Diğer	65	14.1
Toplam	462	100.0

Tablo 1’de görüldüğü üzere, katılımcıların çoğunluğu erkek (%51.9) ve 31-40 yaş aralığındaki (%30.3) bireylerden oluşmaktadır. Katılımcıların büyük bir kısmı evli-çocuklu (%44.2) ve bekâr (%42.0) bireylerdir, katılımcıların çoğunun eğitim düzeyi lisans düzeyindedir (%42.6). Katılımcıların çoğunun aylık geliri 3,000 TL ve 6,000 TL (%41.7) arasındadır ve çoğunluğu Beypazarı’nı ilk defa ziyaret etmiştir (%35.9). Katılımcıların büyük bir kısmının ziyaret şeklinin günübirlik (%77.9) olduğu, Beypazarı’nı ziyaret etmelerine etki eden faktörün ağırlıklı olarak arkadaş tavsiyesi (% 41.1) olduğu görülmektedir. Bu da ağızdan ağıza pazarlamanın ne kadar etkili olduğunu göstermektedir.

Tablo 2. Otantiklik Ölçeğinin Güvenirlik Değerleri

	Madde-Toplam Korelasyon	Madde Silinirse Cronbach’s Alpha	Cronbach's Alpha
OT1	0.770	0.952	0.955
OT2	0.800	0.951	
OT3	0.811	0.951	
OT4	0.798	0.951	
OT5	0.800	0.951	
OT6	0.771	0.952	
OT7	0.803	0.951	
OT8	0.748	0.953	
OT9	0.784	0.952	
OT10	0.742	0.953	
OT11	0.715	0.953	
OT12	0.755	0.952	
OT13	0.726	0.953	

Otantiklik Ölçeğinin Cronbach’s Alpha güvenilirlik değerlerine bakıldığında 0.90’dan büyük olduğu dolayısıyla ölçeğin oldukça güvenilir olduğu sonucuna ulaşılabilir.

Tablo 3. Otantiklik Ölçeği İçin KMO Değeri ve Bartlett’s Küresellik Testi Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Değeri		0.946
Bartlett's Testi	Ki-Kare	5342.893
	sd	78
	p	0.001

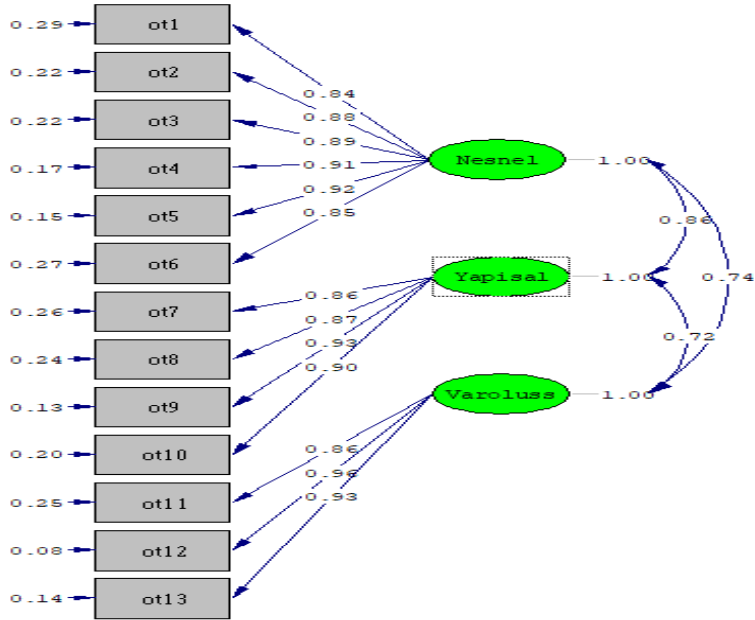
Otantiklik ölçeği için Bartlett’s Küresellik Testi sonuçları dikkate alındığında maddeler arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülebilmektedir (p<0.05). Maddelerin tutarlılığında herhangi bir problem söz konusu olmadığı için otantiklik ölçeği faktörel olarak modellenebilmektedir. Otantiklik ölçeği için KMO testi değeri 0.946 olup; bu değer 0.9’ un üzerinde olduğundan dolayı veri kümesi çok iyi bir şekilde faktörlenebilecektir (Sharma, 1996: 116).

Tablo 4. Otantiklik Ölçeği Alt Faktörleri Altında Toplanan Soruların Tablosu

	Bileşen		
	1 (Nesnel)	2 (Yapısal)	3 (Varoluşsal)
OT1	0.717		
OT2	0.700		

OT3	0.649	
OT4	0.774	
OT5	0.816	
OT6	0.731	
OT7		0.595
OT8		0.751
OT9		0.812
OT10		0.828
OT11		0.817
OT12		0.839
OT13		0.813

OT1-OT6 nesnel otantiklik boyutunu ifade etmektedir, OT7-OT10 yapısal otantiklik boyutunu ifade etmektedir, OT11-OT13 ise varoluşsal otantiklik boyutunu ifade etmektedir. En düşük ilişki OT7 (0.59)'dir.



Chi-Square=120.74, df=62, P-value=0.00001, RMSEA=0.045

Şekil 2. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Şekil 2'de görüldüğü üzere otantikliğin üç boyutu nesnel, yapısal ve varoluşsal otantiklik doğrulayıcı faktör analizine tabi tutulmuştur. Doğrulayıcı faktör analizi sonucuna bakılarak öncelikle standardize faktör yükleri incelenmiştir. Faktör yüklerinin 0.84 ile 0.96 değerleri arasında olabileceği ve bu değerlerin 0.50 değerinin üstünde olması gerektiği alanyazında kabul görmüştür (Hair vd., 2010: 116). Tüm ilişkiler incelendiğinde doğrulayıcı faktör analizinin %95 güvenilirlikle istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve standart hata değerlerinin çok da yüksek olmadığı, bu sebeple tüm ilişkilerin kabul edilebilir değerler gösterdiği tespit edilmiştir.

Tablo 5. Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İyiliği Değerleri

Uyum Ölçüsü	Modelin Değerleri	İyi Uyum	Kabul edilebilir Uyum
χ^2/sd	1.947	≤ 2	≤ 5
RMSEA	0.045	≤ 0.05	≤ 0.08
SRMR	0.041	≤ 0.05	≤ 0.1
IFI	1.000	≥ 0.95	≥ 0.90
NNFI	1.000	≥ 0.97	≥ 0.95
CFI	1.000	≥ 0.97	≥ 0.95

Doğrulayıcı faktör analizinde otantiklik ölçeğinin kabul edilebilir uyumu sağladığı ve modelin iyi uyum gösterdiği söylenebilir.

Tablo 6. Ölçeklerin Güvenirlik Değerleri

		Madde-Toplam Korelasyon	Madde Silinirse Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha
Tavsiye Etme Niyeti	TEN1	0.815	0.883	0.915
	TEN2	0.860	0.849	
	TEN3	0.806	0.894	
Destinasyon Tatmini	DT1	0.826	0.839	0.905
	DT2	0.859	0.813	
	DT3	0.739	0.923	
Algılanan Destinasyon İmajı	ADI1	0.734	0.932	0.938
	ADI2	0.772	0.930	
	ADI3	0.770	0.930	
	ADI4	0.725	0.932	
	ADI5	0.728	0.932	
	ADI6	0.657	0.935	
	ADI7	0.728	0.932	
	ADI8	0.736	0.932	
	ADI9	0.738	0.932	
	ADI10	0.750	0.931	
	ADI11	0.741	0.931	
Nesnel Otantiklik	OT1	0.778	0.924	0.934
	OT2	0.807	0.921	
	OT3	0.795	0.922	
	OT4	0.827	0.918	
	OT5	0.841	0.917	
	OT6	0.777	0.925	
Yapısal Otantiklik	OT7	0.756	0.896	0.910
	OT8	0.767	0.893	
	OT9	0.848	0.862	
	OT10	0.812	0.876	
Varoluşsal Otantiklik	OT11	0.785	0.891	0.908
	OT12	0.852	0.836	
	OT13	0.809	0.873	

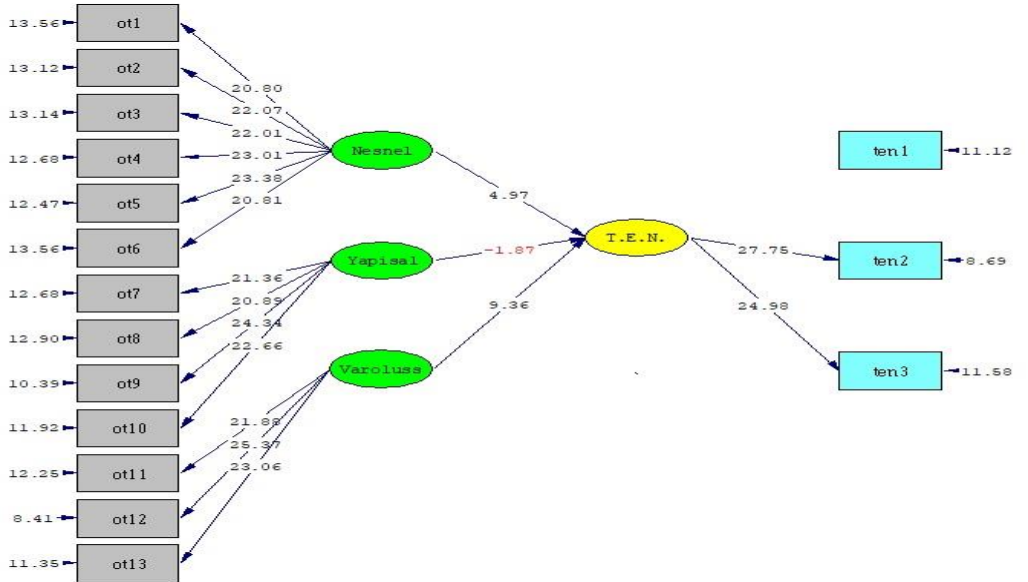
Çalışmada kullanılan tüm ölçeklerin Cronbach's Alpha güvenilirlik değerlerinin 0.9'dan büyük olduğu, dolayısıyla ölçeklerin oldukça güvenilir oldukları görülmektedir. Uygulanan ankette

yer alan destinasyon tatmini ölçeğinin üçüncü maddesi (DT3) “Beypazarı beklentilerimi fazlasıyla karşıladı.” önermesine verilen cevapların, destinasyon tatminini ölçmede kullanılmaması gerektiği görülmektedir. Ancak iki maddeli ölçek söz konusu olamayacağı için herhangi birleşim yapılamamıştır ve destinasyon tatmini güvenilirliği sağlamadığı için ileriki aşamada modele dahil edilmemiştir.

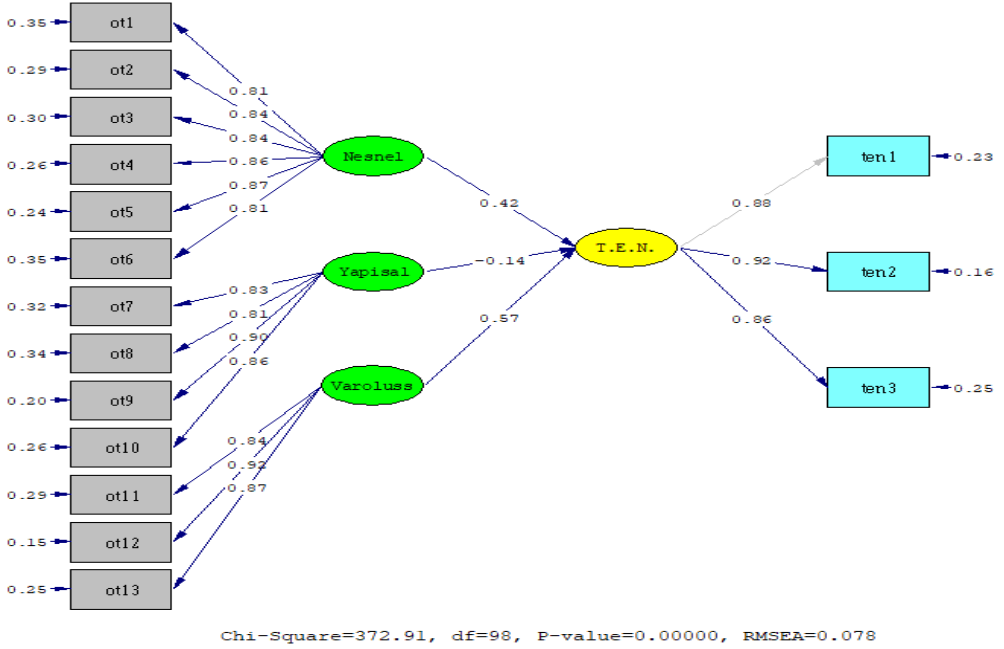
Tablo 7. Ölçeklerin Birbirleriyle İlişkisine Dair Korelasyon Analizi Sonuçları

		Nesnel Otantiklik	Yapısal Otantiklik	Varoluşsal Otantiklik	Tavsiye Etme Niyeti
Yapısal Otantiklik	r	0.754			
	p	0.001			
	N	462			
Varoluşsal Otantiklik	r	0.600	0.555		
	p	0.001	0.001		
	N	462	462		
Tavsiye Etme Niyeti	r	0.559	0.483	0.606	
	p	0.001	0.001	0.001	
	N	462	462	462	
Algılanan Destinasyon İmajı	r	0.766	0.662	0.694	0.667
	p	0.001	0.001	0.001	0.001
	N	462	462	462	462

Ölçeklerin istatistiksel olarak birbirleriyle anlamlı ilişkileri olduğu görülmüştür ($p < 0.001$). Bu ilişkilerin en düşüğü, yapısal otantiklik ile tavsiye etme niyeti arasında olup $r = 0.483$ 'tür. Bu ilişkinin pozitif yönde olduğunu; ancak çok güçlü bir ilişki olmadığını söylemek mümkündür. En yüksek ilişki, nesnel otantiklik ile algılanan destinasyon imajı arasında görülmüş olup $r = 0.766$ 'dır ve pozitif yönde güçlü bir ilişkidir.



Şekil 3. Model-1t Değerleri

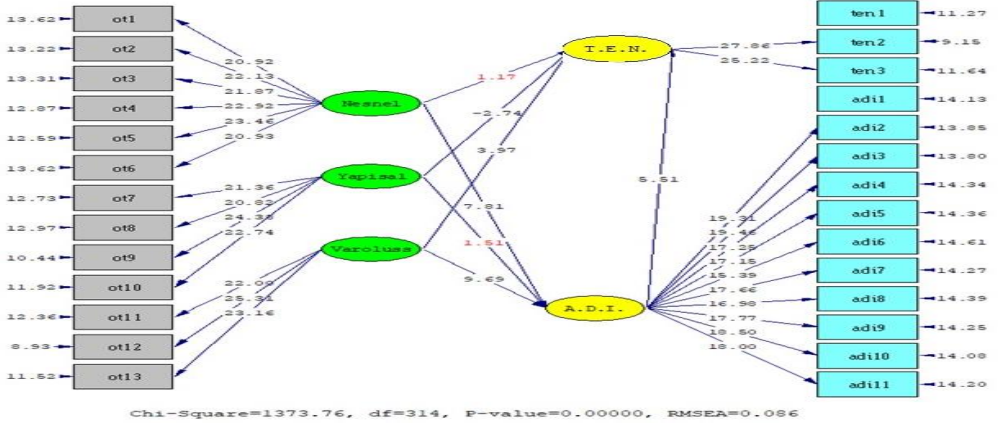


Şekil 4. Model-1 Yol Katsayıları

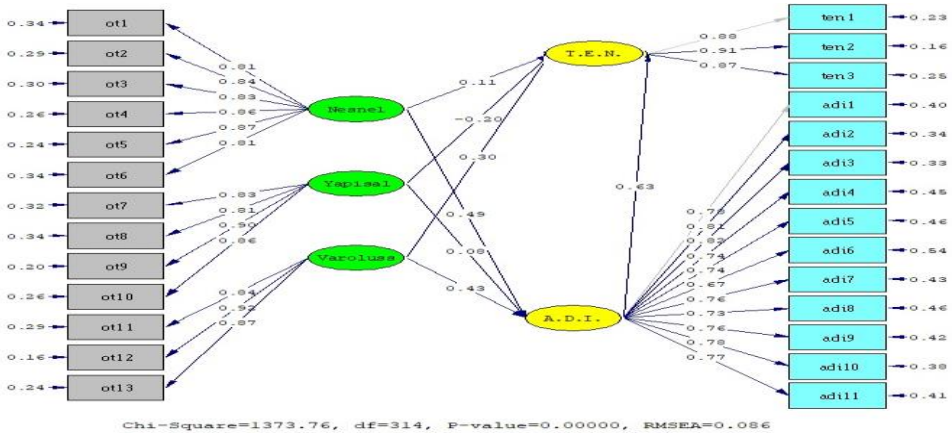
Model-1 t değerleri incelendiğinde, modelde yapısal otantikliğin tavsiye etme niyeti ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı görülmüştür. Nesnel otantıklık ile varoluşsal otantikliğin ise tavsiye etme niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. Model-1 yol katsayılarına bakıldığında, nesnel ve varoluşsal otantıklık gizil değişkenlerinin birlikte tavsiye etme niyeti gizil değişkeni üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamlı ($p < 0.05$) olduğu; nesnel otantikliğin etkisinin 0.42 birimlik pozitif yönde küçük bir etkisinin, varoluşsal otantikliğin 0.57 birimlik pozitif yönde çok büyük olmayan bir etkisinin olduğu anlaşılmaktadır. Nesnel ve varoluşsal otantıklık gizil değişkenlerinin, tavsiye etme niyeti gizil değişkeninin %67'sini açıkladığı görülmektedir. Tablo 8'de görüldüğü gibi Model-1'in kabul edilebilir uyum değerlerinin uygun olduğu; ancak modelin çok iyi uyum göstermediği ortaya çıkmıştır.

Tablo 8. Model-1 Yapısal Eşitlik Modellemesi Uyum İyiliği Değerleri

Uyum Ölçüsü	Modelin Değerleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
χ^2/sd	3.805	≤ 2	≤ 5
RMSEA	0.078	≤ 0.05	≤ 0.08
SRMR	0.037	≤ 0.05	≤ 0.1
IFI	0.990	≥ 0.95	≥ 0.90
NNFI	0.980	≥ 0.97	≥ 0.95
CFI	0.990	≥ 0.97	≥ 0.95



Şekil 5. Model-2 t Değerleri



Şekil 6. Model-2 Yol Katsayıları

Algılanan destinasyon imajı, yapısal otantiklik ve varoluşsal otantiklik gizil değişkenlerinin hep birlikte tavsiye etme niyeti gizil değişkeni üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamlı ($p < 0.05$) etkiye sahip olduğu anlaşılmaktadır. Algılanan destinasyon imajı etkisinin 0.63 birimlik pozitif yönde bir etkisi, yapısal otantiklik gizil değişkeninin negatif yönde 0.20 birimlik çok küçük bir etkisi olduğu ve varoluşsal otantikliğin 0.30 birimlik pozitif yönde küçük bir etkisi olduğu görülmektedir. Algılanan destinasyon imajı, yapısal otantiklik ve varoluşsal otantiklik gizil değişkenleri hep birlikte tavsiye etme niyeti gizil değişkeninin %72'sini açıklamaktadır. Tablo 9'da görüldüğü gibi Model-2'nin kabul edilebilir uyum değerlerinin uygun olduğu; ancak modelin çok iyi uyum göstermediği görülmüştür.

Tablo 9. Model-2 Yapısal Eşitlik Modellemesi Uyum İyiliği Değerleri

Uyum Ölçüsü	Modelin Değerleri	İyi Uyum	Kabuledilebilir Uyum
χ^2/sd	4.375	≤ 2	≤ 5
RMSEA	0.086	≤ 0.05	≤ 0.08
SRMR	0.041	≤ 0.05	≤ 0.1
IFI	0.980	≥ 0.95	≥ 0.90
NNFI	0.980	≥ 0.97	≥ 0.95

CFI	0.980	≥ 0.97	≥ 0.95
-----	-------	-------------	-------------

Araştırma sonucunda, nesnel otantikliğin tavsiye etme niyetine olan etkisi, modele aracı değişken olan algılanan destinasyon imajının dahil edilmesiyle algılanan destinasyon imajının tavsiye etme niyetine olan etkisinden etkilenmiştir ve nesnel otantiklik, tavsiye etme niyeti üzerindeki etkisini kaybetmiştir. Kısacası, algılanan destinasyon imajı, nesnel otantikliğin tavsiye etme niyetine olan etkisine tam aracılık göstermiştir. Benzer şekilde, yapısal otantikliğin tavsiye etme niyeti üzerine etkisi olmadığından dolayı algılanan destinasyon imajının, yapısal otantikliğin tavsiye etme niyeti üzerindeki etkisine aracılık etme durumu söz konusu değildir. Varoluşsal otantikliğin tavsiye etme niyetine olan etkisinde modele aracı değişken olan algılanan destinasyon imajı dahil edilince varoluşsal otantikliğin tavsiye etme niyetine olan etkisi, algılanan destinasyon imajının tavsiye etme niyetine olan etkisinden etkilenmiştir ve burada algılanan destinasyon imajı kısmi aracılık göstermiştir.

Tablo 10. Hipotezlere İlişkin Sonuçlar Tablosu

H1	Nesnel otantiklik algısının, algılanan destinasyon imajı üzerinde etkisi vardır.	Desteklendi
H2	Yapısal otantiklik algısının, algılanan destinasyon imajı üzerinde etkisi vardır.	Desteklenmedi
H3	Varoluşsal otantiklik algısının, algılanan destinasyon imajı üzerinde etkisi vardır.	Desteklendi
H4	Nesnel otantiklik algısının, tavsiye etme niyeti üzerinde etkisi vardır.	Desteklendi
H5	Yapısal otantiklik algısının, tavsiye etme niyeti üzerinde etkisi vardır.	Desteklenmedi
H6	Varoluşsal otantiklik algısının, tavsiye etme niyeti üzerinde etkisi vardır.	Desteklendi
H7	Nesnel otantiklik algısının, destinasyon tatmini üzerinde etkisi vardır.	Desteklenmedi
H8	Yapısal otantiklik algısının, destinasyon tatmini üzerinde etkisi vardır.	Desteklenmedi
H9	Varoluşsal otantiklik algısının, destinasyon tatmini üzerinde etkisi vardır.	Desteklenmedi
H10	Algılanan destinasyon imajının, tavsiye etme niyeti üzerinde etkisi vardır.	Desteklendi
H11	Algılanan destinasyon imajının, destinasyon tatmini üzerinde etkisi vardır.	Desteklenmedi
H12	Nesnel otantiklik algısının, tavsiye etme niyetine etkisinde algılanan destinasyon imajının aracılık etkisi vardır.	Desteklendi
H13	Yapısal otantiklik algısının, tavsiye etme niyetine etkisinde algılanan destinasyon imajının aracılık etkisi vardır.	Desteklenmedi
H14	Varoluşsal otantiklik algısının, tavsiye etme niyetine etkisinde algılanan destinasyon imajının aracılık etkisi vardır.	Desteklendi
H15	Nesnel otantiklik algısının, destinasyon tatminine etkisinde algılanan destinasyon imajının aracılık etkisi vardır.	Desteklenmedi
H16	Yapısal otantiklik algısının, destinasyon tatminine etkisinde algılanan destinasyon imajının aracılık etkisi vardır.	Desteklenmedi
H17	Varoluşsal otantiklik algısının, destinasyon tatminine etkisinde algılanan destinasyon imajının aracılık etkisi vardır.	Desteklenmedi

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu araştırmanın amacı, otantikliğin tavsiye etme niyeti ve destinasyon tatminine etkisi ve bu etkide algılanan destinasyon imajının aracı rolünün incelenmesidir. Otantiklik, son zamanlarda turistlerin seyahatlerinde aradıkları bir özellik olarak dikkat çekmektedir. Günümüz insanının monoton yaşam tarzından uzaklaşma isteği, doğal olmayan yaşam tarzlarından sıkılıp orijinal, hakiki olana yönelme, bireyleri otantik olana yönlentmektedir. Dolayısıyla otantiklik unsurunu bünyesinde barındıran işletmeler, destinasyonlar ve ürünler giderek daha fazla talep görmektedir. Ankara'nın turistik bir destinasyonu olarak görülme ve özellikle haftasonu ziyaretlerinde tercih edilen Beypazarı destinasyonu, restorasyon geçirmesine rağmen hakiki, öz kısmını kaybetmemiştir ve el sanatları gibi kültürel değerlerini günümüze kadar koruyabilmiştir.

Beypazarı destinasyonunda yapılan kazılar ve incelemeler sonucunda, Beypazarı'nın birçok uygarlığa ev sahipliği yaptığı, geçmişten günümüze ahşaptan yapılmış evleri, yöresel ürünleri gibi birçok değerini koruyabildiğini görmek mümkündür. Özellikle restorasyon sürecinden sonra ahşaptan yapılmış evleriyle ve tanıtım çalışmalarıyla ön plana çıkan Beypazarı'nda kent dokusu korunarak kültürel miras bilinci oluşmuştur. Bu süreçte, eski evlerin tamamıyla yıkılması söz konusu olmamış, geçmişten gelen tarihi değerleri koruyup geleceğe taşımak temel amaç olmuştur. Dolayısıyla Ankara'da günübürlük de olsa ziyaret edilen Beypazarı destinasyonunun, otantiklik açısından zengin olduğu ve otantik bir destinasyon olarak algılandığı araştırma sonucundan da anlaşılmaktadır.

Beypazarı'na gelen ortalama turist sayısına bakıldığında yapılan tanıtım çalışmaları ve festivallerin duyurulmasına rağmen ortalama 250,000 turistin geldiği, İstanbul, Muğla, Antalya gibi destinasyonlarla karşılaştırıldığında bu sayının az olduğu ve gelen turistlerin büyük bir kısmının Ankara'da yaşadığı, bir kısmının ise çevre illerden geldiği dikkat çekmektedir. Dolayısıyla bu durumun çalışma verilerinin yorumlanmasında göz önünde bulundurulması gerektiği söylenebilmektedir.

Alanyazında otantikliğin tavsiye etme niyetine etkisine dair bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Dolayısıyla mevcut araştırmada otantikliğin tavsiye etme niyetine etkisinin incelenmesi teorik açıdan alanyazına katkı sağlamıştır. Bunun yanında, mevcut araştırmada kurulan modelde tüm değişkenler bir bütün olarak incelendiğinde, bu modelin daha önceden test edilmemiş olması, alanyazına teorik açıdan katkı sağlamaktadır.

Araştırmanın alanyazına bir başka teorik katkısı, çoğu benzer çalışma sonucunda görüldüğü gibi imajın tavsiye etme niyeti üzerinde etkisinin olmasıdır. Buna göre literatürde yer alan çoğu araştırma ile benzer olarak (İnan vd., 2011; Sevim vd., 2013; Prayag vd., 2015; Öztürk ve Şahbaz, 2017; Eid vd., 2019) imaj, destinasyonu diğerlerinden farklı kılmakta ve ziyaretçilerin algılarını olumlu yönde etkilemekte; dolayısıyla tavsiye etme niyetini artırmaktadır. Mevcut araştırmada da Beypazarı'nı ziyaret eden turistlerin algıladıkları imajın tavsiye etme niyetini artırdığı kanıtlanmıştır. Bu sonucun, alanyazında yer alan diğer birçok çalışma sonucunda elde edilen imaj ve tavsiye etme niyeti arasındaki olumlu ilişkiyi desteklediği görülmektedir.

Yapılan araştırmanın diğer çalışmalardan farkı ise otantikliğin ve algılanan destinasyon imajının destinasyon tatmini üzerinde etkisinin olmamasını ortaya koyması olarak ifade edilebilir. Yapılan çoğu araştırmada (Chi ve Qu, 2008; Dalkılıç, 2012; Ön Esen ve Bahar, 2019) imajın, tatmin üzerinde etkisinin olduğu tespit edilmişken; mevcut araştırmada destinasyon tatmini güvenilirliği sağlamadığı için ileriki aşamada modele dahil edilmemiştir. Buradan hareketle, mevcut araştırma sonucunda otantikliğin ve algılanan destinasyon imajının

destinasyon tatmini üzerinde etkisinin olmaması sonucunun elde edilmesinin teorik açıdan önem arz ettiği söylenebilir.

Araştırma sonucunda ziyaretçilerin Beypazarı'nı Ankara'ya yakın olmasından dolayı tercih ettiği ve bu destinasyonun daha çok gününbirlik gezi için uygun olduğu algısının bulunmasından dolayı bu bölgeye konaklamalı ziyaretin az olduğu fark edilmiştir. Bu konuda işletme sahiplerinin ve turizm ile ilgisi bulunan tüm paydaşların, Beypazarı ziyaretinin uzun sürmesi yönünde etkinlikler düzenlemesinin ve turistlerin ilgisini çekecek, satın almayı kolaylaştıracak ürün çeşidini artırmasının ve ziyaretçilerin kalış süresini uzatmaya çalışmasının gerekli olduğu söylenebilir.

Gelecek Araştırmalar İçin Öneriler

Gelecek araştırmalarda varoluşsal otantiklik, coğrafik (yer) temelli ele alınabilir. Hac ziyaretlerinin yanında, dini motifler, yöresel oyunlar, etnik restoran yemekleri ve gösteriler ve buna ek olarak savaş anları varoluşsal otantiklik kapsamında incelenebilir. Bunun yanında literatürde azınlık gruplar, varoluşsal otantiklik kapsamında sıklıkla incelenmiştir; ancak LGBT etkinliklerinin otantikliğinin üç boyutuna hitap etmesi girişiminde bulunulmalıdır. Festivaller ya da etkinlikler ile azınlık grupların otantiklik deneyimleri tam anlamıyla ölçülememektedir. Bunun yerine kendilerinden bir parça bulacakları ürünler, müzeleri ve etkinlikler, pazarlar, konakladıkları oteller bir arada incelenerek otantikliğinin üç boyutuna hitap edilmiş olacaktır. Varoluşsal otantiklikten farklı olarak yemek yeme deneyimi, bir destinasyonu ziyaret etmede başlı başına bir çekicilik oluşturabilir (Kivela ve Crotts, 2006). Bu anlamda yöresel yemekler, yerli kültürü anlamada bir ipucu oluşturabileceği gibi otantiklik kapsamında da incelenebilir.

MacCannell (1973) her ne kadar turizmde otantikliğe öncülük etmiş olsa da bazı saptamalarının keskin olduğunu söylemek mümkündür. Modern çağda turistlerin temel motivasyonu sadece otantiklik temelli değildir. Bireyler, sadece yemek deneyimi amacıyla seyahat de edebilir, macera deneyimi peşinde de koşabilir, nostalji duygusunu yaşamak da isteyebilir. Bu noktada ileriki araştırmalarda azınlık grupları, yemek deneyimleri, miras deneyimleri gibi farklı turizm motiflerini öne sürmenin daha mantıklı olacağı söylenebilir. Bunun yanında MacCannell, bireylerin zamanla çevrelerine yabancılaştıklarını ve otantik olanın kendi buldukları bölge dışında olduğu yanlışına kapıldıklarını ve bunun sonunda da otantikliği buldukları bölge dışında aramaya başladıklarını ifade etmiştir; ancak bu ifadesi de pratikte karşılık bulamamaktadır. Günümüzde her ne kadar modernleşme dolayısıyla homojenleşme hüküm sürüyor olsa da bireyler kendi buldukları bölgede de kendilerinden bir parça bulabilmekte ve otantikliği deneyimleyebilmektedir. Bir diğer konu da MacCannell (1973) sahnelenen otantiklik teorisinde, turistlerin ön bölgeden arka bölgeye geçmeye çalıştıklarını; ancak başarısız olduklarını söylemiştir. Bu ifadenin de keskin bir ifade olduğunu söylemek mümkündür. Örneğin Maori kültürü turistlerin ön bölgeden arka bölgeye geçebileceğini gösteren nadir örneklerden biridir.

Otantiklik üzerine yapılan çalışmalardan farklı olarak; çömlekçilik geleneği, yumurta işçiliği, bakırcılık gibi günümüzde unutulmaya yüz tutmuş alanlar olan yöresel işçilik konuları üzerine çalışılabilir ve bu konular otantiklik ile bağdaştırılabilir.

Otantiklik istemsiz bir şekilde ikili anlayışa sürüklenmektedir. Nesnenin otantik olup olmadığına dair ikili bir bakış devam etmektedir: Otantik ve otantik değil, otantik ve asılsız, gerçek ve sahte, orijinal ve kopya. Bir müzede eserleri incelerken ya da tarihi kalıntıları gezerken ziyaretçilerin söz konusu eserlerin otantik olduğunu varsayarak incelediği söylenebilir. Otantikliği açıklayabilmek için ister istemez aslı ya da kopyası gibi bir

sınıflandırma yapılmaktadır. Kısaca yapısal otantiklikte ziyaretçilerin orijinal ya da kopya şeklinde bir ikileme gittiğinin bilinmesi gerektiği söylenebilir.

Araştırma sonucunda algılanan destinasyon imajının, nesnel otantikliğin tavsiye etme niyetine olan etkisine tam aracılık gösterdiği sonucu elde edilmiştir. Algılanan destinasyon imajının, yapısal otantikliğin tavsiye etme niyeti üzerindeki etkisine aracılık etme durumu söz konusu değildir. Varoluşsal otantikliğin tavsiye etme niyetine olan etkisinde algılanan destinasyon imajı kısmi aracılık göstermiştir. Ankara’da günübirlik de olsa ziyaret edilen Beypazarı destinasyonunun, otantiklik açısından zengin olduğu ve otantik bir destinasyon olarak algılandığı araştırma sonucundan da anlaşılmaktadır. Alanyazında otantikliğin tavsiye etme niyetine etkisine dair bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Dolayısıyla mevcut araştırmada otantikliğin tavsiye etme niyetine etkisinin incelenmesinin teorik açıdan alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bunun yanında, mevcut araştırmada kurulan modelde tüm değişkenler bir bütün olarak incelendiğinde, bu çalışmanın alanyazına teorik açıdan katkı sağlamasında etkili olacağı düşünülmektedir. Araştırmanın alanyazına bir başka teorik katkısı, çoğu benzer çalışma sonucunda görüldüğü gibi imajın tavsiye etme niyeti üzerinde etkisinin olması sonucunu ortaya çıkarmasıdır. Yapılan araştırmanın diğer çalışmalardan farkı ise otantikliğin ve algılanan destinasyon imajının destinasyon tatmini üzerinde etkisinin bulunmaması sonucunu ortaya koyması olarak ifade edilebilir.

Çalışmanın Kısıtları: COVID-19 sebebiyle turizm faaliyetleri sekteye uğramıştır ve bu durum, veri toplama sürecinde çevrim içi anketin kullanılmasını gerekli kılmıştır. Ankara’da turizmin diğer destinasyonlara göre sınırlı olması, buna bağlı olarak gelen turist sayısının da sınırlı olması çalışma üzerinde etkili olmuştur. Anketlerin uygulanmasında, katılımcıların yetişkin olması ve katılımcıların Beypazarı’nı restorasyon geçirmiş halinden sonra ziyaret etmesi dikkate alınmıştır.

KAYNAKÇA

- AL-KWIFI, O. S. (2015). “The Impact of Destination Images on Tourists’ Decision Making a Technological Exploratory Study Using FMRI”. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 6(2): 174-194.
- ALTUNEL, M. C. (2013). *Turistlerin Beklenti ve Deneyimleme Kalitesinin Tavsiye Etme Kararına Etkisi: Müze Ziyaretçileri Üzerine Bir Araştırma*, Doktora tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- AYAZLAR, G., & KARAKULAK, Ç. (2016). “Kırsal Turizmde Otantiklik Olgusu: Çamlık Köyü, Bodrum Örneği”. *Gaziantep University Journal of Sciences*, 15(2): 531-548.
- AYTAÇ, Ö. (2006). “Tüketimcilik ve Metalaşma Kıskaçında Boş Zaman”. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(11): 27-53.
- AZEVEDO, A. (2010). “Designing Unique and Memorable Experiences: Co-creation and the "Surprise" Factor”. *International Journal of Hospitality and Tourism Systems*, 3(1): 42-54.
- BALOĞLU, S., & BRINBERG, D. (1997). “Affective Images of Tourism Destinations”. *Journal of Travel Research*, 35(4): 11-15.
- BALOĞLU, Ş., & MCCLEARY, K.W. (1999). “A Model of Destination Image Formation”. *Annals of Tourism Research*, 26(4): 868-897.

- BALOĞLU, S., & MANGALOĞLU, M. (2001). "Tourism Destination Images of Turkey, Egypt, Greece and Italy as Perceived by US-based Tour Operators and Travel Agents". *Tourism Management*, 22(1): 1-9.
- BEERLI, A., & MARTIN, J. D. (2004a). "Tourists' Characteristics and the Perceived Image of Tourist Destinations: A Quantitative Analysis-A Case Study of Lanzarote, Spain". *Tourism Management*, 25(5): 623-636.
- BOORSTIN, D. J. (1964). *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*, Harper Press, New York.
- BUCHMANN, A., MOORE, K., & FISHER, D. (2010). "Experiencing Film Tourism: Authenticity and Fellowship". *Annals of Tourism Research*, 37(1): 229-248.
- CHEN, C., & TSAI, D. (2007). "How Destination Image and Evaluative Factors Affect Behavioral Intentions?". *Tourism Management*, 28: 1115-1122.
- CHEN, C., & PHOU, S. (2013). "A Closer at Destination: Image, Personality and Loyalty". *Tourism Management*, 36: 269-278.
- CHI, C. G. Q., & QU, H. L. (2008). "Examining the Structural Relationships of Destination Image, Tourist Satisfaction and Destination Loyalty: An Integrated Approach". *Tourism Management*, 29(4): 624-636.
- COHEN, E. (1972). "Towards a Sociology of International Tourism". *Social Research*, 39(1): 164-182.
- COHEN, E. (1988). "Authenticity and Commoditization in Tourism". *Annals of Tourism Research*, 15: 371-386.
- COHEN, E. (2004). *Contemporary Tourism Diversity and Change*, Elsevier Press, Boston.
- CORNELISSE, M. (2014). "Memorable Tourist Experiences in Authentic Vicos, Peru". *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 6(1):104-127.
- DALKILIÇ, F. (2012). *Algılanan Destinasyon İmajı ve Tatminin Davranışsal Niyet Üzerindeki Etkisi: Kapadokya Örneği*, Yüksek Lisans Tezi. Nevşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- DUMAN, T., & ÖZTÜRK, A. B. (2005). "Yerli Turistlerin Mersin Kız Kalesi Destinasyonu ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetleri İle İlgili Algılamaları Üzerine Bir Araştırma". *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(1): 9-23.
- EID, R., EL-KASSRAWY, Y. A., & AGAG, G. (2019). "Integrating Destination Attributes, Political (In)Stability, Destination Image, Tourist Satisfaction and Intention to Recommend: A Study of Uae". *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 2(1): 1-28.
- FROCHOT, I., & BATAT, W. (2013). *Marketing and Designing the Tourist Experience*, Goodfellow Publishers, Oxford.
- FROST, F. A., & KUMAR, M. (2000). "Intservqual-an Internal Adaptation of the GAP Model in a Large Service Organisation". *Journal of Services Marketing*, 14 (5): 358-377.

- GARTNER, W. C. (1989). "Tourism Image: Attribute Measurement of State Tourism Products Using Multidimensional Scaling Techniques". *Journal of Travel Research*, 28(16): 16-20.
- GETZ, D. (1994). Event Tourism and the Authenticity Dilemma, In W. Theobald (eds) *Global Tourism* (313-329), Butterworth-Heineman, London.
- GRÖNROOS, C. (1984). "A Service Quality Model and Its Marketing Implications". *European Journal of Marketing*, 18(4): 36-44.
- GÜNAL, A. (1998). "Otantik Olam Aramak". *Birikim Dergisi*, 111: 109-113.
- HAIR, J.F.J., BLACK, W.C., BABIN, B.J., & ANDERSON, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis*, Seventh Edition, Pearson Prentice Hall.
- HUNT, J. D. (1975). "Image As a Factor in Tourism Development". *Journal of Travel Research*, 13: 1-7.
- İNAN, E.A., AKINCI, S., KIYMALIOĞLU, A., & AKYÜREK, M.S. (2011). "Kruvaziyer Turizmde Turistlerin Tavsiye Niyetlerinde Destinasyon İmajının Etkisi". *Ege Akademik Bakış*, 11(3): 487-497.
- KAYGALAK, S., USTA, Ö., & GÜNLÜ, E. (2013). "Mardin'de Turizm Gelişimi ile Otantik Olgusu Arasındaki İlişkinin Sosyolojik Açıdan Değerlendirilmesi". *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(2): 237-249.
- KILIÇ, S. (2007). *Destinasyon Pazarlamasında Marka Stratejileri ve Kütahya Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- KIM, D., & PERDUE, R. R. (2011). "The Influence of Image on Destination Attractiveness". *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 28(3): 225-239.
- KIM, J. H. (2014). "The Antecedents of Memorable Tourism Experiences: The Development of a Scale to Measure the Destination Attributes: Associated with Memorable Experiences". *Tourism Management*, 44: 34-45.
- KIVELA, J., & CROTTS, J. C. (2006). "Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination". *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3): 354-377.
- KREJCIE, R.V., & MORGAN, D.W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30: 607-10.
- KULEVIČIUS, S. (2014). "In Search for Cultural Heritage Authenticity Definition: History and Current Issues". *Historical and Cultural Studies*, 1: 11-16.
- LAWS, E., SCOTT, N., & PARFITT, N. (2002). "Synergies in Destination Image Management: A Case Study and Conceptualization". *International Journal of Tourism Research*, 4: 39-55.
- LEE, J., & BEELER, C. (2007). "The Relationships Among Quality, Satisfaction and Future Intention for First-time and Repeat Visitors in a Festival Setting". *Event Management*, 10(4):197-208.

- LEE, S., JEON, S., & KIM, D. (2011). "The Impact of Tour Quality and Tourist Satisfaction on Tourist Loyalty: The Case of Chinese Tourists in Korea". *Tourism Management*, 32(5): 1115-1124.
- MACCANNELL, D. (1973). "Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings". *American Journal of Sociology*, 79: 589-603.
- NGUYEN, T. H. H., & CHEUNG, C. (2016). "Chinese Heritage Tourists to Heritage Sites: What are the Effects of Heritage Motivation and Perceived Authenticity on Satisfaction?". *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(11): 1155-1168.
- ÖN ESEN, F., & BAHAR, O. (2019). "Destinasyon İmajı, Turist Memnuniyeti Ve Destinasyon Sadakati İlişkisi Açısından Afyonkarahisar'da Termal Turizm". *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4): 949-963.
- ÖZ, M., & UYAR, E. (2014). "Sağlık Hizmetleri Pazarlamasında Algılanan Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyeti Üzerinde Ağızdan Ağıza Pazarlamanın Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma". *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16(26): 123-132.
- ÖZTÜRK, Y., & ŞAHBAZ, R.P. (2017). "Algılanan Destinasyon İmajının Tekrar Ziyaret Niyeti ve Tavsiye Davranışı Üzerine Etkisi: Ilgaz Dağı Milli Parkı'nda Bir Araştırma". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2): 3-21.
- PINE, B. J., & GILMORE, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business a Stage*, Harvard Business Press, The USA.
- QUE, H. L., KIM, L. H., & IM, H. H. (2011). "A Model of Destination Branding: Integrating the Concepts of the Branding and Destination Image". *Tourism Management*, 32(3): 465-476.
- PRAYAG, G., HOSANY, S., MUSKAT, B., & DEL CHIAPPA, G. (2015). "Understanding the Relationships Between Tourists' Emotional Experiences, Perceived Overall Image, Satisfaction and Intention to Recommend". *Journal of Travel Research*, 1: 1-48.
- RAMSEOOK MUNHURRUN, P., SEEBALUCK, V. N., & NAIDOO, P. (2015). "Examining the Structural Relationships of Destination Image, Perceived Value, Tourist Satisfaction and Loyalty: Case of Mauritius". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 175: 252-259.
- RICKLY-BOYD, J. (2012). "Authenticity and Aura: A Benjaminian Approach to Tourism". *Annals of Tourism Research*, 39(1): 269-289.
- SEVİM, B., SEÇİLMİŞ, C., & GÖRKEM, O. (2013). "Algılanan Destinasyon İmajının Tavsiye Davranışı Üzerine Etkisi: Safranbolu'da Bir Araştırma". *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9(20): 115-129.
- SHARMA, S. (1996). *Applied Multivariate Techniques*, John Wiley and Sons Inc, New York.
- SHARPLEY, R. (1999). *Tourism, Tourists and Society*, Second Edition, ELM, Huntingdon.
- STYLIDIS, D., & CHERIFI, B. (2018). "Characteristics of Destination Image: Visitors and Non-visitors' Images of London". *Tourism Review*, 73(1): 55-67.

- TDK, Türk Dil Kurumu, “Otantiklik”, [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts & arama=gts&guid=TDK.GT S.5afc b811ba0d94.20365704](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GT.S.5afc_b811ba0d94.20365704), 20.02.2020
- TOPSAKAL, Y., & İPLİK, F. N. (2013). “Üniversite Öğrencilerinin Kalite Algıları ile Memnuniyet ve Tavsiye Etme Düzeyleri Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”. *Cag University Journal of Social Sciences*, 10(2): 82-94.
- TRIANAFILLIDOU, A., & SIOMKOS, G. (2013). “Summer Camping: An Extraordinary, Nostalgic and Interpersonal Experience”. *Journal of Vacation Marketing*, 19(3): 197-208.
- TRILLING, L. (1972). *Sincerity and Authenticity*, Oxford University Press, London.
- ICOMOS, Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi, “The Nara Document on Authenticity”, <https://whc.unesco.org/document/116018>, 21.05.2020
- UNSECO, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, “Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention”, <http://whc.unesco.org/archive/out/opgu77.htm>, 15.10.2020
- WALLS, A. R., OKUMUŞ, F., WANG, Y. R., & KWUN, D. J. W. (2011). “An Epistemological View of Consumer Experiences”. *International Journal of Hospitality Management*, 30(1): 10-21.
- WANG, N. (1999). “Rethinking Authenticity in Tourism Experience”. *Annals of Tourism Research*, 26(2): 349-370.
- WOODSIDE, A. G. and LYSONSKI, S. (1989). “A General Model of Traveler Destination Choice”. *Journal of Travel Research*, 27(4): 8-14.
- ZHANG, H., FU, X., CAI, L. A., & LU, L. (2014). “Destination Image and Tourist Loyalty: A Meta-analysis”. *Tourism Management*, 40: 213-223.

Koronavirüs Pandemi Sürecinin Türkiye’de BIST Alt Sektör Endeksleri Üzerine Etkileri

(Araştırma Makalesi)

The Effects of the Coronavirus Pandemic Process on BIST Sub-Sector Indices in Turkey

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1150866

Gökhan GÜVEN

Öğr. Gör., İskenderun Teknik Üniversitesi
gokhan.guven@iste.edu.tr
Orcid No: 0000-0002-2877-2497

Önder UZKARALAR

Dr. Öğr. Üyesi, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
onderuzkaralar@osmaniye.edu.tr
Orcid No: 0000-0002-5075-3305

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Güven, G., & Uzkaralar, Ö. (2023). Koronavirüs Pandemi Sürecinin Türkiye’de BIST Alt Sektör Endeksleri Üzerine Etkileri. *Alanya Akademik Bakış*, 7(1), Sayfa No.413-428.

ÖZET

Anahtar kelimeler:
COVID-19, Borsa
İstanbul, BIST Alt
Sektör

Makale Geliş Tarihi:
29.07.2022
Kabul Tarihi:
19.01.2023

Bu çalışmada COVID-19’un Borsa İstanbul Alt Sektör endeksleri üzerinde etkisini incelemek amacıyla Basit Doğrusal Regresyon analizi kullanılmıştır. Analizde bağımsız değişken olarak COVID-19 günlük vaka sayısı, bağımlı değişkenler olarak ise Borsa İstanbul Alt Sektör (Turizm, Ulaştırma, Tekstil-Deri, Gıda-İçecek, Sınai) endeks verileri kullanılmıştır. Veri seti olarak 11.03.2020-09.04.2021 tarihleri arası günlük veriler tercih edilmiştir. Tercih edilen veri setinin zaman aralığının belirlenmesinde COVID-19 salgının Türkiye’deki ilk görüldüğü 11 Mart 2020 günü dikkate alınmıştır. Analiz sonucunda COVID-19 salgının Turizm, Tekstil ve Sınai Sektör Endeksleri üzerinde nispeten yüksek düzeyde anlamlı ve olumsuz etkisinin olduğuna dair bulgulara erişilmiştir. Gıda-İçecek ve Ulaştırma Endeksleri üzerinde ise daha düşük düzeyde anlamlı ve olumsuz etkisinin olduğu gözlemlenmiştir.

ABSTRACT

Keywords:
COVID-19, Borsa
Istanbul, BIST Sub-
Sector

In this study, Simple Linear Regression Analysis was carried out to investigate the impact of COVID-19 on Borsa Istanbul Sub-Sectors indices. In the analysis, the number of daily cases of COVID-19 was taken as independent variables, and Borsa İstanbul Sub-Sector (Tourism, Transportation, Textile-Leather, Food-Beverage, Industrial) index data were taken as dependent variables. As the data set, daily data between 11.03.2020-09.04.2021 was preferred. In determining the time interval of the preferred data set, 11 March 2020, when the COVID-19 outbreak was first seen in Turkey, was taken into account. As a result of the analysis, it has been found that the COVID-19 epidemic has a relatively high level of meaningful and negative impact on the Tourism, Textile and Industrial Sector Indices. It has been observed that it has

1. GİRİŞ

Bilindiği üzere 2019 yılı Aralık ayının ortalarında, Çin'in en kalabalık şehirlerinden biri olan Vuhan kentinde aksırık, öksürük, zor nefes alma gibi belirtiler gösteren bir grup hastada yapılan incelemeler neticesinde saptanan Yeni Koronavirüs Hastalığı (COVID-19) 13 Ocak 2020' de ortaya çıkmıştır. Şiddetli Akut Solunum Sendromu (SARS) olarak bilinen, 2003 yılında ortaya çıkan hastalığa benzer şekilde COVID-19, insanlar arasında yüksek oranda hava yoluyla ve temas ile bulaşabilen bir hastalıktır. Yerel salgın, Dünya Sağlık Örgütü'nün (DSÖ) kısa süre sonra benzeri görülmemiş bir küresel salgın olarak ilan etmesinin ardından hızla yayılan bir sağlık krizine dönüştü. Mart ayında, Avrupa ve ABD üst üste pandeminin merkez üssü haline geldi ve Türkiye dahil birçok ülke insan hareketliliğine kısıtlamalar getirdi.

Dünya genelinde neredeyse bütün ülkelerde etki oluşturan COVID-19 salgını, insanların sağlığı yanında psikolojisini de etkilemiş ve bununla birlikte sosyal hayatlarında kısıtlamalar olmuştur. Dahası ekonomik anlamda birçok sektör olumsuz etkilenirken bu durumu lehe çevirerek olumlu etkilenen sektörler de yok değildir. Virüsün yayılma hızını yavaşlatmak için sosyal izolasyonlar neticesinde pek çok sektör kayda değer ölçüde finansal sıkıntılarla yüzleşmek zorunda kalmıştır. Tüm bunların sonucunda dünya genelinde ekonomiye ve finans sektörüne yön veren dev finansal kurumlarla birlikte Türkiye ekonomisi ve finans sektörü de durumdan nasibini almıştır.

Finansal ortamlarda rol alan yatırımcıların dikkat etmeleri gereken ve finansal piyasalara etki eden farklı riskler vardır. Finans literatüründe risk “beklenen getirinin gerçekleşen getiriden sapma olasılığı” olarak tanımlanmaktadır. Genel olarak ekonomide sistematik ve sistematik olmayan riskler olmak üzere iki tür risk vardır. Sistematik olmayan riskler finansal sistemin tamamına değil belirli bir sektör ya da firmaya özgü nitelikteki risklerdir. Müdahale edilebilir olmaları ve çeşitlendirme ile azaltılabilmeleri en önemli özellikleridir. Sistematik olmayan risklere finansal risk, yönetim riski ve iş-endüstri riski gibi firmaların kendilerinden kaynaklanan riskler örnek verilebilir. Sistematik olan riskler ise firmaların kendilerinden kaynaklanmayan, çeşitlendirme ile azaltılamayan ve pazar riski olarak adlandırılan risklerdir. Bir diğer açıdan bakıldığında kontrol edilemeyen olaylardır. Bu tür riskler bilinemezler ve tamamen önlenemezler. Aynı zamanda çeşitlendirme ile azaltılamazlar. Sistematik riske enflasyon riski, politik risk, doğal afetler, salgınlar örnek verilebilir (Gündoğdu, 2018: 117). Sistematik riskler sistematik olmayan risklerin aksine piyasada işlem gören tüm firmaların değerini aynı anda ancak farklı oranlarda etkilemektedirler. Sistematik ve sistematik olmayan riskler bir araya geldiğinde toplam risk meydana gelir (Karabıyık ve Anbar, 2010: 261-265).

Doğal afet, salgın gibi sistematik riskler finansal piyasalarda belirsizlik ve riski arttırmakla beraber beklentileri de ciddi biçimde etkilemektedir. Ayrıca bu tür sıkıntılar firmaların değerini doğrudan ve dolaylı olarak etkilemekte ve sermayelerinin dolaşımını yavaşlatmaktadır. Bu durum ise firmaların piyasa değerinin düşmesine ve dolayısıyla piyasalarda firma değerindeki azalma kadar bir düşüşe yol açmaktadır (Akar, 2013: 192). Ayrıca teknolojinin bu denli geliştiği günümüz dünyasında ülkelerin borsalarındaki devamlılık sermayedarların ve şirketlerin gelecek beklentilerini ve yatırım tercihlerini etkilemektedir. Volatilitenin yüksek olması ise yatırımcıların risk algısında değişim göstermektedir. Sistematik risklerden olan küresel salgınlar, savaşlar gibi olağan dışı olaylar sonucunda ülke piyasaları değer düşüşü yaşayabilmektedir. Bu tür olaylar piyasalara olan güveni azaltmakta ve hisse senetlerine olan talebi etkileyebilmektedir.

Söz konusu bağımsız değişken koronavirüs vaka sayısı, ekonomideki sistematik risklerden olduğu için bağımlı değişkenler olan BİST Alt Sektörler üzerinde doğrudan etkiye sebep olacaktır. Bu durum finansal varlıkların değerinde azalmaya sebep olurken yatırımcıların karar verme sürecini etkileyecek ve genel seyri değiştirecektir. Hem Türkiye’de hem dünyada çeşitli sektörleri önemli ölçüde etkisi altına alan koronavirüsün BİST alt sektörler üzerindeki etkisini incelemek önemli görülmektedir.

Bu çalışmanın amacı dünya genelinde büyük etki oluşturan COVID-19 salgınından en çok etkilendiği düşünülen BİST Turizm, BİST Ulaştırma, BİST Tekstil-Deri, BİST Gıda-İçecek ve BİST Sınai endeksleri gibi Borsa İstanbul (BİST) alt sektörleri üzerindeki etkisini test etmektir. Çalışmada DSÖ tarafından pandemi olarak ilan edilen tarih olan 11 Mart 2020 başlangıç olarak kabul edilecek ve bu tarihten 09.04.2021 tarihine kadar Türkiye’de yayınlanan günlük vaka sayısı ve sektör endeks verileri dikkate alınacaktır.

2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

COVID -19 salgını DSÖ tarafından 11 Mart 2020 tarihinde pandemi olarak ilan edilmiştir. Bu tarihten itibaren dünyada ve ülkemizde sağlık sektörü gibi ana etki alanı ile birlikte finansal piyasalar ve ekonomi alanları da olumlu veya olumsuz yönde etkilenmiştir. Hastalığın Çin’in Vuhan kentinde çıktığı günden bugüne ekonomik, sosyal ve toplumsal etkileri üzerine çeşitli çalışmalar yapılmıştır. DSÖ ve ülkemizde Sağlık Bakanlığı tarafından yapılan açıklamalar salgının hala devam ettiğini göstermektedir. Literatürde söz konusu virüsün çeşitli sektörlerde etkisi üzerine yapılan çalışmalar devam etmektedir. Bu bölümde konumuz ile alakası olan yabancı ve yerli çalışmalara yer verilmiştir.

Bakar ve Rosbi (2020), çalışmasında talep ve arz eğrisini kullanmışlardır. Bu doğrultuda COVID-19’un turizm endüstrisindeki ekonomik değişiklikleri değerlendirilmektedir. Bulunan sonuç, talep fonksiyonunda azalma olduğunda, arz edilen denge miktarında ve arz edilen denge fiyatında azalma yarattığını göstermektedir. Ayrıca Turizm endüstrisi talebinin fiyat esnekliği 1.0’dır. Bu değer, fiyat esnekliğinin esnek aralıkta olduğunu göstermektedir.

Şkare ve diğerleri (2021), çalışmasında COVID-19 pandemisinin hem dünya çapında hem de coğrafi düzeyde kısa ve uzun vadede potansiyel etkisini incelemektedir. Çalışma, dünya ve coğrafi seyahat ve turizm sektöründe olumsuz bir etki oluşturması beklenen pandeminin etkilerini keşfetmeye çalışmaktadır. Bunun için 16 dünya bölgesinde gruplandırılmış 185 ülke için 1995’ten 2019’a kadar yıllık dünya seyahat ve turizm verileri kullanılmıştır. Tüm veriler, enflasyon etkisine göre ayarlanmış gerçek fiyatlardır (TÜFE 2000 ABD\$=100 endeksi). Çalışmada COVID-19’un dünya çapında turizm üzerindeki etkisini incelemek için heterojen PSVAR modeli kullanılmıştır. Çalışmanın sonucu pandemi krizlerinin turizm sektörü ve ekonomisi üzerinde uzun süreli olumsuz etkileri olduğunu göstermektedir.

Yetkin (2020) çalışmasında Türkiye’de COVID-19 vakasının açıklandığı günden çalışmanın yapıldığı tarihe kadar, Türkiye’de başta gelen firmaların kapsama dahil olduğu BİST 100 endeksine etkisini incelemiştir. Borsa İstanbul ve Türkiye’de yetkili kuruluş olan Sağlık Bakanlığı’ndan topladığı veriler ile SPSS paket programı kullanarak Kolmogorov-Smirnov normallik, Pearson korelasyon katsayısı, ANOVA ve basit regresyon analizi yapmıştır. Sonuç olarak Borsa İstanbul’un, koronavirüs (Covid-19) vaka sayısının değişiminden etkilendiği kanısına varılmıştır.

Altındış ve Şimşek (2018), yaptıkları çalışmada grip enfeksiyonunun teşhis ve tedavisinin getirdiği ve salgınların önüne geçmek için katlanılan aşılama maliyetlerinden hangisinin daha fazla ekonomik ağırlık getirdiğini araştırmışlardır. Gribin sebep olduğu ekonomik sıkıntının

düşürülmesinde hangi yaklaşımın daha az maliyet doğuracağını belirlenmesi çalışma konularıdır. Bu çerçevede çalışmada mevsimsel influenza enfeksiyonlarının epidemisinin yanında hastalık ve enjeksiyon yapmanın beraberinde getirdiği ekonomik etkiler değerlendirilmiştir.

Mao ve diğerleri (2012), 3143 Amerika eyaletinde mevsimsel gribin yıllık ekonomik etkilerini hesaplayan bir araştırma yapmışlardır. Araştırmadaki sonuçlar eyaletler arasında, gribin yıllık ekonomik maliyetlerinin 13,9 bin dolardan 957,5 milyon dolara (2,47 milyon dolar ortalama ile) kadar farklılık gösterdiğini göstermektedir.

Çetin ve diğerleri (2009), epidemiklerin finans ve ticari hayat üzerindeki etkilerinin incelendiği ve mevcut A/H1N1 pandemisine ilişkin bazı cebirsel modellerin verildiği çalışmalarında sağlık yöneticilerine sağlam ve ışık verici bir şekilde destek olmayı, yaşam ve ekonomik kayıplarını en düşük hale getirmeyi amaçlamışlardır.

Feng ve diğerleri (2020) çalışmalarında koronavirüsten olumsuz yönde etkilenmediklerine inandıkları bazı firmaların pay senetlerini, duyarlılık ve stok analizleri uygulamak için kullanmışlardır. Analizi uygulamak için seçtikleri metotlar Equal Weighted, Market Value Weighted, Global Minimum Variance, Maximum Sharpe Ratio testleridir. GB oranı ile Piyasa performansı yüksek olan firmaların daha yüksek getiri elde ettikleri sonucuna ulaşmışlardır.

Barnett vd. (2000), GSYİH ve AIDS arasındaki ilişkiyi test etmeyi amaç edinen bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Bulunan analiz sonuçlarına göre GSYİH ve AIDS arasında negatif yönde bir ilişki olduğu anlaşılmıştır. Siu ve Wong (2004), Hong-Kong ekonomisinin SARS pandemi sürecinden nasıl etkilendiğini araştırmışlardır. Makroekonomik veriler ve finansal piyasa tarafından ele aldıkları çalışmalarında, pandeminin öncelikle ticaret, turizm ve borsa üzerinde negatif etkiye neden olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Söz konusu olay pandeminin toplum üzerinde korku ve paniğe neden olması ile bağdaştırılmıştır.

Liu ve diğerleri (2020), Covid-19 tarafından önemli seviyede etkilenen ülkelerde (Japonya, Kore, Singapur, ABD, Almanya, İtalya ve İngiltere) başı çeken 21 borsa endeksinde kısa vadeli etkisini incelemiştir. Çalışmada 21 Şubat 2019 - 18 Mart 2020 tarihleri arasında ait birçok önde gelen endeksin günlük kapanış değerleri ele alınmıştır. Covid-19 salgınından etkilenen ülkelerin önde gelen hisse senedi endekslerinin anormal getirilerini (AR) ve kümülatif anormal getirilerini (CAAR) araştırmak amacıyla çalışmada vaka çalışması yöntemi kullanılmıştır. Covid 19'dan etkilenen büyük ülkeler ve alanlardaki borsa endekslerinin virüs salgınından sonra hızlı bir şekilde düştüğü sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, Asya'da bulunan devletlerin diğer devletlere göre daha olumsuz anormal getiriler yaşadığı çalışmada belirtilmiştir.

Demirhan (2020), çalışmasında COVID-19 pandemisinin Türkiye borsasının BİST 100 endeksine ve CDS (Credit Default Swaps) primlerine etkisini incelemiştir. Bu amaç doğrultusunda Türkiye ile karşılaştırmalı olarak, Çin ve Nisan 2020 tarihinden sonra en fazla vakanın görüldüğü ABD'nin ve İtalya'nın hisse senedi piyasasını ve CDS primlerini analiz etmiştir. Ek olarak söz konusu pandemiyi Türkiye borsalarında meydana getirdiği tesiri incelemek amacıyla BİST 100 getirilerindeki ve 5 yıl vadeli CDS primlerindeki oynaklığı hesaplamıştır. Araştırmada, Covid 19'un volatilitiyi etkilediği ve CDS primlerindeki hareketliliğin hem de hem hisse senedi piyasasının vaka sayısına verdikleri tepkilerin yatırımcıların yapmış oldukları alım satım kararlarını aydınlatığı sonucuna ulaşılmıştır.

Yan ve diğerleri (2020), COVID-19 pandemisinin büyük kazançların elde edilebileceğinin düşünüldüğü eğlence endüstrisi, seyahat, altın ve teknoloji gibi sahalarda borsa üzerindeki muhtemel tesirini test eden bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Şahsi sermayedarların küresel bir

salgının etkilediği bir piyasada getiri elde edebilecekleri olası yolları keşfetmeyi amaçlamışlardır. Çalışma sonucuna bakıldığında piyasa kısmen kısa zamanda bu sıkıntılar karşısında ters etki yapsa da uzun periyotta er ya da geç kendini toparlar ve yükselişe geçer sonucuna ulaşmışlardır.

Korkut ve diğerleri (2020), çalışmalarında Covid-19 tarafından en çok etkilendiği düşünülen sektörlerden biri olan turizm sektörü üzerindeki etkisini araştıran bir çalışma yapmışlardır. Bu minvalde Covid-19 günlük vaka ve Covid-19 günlük ölüm sayılarının Borsa İstanbul Turizm Endeksi (BIST Turizm) üzerindeki etkisi ARDL sınır testi aracılığıyla incelenmiştir. Yapılan analizler neticesinde vaka ve ölüm sayıları bazında Covid-19'un turizm ile eş bütünlük bir yapıya sahip olduğu ortaya konmuştur.

Tayar ve diğerleri (2020), BİST sektör endekslerinden 10 adet sektörde koronavirüsün etkilerini inceleyen bir çalışma yapmışlardır. Basit Doğrusal Regresyon analizinin kullanıldığı çalışmada bağımsız değişken olarak Türkiye'deki aktif vaka sayılarındaki günlük değişim, bağımlı değişkenler olarak ise BİST sektör endekslerindeki günlük değişimler kullanılmıştır. Tahmin modelleri sonucunda Kurulan tahmin modellerine göre Türkiye'de koronavirüs pandemisinin tesirinin elektrik, ulaştırma, mali, sınai, teknoloji sektör endeksleri üzerinde nispeten yüksek olduğu bulgularına ulaşılmıştır.

Yang ve diğerleri (2020), Turizm Sektörü üzerine bulaşıcı hastalıklardan olan koronavirüsün etkisini anlamak için bir çalışma yapmışlardır. Zaman serileri ve ekonometrik analizlerle birlikte dinamik stokastik genel denge (DSGD) analizi ile yürütülmüştür. Analiz sonucu ince ayrımlı etkileşimler piyasa uzmanlarına karşı genel denge dairesinden alt seviyelerdedir. Hesaplanabilir genel denge modelinin tersine DSGD metodundaki sektör uzmanları rastlantısal bir ortamı en iyi şekilde kullanır. Uzun ve etkili süren salgınlar belirsizlik ortamı oluşturduğu için bu tür durumlarda pandemi krizlerinin etkisini belirlemede DSGD modelinin kullanılmasının daha uygun olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Ramelli ve Wagner (2020), çalışmalarında ekonomide önceden tahmin edilemeyen risklerin birden meydana gelmesi ile nasıl kontrol altına alınabileceğini araştırmışlardır. Bu amaç doğrultusunda salgın hastalığı olan COVID-19'un hisse senedi fiyatlarına etkileri analiz edilmiştir. Pandemi sonucunda finansal krizin ortaya çıkmasının çeşitli ülke ekonomilerini olumsuz etkilemesi yatırımcıların firmalara olan güvenlerini de olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.

Mhalla (2020), Çin'nin Vuhan kentinde hastalığın yayılmasını ve dünya ekonomisini önemli ölçüde etkileyeceği düşünülen petrol ve havacılık sektörleri üzerinde pandeminin etkisini açıklamayı amaç edinen bir çalışma gerçekleştirmiştir. Mevcut veriler test edilerek COVID-19'un önemli bir şekilde hava yolu taşımacılığını ve havacılık sektörünü kısa dönemde etkilediği ve dünya petrol sektörü üzerinde önemli ve olumsuz etkileri olacağı sonucuna varılmıştır.

Akar (2013), doğal afetlerin makroekonomi ve kamu maliyesine etkileri üzerine yaptığı çalışmada doğal afetlerin tanımları, sınıflandırmaları, maliyetleri ve çeşitli etkilerini ele almıştır. Doğal afet türlerinden Türkiye'de sıklıkla ortaya çıkan ve en çok hasar oluşturan depremler dikkate alınarak doğal afetlerin Türkiye'de kamu maliyesi ve makroekonomi üzerindeki etkilerini ince ayrıntılarla incelemiştir. Bulunan sonuca göre Türkiye'de oluşan bu tür doğal afetler ülke ekonomisini ciddi şekilde etkilemektedir.

Bolak ve Süer (2011), "olay çalışması" yöntemini kullanarak yaptıkları çalışmasında İMKB'de işlem gören finansal piyasa hisselerinin getirileri üzerinde, büyük Marmara depreminin

meydana getirdiği etkiyi ölçmeyi amaç edinmişlerdir. Çalışma sonuçlarına göre depremin bu hisseler üzerinde kayda değer büyüklükte negatif bir “artık getiri” oluşturduğuna işaret etmektedir. Bankacılık ve sigorta sektörlerini inceleme kapsamına almışlardır ve her iki sektör hisselerinde de yüksek anlamlılık düzeyinde negatif “artık getiriler” gözlenmiştir.

Lamb (1998), çalışmasında piyasaları önemli ölçüde farklı etkileyen Andrew ve Hugo kasırgalarının mülk ve zayıt (P&C) firmaları üzerindeki etkileri incelemiştir. Çalışma sonucundaki gözlemlere göre piyasanın kasırganın büyüklüğüne ve P&C firmaların maruz kaldığı zararın derecesine göre ayırım yapma yeteneği gözlemlenmiştir.

Phan ve Narayan (2020), çalışmalarında en aktif finansal göstergenin - yani hisse senedi fiyatının - COVID-19'un evrimindeki farklı aşamalara gerçek zamanlı olarak nasıl tepki verdiğini araştırmışlardır. Bunun için COVID-19'dan enfekte vakalar ve ölümler açısından en çok etkilenen ilk 25 ülke için hükümetin COVID-19'a verdiği yanıtlar incelenmiş ve bu ülkelerin hisse senedi getirilerine ilişkin günlük zaman serisi verilerini kullanılmaktadır. Herhangi bir beklenmedik haberde olduğu gibi, piyasaların aşırı tepki verdiğini ve daha fazla bilgi elde edildikçe ve insanlar sonuçları daha geniş bir şekilde anladıkça piyasanın kendini düzelttiğini sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca erken aşamalarda ülkelerin büyük çoğunluğunda hisse senedi fiyatlarının olumsuz tepki verdiğini görüldüğü belirtilmektedir. Ancak zamanla, ülkeler 100.000 enfeksiyona ve 100 ölüme ulaştıkça, örneğin piyasanın %50'sindeki tepki olumlu ve olası bir piyasa düzeltmesine işaret ettiği gözlemlenmiştir.

İşler ve Güven (2022), çalışmalarında pandemi sürecinin borsa endeksi üstündeki tesiri araştırılmıştır. Bu etkiyi inceleyebilmek için dolar kuru, altın ve gecelik repo faizi ile günlük hasta ve günlük vefat sayılarından yararlanılmıştır. Çalışmada 31 Mart 2020 – 09.06.2021 tarihleri arasındaki veriler kullanılmıştır. Elde edilen verilerin analizi için STATA programı tercih edilmiş ve Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi tercih edilmiştir. 2020 Nisan ve 2020 Kasım aylarında Günlük hasta sayılarında ciddi artışlar yaşanmıştır. Bu günlerde borsa verilerinin zıt tarafta önemli değişimler oluşturmadığı, buna karşılık 2021 Nisan ayındaki hasta sayısındaki yükseliş zamanında borsa verilerinde az miktarda olsa azalış gözlenmektedir. Sonuç olarak günlük ölüm miktarının borsa verileri için olumsuz bir etkisi görülmemiştir. Ayrıca dolar kurunun borsa verileri üstünde anlamlı eksi yönlü etkisi varken, altının ve gecelik repo faizinin anlamlı pozitif etkisi vardır.

Bayraktar (2020), çalışmasında COVID-19 pandemi sürecinin Borsa İstanbul alt sektörlerinden İmalat Sektörü stoklarına tesiri araştırılmıştır. Pay senedi getirisi neticelerine göre BİST 100 alt sektörlerinden imalat sektörü pay senetlerinin günlük yaklaşık olarak pozitif olmayan getiri ürettiği gözlemlenmiştir. Fiyat hareketliliğinin düşük olmadığı bir dilim ise vakanın ilk ilan tarihinde olduğu gözlemlenmiştir. Sonuçlara o anki dönem bazında dikkat edildiğinde, ilk vakanın ilan tarihinden 130 gün önceki dönemde ortalama %0,12, sonrasındaki 130 gün içinde ise ortalama %0,46 pozitif getiri sağladığı görülmektedir. Elde edilen verilere göre BİST 100 alt sektörlerinden imalat sektörü pay senetlerinin pandemi öncesi döneme göre daha yüksek getiri sağladığı görülmektedir. Ayrıca çalışma sonucuna göre, sektörün pandeminin olumsuz etkilerini ortadan kaldırdığı ve BİST bazında toparlandığı şeklinde sonuca ulaşılmıştır.

Şenol ve Otçeken (2021), çalışmalarında COVID-19'un sektörler üzerinde etkisi araştırılmaktadır. Çalışmada Ocak 2020 – Nisan 2021 dönemine ait haftalık veriler kullanılmıştır. Johansen eşbütünleşme ve Toda Yamamoto nedensellik testlerine kullanılarak analizler yapılmıştır. Çalışma sonucunda mali ve sanayi sektörleri ile COVID-19 vaka ve vefat sayılarında ilişki olduğu saptanmıştır. İlişkinin yönü ise COVID-19 vefat sayılarından mali ve

sanayi sektörüne doğrudur. Ayrıca bazı sektörlerde nedensellik ve ilişki görülürken bazı sektörlerde ilişkinin olmadığı yani COVID-19 pandemisi ile söz konusu sektörler arasında bir ilişkinin olmadığı sonuçlarına ulaşılmıştır.

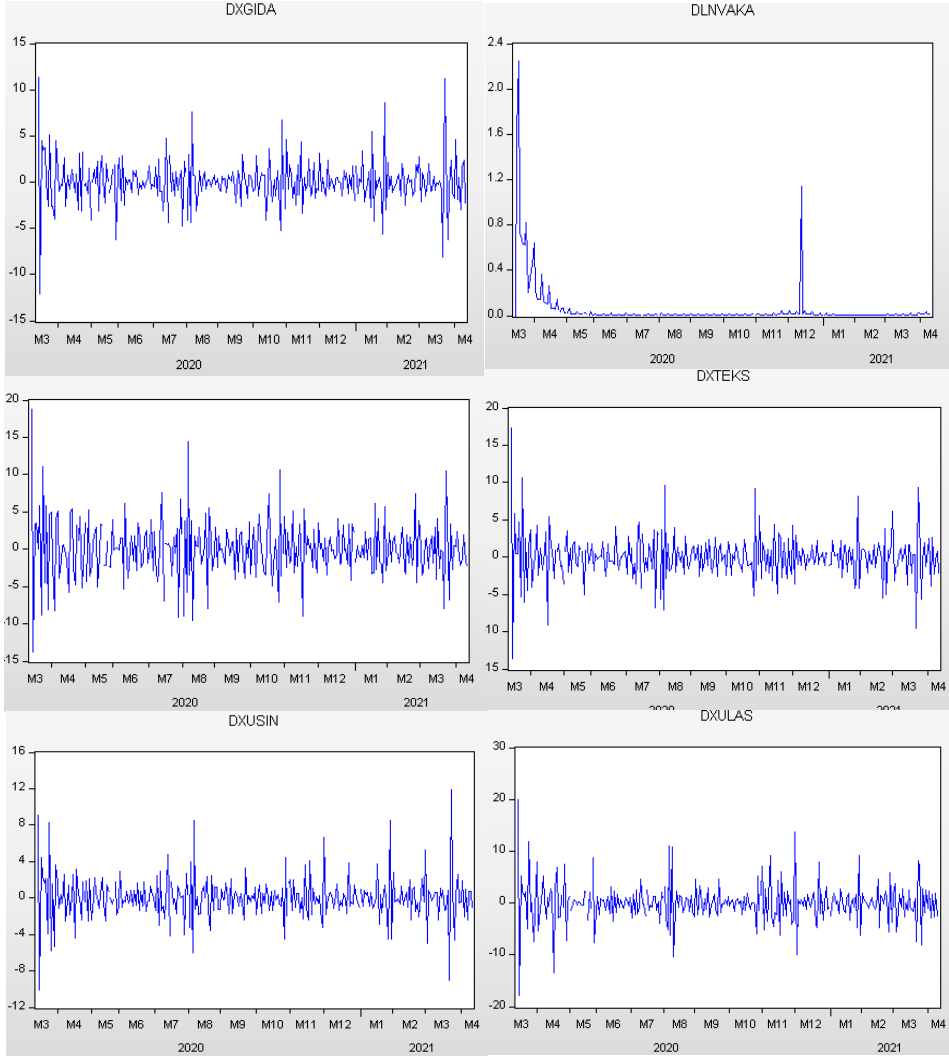
Ngwakwe (2020), çalışmasında koronavirüs pandemisinin seçili küresel hisse senedi endeksleri (SSE Composite Index [Çin], Euronext 100 [Avrupa], Dow Jones Industrial Average [Amerika Birleşik Devletleri]) üzerindeki etkisinin kapsamını ve yönünü araştırılmıştır. Hisse senedi değeri performansına ilişkin veriler, Koronavirüs salgınından elli gün öncesi ve elli gün sonrası olacak şekilde toplanmıştır. Toplanan veriler, 0,05 (%5) alfa düzeyinde ortalama stok değerlerindeki farkın eşleştirilmiş t-testi kullanılarak analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, COVID-19 pandemisinin borsalar üzerinde farklı etkileri olduğunu göstermektedir. Dow Jones Industrial Average, koronavirüs döneminde ortalama hisse senedi değerinde önemli bir düşüş gösterdiği, Çin Menkul Kıymetler Borsası Bileşik Endeksi, salgın sırasında ortalama hisse senedi değerlerinde salgın öncesine göre daha yüksek bir artış yaşadığı görülmektedir. Diğer taraftan, S&P 500 ve Euronext 100 endeksleri, ortalama hisse senedi fiyatında önemli olmayan bir fark gösterdiği sonucu elde edilmiştir.

Panzone, Larcom ve She (2021), çalışmalarında Mart-Ağustos 2020 dönemindeki COVID-19 kısıtlamalarının gıda tüketimi üzerindeki toplam etkisini araştırmayı amaç edinen bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Mevsimsel Otomatik Gerilemeli Entegre Hareketli Ortalama (SARIMA) modeli kullanarak tahmin modelleri oluşturulmuştur. Ev dışı gıda tüketimine ilişkin veriler, tüm hizmet sektörlerinin toplam cirosunu cari fiyatlarla ölçen ONS'nin Aylık İş Anketine dayanmaktadır. Elde edilen bulgulara göre gıda perakendecileri arasında, büyük ölçekli tüketici stoklamasıyla tutarlı olarak yaklaşık %5–10'luk karantina döneminde aşırı satış olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, karantina sırasında mağaza dışı (çevrimiçi) satışlarda büyük bir artış olduğu, gıda dışı satışlar karantina sırasında düştüğü ve ulusal karantinanın kaldırılmasının ardından normale döndüğü sonuçlarına ulaşılmıştır.

3. VERİ SETİ VE METODOLOJİ

Çalışmada pandemi dönemi boyunca vaka sayısındaki değişimin Türkiye'deki borsa alt sektör endekslerini ne derece etkilediğini araştırmak gaye edinilmiştir. 11.03.2020-09.04.2021 tarihleri arası günlük veriler veri setini oluşturmaktadır. Kullanılan veri setinin zaman aralığının belirlenmesinde COVID-19 salgının Türkiye'deki ilk görüldüğü 11 Mart 2020 günü dikkate alınmıştır. Vaka sayıları her günün sonunda açıklandığı için seçilen borsa alt sektörlerini bir sonraki gün etkileyeceği düşünülerek vaka sayısı verileri aynı gün, borsa alt sektör verileri ise 12 Mart 2020 günü başlangıç olarak alınmıştır.

Endekse ait verilerin getiri verilerine dönüşümü her bir verinin logaritması alınarak yapılmıştır. Söz konusu getiri verilerinin zaman içindeki değişimine ilişkin grafik aşağıda verilmiştir.



Şekil 1. Getiri Verilerinin Zaman İçindeki Değişimi

Logaritmik dönüşümü yapılarak hazırlanan günlük veriler EViews 9 paket programı ile analize tabi tutulmuştur. Çalışma ilişkisel tarama modeline göre uygulanmıştır. Bu tarama modeli iki ya da daha fazla bağımsız değişken arasında ilişki ya da bağın var olup olmadığını tespit etmeyi amaç edinen nicel araştırma metotlarından (Karasar, 2011: 243). BİST Turizm, BİST Ulaştırma, BİST Tekstil-Deri, BİST Gıda-İçecek ve BİST Sınai endeksinin kapanış verileri bağımlı değişken olarak dikkate alınırken bu endeksler üzerinde etkisinin olduğuna inanılan COVID-19 vaka sayısı bağımsız değişken olarak hesaba katılmıştır. Bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemek için ise Basit Doğrusal Regresyon Analizi kullanılmıştır. İncelenen literatürde pandeminin sebep olduğu etkileri araştırmak amacıyla çoğunlukla pay senedi endeks verileri kullanıldığı görülmektedir. Bu sebeple piyasada sektörel etkileri araştırmak amacıyla Borsa İstanbul alt sektör verileri tercih edilmiştir. Tablo 1’de çalışma kapsamında tercih edilen değişkenlere ait veriler gösterilmektedir.

Tablo 1. Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Açıklama	Kaynak	Ortalama	Medyan	Maksimum	Minimum	St. Sapma	Gözlem Sayısı
VAKA	COVID 19 Vaka Sayısı	borsaistanbul.com (2021)	12,7	12,66	15,12	0	2,213	272
XTRZM	BIST Turizm	saglik.gov.tr (2021)	0,52	0,754	8,374	-14,568	2,891	272
XULAS	BIST Ulaştırma	borsaistanbul.com (2021)	0,18	-0,125	9,365	-12,059	2,729	272
XTEKS	BIST Tekstil Deri	borsaistanbul.com (2021)	0,395	0,557	7,476	-13,052	2,199	272
XGIDA	BIST Gıda İçecek	borsaistanbul.com (2021)	0,177	0,242	5,18	-9,248	1,875	272
XUSIN	BIST Sınai	borsaistanbul.com (2021)	0,299	0,425	6,476	-9,655	1,7	272

Çalışma kapsamında tercih edilen verilerin grafik olarak gösterimi Şekil 1’de bulunmaktadır. Grafikler incelemeye tabi tutulduğunda, Türkiye’de vaka sayısının ilk görüldüğü 11 Mart 2020 günü bütün sektör endekslerinde düşüş gözlemlenmiştir.

Covid-19 salgınının borsa alt sektörlerine etkisini test etmek amacıyla En Küçük Kareler (EKK) metoduyla oluşturulmuş Basit Doğrusal Regresyon analizleri yapılmıştır. Basit Doğrusal Regresyon Analizi bağımlı bir değişkenin değerini tahmin etmek için bağımsız bir değişkenin değerini esas alarak iki sürekli değişken arasındaki doğrusal ilişkiyi değerlendiren analiz türüdür (Gamgam ve Aktunkayak, 2015: 11). Çalışmadaki veri setini analiz etmede en uygun yöntem EKK metodu olduğu için tercih sebebi olmuştur. Oluşturulan modellerde her bir borsa alt sektör için vaka sayısı bağımsız değişken alınarak model oluşturulmuştur.

Ekonometrik zaman serileri analizlerinde verilerin uygulanacak modele uygun olması önemli bir husustur. Doğrusal Regresyon modellerinde kullanılan serilerin durağan olduğu varsayılmaktadır. Bu sebeple modele geçmeden önce değişkenlerin durağan olup olmadıkları ADF birim kök testi ile incelenmiştir. ADF birim kök testi Dickey-Fuller (1979) çalışmasına dayanmaktadır ve ADF testinin modelleri aşağıdaki gibidir;

$$\Delta Y_t = \rho Y_{t-1} + \sum_k \beta_i \Delta Y_{i-t} + \epsilon_t \quad \text{sabitsiz ve trendsiz model} \quad (1)$$

$$\Delta Y_t = a_0 + \rho Y_{t-1} + \sum_k \beta_i \Delta Y_{i-t} + \epsilon_t \quad \text{sabitli model} \quad (2)$$

$$\Delta Y_t = a_0 + \beta t + \rho Y_{t-1} + \sum_k \beta_i \Delta Y_{i-t} + \varepsilon_t \quad \text{sabitli trendli model} \quad (3)$$

ADF birim kök testinin hipotezleri ise aşağıdaki gibidir;

H_0 : $\rho = 0$ seri birim kök içermektedir, yani seri durağan değildir.

H_1 : $\rho < 0$ seri birim kök içermemektedir, yani seri durağandır.

Seriler için sabit terim ile sabit terim ve trend terimlerinin bulunduğu regresyon modelleri için ADF birim kök testine ait sonuçlar Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. ADF Birim Kök Testi Sonuçları

Değişken	Trend ve Sabitli Model (1)	Sabitli Model (2)	Trendsiz Sabitsiz Model (3)
<i>VAKA</i>	-10,068***	-9,736***	-9,572***
<i>XGIDA</i>	-14,661***	-14,649***	-14,522***
<i>XTEKS</i>	-16,535***	-16,534***	-15,868***
<i>XTRZM</i>	-15,073***	-14,961***	-14,448***
<i>XULAS</i>	-16,084***	-16,094***	-16,039***
<i>XUSIN</i>	-17,011***	-17,033***	-16,415***
ADF test Kritik Değerleri:			
1% level	-3,992	-3,454	-2,574
5% level	-3,427	-2,872	-1,942
10% level	-3,137	-2,572	-1,616

Not: () (**) (***) sırasıyla %1, %5, %10 düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir. ADF test istatistiklerine göre tüm değişkenler düzeyde durağandır.*

Tablo 2 incelendiğinde görülmektedir ki ADF birim kök testinin hipotezlerinden “seri birim kök içermektedir, yani seri durağan değildir” hipotezi reddedilmektedir. Buna göre çalışma kapsamındaki veriler $I(0)$ seviyesinde durağandır. Yani herhangi bir işlem yapmadan seriler analiz için uygundur.

Verilerin analize uygun olduğu tespit edildikten sonra yukarıda belirtildiği üzere bağımsız değişken olarak Covid-19 vaka sayısı bağımsız değişken olarak borsa alt sektör verileri kullanılarak her bir sektör için Basit Doğrusal Regresyon modelleri oluşturulmuştur. Bağımsız değişkendeki bir birimlik değişimin, bağımlı değişkende sebep olacağı ortalama değişim regresyon katsayısı ile belirlenebilir. Regresyon modelleri oluşturulurken farklı katsayılar bakılarak modellerin anlamlılık ve açıklayıcılık düzeyleri incelenmiştir. Çalışmada koronavirus vaka sayısının borsa alt sektörlerine olan etki düzeyleri regresyon analizi ile belirlenmeye çalışılmıştır. Basit Doğrusal Regresyon analizine ait test sonuçları Tablo 3’te bulunmaktadır.

Tablo 3. Basit Doğrusal Regresyon Testi Sonuçları

Model No	Bağımlı Değişkenler	Bağımsız Değişkenler	Katsayı	t-İstatistiği	p-Değeri	R ²	F-İstatistik
Model 1*	XTRZM	VAKA	-0,0915	-3,3234	0,0010	0,0394	0,0010
		(Sabit)	0,6671	4,0163	0,0001		
Model 2***	XULAS	VAKA	-0,0704	-2,6443	0,0087	0,0253	0,0086
		(Sabit)	0,2959	1,8464	0,0659		
Model 3*	XTEKS	VAKA	-0,0674	-3,3016	0,0011	0,0389	0,0001
		(Sabit)	0,5124	4,1428	0,0000		
Model 4**	XGIDA	VAKA	-0,0693	-3,8401	0,0002	0,0519	0,0001
		(Sabit)	0,2778	2,5619	0,0110		
Model 5*	XUSIN	VAKA	-0,0617	-3,7336	0,0002	0,0492	0,0002
		(Sabit)	0,3883	3,9384	0,0001		
***: p<0,10, **: p<0,05, *:p<0,01.							

Tablo 3 incelendiğinde vaka sayısı ile borsa alt sektör endeksleri arasındaki regresyon modellerinin açıklama gücü (R²) yüksek değildir. Bu normaldir, çünkü getirileri açıklayan tek değişken vaka sayısı değildir. Bu çalışmada vaka sayısının getirileri açıklama durumuna bakılmaktadır. Tahmin modellerindeki anlamlılık düzeyleri ise %1, %5 ve %10 olarak değerlendirilmiştir.

Tablodaki verilere dikkat edildiğinde Türkiye’de Covid-19 vaka sayısındaki değişim, Borsa İstanbul’da yer alan alt sektörlerden Turizm, Tekstil ve Sınai sektörleri üzerinde %1 seviyesinde anlamlı etkiye, Gıda sektörü üzerinde %5 seviyesinde anlamlı etkiye ve Ulaştırma sektörü üzerinde %10 seviyesinde anlamlı etkiye sahiptir.

Model olasılık değerleri Arı (2021b) çalışmasında olduğu gibi, bilgi kriterleri ve tahmin gücü açısından değerlendirilmektedir. Modeller incelendiğinde Model 1’de bağımlı değişkenin bağımsız değişkene etkisi -0,094 şeklindedir. Yani COVID-19 vaka sayısındaki 1 birimlik artış BIST Turizm endeksinde bir gün önceye göre 0,094 birimlik azalmaya neden olmuştur. Diğer modellerde ise sırasıyla bağımlı değişkenin bağımsız değişkene etkisi -0,070 (Model 2), -0,067 (Model 3), -0,069 (Model 4) ve -0,062 (Model 5) şeklindedir. Yani COVID-19 vaka sayısındaki 1 birimlik artış BIST Ulaştırma endeksinde bir gün önceye göre 0,070 birimlik, BIST tekstil endeksinde 0,067 birimlik, BIST Gıda endeksinde 0,069 birimlik ve son olarak BIST Sınai endeksinde ise 0,062 birimlik azalmaya neden olmuştur.

4. SONUÇ

COVID-19 11 Mart 2020 tarihinde Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) tarafından pandemi olarak ilan edildi ve finans sektörü de dahil olmak üzere birçok alanı etkisi altına aldı. DSÖ'nün bu duyurusu ilerleyen günlerde küresel ekonomik durgunlukların habercisi olacağından tüm dünya çapında finans piyasalarını paniğe sürükledi (Mariana vd. 2021, 1) ve COVID 19 salgını 1918 İspanyol Gribi de dahil olmak üzere önceki tüm bulaşıcı hastalık salgınlarından daha fazla olumsuz etkiye neden oldu (Gupta vd., 2021: 290). Açıklamadan sadece bir gün sonra S&P 500 %9,51, FTSE-100 %10,8, Nikkei-225 %4,4 ve güvenli liman olarak altın %3,53 değer kaybetti (Mariana vd., 2021: 1). Aynı şekilde Türkiye borsasında da salgının küresel etkileri ve alınan tedbirler nedeniyle ciddi düşüşler meydana geldi. Bu kapsamda çalışmada Covid-19 salgınının Türkiye'deki BİST alt sektörler üzerine etkisi incelenmiştir. Bu sayede her bir sektörün salgından ne derece etkilendiği kendi özel durumuna göre değerlendirilecek ve doğru çıkarımlar sunulabilecektir.

Bu çalışmada COVID -19 salgınının sektörler üzerine etkisini incelemek için Basit Doğrusal Regresyon metodu aracılığıyla her sektör için ayrı ayrı tahmin modelleri oluşturulmuştur. Oluşturulan modellerde sektörel faaliyetler için bir gösterge olması adına Borsa İstanbul'da işlem gören alt sektör endeksleri bağımlı değişken olarak analize dahil edilmiştir. Böylece sektörlerin kendi içerisindeki durumunun etkilenme dereceleri ortaya çıkarılabilecektir. Tahmin modellerinde salgının sektörler üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla Türkiye'deki günlük Covid-19 vaka sayıları bağımsız değişken olarak kullanılmıştır. Bağımlı değişken olarak ise Turizm, Tekstil-Deri, Gıda-İçecek, Ulaştırma ve Sınai olmak üzere BİST alt sektörler günlük endeks verileri kullanılmıştır. Her sektör için ayrı ayrı olmak üzere birbirinden farklı beş regresyon modeli oluşturulmuştur. Oluşturulan regresyon modelleri sonucunda COVID-19 salgınından Turizm, Tekstil ve Sınai sektörleri %1 seviyesinde, Gıda sektörü %5 seviyesinde ve Ulaştırma sektörü %10 seviyesinde ekonomik anlamda anlamlı şekilde olumsuz etkilere maruz kaldığı sonucuna ulaşıldığı görülmektedir. Ek olarak her bir tahmin modelindeki bağımsız değişkene ait katsayıya dikkat edildiğinde katsayıların negatif olması çalışmaya konu edilen BİST alt sektörlerin ekonomik olarak salgından olumsuz etkilendiğini göstermektedir. Nitekim elde edilen bu sonuçlar daha önce gerçekleştirilen diğer çalışmalar ile kıyaslandığında benzer sonuçlar görülmektedir (Tayar vd., 2020: 307, Göker vd., 2020, Öztürk vd., 2020). Çalışmamızda olduğu gibi regresyon analizi kullanılan Tayar vd. (2020) çalışmada Türkiye'de Covid-19 salgınının Elektrik, Ulaştırma, Mali, Sınai, Teknoloji Sektör Endeksleri üzerinde görece yüksek düzeyde anlamlı ve olumsuz etkilere sahip olduğu bulgularına ulaşılmıştır. Eyceyurt Batır ve Salihoğlu (2021) Kalıntılarla Arttırılmış En Küçük Kareler (Residual Augmented Least Squares, "RALS") regresyon analizi kullandığı çalışmada COVID-19 toplam vaka sayılarındaki değişimin gıda, hizmet, turizm, ulaştırma sektöründen BIST'te işlem gören şirketlerin oluşturduğu sektör endeks getirilerini ters yönde etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır. Korkut vd (2020) çalışmamız ile benzer şekilde, COVID -19'un BIST Turizm endeksinde yer alan firmalar üzerine yaptığı çalışmada Turizm endeksini negatif yönlü etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Öztürk vd (2020) çalışmasında spor, turizm ve tekstil sektörlerinin pandemiden en olumsuz etkilenen sektörler olduğu vurgulanmaktadır. Bir başka çalışmada ise (Barut ve Kaygın, 2020), BIST100 endeksinin Covid-19 ile çalışmamızı destekler nitelikte negatif ilişkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmamızda da çalışmaya konu edilen sektörlerin ekonometrik olarak anlamlı ve olumsuz etkilere (salgının) sahip olduğu bulgularına ulaşılmıştır.

Covid-19 salgını genel itibariyle sektörleri olumsuz etkilemiştir. Ancak etkilerin sektör bazında nedenlerinin incelenmesi önemli görülmektedir. Ekonometrik anlamda olumsuz sonuçlanan

gıda sektörü incelendiğinde birçok sebep olabilir, ancak Haziran 2020 tarihinde Türkiye Gıda ve İçecek Sanayii Dernekleri Federasyonu tarafından yayınlanan Covid-19 sonrası Gıda ve İçecek Sektörü dergisinde de belirtildiği üzere gıda ve içecek sektöründe yaşanan zorlukların yetkililerce fark edilmemesi ve sektörün her türlü yardım ve teşvikten uzak kalması gösterilebilir. Ülkede okulların tatil edilmesi, restoran ve kafelerin kapatılması, bazı şehirlere giriş ve çıkışların durdurulması, 65 yaş üstü ve 20 yaş altı kişilere sokağa çıkma yasağı getirilmesi gibi önlemlerin olumsuz etkisi Ulaştırma ve Turizm sektörlerinin ekonometrik anlamda olumsuz sonuçlanmasına sebep gösterilebilir. Bir diğer sektör olan Tekstil sektörüne baktığımızda ise Covid-19 salgınının bu süreçte karşılaşılan sorunlara ve imalat sektöründe üretim, istihdam, maliyet ve fiyatlara etkisine yönelik tutumlarının elde edilmesi için TCMB (Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası) tarafından 31 Mart-7 Nisan 2020 tarihleri arasında İktisadi Yönelim Anketi örnekleminde yer alan şirketlere Covid-19 salgınının 'Reel Sektöre Etkileri Anketi' uygulanmıştır. Anket sonuçlarına göre Covid-19 salgını döneminde şirketlerin %71,2'sinin üretime devam edebildiği, %28,8'inin ise üretimi durdurmak zorunda kaldığı görülmektedir. Üretim durumları sektörel bazda incelendiğinde tekstil, giyim, deri, taşıt ve mobilya sektörlerinde üretime ara veren firma oranı %50'nin üzerinde ve diğer sektörlerle nispeten yüksek görülmektedir (kalkinmakutuphanesi.gov.tr). Bu etkenler tekstil sektörünün pandemiden olumsuz etkilenmesine sebep olarak gösterilebilir. Son olarak sınai sektörüne baktığımızda genel olarak imalat sektörünü içine aldığı düşünüldüğünde hammadde ve yarı mamul tedarikinde, lojistikte fiyatların yükselmesi, iş yerlerinde çalışan sayısında azaltıcı tedbirlerin alınması ve tüm bunların üretimi olumsuz etkilemesi ve bunun paralelinde talebin azalması sayılabilir.

Genel olarak değerlendirildiğinde Türkiye salgın sürecini diğer ülkelere kıyasla daha iyi yönetmiştir ve bu durum vaka sayılarını kontrol altında tutup kötü gidişin önüne geçmiştir. Bu sebeple ekonomik anlamda önemli bir yere sahip olan sağlık konusunun kontrol altına alınması sektörleri olumlu etkilemiş ve kötü gidişatın önüne geçilmiştir. Sonuçta her iş kolu, reel ve finansal sektörlerin dikkate değer bir dalıdır. Yaşanan gelişmeler karşısında yatırımcı talebinin canlanması, güven ortamının oluşmasına bağlıdır. Yatırım anlamında düşünüldüğünde hisse senetleri uzun vadeli yatırım araçlarıdır. Güven ortamının oluşması ve insan sağlığı ile alakalı öncelik algısı, yatırımcıları yeniden bu sektörlerle yatırım yapmaya teşvik edecek ve kesintiye uğrayan nakit akışlarını yeniden canlandıracaktır. Ayrıca şunu da belirtmekte fayda vardır ki, Arı (2021a) çalışmasında belirtildiği gibi, BİST'de bir sağlık sektörü endeksinin olmaması ve BİST'in pandemi öncesi dönemde dalgalı ve riskli olması Covid-19 dönemi etkisinin net olarak tespit edilmesini engellemektedir.

İleriki çalışmalarda daha geniş veri seti ile daha farklı sektörler üzerinde incelemeler yapılarak böyle salgın dönemlerinde ve güvensizlik ortamlarında hem yatırımcıların hem de firmaların daha temkinli davranarak süreci en az kayıpla atlatabilmeleri sağlanabilir. Ayrıca bu çalışma sadece tek bağımsız değişken kullanılması modelin açıklayıcılığının düşük çıkmasına sebep olmaktadır. Finansal piyasalar başka birçok unsurdan etkilenen hassas ortamlardır. Bu sebeple daha başka değişkenler eklenerek çalışmalar yapılabilir ve literatür genişletilebilir.

KAYNAKÇA

- AKAR, S. (2013), "Doğal Afetlerin Kamu Maliyesine Ve Makro Ekonomiye Etkileri: Türkiye Değerlendirmesi" Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 11(21): 185-206.
- ALTINDİŞ, S.; ŞİMŞEK, G. (2018). "Grip Ekonomisinde Aşının Maliyet Etkinliği". Journal of Contemporary Medicine, 8(2):174-182.

- ARI, Y. (2021a). “Volatility spillovers effect analysis during Covid-19 period using EWMA model: The case of health sector stocks in ISE”. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14 (4): 1453-1467. DOI: <https://doi.org/10.25287/ohuibf.917674>.
- ARI Y. (2021b). The Impact of Covid-19 On Long Memory of BIST-30 Index: The Comparison of Short-Memory and Long-Memory GARCH Models. In Ö. K. Tüfekci (ed.) 13th International Conference of Strategic Research on Scientific Studies and Education (ICoSReSSE) Proceedings, pp. 325-333. SRA Academic Publishing. (ISBN: 978-625-7148-21-4). <https://www.researchgate.net/publication/354736000>
- BAKAR, N. A., & ROSBI, S. (2020). Effect of Coronavirus disease (COVID-19) to tourism industry. *International Journal of Advanced Engineering Research and Science (IJAERS)*, 7 (4): 189-193.
- BARNETT, T., WHITESIDE, B. A., KHODAKEVICH, L., KRUGLOVD, Y., & STESHENKO, V. (2000). “The HIV/AIDS Epidemic In Ukraine: Its Potential Social and Economic Impact”. *Social Science&Medicine*, 51: 1387-1403.
- BARUT, A., & YERDELEN KAYGIN, C. (2020), “Covid-19 Pandemisinin Seçilmiş Borsa Endeksleri Üzerine Etkisinin İncelenmesi” *Gaziantep University Journal of Social Sciences 2020, Special Issue 59-70*.
- BAYRAKTAR, A. (2020), “COVID 19 Pandemisinin Finansal Etkileri: BİST İmalat Sektörü Uygulaması”. *Electronic Turkish Studies*, 15 (8): 3415-3427.
- BOLAK, M., & SÜER, Ö. (2011), “The Effect of Marmara Earthquake on Financial Institutions” *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9 (2): 135-145.
- ÇETİN, E., KİREMİTÇİ, B., & YURT, İ. D. (2009), “Matematiksel Epidemiyoloji: Pandemik A/H1N1 Gribi Vakası” *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 38(2): 197-209.
- DEMİRHAN, E. (2020). “Covid-19 Küresel Salgınının Türkiye CDS Primlerine ve BİST 100 Endeksine Etkisi”, *Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı (TEPAV), Değerlendirme Notu: 1-11*.
- EYCEYURT BATIR, T., & SALİHOĞLU, E. (2021). “COVID-19’un Kısıtlamalardan Etkilenen BIST Sektör Endeks Getirileri Üzerindeki Etkisi: Seçilmiş Sektörler Üzerine Bir Uygulama”. *Muhasebe ve Finansman Dergisi, Ağustos 2021 (Özel Sayı)*, 491-500. DOI: 10.25095/mufad.949590
- FENG, J. B., WANG, Y., MENG, S., XIA, J., & ZHANG, Q. (2020). “Coronavirus VS Market: Investment Opportunities Lies Underneath the Epidemic”. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3563059> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3563059>.
- FOO, L., CHIN, M., TAN, K., & PHUAH, K. (2021) “The impact of COVID-19 on tourism industry in Malaysia, *Current Issues in Tourism*”, 24:19, 2735-2739, DOI: 10.1080/13683500.2020.1777951.
- GAMGAM, H., & ALTUNKAYNAK, B. (2015). *SPSS Uygulamalı Regresyon Analizi. Seçkin Yayıncılık, İstanbul*.

- GÖKER, İ. E., EREN, B. S., & KARACA, S.S. (2020). "The Impact of the COVID-19 (Coronavirus) on The Borsa Istanbul Sector Index Returns: An Event Study". *Gaziantep University Journal of Social Sciences 2020 Special Issue*: 14-41.
- GUPTA, R., SUBRAMANIAM, S., BOURI, E., & JI, Q. (2021). "Infectious disease-related uncertainty and the safe-haven characteristic of US treasury securities". *International Review of Economics and Finance*, 71: 289-298.
- GÜNDOĞDU, A. (2017), *Finansın Temel Teorileri*. Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.
- İŞLER, İ. İ., & GÜVEN, A. (2021). Covid 19 Küresel Salgının Bıst100 Endeksi Üzerine Etkileri. *Politik Ekonomik Kuram*. <https://doi.org/10.30586/pek.946719>.
- KALKINMA KÜTÜPHANESİ, "Tekstil Sektörü Analiz Raporu ve Klavuzu" <https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/assets/upload/dosyalar/tekstil-tr32-.pdf>, 07.03.2021
- KARABIYIK, L., & ANBAR, A. (2010). "Sermaye Piyasası ve Yatırım Analizi". Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa.
- KORKUT, Y., EKER, M., ZEREN, F., & ALTUNIŞIK, R. (2020). "Covid-19 Pandemisinin Turizm Üzerindeki Etkileri: Borsa İstanbul Turizm Endeksi Üzerine Bir İnceleme". *Gaziantep University Journal Of Social Sciences, Special Issue*: 71-86.
- LAMB, R. P. (1998), "An Examination of Market Efficiency around Hurricanes" *Financial Review*, 33: 163-172.
- LIU, M., & WANG, Z. (2020), "The COVID-19 Outbreak and Affected Countries Stock Markets Response" *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(8): 2800.
- MAO, L., YANG, Y., QIU, Y., & YANG, Y. (2012), "Annual economic impacts of seasonal influenza on US counties: Spatial heterogeneity and patterns" *International Journal of Health Geographics*, 11(16): 1-8.
- MARIANA, D.C., EKAPUTRA, I.A., & HUSODO, Z.A. (2021). "Are Bitcoin and Ethereum safe-havens for stocks during the COVID-19 pandemic?". *Finance Research Letters*, 38: 101798.
- MHALLA, M. (2020). "The Impact of Novel Coronavirus (COVID-19) on the Global Oil and Aviation Markets". *Journal of Asian Scientific Research*, 10(2): 96-104.
- NGWAKWE, C. C. (2020). "Effect of COVID-19 Pandemic on Global Stock Market Values: A Differential Analysis". *Acta Universitatis Danubius: Oeconomica*. 16(2): 255-269.
- ÖZTÜRK, Ö., ŞIŞMAN, M.Y., USLU, H., & ÇITAK, F. (2020). "Effect of COVID-19 Outbreak on Turkish Stock Market: A Sectoral-Level Analysis". *Hitit University Journal of Social Sciences Institute*, 13(1): 56-68.
- PANZONE, L. A., LARCOM, S., & SHE, P-W. (2021). "Estimating the Impact of the First COVID-19 Lockdown on UK Food Retailers and the Restaurant Sector. *Global Food Security*. 28: 2-11. 100495.
- PHAN, D. H., & NARAYAN, P. K. (2020). "Country responses and the reaction of the stock market to COVID-19 a preliminary exposition". *Emerging Markets Finance and Trade*, 56(10): 2138-2150.

- RAMELLI, S., & WAGNER, A. F., (2020)“Feverish Stock Price Reactions to COVID-19”. Forthcoming, Review of Corporate Finance Studies, Swiss Finance Institute Research Paper No. 20-12, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3550274> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3550274>.
- SIU, A., & WONG, Y. C. (2004), ‘Economic Impact of SARS: The Case of Hong Kong’, *Asian Economic Papers*, 3(1): 62–83.
- ŠKARE, M., SORIANO, D. R., & ROCHOŃ, M. P. (2021), ‘Impact of COVID-19 on the travel and tourism industry’. *Technological Forecasting and Social Change*. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120469>.
- ŞENOL, Z., & OTÇEKEN, G. (2021), ‘Covid-19’un Bist Sektörlerine Etkisi’. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 6(3): ISSN : 2602 – 2486.
- TAYAR, T., GÜMÜŞTEKİN, E., DAYAN, K., & MANDİ, E. (2020), ‘Covid-19 Krizinin Türkiye’deki Sektörler Üzerindeki Etkisi: Borsa İstanbul Sektör Endeksleri Araştırması’ Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Üniversitesi Dergisi, Salgın Hastalıkları Özel Sayı: 293-320.
- TGDF, Türkiye Gıda ve İçecek Sanayii Dernekleri Federasyonu, ‘COVID-19 Sonrası Gıda ve İçecek Sektörü’ https://www.tgdf.org.tr/wp-content/uploads/2020/07/covid-rapor_27july.pdf , 14.05.2021.
- YANG, H., TU, A., STUART, L., & ZHANG, Q. (2020). ‘Analysis of the Effect of COVID-19 on the Stock Market and Investing Strategies.)’. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3563380> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3563380>.
- YANG, Y., ZHANG, H., & CHEN, X. (2020). ‘Coronavirus pandemic and tourism: Dynamic stochastic general equilibrium modeling of infectious disease outbreak’. *Annals of Tourism Research*, Elsevier Spacial Issue: 1-6.
- YETKİN, M. A. (2020). Koronavirüsün Borsa İstanbul’a Etkisi Üzerine Bir Araştırma Ve Stratejik Pandemi Yönetimi. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5 (2): 324-335.

Economic Effect of Globalization on Island of Mauritius: ARDL Bounds Testing Approach

(Research Article)

The Causality Relationship Between R&D Expenditure, Efficiency Levels and Total Factor Productivity of Firms (A Review on Firms Operating in BIST)

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1161586

Zafiira BEEHARRY

Pamukkale University, Department of International Trade and Finance
leenphyra19@gmail.com

Orcid No.: 0000-0003-1794-8079

Yaşam DEMİR

Asst. Prof. Dr., Pamukkale University, Department of Capital Market
yasamd@pau.edu.tr

Orcid No.: 0000-0001-9482-1456

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Beeharry, Z., & Demir, Y. (2023). Economic Effect of Globalization on Island of Mauritius: ARDL Bounds Testing Approach. *Alanya Akademik Bakış*, 7(1), Sayfa No.429-444.

ABSTRACT

Keywords:
Economic
Globalization,
International Trade,
FDI, ARDL, Mauritius
Island

Received:
13.08.2022

Accepted:
19.01.2023

This study analyzes the effect of economic globalization on Mauritius from 1981 to 2019 using the ARDL approach. Due to their distinct economic characteristics, isolated island economies react differently to globalization than other countries. Our study investigates whether Mauritius's global trade and foreign direct investment (FDI) inflows have an impact on the country's GDP growth. The findings suggest that in the short run, FDI inflows are an impetus for the growth of GDP, while in the long term, the opposite occurs. Likewise, the long-term relationship between global trade and GDP growth concluded with the same result. In the light of our findings, the Government of Mauritius needs to focus on encouraging global FDI using various economic administrative measures and taking initiatives for enhancing the country's global trade.

ÖZET

Anahtar kelimeler:
Ekonomik
Küreselleşme,
Uluslararası Ticaret,
DYY, ARDL, Morityus
Adası

Bu çalışma, 1981'den 2019'a kadar ekonomik küreselleşmenin Morityus üzerindeki etkisini ARDL yaklaşımı kullanarak analiz etmektedir. Ayrı ekonomik özellikleri nedeniyle, izole ada ekonomileri küreselleşmeye diğer ülkelerden farklı tepki verir. Çalışmamız Morityus'un küresel ticaret ve doğrudan yabancı yatırım (DYY) girişlerinin ülkenin GSYİH büyümesi üzerinde bir etkisi olup olmadığını araştırıyor. Bulgular, kısa vadede DYY girişlerinin GSYİH'nin büyümesi için bir itici güç olduğunu, uzun vadede ise bunun tersinin gerçekleştiğini göstermektedir. Aynı şekilde, küresel ticaret ile GSYİH büyümesi arasındaki uzun vadeli ilişki de aynı sonuçla sonuçlandı. Bulgularımız ışığında, Morityus Hükümeti'nin çeşitli ekonomik idari önlemler yoluyla küresel DYY'yi teşvik etmeye ve ülkenin küresel ticaretini geliştirmek için girişimlerde bulunmaya odaklanması gerekmektedir.

1. INTRODUCTION

With the continuous advancements in communication, technology, and logistics, interconnection among countries has intensified worldwide. The increasing mobility of financial tools and production factors across borders has paved the way for globalization. On the international scale, the intensification of economic integration allowed the flow of resources at larger volumes and increased interdependence among countries (OECD, 2005). According to Kwanashie (1998), globalization somehow integrates the economic decision-making process of investments, consumption, and savings. In other words, globalization is transforming the whole world into a single market with worldwide connections through the mobility of goods, capital, people, information, and ideas.

The effect of globalization on a country's economy is not limited only by its development level or volume. Its extent may also depend on other factors such as government policies, population growth, and institutional setting (Greenway et al., 2002; Kemal et al., 2002; Almas, 2003; Mutascu & Fleischer, 2011).

Globalization transforms the economies, social and political structures of individual countries. As reported by Keohane & Nye (2000), globalization develops the flow of goods, capital and services, and communication and technology infrastructures to ensure the institutionalization of the world market. Even though it is possible to witness the significance of globalization's political and social aspects, the economic aspect remains at the core of globalization because it facilitates all aspects of globalization ideas, culture, and lifestyle through trade, banking, and technology (Obadan, 2010).

From the point of country development classification, globalization has recently been perceived as a double-edged phenomenon. While it exhibits positive impacts such as increasing GDP and employment for developed and developing countries (e.g., China, Japan, and Korea in Eastern Asia), the otherwise impacts such as income disparity, migration of skilled workers, capital and structural economic divergence were reported with underdeveloped countries (Roud & Whalley, 2002; Atif et al., 2012). Even though the disparity mentioned above has been studied comprehensively in the literature, its relevance with the Small Island Developing States (SIDS) has not been addressed adequately, especially in connection with the objectives of the present study on Mauritius.

Despite its small size and geographical disadvantage, Mauritius is strongly reliant on global trade and FDI for sustaining its development and economic welfare. Hence, the objective of this study is to investigate the effects of economic globalization on the Mauritian economy.

The remainder of this paper is organized as follows. Section 2 provides the literature review. Section 3 describes the model and data used in this research paper. Section 4 presents the econometrics methodology and summarizes the findings. Finally, section 5 reviews the conclusion.

2. LITERATURE

2.1. Approaches to Globalization

As globalization gains greater interest in literature, various perspectives have emerged regarding its benefits to individual countries. The hyper-globalists believe that globalization contributes to economic growth and prosperity in democracy. However, this requires adopting neo-liberal economic policies in which governments promote free trade by eliminating customs barriers (Thomas Friedman, 2000). With the institutionalization of the International Monetary

Fund (IMF), the World Trade Organization (WTO), and the World Bank, globalization has gained pace owing to facilitated and diversified financial transactions, which led to relevant advantages to be gained by local economies beyond their borders.

On the other hand, the skeptics claim that globalization has simply been a natural trend of internationalization as it could be seen in history in the light of advancements in technology. Chang (2005) argues that neo-liberal policies allow western companies to exploit underdeveloped countries and that the IMF and WTO obligate developing countries to open their markets for international competition by adopting free trade policies. Consequently, developed countries dominate a substantial portion of world trade. As explained by Immanuel Wallenstein (1974), the world has been divided into the following essential country groups; core countries (developed countries with intensive capital), semi-periphery, and periphery countries (less-developed countries with labor-intensive oriented economies. As the globalist perspective has dominated the world economy, developed countries, e.g., the US, have gained hegemony over others. Due to their superior productivity, and commercial and financial dominance, core developed countries have managed to sustain their commercial independence while peripheral and semi-peripheral countries had to sustain their existence under the commercial shades of the core countries. Accordingly, skeptics reject the idea of globalization.

Between the hyper-globalists and the skeptics, some transformationalists and postmodernists claim that globalization introduces specific downside effects. However, these negative effects could be remedied through the appropriate measures. For example, even though countries have lost their cultural authenticity because of the Western influence imposed by globalization (termed as "*detraditionalization*" by Anthony Giddens (1999)), these countries could still benefit from a larger variety of consumer products and a new group of global consumers.

According to Beck (1992), the risk concept introduced by globalization needs to be addressed, and certain consciousness is required to be gained by society because as the world gets more interrelated with global issues affecting individuals from different countries, different ways could arise. Consequently, governments are required to take appropriate domestic measures to curb the drawbacks of globalization while they exploit its benefits in the meantime.

2.2. Determinants of Economic Globalization

International economic integration could be noticed in the increasing volume of cross-border movement of goods and services as well as the increasing scale of financial flows facilitated by the advancement in technology and communication. In the second edition of "*the Indicators of Economic Globalization*" published by OECD in 2010, it is reported that the intensity of economic globalization could be measured by the factors of international trade and investment; transfer of technology and knowledge; the role of multinational companies (MNCs) and the global value chains.

One of the main contributors to economic globalization is the increasing share of imports and exports of individual countries. In our contemporary world, country economies have become more interdependent to keep their economies afloat.

Concerning economic globalization, macroeconomic indices such as trade to GDP rate and FDI are regarded as indicators of globalization rate for individual countries. As defined by the United Nations, FDI is the "investment made to acquire lasting interest in enterprises operating outside of the economy of the investor." FDI can occur when a company builds a new facility abroad or merges or acquires an existing foreign company (Thompson, 2000).

Additionally, technology diffusion results from advancements in communication and information; and it accelerates the country's growth (Stiglitz, 2003). However, the information technology gap between countries negatively affects the less industrialized countries and hinders their economic growth. Fortunately, MNCs contribute to knowledge sharing, nourishment, and sustainability of international economic relations and global value chains.

2.3. Determinants of Foreign Direct Investment

FDI has become an important development tool for host countries as a result of the globalization of production (Vadlamannati et al., 2009; Wang, 2009). Global FDI has been sparked by the opportunity to finance investments in fast-growing markets at a low-interest rate (Ohlin, 1933). According to Pradhan (2008) and Smith (1997), FDI contributes to a host country's development in three ways: (1) it provides adequate capital for domestic investment; (2) it provides foreign currency through initial investments; and (3) it contributes to countries' tax revenues by enhancing economic activities. Likewise, if there is imperfect competition in a market, such as product differentiation, and/or in a factor market, MNCs may prefer direct investment and the utilization of patent and proprietary knowledge to gain an advantage in internal and external economies of scale (Hymer, 1960).

FDI is in favor of both the investor and the host country parties in various ways. Feestra & Markusen (1994) report that FDI enables host countries to implement better administrative policies and improve their labor competency. Capital accumulation would also encourage the use of advanced technologies, which thus increases the country's productivity (De Mello, 1997: 1999).

In this regard, the location for potential FDI gains significance for both investors and host countries. According to Dunning (1982, 2015), investors could prefer an investment location according to a country's economic, institutional, and political advantages. Shatz & Venables (2000) distinguished between two location advantages: horizontal or market seeking. That is, investors prefer nearer locations for lower logistics costs and tariffs, for minimization of vertical or production costs. Finally, certain commercial advantages are linked to foreign affiliates (Dunning, 1982: 2015).

A more open and liberalized economy, as predicted by growth theory, would attract more significant foreign capital, ensuring long-term growth. Borensztein and Lee (1995) demonstrate the impact of FDI-induced technological diffusion on long-run growth. Wang (1990) also shows that FDI affects long-run growth through the accumulation of physical capital and productivity growth. Borensztein, De Gregorio, and Lee (1998) claim that adopting new technologies through FDI and providing adequate human capital in the host country will boost economic growth.

However, as stated by Balasubramanyam et al. (1996), the advantages of FDI may also be dependent on factors such as trade and investment policies, the openness of the host country, and other government policies.

2.4. Determinants of Trade

Trade has been identified as a significant determinant of economic growth. Trade liberalization is described as an "engine of growth" by Nurkse (1961) and a "handmaiden of growth" by Kravis (1970). Trade expands the country's access to a wider range of goods and services, as well as knowledge and technology sharing; it also helps to develop local markets, attract

investment, and create jobs. Trade is also regarded as one of the most important sources of growth convergence (Jin, 2000; Wacziarg, 2001; Greenaway et al., 2002).

Greenaway, Morgan, and Wright (1999) go into greater detail about the importance of export composition and growth in terms of GDP growth. Because of foreign competition, the manufacturing industry has higher externalities and uses horizontal diversification (Matthee & Naudé, 2008). According to Levin and Raut (1997), a country's export composition that is primarily made up of manufacturing products has a positive impact on its growth.

Furthermore, the impact of trade on growth is dependent on the stage of development of the country. For more-developed economies, Michaely (1977) provides empirical evidence suggesting a positive relationship between trade openness and economic growth. For the least-developed countries, however, there is no evidence. Finally, the positive impact of trade on economic growth depends on the country's level of development.

2.5. Globalization in Islands and Non-island Economies

The economic and financial integration with a reduction in trade barriers has allowed countries to become more interconnected. However, since countries' economic, geographic and physical aspects differ, the impact of globalization varies. According to J. Stiglitz (2006), globalization leads to a higher level of living standards, better access to markets both domestically and internationally, and the acquisition of expertise and knowledge.

Nevertheless, developed countries benefit more from globalization than the least developed countries (LDCs). They adapt quickly to changes in trends and technology, allowing them to have access to a larger market and satisfy more demands. On the other hand, LDCs rely on developed countries to enhance their economy. As explained by the Prebisch–Singer hypothesis, LDCs lag due to their dependence on industrial countries to provide a market for their primary products. The demand for primary products has been declining as a result of the shift toward the service sector, heavy industries (such as chemicals), and the introduction of man-made materials. LDCs can overcome the adverse raw material demand effect by improving corporate governance and strengthening trade alliances with other countries.

Furthermore, the effects of globalization on islands vary. The islands are small and isolated. As a result of the high transportation costs, it is assumed that they are not active participants in globalization. However, with the advent of e-commerce and ongoing technological advancements, location and distance have become insignificant. Moreover, they have a comparative advantage in the tourism industry, which encourages them to be globally open. Similarly, to gain greater market access, they impose low trade barriers and form strong alliances with their trading partners. Consequently, with continuous investment in technology and training, and the implementation of sustainable economic practices, their disadvantages will no longer impede their economic development.

2.6. Globalization in Mauritius

Globalization irreversibly affects all countries to some extent. This effect and its intensity vary from one country to another. On the small island of Mauritius, the effects of globalization are quite visible. Mauritius is cited as one of the most prosperous countries in terms of establishing economic integration with the global market among African countries (Koop, 2004). This success is mainly due to the policies implemented in the country. The economic administration adopted a liberal trade policy and openness to FDI (Subramanian, 2001). To attract foreign investors, Mauritius offers a wide range of conveniences and opportunities, such as lenient

regulations on international trade. The country has also been a member of international economic forums and adjusted the policies of global institutions such as the IMF, WTO, and the World Bank (Suntoo, 2012). This attitude has brought the country to higher positions in the globalization index, as illustrated in Figure 1.

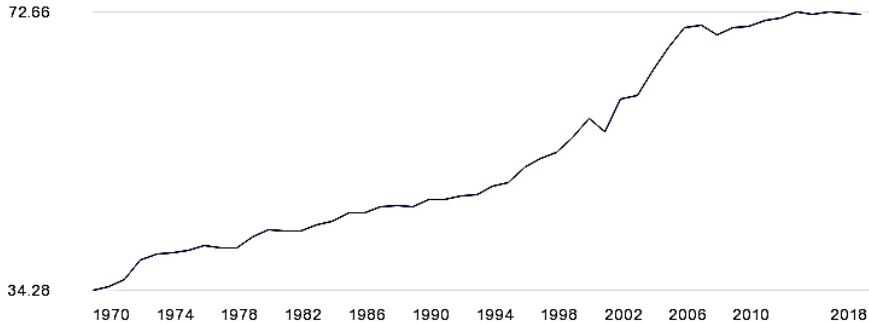


Figure 1. Globalization Index of Mauritius, 1970 – 2018

Source: KOF Swiss Economic Institution

The globalization index scores range from 0 to 100, with 0 representing the worst performance and 100 representing the best. Figure 1 shows that Mauritius has improved its position in the globalization index over time. In 1970, it had the lowest score of 34.28. By 2018, Mauritius' score had risen to 72.66, indicating that the country had made progress in the globalization process.

2.7. FDI and trade in Mauritius

Mauritius has had remarkable economic performance over the years despite its small size and remote location. Mauritius was a mono-crop, sugar-based economy in the late 1960s. The country has now evolved into a high-income, multi-industry nation (World Bank). Mauritius was named the best-performing economy in Africa in the 19th edition of the "World Economic Forum Global Competitiveness Report". The country's exports have been heavily reliant on the ocean fishing and tourism industries.

The Export Processing Zone (EPZ) Bill was enforced by the Mauritius government in 1970 to attract Asian investors by developing the textile industry. According to UNCTAD (2001), the government initiative resulted in higher levels of FDI and more intensive technology diffusion beyond expectations. As a result, domestic investors quickly gained access to foreign expertise and developed domestic industries.

Furthermore, EPZ Act drastically elevated the trade openness of the country. It provided a window of opportunity as a member of the Indian Ocean Commission (COI) in 1982, the Southern African Development Community (SADC) in 1992, the World Trade Organization (WTO) in 1995, and the Common Market of Eastern and Southern Africa (COMESA) in 2009.

With its open-door policy, Mauritius has become more appealing to investors looking to expand its export industry. As shown in Figure 2, the increase in FDI inflows remained constant until 1999 since FDI was initially in the form of technological knowledge transfer (UNCTAD, 2001). Then, from 1999 to 2000, FDI inflows increased at a rate that was nearly identical to GDP growth. The drop in FDI inflows in 2001 was mirrored by a similar drop in GDP growth until the next FDI increase.

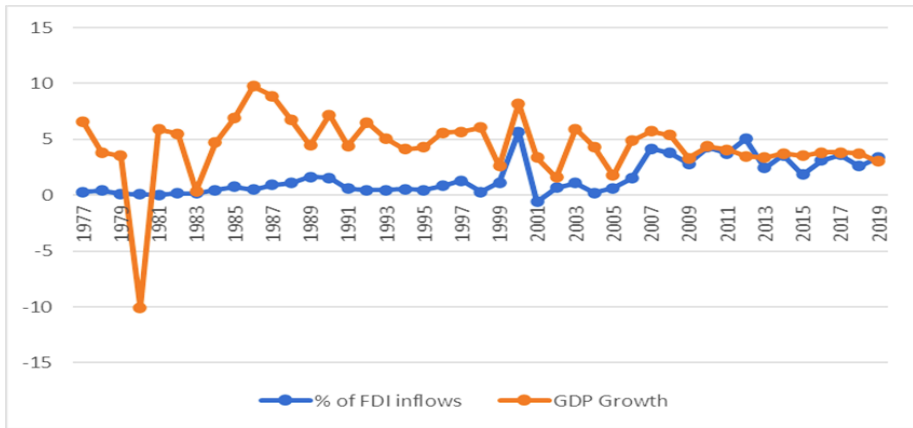


Figure 2. Trends in FDI inflows and growth of Mauritius, 1977 – 2019

Source: World Bank Estimates

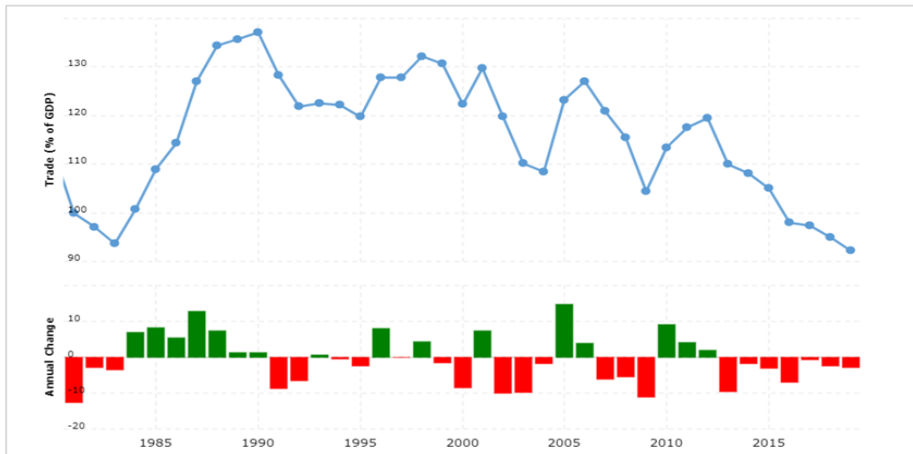


Figure 3. Trend in Trade of Mauritius, 1981 – 2019

Source: Macrotrends

Mauritius adopted a dual trade regime from 1979 to 1990, encouraging domestic companies to expand their exports while imposing strict import regulations. Mauritius Export Development and Investment Authority (MEDIA) was established in 1984 to encourage foreign investment in EPZs. In addition, an Export Credit Guarantee Scheme and a Development Certificate Scheme (to encourage the development of import-substituting industries) were launched. The country's global trade volume increased significantly during this time, as shown in Figure 2. All export taxes were abolished in 1993. Between 1994 and 2001, the import levy was abolished, and excise duties on a variety of imported goods (tobacco, wine, and cigarettes) were imposed. Following that, Mauritius joined other trade blocs such as COMESA, allowing it to access larger foreign market zones. However, Mauritius' imports have outpaced its exports in recent years, resulting in a downward trend.

3. MODEL AND DATA

The present study empirically analyses the effect of economic globalization on the Republic of Mauritius covered the period between 1981 and 2019. Data for the concerned period were collected from the World Development Indicators. In the analysis step, the following econometric model denoted in Equation (1) was employed:

$$\ln GDP_t = \alpha_0 + \alpha_1 FDI_t + \alpha_2 \ln TRA_t + u_t \quad (1)$$

Where, $\ln GDP_t$: Gross Domestic Product annual percentage growth, in period t (logged),

FDI_t : Inflows of Foreign Direct Investment as a percentage of GDP, in period t,

$\ln TRA_t$: Trade as a percentage of GDP, in period t (logged),

u_t : Error term within the specified period,

$\alpha_0, \alpha_1, \alpha_2$: Coefficient of the variables (parameters).

In the further analysis of the collected data, several econometric tests were run through the Eviews 12 statistical software.

4. METHODOLOGY

The Autoregressive Distributed Lag (ARDL) / bounds testing co-integration approach (Pesaran et al., 2001) was employed in our study based on the following considerations. Firstly, since the variables were integrated of different orders, that is, $I(0)$, $I(1)$, or a combination of both, the ARDL model was preferred because it did not require pretesting for unit root (Pesaran et al., 2001), especially for small sample size. Moreover, the method could simultaneously investigate the short-run and long-run dynamic interactions among the variables (Bahmani-Oskooee et al., 2014; Lee, 2010; Narayan, 2005). Furthermore, according to Harris (2003), Inder (1993), and Pesaran (1997), even if the regressors are endogenous, it would yield unbiased long-run model estimates and valid t-statistics. Thus, with the inclusion of dynamics, the endogeneity bias is eliminated.

Regarding the bound test procedure, the ARDL conditional error correction model was presented in Equation (2) below:

$$\Delta \ln GDP_t = \alpha_0 + \sum_{j=1}^n \delta_j \Delta \ln GDP_{t-j} + \sum_{j=0}^n \psi_j \Delta FDI_{t-j} + \sum_{j=0}^n \beta_j \Delta \ln TRA_{t-j} + \phi_1 \ln GDP_{t-1} + \phi_2 FDI_{t-1} + \phi_3 \ln TRA_{t-1} + u_t \quad (2)$$

Where, α_0 is a drift component; and u_t is the white noise error.

The first step in the ARDL approach was to estimate Equation (2) by the Ordinary Least Square (OLS) to investigate the existence of a long-run relationship among the variables by means of an F-test with asymptotic non-standard distribution for all the estimated coefficients of the lagged levels of the variables, that is,

$H_0: \phi_1 = \phi_2 = 0$ against the alternative

$H_i: \phi_1 \neq \phi_2 \neq 0$

When the independent variables are $I(d)$, with $0 \leq I(d) \leq 1$, two asymptotic critical value bounds provided a test for co-integration. The upper bound of critical values assumes all the variables are $I(1)$, while the lower bound of critical values assumes that all the variables are $I(0)$ (Pesaran

& Shin, 1999; Pesaran *et al.*, 2001). If the computed F-statistics fall above the upper bound of critical values, the null hypothesis of no co-integration is rejected. It implies that a long-run relationship among the variables exists. On the other hand, if the F-statistics fall below the lower bound of critical values, the null hypothesis is accepted. However, if the F-statistics fall in between the bounds, the result would be inconclusive.

Once the confirmation of the existence of co-integration among the variables has been obtained, the long-run and short-run models are derived using the information criteria such as Akaike information criteria and Schwartz information criteria.

Alongside, the error correction term ($\hat{\varepsilon}_t$) is obtained by OLS. To obtain the restricted error correction model (Equation 3), the linear combination of lagged levels variables in Equation (2) is replaced by the lagged error correction term ($\hat{\varepsilon}_{t-1}$).

$$\Delta \ln GDP_t = \alpha_0 + \sum_{j=1}^n \delta_j \Delta \ln GDP_{t-j} + \sum_{j=0}^n \psi_j \Delta FDI_{t-j} + \sum_{j=0}^n \beta_j \Delta \ln TRA_{t-j} + \lambda \hat{\varepsilon}_{t-1} + u_t \quad (3)$$

If the sign of $\hat{\varepsilon}_{t-1}$ the coefficient is negative and statistically significant. It implies that there is additional evidence of co-integration among the variables. That is, the long-run disequilibrium among the variables will converge back to long-run equilibrium.

A series of diagnostic tests were performed on the predicted model's remnants for checking normality, heteroscedasticity testing, and autocorrelation testing. To check for misidentification of the model, the Ramsey RESET test is used, and both cumulative sums (CUSUM) and squares of cumulative sums (CUSUMSQ) are used to check the stability of the parameters.

Even though the ARDL approach does not require the pretesting of the variables for unit root, in the presence of an order of integration greater than 1, the method would crash. Thus, invalidating the critical bounds provided by Pesaran *et al.* (2001), which are computed on the basis that the variables are $I(0)$ or $I(1)$. Consequently, it is necessary to test for a unit root to ensure that all the variables satisfy the underlying ARDL assumption.

4.1. Unit Root Tests

A time series is considered stationary when its mean, variance, and covariance are constant and independent of time. The stochastic process y_t is considered stationary if mean: $E(y_t) = \mu$, variance: $E(y_t - E(y_t))^2 = \sigma^2$, and covariance: $E[(y_t - \mu)(y_{t+k} - \mu)] = \gamma_k$

Hence, the Augmented Dickey-Fuller (ADF) test (Dickey and Fuller, 1979) and the Phillips-Perron (PP) test (Phillips and Perron, 1988) can be used to verify the presence of unit root in a time series. The hypotheses will be as follows:

$H_0: \sigma = 0$ (Presence of unit root – non-stationary)

$H_1: \sigma \neq 0$ (No unit root – stationary)

Subsequently, the variables (lnGDP, FDI, and lnTRA) were tested for unit roots; and the results were exhibited in Table 1 below. Our results indicated that lnGDP and FDI were integrated at the order $I(0)$ while lnTRA was $I(1)$. Since the variables have a mixed order of integration, the ARDL model has been used.

Table 1. Results of ADF and PP Unit Root Tests

Variables	ADF		PP		Stationarity
	t-statistics	p-values	t-statistics	p-values	
lnGDP					
Constant	-4.253***	0.0019	-5.810***	0.0000	Stationary
Constant and Trend	-4.740***	0.0027	-5.881***	0.0001	Stationary
FDI					
Constant	-3.495**	0.0135	-3.574**	0.0111	Stationary
Constant and Trend	-5.290***	0.0006	-5.304***	0.0006	Stationary
lnTRA					
Level					
Constant	-1.189	0.6691	-1.189	0.6691	Non-stationary
Constant and Trend	-1.669	0.7450	-1.162	0.9041	Non-stationary
First Difference					
Constant	-4.703***	0.0005	-4.655***	0.0006	Stationary
Constant and Trend	-5.162***	0.0009	-5.706***	0.0002	Stationary

Notes: ** and *** indicates the null hypothesis is rejected at 5% and 1% level, respectively.

4.2. Bound Test Approach

After the unit root test was verified, the next step was to check the long-run relationship between the variables through the ARDL approach.

Table 2 exhibits the results of the bound test looking for the existence of a long-run relationship among the variables. Akaike Information Criteria (AIC) was used to determine the appropriate lag length. The F-statistics were found above the 5% critical bound (Pesaran et al., 2001), implying that the null hypothesis of no co-integration was rejected. Hence, it was concluded that a long-run correlation existed among the variables. Likewise, Table 3 shows the results of the long-run estimates. It could be inferred that FDI inflows negatively affect GDP growth; this was found statistically significant at 5% level. Trade was also found to have a negative effect on GDP growth. However, it was nearly marginally significant.

To investigate the short-run dynamics, an error correction model (ECM) was utilized, and the results are exhibited in Table 4 below. According to Table 4, the R^2 was estimated as 0.74, indicating that the error correction model fitted the data reasonably well. Moreover, the error correction coefficient was found to be highly significant with a negative sign as expected, reinforcing the existence of a long-run relationship among the variables.

The results in Table 4 also suggested that FDI was positively effective on GDP growth; and remained marginally significant. The effect of trade was negative and statistically insignificant on the dependent variable. The error correction coefficient estimate of -0.97 was highly significant, and it had the correct sign. Accordingly, it suggested the existence of a high-speed adjustment from short-run deviation to long-run equilibrium. It could be remarked that approximately 97% of the previous year's disequilibrium would converge back to the long-run equilibrium in the current year. The ARDL model also incurred the diagnostic tests presented

in Table 5. Our results demonstrated a normally distributed model with no serial correlation and no heteroscedasticity.

Table 2. Results of Bound Test

Model	LnGDP _t = f (FDI _t , lnTRA _t)	
Lag Order	(1,4,2)	
F-statistics	10.36723	
Critical Values	I(0)	I(1)
10%	3.17	4.14
5%	3.79	4.85
1%	5.15	6.36

Table 3. Estimates of the Long Run Coefficients: ARDL (1,2,4)

Variables	Coefficients	t-statistics	p-values
FDI	-0.124	-2.347	0.0271
LnTRA	-1.042	-1.358	0.1864
Constant	6.490	1.839	0.0778

Table 4. Estimates of the ECM

Variables	Coefficients	t-statistics	p-values
Dconstant	6.490	5.753	0.0000
dFDI	0.056	1.348	0.1895
dlnTRA	-0.090	-0.096	0.9242
ecm(-1)	-0.970	-5.795	0.0000

Table 5. Results of Residual Diagnostic Test

Jarque–Bera normality test	6.088 (0.050)	The residuals are normally distributed
Serial correlation LM test	0.337 (0.6075)	No serial correlation
Heteroskedasticity Test	0.685 (0.6447)	No heteroskedasticity
Ramsey Reset test	0.764 (0.5600)	Correct specification

4.3. Stability Tests

The Cumulative Sum (CUSUM) and the Cumulative Sum of Squares (CUSUMSQ), which uses the cumulative sum of recursive residuals and the cumulative sum of the squared recursive residuals respectively, are tests for determining structural breaks that may exist in the model (Brown *et al.*, 1975). These tests are based on the first n observations updated recursively and plotted against a break point.

If the plotted CUSUM and CUSUMSQ lines remain within the 5% critical bound, the null hypothesis of parameter stability is accepted. On the other hand, if the lines pass over the limits, the null hypothesis is rejected; that is, coefficients are deemed unstable.

According to Figure 5 and Figure 6, it was clearly seen that the CUSUM and CUSUMSQ lines remained within the 5% critical bound. Hence, this finding provided evidence that all model parameters were stable over the concerned period of the study.

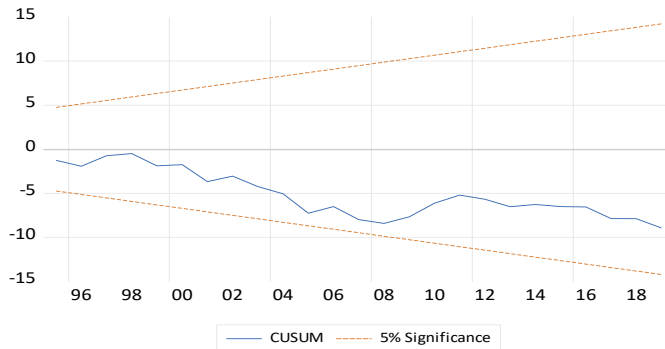


Figure 5. Plot of Cumulative Sum of Recursive Residuals

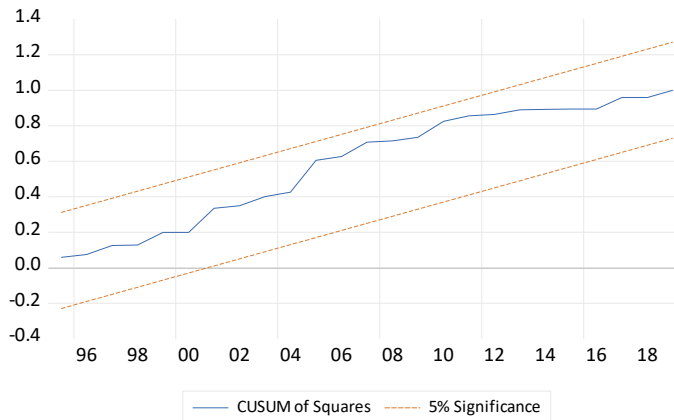


Figure 6. Plot of Cumulative Sum of Squares of Recursive Residuals

5. CONCLUSIONS

Even though small island economies are found to be more vulnerable to outside shocks because of their inherent economic characteristics, there is a limited number of studies on these economies in the literature. Thus, in light of contributing to the existing literature and gaining a better understanding of the effect of economic globalization on relatively isolated small island economies, this paper investigates the relationship between FDI, global trade, and GDP growth data of Mauritius for the period from 1981 to 2019.

Whereas the dependent variable, economic globalization, was represented by the GDP, global economic indices of FDI and global trade were regarded as our independent variables in our model. In further analysis of these variables, several econometric tests were employed to analyze the relationships for the concerned period, in which the Autoregressive Distributed Lag (ARDL)/bounds testing cointegration approach was adopted.

Several conclusions were reached in this paper. First of all, variables were bound together in the long run. Additionally, FDI inflows displayed a negative statistically significant effect on GDP growth. Similarly, global trade displayed a negative effect but with weaker significance. Then, the error correction model indicated that FDI had a positive impact on GDP while trade was still exhibiting the opposite. However, the speed of the adjustment was high. The disequilibrium would converge back to equilibrium in the current fiscal year.

Within the scope of the small island economy of Mauritius depended mainly on tourism and ocean industries, our findings revealed similar results in parallel with the findings of Gutiérrez de Piñeres & Ferrantino (1997), who report that Mauritius's economy with a gradually diversifying export capacity through learning-by-doing and mimicking practices of developed countries developed its global trade which affected country GDP positively (Gutiérrez de Piñeres & Ferrantino, 1997). Additionally, our findings are supported by Hammouda et al. (2006), who argue that African countries are required to implement non-conservative fiscal policies and improve their governance to encourage FDI. The authors also remark that research and development activities need to be prioritized to foster the competency of domestic companies in the global trade area.

As a result of the findings, the Mauritian government is required to take appropriate measures to eliminate the obstacles before global trade and FDI. The necessary emphasis needs to be placed on the transition from the island's traditional sectors to more value-added industries, encouraging FDI in target industries to increase Mauritius's GDP.

REFERENCES

- ATIF, S. M., SRIVASTAV, M., SAUYTBKOVA, M., & ARACHCHIGE, U. K. (2012). Globalization and income inequality: a panel data analysis of 68 countries. MRPA Paper No. 42385.
- BAHMANI-OSKOOEE, M., HARVEY, H., & HEGERTY, S. W. (2014). Brazil-US commodity trade and the J-curve. *Applied Economics*, 46(1), 1-13.
- BALASUBRAMANYAM, V. N., SALISU, M., & SAPSFORD, D. (1996). Foreign direct investment and growth in EP and IS countries. *The economic journal*, 106(434), 92-105.
- BECK, U. (1992). From industrial society to the risk society: Questions of survival, social structure and ecological enlightenment. *Theory, culture & society*, 9(1), 97-123.

- BEN HAMMOUDA, H., KARINGI, S., NJUGUNA, A., & SADNI JALLAB, M. (2006). Diversification: towards a new paradigm for Africa's development. Africa Trade Policy Centre Work in Progress, No. 35.
- BLIN, M., & OUATTARA, B. (2009). Foreign direct investment and economic growth in Mauritius: Evidence from bounds test cointegration. *Économie internationale*, (1), 47-61.
- BORENSZTEIN, E., DE GREGORIO, J., & LEE, J. W. (1998). How does foreign direct investment affect economic growth? *Journal of International Economics*, 45(1), 115-135.
- BROWN, R. L., DURBIN, J., & EVANS, J. M. (1975). Techniques for testing the constancy of regression relationships over time. *Journal of the Royal Statistical Society*. 37(2), 149-163.
- CHANG, H. J. (2005). Globalization, global standards, and the future of East Asia. *Global Economic Review*, 34(4), 363-378.
- DE MELLO JR, L. R. (1997). Foreign direct investment in developing countries and growth: A selective survey. *Journal of development studies*, 34(1), 1-34.
- DE MELLO, L. R. (1999). Foreign direct investment-led growth: evidence from time series and panel data. *Oxford economic papers*, 51(1), 133-151.
- DE PINERES, S. A. G., & FERRANTINO, M. J. (2018). Export dynamics and economic growth in Latin America: a comparative perspective. Routledge.
- DICKEY, D. A., & FULLER, W. A. (1979). Distribution of the estimators for autoregressive time series with a unit root. *Journal of the American statistical association*, 74(366a), 427-431.
- DUNNING, J. H. (1982). Explaining the international direct investment position of countries: towards a dynamic or developmental approach. In *International Capital Movements* (pp. 84-121). Palgrave Macmillan
- DUNNING, J. H. (2015). The eclectic paradigm of international production: a restatement and some possible extensions. *The eclectic paradigm*, 50-84.
- FEENSTRA, R. C., & MARKUSEN, J. R. (1994). Accounting for growth with new inputs. *International Economic Review*, 429-447.
- FRIEDMAN, T. L. (2000). *The Lexus and the olive tree: Understanding globalization*. Anchor Books
- GIDDENS, A. (1999). Risk and responsibility. *Mod. L. Rev.*, 62, 1.
- GREENWAY, D., MORGAN, W., & WRIGHT, P. (1999). "Exports, export composition and growth", *Journal of International Trade and Development* 8(1): 41-51.
- GREENAWAY, D., MORGAN, W., & WRIGHT, P. (2002). Trade liberalisation and growth in developing countries. *Journal of development economics*, 67(1), 229-244.
- HARRIS, R., & SOLLIS, R. (2003). *Applied time series modelling and forecasting*. Wiley.
- INDER, B. (1993). Estimating long-run relationships in economics: A comparison of different approaches, *Journal of Econometrics*, 57, pp. 53-68.

- JIN, J. C. (2000). Openness and Growth: An Interpretation of Empirical Evidence from East Asian Countries. *The Journal of International Trade and Economic Development*, (9)1, 5-17.
- KEOHANE, R. O., & NYE JR, J. S. (2000). Globalization: What's new? What's not? (And so what?). *Foreign policy*, 104-119.
- KOOP, K. (2004). Mauritius in an Era of Globalization: A Model for Catch-Up Development? *Autrepart*, (3), 109-132.
- KRAVIS, I. B. (1970). Trade as a handmaiden of growth: Similarities between the nineteenth and twentieth centuries. *The Economic Journal*, 80(320), 850-872.
- KWANASHIE, M. (1998). The concept and process of globalization. *CBN Economic and Financial Review*, 36(4), 340-341.
- LEE, C. G. (2010). Health care and tourism: Evidence from Singapore. *Tourism Management*, 31(4), 486-488.
- LEVIN, A., & RAUT, L. K. (1997). Complementarities between exports and human capital in economic growth: Evidence from the semi-industrialized countries. *Economic development and cultural change*, 46(1), 155-174.
- MATTHEE, M., & NAUDÉ, W. (2008). The determinants of regional manufactured exports from a developing country. *International Regional Science Review*, 31(4), 343-358.
- MICHAELY, M. (1977). Exports and growth: an empirical investigation. *Journal of development economics*, 4(1), 49-53.
- NARAYAN, P. K. (2005). The saving and investment nexus for China: Evidence from cointegration tests. *Applied Economics*, 37(17), 1979-1990.
- NKORO, E., & UKO, A. K. (2016). Autoregressive Distributed Lag (ARDL) cointegration technique: application and interpretation. *Journal of Statistical and Econometric methods*, 5(4), 63-91.
- NURKSE, R. (2009). *Ragnar Nurkse: Trade and Development (Vol. 1)*. Anthem Press.
- OBADAN, M.I. (2010). "Globalization: Concepts, Opportunities and Challenges for Nigeria development". Text of a paper presented at the training programme on economic reform.
- OECD (2005), *Measuring Globalization: OECD Handbook on Economic Globalization Indicators*. OECD Publishing
- OECD (2010), *Measuring Globalisation: OECD Economic Globalisation Indicators 2010*. OECD Publishing.
- OHLIN, B. (1933). *Interregional and international trade*. Harvard University Press.
- PESARAN, M. H., & SHIN, Y. (1999). An Autoregressive Distributed Lag Modelling Approach to Cointegration Analysis," in *Econometrics and Economic Theory in the 20th Century*. Cambridge University Press.
- PESARAN, M.H., SHIN, Y., & SMITH, R.J. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships, *Journal of Applied Econometrics*, 16, pp. 289-326.

- PHILLIPS, P. C., & PERRON, P. (1988). Testing for a unit root in time series regression. *Biometrika*, 75(2), 335-346.
- PRADHAN, R. P. (2008). Does economic growth promote foreign direct investment? Evidence from India and Malaysia. *South Asian Journal of Management*, 15(1), 7.
- ROUND, J. I., & WHALLEY, J. (2006). Globalisation and poverty: implications of South Asian experience for the wider debate. In *Globalisation and Poverty* (pp. 92-104). Routledge.
- SHATZ, H. J., & VENABLES, A. (2000). The geography of international investment (Vol. 2338). World Bank Publications.
- SMITH, S. (1997). Restrictive Policy towards Multinationals: Argentina and Korea. *Case Studies in Economic Development*, 2, 178-189.
- SUBRAMANIAN, A. (2001). Mauritius: A case study. *Finance and Development*, 38(4), 22-25.
- SUNTOO, R. (2012). Globalization and its impact on the Mauritian society. <https://www.yumpu.com/en/document/view/13959763/globalisationand-its-impact-on-the-mauritian-society-by-rajén>.
- THOMPSON, G. (2000). Economic globalization? A globalizing world, 85-126. Psychology Press.
- UNCTAD (2001), *World Investment Report, 2001*. United Nations Publications.
- VADLAMANNATI, K. C., TAMAZIAN, A., & IRALA, L. R. (2009). Determinants of foreign direct investment and volatility in South East Asian economies. *Journal of the Asia Pacific Economy*, 14(3), 246-261.
- WACZIARG, R. (2001). Measuring the dynamic gains from trade. *The world bank economic review*, 15(3), 393-429.
- WALLERSTEIN, I. (1974). *The Modern World-System I Capitalist Agriculture and the Origins of the European World-Economy in the Sixteenth Century, With a New Prologue*. Academic Press.
- WANG, J. Y. (1990). Growth, technology transfer, and the long-run theory of international capital movements. *Journal of International Economics*, 29(3-4), 255-271.
- WANG, M. (2009). Manufacturing FDI and economic growth: evidence from Asian economies. *Applied Economics*, 41(8), 991-1002.
- WORLD BANK. (2002). "Global Development Network (macro time series)." Vol. 2004. World Bank publications.
- WORLD BANK. World Development Indicators database at <https://data.worldbank.org>.

Konut Fiyat Endeksinin Mekânsal Analizi: Türkiye İBBS-Düzyey2 Bölgeleri İçin Bir Uygulama

(Araştırma Makalesi)

*Spatial Analysis of the Housing Price Index: An Application for Turkey
NUTS-Level2 Regions*

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1161698

Serpil TÜRKYILMAZ

Doç. Dr., Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Fen Fakültesi, İstatistik ve Bilgisayar Bilimleri
Bölümü

serpil.turkyilmaz@bilecik.edu.tr

Orcid No: 0000-0002-7193-4148

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Turkyilmaz, S. (2023). Konut Fiyat Endeksinin Mekânsal Analizi: Türkiye İBBS-Düzyey2 Bölgeleri İçin Bir Uygulama. *Alanya Akademik Bakış*, 7(1), Sayfa No.445-460.

ÖZET

Anahtar kelimeler:
Mekânsal Bağımlılık,
Moran-I İstatistiği,
Konut Fiyat Endeksi,
SAR Modeli, SDM
Modeli

Makale Geliş Tarihi:
13.08.2022
Kabul Tarihi:
19.12.2022

Bu çalışmanın temel amacı konut fiyatlarındaki mekânsal etkilerin değerlendirilmesidir. Bu amaçla Türkiye’de İBBS-Düzyey2 sınıflamasına göre 26 bölgenin konut fiyat endekslerinin mekânsal analizi yapılarak enflasyonla ilişkisi mekânsal ekonometrik modellerle incelenmiştir. 26 bölge açısından konut fiyat endekslerindeki mekânsal etkilerin varlığı Moran-I istatistiği ile test edilmiş ve söz konusu bölgelerin konut fiyat endeksleri arasındaki mekânsal etkilerin anlamlı olduğu görülmüştür. Mekânsal ekonometrik modellerin seçimi için kullanılan LM testleri sonuçları mekânsal gecikme modellerini desteklemiştir. Tahmin edilen mekânsal gecikme modeli (SAR) ve mekânsal Durbin modeli (SDM) bulgularına göre mekânsal etki parametresi ρ pozitif ve istatistiksel anlamlıdır ve mekânsal bağımlılığın anlamlı olduğu bölgelerde konutlarla ilgili benzer bir fiyatlama tutumu olduğunu desteklemiştir. Ayrıca tahmin edilen SAR ve SDM modellerinde incelenen dönem için İBBS-Düzyey2 sınıflamasına göre 26 bölgede enflasyonun konut fiyat endeksleri üzerindeki mekânsal etkileri istatistiksel anlamlı bulunamamıştır.

ABSTRACT

Keywords:
Spatial Dependency,
Moran-I Statistics,
House Price Index,
SAR Model, SDM
Model

The main purpose of this study is to evaluate the spatial effects of housing prices. For this purpose, the spatial analysis of the housing price indices of 26 regions according to the NUTS-Level2 classification in Turkey was made and their relationship with inflation was examined with spatial econometric models. The existence of the spatial effects in the housing price indices for 26 regions was tested with the Moran-I statistics and it was seen that the spatial effects between the housing price indices of the mentioned regions were significant. The results of the LM tests used for the selection of spatial econometric models supported the spatial lag models. According to the estimated spatial autoregressive model (SAR) and spatial Durbin model (SDM) findings, the spatial effect parameter ρ is positive and statistically significant. Spatial effect parameter supported that there is a similar pricing attitude for housing in regions where spatial dependency is significant. In addition, the spatial effects of inflation on housing price indices in 26 regions

according to NUTS-Level2 classification for the period examined in the estimated SAR and SDM models were not found statistically significant.

1. GİRİŞ

Son yıllarda konut piyasalarındaki hızlı gelişmeler konut fiyatlarının belirleyicilerine ve fiyatların makroekonomik değişkenlerle olan ilişkilerinin incelenmesine yönelik ilgiyi arttırmaktadır. Konut piyasası ülkelerin makro ekonomileri içerisinde önemli bir yere sahiptir.

Ülkelerin konut ve barınma için yaptıkları harcamalar toplam gelir içerisindeki hanehalkı harcamalarının dikkate değer bir kısmını oluşturmaktadır. Özellikle gelişmiş ekonomilerde konut piyasalarındaki faaliyetler GSYİH' da da önemli bir paya sahiptir. Bu sebeple konut için yapılan harcamalar ile para arzı, enflasyon, istihdam, döviz kuru gibi makroekonomik değişkenler arasında bir ilişkinin ve konut piyasalarında dalgalanmaların varlığı kaçınılmazdır (Badurlar, 2008:224-225). Türkiye' nin ulusal ekonomisinde de önemli bir yere sahip olan konut sektörü nüfus artışı, artan kentleşme, göç, makroekonomik değişkenlerdeki dalgalanmalar gibi faktörlere göre şekillenmektedir.

Literatürde konut fiyatları belirleyicileri ile ilgili ve makroekonomik değişkenlerle konut fiyatları arasındaki ilişkilere yönelik ulusal ve uluslararası çalışmalar mevcuttur. İzleyen kısımda söz konusu bazı çalışmalara özet olarak yer verilmiştir. Lan ve Zhang (2011) çalışmasında 1998-2009 dönemi Pekin çevresindeki sekiz şehrin konut fiyatları arasında mekânsal bir bağlantı olup olmadığını test etmiştir. Çalışma sonuçları konut fiyatları açısından şehirler arasında önemli bir mekânsal bağımlılık olduğunu göstermiştir. Pijnenburg (2013) çalışmasında mekânsal konut fiyat yayılmalarında zaman ve mekân arasında heterojenliğe ve konut fiyat dinamikleri üzerindeki etkisindeki heterojenliğe izin veren bir panel yumuşak geçiş regresyon modeli uygulamıştır. Çalışmasında mekân ve zamana göre konut fiyatlarındaki gelişmelerin mekânsal yayılmalarında heterojenliğe dair kanıtlar sunmuştur. Helbich vd. (2013)' in çalışmalarında Avusturya'daki tek ailelik konut fiyatları, küresel ve yerel ağırlıklı hedonik modellerin kapasitesi incelenmektedir. Çalışma bulguları; durağan ve durağan olmayan etkilerin varlığı ile Avusturya konut piyasasının ekonomik olarak bağlantılı olduğunu göstermiştir. Gök ve Keceli (2015)'nin çalışmalarında Türkiye'de 2014-2015 yılları arasında konut fiyatlarının belirleyicileri hem ulusal hem de 26 gelişmiş bölge düzeyinde sıradan en küçük kareler ve kademeli regresyon modelleri ile incelenmiştir. Kişi başına gayri safi katma değer ile net iç göç değişkenlerinin konut fiyatlarını etkileyen en önemli itici güç olduğu sonucu gösterilmiştir. Widlak vd. (2015)' nin çalışmalarında, Varşova'daki ikincil konut piyasasındaki konut fiyatlarının dinamiklerini, fiyatlar arasındaki mekânsal ilişki dikkate alınarak 2006 yılının ilk çeyreğinden 2013 yılının üçüncü çeyreğine kadar mekânsal ağırlıklı regresyon modeli ile analiz edilmektedir. Çalışma sonucu yeni düzenlemelerin veya mevcut düzenlemelerdeki değişikliklerin ve devlet müdahalelerinin konut fiyatları üzerinde çok büyük bir etkisi olduğunu doğrulamıştır. Cohen ve Karpavičiūtė (2017)' nin çalışmalarında Litvanya'da GSYİH, işsizlik, enflasyon, faiz oranı, göç ve makro ihtiyati politika araçlarının konut fiyatlarına etkisi değerlendirilmiştir. Bulguları Litvanya' da enflasyon, faiz oranı ve göçün, konut fiyatlarının nedensel belirleyicileri olmadığını göstermiştir. Yalçın (2017)' de 2010-2017 dönemi için bölgesel bazlı konut fiyat endeksleri ile ekonomik güven endeksi arasındaki ilişkiler ARDL yöntemine dayalı sınır testi ile incelenmiş ve nedensellik ilişkileri Granger ve Toda- Yamamoto testleri ile test edilmiştir. Çalışma bulguları; Akdeniz ve Doğu Karadeniz bölgelerindeki ekonomik güven endeksi ve konut fiyatları arasında iki yönlü nedensellik ilişkisini göstermiş ve ARDL sonuçları, iki bölge için uzun dönem ilişkisinin söz konusu olduğunu desteklemiştir. Cellmer vd. (2019) çalışmalarında, 2008-2018 dönemi için dünyadaki ekonomik ve sosyal göstergelerin konut fiyatları üzerindeki etkisi ve neden-sonuç

ilişkileri VAR modeli ile incelenmiştir. Bulgulara göre; gayrimenkul fiyatlarının açıklayıcı değişkenlerin şoklarına tepkisi birinci ve dördüncü çeyrekte gözlenmiş ve yaklaşık üç yıl sonra sona erdiği bulgusu elde edilmiştir. Gebesoglu (2019) çalışmasında, 2010-2018 dönemi için Türkiye’de konut fiyat endeksi dinamikleri ile GSYİH, döviz kuru, faiz oranı, Borsa İstanbul 100 Endeksi getirisi arasındaki ilişkileri ARDL yöntemi ile incelemiştir. Çalışma bulguları; konut fiyat endeksi ile GSYİH, döviz kuru, faiz oranı ve Borsa İstanbul 100 Endeksi getirisi arasında uzun dönem eşbütünleşme ilişkisinin varlığını desteklemiş ve uygulanan VECM modeli konut fiyatlarının direnç etkisine sahip olduğunu göstermiştir. Kiong ve Aralas (2019)’ ın çalışmalarında 2000-2017 dönemi için Malezya konut fiyatlarının belirleyicileri ARDL ve ECM ile incelenmiştir. Çalışma sonuçlarına göre; finansal krizlerin ve GSYİH’ nın konut fiyatları ile kısa dönem ilişkisinin anlamlı olduğu bulgusu elde edilmiştir. Korkmaz (2019) çalışmasında; 2010-2019 dönemi için Türkiye’ nin 26 bölgesinin konut fiyat endeksinin enflasyonist baskıdan etkilenip etkilenmediğini Konya nedensellik testi ile araştırmıştır. Çalışma sonuçları, konut fiyatlarının bazı bölgeler için enflasyonist baskıların sebebi olduğunu desteklemiştir. Kuang ve Liu (2015)’ in çalışmalarında 1996-2010 döneminde Çin’deki 35 büyük şehir için panel veri analizi ile konut fiyatları ile enflasyon arasındaki ilişki incelenmiştir. Bulgulara göre; ilişkinin asimetrik olduğu, enflasyonun konut fiyatları üzerindeki etkisinin konut fiyatlarının enflasyon üzerindeki etkisinden daha fazla olduğu ve konut fiyatlarının enflasyonu etkin bir şekilde koruduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yıldırım (2019)’ın çalışmasında Türkiye’ nin üç büyük ili (İstanbul, Ankara, İzmir) için 2010-2018 dönemine ait hedonik konut fiyat endekslerindeki yakınsama etkisi ARDL eşbütünleşme yöntemi ile incelenmiştir. Çalışma bulguları söz konusu bölgeler için konut fiyatlarında uzun dönemli yakınsamanın varlığını desteklemiş ve konut fiyatlarının bölgelere göre farklılaştığını göstermiştir. Cellmer vd. (2020)’ nin çalışmalarında sosyo-demografik ve çevresel faktörlerin ortalama konut fiyatları ve işlem sayıları üzerindeki etkisi mekansal bir yaklaşımla analiz edilmiştir. Çalışma 2018 yılına ait Polonya için 380 ilçe verilerini kapsamaktadır. Bulguları, hem ortalama fiyatlar hem de konut piyasası faaliyeti için belirleyicilerin, yüksek-yüksek ve düşük-düşük kümelenme ile mekansal otokorelasyon gösterdiğinin kanıtını sunmuştur. Eryüzlü ve Ekici (2020)’ nin çalışmalarında Türkiye için döviz kuruyla konut fiyat endeksi arasındaki ilişki ele alınmış ve döviz kurunun konut fiyatları üzerinde etkili olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Yılmaz ve Kestel (2020), çalışmalarında parametrik ve parametrik olmayan model yöntemleri ile Türkiye için konut fiyatlarının GLM, VAR modeli, ARIMA ve mevsimsel ARIMA modeli tahminlerinin Türkiye konut piyasası için yeterliliğini destekleyen kanıtlar sunmuşlardır. Çalışma sonuçlarında, Mevsimsel ARIMA ve üstel yumuşatma modellerinin, verilen tahmin süresi içinde Türkiye'nin konut piyasası için geleceğe yönelik bir uyarı olarak kabul edilmesi gereken bazı olumsuz getiriler öngördüğünü belirtmişlerdir. GLM ve VAR modelleri ise Türkiye'nin konut piyasasının bilinen diğer ekonomik göstergelere göre altına, enflasyona ve döviz kurlarına yüksek oranda bağımlı olduğunu göstermişlerdir. Hatipoğlu (2021) çalışmasında, Türkiye’de TR82 (Çankırı, Kastamonu, Sinop) bölgesi için konut fiyatları ile enflasyon arasındaki ilişkiyi 2010-2020 dönemi için Frekans Nedensellik Testi ile incelemiştir. Sonuç olarak konut fiyatları ve enflasyon arasında bir nedensellik ilişkisinin bulunmadığını göstermiştir. Zulkifli vd. (2022)’ nin çalışmalarında Malezya’ da 2010-2019 dönemi için konut fiyatlarının makroekonomik belirleyicileri ARDL modeli ile incelenmiş ve uzun dönem katsayı tahminleri GSYİH ve para arzının Malezya’ da konut fiyatlarını pozitif olarak etkilediğini göstermiştir. Ayrıca nedensellik testleri kısa dönemde GSYİH ve para arzının konut fiyatları üzerindeki etkilerinin istatistiksel anlamlı olduğunu desteklemiştir.

Bu çalışmada ise Türkiye’ de İBBS-Düzye2 sınıflamasına göre 26 bölgenin konut fiyat endekslerinin mekansal analizi ile birlikte enflasyon ile konut fiyat endeksleri arasındaki ilişki

mekânsal ekonometrik modellerle incelenmiştir. Çalışmanın genel bilgi ve literatür içeren giriş bölümünün ardından ikinci bölümde metodoloji ile ilgili kısa teorik bilgi sunulmuştur. Üçüncü bölümde veri tanıtılarak mekânsal analiz bulgularına yer verilmiştir. Çalışmanın sonuç ve değerlendirmeleri dördüncü bölümde, yararlanılan kaynaklar beşinci bölümdedir.

2. METODOLOJİ

Klasik ekonometrik yöntemlerle gözlemler arasındaki komşuluk ilişkileri tam olarak değerlendirilemediği için gözlemler arasındaki mekânsal değişimin göz önünde tutulduğu ekonometrik modellere ihtiyaç duyulmaktadır. Mekânsal ekonometri, Tobler (1970) tarafından “her şey başka her şey ile ilişkilidir, fakat yakın şeyler uzak şeylere göre daha fazla ilişkilidir” biçiminde ifade edilen coğrafyanın ilk yasasından ortaya çıkmıştır (Tatoğlu, 2022:1). Mekânsal ekonometri, kesit ve panel verilerle tahmin edilen regresyon modellerindeki bir alandaki gözlem değerlerinin diğer yakın gözlemlerle ne kadar ilişkili olduğunu ölçen mekânsal otokorelasyon (bağımlılık) ve bir bölgedeki olayın sabit olmayan hata varyansındaki değişimi veya eşit olmayan dağılımını ifade eden mekânsal heterojenlik için geliştirilmiştir (Görgün ve Sülkü; 2020:306).

Gözlemler arasındaki komşuluk ilişkilerinin değer ve mekân benzerliklerinin uyumu şeklinde ifade edilen mekânsal otokorelasyon pozitif ve negatif biçimde gözlenebilmektedir. Pozitif mekânsal otokorelasyon; ilgilenilen değişken bakımından düşük ya da yüksek değerli gözlemlerin aynı alanda kümelenme eğilimi, negatif mekânsal otokorelasyon ise bir alandaki gözlem değerlerinin ilgilenilen değişken bakımından komşu alanlardaki farklı gözlem değerleri ile yakın olma eğilimi olarak tanımlanmaktadır. Bir başka ifade ile pozitif mekânsal otokorelasyonda ilgilenilen değişken bakımından yüksek değerler etrafında yüksek değerler, düşük değerler etrafında düşük değerler yer almaktadır. Negatif otokorelasyonda yüksek değerler etrafında düşük değerler, düşük değerler etrafında yüksek değerler bulunmaktadır. Gözlemler arasındaki bağlantıların ne şekilde gerçekleştiğini ortaya koymak amacıyla “mekânsal ağırlıklandırma” teknikleri kullanılmaktadır. İncelenen birim mekânsal yapıda ise coğrafi ağırlıklandırma tekniklerinden yararlanılmaktadır (Anselin, 2008:627). Gözlemlerin dağılımlarının herhangi bir kalıba uymadığı rassallık durumu da mekânsal otokorelasyonun söz konusu olmadığı durumdur. Mekânsal etkileşimin belirlenebilmesi için oluşturulan ekonometrik modelde mekânsal bir bağıntının dahil edilmesi gerekliliği söz konusudur. Bu amaçla her bir gözlemin bir dizi komşu gözlemlerle ilişkili olduğu ayrıca mekânsal kalıba uygun mekânsal ağırlık matrisi oluşturulmaktadır. $N \times N$ boyutlu stokastik süreç içeren pozitif mekânsal ağırlık matrisinde (\tilde{W}), i konumundaki satır elemanı ile j konumundaki sütun elemanı arasındaki ilişkinin gücü (\tilde{w}_{ij}) ile gösterilmektedir. Eğer i ve j konumları arasında komşuluk yoksa $\tilde{w}_{ij} = 0$, komşuluk varsa $\tilde{w}_{ij} = 1$ olur (Tatoğlu, 2022:4; Güriş ve Çağlayan, 2018:280; Zeren, 2010:22). Mekânsal ağırlık matrisi (\tilde{W})’nde ilgili bölge/mekânın kendisiyle komşuluğu sıfır olduğu için köşegen elemanlarının sıfır olması ve fazla sayıda komşuluğa sahip konumların ağırlıklarının yüksek çıkmaması sebebiyle standardize edilmesi gerekmektedir.

Satırları standardize edilen mekânsal ağırlık matrisi $w_{ij}^* = w_{ij} / \sum_j w_{ij}$ ile oluşturulmaktadır (Tatoğlu, 2022:4; Zeren, 2010:23). Mekânsal birimler arasındaki ilişki, sınırdaşığa bağlı ağırlıklandırmalarda sınırların ayırt edilebilir bir harita üzerinden konuma dayalı olarak belirlenmesiyle oluşturulmaktadır. Bitişik alanlar ortak bir kenar paylaşıyorsa kale komşuluğu, ortak bir köşe paylaşıyorsa fil komşuluğu, hem ortak bir kenar hem de köşe paylaşıyorsa vezir

komşuluğu söz konusu olmaktadır (Anselin, 1988:18; Yücel, 2021: 64-64; Terzioğlu, 2020:603).

Mekânsal bağımlılık, mekânsal gecikme ve mekânsal hata bağımlılığı olarak farklı şekilde gözlenmektedir. Bağımlı değişkendeki mekânsal korelasyonu açıklayan mekânsal gecikme modeli SAR model bağımlı değişken Y ' nin komşu alanlardaki gözlemlere bağlı olmasını mümkün kılmaktadır. Mekânsal gecikmeli değişken olan WY ' nin modelde bağımsız değişken olarak yer aldığı SAR modeli (1)' de verilmektedir.

$$Y = \rho WY + X\beta + \varepsilon, \quad \varepsilon \sim N(0, \sigma^2 I_n) \quad (1)$$

SAR modelindeki ρ ; mekânsal gecikme parametresidir. ρ ' nun değeri -1 ve +1 arasındadır. $\rho=0$ olduğunda model klasik regresyon modeline dönüşmektedir. Mekânsal Durbin Modeli (SDM) ise mekânsal gecikme modeli (SAR)'nde mekânsal gecikmeli bağımsız değişkenlerin yer almasıyla elde edilmektedir. SDM modeli;

$$Y = \rho WY + X\beta + WX\theta + \varepsilon, \quad N(0, \sigma^2 I_n) \quad (2)$$

şeklinde ifade edilmektedir.

Mekânsal ekonometrik analizlerde; mekânsal etkilerin test edilmesinde Moran (1950) tarafından geliştirilen Moran-I istatistiğinden yararlanılmaktadır. EKK artıkları arasındaki mekânsal bağımlılığın incelenmesi için önerilen test istatistiği (Anselin ve Hudak, 1992: 518);

$$I = \frac{N}{S_0} \left[\frac{\hat{\varepsilon}' w \hat{\varepsilon}}{\hat{\varepsilon}' \hat{\varepsilon}} \right], \quad (3)$$

ile gösterilmektedir. Burada $S_0 = \sum_i \sum_j w_{ij}$ ' dir ve mekânsal ağırlık matrisinin (w) eleman

toplamıdır. $\hat{\varepsilon} = Y - X\hat{\beta}$, EKK modeli artıklarıdır ve $\hat{\beta} = (X'X)^{-1} X'Y$ ' dir. Moran-I istatistiğinin sıfır hipotezi "H₀: EKK modeli artıkları arasında mekânsal bağımlılık yoktur" şeklindedir. Standartlaştırılmış Moran-I istatistiği standart normal dağılım tablosunda belirlenen kritik değerden büyük ise H₀ reddedilmektedir. Moran-I istatistiğinin pozitif olması, yüksek değerlere sahip birimlerin yüksek, düşük değerlere sahip birimlerin düşük değerli komşularla çevrili olduğunu ifade eden pozitif mekânsal bağımlılığı göstermektedir. Herhangi bir mekanda yer alan gözlemler ile komşu mekan/mekanlardaki gözlemlerin ortalaması arasındaki ilişkilerin Moran-I saçılım diyagramı ile incelenmesi de mümkündür (Anselin vd., 2007: 295-296). Alternatif hipotezin geçerli olması durumunda mekânsal bağımlılığın kaynağı ile ilgili yeterli bilgi elde edilemediği için alternatif mekânsal bağımlılık testlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Burridge (1980), Moran-I istatistiğine alternatif Lagrange Çarpanı (LM) testini geliştirmiştir. Mekânsal hata ve mekânsal gecikme modeli için sırasıyla LM_p ve LM_λ istatistikleri aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Anselin ve Florax, 1995:25).

$$LM_{\lambda} = (\varepsilon' w \varepsilon / \sigma^2)^2 / \text{tr}(w' w + w^2), \quad (4)$$

Burada $\sigma^2 = \varepsilon' \varepsilon / n$ ' dir. $LM_{\lambda} \sim \chi_{\alpha;1}^2$ ile ki-kare dağılımı göstermektedir.

$$LM_p = \left\{ \varepsilon' w Y / \sigma^2 \right\} / \left\{ (wX\beta)' M w X\beta / \sigma^2 + \text{tr}(w' w + w^2) \right\} \quad (5)$$

Standart regresyon modelinin EKK tahmininden yararlanılarak elde edilmektedir. Burada $M = I - X(X'X)^{-1}X'$ dir. β , regresyon modeli katsayı vektörüdür ve $LM_{\rho} \sim \chi_{\alpha;1}^2$ ile ki-kare dağılmaktadır. Mekânsal hata bağımlılığının testi ile birlikte mekânsal gecikme bağımlılığını da değerlendiren $LM_{\rho\lambda}$ testi ise;

$$LM_{\rho\lambda} = \left\{ \frac{(\varepsilon w Y / \hat{\sigma}^2 - \varepsilon w \varepsilon / \hat{\sigma}^2)}{\hat{n}_{\rho, \beta} - T} \right\} + \frac{[\varepsilon' w \varepsilon / \hat{\sigma}^2]^2}{T}, \quad LM_{\rho\lambda} \sim \chi_{\alpha;2}^2 \quad (6)$$

şeklinde ifade edilmektedir (Anselin, 2006:938-939). $LM_{\rho\lambda}$ testi için sıfır hipotezi $H_0: \lambda = \rho = 0$ ' dir. Literatürde yaygın biçimde kullanılan karma yaklaşıma göre; LM_{ρ} ve LM_{λ} hesaplanmaktadır. Her ikisi de anlamlı değilse klasik ekonometrik model kullanılmaktadır, anlamlı ise dirençli testlerden yararlanılmaktadır*.

3. KONUT FİYAT ENDEKSİ VE ENFLASYON İLİŞKİSİNİN MEKÂNSAL ANALİZİ

Bu bölümde; Türkiye' de İBBS-Düzyey2 sınıflamasına göre bölgelerin konut fiyat endekslerinin mekânsal analizine yer verilmektedir. Çalışmadaki birim boyutunun İBBS-Düzyey2 sınıflamasına göre bölgeler olması bölgeler arası komşuluk ilişkilerinin değerlendirilmesini de gerekli kılmaktadır. Bu sebeple konut fiyat endeksleri için mekânsal otokorelasyonları dikkate alan ekonometrik modeller incelenmektedir. Ayrıca konut fiyat endeksi ile enflasyon arasındaki mekânsal ilişki de değerlendirilmektedir.

3.1. Veri

Çalışmada verileri 2022 yılı için mayıs ayı itibariyle Türkiye' de İBBS-Düzyey2 sınıflamasına göre 26 bölgenin konut fiyat endeksleri ve enflasyonun göstergesi olarak kullanılan tüketici fiyat endekslerinden oluşmaktadır. Veriler Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası' nın elektronik veri dağıtım sisteminden (EVDS) elde edilmiştir. Değişken bilgileri Tablo 1'deki gibidir:

Tablo 1. Modelde Kullanılan Değişken Tanımları

KFE	Konut Fiyat Endeksi
TUFE	Tüketici Fiyat Endeksi

Türkiye' de İBBS-Düzyey2' ye göre sınıflandırılmış bölge bilgileri de Tablo 2'de verilmektedir.

Tablo 2. Türkiye' de İBBS-Düzyey2' ye Göre Bölge Sınıflandırması

Bölge No	Kod/Alt Bölge Adı/(İller)
1	TR10 / İstanbul/ (İstanbul)
2	TR21 / Tekirdağ/ (Tekirdağ, Edirne, Kırklareli)
3	TR22 / Balıkesir/ (Balıkesir, Çanakkale)
4	TR31 / İzmir/ (İzmir)
5	TR32 / Aydın/ (Aydın, Denizli, Muğla)
6	TR33 / Manisa/ (Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak)

* Dirençli LM istatistikleri ile ilgili bilgi için bkz. Zeren, 2010:27.

7	TR41 / Bursa/ (Bursa, Eskişehir, Bilecik)
8	TR42 / Kocaeli/ (Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova)
9	TR51 / Ankara/ (Ankara)
10	TR52 / Konya/ (Konya, Karaman)
11	TR61 / Antalya/ (Antalya, Isparta, Burdur)
12	TR62 / Adana/ (Adana, Mersin)
13	TR63 / Hatay/ (Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye)
14	TR71 / Kırıkkale/ (Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir)
15	TR72 / Kayseri/ (Kayseri, Sivas, Yozgat)
16	TR81 / Zonguldak/ (Zonguldak, Karabük, Bartın)
17	TR82 / Kastamonu/ (Kastamonu, Çankırı, Sinop)
18	TR83 / Samsun/ (Samsun, Tokat, Çorum, Amasya)
19	TR90 / Trabzon/ (Trabzon)
20	TRA1 / Erzurum/ (Erzurum, Erzincan, Bayburt)
21	TRA2 / Ağrı/ (Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan)
22	TRB1 / Malatya/ (Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli)
23	TRB2 / Van/ (Van, Muş, Bitlis, Hakkari)
24	TRC1 / Gaziantep/ (Gaziantep, Adıyaman, Kilis)
25	TRC2 / Şanlıurfa/ (Şanlıurfa, Diyarbakır)
26	TRC3 / Mardin/ (Mardin, Batman, Şırnak, Siirt)

Çalışmada Tablo 2’de bilgileri verilen 26 bölgenin KFE ve TUFİ verileri kullanılarak bölgeler arasındaki mekânsal ilişkiler değerlendirilmektedir.

Değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistikler Tablo 3’te gösterilmektedir.

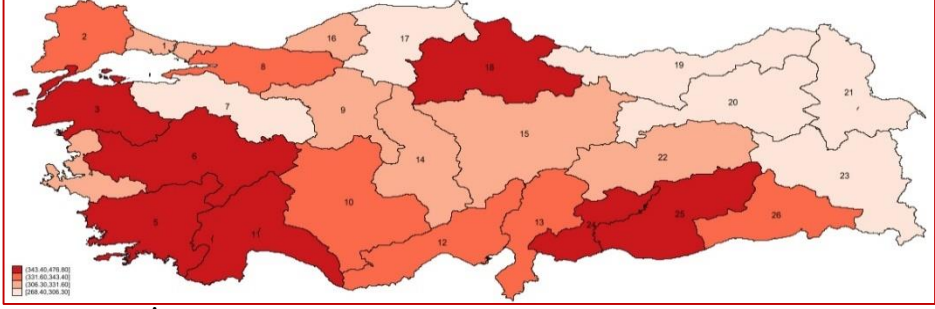
Tablo 3. Tanımlayıcı İstatistikler

	KFE	TUFİ
Ortalama	337,7346	863,6807
Medyan	331,6000	866,8088
Mak.	476,8000	913,7350
Min.	268,4000	791,9775
Std. Sapma	47,80449	30,77656
Çarpıklık	1,532798	-0,600117
Basıklık	5,340000	2,756437
Jarque-Bera (p-Değeri)	16,11294 (0,000317)	1,624876 (0,443775)

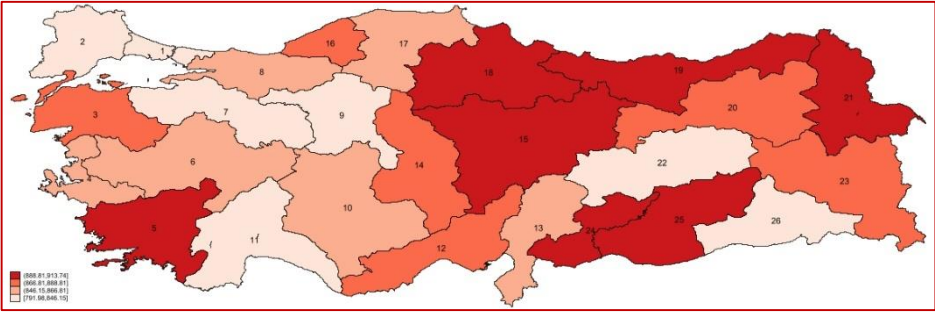
Tablo 3’te tanımlayıcı istatistikler ilgililenen dönem için konut fiyat endeksleri ve tüketici fiyat endeksleri serileri ile ilgili özet istatistiksel bilgi sunmak amacıyla verilmiştir. Tanımlayıcı istatistikler incelendiğinde Jarque-Bera istatistiğine göre; KFE serisi normal dağılım göstermezken istatistiğe göre TUFİ serisinin normal dağıldığını söylemek mümkündür. Ayrıca KFE serisinin çarpıklık ve basıklık değerleri serinin simetrik olmayan normale göre aşırı sivri bir dağılıma sahip olduğunu göstermektedir.

3.2. Analiz Bulguları

Bu bölümde Türkiye İBBS-Düzyey 2 sınıflandırmasına göre 26 bölgenin KFE ve TUFİ değişkenleri açısından mekânsal bağımlılık özellikleri incelenmektedir. Çalışmadaki ekonometrik analizler Stata programı kullanılarak yapılmıştır. Bu amaçla bölgelerin KFE ve TUFİ mekânsal haritaları Şekil 1-4' de verilmektedir.

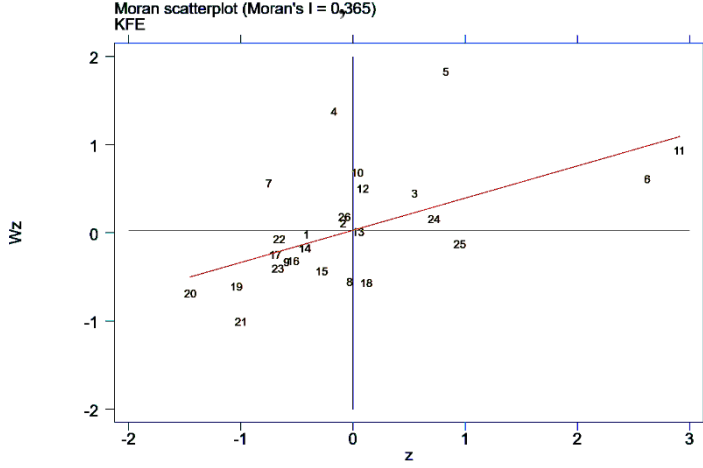


Şekil 1. Türkiye İBBS-Düzyey 2 Sınıflamasına Göre 26 Bölge için KFE' nin Mekânsal Dağılım Haritası



Şekil 2. Türkiye İBBS-Düzyey 2 Sınıflamasına Göre 26 Bölge için TUFİ' nin Mekânsal Dağılım Haritası

Şekil 1 ve 2'deki koyu renkleri ilgili değişkenin en yüksek değeri sahipleri, açık renkleri ise düşük değeri sahipleri ifade etmektedir. Şekil 1'de verilen KFE' nin mekânsal dağılımı incelendiğinde değişkenin bölgeler itibarıyla rassal bir dağılım göstermediği ve kümelenmelerin söz konusu olduğu görülmektedir. Benzer biçimde Şekil 2'de bölgelerin TUFİ değişkenine ilişkin mekânsal dağılım haritası değerlendirildiğinde birbirine komşu bölgeler arasında kümelenmelerin olduğu gözlenmektedir. Bir başka ifade ile mekânsal otokorelasyonların varlığından söz etmek mümkündür. Bu nedenle mekânsal haritaların her iki değişken için de rassallık göstermemesi ve kümelenmelerin varlığı mekânsal bir analizi gerekli kılmaktadır. Ayrıca KFE değişkeni için mekânsal otokorelasyonu belirleyen Moran-I istatistiğine ilişkin dağılım diyagramı da Şekil 3'te verilmektedir.



Şekil 3. KFE Değişkeninin Moran-I Dağılım Diyagramı

Şekil 3'te verilen Moran-I dağılım grafiği incelendiğinde bölgelere göre bağımlı değişken konut fiyat endekslerinin rassal olarak dağılmadığı ve pozitif otokorelasyon bölgesinde yoğunlaştığı görülmektedir. Konut fiyat endeksleri için 0,365 olarak hesaplanan Moran-I istatistiğinin değeri pozitif otokorelasyon göstermektedir. Tablo 4'te Moran-I istatistiği dağılım diyagramına göre bölgelerin mekânsal otokorelasyonlarına ilişkin özet tablo verilmektedir.

Tablo 4. Moran-I Dağılım Diyagramına İlişkin Özet Tablo

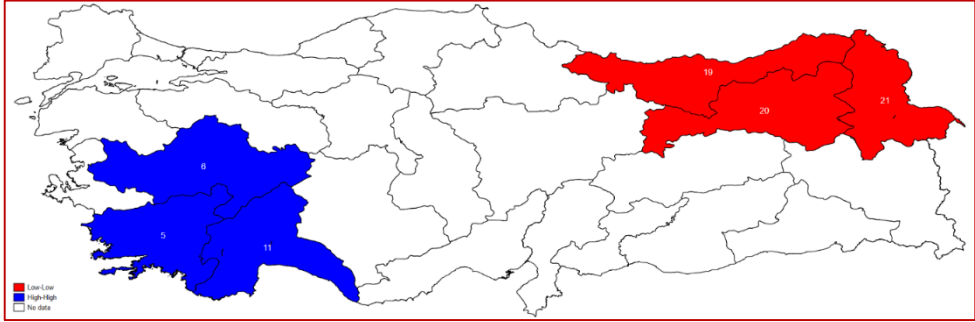
Yüksek-Yüksek	Yüksek-Düşük	Düşük-Yüksek	Düşük-Düşük
3-Balıkesir Alt Böl. 5-Aydın Alt Böl. 6-Manisa Alt Böl. 10-Konya Alt Böl. 11-Antalya Alt Böl. 12-Adana Alt Böl. 24-Gaziantep Alt Böl.	13-Hatay Alt Böl. 18-Samsun Alt Böl. 25-Şanlıurfa Alt Böl.	2-Tekirdağ Alt Böl. 4-İzmir Alt Böl. 7-Bursa Alt Böl. 26-Mardin Alt Böl.	1-İstanbul Alt Böl. 8-Kocaeli Alt Böl. 9-Ankara Alt Böl. 14-Kırıkkale Alt Böl. 15-Kayseri Alt Böl. 16-Zonguldak Alt Böl. 17-Kastamonu Alt Böl. 19-Trabzon Alt Böl. 20-Erzurum Alt Böl. 21-Ağrı Alt Böl. 22-Malatya Alt Böl. 23-Van Alt Böl.

Tablo 4'te belirtilen (Yüksek-Yüksek) bağımlı değişken KFE değerlerinin ilgili bölgenin kendisinde yüksek iken komşularında da yüksek olduğunu, (Düşük-Düşük) ise KFE değerlerinin ilgili bölgenin kendisinde düşük iken komşularında da düşük olduğunu bir başka ifade ile her iki durum pozitif otokorelasyonu ifade etmektedir. (Yüksek-Düşük), KFE değerlerinin ilgili bölge için kendisinde yüksek iken komşularında düşük, (Düşük-Yüksek) ise kendisinde düşük iken komşularında yüksek olduğunu bir başka ifade ile negatif otokorelasyonu göstermektedir.

Buna göre; Moran-I diyagramında (Yüksek-Yüksek) bölgede yer alan 3-Balıkesir Alt Böl., 5-Aydın Alt Böl., 6-Manisa Alt Böl., 10-Konya Alt Böl., 11-Antalya Alt Böl., 12-Adana Alt Böl., 24-Gaziantep Alt Böl.' nin konut fiyat endeksleri Türkiye' nin ortalama değerinden yüksektir ve bu bölgeler yüksek konut fiyat endeksine sahip bölgelerle ilişki içerisindedir. Diyagrama göre (Düşük-Düşük) bölgede yer alan 1-İstanbul Alt Böl., 8-Kocaeli Alt Böl., 9-Ankara Alt

Böl., 14-Kırıkkale Alt Böl., 15-Kayseri Alt Böl., 16-Zonguldak Alt Böl., 17-Kastamonu Alt Böl., 19-Trabzon Alt Böl., 20-Erzurum Alt Böl., 21-Ağrı Alt Böl., 22-Malatya Alt Böl., 23-Van Alt Böl.’ nin ise konut fiyat endeksleri Türkiye ortalama değerinden düşük olup bu bölgeler düşük konut fiyat endeksine sahip bölgelerle ilişki içerisinde. (Yüksek-Düşük) bölgede bulunan 13-Hatay Alt Böl., 18-Samsun Alt Böl., 25-Şanlıurfa Alt Böl.’ nin konut fiyat endeksi değerleri Türkiye ortalamasının üzerindedir fakat bu bölgeler düşük konut fiyat endeksine sahip olan bölgelerle ilişki içerisinde. Benzer biçimde diyagrama göre (Düşük-Yüksek) bölgede yer alan 2-Tekirdağ Alt Böl., 4-İzmir Alt Böl., 7-Bursa Alt Böl., 26-Mardin Alt Böl.’ nin konut fiyat endeksi değerleri Türkiye ortalamasının altında olup söz konusu bölgeler konut fiyat endeksi yüksek olan bölgelerle ilişki içerisinde.

Moran-I diyagramı ile değerlendirilen konut fiyat endekslerinin bölgelere göre mekânsal etkilerinin anlamlı olup olmadığının incelenmesi amacıyla mekânsal ilişkinin göstergesi olan LISA istatistiği kullanılmaktadır. Buna göre bağımlı değişken KFE’ ne ilişkin LISA haritası Şekil 4’te verilmektedir.



Şekil 4. Konut Fiyat Endeksi (KFE) LISA Haritası

Şekil 4’te KFE’ ne ilişkin verilen LISA haritası incelendiğinde kırmızı ile gösterilen (19-20-21 nolu) bölgeler mekânsal kümelenmelerin anlamlı olduğu ve ilişkilerin Düşük-Düşük olarak değerlendirildiği bölgelerdir. Buna göre anlamlı mekânsal etkilerin söz konusu olduğu 19-Trabzon Alt Böl., 20-Erzurum Alt Böl., 21-Ağrı Alt Böl.’ nin konut fiyat endeksleri Türkiye ortalamasının altındadır, kendi bölgelerindeki konut fiyat endeksleri düşük iken komşu bölgelerde de düşüktür ve mekânsal etkileşim gözlenmektedir.

Şekil 4’teki LISA haritasında mavi ile belirtilen (5-6-11 nolu) bölgeler mekânsal kümelenmenin olduğu ve etkileşimin Yüksek-Yüksek olarak değerlendirildiği bölgelerdir. Türkiye ortalamasının üzerinde KFE değerlerine sahip olan 5-Aydın Alt Böl., 6-Manisa Alt Böl., 11-Antalya Alt Böl. için konut fiyat endeksleri bölgenin kendisinde yüksek iken komşu bölgelerde de yüksektir ve mekânsal etkiler anlamlıdır. Mekânsal etkilerin anlamlı olduğu bölgeler incelendiğinde Trabzon, Erzurum, Erzincan, Bayburt, Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan illerini içeren bölgelerin herhangi birinde konut fiyat endekslerindeki düşüş bir diğerini de düşüş yönünde etkilemektedir. Benzer biçimde mekânsal korelasyonun anlamlı olduğu Aydın, Denizli, Muğla, Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak, Antalya, Isparta, Burdur illerini içeren bölgelerde, konut fiyat endekslerinin yüksek olduğunu ve bir bölgedeki yükselişin diğer komşu bölgeyi de yükseliş yönünde etkilediğini söylemek mümkündür.

Konut fiyat endeksi için pozitif otokorelasyon gösteren Moran-I istatistiğine dayalı değerlendirmenin anlamlılık sınaması sonuçları da Tablo 5’te verilmiştir. Test edilen hipotezler; H_0 : Mekansal Otokorelasyon Yoktur, H_1 : Mekansal Otokorelasyon Vardır şeklindedir.

Tablo 5. Mekânsal Otokorelasyon Sınaması Sonuçları

Değişken	Moran-I İst.	z	p-Değeri
KFE	0,365	3,357	0,0000**

** , %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 5'te sonuçları verilen mekânsal otokorelasyon sınaması için Moran-I istatistiğinin değeri 0,365 olarak elde edilmiştir ve $p=0,0000<(0,05)$ olduğundan H_0 hipotezi reddedilmektedir. Buna göre KFE değişkeni açısından mekânsal otokorelasyon %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel anlamlıdır. Ayrıca Moran-I istatistiğinin değerinin pozitif bulunması da pozitif otokorelasyon ilişkisini destekler niteliktedir. Bölgeler konut fiyat endeksleri açısından pozitif mekânsal etkiler göstermektedir. Bu amaçla konut fiyat endeksinin enflasyonla ilişkisinin de mekânsal modellerle incelenmesi açısından en uygun mekânsal ekonometrik modelin seçimi için model tahminleri yapılmaktadır. Öncelikle klasik EKK modeli tahmin edilerek modelin artıklarına tanısıl testler uygulanmaktadır.

Tablo 6. EKK Model Tahmin Sonuçları

Değişken	Katsayı	Standart Hata	t	p-Değeri
TUFE	0,0924126	0,3164994	0,29	0,773
Sbt	257,5213	273,5213	0,94	0,355
R ² =0,35 Düzeltilmiş R ² =0,38		F=0,09 (p-Değer=0,7728)		

Tablo 6'da sonuçları verilen klasik EKK tahmini ile TUFE katsayısı %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel anlamlı bulunamamıştır. Model tahmininde parametrelerde ve hata terimlerinde mekânsal etkilerin göz önünde bulundurulmamasından kaynaklandığı düşünülerek tanısıl testler uygulanmış ve mekânsal bağımlılık test sonuçlarına Tablo 7'de yer verilmiştir.

Tablo 7. Mekânsal Bağımlılık Test Sonuçları

Testler	Test İstatistiği
Moran-I (Mekansal Hata)	3,325**
$LM_{\rho\lambda}$	7,4970**
LM_{ρ}	7,280**
Dirençli LM_{ρ}	3,396*
LM_{λ}	7,031**
Dirençli LM_{λ}	1,148
Not: * , ** , *** sırasıyla %10, %5 ve %1 anlamlılık düzeyinde istatistiksel anlamlılığı ifade etmektedir.	

Mekânsal bağımlılık test sonuçlarını gösteren Tablo 7'de; $LM_{\rho\lambda}$ mekânsal gecikme ve mekânsal hata bağımlılığını birlikte test etmektedir. Hipotezler $H_0: \rho=\lambda=0$, $H_1: \rho\neq\lambda\neq 0$ şeklindedir. Buna göre $LM_{\rho\lambda}$ test istatistiğine göre %5 anlamlılık düzeyinde H_0 reddedilmekte ve mekânsal gecikme ve mekânsal hata bağımlılığını desteklemektedir. Tablo 7'deki bulgulara göre ayrı etkiler incelenirse mekânsal gecikmenin varlığı için LM_{ρ} test istatistiğine göre $H_0: \rho=0$, $H_1: \rho\neq 0$ mekânsal gecikmenin anlamlı olmadığı H_0 hipotezi reddedilmektedir. Benzer şekilde mekânsal hatanın varlığı için LM_{λ} test istatistiği $H_0: \lambda=0$, $H_1: \lambda\neq 0$ mekânsal hatanın olmadığı H_0 hipotezini reddetmektedir. Mekânsal gecikme ve mekânsal hata bağımlılık etkilerinin istatistiksel anlamlı olması durumunda uygun modele karar verilebilmesi için dirençli tahmin sonuçları da değerlendirilmektedir. Dirençli tahmin bulgularına göre; en uygun modelin %10 anlamlılık düzeyinde mekânsal gecikme modeli olduğu görülmektedir. Mekânsal hata etkisi anlamlı bulunamamıştır. Tablo 7'deki

sonuçlara göre önerilen mekânsal ekonometrik model olarak mekânsal gecikme modeli (SAR) ve mekânsal Durbin modelinin tahmin sonuçlarına Tablo 8-9'da yer verilmektedir:

Tablo 8. Mekânsal Gecikme Modeli (SAR) Tahmin Sonuçları

Bağımlı Değişken: KFE				
Değişken	Katsayı	Std. Hata	z	p-Değeri
TUFE	0,1876114	0,259306	0,72	0,469
Sabit Terim	-12,9672	240,4	-0,05	0,957
ρ	0,5563876	0,1876138	2,97	0,003**
R ² =0,08 F=0,0205 (p-Değeri=0,8873) Not: **, %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel anlamlılığı ifade etmektedir.				

Tablo 9. Mekânsal Durbin Modeli (SDM) Tahmin Sonuçları

Bağımlı Değişken: KFE				
Değişken	Katsayı	Std. Hata	z	p-Değeri
TUFE	0,183409	0,2568046	0,75	0,475
w1xTUFE	-0,4396458	0,5189071	-0,85	0,397
Sabit Terim	377,7818	521,8082	0,72	0,469
ρ	0,5375338	0,1906982	2,82	0,005**
R ² =0,06 F=0,6736 (p-Değeri=0,5192) Not: **, %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel anlamlılığı ifade etmektedir.				

Tablo 8-9'daki mekânsal gecikme modeli (SAR) ve mekânsal Durbin modeli (SDM) sonuçları incelendiğinde her iki modelde de parametrelerin %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel anlamlı olmadığı fakat mekânsal etki parametresi ρ ' nun %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel anlamlı olduğu görülmektedir. Ayrıca modellere ilişkin belirlilik katsayısı (R²) her iki model için de bağımsız değişken (ler) in bağımlı değişkeni açıklamadığını ifade eden oldukça düşük bir değer olarak elde edilmiştir. Benzer şekilde F istatistikleri de modellerin istatistiksel anlamlı olmadığını göstermektedir. Buna rağmen Tablo 7'de mekânsal bağımlılık test bulguları mekânsal hatanın istatistiksel anlamlı olmadığını fakat mekânsal gecikme modelinin önerilebileceğini destekler nitelikte sonuçlar verdiği için mekânsal etki parametresi değerlendirilmiştir. Buna göre; Mekânsal etki ρ parametresinin pozitif ve anlamlı olması İBBS -Düzyey2 sınıflamasına göre 26 bölgedeki bir bölge konut fiyat endeksindeki artışın komşu bölgelerdeki konut fiyat endekslerini de etkilediğini göstermektedir. Modellerde bağımsız değişken olarak bölgelerin tüketici fiyat endeksleri (TUFE) kullanılmış ve TUFE ile konut fiyat endeksleri (KFE) arasındaki ilişki de araştırılmıştır. Tahmin edilen her iki mekânsal ekonometrik modelde de TUFE parametresi %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel anlamlı bulunamamıştır. Bir başka ifade ile çalışma bulguları; İBBS-Düzyey2 sınıflamasına göre 26 bölgedeki enflasyon artışının konut fiyat endeksleri üzerinde etkili olmadığını göstermektedir. Model parametrelerinin ve model anlamlılık kriterleri F ve R² test istatistiklerinin de anlamlı bulunamaması, modelde konut fiyatlarını etkileyen enflasyon dışında diğer faktörlerin de göz önünde bulundurulmasının konuya açıklık getirmek bakımından önemli olduğunu göstermekte ve mekânsal gecikmenin anlamlı bulunması sebebiyle mekânsal etkilerin inceleneceği gelecek çalışmalar için çok boyutlu değerlendirilmesi düşünülmektedir.

4. SONUÇ

Bu çalışmada; 2022 yılı için mayıs ayı itibarıyla Türkiye’de İBBS-Düzyey2 sınıflamasına göre 26 bölgenin konut fiyat endekslerinin mekânsal analizi yapılarak konut fiyat endeksi ile enflasyon ilişkisi incelenmiştir. Mekânsal etkiler dağılım haritaları ile değerlendirilmiş, konut fiyat endeksi (KFE) ve enflasyonun göstergesi olarak kullanılan tüketici fiyat endeksi (TUFEE) haritalarında mekânsal kümelenmelerin varlığı gözlenmiştir. Bu amaçla mekânsal otokorelasyonun anlamlılığı için hesaplanan Moran-I istatistiği 0,365 olarak elde edilmiştir ve bağımlı değişken konut fiyat endeksi (KFE) için mekânsal otokorelasyon %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel anlamlı bulunmuştur.

Buna göre, bölgeler konut fiyat endeksi (KFE) açısından mekânsal etkiler göstermektedir. LISA haritası ile değerlendirilen anlamlı mekânsal etkilerin söz konusu olduğu 19-Trabzon Alt Böl., 20-Erzurum Alt Böl., 21-Ağrı Alt Böl.’nin konut fiyat endekslerinin Türkiye ortalamasının altında olduğu ve kendi bölgelerindeki konut fiyat endeksleri düşük iken komşu bölgelerde de düşük olduğu gözlenmiştir. Benzer biçimde Türkiye ortalamasının üzerinde KFE değerlerine sahip olan 5-Aydın Alt Böl., 6-Manisa Alt Böl., 11-Antalya Alt Böl. için konut fiyat endeksleri için bölgenin endeks değeri kendisinde yüksek iken komşu bölgelerde de yüksek olduğunu söylemek mümkündür. Bulgulara göre; mekânsal etkilerin anlamlı olduğu bölgeler il bazında incelendiğinde ise Trabzon, Erzurum, Erzincan, Bayburt, Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan illerini içeren bölgelerin herhangi birinde konut fiyat endekslerindeki düşüş bir diğerini de düşüş yönünde etkilemektedir. Benzer biçimde mekânsal otokorelasyonun anlamlı olduğu Aydın, Denizli, Muğla, Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak, Antalya, Isparta, Burdur illerini içeren bölgelerde ise konut fiyat endekslerinin yüksek olduğunu ve bir bölgedeki yükselişin diğer komşu bölgeyi de yükseliş yönünde etkileyebileceğini söylemek mümkündür.

Söz konusu 26 bölge için enflasyonun konut fiyatları üzerindeki mekânsal etkisinin incelenmesi için klasik EKK yöntemi ile tahmin edilen başlangıç modelinin artık terimlerine mekânsal hata ve mekânsal gecikme bağımlılık testleri uygulanmıştır. Test sonuçları mekânsal gecikme model tahminlerinin yapılmasının uygun olduğunu göstermiştir. Buna göre tahmin edilen mekânsal gecikme modeli (SAR) ve mekânsal ağırlıklı bağımsız değişkenin modelde bağımsız değişken olarak yer aldığı mekânsal Durbin modeli (SDM) sonuçları da mekânsal etki parametresi ρ ’nun %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel anlamlı olduğunu destekler niteliktedir. Her iki modelde de mekânsal etki ρ parametresinin pozitif ve anlamlı bulunmasını; İBBS -Düzyey2 sınıflamasına göre söz konusu bir bölgedeki konut fiyat endeksindeki artışının (düşüş) komşu bölgelerde de artışa (düşüşe) sebep olacağı şeklinde yorumlamak mümkündür. Tahmin edilen her iki modelde de incelenen dönem için İBBS -Düzyey2 sınıflamasına göre 26 bölgede enflasyonun konut fiyat endeksleri üzerindeki mekânsal etkileri istatistiksel anlamlı bulunmamıştır. Birbirine komşu mekânsal bağımlılığın anlamlı olduğu bölgelerde konutlarla ilgili benzer bir fiyatlama tutumu görülmektedir. Bu durum fiyatı düşük (yüksek) olan konutların bulunduğu bölgenin komşu bölgedeki konut fiyatlarını da düşürdüğünü (yükselttiğini) ifade etmektedir. Ayrıca çalışma bulgularına göre; enflasyonun konut fiyatlarını etkilememesi, konut fiyat endeksi için pozitif mekânsal bağımlılığın anlamlı bulunduğu Trabzon, Erzurum, Erzincan, Bayburt, Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan illerini ve Aydın, Denizli, Muğla, Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak, Antalya, Isparta, Burdur illerini içeren bölgelerde özellikle enflasyondan korunmak amacıyla konuta yatırım yapanların farklı yatırım araçlarına yönelmelerinin uygun olabileceğini söylemek mümkündür. Bölgelerin konut fiyat endeksleri bireysel konut kredileri baz alınarak hesaplandığı için bireysel konut kredilerinin etkin kullanımını tüm bölgeler bazında sağlayacak politikalar izlenmesi de bölgelerin benzer fiyatlama yapısına sahip olması açısından önem arz etmektedir. Konuyla ilgili literatür

incelendiğinde, farklı yaklaşım ve analizlerin uygulandığı konut fiyatları ile enflasyon arasındaki ilişkileri inceleyen çalışma bulgularımıza paralel sonuçlar sunan bazı (Cohen ve Karpavičiūtė (2017), Hatipoğlu (2021)) çalışmalar mevcut olmakla birlikte enflasyonun konut fiyatları üzerindeki etkilerinin istatistiksel anlamlı bulunduğu bulgular elde eden (Korkmaz (2019), Kuang ve Liu (2015)) gibi çalışmalar da mevcuttur. Buna bağlı olarak ülke ekonomilerindeki tutarsızlıklar özellikle yatırımcıların konut piyasalarına yönelik risk algısını önemli derecede yükselten bir faktör olarak görülmektedir. Konut yatırımlarının enflasyon oranları üzerinde getiri sağladığına yönelik çalışmalar mevcut olsa da kontrol edilemeyen yüksek enflasyon dönemlerinde yatırımcıların alım gücündeki düşme, ekonomik koşullarındaki negatif yöndeki değişimler ile birlikte getiri kaybı ve yatırımlarında değer kaybı söz konusu olabilecektir. Bu bağlamda değerlendirilirse ancak uzun vadede piyasa risklerinden korunmak için yatırımcıların gayrimenkul piyasalarına yönelmelerinin anlamlı olacağı düşünülmektedir.

Ayrıca çalışmanın, konut fiyat endeksinin 26 bölge için mekânsal bağımlılığının anlamlı bulunması bulgusu ile bu alandaki araştırmacılar için konut fiyat endekslerini etkileyen enflasyon gibi diğer tüm faktörlerin mekânsal olarak analizinin değerlendirilmesi gerektiğine yönelik bir ipucu niteliği taşıdığını söylemek de mümkündür.

KAYNAKÇA

- ANSELIN, L. (1988). *Spatial Econometrics: Methods and Models*, Kluwer Academic Publishers, Boston.
- ANSELIN, L. (2006). *Spatial Econometrics- Palgrave Handbook of Econometrics: Econometric Theory: Vol: 1*, Ed.by T. Mills, K. Patterson, Basingstoke, Palgrave Macmillan.
- ANSELIN, L., & HUDAK, S. (1992). "Spatial econometrics in practice : A review of software options", *Regional Science and Urban Economics*, Elsevier, 22(3):509-536.
- ANSELIN, L., SRIDHARAN, S., & GHOLSTON, S. (2007). "Using Exploratory Spatial Data Analysis to Leverage Social Indicator Databases: The Discovery of Interesting Patterns", *Social Indicators Research*, 82: 287-309.
- BADURLAR, İ.Ö. (2008). "Türkiye’de Konut Fiyatları İle Makro Ekonomik Değişkenler Arasındaki İlişkinin Araştırılması", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1): 223-238.
- BURRIDGE, P. (1980). "On the Cliff-Ord Test for Spatial Autocorrelation", *Journal of the Royal Statistical Society B*, 42:107-108.
- CELLMER R., BELEJ M., & CICHULSKA A. (2019). "Identification of Cause-And-Effect Relationships in the Real Estate Market Using The VAR Model and the Granger Test", *Real Estate Management and Valuation*, 27(4): 85-95.
- CELLMER R., CICHULSKA A., & BELEJ M. (2020). "Spatial Analysis of Housing Prices and Market Activity with the Geographically Weighted Regression", *ISPRS Int. J. Geo- Inf.*, 9(380): 1-19.
- COHEN, V., & KARPAVİČIŪTĒ, L. (2017). "The Analysis of The Determinants Of Housing Prices", *Independent Journal Of Management & Production (IJM&P)*, 8(1): 48-63.
- ERYŪZLŪ, H., & EKİCİ, S. (2020). "Konut Fiyat Endeksi ve Reel Döviz Kuru İlişkisi: Türkiye Örneği", *İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi*, 7(12): 97-105.

- GEBESOGLU, P.F. (2019). "Housing Price Index Dynamics in Turkey", *Journal of Yasar University*, 14 (Special Issue): 100-107.
- GOK, I.Y., & KECELİ, A. (2015). "Determinants Of House Prices In Turkey: Comparative Analysis Of Development Regions", the 2015 WEI International Academic Conference Proceedings, Harward-USA, 110-122.
- GÖRGÜN, S., & SÜLKÜ, S.N. (2020). "2008 Global Krizinin Gelişmekte Olan Ülkeler Arasındaki Yayılımının Mekânsal Ekonometrik Analizi", *Ekonomik Yaklaşım*, 31(116): 301-340.
- GÜRİŞ, S., & ÇAĞLAYAN, T. (2018). "Mekânsal Yapı İktisadi Büyüme Etkileri mi: OECD Ülkeleri Örneği", *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 10(19):277-290.
- HELBICH, M., BRUNAUER, W., VAZ, E., & NIJKAMP, P. (2013). "Spatial Heterogeneity in Hedonic House Price Models: The Case of Austria", *Tinbergen Institute Discussion Paper*, 1-24.
- KIONG, W.V., & ARALAS, S.B. (2019). *Macroeconomic Variables and Housing Price In Malaysia*, Proceedings of the International Conference on Economics (ICE 2019), 23-34.
- KORKMAZ, Ö. (2019). "The Relationship Between Housing Prices and Inflation Rate in Turkey: Evidence From Panel Konya Causality Test", *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 13(3):427-452.
- KUANG, W., & LIU, P. (2015). "Inflation and House Prices: Theory and Evidence from 35 Major Cities in China", *International Real Estate Review*, 18(1): 217 – 240.
- LAN F., & ZHANG, Y. (2011). "Spatial Autoregressive Model of Commodity Housing Price and Empirical Research", *Systems Engineering Procedia*, 1:206–212.
- PIJNENBURG, K. (2013). "The Spatial Dimension of US House Price Developments", *Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, Discussion Papers-1270*, 1-26.
- TERZİOĞLU, M. K., YÜCEL, M. A., DEMİRKIRAN, S., & ACAROĞLU, D. (2020). "Kentsel İnovasyonun Kentleşme Üzerine Mekânsal Etkisi", *İdealkent*, 11(30):592 - 620.
- YALÇIN, E.C., TIRAŞOĞLU, M., & ÇEVİK, E. (2017). "Bölgesel Bazlı Konut Fiyat Endeksi ile Ekonomik Güven Endeksi Arasındaki İlişkinin Ekonometrik Analizi: Türkiye Örneği", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 12(2):123-137.
- YERDELEN TATOĞLU, F. (2022). *Mekansal Ekonometri Stata Uygulamalı*. Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş., İstanbul.
- YILDIRIM, M.O. (2019). "Dalgalanma Etkisi ve Bölgesel Konut Fiyatları: Türkiye' den Bulgular", *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar* (649): 23-42.
- YILMAZ, B., & KESTEL, A.S.S. (2020). "Forecasting House Prices in Turkey: GLM, VAR and Time Series Approaches", *Journal of Business, Economics and Finance (JBEP)*, 9(4): 274-291.
- WIDLAK, M., WASZCZUK, J., & OLSZEWSKI, K. (2015). "Spatial and Hedonic Analysis of House Price Dynamics in Warsaw", *NBP Working Paper*, 197:1-26.

ZEREN, F. (2010). “Mekânsal Etkileşim Analizi”. *Ekonometri ve İstatistik*, 12:18–39.

ZULKİFLİ, A. B., KOGID, M., PINJAMAN, S., & ALIN, J. M. (2022). “Macroeconomic Variables and Malaysia House Price Index”, *International Journal of Academic Research in Economics and Management and Sciences*, 11(1):106–116.

Lojistik ve Tedarik Zincirinde Yapay Zekâ Çalışmaları: Bibliyometrik Bir Analiz

(Araştırma Makalesi)

Artificial Intelligence Studies in Logistics and Supply Chain: A Bibliometric Analysis

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1167224

Ashlan TURGUT

Arş. Gör. Dr., Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü

aslihan.turgut@selcuk.edu.tr

Orcid No: 0000-0002-7836-8513

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Turgut, A. (2023). Lojistik ve Tedarik Zincirinde Yapay Zekâ Çalışmaları: Bibliyometrik Bir Analiz. *Alanya Akademik Bakış*, 7(1), Sayfa No.461-480.

ÖZET

Anahtar kelimeler:

Lojistik, Tedarik Zinciri, Yapay Zekâ, Teknoloji, Bibliyometrik Analiz

Makale Geliş Tarihi:
26.08.2022

Kabul Tarihi:
12.12.2022

Keywords:

Logistics, Supply Chain, Artificial Intelligence, Technology, Bibliometric Analysis

Bu makalede bibliyometrik analiz kullanılarak lojistik ve tedarik zincirinde yapay zekâ çalışmaları ile ilgili bilimsel araştırmaların kapsamlı bir görünümünü sunmak amaçlanmıştır. Veriler 10 Mayıs 2022 tarihinde WoS veri tabanında yayınlanan 98 çalışmadan elde edilmiştir. Elde edilen veriler Excel ve VOSviewer yazılımı kullanılarak değerlendirilmiştir. Sonuçta lojistik ve tedarik zincirinde yapay zekâ ile ilgili çalışmaların 2018 yılından itibaren hızlı bir şekilde arttığı, 55 adet çalışma ile en çok araştırma makalesinin yayınlandığı görülmüştür. En üretken yazarlar Gunasekaran A. ve Klumpp, M.'dir. Çin 19 çalışma ile ortak yazarlıkta en fazla işbirliği yapan ülkedir. Türkiye'nin ortak yazarlıkta en fazla işbirliği yaptığı ülkeler Çin ve Hindistan'dır. Klumpp, M. en fazla alıntılanan yazar, ABD en fazla alıntılanan ülkedir. Türkiye en fazla alıntılanan beşinci ülkedir.

ABSTRACT

This article, it is aimed to present a comprehensive view of scientific research on artificial intelligence studies in logistics, and supply chains using bibliometric analysis. Data are from 98 studies published in the WoS database on May 10, 2022. The obtained data were evaluated using Excel, and VOSviewer software. As a result, it has been seen that the studies on artificial intelligence in logistics and supply chains have increased rapidly since 2018, and most research articles were published with 55 studies. The most prolific authors are Gunasekaran A. and Klumpp, M. China is the country with the most co-authorship with 19 studies. The countries with which Turkey cooperates most in co-authorship are China and India. Klumpp, M. is the most cited author, and the USA is the most cited country. Turkey is the fifth most cited country.

1. GİRİŞ

Bilim kurgu filmlerinde akıllı makinelerin dünyayı nasıl ele geçireceğine dair yapımlarda tasvir edilen yapay zekâ (artificial intelligence- AI), günlük hayatın stratejik bir parçası haline gelmiştir (Dwivedi vd., 2021). Yapay zekâ “öğrenme” ve “problem çözme” gibi insanlara benzer bilişsel işlevlere sahip makine zekâsı olarak tanımlanmaktadır (Yang & Bang, 2019). Dünya gayri safi yurtiçi hasılasını 2017'den 2030'a kadar % 14 artırabilme potansiyeline sahip olan yapay zekâ (Dauvergne, 2020), sistemlerin insan müdahalesi olmadan doğru kararlar vermesini ve görevlerini otomatik olarak yürütebilmesini sağlamakta; uluslararası ticaret, lojistik, tedarik zinciri yönetimi başta olmak üzere sağlık, üretim, güvenlik, inşaat, eğitim, hukuk gibi çeşitli alanlarda kullanılmaktadır (PK, 1984; Uygunoğlu & Yurtçu, 2006, Meltzer, 2018; Zeytin & Gençay, 2019; Riahi vd., 2021).

COVID-19 salgını ve Brexit krizi lojistik ve tedarik zincirlerinin ne kadar kırılgan olduğunu göstermiş, bu durum firmaları yapay zekâ destekli çözümler bulmaya yöneltmiştir (Sharma vd., 2022; Mircheva, 2020; Zinn & Goldsby, 2020; Belhadi vd., 2021). Olan vd., (2021), yapay zekânın firma performansını artırarak doğrudan yabancı yatırımları çekebileceğini ve sürdürülebilir finansal hizmetlerin geliştirilmesine yardımcı olabileceğini; Modgil vd., (2021) yapay zekâ kullanımının tedarik zinciri esnekliğini güçlendirebileceğini, Riahi vd., (2021) yapay zekânın tedarik zinciri boyunca meydana gelebilecek riskleri ve yıkıcı olayları hızlı bir şekilde değerlendirip optimal çözüm bulabilecek bir teknoloji olduğunu vurgulamıştır.

Yapay zekânın lojistik ve tedarik zincirine sağlayabileceği faydalara rağmen hem sektörde kullanımı kısıtlı (Foster & Rhoden, 2020) hem de konuyu akademik olarak inceleyen çalışma sayısı yetersizdir (Noyal vd., 2021). Toorajipour vd., (2021) son yıllarda lojistik ve tedarik zincirinde yapay zekâyla ilgili akademik çalışmaların sayısındaki artışa rağmen hala konunun çerçevesinin keşfedilmesine ihtiyaç olduğunu; Woschank vd., (2020), Dhamija & Bag, (2020), ve Monteiro & Barata, (2021) lojistik ve tedarik zincirinde yapay zekânın sistematik incelenmesi ile ilgili mevcut literatürün sınırlı olduğunu ifade etmiştir.

Bu çalışmada “Lojistik ve tedarik zincirinde yapay zekâ çalışmalarının mevcut durumu nedir?” sorusundan yola çıkılarak konunun kapsamlı bir görünümü ile literatüre katkı vermek ve gelecek araştırmalara kaynaklık etmek amaçlanmıştır. Bu amaçla çalışmada nicel bir araştırma tekniği olan bibliyometrik analiz kullanılmıştır.

Min, (2010) tedarik zinciri yönetiminde yapay zekâ uygulamalarını 28 çalışma ile sistematik olarak incelemiştir. Riahi vd., (2021) tedarik zincirinde yapay zekâ çalışmalarını Scopus veri tabanından yayınlanan 136 makale ile değerlendirmiştir. Toorajipour vd., (2021) tedarik zinciri yönetiminde yapay zekâ uygulamalarını Wiley Online Library, ScienceDirect, Emerald Insight, Taylor & Francis ve JSTOR veri tabanlarından elde edilen 64 makale ile analiz etmiştir. Pournader vd., (2021) tedarik zinciri yönetiminde yapay zekâ uygulamalarıyla ilgili çalışmaların sistematik incelemesini Scopus ver tabanından elde edilen 150 makale ile gerçekleştirmiştir.

Literatür incelendiğinde ağırlıklı olarak tedarik zinciri yönetiminde yapay zekâ çalışmalarının bibliyometrik analizinin yapıldığı tespit edilmiştir. Tedarik zinciri ve lojistikte yapay zekâ çalışmalarının birlikte ele alındığı bir çalışmaya ise henüz rastlanılmamıştır. Bu araştırmada diğer çalışmalardan farklı olarak hem lojistik hem de tedarik zincirinde yapay zekâ çalışmaları birlikte ele alınmıştır.

Makalenin geri kalanı şu şekilde düzenlenmiştir. Bölüm 1’de literatür taraması yapılmış, bölüm 2’de metodoloji ve bulgulara yer verilmiş, son kısımda ise çalışmanın sonuçları verilerek ve gelecek çalışmalar için öneride bulunulmuştur.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Yapay Zekâ

Matematikçi Alan Turing, Şubat 1947’de bilgisayar zekâsından bahsetmek için halka açık bir konferans vermiş ve yayımladığı “Akıllı Makineler” raporu ile şimdiki yapay zekâ olarak adlandırılan alanın temellerini atmıştır (Hoffmann, 2022). Kavram, Marvin Minsky ve John McCarthy tarafından resmi olarak 1956’da literatüre kazandırılmıştır (Mhlanga, 2021). Başlangıçta fazla ilgi görmeyen yapay zekâ 2000’li yılların başından itibaren hızlı bir ilerleme kaydetmiştir (Helo & Hao, 2021).

Yapay zekâ, normalde insan zekâsı gerektiren görevleri yerine getirebilen sistemlerin geliştirilmesini kapsayan bilgisayar programları yapma mühendisliği ya da bilimidir (Pirim, 2006). Yapay zekânın temel amacı, insan zekâsı olgusunu anlamak ve insan davranış kalıplarını taklit edebilen ve problem çözebilen bilgisayar sistemleri tasarlamaktır (Min, 2010). Yapay zekâyı, McCarthy vd. (2006), bir makinenin zeki olacak şekilde davranması, Kaplan & Haenlein (2019), bir sistemin dış verileri doğru bir şekilde yorumlayarak bu verilerden öğrenmesi ve bu öğrenmeleri esnek adaptasyon yoluyla belirli hedeflere ve görevlere ulaşmak için kullanabilmesi şeklinde tanımlamıştır. Literatürde yapay zekânın ne olduğuna dair ortak bir tanım yoktur (Hellingrath & Lechtenberg, 2019). Yapılan tanımların ortak vurgusu insanların gerçekleştirdiği işlemlerin makineler ya da programlar tarafından yapılmasıdır.

Yapay zekâ, dar yapay zekâ, genel yapay zekâ ve süper yapay zekâ olmak üzere üçe ayrılmaktadır. Dar yapay zekâ iş etkinliklerini düzenlemek ve müşteri hizmetleri sorularını çözmek gibi basit konularla ilgilenmekte; genel yapay zekâ araba kullanma ve dil engellerini azaltma gibi karmaşık sorunları ele almakta; süper yapay zekâ ise bir makinenin, bir insan gibi görevleri eksiksiz ve başarılı bir şekilde yerine getirme yeteneğini tanımlamaktadır (Dhamija & Bag, 2020; Riahi vd., 2021). Makine öğrenimi, yapay sinir ağları, uzman sistemler, doğal dil işleme, bulanık mantık, derin öğrenme, fiziksel robotlar, yazılım robotları, bilgisayarla görme, deneyim sistemleri, ürün kalitesini ve hizmetlerini artıran önde gelen yapay zekâ tekniklerindedir (Öztürk & Şahin, 2018; Noyal vd., 2021).

2.2. Lojistik ve Tedarik Zincirinde Yapay Zekâ

Devasa verilere, zengin iş senaryolarına sahip olan lojistik ve tedarik zinciri sektörünün en çok ihtiyaç duyduğu şey teknolojik yeniliktir (Zhang, 2019). Yapay zekâ teknolojisinin sürekli gelişimi sektörün ihtiyaç duyduğu bu yenilikleri sağlayabilmektedir (Wang, 2021). Lojistik ve tedarik zincirinde yapay zekânın sağladığı faydalar hem sektör çalışanlarının hem de bilim insanlarının ilgisini çekmiştir. Büyük ticaret devleri yapay zekâ uygulamalarını iş modelleri ile birleştirmek için çeşitli girişimlerde bulunmuştur. Örneğin, Amazon depolarına ve dağıtım merkezlerine 200.000’den fazla robot dağıtarak tedarik zincirlerinde tasarruf yapmayı amaçlamış (Dauvergne, 2020); Alibaba yapay zekâ, kuantum hesaplama ve fintech üzerinde çalışmak için Çin, İsrail, ABD, Rusya ve Singapur’da sekiz araştırma üssü kurmuştur (Cao, 2021).

Toorajipour vd., (2021) çalışmasında yapay zekâ uygulamaları için lojistik ve tedarik zincirini çok elverişli bir alan olarak değerlendirmiştir. Yapay zekâ, tedarik zinciri boyunca meydana gelebilecek risklerin veya yıkıcı olayların hızlı bir şekilde değerlendirilmesine ve etkilerinin en

aza indirilmesine olanak tanıyan tahmine dayalı yaklaşımların uygulanmasını mümkün kılmıştır (Riahi vd., 2021). McKinsey Global Institute, makine öğrenimi ve akıllı otomasyonun nakliye ve depolama maliyetlerini yüzde 10'a kadar, tedarik zinciri maliyetlerini ise yüzde 40'a kadar azaltma potansiyeline sahip olduğunu hesaplamıştır (Dauvergne, 2020). Mahroof, (2019) yapay zekânın lojistik ve tedarik zincirinde verimlilik ve üretkenliği artırarak malların hareketinde daha fazla şeffaflık ve doğruluk sağlayabildiğini ifade etmiştir. Dhamija & Bag (2020), satın alma ve tedarik yönetimi ile ilgili zorlukları, malzeme tedarikinde gecikme, hizmetlerde gecikme, tahmin eksikliği ve yetersiz planlama başlığı altında lojistikle ilgili zorlukları ise geçiş halindeki araçların takip edilmesindeki zorluklar ve çok sayıda gelen aracın boşaltılmasındaki gecikmeler başlığı altında incelemiştir; sonuçta yapay zekânın bu zorlukların üstesinden gelebileceğini vurgulamıştır.

Ülkemizde lojistik ve tedarik zincirinde yapay zekâ ile ilgili yapılan çalışmaların bir kısmı aşağıda verilmiştir;

Adıgüzel (2022), afet lojistiğinin yapay zekâ teknolojisi ile desteklemenin mal ve can kaybını önleyerek ülkelerin ekonomilerine katkı sağlayacağını, Aylak vd. (2021), lojistikte yapay zekâ kullanımı ile depolama, talep tahmini, ürün takibi, sipariş toplama, envanter yönetimi ve operasyon planlama gibi birçok işlemin daha başarılı sonuçlandığını, Adıgüzel (2021), envanter ve depo yönetiminde yapay zekâ teknolojisinin kullanılmasının devletlere ekonomik üstünlük sunduğunu, Gülsen (2019), yapay zekâ kullanımının tedarik zinciri ve lojistikte optimizasyonu sağlayabileceğini, Akben ve İncenacar (2018), üretim aşamasında tedarik zinciri ile ilgili yaşanan problemleri çözmeye yapay zekânın etkili bir araç olduğunu, Şahinbozy (2018), yapay zekâ uygulamalarının lojistik firmaların iş süreçlerine katkı sunduğunu ifade etmiştir.

2.3. Bibliyometrik Analiz

Pritchard (1969), “İstatistiksel bibliyografya veya bibliyometri” isimli çalışmasında bir araştırma alanının zamansal incelemesini çok disiplinli bir perspektiften ele alarak “bibliyometri” kelimesini ilk kez tanımlamış ve bilimsel literatüre kazandırmıştır (Pritchard, 1969; Lane & Lubatkin, 1998). Ancak bazı çalışmalarda bibliyometri tarihinin daha eski olduğu ifade edilmektedir. Örneğin, Cole ve Eales’in 1917’ de “Karşılaştırmalı Anatominin Tarihi: Kısım I.—Literatürün İstatistiksel Bir Analizi” isimli eserinde ilk bibliyometrik çalışmayı gerçekleştirdiği ileri sürülmektedir. Çalışmada 1550-1860 yılları arasındaki karşılaştırmalı anatomi yayınlarının ülkelere göre dağılımları ve bölümlerine göre istatistiksel analizleri verilmiştir (Cole & Eales, 1917; Araújo Ruiz & Arencibia Jorge, 2002).

Bibliyometrik analiz, büyük hacimli yapılandırılmamış verileri titiz yollarla anlamlandırarak kümülatif bilimsel bilgiyi açıklamak ve haritalandırmak için yapılan güçlü bir nicel analizdir (Donthu vd., 2021; Diodato & Gellatly, 2013). Bibliyometrik analiz, yazarların ve yayınların üretkenliklerini, performanslarını ve bağlantılarını keşfetmeye yardımcı olmaktadır (Miau & Yang, 2018). Ayrıca bibliyometrik çalışmalardan elde edilen veriler diğer araştırmacılara çalışma alanlarını daha da genişletmek için nicel bir temel sunmaktadır (Danvila-del-Valle vd., 2019). İstatistiksel araçlar, bibliyometrik analiz çalışma setinin bir parçasıdır. Analizler dergi makaleleri, kitaplar, tezler, kongre metinleri ve patentlerden oluşan çeşitli materyal kategorilerini kapsamaktadır. Bibliyometrik analizler, araştırmacıların yeni trendlerden ve gruplar arasında rekabet ve işbirliğinden haberdar olmalarını sağlamakta (Ellegaard & Wallin, 2015), önyargıları mümkün olduğunca azaltmakta, konu hakkında ayrıntılı bilgi edinmeyi mümkün kılmakta (Argumedo-García vd., 2021) ve bir çalışma yayımlandıktan sonra etkisinin ne kadar olduğu sorusunun cevabını verebilmektedir (Cooper, 2015).

3. METODOLOJİ VE BULGULAR

Bu çalışmanın amacı lojistik ve tedarik zincirinde yapay zekâ çalışmalarının mevcut durumunu değerlendirmek olduğundan yöntem olarak bibliyometrik analiz kullanılmıştır. Bibliyometrik analiz lojistik ve tedarik zinciri alanında yapılan çalışmaların teorik yapılarının anlaşılması için sıkça kullanılmaktadır (Georgi vd., 2013).

En popüler çevrimiçi veritabanları Scopus, Google Scholar, IEEE Xplore, PubMed, WoS ve ScienceDirect'tir (dos Santos vd., 2019). Bu çalışma için WoS veri tabanı seçilmiştir. WoS, 1900'den günümüze yayınlanan çok sayıda araştırmayı kapsayan Thomson Scientific tarafından geliştirilmiş (Chen vd., 2022) en eski ve en kapsamlı kayıtlara sahip veri tabanlarından biridir (Ellegaard & Wallin, 2015). WoS, tüm dünyadaki araştırmacılar tarafından geniş çapta kabul görmüş ve farklı türlerdeki yayınları değerlendirmek için ortak bir araç haline gelen yüksek kaliteli bir dijital veri tabanıdır (Thelwall, 2008).

Çalışmada Fahimnia vd. (2015)'nin önerdiği beş aşamalı araştırma yönetimi kullanılmıştır.

3.1. Uygun Arama Terimlerini Tanımlama

Bu araştırmada mümkün olduğunca çok sayıda ilgili çalışmaya ulaşmak için arama stratejileri geniş tutulmuş ve herhangi bir sınırlamaya gidilmemiştir. Çalışmada veri toplamak için "lojistik ve yapay zekâ" veya "lojistik ve AI" veya "tedarik zinciri ve yapay zekâ" veya "tedarik zinciri ve AI" veya "tedarik zinciri yönetimi ve yapay zekâ" veya "tedarik zinciri yönetimi ve AI" anahtar kelime kombinasyonları kullanılmıştır.

3.2. İlk Arama Sonuçları

İlk arama sonucunda 273 çalışmaya ulaşılmıştır.

3.3. Arama Sonuçlarının İyileştirilmesi

İlk tarama sonucuna ulaşılan 273 çalışmanın başlık ve özetleri bu çalışmanın amacına uygunluk açısından değerlendirilmiş mükerrer çalışmalar ve doğrudan çalışma alanıyla bağlantılı olmayan çalışmalar elenmiş ve sonuçta 98 çalışma analize dahil edilmiştir.

3.4. Tanımlayıcı İstatistikleri

Bu çalışmada tanımlayıcı istatistikler Microsoft Excel kullanılarak analiz edilmiştir. Tanımlayıcı istatistikler, yazarların makale sayısı, yıllara göre çalışma sayısının dağılımı, analiz sonucu elde edilen çalışmaların türü, yazım dili ve makalelerin hangi tür dergilerde yayımlandığına göre aşağıda ayrıntılı olarak verilmiştir.

Lojistik ve tedarik zincirinde yapay zekâ üzerine birden fazla çalışması olan yazarların isimleri ve çalışma sayıları aşağıdaki Tablo 1'de verilmiştir.

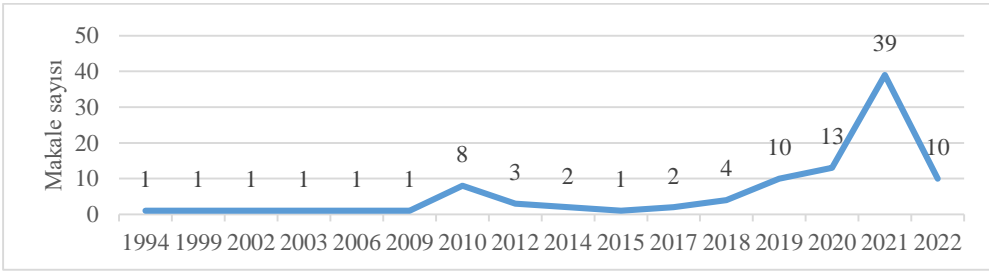
Tablo 1. Yazarlar ve Çalışma Sayıları

Yazar	Makale sayısı	Yazar	Makale sayısı
Gunasekaran, A.	4	Modgil, S.	2
Klumpp, M.	4	Narkhede, B.E.	2
Kumar, A.	3	Nayal, K.	2
Loske, D.	3	Naz, F.	2

Queiroz, M.M.	3	Olan, F.	2
Agrawal, R.	2	Orsoni, A.	2
Bian, D.X.	2	Shahabi, H.	2
Bruzzo, A.	2	Shi, C.D.	2
Chen, W.	2	Suklan, J.	2
Gupta, S.	2	Wamba, S.F.	2
Jayawickrama, U.	2	Majumdar, A.	2
Liu, SF.	2	Min, H.	2

Tablo 1 incelendiğinde dört adet çalışma ile en üretken bilim insanları Gunasekaran, A. ve Klumpp, M.'dir. Bu yazarları üç çalışma ile Kumar, A., Loske, D., ve Queiroz, MM. takip etmektedir.

Çalışma kapsamında analiz edilen 98 çalışmanın yıllara göre dağılımı aşağıdaki Grafik 1'de verilmiştir.

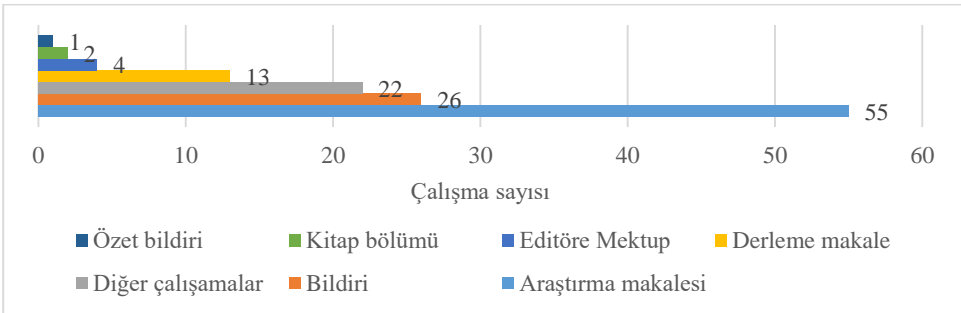


Grafik 1. Yıllara Göre Çalışma Sayısı

* 10.05.2022 tarihine kadar yayınlanan çalışmalar bu araştırmaya dâhil edilmiştir.

Grafik 1 incelendiğinde 1994 yılından önce herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. 2018'den sonra makale sayısında ciddi bir artış olduğu görülmüştür.

Araştırma kapsamında analiz edilen 98 çalışmanın türlerine göre dağılımı aşağıdaki Grafik 2'de verilmiştir.



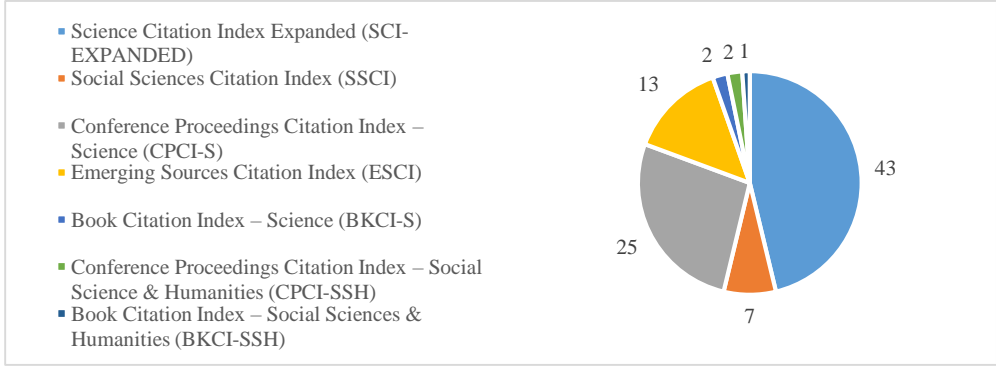
Grafik 2. Türlerine Göre Çalışma Sayısı

Grafik 2 incelendiğinde konu ile ilgili 55 adet çalışma ile en çok araştırma makalesi yayımlandığı görülmüştür. 26 araştırma ile bildiri çalışmalarını ikinci sırada, 22 araştırma ile diğer

çalışmalar üçüncü sırada, 13 araştırma ile derleme makale çalışmaları dördüncü sırada, 4 araştırma ile editöre mektup beşinci sırada, 2 araştırma ile kitap bölümü altıncı sırada, 1 araştırma ile özet bildiri yedinci sırada yer almaktadır.

Çalışma kapsamında analiz edilen 98 çalışmanın dillerine göre dağılımı incelendiğine 97 çalışmanın İngilizce ve sadece 1 çalışmanın Almanca yazıldığı tespit edilmiştir.

Çalışma kapsamında analiz edilen 98 çalışmanın yayımlandıkları derginin türlerine göre dağılımı aşağıdaki Grafik 3'te verilmiştir.



Grafik 3. Yayımlandıkları Derginin Türlerine Göre Çalışma Sayısı

Grafik 3 incelendiğinde 43 yayın ile en çok çalışmanın Science Citation Index Expanded (SCI-EXPANDED) kapsamındaki dergilerde yayımlandığı görülmüştür. Bu dergileri sırayla 25 çalışma ile Conference Proceedings Citation Index – Science (CPCI-S), 13 çalışma ile Emerging Sources Citation Index (ESCI), 7 çalışma ile Social Sciences Citation Index (SSCI), 2'şer çalışma ile Book Citation Index – Science (BKCI-S) ve Conference Proceedings Citation Index – Social Science & Humanities (CPCI-SSH), 1 çalışma ile Book Citation Index – Social Sciences & Humanities (BKCI-SSH) kapsamındaki dergiler izlemektedir.

3.5. Veri Analizi

Bu çalışmada veri analizleri VOSviewer paket programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. VOSviewer, bağlantıların sayısı ve toplam gücü gibi düğüm ağını grafiksel olarak temsil etmek için kullanılmaktadır (Kushairi & Ahmi, 2021). VOSviewer, bibliyometrik haritalar oluşturmak ve görüntülemek için geliştirilmiştir. Bibliyometrik haritalama için yaygın olarak kullanılan SPSS ve Pajek gibi programların aksine, VOSviewer bibliyometrik haritaların grafiksel gösterimine özel önem vermektedir (Van Eck & Waltman, 2010).

Van Eck & Waltman (2013), bibliyometrik analizlerde VOSviewer kullanılırken ortak yazarlığı yazarlar, organizasyonlar ve ülkeler açısından; birlikte bulunabilirliği anahtar kelimeler açısından; alıntıyı dökümanlar, kaynaklar, yazarlar, organizasyonlar ve ülkeler açısından; bibliyografik eşleştirmeyi dökümanlar, kaynaklar, yazarlar, organizasyonlar ve ülkeler açısından; ortak atıf analizini atıf yapılan referanslar, atıf yapılan kaynaklar ve atıf yapılan yazarlar açısından değerlendirmesini önermiştir. Çalışmada analizler bu öneriye uygun şekilde gerçekleştirilmiştir.

3.5.1. Ortak Yazarlık

Sonnenwald (2007), iki veya daha fazla bilim insanı arasında, karşılıklı olarak paylaşılan, bir amacın veya görevin tamamlanmasını kolaylaştıran sosyal bağlamda gerçekleşen etkileşimi

ortak yazarlık olarak tanımlanmıştır. Yazarlar, organizasyonlar ve ülkeler açısından ortak yazarlık analizleri aşağıda verilmiştir.

Ortak yazarlığın yazarlar açısından değerlendirilmesi Şekil 1’de verilmiştir.



Şekil 1. Yazarlar Arası Ağ Haritası

Şekil 1 incelendiğinde birbiri ile etkileşim içinde olan iki farklı küme tespit edilmiştir. Min Hokey’in en fazla bağlantıda olduğu yazar Gunasekaran Angappa’dır. Gunasekaran Angappa’nın en fazla etkileşimde olduğu yazarlar Agrawal Rohit, Naz Farheen, Kumar Anil, Majumdar Abhijit ve Min Hokey’dir. Agrawal Rohit’in en fazla etkileşimde olduğu yazarlar Naz Farheen, Kumar Anil, Majumdar Abhijit ve Gunasekaran Angappa’dır. Naz Farheen’in en fazla etkileşimde olduğu yazarlar Gunasekaran Angappa, Kumar Anil, Majumdar Abhijit ve Agrawal Rohit’tir. Kumar Anil’in en fazla etkileşimde olduğu yazarlar Agrawal Rohit, Naz Farheen, Majumdar Abhijit ve Gunasekaran Angappa’dır. Majumdar Abhijit’in en fazla etkileşimde olduğu yazarlar Naz Farheen, Kumar Anil, Agrawal Rohit ve Gunasekaran Angappa’dır.

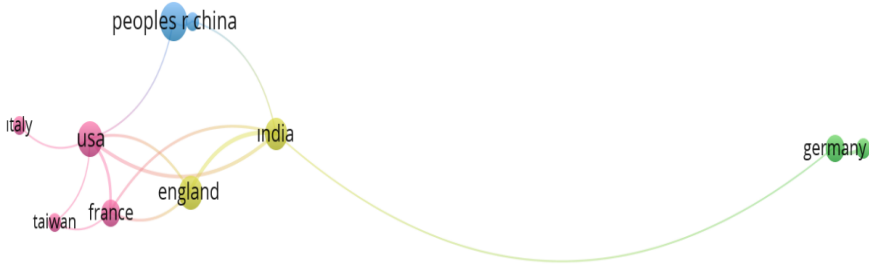
Ortak yazarlığın organizasyonlar açısından değerlendirilmesi Şekil 2’de verilmiştir.



Şekil 2. Organizasyonlar Arası Ağ Haritası

Şekil 2 incelendiğinde etkileşim içinde olan iki farklı küme tespit edilmiştir. Coventry Univ’in en fazla işbirliği yaptığı organizasyon Indian Inst Management’dır. Hungarian Univ Agr & Life Sci’in en fazla işbirliği yaptığı organizasyonlar London Metropolitan Univ ve Indian Inst Management’dır. Indian Inst Management’in en fazla işbirliği yaptığı organizasyonlar London Metropolitan Univ ve Hungarian Univ Agr & Life Sci’dır. London Metropolitan Univ’in fazla işbirliği yaptığı organizasyonlar Hungarian Univ Agr & Life Sci ve Indian Inst Management’dır.

Ortak yazarlığın ülkeler açısından değerlendirilmesi Şekil 3’te verilmiştir.



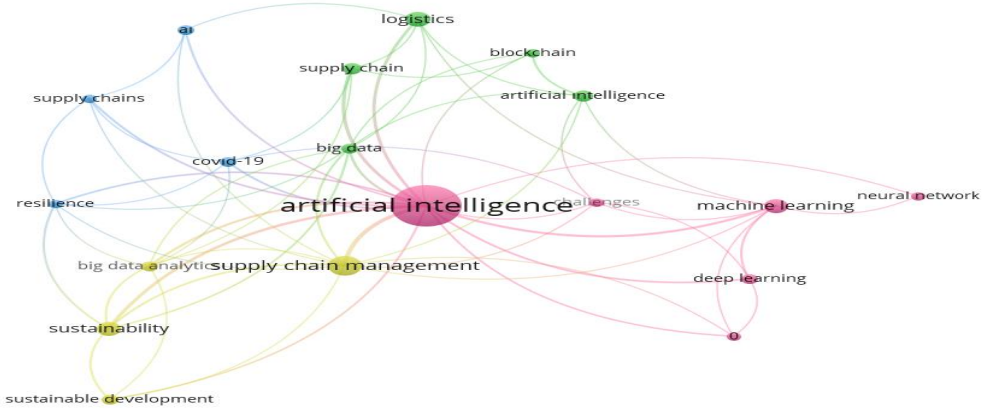
Şekil 3. Ülkeler Arası Ağ Haritası

Şekil 3 incelendiğinde etkileşim içinde olan dört farklı küme tespit edilmiştir. Ortak yazarlıkta en fazla işbirliği yapan ülkenin 19 çalışma ile Çin olduğu görülmüştür. Bu ülkeyi 16 çalışma ile ABD, 14 çalışma ile İngiltere, 13 çalışma ile Hindistan, 10 çalışma ile Fransa, 9 çalışma ile Almanya, 6 çalışma ile İspanya ve 5'er çalışma ile Tayvan, Türkiye ve İtalya izlemektedir. Türkiye'nin en sık Çin ve Hindistan ile çalıştığı görülmüştür.

3.5.2. Birlikte Bulunabilirlik

Anahtar kelimeler açısından birlikte bulunabilirlik, seçilen çalışma içeriğinin net bir şekilde anlaşılması için oldukça önemli bir analizdir. Çalışmanın anahtar kelimeleri yazarlar tarafından dikkatle seçilen çalışmanın özünü ve araştırmanın odak noktasını göstermektedir (Oraee vd., 2017).

Çalışma kapsamında incelenen yayınların kullandığı anahtar kelimelerin sıklığı Şekil 4'te verilmiştir.



Şekil 4. Anahtar Kelimelere Göre Ağ Haritası

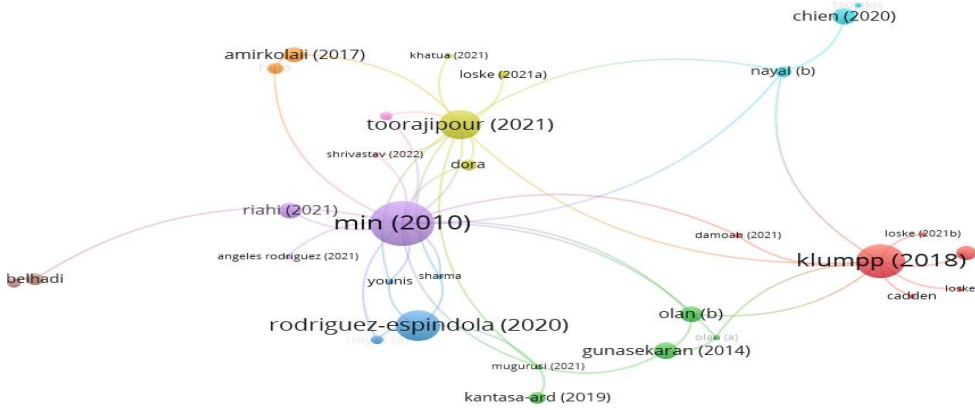
Şekil 4 incelendiğinde etkileşim içinde olan dört farklı küme tespit edilmiştir. "Artificial intelligence" en sık kullanılan anahtar kelimedir. Bu kelimeyi sırayla "supply chain management", "logistics", "sustainability", "machine learning", "supply chain", "artificial intelligence", "big data", "big data analytics", "covid-19", "deep learning", "sustainable development" ve "AI" anahtar kelimeleri izlemektedir. Artificial intelligence kelimesi ile en

güçlü bağ “supply chain management” kelimesi arasındadır. “Artificial intelligence” kelimesi ile en güçlü ikinci bağ “sustainability” arasındadır. “Artificial intelligence” kelimesi ile “machine learning” arasındaki bağ üçüncü, “artificial intelligence” kelimesi ile “logistics” arasındaki bağ dördüncü, “artificial intelligence” kelimesi ile “supply chain” arasındaki bağ beşinci ve “artificial intelligence” kelimesi ile “artificial itelligence” arasındaki bağ ise altıncı sıradadır.

3.5.3. Alıntı

Alıntı analizleri dokümanlar, kaynaklar, yazarlar, organizasyonlar ve ülkeler açısından değerlendirilmiştir.

Dokümanlara göre alıntı analizi Şekil 5’te verilmiştir.



Şekil 5. Dokümanlara Göre Alıntı Ağ Haritası

Şekil 5 incelendiğinde etkileşim içinde olan on farklı küme tespit edilmiştir. Şekil 5’e göre en çok alıntı yapılan doküman Min (2020)’e aittir. Bu yazarı sırası ile Klumpp (2018), Rodriguez-Espindola (2020), Toorajipour (2021) ve Gunasekaran (2014) izlemektedir.

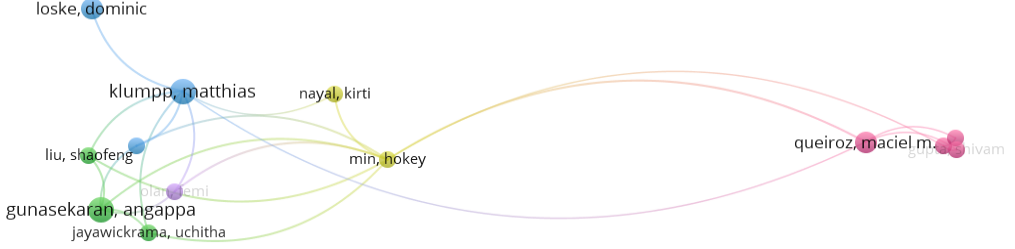
Kaynaklara göre alıntı analizi Şekil 6’da verilmiştir.



Şekil 6. Kaynaklara Göre Alıntı Ağ Haritası

Şekil 6 incelendiğinde en çok alıntı yapılan kaynağın International Journal of Production Research olduğu görülmüştür. Bu kaynağı sırası ile International Journal of Logistics Management ve Expert Systems with Applications izlemektedir.

Yazarlara göre alıntı analizi Şekil 7’de verilmiştir



Şekil 7. Yazarlara Göre Alıntı Ağ Haritası

Şekil 7 incelendiğinde etkileşim içinde olan beş farklı küme tespit edilmiştir. En fazla alıntısı yapılan yazar Klumpp, Matthias'tır. Bu yazarı sırası ile Gunasekaran Angappa, Queiroz, Maciel M. ve Loske, Dominic izlemektedir.

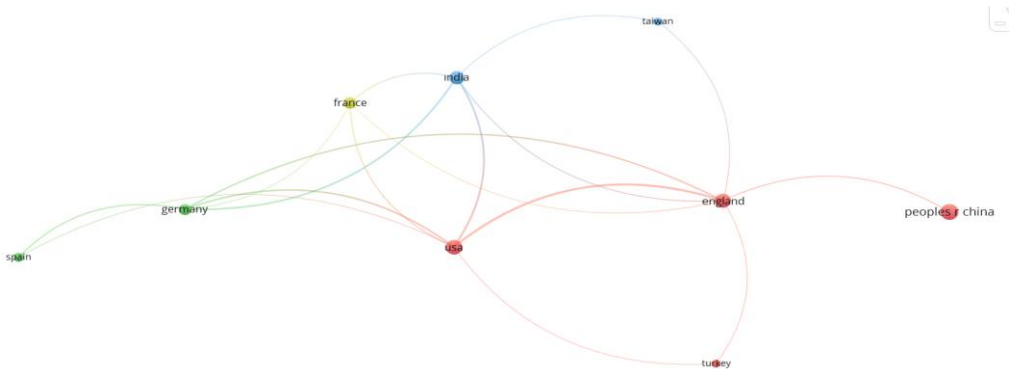
Organizasyonlara göre alıntı analizi Şekil 8'de verilmiştir.



Şekil 8. Organizasyonlara Göre Alıntı Ağ Haritası

Şekil 8 incelendiğinde etkileşim içinde olan iki farklı küme tespit edilmiştir. En fazla alıntısı yapılan organizasyonu Fom Univ Appl Sci'dir. Bu organizasyonu sırası ile Georg August Univ Gottingen ve Paulista Univ Unp izlemektedir.

Ülkelere göre alıntı analizi Şekil 9'da verilmiştir.



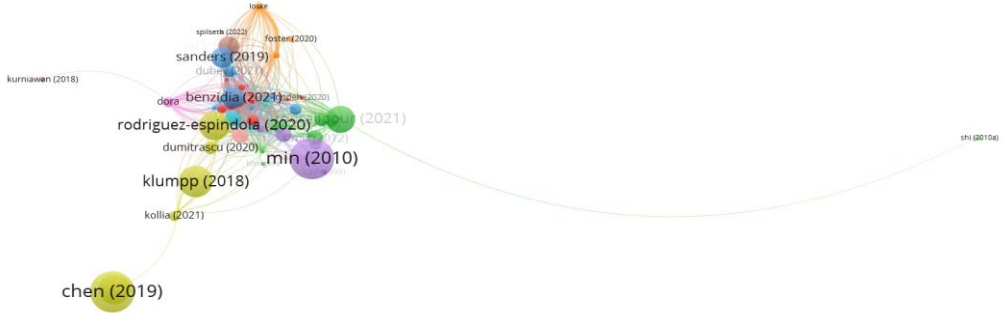
Şekil 9. Ükelere Göre Alıntı Ağ Haritası

Şekil 9 incelendiğinde etkileşim içinde olan dört farklı küme tespit edilmiştir. En fazla alıntısı yapılan ülke ABD'dir. Bu ülkeyi sırası ile Çin, Almanya, İngiltere ve Türkiye izlemektedir.

3.5.4. Bibliyografik Eşleştirme

Bibliyografik eşleştirme, farklı iki çalışmanın aynı yayına atıf yapması sonucu iki çalışmanın ne ölçüde ilişkili olduğunu göstermektedir (Ferreira, 2018). Dokümanlar, kaynaklar, yazarlar, organizasyonlar ve ülkeler açısından bibliyografik eşleştirme analizleri yapılmıştır.

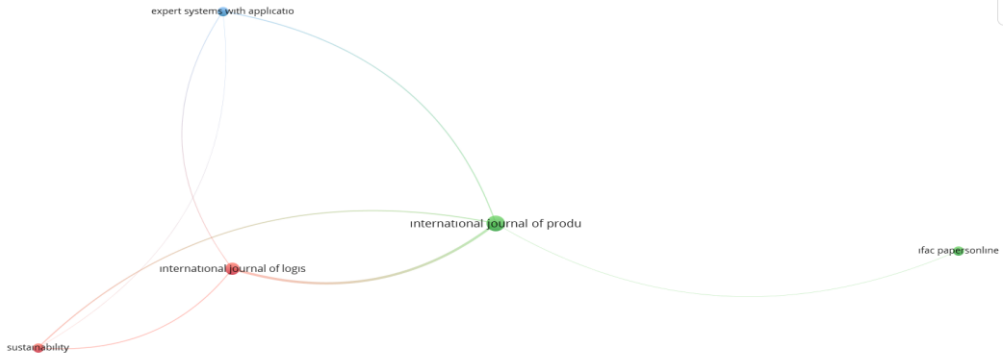
Dokümanlara göre Bibliyografik eşleştirme analizi Şekil 10’da verilmiştir



Şekil 10. Dokümanların Bibliyografik Eşleştirme Ağ Haritası

Şekil 10 incelendiğinde etkileşim içinde olan on bir farklı küme tespit edilmiştir. Bibliyografik eşleştirme sonucunda bağlantı gücü en fazla olan doküman Chen (2019)’dir. Bu belgeyi bağlantı gücüne göre sırayla Min (2010), Klumpp (2018), Chen (2020) ve Rodriguez-Espindola (2020) izlemektedir.

Kaynaklara göre Bibliyografik eşleştirme analizi Şekil 11’de verilmiştir.



Şekil 11. Kaynakların Bibliyografik Eşleştirme Ağ Haritası

Şekil 11 incelendiğinde etkileşim içinde olan üç farklı küme tespit edilmiştir. Bibliyografik eşleştirme sonucunda bağlantı gücü en fazla olan kaynak International Journal of Production Research’tür. Bu kaynağı sırası ile International Journal of Logistics Management, Sustainability, Expert Systems with Applications ve Ifac Paperonline izlemektedir.

Yazarlara göre Bibliyografik eşleştirme analizi Şekil 12’de verilmiştir.



Şekil 12. Yazarların Bibliyografik Eşleştirme Ağ Haritası

Şekil 12 incelendiğinde etkileşim içinde olan iki farklı küme tespit edilmiştir. Bibliyografik eşleştirme sonucunda bağlantı gücü en fazla olan yazar Klumpp Matthias'dır. Bu yazarı sırası ile Gunasekaran Angappa, Loske Dominic ve Queiroz Maciel M. izlemektedir.

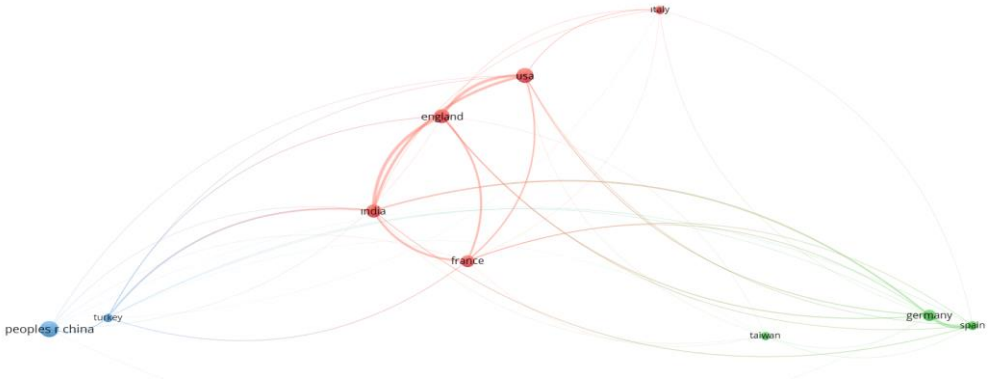
Organizasyonlara göre Bibliyografik eşleştirme analizi Şekil 13'te verilmiştir.



Şekil 13. Organizasyonların Bibliyografik Eşleştirme Ağ Haritası

Şekil 13 incelendiğinde etkileşim içinde olan bir farklı küme tespit edilmiştir. Bibliyografik eşleştirme sonucunda bağlantı gücü en yüksek organizasyon Fom Univ Appl Sci'dir. Bu organizasyonu sırası ile Georg August Univ Gottingen ve Paulista Univ Unip izlemektedir.

Ülkelere göre Bibliyografik eşleştirme analizi Şekil 14'te verilmiştir.



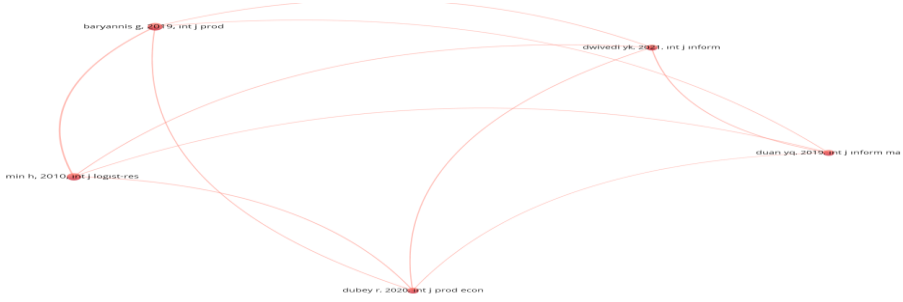
Şekil 14. Ülkelerin Bibliyografik Eşleştirme Ağ Haritası

Şekil 14 incelendiğinde etkileşim içinde olan üç farklı küme tespit edilmiştir. Bibliyografik eşleştirme sonucunda bağlantı gücü en yüksek ülke Çin'dir. Bu ülkeyi sırası ile ABD, İngiltere, Hindistan, Fransa, Almanya, İspanya, Türkiye, Tayvan ve İtalya izlemektedir.

3.5.5. Ortak Atf Analizi

Ortak atf bir kaynakta değişik iki yayına atf yapılmasıdır (Hirawan vd., 2022). Atf yapılan referanslar, atf yapılan kaynaklar ve atf yapılan yazarlar açısından ortak atf analizleri aşağıda verilmiştir.

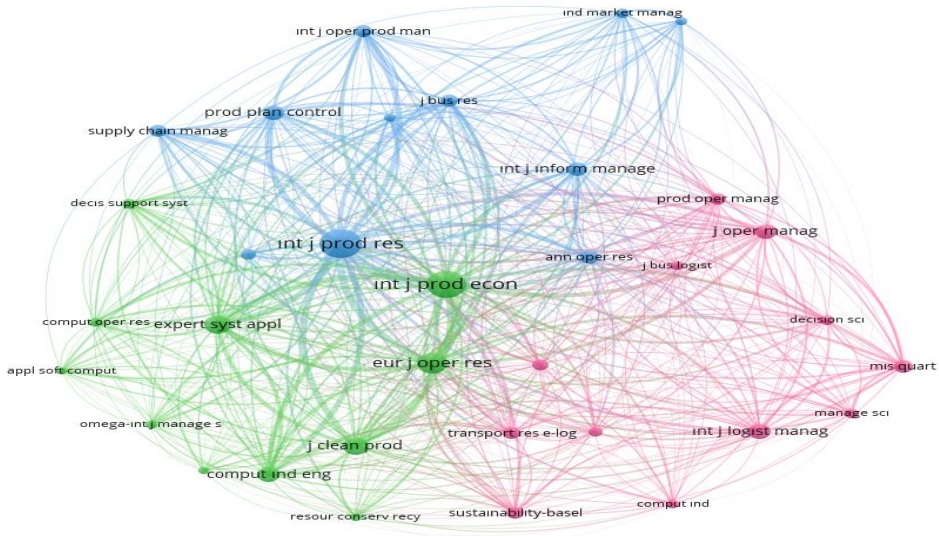
Atf yapılan referansların ağ haritası Şekil 15'te verilmiştir.



Şekil 15. Atf Yapılan Referansların Ağ Haritası

Şekil 15 incelendiğinde etkileşim içinde olan bir küme görülmektedir. Şekil 15 incelendiğinde en fazla atf yapılan referans Baryannis, G. (2019)'dur. Bu referansı sıra ile Min, H. (2010), Dwivedi, Y.K. (2021), Dubey, R. (2020) ve Duan, Y.Q. (2019) izlemektedir.

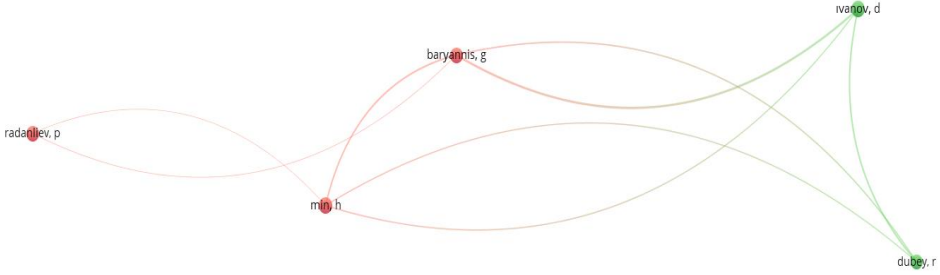
Atf yapılan kaynakların ağ haritası Şekil 16'da verilmiştir.



Şekil 16. Atf Yapılan Kaynakların Ağ Haritası

Şekil 16 incelendiğinde etkileşim içinde olan üç küme görülmektedir. Şekil 16 incelendiğinde en fazla atf yapılan kaynak Int J Prod Res'dir. Bu kaynağı sırası ile Int J Prod Econ, Eur J Oper Res, Expert Syst Appl ve J Clean Prod izlemektedir.

Atıf yapılan yazarların ağ analizi Şekil 17’de verilmiştir.



Şekil 17. Atıf Yapılan Yazarların Ağ Haritası

Şekil 17 incelendiğinde etkileşim içinde olan iki küme görülmektedir. Şekil 17 incelendiğinde en fazla atıf yapılan yazar Ivanov, D.’dir. Bu yazarı sırası ile Min, H., Baryannis, G., Radanliev, P. ve Dubey, R. İzlemektedir.

4. SONUÇ

Bu araştırma, lojistik ve tedarik zincirinde yapay zekâ çalışmalarıyla ilgili Mayıs 2022’ye kadar WoS veritabanında taranan çalışmaları keşfetmeye yönelik bibliyometrik analiz kullanılarak yapılmıştır. Çalışma, lojistik ve tedarik zincirinde yapay zekâ ile ilgili şimdiye kadar sınırlı olan bilgi birikimine katkıda bulunması ve gelecekteki çalışmalara yön verebilmesi açısından önemlidir.

Analiz sonuçlarına göre lojistik ve tedarik zincirinde yapay zekâ ile ilgili araştırmaların 2018 yılından itibaren hızlı bir şekilde arttığı görülmüştür. En üretken yazar Gunasekaran, A. ve Klumpp, M.’dir. Konu ile ilgili 55 adet çalışma ile en çok araştırma makalesi yapılmıştır. 43 yayın ile en çok çalışma SCI-EXPANDED kapsamındaki dergiler yayınlanmıştır.

Çin 19 çalışma ile ortak yazarlıkta en fazla işbirliği yapan ülkedir. Türkiye’nin ortak yazarlıkta en fazla işbirliği yaptığı ülkeler Çin ve Hindistan’dır.

“Artificial Intelligence” kelimesi ile en çok “Supply Chain Management” kelimesi anahtar kelime olarak kullanılmıştır.

Min (2020) alıntılama bakımından en fazla dokümana sahip olan yazar, International Journal of Production Research en fazla alıntılanan kaynak, Klumpp, Matthias en fazla alıntılanan yazar, Fom Univ Appl Sci en fazla alıntılanan organizasyon, ABD en fazla alıntısı yapılan ülkedir. Türkiye en fazla alıntılanan beşinci ülkedir.

Bibliyografik eşleştirme sonucunda bağlantı gücü en fazla olan doküman Chen (2019), bağlantı gücü en fazla olan kaynak International Journal of Production Research, bağlantı gücü en fazla olan yazar Klumpp, Matthias, bağlantı gücü en fazla olan organizasyon Fom Univ Appl Sci, bağlantı gücü en fazla olan ülke Çin’dir. Türkiye bağlantı gücü en fazla olan sekizinci ülkedir.

Ortak atıf analizleri açısından en fazla atıf yapılan referans Baryannis, G. (2019), en fazla atıf yapılan kaynak Int J Prod Res, en fazla atıf yapılan yazar Ivanov, D.’dir.

Bu araştırma anahtar kelime seçimi nedeniyle 98 çalışma ile sınırlandırılmıştır. Sadece WoS veri tabanının kullanılmış olması çalışmanın bir diğer sınırlamasıdır. Gelecek araştırmalarda

IEEE Xplore, Google Scholar, Scopus ve EBSCOHost veri tabanlarında bulunan çalışmalarında analize dâhil edilmesi ile sonuçların kapsamı genişletilebilir.

KAYNAKÇA

- ADIGÜZEL, S. (2022). “Afet durumlarında yapay zekâ teknolojisi ile lojistik yönetimi örnekleri”. *Akademik İzdüşüm Dergisi*, 7(1): 47-70.
- ADIGÜZEL, S., (2021). “OECD ve Avrupa Birliği ülkelerinde akıllı lojistik uygulamalarının ekonomiye katkıları”. *Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(4), 95-112.
- AKBEN, D., & İNCENACAR, T. (2018). “Tedarik zinciri yönetiminde yapay zekâ”.II. *Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi*, 184-199.
- ARAÚJO RUIZ, J. A., & ARENCIBIA JORGE, R. (2002). “Informetría, bibliometría y cienciometría: aspectos teórico-prácticos”. *Acimed*, 10(4), 5-6.
- ARGUMEDO-GARCÍA, M., SALAS-NAVARRO, K., ACEVEDO-CHEDID, J., & OSPINA-MATEUS, H. (2021). “Bibliometric Analysis of the Potential of Technologies in the Humanitarian Supply Chain”. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(4), 232.
- AYLAK, B. L., ORAL, O., & YAZICI, K. (2021) “Yapay zeka ve makine öğrenmesi tekniklerinin lojistik sektöründe kullanımı”. *El-Cezerî Fen ve Mühendislik Dergisi*, 8 (1), 74-93.
- BELHADI, A., KAMBLE, S., FOSSO WAMBA, S., & QUEIROZ, M. M. (2021). “Building supply-chain resilience: an artificial intelligence-based technique and decision-making framework”. *International Journal of Production Research*, 1-21.
- CAO, L. (2021). “Artificial intelligence in retail: applications and value creation logics. *International Journal of Retail & Distribution Management*”, 49(7), 958-976.
- CHEN, Y., LIN, M., & ZHUANG, D. (2022). “Wastewater treatment and emerging contaminants: Bibliometric analysis”. *Chemosphere*, 133932.
- COLE, F. J., & EALES, N. B. (1917). “The history of comparative anatomy: Part I.—A statistical analysis of the literature”. *Science Progress (1916-1919)*, 11(44), 578-596.
- COOPER, I. D. (2015). “Bibliometrics basics”. *Journal of the Medical Library Association: JMLA*, 103(4), 217.
- DANVILA-DEL-VALLE, I., ESTÉVEZ-MENDOZA, C., & LARA, F. J. (2019). “Human resources training: A bibliometric analysis”. *Journal of Business Research*, 101, 627-636.
- DAUVERGNE, P. (2020). “Is artificial intelligence greening global supply chains? Exposing the political economy of environmental costs”. *Review of International Political Economy*, 1-23.
- DHAMIJA, P., & BAG, S. (2020). “Role of artificial intelligence in operations environment: a review and bibliometric analysis”. *The TQM Journal*, 32(4), 869-896.
- DIODATO, V. P., & GELLATLY, P. (2013). “Dictionary of bibliometrics”. Routledge.

- DONTHU, N., KUMAR, S., MUKHERJEE, D., PANDEY, N., & LIM, W. M. (2021). "How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines". *Journal of Business Research*, 133, 285-296.
- DOS SANTOS, B. S., STEINER, M. T. A., FENERICH, A. T., & LIMA, R. H. P. (2019). "Data mining and machine learning techniques applied to public health problems: A bibliometric analysis from 2009 to 2018". *Computers & Industrial Engineering*, 138, 106120.
- DWIVEDI, Y. K., HUGHES, L., ISMAGILOVA, E., AARTS, G., COOMBS, C., CRICK, T., ... & WILLIAMS, M. D. (2021). "Artificial Intelligence (AI): Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy". *International Journal of Information Management*, 57, 101994.
- ELLEGAARD, O., & WALLIN, J. A. (2015). "The bibliometric analysis of scholarly production: How great is the impact?". *Scientometrics*, 105(3), 1809-1831.
- FAHIMNIA, B., SARKIS, J., & DAVARZANI, H. (2015). "Green supply chain management: A review and bibliometric analysis". *International Journal of Production Economics*, 162, 101-114.
- FERREIRA, F. A. (2018). "Mapping the field of arts-based management: Bibliographic coupling and co-citation analyses". *Journal of Business Research*, 85, 348-357.
- FOSTER, M. N., & RHODEN, S. L. (2020). "The integration of automation and artificial intelligence into the logistics sector: A Caribbean perspective". *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 12(1), 56-68.
- GEORGI, C., DARKOW, I. L., & KOTZAB, H. (2013). "Foundations of logistics and supply chain research: a bibliometric analysis of four international journals". *International Journal of logistics research and applications*, 16(6), 522-533.
- GÜLSEN, I. (2019). "İşletmelerde yapay zeka uygulamaları ve faydaları: perakende sektöründe bir derleme". *Journal of Consumer and Consumption Research*, 11(2), 407-436.
- HELLINGRATH, B., & LECHTENBERG, S. (2019). "Applications of artificial intelligence in supply chain management and logistics: focusing onto recognition for supply chain execution". In *The art of structuring* (283-296). Springer, Cham.
- HELO, P., & HAO, Y. (2021). "Artificial intelligence in operations management and supply chain management: an exploratory case study". *Production Planning & Control*, 1-18.
- HIRAWAN, D., OKTAFIANI, D., FAUZAN, T. A., LUCKYARDI, S., & JAMIL, N. (2022). "Research Trends in Farming System Soil Chemical: A Bibliometric Analysis using VOSviewer". *Moroccan Journal of Chemistry*, 10(3), 10-3.
- HOFFMANN, C. H. (2022). "Is AI intelligent? An assessment of artificial intelligence, 70 years after Turing". *Technology in Society*, 101893.
- KAPLAN, A., & HAENLEIN, M. (2019). "Siri, Siri, in my hand: Who's the fairest in the land? On the interpretations, illustrations, and implications of artificial intelligence". *Business Horizons*, 62(1), 15-25.

- KUSHAIRI, N., & AHMI, A. (2021). "Flipped classroom in the second decade of the Millenia: a Bibliometrics analysis with Lotka's law". *Education and Information Technologies*, 1-31.
- LANE, P. J., & LUBATKIN, M. (1998). "Relative absorptive capacity and interorganizational learning". *Strategic management journal*, 19(5), 461-477.
- MAHROOF, K. (2019). "A human-centric perspective exploring the readiness towards smart warehousing: The case of a large retail distribution warehouse". *International Journal of Information Management*, 45, 176-190.
- MCCARTHY, J., MINSKY, M. L., ROCHESTER, N., & SHANNON, C. E. (2006). "A proposal for the dartmouth summer research project on artificial intelligence", august 31, 1955. *AI magazine*, 27(4), 12-12.
- MELTZER, J. P. (2018). "The impact of artificial intelligence on international trade". *Brookings Institute.*, Thursday, December, 13, 2016.
- MHLANGA, D. (2021). "Artificial intelligence in the industry 4.0, and its impact on poverty, innovation, infrastructure development, and the sustainable development goals: Lessons from emerging economies?". *Sustainability*, 13(11), 5788.
- MIAU, S., & YANG, J. M. (2018). "Bibliometrics-based evaluation of the Blockchain research trend: 2008–March 2017". *Technology Analysis & Strategic Management*, 30(9), 1029-1045.
- MIN, H. (2010). "Artificial intelligence in supply chain management: theory and applications". *International Journal of Logistics: Research and Applications*, 13(1), 13-39.
- MIRCHEVA, R. D. (2020). "A Crisis Within the Crisis: The Impact of Covid-19 and Brexit On Supply Chains in the Pharmaceutical Industry". *Izvestiya. Journal of Varna University of Economics*, 64(3), 352-368.
- MODGIL, S., SINGH, R. K., & HANNIBAL, C. (2021). "Artificial intelligence for supply chain resilience: Learning from COVID-19". *The International Journal of Logistics Management*.
- MONTEIRO, J., & BARATA, J. (2021). "Artificial Intelligence in Extended Agri-Food Supply Chain: A Short Review Based on Bibliometric Analysis". *Procedia Computer Science*, 192, 3020-3029.
- NAYAL, K., RAUT, R., PRIYADARSHINEE, P., NARKHEDE, B. E., KAZANCOGLU, Y., & NARWANE, V. (2021). "Exploring the role of artificial intelligence in managing agricultural supply chain risk to counter the impacts of the COVID-19 pandemic". *The International Journal of Logistics Management*.
- OLAN, F., LIU, S., SUKLAN, J., JAYAWICKRAMA, U., & ARAKPOGUN, E. O. (2021). "The role of Artificial Intelligence networks in sustainable supply chain finance for food and drink industry". *International Journal of Production Research*, 1-16.
- ORAEI, M., HOSSEINI, M. R., PAPADONIKOLAKI, E., PALLIYAGURU, R., & ARASHPOUR, M. (2017). "Collaboration in BIM-based construction networks: A bibliometric-qualitative literature review". *International Journal of Project Management*, 35(7), 1288-1301.

- ÖZTÜRK, K., & ŞAHİN, M. E. (2018). “Yapay sinir ağları ve yapay zekâ’ya genel bir bakış”. *Takvim-i Vekayi*, 6(2), 25-36.
- PİRİM, A. G. H. (2006). “Yapay zeka”. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 1(1), 81-93.
- PK, F. A. (1984). What is Artificial Intelligence?. “Success is no accident. It is hard work, perseverance, learning, studying, sacrifice and most of all, love of what you are doing or learning to do”., 65.
- POURNADER, M., GHADERI, H., HASSANZADEGAN, A., & FAHIMNIA, B. (2021). “Artificial intelligence applications in supply chain management”. *International Journal of Production Economics*, 241, 108250.
- PRITCHARD, A. (1969). “Statistical bibliography or bibliometrics”. *Journal of documentation*, 25(4), 348-349.
- RIAHİ, Y., SAIKOUK, T., GUNASEKARAN, A., & BADRAOUI, I. (2021). “Artificial intelligence applications in supply chain: A descriptive bibliometric analysis and future research directions”. *Expert Systems with Applications*, 173, 114702.
- SHARMA, R., SHISHODIA, A., GUNASEKARAN, A., MIN, H., & MUNIM, Z. H. (2022). “The role of artificial intelligence in supply chain management: mapping the territory”. *International Journal of Production Research*, 1-24.
- SONNENWALD, D. H. (2007). “Scientific collaboration”. *Annu. Rev. Inf. Sci. Technol.*, 41(1), 643-681.
- ŞAHİNBOY, K. (2018). “Tedarik zinciri yönetiminde yapay zeka uygulamaları ve çözüm modelleri üzerine bir araştırma”. (Yüksek Lisans Tezi). Nişantaşı Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- THELWALL, M. (2008). “Bibliometrics to webometrics”. *Journal of information science*, 34(4), 605-621.
- TOORAJIPOUR, R., SOHRABPOUR, V., NAZARPOUR, A., OGHAZI, P., & FISCHL, M. (2021). “Artificial intelligence in supply chain management: A systematic literature review”. *Journal of Business Research*, 122, 502-517.
- UYGUNOĞLU, T., & YURTÇU, Ş. (2006). “Yapay zekâ tekniklerinin inşaat mühendisliği problemlerinde kullanımı”. *Yapı Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 2(1), 61-70.
- VAN ECK, N. J., & WALTMAN, L. (2010). “Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping”. *Scientometrics*, 84(2), 523-538.
- VAN ECK, N. J., & WALTMAN, L. (2013). “VOSviewer manual”. Leiden: Univeriteit Leiden, 1(1), 1-53.
- WANG, S. (2021). “Artificial Intelligence Applications in the New Model of Logistics Development Based on Wireless Communication Technology”. *Scientific Programming*, 2021.
- WOSCHANK, M., RAUCH, E., & ZSIFKOVITS, H. (2020). “A review of further directions for artificial intelligence, machine learning, and deep learning in smart logistics”. *Sustainability*, 12(9), 3760.

- YANG, Y. J., & BANG, C. S. (2019). "Application of artificial intelligence in gastroenterology". *World journal of gastroenterology*, 25(14), 1666.
- ZEYTİN, Z., & GENÇAY, E. (2019). "Hukuk ve yapay zekâ: e-kışı, mali sorumluluk ve bir hukuk uygulaması". *Türk-Alman Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 1(1), 39-70.
- ZHANG, Y. (2019). "The application of artificial intelligence in logistics and express delivery. In *Journal of Physics: Conference Series*", 1325(1), 012085, IOP Publishing.
- ZINN, W., & GOLDSBY, T. J. (2020). "Global Supply Chains: Globalization Research in a Changing World". *Journal of Business Logistics*, 41(1), 4.

KOBİ'lerde Stratejik Yönelimlerin Örgütsel Dayanıklılık Üzerine Etkisi: Pandemi Deneyimi¹

(Araştırma Makalesi)

The Effect of Strategic Orientations on Organizational Resilience in SMEs: The Pandemic Experience

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1171041

Halil YORULMAZ

Öğr. Gör., Doktora Öğrencisi, Yönetim ve Strateji Anabilim Dalı, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
İstanbul Medipol Üniversitesi

hyorulmaz59@gmail.com

Orcid No: 0000-0002-4497-323X

Elif BAYKAL

Doç. Dr., İstanbul Medipol Üniversitesi

elif.baykal@medipol.edu.tr

Orcid No: 0000-0002-4966-8074

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Yorulmaz, H., & Baykal, E. (2023). KOBİ'lerde Stratejik Yönelimlerin Örgütsel Dayanıklılık Üzerine Etkisi: Pandemi Deneyimi. *Alanya Akademik Bakış*, 7(1), Sayfa No.481-509.

ÖZET

Anahtar kelimeler:

Örgütsel Dayanıklılık,
Stratejik Yönelimler,
Teknoloji Yönelimi,
Pazar Yönelimi,
Girişimsel Yönelim

Makale Geliş Tarihi:

05.09.2022

Kabul Tarihi:

26.12.2022

Bu araştırma COVID-19 pandemisi ile iş çevrelerinde gelişen süreçten en çok etkilenen grupta yer alan KOBİ'lerin stratejik yönelimlerinin örgütsel dayanıklılıklarına etkisini incelemektedir. Veriler, Türkiye'de hizmet sektöründe faaliyet gösteren 500 KOBİ'nin sahip/ortaküst düzey yöneticisi ile görüşülerek yüz yüze anket yöntemiyle toplanmıştır. Araştırma modeli ve hipotezler Yapısal Eşitlik Modellemesi tekniği kullanılarak incelenmiştir. Analiz sonuçlarına göre teknoloji yönelimi, pazar yönelimi, girişimsel yönelim ve öğrenme yöneliminin örgütsel dayanıklılığı anlamlı ve pozitif yönlü etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca araştırma sonuçlarına göre teknoloji yönelimi örgütsel dayanıklılığı görece en fazla etkileyen stratejik yönelimken, firmaların çoklu stratejik yönelimlere sahip olması örgütsel dayanıklılığa sahip olmalarına olumlu katkılar sunacaktır. Bu araştırma, bakış açısı ve bulgularıyla hem ilgili literatür hem de uygulayıcılar için katkı sağlayıcı nitelik taşımaktadır.

ABSTRACT

Keywords:

Organizational
Resilience, Strategic
Orientations,
Technology
Orientation, Market
Orientation,
Entrepreneurial
Orientation

This research examines the impact of the strategic orientations of SMEs, which are in the group most affected by the COVID-19 pandemic and the process developing in the business environment, on their organizational resilience. The data were collected by face-to-face survey method by interviewing the owners/partners/senior managers of 500 SMEs operating in the service sector in Turkey. The research model and hypotheses were analyzed using the Structural Equation Modeling technique. According to the

¹ Bu çalışma için, İstanbul Medipol Üniversitesi Sosyal Bilimler Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu Başkanlığı'nın 15.11.2021 tarihli ve E-43037191-604.01.01-69187 nolu kararınca etik kurul onayı alınmıştır.

analysis results, it has been determined that technology orientation, market orientation, entrepreneurial orientation, and learning orientation affect organizational resilience significantly and positively. In addition, according to the results of the research, technology orientation is the strategic orientation that affects organizational resilience the most, while firms' having multiple strategic orientations will contribute positively to their organizational resilience. This research contributes to the relevant literature and practitioners with its perspective and findings.

1. GİRİŞ

İş dünyası Covid-19 pandemisi ile gelişen süreçte bazı zorluklarla yüzleşmekte ve bu yüzleşme bir taraftan da yeni kazanımlara kapı aralamaktadır. Süreçteki zorluklar her firma için geçerli olurken, kazanımlar noktasında bazı farklılıklar bulunmaktadır. Firmalar pandemi gibi yaşanan bir olumsuzluk durumunda benzer koşullarda hayatta kalabilme becerileri konusunda farklılık göstermektedir (Fiksel vd., 2015; Gittel vd., 2006). Benzer şekilde kazanımlar noktasında da kimi firmalar sahip oldukları özellikler sayesinde bu tip olumsuz durumlardan dahi bir anlamda güçlenerek çıkabilmektedir (Vogus ve Sutcliffe, 2007: 3418). Literatürde örgütsel dayanıklılık olarak ifade edilen bu özellikler yakın zamanda yaşanan Covid-19 pandemisi ile önemini daha da arttırmıştır.

Örgütsel dayanıklılık, pandeminin patlak vermesi ile gelişen süreçte firmalar için aranan özellik olmuştur. Bazı firmalar sürecin getirdiği zorluklara karşı dayanamamış ve faaliyetlerini sonlandırmak durumunda kalmıştır. Bu durum nedeniyle, örgütsel dayanıklılığın arkasında yatan özellikler ilgi çeken bir araştırma konusu olarak güncelliğini korumaktadır. Dayanıklılık özelliği olumsuz durumlar karşısında işleyişi sürdürmek, bu durumlara hazırlıklı olmak ve etkisinden kurtulmak (Sutcliffe ve Vogus, 2003: 96) gibi nitelikleri nedeniyle firmaların içsel dinamikleri ile bağlantılıdır. Bu anlamda örgütsel dayanıklılığın arkasında yatan özelliklerin, firmaların stratejilerinin, stratejik karar süreçlerinin arkasında yatan ve gene bir içsel dinamik olan stratejik yönelimlerde (Escriba-Esteve vd., 2009: 583) aranması makul bir yaklaşımdır. Buradan hareketle araştırmamız kapsamında girişimsel yönelim, pazar yönelimi, öğrenme yönelimi ve teknoloji yöneliminin örgütsel dayanıklılık üzerindeki etkileri ele alınmaktadır.

Stratejik yönelimler, işletme ve yönetim bilimleri literatürünün çeşitli disiplinlerinde çeşitli yönelim türleri olarak kavramsal olarak tanımlanmakta ve ampirik olarak incelenmektedir. Literatürde yer alan çeşitli stratejik yönelimler içerisinde araştırmacılar tarafından yüksek ilgi gören girişimsel yönelim, pazar yönelimi, öğrenme yönelimi ve teknoloji yönelimi Bulut (2007) ve Hakala (2011) gibi bazı araştırmacılar tarafından alt boyutlarıyla birlikte temel stratejik yönelimler olarak ifade edilmektedir. Stratejik yönelimler üzerine literatürde yer alan çalışmalar çoğunlukla stratejik yönelimleri tekil çerçevede ya da çeşitli yönelim kombinasyonlarının çeşitli değişkenler üzerine etkileri bağlamında incelemektedir. Araştırmamızda da girişimsel yönelim, pazar yönelimi, öğrenme yönelimi ve teknoloji yönelimi ele alınarak, örgütsel dayanıklılık üzerine etkileri incelenmektedir. Buradan hareketle hangi stratejik yönelim veya yönelimlerin örgütsel dayanıklılığı arttırdığının tespit edilmesi amaçlanmaktadır.

Stratejik yönelimlere ilişkin geniş bir literatür bulunmaktadır. Bu literatür içerisinde birden fazla stratejik yönelimi ele alan önceki çalışmalarda çeşitli stratejik yönelimler; büyük veri yeteneği (*big data capability*) (Lin ve Kunnathur, 2019), firma performansı (Lonial ve Carter, 2015), firmanın pazar proaktifliği ve pazar performansı (Gotteland, Shock ve Sarin, 2020), yeni ürün geliştirme performansı ve firma performansı (Aloulou, 2019), yeşil tedarik zinciri yönetimi uygulamalarının uygulanması (Habib vd., 2021), yeni teknoloji girişimciliği

girişimleri (Urbano vd., 2019), çok yönlülükten (*ambidexterity*) yararlanmak (Ramachandran vd., 2019), firmanın yenilikçilik başarısı (Eggers vd., 2020), firma marka değeri (Anees-ur-Rehman ve Johnston, 2019) ile ilişkileri bakımından incelemiştir. Bu anlamda literatürde zenginlik ve çeşitlilikten söz etmek mümkündür.

İşletme ve yönetim bilimleri literatüründe gelişmekte olan bir kavram olan örgütsel dayanıklılık çeşitli araştırmalara çeşitli yönleri ile konu olmaktadır. Bunlardan, Barasa vd. (2018); Duchek (2020); Duchek vd. (2020); Hillmann ve Guenther (2021) çalışmaları kavramsal niteliktedir. Andersson vd. (2019) dengeli örgütlenme ve örgüt yapıları kurulmasının örgütsel dayanıklılık elde edilmesi üzerindeki etkilerini araştırmışlardır. Herbane (2019) sosyal sermayenin, Pathak ve Joshi (2021) ise psikolojik sermayenin örgütsel dayanıklılık üzerindeki etkilerini incelemiştir. Prayag vd. (2019) örgütsel dayanıklılık ile finansal performans arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Türkiye’de yapılan çalışmalardan Çoban Kumbalı (2018) yürüttükleri araştırmada bilgi yönetimi süreci ile örgütsel dayanıklılık arasındaki ilişkiye odaklanmışlardır. Olcay (2022) inovasyon ve örgütsel dayanıklılık arasındaki ilişkilere odaklanırken, Onan vd. (2021) psikolojik ve çalışan dayanıklılığı kavramları ile örgütsel dayanıklılık arasındaki ilişkileri inceleyerek bunların çalışanların iş tatmini üzerindeki etkisini araştırmıştır. Demirbağ vd. (2022) ise beşeri ve sosyal sermayenin örgütsel dayanıklılık üzerindeki etkisinde finansal sermayenin aracılık rolünü incelemiştir.

Literatürde çeşitli stratejik yönelimler ile örgütsel dayanıklılığı birbirine bağlayan araştırma alanı henüz olgunlaşma aşamasındadır. Bu alandaki araştırmalardan Al-Hakimi ve Borade (2020), girişimsel yönelimin tedarik zinciri dayanıklılığı üzerinde yenilikçilik, risk alma eğilimi ve proaktiflik alt boyutları ile pozitif etkiye sahip olduğu, özerklik alt boyutunun olumsuz etkisi ve rekabetçi agresifliğin anlamlı etkisi olmadığı sonuçlarını elde etmişlerdir. Martinelli ve Tagliazzucchi (2019) perakende sektöründe yaptıkları araştırma ile pazar yöneliminin küçük perakendecilerin dayanıklılık kapasitesi üzerinde önemli ve olumlu bir etki yaptığı sonucunu elde etmişlerdir. Robertson vd. (2022) teknoloji yönelimi ve örgütsel dayanıklılık ilişkisine yönelik yürüttükleri araştırmada, dijital olgunluğun örgütsel dayanıklılığı arttırdığı sonuçlarını elde etmişlerdir. Zhang vd. (2021) firmaların dijital dönüşümlerinin örgütsel dayanıklılıklarını arttırdığı sonuçlarına ulaşmışlardır. Ivanov (2021) da teknoloji yöneliminin örgütsel dayanıklılığı olumlu yönde etkilediğini gösteren araştırmacılar arasındadır. Yine Dovbischuk’un (2022) çalışmasında ise önemli bir stratejik yönelim olan yenilik oryantasyonunun örgütsel dayanıklılık üzerindeki pozitif etkisi ispatlanmıştır. Mai vd. (2022) ve Sgro vd. (2021) yaptıkları ampirik çalışma ise girişimsel yönelimin örgütlerin dayanıklılığı üzerindeki pozitif yöndeki etkisini ispat etme noktasında önem arz etmektedir.

Stratejik yönelimler ile örgütsel dayanıklılığın ilişkisine yönelik araştırma alanında Mandal ve Saravanan (2019), araştırma modelimizde yer alan stratejik yönelimleri de kapsayan bir dizi değişkenin örgütsel dayanıklılık üzerindeki etkisini incelemiştir. Yazarlar öğrenme yöneliminin örgütsel dayanıklılığı pozitif yönde etkilediği, girişimsel yönelim ve teknoloji yöneliminin pozitif yol katsayılarına rağmen anlamlı bir etkisi olmadığı, pazar yöneliminin ise örgütsel dayanıklılık üzerinde güçlü bir negatif etkiye sahip olduğu sonuçlarına ulaşmışlardır. Türkiye’de yapılan bir çalışmada ise Yılmaz ve Karakaya (2019), girişimsel yönelim, pazar yönelimi, öğrenme yönelimi ve teknoloji yönelimi ile firmaların iş sürekliliği yönetimleri arasında pozitif olmakla birlikte çok zayıf bir ilişki keşfetmişlerdir.

Araştırma bağlamında, mali güçlerinin düşük olması, kaynak temin etme ve bütçe dengesi sorunları, eksik kurumsallaşma gibi çeşitli zaafı (Baykal, 2022; Zhong, 2021) nedeniyle Covid-19 pandemisi döneminde gelişen süreçte en olumsuz etkilenen gruplardan olan

KOBİ'lere odaklanılmaktadır. Bu durum nedeniyle Uluslararası Çalışma Örgütü de (ILO) pandemi sürecinde devletlere KOBİ'ler için teşvikler, destekler sunmaları ve tedbirler almaları yönünde tavsiyelerde bulunmuştur (ILO, 2020: 20). Türkiye ekonomisinde girişimlerin %99,8'i, istihdamın %72'si (TÜİK, 2020a) KOBİ'lere bağlı olup, bir anlamda ekonominin yükünü çekmektedirler. KOBİ'lerin ayakta kalabilmeleri ülke ekonomisinin ayakta kalabilmesinin ön koşulu olmaktadır. Ayrıca toplam girişimler içerisinde %43,2'lik paya sahip olan hizmet sektörü (TÜİK, 2020b) araştırmanın bu alanda yürütülmesine neden olmuştur.

Araştırmamız Covid-19 pandemisi sürecinde KOBİ'lere odaklanılmaktadır. KOBİ'lerin dayanıklı olmaları ve her türlü olumsuz koşulda dahi iş sürdürülebilirliğini sağlayabilmeleri adına literatürden de hareketle en çok ihtiyaç duyacaklarına kanaat getirilen stratejik yönelimler araştırmaya dahil edilmiştir. Bu yönelimlerden teknoloji yönelimi, dijitalleşmenin, beklenmedik olaylar meydana geldiğinde önemli iş süreçlerinin çalışır durumda tutulmasını ve bu sayede en az ekonomik zarar ile sürecin atlatılmasını sağlaması (Ashrafi vd., 2019; Ungerman vd., 2018) nedeni ile araştırmaya dahil edilmiştir. Pazar yönelimi, KOBİ yoğun sektörlerde yaşanan yüksek rekabetin iş devamlılığını etkilemesi ve firmaların iş devamlılığı ile sürdürülebilirliği için önemi (Syahrial ve Nofriza, 2022) nedeniyle araştırmaya dahil edilmiştir. Girişimsel yönelim, firmaların bir kriz durumundan kaçınmalarına ve refah durumlarını teşvik etmeye yol açması, bir anlamda firmaların sağlık durumunun göstergesi olması nedeniyle (Sgro vd., 2021) araştırmaya dahil edilmiştir. Öğrenme yönelimi ise, gerek kurumsal hafıza yoluyla firmaların kritik bilgileri muhafaza edebilmelerinin (Coraiola ve Murcia, 2020) firmalar için önemi, gerekse bunu yaparken bilgi teknolojilerinin kullanımı (Barros vd., 2015) yoluyla ve dijitalleşme ile bağlantısı dolayısıyla teknoloji yönelimi ile ilişkileri nedeniyle araştırmaya dahil edilmiştir.

2. LİTERATÜR ÖZETİ VE HİPOTEZ GELİŞTİRİLMESİ

2.1. Örgütsel Dayanıklılık

Örgütsel dayanıklılığın kökenlerinin 1960'lı yıllarda psikoloji alanındaki araştırmalara (Coutu, 2002: 3) ve ekoloji ve çevre alanında 1970'lerde yapılan araştırmalara dayandığı (Annarelli ve Nonino, 2016: 2) gibi muhtelif görüşler nedeni ile kavramın kökenlerinin tam olarak ortaya konulmasında bir uzlaşıdan söz etmek mümkün değildir. Hatta, bu alanların yanısıra mühendislik (Patriarca vd., 2018), tedarik zinciri yönetimi (Ponomarov ve Holcomb, 2009) gibi çeşitli disiplinler perspektifinden de örgütsel dayanıklılık ile ilgili araştırmalar yürütülmektedir.

İşletme ve yönetim bilimleri alanında ise kavramın araştırılmasının durağan seyri henüz oluşmamıştır ve de özellikle pandemi ile gelişen süreçte dayanıklılık çalışmalarında artış hız kazanmıştır (Rodriguez-Sanchez vd., 2021: 442). Linnenluecke (2017) yaptığı çalışma ile 1970'lerden günümüze kadar olan süreçte örgütsel dayanıklılık kavramının işletme ve yönetim bilimleri alanında beş farklı araştırma akışı içerisinde ele alındığını tespit etmiştir. Bunlar; örgütlerin dış tehditlere karşı verdikleri tepkilerin araştırılması, yüksek güvenilirlikli örgütler, örgüt üyelerinin güçlü yönleri, uyarlanabilir iş modelleri ve tedarik zinciri yönetimi akışlarıdır.

Örgütsel dayanıklılığın kavramsallaştırılmasında Ruiz-Martin vd. (2018) ise üç ana akım tespit etmiştir. Bunlar dayanıklılığı örgütün bir özelliği olarak ele alan, örgütün faaliyetlerinin sonucu olarak ele alan ve örgütün tahammül edebileceği olumsuzlukların bir ölçüsü olarak ele alan yaklaşımlardır. Örgütsel dayanıklılığı bir özellik olarak ele alan yaklaşıma göre örgütsel dayanıklılık, örgütün örgüt içi ya da dışı değişikliklere, risklere ve türlü dalgalanmalara karşı durabilme yeteneğidir (Ates ve Bititci, 2011; Lengnick-Hall vd., 2011). Bir diğer deyişle bu yetenek örgütün türlü olumsuzluklar karşısında dik durabilme yeteneği, bir anlamda

karakteridir. Örgütsel dayanıklılığı örgütün faaliyetlerinin sonucu olarak ele alan yaklaşıma göre, örgütsel dayanıklılık örgütün her türlü duruma uyum sağlamayı sürdürerek zorlu ve olumsuz koşullardan bile daha güçlü ve yeni yetenekler elde ederek çıkabilmesidir (Sutcliffe ve Vogus, 2003; Vogus ve Sutcliffe, 2007). Bu görüş örgütsel dayanıklılığı örgütün her türlü koşula uyum sağlamayı sürdürmesi ile ulaşılan bir sonuç olarak ele almıştır. Dayanıklılığı örgütün tahammül edebileceği olumsuzlukların ölçüsü olarak ele alan yaklaşıma göre örgütsel dayanıklılık örgütün varlığını ve faaliyetlerini sürdürmeye devam edebileceği çevredeki normal dışılık düzeyidir (Linnenluecke ve Griffiths, 2010; Mamouni Limnios vd., 2014).

Örgütsel dayanıklılık kimi yazarlarca beklenmeyen olaylar karşısında başa çıkma ve ilk duruma dönebilme bağlamında tanımlanırken, beklenmeyen olaylar sonrasında uyum sağlama bağlamında ya da beklenmeyen olayların öncesinde önseziler bağlamında ele alan ve tanımlayan yazarlar da mevcuttur (Duchek, 2020: 218). Bir diğer deyişle literatürde örgütsel dayanıklılık, beklenmeyen olayların öncesinde, sırasında ya da sonrasındaki aşama bağlamında ele alınmaktadır. Bu konudaki en yaygın yaklaşım örgütsel dayanıklılığı beklenmeyen olaylar karşısında başa çıkma, ilk durumuna dönebilme ve oluşan yeni çevrelere uyum sağlama bağlamında değerlendiren yaklaşımdır (Demirbağ vd., 2022). Bu yaklaşıma göre örgütsel dayanıklılık örgütün ani, yıkıcı ve olumsuz gelişmeler meydana geldiğinde bu durumu sistem içerisinde eriterek örgütün işleyişini sürdürmesi ve olumsuzluk öncesi durumuna dönebilmesidir (Sutcliffe ve Vogus 2003: 96). Dayanıklı örgütler herhangi bir olumsuz olay meydana geldiğinde hızlı bir şekilde durum tespiti yaparak mücadele için aksiyonlar geliştirir (Acquaah vd., 2011; Hillmann ve Guenther, 2021) ve olumsuzluk öncesi durumuna geri dönerek önceki fonksiyonlarını muhafaza ederler (Lampel vd., 2014: 67) ve böylece örgütsel dayanıklılıklarını sağlamış olurlar.

Bu tanımları daha ileriye taşıyan diğer yaklaşım örgütsel dayanıklılığı beklenmeyen olaylar sonrasında uyum sağlama sürecini kapsayacak şekilde ele alan yaklaşımdır. Örgütleri etkileyen durumların her zaman olumsuz durumlar değildir. Beklenmedik olumlu gelişmeler de hazırlıksız yakalanılması halinde örgütlerin işleyişini olumsuz etkileyebilmektedir (Baykal, 2020). Bu nedenle dayanıklı örgütler doğru adaptasyon mekanizmalarına sahip olan örgütlerdir (Clement ve Rivera 2017: 360). Her türlü beklenmedik durumdan güçlenerek çıkmanın yolu pozitif adaptasyondan geçmektedir (Vogus ve Sutcliffe, 2007: 3418). Örgüt beklenmeyen her türlü duruma hızlı uyum sağlayabilmelidir (Demirbağ vd., 2022). Bu sayede yaşanan beklenmedik olay olumlu ya da olumsuz olsun, örgüt için bir deneyim, gelişim, yeni bir öğrenme ve yeni yetenekler elde edip mevcut durumun üzerine koymak ve bu sayede yeni fırsatlara kapı aralamak anlamına gelecektir (Lengnick-Hall vd., 2011: 244).

Beklenmedik olayların öncesinde tahmin edilerek hazır olunmasını içeren son görüş sezgilerle ilgilidir. Bu görüşe göre dayanıklı örgütler beklenmedik olaylar yaşanmadan önce sinyalleri alarak bunlara karşı hazırlık yapar ve faaliyetlerini de bu doğrultuda düzenlerler (Duchek vd., 2020: 390). Aksaklıkları ve kesintileri önleyen kararlar alınması ve gelecekte arzu edilen sonuçların teşvik edilmesi adına şimdiki zamanda eylemlerde bulunmak için çevrenin geçireceği değişimin tahmin edilmesi olan sezgi, örgütler için bir yetenektir (Madni ve Jackson, 2009). Örgütsel dayanıklılık iyi bir gözlem, önsezi ve hazırlık süreçlerinin bileşkesi neticesinde sağlanmaktadır (Duchek, 2020: 225).

Wicker vd. (2013) örgütsel dayanıklılığı sağlamlık, yedekleme, beceri ve atiklikten oluşan çok boyutlu bir yapı olarak ele almaktadır. Sağlamlık, değişime direnmekle nitelenen (Wieland ve Wallenburg, 2012: 890), maslahatı bozma potansiyeli olan her türlü durum karşısında faaliyetlerini sürdürebilme yeteneğidir (Brandon-Jones vd., 2014: 58). Yedekleme, ani gelişen

olaylar neticesinde yaşanabilecek kesintiler karşısında örgütün ne derece yedek kaynak bulundurduğu ya da faaliyetlerini sürdürmek için gerekli kaynaklara ulaşabildiğidir (Bruneau vd., 2003: 737). Beceri, örgütün süreçlerini esnek bir şekilde yapılandırarak kriz zamanında kriz noktalarına hızlı müdahale edebilmesidir (Burnard vd., 2018: 358). Atıklık ise zamanlama ile ilgili olup kriz zamanlarındaki bu faaliyetlerin hızlı bir şekilde yerine getirilmesidir (Jung, 2017: 8).

Bu araştırma kapsamında örgütsel dayanıklılık beklenmedik olayların öncesi, beklenmedik olay esnası ve sonrasındaki süreci kapsayacak şekilde ele alınmaktadır. Wicker vd. (2013) tarafından tanımlanan sağlamlık, yedekleme, beceri ve atıklık boyutlarını kabul etmekte ve örgütsel dayanıklılığı bütünsel bir yaklaşımla ele almaktayız (Darkow, 2019: 146). Kabul ettiğimiz görüşe göre örgütsel dayanıklılığı yaşanan her türlü beklenmedik olayın etkileri ile başa çıkabilmek ve gerektiğinde olay öncesi duruma dönebilmek, yaşanan olay sonrasında uyum sağlayarak gelişim sağlamak, öğrenmek ve yeni fırsatlara kapı aralamak, bunlar haricinde de her zaman doğru önseziler ile iç ve dış çevreden gelen sinyalleri doğru okuyarak yaşanabilecek durumlara hazırlıklı olmak olarak tanımlamaktayız.

2.2. Stratejik Yönelimler

Stratejik yönelimler firmaların pazarda başarılı olmak, rekabette üstünlük sağlamak için oluşturdukları stratejilerinin arkasında yer alan ve bu stratejilere kaynak olan ilkeler ve yönelimlerdir (Escriva-Esteve vd., 2009: 583). Stratejik yönelimler için firmanın iş çevrelerine bakışı ve felsefesi de denebilir (Zhou vd., 2005: 44). Genellikle üst yönetimin alanına giren stratejik yönelimler firmaların stratejilerine yön veren görüşler, yönelimler, inanışlar bütünüdür. Buradan hareketle firmalar stratejilerini oluştururlar.

Literatürde tanımlanan çeşitli stratejik yönelimler vardır. Temel stratejik yönelimler bu çalışma kapsamında da kabul ettiğimiz girişimsel yönelim, pazar yönelimi, öğrenme yönelimi ve teknoloji yönelimidir (Hakala, 2011). Kabul ettiğimiz görüş kapsamında firmalar birden fazla stratejik yönelime sahip olabilirler ve içerisinde buldukları koşullara göre zamanla yönelimlerini değiştirebilirler (Lonial ve Carter, 2015; Quinton vd., 2018).

Stratejik yönelimler literatüründeki genel eğilim stratejik yönelimler ve örgütsel performans arasındaki ilişkiye yöneliktir (Dionysus ve Arifin 2020; Beliaeva vd., 2020; Shim vd., 2021). Günümüz iş çevresi koşullarında ise özellikle pandemi ile gelişen süreçle birlikte firmaların maruz kaldıkları zorluklar ve riskler bakımından dayanıklı olmaları gerekliliğinin önemi had safhadadır. Performans çıktıları dışsal sonuçlarken dayanıklılık gibi özellikler içsel dinamiklere bağlıdır. Buradan hareketle de bu çalışma kapsamında örgütsel dayanıklılığa etki eden faktörler yine içsel bir dinamik olan stratejik yönelimlerde aranmaktadır. Bu bağlamda girişimsel yönelim, pazar yönelimi, öğrenme yönelimi ve teknoloji yöneliminin örgütsel dayanıklılık üzerinde etkileri araştırılmaktadır.

2.2.1. Girişimsel Yönelim

Kişilere atfedilen bir özellik olan girişimciliğin örgütsel düzeyde ele alınmaya başlanması ile girişimsel yönelim kavramı gelişmeye başlamıştır (Anderson vd., 2015; Wales vd., 2020). Girişimsel yönelim literatüründe girişimciliğin stratejik bir yönelim olan hangi özelliklere bağlı olarak var olduğu tartışılmaktadır (Anderson vd., 2015: 1579). Bir diğer deyişle örgütleri girişimci yapanın ne olduğu, girişimci olan ile olmayanın nasıl ayırt edileceği üzerine yoğunlaşmaktadır.

Girişimcilik firmaların çevreyi şekillendirebilme yeteneği ile ilgilidir (Hakala, 2011: 202). Firmalardaki girişimci yaklaşım, bakış açısı ve eğilimlerin süreklilik arz ettiği durumlarda girişimsel yönelimden bahsedilebilir. Bir firmanın girişimsel yönelime sahip olabilmesi için tek bir eylem yeterli olmayıp, bunun felsefe olarak kabul edilmiş ve süreklilik arz eder durumda olması gerekmektedir (Covin ve Lumpkin, 2011: 858).

Girişimsel yönelimin varlığı, firmaların yenilikçilik, risk alma, proaktiflik ve rekabetçi agresiflik özelliklerinin her birine belirli oranlarda sahip olması ile oluşmaktadır (Covin ve Lumpkin, 2011). Risk alma eğilimleri girişimciliğin dolayısıyla da girişimsel yönelimin merkezinde yer almaktadır. Firmalar adına stratejilerin üst yönetimler tarafından belirlenmesi nedeni ile üst yönetimlerin risk alma eğilimleri firmaların risk alma eğilimlerini gösterir (Wales vd., 2020: 640). Risk alma eğilimi firmalar için mali başarısızlık yaşanması olasılığı bulunan eylemlerde, girişimlerde bulunulması olarak ifade edilebilir. Girişimsel yönelimli firmalarda üst yönetimin risk alma iştahı her türlü çevresel koşulda geçerlidir (Yoo ve Kim, 2020: 3).

Girişimsel yönelime sahip olan firmalar yenilikçilik eğilimlidir. Yenilikçilik eğilimi yeni fikirler, süreçler, ürünlerin çeşitli türlerdeki bileşkesi ile ilgilidir ve üstün müşteri değeri oluşturulmasına yardımcı olur (Cho ve Lee, 2018: 126). Yenilikçilik eğilimi kapsadığı boyutlar bakımından, ürün ile ilgili, davranış ile ilgili ve teknoloji ile ilgili olmak üzere üç ayak üzerine oturmaktadır (Salavou, 2004: 35). Girişimsel yönelimin bir diğer bileşeni proaktifliktir. Bu özellik firmaların çevresel koşulları kendi menfaatine göre biçimlendirebilmesini sağlar (Al Mamun ve Fazal, 2018: 383). Yeni fırsatları öngörmek, rakiplerden önce harekete geçmek proaktiflik göstergesidir (Cho ve Lee 2018: 126). Rekabetçi agresiflik ise proaktifliğe benzer şekilde tepkileri içermekte olup, gerektiğinde yüksek karlılıktan bile vazgeçmeyi kapsayan kıyasıya bir rekabet anlayışı içerisinde olmayı ifade eder (Mostafiz vd., 2021: 429).

Literatürde girişimsel yönelimin örgütsel dayanıklılık üzerine etkilerini araştıran ampirik çalışmalarda çoğunlukla girişimsel yönelimin örgütsel dayanıklılığı pozitif etkilediği sonuçlarına ulaşılmıştır. Goail ve Al-Hakimi (2021) ve Al-Hakimi ve Borade (2020) Yemen’de, Eshhegeri ve Korgba da (2017) Nijerya’da yürüttükleri araştırmalarda girişimsel yönelimin örgütsel dayanıklılığı pozitif etkilediği sonuçlarını elde etmişlerdir. Bu araştırmalar bizim araştırmamızdan farklı olarak imalat ve ticaret sektöründe faaliyet gösteren firmalar üzerinde yürütülmüştür. Zighan vd. (2021) Ürdün’de yürüttükleri nitel araştırma ile girişimsel yönelimin Covid-19 sonrası gelişen süreçte firmaları koruyan yeni yetenekler geliştirmelerinde destek olduğu sonuçlarını elde etmişlerdir. Mandal ve Saravanan (2019) ise araştırması sonucunda girişimsel yönelim ile örgütsel dayanıklılık arasında anlamlı pozitif ilişki bulguları elde edememişlerdir. Araştırmalar göstermektedir ki her ne kadar çoğunlukla girişimsel yönelimin örgütsel dayanıklılığı arttırdığı sonuçları elde edilse de, bağlam ya da sektör farklılaştığında farklı sonuçlar da elde edilebilmektedir. Buradan hareketle Türkiye bağlamında girişimsel yönelimin örgütsel dayanıklılık üzerindeki etkilerinin araştırılması ihtiyacı ortaya çıkmaktadır.

Literatürdeki bu çalışmalardan hareketle, araştırmamızın ilk hipotezi geliştirilmiştir:

H1: Girişimsel yönelim örgütsel dayanıklılık üzerinde pozitif etkiye sahiptir.

2.2.2. Pazar Yönelimi

Literatürde her ne kadar pazarlamanın şemsiyesi altında gelişen bir alan olsa da pazar yöneliminin kökenleri görece yakın tarih olan 1990’lı yıllara dayanmaktadır. Bu dönemde Narver ve Slater (1990: 22) pazar yönelimini, firmaların uzun dönem karlılığa ulaşmak için rakip odaklı ve müşteri odaklı olmaları ve bunlar için de departmanlar arası eşgüdümlemeyi

sağlamaları boyutlarından oluşan bir süreç olarak tanımlamışlardır. Üstün performans ve uzun dönem karlılığı firmaların pazarın ihtiyaç ve gerekliliklerine doğru yanıtları ürettiği durumda ortaya çıkmaktadır (Udriyah vd., 2019: 1420). Pazar yönelimi firmanın rakipleri ve müşterilerini de kapsayan çevresine ilişkin pazar bilgisinin üretilerek tüm firma genelinde paylaşılması ve buna uygun stratejik hamleler oluşturulmasını içerir (Kohli ve Jaworski, 1990: 3).

Müşteri odaklı firmalar müşterilerinin çıkarlarını gözetererek faaliyetlerini planlarlar. Müşterilerin ihtiyaçlarını sistematik bir şekilde tespit eder, analiz eder ve sınıflandırarak bu ihtiyaçlara yönelik tatmin edici faaliyetler planlarlar (Sun ve Zhang, 2021). Günümüzde teknolojik gelişmelerin ulaştığı yer itibariyle hem müşteri ihtiyaçları tarafında hem de firmaların bu ihtiyaçların yönetiminde alacağı pozisyonlarda gelişmeler yaşanmaktadır. Yeni nesil bilgi teknolojisi ve bulut veri tabanı gibi teknolojik araçlar sayesinde dijital müşteri odaklılıktan bahsedilebilir (Sun ve Zhang, 2021: 555). Bu teknolojiler sayesinde bilgi dolaşım hızının artmasıyla müşteri ihtiyaçlarının ne olduğu bilgisine kolayca ulaşılabilmekte ve yine bu teknolojiler bu ihtiyaçların sistematik analizinde kullanılabilir.

Rakip odaklı olmak firmanın pazardaki rakiplerini güçlü ve zayıf yönleri, hamleleri ve becerileri yönünden analiz ederek faaliyetlerin bunlar göz önünde bulundurularak planlanması demektir (Narver ve Slater, 1990: 22). Firmanın sadece rakip odaklı hareket etmesi beklemediği karlılık seviyelerine ulaşamamasına neden olabilir (Bendle ve Vandebosch, 2014: 2). Pazarda avantaj elde etmek ve uzun dönemli karlılığı sağlayabilmek için müşteri odaklılık ve rakip odaklılığın her ikisine birden sahip olmak gerekmektedir (O'Dwyer ve Gilmore, 2019: 23). Firmanın tek başına rakip odaklı ya da müşteri odaklı olması bazı yönlerin eksik kalmasına ve avantaj kaybına neden olacaktır.

Odağına hem müşteri taleplerini hem de rakiplerinin hamlelerini alan bir firmanın tüm bu faktörlere uygun hamleler geliştirebilmek için ikilik yaşamaması, departmanları arası birliği sağlaması gerekmektedir. Firma içi bilgi aktarımının sağlanması, koordineli ve ortak çalışmalar geliştirilmesi departmanlar arası koordinasyon sağlanmasının temel şartlarından (Babu, 2018: 708). Bu temel şartların sağlanması için de dijitalleşme ve bilgi teknolojilerinin kullanılması firmalar için çok güçlü bir vasıta (Ruiz-Alba vd., 2020: 413).

Literatürde pazar yöneliminin örgütsel dayanıklılık üzerine etkilerini araştıran ampirik çalışmalarda muhtelif sonuçlara ulaşılmıştır. Pazar yöneliminin örgütsel dayanıklılık üzerinde negatif etkisi olduğu sonucuna ulaşan tek çalışma Mandal ve Saravanan (2019) tarafından yapılan araştırmadır. Araştırmayı turizm sektöründe gerçekleştiren yazarlar, pazar yöneliminin örgütsel dayanıklılık üzerindeki etkisini güçlü negatif bulmuşlardır. Huang ve Farboudi Jahromi (2021), hizmet sektöründe faaliyet gösteren firmalar üzerine yaptıkları çalışmada pazar yöneliminin dayanıklılık oluşturmak için beş ana stratejiden birisi olduğu sonuçlarını elde etmişlerdir.

Okello ve Luttah (2022) Kenya'da tarım sektöründe yaptıkları araştırmada pazar yöneliminin alt boyutları olan rakip odaklılık ve departmanlar arası koordinasyonun firma performansı ile anlamlı ilişkisini keşfetmişlerdir. Yazarlar bir diğer alt boyut müşteri odaklılığın ise firma performansı ile arasında anlamlı bir ilişki bulunamamasını Kenya'da tarım sektöründe yapılan diğer çalışmalar ile çelişmesi bakımından ise sürpriz olarak nitelemektedirler. Araştırma sonuçlarında rakip odaklılık firma performansını olumlu yönde etkilerken, departmanlar arası koordinasyonun ise negatif etkisi keşfedilmiştir. Araştırmada ayrıca pazar yöneliminin alt boyutları olan rakip odaklılık, müşteri odaklılık ve departmanlar arası koordinasyonun, çiftçi dayanıklılığının öncülleri olduğu sonuçlarını elde etmişlerdir.

Martinelli ve Tagliazzucchi (2019) İtalya’da perakende sektöründe yaptıkları araştırma ile satış yetenekleri, pazar yönelimi, küçük perakendecilerin bireysel yaklaşımı ve sosyal sermayeyi kapsayan bir dizi değişkenin örgütsel dayanıklılık üzerine etkilerini incelemiş, tüm değişkenlerin pozitif ilişki içermekle birlikte en yüksek etkinin pazar yönelimi tarafından oluşturulduğunu keşfetmişlerdir. Literatürde yer alan çalışmalar bağlam koşullarına göre çeşitli sonuçlar elde etmişlerdir.

Literatürdeki bu çalışmalardan hareketle pazar yöneliminin örgütsel dayanıklılık üzerinde bir etkisi olduğu kanaati ile araştırmanın Türkiye bağlamında da yürütülmesi ihtiyacı doğmaktadır. Buna uygun olarak da çalışmamızın bir diğer hipotezi geliştirilmiştir:

H2: Pazar yönelimi örgütsel dayanıklılık üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

2.2.3. Öğrenme Yönelimi

Öğrenme yönelimi firmalarda bilgiye ulaşma, bilgiyi oluşturma ve örgütsel öğrenmeye ulaştırıcı yoldur (Basten ve Haamann, 2018: 2). Bu sayede firmanın performansı artırılabilir, rekabette avantaj elde edilebilir (Martinez vd., 2020: 397). Öğrenme yönelimi firmanın öğrenmeye, bilgiyi oluşturma ve kullanmaya yönelik karakteristik özellikleridir. Firmaların öğrenme ile ilişkisi, hatalarından ya da başarısız uygulamalarından ders çıkartıp faaliyetlerini başarılı olacak şekilde tekrar dizayn etmelerinin arkasındaki faktördür (Covin vd., 2006: 59).

Öğrenme yönelimli firmalar gerek iç gerek dış çevre unsurlarına karşılık öğrenme mekanizmaları sayesinde doğru tepkiler geliştirebilirler. Öğrenme yönelimi sayesinde firma içerisinde üyeler arasında çeşitlilikler azaltılarak denge sağlanabilir ve bu sayede de işbirliği geliştirilebilir (Mehta vd., 2006: 1095). Ayrıca çeşitliliğin azaltılması, denge ve öğrenme mekanizmaları sayesinde de her türlü krize müdahale konusunda firmanın eli güçlenir (Broekema vd., 2019: 200).

Literatürde öğrenme yöneliminin bileşenleri olarak en sık vurgulanan özellikler, firma vizyonunun paylaşılması, firmanın sistem mantığı ile ele alınarak yönetsel faaliyetlerin yürütülmesi, öğrenmeye olan bağlılık ve kurumsal hafızadır. Firma genelinde ortak bir vizyonun paylaşılması üyelerin tamamının (Ejdys ve Gedvilaite, 2017: 56) ortak bir hedefe yönlendirilmesi, bilgi akışının ve iletişimin artırılmasına önyak olur (Strese vd., 2018: 436).

Sistem yönelimi mühendislik temelli bir yaklaşımdır. Firmanın açık sistem olarak ele alınarak tüm bilgi akışı süreçlerinin bu yönde tasarlanmasını gerektirir (Lai ve Huili Lin, 2017: 5). Bu özellik de öğrenme süreçlerinin tüm firma genelinde aktif hale gelmesini sağlayacaktır. Oluşturulan bilgi organizasyon boyunca aşağıdan yukarıya ve yukarıdan aşağıya aktarılabilir. Öğrenmeye bağlılık, dış ve iç tüm çevreden alınan sinyallerin bilgiye dönüştürülerek bu bilginin rekabet avantajı oluşturmaya yönelik öğrenme sürecine dönüştürülmesidir (Dukeov vd., 2020: 556). Kurumsal hafıza ise kurumun edindiği tüm tecrübelerin depolanmış olmasıdır. Bu tecrübeler firma amaçları için ulaşılabilir ve tekrar kullanılabilir şekilde muhafaza edildiği takdirde kurumsal hafızadan bahsedilebilir (Coraiola ve Murcia, 2020: 228). Bunun için de günümüzde bilgi teknoloji araçlarından faydalanılması eskiye nazaran firmalara kurumsal hafıza oluşturulması konusunda avantaj oluşturmaktadır.

Literatürde yer alan araştırmalar öğrenme yönelimi ile örgütsel dayanıklılık arasındaki ilişkiye ilişkin ampirik kanıtlar sunmaktadır. Chowdhury ve Quaddus (2016) Bangladeş'teki hazır giyim endüstrisinde tedarik zincirleri üzerine yürüttükleri çalışmada öğrenmedeki artışların dayanıklılığı artırdığı sonuçlarını elde etmişlerdir. Bununla birlikte dayanıklılığı arttıran diğer özellikler ise tedarik zinciri oryantasyonu ve tedarik zinciri risk yönetim kültürleridir.

Çalışmada ayrıca tedarik zinciri risk yönetiminin, tedarik zinciri oryantasyonu ve tedarik zinciri dayanıklılığı arasındaki ilişkiye aracılık ettiğini keşfedilmiştir.

Mandal ve Saravanan (2019) turizm sektöründe yürüttükleri araştırma ile öğrenme yöneliminin örgütsel dayanıklılığı pozitif etkilediğini keşfetmiştir. Brykman ve King (2021) ise Kanada’da teknoloji start-up firmaları üzerine yaptıkları araştırma ile dayanıklılık kapasitesi ve öğrenme davranışları arasında pozitif ilişki olduğu sonuçlarına ulaşmışlardır. Örgüt iklimi ve liderlik ise araştırmada örgütsel dayanıklılığı etkileyen diğer değişkenler olarak bulunmuştur.

Türkiye’de yapılan bir araştırmada Eryarsoy vd. (2022) Türkiye’de üretim sektöründe faaliyet gösteren 180 firma ile tedarik zincirleri üzerine yürüttükleri çalışmada örgütsel öğrenme ile dayanıklılık arasında ve pozitif yönlü ilişki bulmuşlardır. Ayrıca örgütsel yenilikçilik ve örgütsel çevikliğin ise bu ilişki üzerinde güçlü bir aracı etkiye sahip olduğunu keşfetmişlerdir. Özetle bu araştırmada, örgütsel çeviklik ve örgütsel yenilikçiliğin aracılık ettiği örgütsel öğrenme yeteneğinin, tedarik zinciri dayanıklılığını arttırdığı sonucunu elde etmişlerdir.

Literatürde öğrenme yönelimine ilişkin sonuçlar öğrenme yöneliminin örgütsel dayanıklılık ile ilişkisine işaret etmektedir. Literatürdeki bu çalışmalardan hareketle araştırmamızın bir diğer hipotezi geliştirilmiştir:

H3: Öğrenme yönelimi örgütsel dayanıklılık üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

2.2.4. Teknoloji Yönelimi

Literatürdeki ilk çalışmalarda bir firma için teknoloji yönelimli olmak, günün teknolojik şartlarına uygun teknolojik altyapıya sahip olmak ve bu altyapıyı da müşteri taleplerini karşılanması yolunda değerlendirebilmek anlamına gelmektedir (Gatignon ve Xuereb, 1997: 78). Günümüzde ise kavram genişletilerek Ar-Ge odaklı olmak, yenilikçilik eğilimleri, dijitalleşme eğilimleri ve dijital yenilikler gibi özelliklerin teknoloji yönelimi tarafından kapsandığı bir yapıya kavuşmuştur (Kindermann vd., 2021; Kohli ve Melville, 2019). Bu özelliklerin de üst yönetim bünyesinde olgunlaşmaları nedeni ile teknoloji yönelimi de stratejik bir seçim özelliği kazanmaktadır (Kindermann vd., 2021: 645). Bir başka deyişle teknoloji yönelimli olmak üst yönetimin tasarrufu ile artış ya da azalış gösteren bir stratejik yönelimdir.

Quinton vd. (2018) teknoloji yönelimini diğer stratejik yönelimleri içine alacak şekilde ele almışlardır. Yazarlara göre teknoloji yönelimi diğer yönelimlerin bileşkesinden oluşur ve yenilikçilik ile yüksek derecede ilişkilidir (Quinton vd., 2018: 434). Bu firmalarda yenilikçilik teşvik edilir ve yenilikçi fikirler, buluşlar ayrıca ödüllendirilir. Bu fikirlerin desteklenmesi firma değeri olarak kabul görmektedir (Zhou vd., 2005: 46). Teknoloji yönelimli firmalar yenilikçiliğe giden yoldaki bu faaliyetleri süreç olarak belirlemişlerdir (Masa’deh vd., 2018: 3122).

Teknoloji yönelimi ve örgütsel dayanıklılık ilişkisine yönelik araştırmalarda, Robertson vd. (2022) Güney Afrika’daki 79 KOBİ’yi dahil ettikleri ve karma yöntem kullandıkları araştırmada dijital olgunluğun örgütsel dayanıklılığı arttırdığı sonuçlarını elde etmişlerdir. Zhang vd. (2021) Çin’de 339 firma ile yürüttükleri araştırmada firmaların dijital dönüşümlerinin örgütsel dayanıklılıklarını arttırdığı sonuçlarına ulaşmışlardır.

Marcucci vd. (2022) tarafından İtalya’da endüstri alanında faaliyet gösteren 160 firma üzerinde gerçekleştirilen araştırma sonuçlarına göre bilgi teknolojileri ile ilişkili endüstri 4.0 kilit teknolojilerinin kullanılması örgütsel dayanıklılığı arttırmaktadır. Firmaların temel bilgi teknolojileri uygulama düzeyleri kesintilere dayanma ve genel olarak beklenmeyen senaryolara uyum sağlama becerilerini geliştirmektedir (Marcucci vd., 2022). Ayrıca temel bilgi

teknolojileri uygulama düzeyleri ne kadar yüksek olursa, firmanın sipariş yerine getirme ve müşteri memnuniyet algısı o kadar iyi olmaktadır (Marcucci vd., 2022).

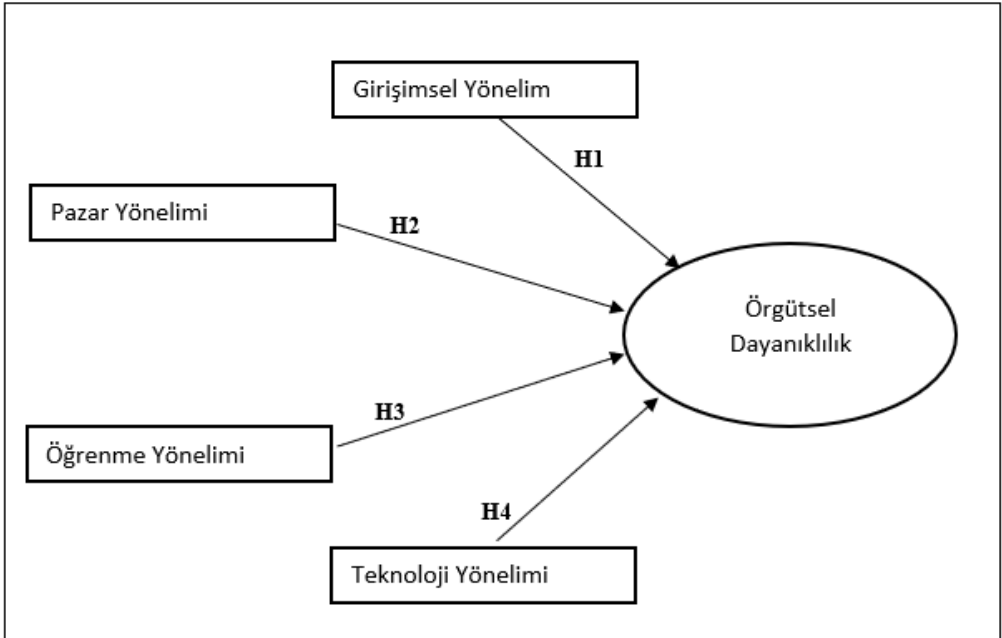
Benzer konuda Miceli vd. (2021), yaptıkları çalışmada diğer araştırmalardan farklı çıkarımlarda bulunmuşlardır. Yazarlar yapay zeka, endüstri 4.0 ve veri kullanımını kapsayan dijitalleşmenin firmaların absorbe etme/uyum sağlama, esneklik ve kısa vadeli öngörülerinden oluşan stratejik dayanıklılıklarına olumsuz etkisi de olabileceği önermesinde bulunmuşlardır. Aldianto ve diğerlerinin (2021) bulgularına göre ise teknoloji yeteneği firmaların iş dayanıklılığını yüksek bir şekilde yürütebilmelerine yardımcı olmaktadır.

Bazı çalışmalarda ise teknoloji yöneliminin aracı değişken olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Hussain ve Malik, (2022) Birleşik Arap Emirlikleri'nde 268 otel işletmesi ile yürüttükleri çalışmada teknoloji yöneliminin, dayanıklılık ve çeviklik arasında aracı rolü olduğu; Mandal (2017) sağlık sektöründeki araştırmasında örgüt kültürünün dayanıklılık üzerindeki etkisini arttırdığı; Mandal (2020) dayanıklılık ve performans arasındaki ilişkiye aracılık ettiği; Mandal (2019) bilgi teknolojileri kapasitelerinin dayanıklılık üzerindeki etkisini arttırdığı sonuçlarına ulaşmışlardır.

Literatürde yer alan araştırma çeşitliliği teknoloji yöneliminin örgütsel dayanıklılık üzerine etkisi olduğu kanaatinin edinilmesine neden olarak, ilişkiye yönelik araştırmanın Türkiye bağlamında da gerçekleştirilmesi ihtiyacını doğurmaktadır. Buradan hareketle de araştırmamızın son hipotezi geliştirilmiştir:

H4: Teknoloji yönelimi örgütsel dayanıklılık üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

Oluşturulan hipotezlere ilişkin araştırma modeli Şekil 1'de sunulmuştur.



Şekil 1. Araştırma modeli

3. METODOLOJİ VE UYGULAMA

3.1. Örneklem ve Ölçekler

Bu araştırma İstanbul Ticaret Odası'na kayıtlı olup hizmet sektöründe faaliyet gösteren, KOBİ statüsündeki işletmeler üzerinde yürütülmüştür. KOBİ seçiminin nedenleri ise mali güçlerinin düşük olması, kaynak temin etme ve bütçe dengesi sorunları, eksik kurumsallaşma gibi çeşitli zaafı (Baykal, 2022; Zhong, 2021) nedeniyle Covid-19 pandemisi döneminde gelişen süreçte en olumsuz etkilenen gruplardan olmaları ve bununla birlikte Türkiye ekonomisinde girişimlerin %99,8'i, istihdamın %72'sini (TÜİK, 2020a) oluşturup, bir anlamda ekonominin yükünü çekmeleridir. Veriler yüz yüze anket yöntemi ile toplanmıştır. Anketler firmaların stratejik karar alma mekanizmalarına yakın kritik üyeleri olan sahipleri, ortakları veya stratejik karar alma mekanizması içerisinde bulunan üst düzey yöneticilerine uygulanmıştır. İstanbul'un seçilmesinin nedeni, bu şehrin Türkiye'nin ana iş merkezi olması ve ülke genelinde barındırdığı nüfus yoğunluğundan daha yüksek bir ticari yoğunluğa sahip olmasıdır.

Araştırmamızda girişimsel yönelim, pazar yönelimi, öğrenme yönelimi, teknoloji yönelimi ve örgütsel dayanıklılık değişkenlerinin her birisini ölçmek için çok boyutlu birden fazla ölçek kullanılmıştır. Ölçeklerin ana dilinde kullanılmaması nedeni ile girişimsel yönelim ölçeği, pazar yönelimi ölçeği, öğrenme yönelimi ölçeği ve teknoloji yönelimi ölçeği için Bulut'un (2007) uyarlaması, örgütsel dayanıklılık ölçeği için ise Çoban Kumbalı'nın (2018) uyarlaması kullanılmıştır.

Bulut (2007) teknoloji yönelimi ve pazar yönelimi ölçeklerini hazır ölçeklerden uyarlamıştır. Teknoloji yönelimi ölçeği Zhou vd. (2005), pazar yönelimi ölçeği Narver ve Slater (1990) tarafından geliştirilmiştir. Girişimsel yönelim ölçeği ve öğrenme yönelimi ölçeğini ise literatürde yer alan ölçekleri birleştirerek ya da bazı ifadelerini alarak oluşturmuş ve uyarlamıştır. Örgütsel dayanıklılık için ise Wicker vd. (2013) tarafından geliştirilen Çoban Kumbalı (2018) tarafından uyarlanan ölçek kullanılmıştır.

Ölçeklere ilişkin geniş bir kaynak yelpazesi mevcut olup, uyarlama yapan kaynaklar da dahil edilerek Tablo 1'de sunulmuştur. Analiz aşamasında girişimsel yönelim, pazar yönelimi, öğrenme yönelimi, teknoloji yönelimi ve örgütsel dayanıklılık ölçekleri birer kavram olarak ele alınmıştır. Analizler ikincil düzeye indirgenmemiştir.

Tablo 1. Kullanılan Ölçekler ve Kaynakları

Ölçek	Alt boyut	Ölçek Kaynakları	Ölçekteki İfade Adedi
Girişimsel Yönelim Ölçeği	Risk Alma Eğilimi	Barringer ve Bluedorn (1999); Dess, Lumpkin ve Covin (1997); Liu, Luo ve Shi (2002); Naman ve Slevin (1993); Bulut (2007)	7
	Yenilikçilik Eğilimi	Calantone, Çavuşgil ve Zhao (2002); Antoncic ve Hisrich (2001); Bulut (2007)	5
	Proaktiflik Eğilimi	Miller (1983); Naman ve Slevin (1993); Bulut (2007)	5

	Rekabetçi Agresiflik Eğilimi	Lumpkin ve Dess (2001); Bulut (2007)	2
Girişimsel Yönelim Ölçeği Toplam İfade Sayısı			19
Pazar Yönelimi Ölçeği	Müşteri Odaklılık	Narver ve Slater (1990); Bulut (2007)	6
	Rakip Odaklılık		4
	Departmanlar Arası Koordinasyon		5
Pazar Yönelimi Ölçeği Toplam İfade Sayısı			15
Öğrenme Yönelimi Ölçeği	Paylaşılan Vizyon	Calantone, Çavuşgil ve Zhao (2002); Denison (2000); Hult, Ketchen ve Reus (2001); Bulut (2007)	5
	Sistem Yönelimi		5
	Öğrenmeye Bağlılık		6
	Organizasyonel Hafıza Eğilimi		7
Öğrenme Yönelimi Ölçeği Toplam İfade Sayısı			23
Teknoloji Yönelimi Ölçeği	-	Zhou, Yim ve Tse (2005); Bulut (2007)	5
Teknoloji Yönelimi Ölçeği Toplam İfade Sayısı			5
Örgütsel Dayanıklılık Ölçeği	Sağlamlık	Wicker, Filo ve Cuskelly (2013); Çoban Kumbalı (2018)	5
	Yedekleme		5
	Beceri		6
	Atıklık		5
Örgütsel Dayanıklılık Ölçeği Toplam İfade Sayısı			21

Kaynak: Bulut (2007), Çoban Kumbalı (2018) ve Hakala (2011) çalışmalarından hareketle oluşturulmuştur.

Nicel veri toplama araçlarının tamamında 5'li Likert tipi ölçek kullanılmıştır. İfadeye katılma derecesi (1:en düşük - 5:en yüksek) şeklinde düzenlenmiştir. Ayrıca 10 soruluk sosyo-demografik bilgi formu ile tanımlayıcı bilgilere ulaşılması hedeflenmiştir.

Bu bağlamda 500 geçerli anket toplanmış olup veriler AMOS-24 programı ile Yapısal Eşitlik Modellemesi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir.

3.2. Ölçek Geçerlilik ve Güvenilirliği

Ölçek geçerlilik ve güvenilirliğini ölçümlemek için yapılan analizlere Doğrulamalı Faktör Analizleri (DFA) ile başlanmıştır. Bu analiz ile değişkenlerin teorik anlamda birlikte yüklenip yüklenmediği, yapı, yakınsak ve ayırt edici geçerlilik değerleri ölçümlenmiştir. Bu analizler ile elde edilen boyutların güvenilirliği için Cronbach's Alfa ve Composite Reliability (CR) değerleri dikkate alınmıştır. Analiz sonuçları Tablo 2 ve Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 2. Faktör Analiz Değerleri

Yapı	Madde	Faktör Yüğü	Yapı	Madde	Faktör Yüğü
		DFA			DFA
Pazar Yönelimi	1	0,677	Öğrenme Yönelimi	1	0,783
	2	0,773		2	0,699
	3	0,794		3	0,798
	4	0,678		4	0,764
	5	0,7		5	0,76
	6	0,668		8	0,755
	7	0,619		9	0,811
	8	0,876		10	0,647
	9	0,85		11	0,687
	10	0,754		12	0,787
	11	0,687		13	0,812
	12	0,758		14	0,735
	13	0,717		15	0,789
	14	0,671		16	0,735
	15	0,702		18	0,73
Teknoloji Yönelimi	1	0,459	19	0,616	
	2	0,844	20	0,758	
	3	0,89	21	0,741	
	4	0,723	22	0,659	
	5	0,785	23	0,583	
Yapı	Madde	Faktör Yüğü	Yapı	Madde	Faktör Yüğü
Örgütsel Dayanıklılık		DFA	Girişimsel Yönelim		DFA
	1	0,829		1	0,828
	2	0,746		2	0,888
	3	0,879		3	0,862
	4	0,79		4	0,747
	6	0,769		5	0,778
	7	0,751		6	0,805
	9	0,838		8	0,769
	10	0,802		9	0,789

12	0,663	10	0,837
13	0,859	11	0,796
14	0,837	12	0,762
19	0,829	13	0,831
20	0,836	14	0,841
21	0,867	15	0,844
		16	0,836
		17	0,831
		18	0,884
		19	0,765

Yapılan analizde faktör yükleri değerleri alt sınırı 0,4 olarak kabul edilmiştir (Hair vd., 2014: 104). Tablo 2’de sunulan veriler incelendiğinde faktör yükleri kabul edilebilir sınırlar içerisinde. Bu sınırlar dışarısında kalan da teorik olarak öngörülen faktör yapısına yüklenmeyen değişkenler faktör yapısını bozmayacak şekilde ölçek dışına çıkarılmıştır.

Tablo 3. Güvenilirlik Değerleri

Yapı / Güvenilirlik	Cronbach α	CR	AVE	KMO	Toplam Varyans
Örgütsel Dayanıklılık	0,942	0,931	0,772	0,946	%75,791
Girişimsel Yönelim	0,944	0,88	0,647	0,941	%75,449
Pazar Yönelimi	0,889	0,762	0,518	0,900	%62,793
Öğrenme Yönelimi	0,919	0,837	0,563	0,913	%64,343
Teknoloji Yönelimi	0,852	0,865	0,571	0,810	%64,152
Notlar	Tüm DFA yolları $p < 0,05$ durumunda istatistiksel olarak anlamlıdır.				
Model Uyum Değerleri	$X^2/df = 2,494$; RMSEA = 0,055; CFI=0,851; IFI= 0,852				

DFA’da boyutların güvenilirliği için CR değerlerine bakılmış ve hepsinin 0,6’nın üzerinde olduğu görülmüştür (Hair vd., 2014: 107). Ek olarak oluşturulan boyutların güvenilirliği için Cronbach’s Alfa değeri kontrol edilmiş ve boyut değerleri 0,6’nın üzerinde olduğu için güvenilir kabul edilmiştir (Alpar, 2017). DFA modelinin model uyum iyilik değerleri incelenmiştir. Bu doğrultuda X^2/df değeri: 2,494, RMSEA değeri: 0,055, CFI değeri: 0,851 ve IFI değeri: 0,852 bulunmuştur. Bu sonuçlara göre modelin uyumunun iyi olduğu görülmüştür (Hu ve Bentler 1999; Schumacker ve Lomax, 2012). Sonuç olarak veriler incelendiğinde, araştırmada değerlendirilecek ölçeklerin güvenilir ve geçerli olduğu istatistiksel olarak açıklanmıştır.

3.3. Bulgular

Tablo 4’te sunulan korelasyon matrisi boyutlar arasındaki ilişki analiz değerlerini içermektedir. Değerler, tüm boyutların birbirleri ile pozitif ve anlamlı bir ilişkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 4. Korelasyon Matrisi

Yapı	TY	ÖY	PY	GY	ÖD
Teknoloji Yönelimi (TY)	0,756	0,505***	0,46***	0,751***	0,698***

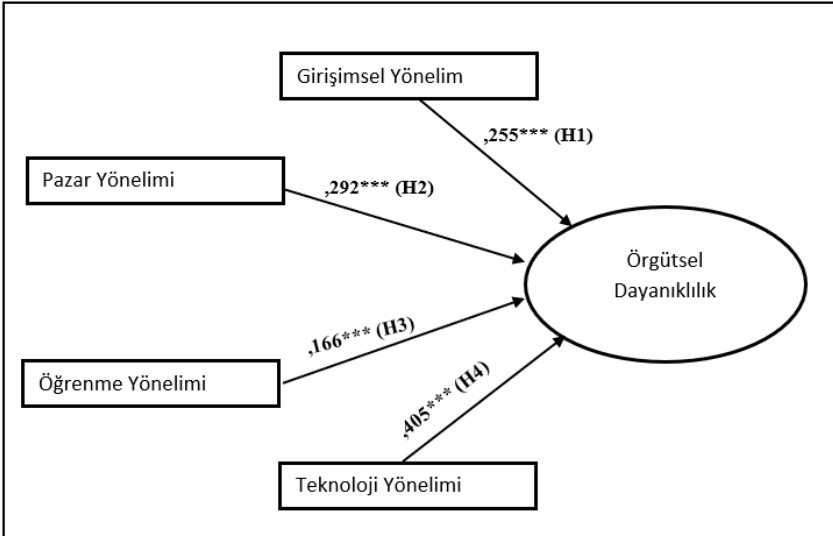
Öğrenme Yönelimi (ÖY)		0,75	0,888***	0,64***	0,595***
Pazar Yönelimi (PY)			0,72	0,742***	0,62***
Girişimsel Yönelim (GY)				0,805	0,729***
Örgütsel Dayanıklılık (ÖD)					0,879
*** $p < 0,01$ Tüm korelasyonlar $p < 0,01$ durumunda istatistiksel olarak anlamlıdır. AVE değerlerinin karekökü, Ayırt Edici Geçerlilik için köşegenlerde temsil edilir ve köşegen değerleri olarak tabloda belirtilmiştir.					

Hipotezleri test etmek için kullanılan Yapısal Eşitlik Modellemesi analiz sonuçları Tablo 5'te sunulmuştur. Analiz sonucunda tüm hipotezler kabul edilmiştir. Girişimsel yönelim, pazar yönelimi, öğrenme yönelimi ve teknoloji yönelimi örgütsel dayanıklılığı anlamlı ve pozitif etkilemektedir.

Tablo 5. Hipotez testleri

Hipotezler		β	S.E.	C.R.	P	
Örgütsel Dayanıklılık	<---	Girişimsel Yönelim	0,255	0,035	7,261	<0,05
	<---	Pazar Yönelimi	0,292	0,067	4,341	<0,05
	<---	Öğrenme Yönelimi	0,166	0,045	3,715	<0,05
	<---	Teknoloji Yönelimi	0,405	0,056	7,19	<0,05

Sonuç modeli Şekil 2'de sunulmuştur. Analiz sonuçlarına göre H4 hipotezinde yer alan teknoloji yönelimi en yüksek katsayıya sahip olup ($\beta=0,405$) örgütsel dayanıklılığı pozitif anlamda en yüksek derecede etkileyen değişkendir. H3 hipotezinde yer alan öğrenme yönelimi ise pozitif etkilemekle beraber diğer değişkenlere kıyasla en düşük katsayıya sahiptir ($\beta=0,166$). H1 hipotezinde yer alan girişimsel yönelim ve H2 hipotezinde yer alan pazar yönelimlerinin etki katsayıları diğer hipotezlere oranla ortalama değerlere sahiptir.



Şekil 2. Sonuç modeli

4. SONUÇLAR

Araştırmada girişimsel yönelim, pazar yönelimi, öğrenme yönelimi ve teknoloji yöneliminin örgütsel dayanıklılığı etkilediğine ilişkin hipotezler test edilmiş ve bu stratejik yönelimlerin kendi aralarındaki korelasyonlar araştırılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre girişimsel yönelimin örgütsel dayanıklılık üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır. Bu sonuç göstermektedir ki, literatürden hareketle yenilikçilik, proaktiflik eğilimi, rekabetçi agresiflik ve risk alma eğilimlerini içeren girişimsel yönelimler, buna sahip olan firmalar için örgütsel dayanıklılık sağlanması konusunda sahip oldukları bir değeri temsil etmektedir. Pazar yöneliminin örgütsel dayanıklılık üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır. Bu sonuç göstermektedir ki, literatürden hareketle müşteri odaklılık, rakip odaklılık ve departmanlar arası koordinasyonu içeren pazar yönelimleri, firmaların örgütsel dayanıklılıklarını arttırmaktadır. Öğrenme yöneliminin örgütsel dayanıklılık üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır. Bu sonuç göstermektedir ki, literatürden hareketle, paylaşılan vizyon, sistem oryantasyonu, öğrenmeye bağlılık ve organizasyonel hafıza eğilimini içeren öğrenme yönelimlerinin benimsenmesi örgütsel dayanıklılık sağlanması hususunda firmalara avantaj sağlamaktadır. Teknoloji yöneliminin örgütsel dayanıklılık üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır. Bu etki diğer stratejik yönelimlere kıyasla en güçlü etkidir. Sonuçlar örgütsel dayanıklılığı yüksek olan firmaların diğer yönelimlere nazaran yüksek oranda teknoloji yönelimine sahip olduğunu göstermektedir.

Araştırmada girişimsel yönelim, pazar yönelimi, öğrenme yönelimi ve teknoloji yöneliminin aralarındaki ilişkilere yönelik sonuçlar da elde edilmiştir. Bu stratejik yönelimler arasında orta ve yüksek düzeylerde korelasyonlar keşfedilmiştir. Stratejik yönelimlerin tamamı birbirleri ile pozitif korelasyona sahiptir. Elde edilen sonuçlara göre en yüksek korelasyon pazar yönelimi ve öğrenme yönelimi arasındadır. Bununla birlikte pazar yönelimi ile girişimsel yönelim ve teknoloji yönelimi ile girişimsel yönelimler arasında yüksek düzeyde korelasyon bulunmaktadır.

Bu araştırmanın sonuçları literatürde tek bir stratejik yönelime sahip olunmasının ya da odaklanılmasının bazı dezavantajlar oluşturabileceği (Lonial ve Carter, 2015; Quinton vd., 2018) görüşünü destekler niteliktedir. Bu görüş ampirik çalışmalarla da desteklenmektedir. Örneğin, sadece pazar yönelimine odaklanan bir firma girişimcilikle bağlantılı olan pazardaki fırsatları kaçırabilir ya da pazar odaklı olmayan bir girişimsel yönelim tezat oluşturmaktadır ve bu nedenle her ikisine birlikte sahip olunması gerekmektedir (Matsuno, Mentzer ve Özsoyer 2002). Sadece pazar yönelimine sahip olmak pazar tabanlı yenilikçiliği (inovasyon) engellemektedir ya da sadece teknoloji yönelimine sahip olmak pazar tabanlı yenilikçiliğe (inovasyon) daha az ilgi duyulmasını sağlamaktadır ve bu nedenlerle bu yönelimlerle eş zamanlı olarak girişimsel yönelime sahip olmak da önemlidir (Zhou vd., 2005). Literatürdeki görüşlere paralel olarak araştırmanın sonuçları ile de desteklendiği üzere firmalar çeşitli stratejik yönelimlere sahip olmalıdırlar. Özellikle günümüz iş koşullarındaki türbülanslar, teknolojiye yüksek gelişim hızı gibi etkenler bir arada değerlendirildiğinde tek bir stratejik yönelime sahip olmak bazı alanların eksik kalmasına, bazı fırsatların kaçırılmasına ve araştırmanın temel konusu olan dayanıklılık konusunda zayıf kalınmasına sebep teşkil etmektedir.

Stratejik yönelimler firma stratejilerinin bir anlamda ana hatlarını tanımlamaktadır. Firmaların strateji içerikleri ya da uygulamaları bu araştırma konusunun dışında farklı süreç olarak değerlendirilmelidir. Firmalar karşı karşıya oldukları çeşitli iç ve dış koşullara göre eş zamanlı olarak çeşitli stratejik yönelimlere sahip olabilirler (Slater, Olson ve Hult, 2006). Bu sayede

çeşitli koşullara uygun stratejiler geliştirebilir ve uygulayabilirler. Bir başka deyişle firmalar içerisinde buldukları pazarların özelliklerine göre davranışlar, stratejiler geliştirmelidirler (Theodosiou, Kehagias ve Katsikea, 2012). Araştırmamızın sonuçları da bu görüşü desteklemektedir.

Bu bağlamda firmalar teknoloji yönelimli olup yeni teknolojilere yatırım yapmalı, bu sayede hem uzaktan çalışma gibi beceriler için teknolojik donanıma sahip olmalı hem de yeni ürün ve hizmetler geliştirme yönünde adımlar atabilmelidirler. Firmalar pazar yönelimine sahip olup departmanlar arası eşgüdümü sağlayarak müşteri talepleri ve rakip hamlelerine karşı duyarlı ve aktif yanıt verebilir pozisyonda olmalıdırlar. Firmalar girişimsel yönelim ile rekabetçi bir yaklaşım sergilemeli, piyasada oluşacak fırsatları değerlendirme yönünde risk anlayışı geliştirmeli ve yenilikçilik odaklı olmalıdırlar. Firmalar öğrenme yönelimli olup öğrenme yoluyla elde edilen bilgiyi, yenilikçilik, rekabet, teknoloji gibi tüm diğer süreçleri destekleyecek şekilde kullanılmalıdırlar. Özet deyişle örgütsel dayanıklılıklarını arttırmak için firmalar tüm bunları ortak potada eritip kendi bağlamlarına uygun olacak oranlarda stratejik yönelim karmasına sahip olmalıdırlar.

Bu çalışmanın ampirik araştırmasına ilişkin veriler sınırlı bir coğrafi alanda toplanmıştır. Araştırmada İstanbul'daki firmalarla iletişime geçilmiştir. Hizmet sektöründe faaliyet gösteren firmaların bu bölgede yoğunlaşması, bu firmalara daha kolay ulaşılabilmesini ve dolayısıyla saha çalışmasının odağının bu coğrafi alanda yoğunlaşmasına neden olmuştur. Bu nedenle verilerin temsil edilebilirliği İstanbul'da bulunan şirketlerin doğası ile sınırlıdır. Ayrıca araştırma hizmet sektöründeki KOBİ'ler üzerinde yürütülmüştür. Hizmet sektörü geniş bir yelpazedir ve birçok alt sektörü bünyesinde barındırmaktadır. Sonraki araştırmalarda araştırma örnekleminin sektör bazlı daraltılması konunun daha açıklayıcı olarak ele alınmasını, farklı sektörler arasında yapılacak araştırmalarla da kıyaslama yapılabilmesine olanak sağlayacaktır. Ayrıca sonraki araştırmalarda ikincil düzey ilişkilerin analiz edilmesi önerilmektedir. Hem girişimsel yönelim, pazar yönelimi, öğrenme yönelimi ve teknoloji yönelimi, hem de örgütsel dayanıklılık kavramları alt boyutları düzeyinde ele alınarak araştırma alanına ilişkin derinlemesine kavrayış geliştirilebilir.

4.1. Tartışma

Bu araştırma girişimsel yönelim, pazar yönelimi, öğrenme yönelimi ve teknoloji yöneliminin örgütsel dayanıklılık üzerindeki etkisini ampirik yöntemlerle test etmektedir. Çalışmanın yol analizi, çeşitli stratejik yönelimlerin örgütsel dayanıklılığı nasıl etkilediğini anlamaya çalışırken oldukça açıklayıcıdır. Mevcut literatürde, çeşitli stratejik yönelimlerin örgütsel dayanıklılık üzerindeki etkilerini inceleyen ve bu çalışmanın bulguları doğrultusunda sonuçlar elde eden çalışmalar bulunmaktadır (Abbas ve Hassan, 2016; Caniels ve Baaten, 2019; Coleman ve Adim, 2019; Tortorella vd., 2022). Bu çalışmalar gerek bağlamları gerekse odaklandıkları örneklemeler bakımından çeşitlilik göstermektedir.

Mandal ve Saravanan (2019) araştırmamız kapsamında ele alınan stratejik yönelimleri de kapsayan bir dizi değişkenin örgütsel dayanıklılık üzerindeki etkisini incelemiştir. Mandal ve Saravanan (2019) yürüttükleri araştırmada öğrenme yöneliminin örgütsel dayanıklılık üzerinde anlamlı pozitif etkisi olduğu ve pazar yöneliminin ise örgütsel dayanıklılığı güçlü bir şekilde negatif etkilediği sonuçlarını elde etmişlerdir. Aynı araştırmada girişimsel yönelim ve teknoloji yöneliminin örgütsel dayanıklılık üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı sonuçlarına da ulaşılmıştır. Bu sonuçlar araştırmamız sonuçlarından öğrenme yönelimi haricinde farklılaşmaktadır. Bunun nedenleri olarak Mandal ve Saravanan (2019) tarafından yürütülen araştırmanın turizm sektöründe yapılması ve bununla birlikte bölgesel etkiler gösterilebilir.

Literatürde stratejik yönelimler ve örgütsel dayanıklılık literatürlerini birleştiren araştırmalarda girişimsel yönelimin örgütsel dayanıklılığı pozitif etkilediği sonuçları; Al-Hakimi ve Borade (2020), Eshegheri ve Korgba (2017), Goail ve Al-Hakimi (2021), Zighan vd. (2021) tarafından yürütülen araştırmalarda elde edilmiştir. Pazar yöneliminin örgütsel dayanıklılığı pozitif etkilediği sonuçları Huang ve Farboudi Jahromi (2021), Martinelli ve Tagliazzucchi (2019), Okello ve Lutah (2022) tarafından yürütülen araştırmalarda elde edilmiştir. Öğrenme yöneliminin örgütsel dayanıklılığı pozitif etkilediği sonuçları Eryarsoy vd. (2022), Brykman ve King (2021), Chowdhury ve Quaddus (2016) tarafından yürütülen araştırmalarda elde edilmiştir. Teknoloji yöneliminin örgütsel dayanıklılığı pozitif etkilediği sonuçları Robertson vd. (2022), Zhang vd. (2021), Marcucci vd. (2022), Aldianto vd. (2021) ve Mandal (2019) tarafından yürütülen çalışmalarda elde edilmiştir. Bu sonuçların tamamı araştırma sonuçlarımız tarafından desteklenmektedir.

Ayrıca teknoloji yöneliminin aracı değişken olduğu sonuçlarını elde eden Hussain ve Malik, (2022), Mandal (2017) ve Mandal (2020) araştırmaları örgütsel dayanıklılığın artırılmasına yönelik sundukları pozitif katkı yönünden araştırma sonuçlarımız tarafından desteklenir niteliktedir. Araştırma sonuçlarımızdan ayrılan bir sonuç elde eden Miceli vd. (2021) dijitalleşmenin yapay zeka, endüstri 4.0 ve büyük veri kullanımı yoluyla türbülans oluşturabileceği ve firmaların stratejik dayanıklılıklarına olumsuz etkisi de olabileceği önermesinde bulunmuşlardır. Bu ayrışmanın sebebi olarak Miceli vd. (2021) çalışması kavramsal bir çalışma olup, sunduğu önermeler ampirik olarak test edilmeye muhtaçtır. Ampirik kanıtlara dayanan araştırma sonuçlarımızda ise teknoloji yönelimi örgütsel dayanıklılığı güçlü bir şekilde pozitif yönlü etkilemektedir. Bu konuda derinlemesine kavrayış için sonraki çalışmalarda firmaların dijitalleşme seviyelerinin ölçümlenerek dayanıklılık üzerine etkileri incelenmelidir.

Ayrıca, bu çalışmada stratejik yönelimler arasında güçlü ilişkiler bulunmuştur. Bu bulgular, literatürdeki çalışmalarda stratejik yönelimler arasında bulunan yüksek korelasyon sonuçlarını doğrulamaktadır (Grinstein, 2008; Hakala, 2011). Buna dayanarak, duruma göre şirketlerin birden fazla stratejik yönelim kombinasyonu benimsemesi durumunda yüksek performans olasılığının artacağı görüşüne de (Laukkanen, 2013; Masa'deh vd., 2018; Sahi vd., 2020) paralellik göstermektedir.

KAYNAKÇA

- ABBAS, M. W., & HASSAN, M. (2016). Impact of learning & market orientation on business performance & innovation: The mediating role of business resilience & CRM effectiveness. *European Journal of Business and Management* 8(22): 75-84.
- ACQUAAH, M., AMOAKO-GYAMPAH, K., & JAYARAM, J. (2011). Resilience in family and nonfamily firms: An examination of the relationships between manufacturing strategy, competitive strategy and firm performance. *International Journal of Production Research*, 49(18), 5527-5544.
- AL MAMUN, A., & FAZAL, S. A. (2018). Effect of entrepreneurial orientation on competency and micro-enterprise performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(3), 379-398.
- AL-HAKIMI, M. A., & BORADE, D. B. (2020). The impact of entrepreneurial orientation on the supply chain resilience. *Cogent Business & Management* 7(1): 1-18.

- ALDIANTO, L., ANGGADWITA, G., PERMATASARI, A., MIRZANTI, I. R., & WILLIAMSON, I. O. (2021). Toward a business resilience framework for startups. *Sustainability*, 13(6), 3132.
- ALOULO, W. J. (2019). Impacts of strategic orientations on new product development and firm performances: Insights from Saudi industrial firms. *European Journal of Innovation Management*, 22(2), 257-280.
- ALPAR, R. (2017). *Uygulamalı çok değişkenli istatistiksel yöntemler*. Ankara: Detay Yayıncılık
- ANTONCIC, B., & HISRICH, R. D. (2001). Intrapreneurship: Construct refinement and cross-cultural validation. *Journal of Business Venturing*, 16(5), 495–527.
- ANDERSON, B. S., KREISER, P. M., KURATKO, D. F., HORNSBY, J. S., & ESHIMA, Y. (2015). Reconceptualizing entrepreneurial orientation. *Strategic Management Journal*, 36(10), 1579–1596.
- ANDERSSON, T., CAKER, M., TENGBLAD, S., & WICKELGREN, M. (2019). Building traits for organizational resilience through balancing organizational structures. *Scandinavian Journal of Management*, 35(1), 36-45.
- ANEES-UR-REHMAN, M., & JOHNSTON, W. J. (2019). How multiple strategic orientations impact brand equity of B2B SMEs. *Journal of Strategic Marketing*, 27(8), 730-750.
- ANNARELLI, A., & NONINO, F. (2016). Strategic and operational management of organizational resilience: Current state of research and future directions. *Omega*, 62, 1-18.
- ASHRAFI, A., RAVASAN, A. Z., TRKMAN, P., & AFSHARI, S. (2019). The role of business analytics capabilities in bolstering firms' agility and performance. *International Journal of Information Management*, 47, 1-15.
- ATES, A., & BITITCI, U. (2011). Change process: A key enabler for building resilient SMEs. *International Journal of Production Research*, 49(18), 5601-5618.
- BABU, M. M. (2018). Impact of firm's customer orientation on performance: the moderating role of interfunctional coordination and employee commitment. *Journal of Strategic Marketing*, 26(8), 702-722
- BARASA, E., MBAU, R., & GILSON, L. (2018). What is resilience and how can it be nurtured? A systematic review of empirical literature on organizational resilience. *International journal of health policy and management*, 7(6), 491.
- BARRINGER, B. R., & BLUEDORN, A. C. (1999). The relationship between corporate entrepreneurship and strategic management. *Strategic Management Journal*, 20(5), 421-444.
- BARROS, V. F. D. A., RAMOS, I., & PEREZ, G. (2015). Information systems and organizational memory: a literature review. *JISTEM-Journal of information systems and technology management*, 12, 45-63.
- BASTEN, D., & HAAMANN, T. (2018). Approaches for organizational learning: A literature review. *Sage Open*, 8(3).

- BAYKAL, E. (2020). Effects of Resilience on Life Satisfaction Among Employees During COVID-19 Pandemic. *Journal of Cyprus Studies*, 21(46).
- BAYKAL, E. (2022). Succession in Family Business Through Authentic Leadership. *Research Anthology on Strategies for Maintaining Successful Family Firms* (s. 488-503) içinde. IGI Global.
- BELIAEVA, T., SHIROKOVA, G., WALES, W., & GAFFOROVA, E. (2020). Benefiting from economic crisis? Strategic orientation effects, trade-offs, and configurations with resource availability on SME performance. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(1), 165-194.
- BENDLE, N., & VANDENBOSCH, M. (2014). Competitor orientation and the evolution of business markets. *Marketing Science*, 33(6), 781-795.
- BRANDON-JONES, E., SQUIRE, B., AUTRY, C. W., & PETERSEN, K. J. (2014). A contingent resource-based perspective of supply chain resilience and robustness. *Journal of Supply Chain Management*, 50(3), 55-73.
- BROEKEMA, W., PORTH, J., STEEN, T., & TORENVLIED, R. (2019). Public leaders' organizational learning orientations in the wake of a crisis and the role of public service motivation. *Safety science*, 113, 200-209.
- BRUNEAU, M., CHANG, S. E., EGUCHI, R. T., LEE, G. C., O'ROURKE, T. D., REINHORN, A. M., & VON WINTERFELDT, D. (2003). A framework to quantitatively assess and enhance the seismic resilience of communities. *Earthquake Spectra*, 19(4), 733-752.
- BRYKMAN, K. M., & KING, D. D. (2021). A resource model of team resilience capacity and learning. *Group & Organization Management* 46(4): 737-772.
- BULUT, Ç. (2007). Stratejik oryantasyonlar ve firma performansı (Yayınlanmamış doktora tezi). Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Gebze.
- BURNARD, K., BHAMRA, R., & TSINOPOULOS, C. (2018). Building organizational resilience: Four configurations. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 65(3), 351-362.
- CALANTONE, R. J., CAVUSGIL, S. T., & ZHAO, Y. (2002). Learning orientation, firm innovation capability and firm performance. *Industrial Marketing Management*, 31(6), 515-524.
- CANIELS, M. C., & BAATEN, S. M. (2019). How a learning-oriented organizational climate is linked to different proactive behaviors: The role of employee resilience. *Social Indicators Research* 143(2): 561-577.
- CHO, Y. H., & LEE, J. (2018). Entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(2), 124-134.
- CHOWDHURY, M. M. H., & QUADDUS, M. (2016). Supply chain readiness, response and recovery for resilience. *Supply Chain Management: An International Journal* 21(6): 709-731.

- CLEMENT, V., & RIVERA, J. (2017). From adaptation to transformation: An extended research agenda for organizational resilience to adversity in the natural environment. *Organization & Environment*, 30(4), 346-365.
- COLEMAN, R. O., & ADIM, C. V. (2019). Entrepreneurial proactiveness and organizational resilience in mobile telecommunication firms in Rivers State, Nigeria. *The Strategic Journal of Business & Change Management* 6(3): 454-465.
- CORAIOLA, D. M., & MURCIA, M. J. (2020). From organizational learning to organizational mnemonics: Redrawing the boundaries of the field. *Management Learning*, 51(2), 227-240.
- COUTU, D. L. (2002). "How resilience works". *Harvard Business Review*, May, 1-8.
- COVIN, J. G., GREEN, K. M., & SLEVIN, D. P. (2006). Strategic process effects on the entrepreneurial orientationsales growth rate relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 57-81.
- COVIN, J. G., & LUMPKIN, G. (2011). Entrepreneurial orientation theory and research: reflections on a needed construct. *Entrepreneurial Theory & Practice*, 35(5), 855- 872.
- ÇOBAN KUMBALI, H. (2018). Örgüt yapısına göre bilgi yönetimi ve örgütsel dayanıklılık ilişkisi (Yayınlanmamış doktora tezi). Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- DARKOW, P. M. (2019). Beyond "bouncing back": Towards an integral, capability-based understanding of organizational resilience. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 27(2), 145-156.
- DEMİRBAĞ, O., MUMCU, A. Y., & ÇAKAREL, T. Y. (2022). Beşeri ve sosyal sermayenin örgütsel dayanıklılık üzerindeki etkisinde finansal sermayenin aracılık rolünün incelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (49), 1-21.
- DENISON, D. R. (2000). Organizational culture: Can it be a key lever for driving organizational change. *The International Handbook of Organizational Culture and Climate*, 18(4), 347-372
- DESS G. G., LUMPKIN, G. T., & COVIN, J. G. (1997). Entrepreneurial strategy making and firm performance: Tests of contingency and configurational models. *Strategic Management Journal*, 18(9), 677-695.
- DIONYSUS, R., & ARIFIN, A. Z. (2020). Strategic orientation on performance: The Resource based view theory approach. *Jurnal Akuntansi* 24(1): 136-153.
- DOVBISCHUK, I. (2022). Innovation-oriented dynamic capabilities of logistics service providers, dynamic resilience and firm performance during the COVID-19 pandemic. *The International Journal of Logistics Management*.
- DUCHEK, S. (2020). Organizational resilience: A capability-based conceptualization. *Business Research*, 13(1), 215-246.
- DUCHEK, S., RAETZE, S., & SCHEUCH, I. (2020). The role of diversity in organizational resilience: A theoretical framework. *Business Research*, 13(2), 387-423.
- DUKEOV, I., BERGMAN, J., HEILMANN, P., & NASLEDOV, A. (2020). Impact of a firm's commitment to learning and open-mindedness on its organizational innovation among Russian manufacturing firms. *Baltic Journal of Management*, 15(4), 551- 569.

- EGGERS, F., NIEMAND, T., FILSER, M., KRAUS, S., & BERCHTOLD, J. (2020). To network or not to network—Is that really the question? The impact of networking intensity and strategic orientations on innovation success. *Technological Forecasting and Social Change*, 155, 119448.
- EJDYS, J., & GEDVILAITE, D. (2017). Learning orientation in nursing homes in Poland. *Engineering Management in Production and Services*, 9(3).
- ERYARSOY, E., ÖZER TORGALÖZ, A., ACAR, M. F., & ZAİM, S. (2022). A resource-based perspective of the interplay between organizational learning and supply chain resilience. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print.
- ESCRIBA-ESTEVE, A., SANCHEZ-PEINADO, L., & SANCHEZ-PEINADO, E. (2009). The influence of top management teams in the strategic orientation and performance of small and medium-sized enterprises. *British Journal of Management*, 20(4), 581-597.
- ESHEGHERI, A. E., & KORGBA, F. (2017). Entrepreneurial orientation and resilience of medium scale businesses in Nigeria. *European Journal of Business and Management* 9(35): 7-12.
- FIKSEL, J., POLYVIU, M., CROXTON, K.L., & PETTIT, T.J. (2015). From risk to resilience: Learning to deal with disruption. *MIT Sloan Management Review*, 56(2), 79–86.
- GATIGNON, H., & XUERE, J. M. (1997). Strategic orientation of the firm and new product performance. *Journal of Marketing Research*, 34(1), 77–90
- GITTELL, J. H., CAMERON, K., LIM, S., & RIVAS, V. (2006). Relationships, layoffs, and organizational resilience: Airline industry responses to September 11. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 42(3), 300-329.
- GOAILL, M. M., & AL-HAKIMI, M. A. (2021). Does absorptive capacity moderate the relationship between entrepreneurial orientation and supply chain resilience?. *Cogent Business & Management*, 8(1): 1-19.
- GOTTELAND, D., SHOCK, J., & SARIN, S. (2020). Strategic orientations, marketing proactivity and firm market performance. *Industrial Marketing Management*, 91, 610-620.
- GRINSTEIN A. (2008). The relationships between market orientation and alternative strategic orientations. *European Journal of Marketing* 42(1/2), 115–134.
- HABIB, M. A., BAO, Y., NABI, N., DULAL, M., ASHA, A. A., & ISLAM, M. (2021). Impact of strategic orientations on the implementation of green supply chain management practices and sustainable firm performance. *Sustainability*, 13(1), 340.
- HAIR, J. F., HULT, G. T. M., RINGLE, C. M., & SARSTEDT, M. (2014). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. California, CA, USA: Sage Publications.
- HAKALA, H. (2011). Strategic orientations in management literature: Three approaches to understanding the interaction between market, technology, entrepreneurial and learning orientations. *International Journal of Management Reviews*, 13(2), 199-217.

- HERBANE, B. (2019). Rethinking organizational resilience and strategic renewal in SMEs. *Entrepreneurship & Regional Development*, 31(5-6), 476-495.
- HILLMANN, J., & GUENTHER, E. (2021). Organizational resilience: A valuable construct for management research?. *International Journal of Management Reviews*, 23(1), 7-44.
- HU, L. T., & BENTLER, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.
- HUANG, A., & FARBOUDI JAHROMI, M. (2021). Resilience building in service firms during and post COVID-19. *The Service Industries Journal* 41(1-2): 138-167.
- HULT, G. T. M., KETCHEN JR, D. J., & REUS, T. H. (2001). Organizational learning capacity and internal customer orientation within strategic sourcing units. *Journal of Quality Management*, 6(2), 173-192.
- HUSSAIN, M., & MALIK, M. (2022). How do dynamic capabilities enable hotels to be agile and resilient? A mediation and moderation analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 106, 103266.
- INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION (2020). ILO Monitor: COVID-19 and the world of work, third edition. Updated estimates and analysis. Erişim adresi: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/documents/briefingnote/wcms_743146.pdf Erişim tarihi: 18.07.2022
- IVANOV, D. (2021). Digital supply chain management and technology to enhance resilience by building and using end-to-end visibility during the COVID-19 pandemic. *IEEE Transactions on Engineering Management*.
- JUNG, K. (2017). Sources of organizational resilience for sustainable communities: An institutional collective action perspective. *Sustainability*, 9(7), 1141.
- KINDERMANN, B., BEUTEL, S., DE LOMANA, G. G., STRESE, S., BENDIG, D., & BRETTEL, M. (2021). Digital orientation: Conceptualization and operationalization of a new strategic orientation. *European Management Journal*, 39(5), 645-657.
- KOHLI, A. A., & JAWORSKI, B. J. (1990). Market orientation: The construct, research propositions, and managerial implications. *Journal of Marketing*, 54(2), 1-18.
- KOHLI, R., & MELVILLE, N. P. (2019). Digital innovation: A review and synthesis. *Information Systems Journal*, 29(1), 200-223.
- LAI, C. H., & HUILI LIN, S. (2017). Systems theory. *The international encyclopedia of organizational communication*, 1-18.
- LAMPEL, J., BHALLA, A., & JHA, P. P. (2014). Does governance confer organisational resilience?. Evidence from UK employee owned businesses. *European Management Journal*, 32(1), 66-72.
- LAUKKANEN, T., NAGY, G., HIRVONEN, S., REIJONEN, H., & PASANEN, M. (2013). The effect of strategic orientations on business performance in SMEs: A multigroup analysis comparing Hungary and Finland. *International Marketing Review* 30(6): 510-535.

- LENGNICK-HALL, C. A., BECK, T. E., & LENGNICK-HALL, M. L. (2011). Developing a capacity for organizational resilience through strategic human resource management. *Human Resource Management Review*, 21(3), 243-255.
- LIMNIOS, E. A. M., MAZZAROL, T., GHADOUANI, A., & SCHILIZZI, S. G. (2014). The resilience architecture framework: Four organizational archetypes. *European Management Journal*, 32(1), 104-116.
- LIN, C., & KUNNATHUR, A. (2019). Strategic orientations, developmental culture, and big data capability. *Journal of Business Research*, 105, 49-60.
- LINNENLUECKE, M. K. (2017). Resilience in business and management research: A review of influential publications and a research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 19(1), 4–30.
- LINNENLUECKE, M. K., & GRIFFITHS, A. (2010). Corporate sustainability and organizational culture. *Journal of world business*, 45(4), 357-366.
- LIU, S. S., LUO, X., & SHI Y. (2002). Integrating customer orientation, corporate entrepreneurship, and learning orientation in organizations-in-transition: An empirical study. *International Journal of Research in Marketing*, 19(4), 367–382.
- LONIAL, S. C., & CARTER, R. E. (2015). The impact of organisational orientations on medium and small firm performance: A resource-based perspective. *Journal of Small Business Management*, 53, 94–113.
- LUMPKIN, G. T., & DESS, G. G. (2001). Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle. *Journal of Business Venturing*, 16(5), 429-451.
- MADNI, A. M., & JACKSON, S. (2009). Towards a conceptual framework for resilience engineering. *IEEE Systems Journal*, 3(2), 181-191.
- MAI, Y., WU, Y. J., & WANG, Y. M. (2022). How Does Entrepreneurial Team Relational Governance Promote Social Start-Ups' Organizational Resilience?. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(11), 6677.
- MANDAL, S. (2017). The Influence of organizational culture on healthcare supply chain resilience: Moderating role of technology orientation. *Journal of Business & Industrial Marketing* 32(8): 1021–1037.
- MANDAL, S. (2019). Exploring the influence of IT capabilities on agility and resilience in tourism: Moderating role of technology orientation. *Journal of Hospitality and Tourism Technology* 10: 401–414.
- MANDAL, S. (2020). Exploring the impact of healthcare agility and resilience on sustainable healthcare performance: Moderating role of technology orientation. *International Journal of Sustainable Strategic Management* 8(1): 3-23.
- MANDAL, S., & SARAVANAN, D. (2019). Exploring the influence of strategic orientations on tourism supply chain agility and resilience: An empirical investigation. *Tourism Planning & Development* 16(6): 612-636.

- MARCUCCI, G., AN TOMARIONI, S., CIARAPICA, F. E., & BEVILACQUA, M. (2022). The impact of operations and IT-related Industry 4.0 key technologies on organizational resilience. *Production Planning & Control*, 33(15), 1417-1431.
- MARTINELLI, E., & TAGLIAZZUCCHI, G. (2019). Entrepreneur's resilience to natural disasters: A Survey in the retail sector. *Sinergie Italian Journal of Management* 37(1): 43-62.
- MARTINEZ, J. E. V., SERNA, M. D. C. M., & MONTOYA, N. P. (2020). Dimensions of learning orientation and its impact on organizational performance and competitiveness in SMEs. *Journal of Business Economics and Management*, 21(2), 395-420.
- MASA'DEH, R., AL-HENZAB, J., TARHINI, A., & OBEIDAT, B. Y. (2018). The associations among market orientation, technology orientation, entrepreneurial orientation and organizational performance. *Benchmarking: An International Journal* 25(8): 3117-3142.
- MATSUNO, K., MENTZER, J. T., & RENTZ, J. O. (2005). A conceptual and empirical comparison of three market orientation scales. *Journal of Business Research*, 58(1), 1-8.
- MEHTA, R., POLSA, P., MAZUR, J., XIUCHENG, F., & DUBINSKY, A. J. (2006). Strategic alliances in international distribution channels. *Journal of Business Research*, 59(10-11), 1094-1104.
- MICELI, A., HAGEN, B., RICCARDI, M. P., SOTTI, F., & SETTEMBRE-BLUNDO, D. (2021). Thriving, not just surviving in changing times: How sustainability, agility and digitalization intertwine with organizational resilience. *Sustainability*, 13(4), 2052.
- MILLER, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770-791
- MOSTAFIZ, M. I., HUGHES, M., & SAMBASIVAN, M. (2021). Entrepreneurial orientation, competitive advantage and strategic knowledge management capability in Malaysian family firms. *Journal of Knowledge Management*, 26(2), 423-458.
- NAMAN, J. L., & SLEVIN, D. P. (1993). Entrepreneurship and the concept of fit: A model and empirical tests. *Strategic Management Journal*, 14(2), 137-154.
- NARVER, J. C., & SLATER, S. F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing*, 54(4), 20-35.
- O'DWYER, M., & GILMORE, A. (2019). Competitor orientation in successful SMEs: An exploration of the impact on innovation. *Journal of Strategic Marketing*, 27(1), 21-37.
- OKELLO, D. O., & LUTTAH, F. J. (2022). Effects of market orientation on farmer resilience and dairy farm performance in emerging economy. *Cogent Business & Management* 9(1): 1-15.
- OKUN, O. (2022). Örgütsel dayanıklılığın geliştirilmesi süreci ile inovasyona ilişkin değişkenlerin ilişkilendirilmesi. *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 6(11), 1-13.

- ONAN, G., TURHAN, M., & HELVACI, İ. (2021). Psikolojik dayanıklılık, çalışan dayanıklılığı, örgütsel dayanıklılık ile iş tatmini arasındaki ilişkiler: Hizmet sektörü üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13(4), 3278-3292.
- PATHAK, D., & OSHI, G. (2021). Impact of psychological capital and life satisfaction on organizational resilience during COVID-19: Indian tourism insights. *Current Issues in Tourism*, 24(17), 2398-2415.
- PATRIARCA, R., DI GRAVIO, G., COSTANTINO, F., FALEGNAMI, A., & BILOTTA, F., (2018). An analytic framework to assess organizational resilience. *Safety and Health at Work* 9(3), 265–276.
- PONOMAROV, S. Y., & HOLCOMB, M. C. (2009). Understanding the concept of supply chain resilience. *International Journal of Logistics Management*, 20 (1), 124–143.
- PRAYAG, G., CHOWDHURY, M., SPECTOR, S., & ORCHISTON, C. (2018). Organizational resilience and financial performance. *Annals of Tourism Research*, 73(C), 193-196.
- QUINTON, S., CANHOTO, A., MOLINILLO, S., PERA, R., & BUDHATHOKI, T. (2018). Conceptualising a digital orientation: antecedents of supporting SME performance in the digital economy. *Journal of Strategic Marketing*, 26(5), 427-439.
- RAMACHANDRAN, I., LENGNICK-HALL, C. A., & BADRINARAYANAN, V. (2019). Enabling and leveraging ambidexterity: influence of strategic orientations and knowledge stock. *Journal of Knowledge Management*, 23(6), 1136-1156.
- ROBERTSON, J., BOTHA, E., WALKER, B., WORDSWORTH, R., & BALZAROVA, M. (2022). Fortune favours the digitally mature: the impact of digital maturity on the organisational resilience of SME retailers during COVID-19. *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print.
- RODRIGUEZ-SANCHEZ, A., GUINOT, J., CHIVA, R., & LOPEZ-CABRALES, A. (2021). How to emerge stronger: Antecedents and consequences of organizational resilience. *Journal of Management & Organization*, 27(3), 442-459.
- RUIZ-ALBA, J. L., GUESALAGA, R., AYESTARAN, R., & MORALES MEDIANO, J. (2020). Interfunctional coordination: the role of digitalization. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 35(3), 404-419.
- RUIZ-MARTIN, C., LOPEZ-PAREDES, A., & WAINER, G. (2018). What we know and do not know about organizational resilience. *International Journal of Production Management and Engineering*, 6(1), 11–28.
- SAHI, G. K., GUPTA, M. C., & CHENG, T. C. E. (2020). The effects of strategic orientation on operational ambidexterity: A study of indian SMEs in the industry 4.0 era. *International Journal of Production Economics* 220, 107395.
- SALAVOU, H. (2004). The concept of innovativeness: Should we need to focus? *European Journal of Innovation Management*, 7(1): 33-44.
- SCHUMACKER, R. E., & LOMAX, R. G. (2012). *A beginner's guide to structural equation modeling*. New York, NY, USA: Routledge

- SGRO, F., PALAZZI, F., & CIAMBOTTI, M. (2021). What leads to SMEs continuity?. Beyond the crisis: what is the future for small businesses?, 93.
- SHIM, Y., SEO, J., & PARK, E. (2021). A Study on the strategic orientation and the performance of IT startups: The Moderating effect of corporate social responsibility orientation. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship* 16(1): 127-138.
- SLATER, S. F., OLSON, E. M., & HULT, G. T. M. (2006). The moderating influence of strategic orientation on the strategy formation capability–performance relationship. *Strategic Management Journal*, 27(12), 1221-1231.
- STRESE, S., KELLER, M., FLATTEN, T. C., & BRETTEL, M. (2018). CEOs' passion for inventing and radical innovations in SMEs: The moderating effect of shared vision. *Journal of Small Business Management*, 56(3), 435-452.
- SUN, X., & ZHANG, Q. (2021). Building digital incentives for digital customer orientation in platform ecosystems. *Journal of Business Research*, 137, 555-566.
- SUTCLIFFE, K. M., & VOGUS, T. (2003). Organizing for resilience. Cameron, K., Dutton, J. E. ve Quinn, R. (Ed.), *Positive Organizational Scholarship* (s.94-121) içerisinde. San Francisco, CA, USA: Berrett-Koehler.
- SYAHRIAL, H., & NOFRIZA, B. (2022). The Effect of Market Orientation and Product Innovation on Performance-Mediated Competitive Advantage Marketing (Case Study of MSME Boutiq Women in Medan Market Center). *International Journal of Applied Finance and Business Studies*, 10(1), 23-30.
- THEODOSIOU, M., KEHAGIAS, J., & KATSIKEA, E. (2012). Strategic orientations, marketing capabilities and firm performance: An empirical investigation in the context of frontline managers in service organisations. *Industrial Marketing Management*, 41, 1058–1070.
- TORTORELLA, G. L., FOGLIATTO, F. S., SAURIN, T. A., TONETTO, L. M., & MCFARLANE, D. (2022). Contributions of Healthcare 4.0 digital applications to the resilience of healthcare organizations during the COVID-19 outbreak. *Technovation* 111, 102379.
- TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU. (2020a). Küçük ve orta büyüklükteki girişim istatistikleri, 2020. Erişim adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Kucuk-ve-Orta-Buyuklukteki-Girisim-Istatistikleri-2020-41129> Erişim tarihi: 22.08.2022
- TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU. (2020b). Yıllık sanayi ve hizmet istatistikleri, 2020. Erişim adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Yillik-Sanayi-ve-Hizmet-Istatistikleri-2020-37190> Erişim tarihi: 22.08.2022
- UDRIYAH, U., THAM, J., & AZAM, S. (2019). The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile SMEs. *Management Science Letters*, 9(9), 1419-1428.
- UNGERMAN, O., DEDKOVA, J., & GURINOVA, K. (2018). The impact of marketing innovation on the competitiveness of enterprises in the context of industry 4.0. *Journal of competitiveness*, 10(2), 132.

- URBANO, D., GUERRERO, M., FERREIRA, J. J., & FERNANDES, C. I. (2019). New technology entrepreneurship initiatives: Which strategic orientations and environmental conditions matter in the new socio-economic landscape?. *The Journal of Technology Transfer*, 44(5), 1577-1602.
- VOGUS, T. J., & SUTCLIFFE, K. M. (2007). Organizational resilience: Towards a theory and research agenda. 2007 IEEE international conference on systems, man and cybernetics (s. 3418-3422). IEEE.
- WALES, W. J., COVIN, J. G., & MONSEN, E. (2020). Entrepreneurial orientation: The necessity of a multilevel conceptualization. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 14(4), 639-660.
- WICKER, P., FILO, K., & CUSKELLY, G. (2013). Organizational resilience of community sport clubs impacted by natural disasters. *Journal of Sport Management*, 27(6), 510-525.
- WIELAND, A., & WALLENBURG, C. M. (2012). Dealing with supply chain risks: Linking risk management practices and strategies to performance. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 42(10), 887-905.
- YILMAZ, K., & KARAKAYA, A. (2019). İşletmelerin stratejik yönelimleri ve etkin iş sürekliliği yönetimi arasındaki ilişkiler: İstanbul Sanayi Odası (İSO) 2015 birinci 500 sanayi kuruluşu üzerinde yapılan araştırma. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 8 (4), 3230-3251.
- YOO, J., & KIM, J. (2019). The effects of entrepreneurial orientation and environmental uncertainty on Korean technology firms' R&D investment. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 5(2), 29.
- ZHANG, J., LONG, J., & VON SCHAEWEN, A. M. E. (2021). How does digital transformation improve organizational resilience?— findings from PLS-SEM and fsQCA. *Sustainability*, 13(20), 11487.
- ZHONG, M. (2021). Research on the organizational resilience construction of SMEs under the background of VUCA. 2021 International Conference on Electronic Commerce, Engineering Management and Information Systems, (s. 438-443) içinde. UK: Francis Academic Press.
- ZHOU, K. Z., YIM, C. K., & TSE, D. K. (2005). The effects of strategic orientations on technology-and market-based breakthrough innovations. *Journal of marketing*, 69(2), 42-60.
- ZIGHAN, S., ABUALQUMBOZ, M., DWAIKAT, N., & ALKALHA, Z. (2021). The role of entrepreneurial orientation in developing SMEs resilience capabilities throughout COVID-19. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 1-13.

Karar Ağacı Destekli Hile Tespiti ve Bir Uygulama

(Araştırma Makalesi)

Decision Tree Supported Fraud Detection and an Application

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1196078

Önder GÜR

Öğr. Gör. Dr., Kırklareli Üniversitesi, Babaeski Meslek Yüksekokulu, Finans, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü

ondergur@klu.edu.tr

Orcid No: 0000-0003-3249-4300

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Gür, Ö. (2023). Karar Ağacı Destekli Hile Tespiti ve Bir Uygulama. Alanya Akademik Bakış, 7(1), Sayfa No.511-528.

ÖZET

Anahtar kelimeler:

Hile Tespiti, Hileli Ödemeler, Makine Öğrenmesi, Kara Ağacı

Makale Geliş Tarihi:

28.10.2022

Kabul Tarihi:

26.12.2022

Çalışmada, Sertifikalı Hile Denetçileri Birliği'nin (ACFE) hile ağacında yer alan ve işletmelerde sıklıkla karşılaşılan hileli ödemelerin verdiği zararı azaltmak için makine öğrenmesi yönteminin kullanıldığı bir uygulama ile hile tespit sürecine katkının sağlanması amaçlanmıştır. Bu amaçla, elde edilmek istenen çıktılar için Python'da bir uygulama sistemi tasarlanmıştır. Çalışmada, bir bankaya ait normal işlemler ile hileli işlemlerin yer aldığı yapay veri setinden yararlanılmıştır. Yöntem olarak kullanılmasına karar verilen Karar Ağacı tekniğiyle önce sınıf etiketleri bilinen bir veri setiyle ana model oluşturulmuş, sonra etiketsiz bir veri seti üzerinde modelin test edilmesi sağlanmıştır. Karar ağacı tekniğinin modeli, %97,1 doğruluk, %98,4 f1-skor, %98,9 kesinlik ve %98 duyarlılık değerlerini elde etmiştir. Çalışma, karar ağacı tekniğinin tahmin aşamasında ürettiği hatalı sınıf etiketlerinin azaltılması açısından iyileştirmeye açık olup, diğer tekniklerle karşılaştırılarak da geliştirilebilir.

ABSTRACT

Keywords:

Fraud Detection, Fraudulent Disbursements, Machine Learning, Decision Tree

In the study, it is aimed to contribute to the fraud detection process with an application in which machine learning method is used to reduce the damage caused by fraudulent disbursements, which is included in the fraud tree of the Association of Certified Fraud Examiners (ACFE). To achieve the desired outcomes, a Python application system is developed for this purpose. In the study, an artificial data set containing normal transactions and fraudulent transactions of a bank, was used. Using the Decision Tree technique, which was selected as the chosen method, the main model was developed using a data set with known class labels, and then the model was evaluated using unlabeled data. The model of the decision tree technique achieved 97,1% accuracy, 98,4% f1-score, 98,9% precision and 98% sensitivity. The study is open to improvement in terms of reducing the erroneous class labels produced by the decision tree technique during the estimation phase and can be improved by comparing it with other techniques.

1. GİRİŞ

Günümüzde hileli faaliyetler, yatırımcının güvenini azaltmakta, işletmeleri istikrarsızlaştırmakta ve insanların yaşam maliyetlerini etkilemektedir. Ekonomik olarak, finansal dolandırıcılık giderek daha ciddi bir sorun haline gelmektedir (Ngai vd., 2011:559). Bugün dünya ölçeğinde hile üzerine araştırma yapan Sertifikalı Hile Denetçileri Birliğinin (ACFE) 2022 yılında hazırlanmış olduğu rapora göre; 133 ülkede 2.110 vakanın neden olduğu kayıp yaklaşık 3,6 milyar USD olmuştur (ACFE, 2022:4). Hile kaynaklı kayıpların kesin büyüklüğü tam olarak bilinmemekle beraber tahmini olarak hesaplandığında çoğu kuruluş gelirlerinin %0,5 ile %2'sini kaybetmektedir (Coderre, 2009:1).

Özellikle geleneksel denetim yaklaşımlarının faaliyetleri manuel olarak yürütüldüğünden karmaşık yapıda olan hileli faaliyetler karşısında verimsiz ve güvenilmez olduğu kabul edilmektedir (West ve Bhattacharya, 2015:47). Bu doğrultuda araştırma raporları incelendiğinde, pasif olarak yürütülen hile tespit çalışmalarının aktif yöntemlere kıyasla çoğunun daha uzun sürdüğü ve bu sebeple işletmelerin kayıplarının daha da büyüdüğü tespit edilmiştir (ACFE, 2022:22). Muhasebe departmanlarının birçoğu, genel yönergeleri ve normal denetim prosedürlerini kullanarak tahrif edilmiş finansal tabloları ve diğer hileli faaliyetleri tespit etmekte zorlanmaktadır (Gaganis, 2009:208). Bu nedenle denetçiler aynı anda birçok finansal veriyi tarayarak denetim görevlerini basitleştirecek yeni araçlara ve tekniklere ihtiyaç duymaktadır. Bu bağlamda teknoloji destekli araçlar kullanarak zamandan ve paradan tasarruf sağlayabilirler (Ata ve Seyrek, 2009:158).

Bu mücadelede gelişmiş sınıflandırma ve tahmin yeteneklerine sahip olan veri madenciliği tekniklerinin kullanılması hem iç hem de dış denetçilerin işlerini kolaylaştırabilir (Kirkos vd.,2009:1002). Veri madenciliği, son yıllarda finans dünyasında artan bir popülerlik kazanmıştır. Yapılan çalışmalara bakıldığında başarılı veri madenciliği uygulamaları dikkat çekmiş ve veri madenciliği kullanımının arttığını ortaya koymuştur. Profesyonel muhasebe kuruluşları da veri madenciliğini yeni yüzyıl için önemli bir teknoloji olarak belirlemiştir (Zhou ve Kapoor, 2011:574). Hilekârlar, hile yöntemlerini sürekli olarak geliştirmektedir. Bu nedenle hile tespit yöntemlerinin de ölçüde gelişmesi gerekmektedir.

Geçmişte hileli faaliyet gerçekleşikten sonra yürütülen hile tespit çalışmalarının aksine günümüzde hileyi tespit ve önleme uygulamalarının neredeyse tamamı eşzamanlı olarak yürütülmektedir. İşletmeler, hile araştırma sistemleriyle hileye işaret eden kalıpları tespit etmek için yıllara dayanan işlem verilerini kullanarak hızlı bir şekilde model oluşturmaya ve eşzamanlı veriler üzerinde hileli faaliyetleri önlemeye yönelik şekilde tasarlanmaktadır (Kudyba, 2014:206).

Hile tespitinde yaygın olarak kullanılan makine öğrenmesi algoritmaları, verilerdeki kalıpları hızlı keşfetmekte ve insanların yürüttüğü faaliyetlere göre daha verimli sonuçlar elde etmektedir. Hileye ilişkin araştırma sürecinde elde edilen bilgiler ile hileli işlemleri tespit etmek ve önlemek daha kolay olmaktadır. Denetim süreçlerine dahil edilen yapay zekâ gibi teknolojik araçlar, veri toplamayı ve işlemeyi otomatikleştirerek zaman alıcı manuel faaliyetlerden kurtarmaktadır. Bu sayede hile riski ve hileden kaynaklanan önemli yanlışlıklar daha kolay belirlenebilmektedir (Hacıhasanoğlu vd., 2021:85-86).

Bu çalışmada, hile tespit sürecinde makine öğrenmesi algoritmalarından karar ağacını (DT, Decision Tree) kullanarak veri setlerindeki hileli olma ihtimali olan işlemleri tahmin etmeye yönelik bir uygulama yapılmıştır. Çalışmada elde edilmek istenen çıktılar için çalışmaya özel Python'da bir uygulama sistemi tasarlanmıştır. Uygulama sistemiyle yapılan hile tespiti,

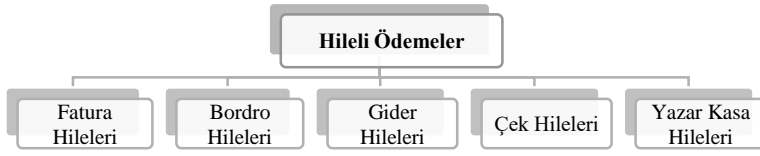
kamuya açık normal ödemeler ile hileli ödemelerin yer aldığı etiketli bir veri seti üzerinde gerçekleştirilmiştir. Uygulama sisteminde teknoloji temelli teknikleri kullanılarak özellikle iç denetimcilerin periyodik olarak hileyi ortaya çıkarmak ya da önlemek için yaptığı taramalarda yaşadıkları problemlerin çözülmesine ve hileli ödemelere yönelik fatura, çek, gider makbuzu, bordro gibi evrakları bazı manuel kurallara bağlı veya rastlantısal olarak belirlemek yerine inceleyeceği evrakların makine öğrenimi sürecinden geçmiş anlamlı çıktılar içinden seçimler yapmasına yardımcı olmayı hedeflemektedir. Bununla birlikte uygulama sisteminin işlemleri hızlı gerçekleştirmesi sebebiyle hilenin daha hızlı ve kolay bir şekilde ortaya çıkartılmasına olanak vererek, finansal açıdan faydalı sonuçların elde edileceği düşünülmektedir. Çalışmaya hileli ödemeler hakkında bilgi verilerek başlanmış, literatür incelemesiyle devam edilmiştir sonra araştırmanın yöntemi anlatılmış, uygulama yapılmış ve elde edilen bulgular paylaşılmıştır.

2. HİLELİ ÖDEMELER

Hile kavramı, Hileli Finansal Raporlama Ulusal Komisyonun (Treadway Commission) Ekim 1987'de raporunu yayınladığından beri denetim mesleği mensupları için giderek daha önemli bir konu haline gelmiştir. Komisyon, hilekarlığın giderek arttığını ve önlenmesi için tedbirler alınması yönünde kamuoyuna çağrıda bulunmuştur (Coderre, 2009:1-2). Özellikle 2000'li yılların başlarına gelindiğinde alınan tedbirlerin yetersiz olmasından dolayı büyük dolandırıcılık olayları (Enron gibi) meydana gelmiştir. Sonrasında muhasebe denetim işletmelerinin sorumluluğu artırılmış ve hükümetler Sarbanes-Oxley Yasası gibi doğru finansal raporlamayı sağlamak için yeni kurallar ve düzenlemeler geliştirmiştir (Aksoy, 2021:33).

Hile, kişinin diğer kişilere karşı avantaj elde etmek amacıyla insani marifetlerini kullanarak tasarladığı aldatmacalı yöntem ve araçlara başvurmasına verilen genel bir terimdir (addır). Çünkü hile, yaratıcılık, kurnazlık ve haksızlık gibi tüm yolları kapsar, hiçbir şekilde onu tanımlayabilecek kesin, değişmez kural ve önerme ortaya konulamamaktadır. Onu anlatabilecek tek sınır insanın hile yaratıcılığıdır (Albrecht vd, 2011:6). Başka bir çalışma işletmedeki işlemlere ait açıklamalarda önemli ölçüde hataların bulunması, işletme kurallarının bilerek ihlal edilmesi veya işletme sahibine bir yanlışlığın gerçek olarak kabul ettirilmesi gibi nedenlerden kaynaklanarak işletmeleri finansal kayıplara uğratan bir yapı olarak tanımlamıştır (Chen, 2016:3).

Literatürde hile üzerine yapılan çalışmalara bakıldığında uzmanlar, ACFE'nin belirlediği hilekârlık kategorisi konusunda birleşmiştir. İşletmelerde karşılaşılan hile türlerini; 1) Varlıkların kötüye kullanımı, 2) Yolsuzluk ve 3) Hileli finansal raporlama şeklinde sınıflandırmıştır (Craja vd., 2020:139). Varlıkların kötüye kullanılması nakit hilesi yoluyla doğrudan nakde el koyma, hasılatı eksik gösterme ve hileli ödemeler gibi hile faaliyetleri içermektedir. Bu hile türünde çalışanlar, işletmeye mal satan satıcılarla ya da rekabet ettiği işletmelerle iş birliğine girerek işletmeyi zarara uğratabilmektedirler. Ayrıca işletme varlıklarının hilekârın kendi çıkarları için kullanılması, yanlış raporlamalar ve kendi adına yaptığı harcamalar da bu alanda değerlendirilen bir hileli faaliyetler (Golden vd, 2011:5).

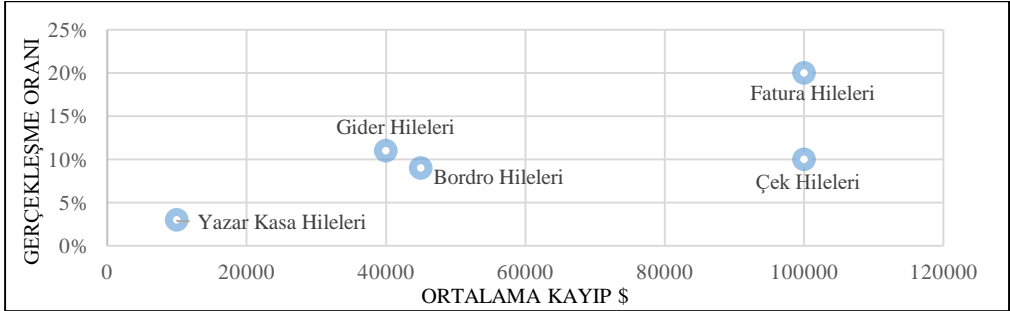


Şekil 1. Hileli Ödeme Türleri

Kaynak: Nejat Bozkurt, *İşletmelerin Kara Deliği Hile*, 3.Baskı, İstanbul: Alfa Yayınları, 2009, s.212.

Varlıkları kötüye kullanma hilelerinin en yaygın grubu hileli ödemelerdir. Hileli ödemeler, bazı işletme hesaplarında işlemlerin normal gibi görünmesine rağmen aslında hileli bir şekilde fon dağıtımının yapıldığı planlı işlemlerdir. Fonların elde edilmesi bazen sahte bir çek, bazen sahte bir faturayla ya da sahte bir zaman çizelgesiyle yapılmaktadır. Hileli ödemelerin 5 ana kategorisi vardır: a) Fatura hilesi, b) Bordro hilesi, c) Gider hilesi d) Çek hileleri e) Yazar kasa hileleri (Singleton ve Singleton, 2010:86).

Hileli ödemelerde kullanılan yöntemlerin içinde en çok kullanılan ve zarar vereni fatura hileleridir. Bu hile türünde, hileli olarak satın alma esasını yattığından işlemin gerçekleştirilmesinde gerçeği yansıtmayan satın alma belgelerinin oluşturulması gerekmektedir. Aynı zamanda faturalar, satın alma istekleri, satın alma sipariş formları ve alış raporları örnek olarak verilebilir. Bu süreç, işletmeye bir şekilde ödeme yaptırıldıktan sonra bu ödemenin hileyi yapan kişinin cebine girmesiyle sonuçlanmaktadır (Bozkurt, 2009:215-216). Fatura hileleri, varlıkları kötüye kullanmanın en yaygın biçimi olması ve aynı zamanda en yüksek kayba neden olması nedeniyle işletmelere önemli bir risk oluşturmaktadır. Bu hile türü, işletmeleri ortalama 100.000 USD'lik bir zarara uğratmaktadır (ACFE, 2022:12).



Şekil 2. Hileli Ödeme Türlerinin Gerçekleşme Oranı ve Ortalama Kayıp Tutarı

Kaynak: Association of Certified Fraud Examiners (ACFE), "2022 Global Study on Occupational Fraud and Abuse", Report to The Nation, USA: 2022, s.12.

ACFE (2022:12-14) işletmelerde gerçekleşen 2.110 vakanın 416 tanesi fatura hilesi, 232 tanesi gider hilesi, 208 tanesi çek hilesi, 198 tanesi bordro hilesi ve 58 tanesi yazar kasa hilesi şeklinde meydana geldiğini tespit etmiştir. Böylelikle toplam vakaların yarısından fazlasının hileli ödeme türlerinden kaynaklandığını ortaya koymuştur. Ayrıca işletmelerde fatura hileleri, gider hileleri, çek hileleri ve bordro hileleri ortalama 18 ay, yazar kasa hilelerinin ise ortalama 12 ay boyunca devam ettiğini belirtmiştir. Bu tür hileli faaliyetler, genellikle gizli anlaşmalara müsait ortamın oluştuğunun veya kontrollerin yetersiz kaldığının göstergesidir. Bu nedenle sürekli izleme ve denetim gibi faaliyetler bu hile türleri için kontrolün anahtarıdır (Singleton ve Singleton, 2010:86). Bu yüzden, sadece hükümetler ve kuruluşlar tarafından yapılan yasal

düzenlemeler hilenin ekonomik olarak verdiği zararın azaltılmasında yeterli olmamaktadır. Hilenin tespit edilebilmesi için hile faktörlerinin sınırsız ve çok sayıda olduğu bilinerek hareket edilmelidir. Hileye karşı verilen mücadele yeni yöntemlerin geliştirilmesine olan ihtiyacı belirginleştirmiştir (Golden vd, 2011:7) Hile denetçileri, teknolojinin gelişmesiyle kullanıcı odaklı araçlar kullanarak hileye ait işaretleri aramak için büyük veri kümelerinin tamamına erişilebilir hale gelmiştir (Albrecht vd, 2011:168). Artık hilenin göstergelerini tespit etmede teknoloji kaynaklı sistemlerin kullanımı artarak devam etmektedir. Bu tür sistemler, yatırımcıların yatırım kararlarını kolaylaştırmasına, denetim işletmelerinin denetim doğruluğunu arttırmasına, işlemleri hızlandırmasına ve kamu otoritesinin soruşturmalarını daha etkin yapmasına yardım etmektedir (Craja vd., 2020:140).

3. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Son araştırmalar gösteriyor ki denetim faaliyetleri teknoloji destekli araçlarla yürütülmeye başlamıştır. Birçok alanda olduğu gibi veri madenciliği araçlarının kullanımı giderek artmaktadır. Veri madenciliğinin makine öğrenmesi yöntemlerinin hile tespitinde kullanımı ön plana çıkmaktadır. Finansal dolandırıcılığa karşı Lojistik Regresyonun (LR, Logistic Regression), Yapay Sinir Ağlarının (ANN, Artificial Neural Network), Bayes İnanç Ağının (BBN, Bayesian Belief Network) ve Karar Ağaçlarının (DT) sıkça kullanıldığı görülmektedir. Bu tekniklerin tümünün, hileli verilerin tespiti ve sınıflandırılmasıyla ilgili sorunlara kapsamlı çözümler sunduğu anlaşılmıştır (Ngai vd,2011:559).

West ve Bhattacharya (2015:55-60) çalışmalarında, 2004-2014 yılları arasındaki hile tespitine yönelik hem istatistiksel hem de matematiksel yaklaşımları kullanan araştırmaları incelemişler ve BBN, LR, ANN, DT, Destek Vektör Makinesi (SVM, Support Vector Machine), Genetik algoritmaları, metin madenciliği gibi her bir tekniğin çeşitli finansal dolandırıcılık biçimlerini tespit etmede yeterli düzeyde olduğunu söylemişlerdir. Özellikle yapay sinir ağları ve destek vektör makineleri, hilenin kompleks yapısını araştırmaya olan uyum sağlama yeteneği hilekarların geliştirdiği taktikler üzerinde oldukça etkili olduğunu belirtmiştir.

Gaganis (2009:207) makalesinde, denetçilerin hileli finansal tabloları tespit etmesine yardımcı olmak amacıyla finansal ve finansal olmayan verileri kullanarak SVM, ANN, Olasılıksal Sinir Ağları, En Yakın Komşular (k-NN, k-Nearest Neighbors), Logit Analizi, Diskriminant analiz teknikleriyle sınıflandırma modeli geliştirmeye çalışmıştır.

Zhou ve Kapoor (2011:570) çalışmalarında hilenin tespitinde veri madenciliği araçlarından regresyon, DT, ANN ve BBN tekniklerini kullanmışlardır. Geçmiş finansal verilere dayanan geleneksel finansal dolandırıcılık tespit tekniklerinden farklı olarak, olası dolandırıcıların önüne geçmek amacıyla finansal tablo dolandırıcılığına ait planlarını keşfetmeye yönelik bilgisayar destekli otomatik hile tespit mekanizmalarının oluşturulabileceğini belirtmişlerdir.

Liou (2008:650) çalışmasında, hileli ve hatalı raporlamanın tespiti için 52 finansal değişkeni LR, ANN ve DT tekniklerinde kullanarak tespit/tahmin modelleri oluşturmuştur. Kurduğu modeller, hem hileli finansal raporlamayı tespit etmede hem de iş başarısızlıklarını tahmin etmede başarılı olmuştur. Genel doğruluk açısından lojistik regresyon, hileli finansal raporlamayı tespit etmede diğer iki teknikten daha iyi performans göstermiştir.

Tatar ve Kıymık (2021:1700) çalışmalarında 2015-2019 yılları arasında Borsa İstanbul (BİST) tekstil, giyim eşyası ve deri sektöründe işlem gören işletmelerin finansal oranları aracılığıyla veri madenciliğine dayalı yöntemleri kullanarak hile riskini tespit etmeyi amaçlamışlardır. Modellerin, hile riski olan ile hile riski olmayan finansal tabloları doğru sınıflandırmada

%70'in üzerinde başarı sağladığı ve en başarılı yöntemlerin J48 ve Derin Öğrenme (DL, Deep Learning) yöntemleri ile kurulan modellerin olduğu sonucuna ulaşmıştır.

2014 yılındaki makalelerinde Ceyhan ve Kırılıoğlu (2014:13), denetçilerin karar almasına yardımcı olmak amacıyla BİST'e kayıtlı 40 işletmenin finansal tablo verilerini kullanarak finansal açıdan başarılı ya da başarısız şeklinde sınıflandırarak ön analitik inceleme yapmayı hedeflemişlerdir. k-NN algoritması ve 10 kat çapraz doğrulama tekniğiyle %95 gibi yüksek bir oranda doğru finansal sınıflama tahmini elde ettiğini belirtmişlerdir.

Literatürdeki diğer çalışmalarda kullanılan tekniklere, ölçütlere ve temel bulgulara ilişkin özet bilgi aşağıda Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Literatür Özet Tablosu

Yazarlar	Çalışma Konusu	Kullandığı Yöntemler	Kullanılan Ölçütler	Temel Bulgular
Kirkos vd. (2007)	Hileli Finansal Raporlama	DT, ANN ve BBN	Tip I Hata ve Tip II Hata (FN, FP)	Bayesian İnanç Ağı modeli, diğer modellere göre daha iyi sınıflandırma performansı göstermiştir.
Lægreid (2007)	Sigortacılık	LR, DT, ANN ve BBN	Hosmer–Lemeshow Testi	Lojistik Regresyon modelini kullanmış iyi sınıflandırma performansı göstermiştir. Ayrıca diğer modellerin kullanılabilirliğini de belirtmiştir.
Ata ve Seyrek (2009)	Hileli Finansal Raporlama	DT, ANN	T-testi	Yapay Sinir Ağının modeli, karar ağacının modeline göre daha iyi sınıflandırma performansı göstermiştir.
Chen (2016)	Hileli Finansal Raporlama	DT, BBN, SVM ve ANN	T-testi ve Wilcoxon sıra toplamı testi	Karar Ağacı algoritması olan CHAID–CART ikilisinin modeli, diğer ikili modellere göre daha iyi sınıflandırma performansı göstermiştir.
Dutta vd. (2017)	Hileli Finansal Raporlama	DT, ANN, Naïve Bayes (NB), SVM ve BBN	Doğruluk, Duyarlılık, Özgüllük, Kesinlik	Yapay Sinir Ağı modeli, diğer modellere göre daha iyi sınıflandırma performansı göstermiştir.

Jan (2018)	Hileli Finansal Raporlama	DT, ANN ve SVM	Doğruluk ve Ortalama Tip I – II Hata Oranı (FN, FP)	Yapay Sinir Ağı ile Karar Ağacı CART algoritmasının oluşturduğu model, diğer ikili modellere göre daha iyi sınıflandırma performansı göstermiştir.
Lakshmi ve Kavila (2018)	Kredi Kartı Dolandırıcılığı	LR, DT ve Rastgele Orman (RF)	Doğruluk, Duyarlılık, Özgüllük, Hata oranı	Rastgele Ormanın Modeli, Karar Ağacı Modelleri ve Lojistik Regresyon modeline göre daha iyi sınıflandırma performansı göstermiştir.
Kurien ve Chikkamannur, (2019)	Kredi Kartı Dolandırıcılığı	Benford Yasası, DL, Otomatik Kodlayıcı, LR ve RF	Kesinlik, Duyarlılık, F1-Skoru	Benford Yasası ve Derin Öğrenme Otomatik Kodlayıcılarının oluşturduğu model, diğer modellere göre daha iyi sınıflandırma performansı göstermiştir.
Craja vd. (2020)	Hileli Finansal Raporlama	ANN, LR, SVM, DL ve RF	Doğruluk, Duyarlılık, Özgüllük, F1-Skoru, F2-Skoru	Derin Öğrenme modeli, diğer modellere göre daha iyi sınıflandırma performansı göstermiştir.
Aksoy (2021)	Hileli Finansal Raporlama	ANN, DT, SVM ve LR	Doğruluk, Duyarlılık, Kesinlik, F-Skor, Kappa	Yapay Sinir Ağı ve Karar Ağacı Modelleri, diğer modellere göre daha iyi sınıflandırma performansı göstermiştir.

Kaynak: Tablo1, yazar tarafından yapılan alan araştırması sonucu derlenerek hazırlanmıştır.

4. YÖNTEM

Daha önce belirtildiği üzere, ekonomik açıdan zarar veren hilelerin tespitinde makine öğrenmesi yöntemlerinin kullanımı her geçen gün artmaktadır. Hilenin tespitinde karar ağacı, yapay sinir ağları, derin öğrenme, rastgele orman, lojistik regresyon, bayes inanç ağları ve destek vektör makinesi sınıflandırma tekniklerinin alanda sıklıkla kullanıldığı görülmüştür.

Sınıflandırma teknikleri, farklı sınıflardaki nesnelere ayırt etmek ve sınıfları bilinmeyen nesnelere etiketlerini tahmin etmek için kullanılmaktadır (Ngai vd., 2011:562) Hilenin tespit edilmesinde de hile ile hilesiz sınıf tahminleri sınıflandırıcı tekniklerle yapılmaktadır. Tahminler, problemlerin çözümünde bilinen sınıflandırılmış verilerin değişken öznelik

değerlerine dayandırılarak yapılmaktadır. Elde edilen tahmin sonuçları daha sonra nihai sonuçlara ulaşmak için sınıflandırılmamış verilere uygulanmaktadır (Jan, 2018:513).

Bu çalışmada, hile tespiti yapmaya çalışan kişilere katkı sağlayabilmek amacıyla makine öğrenmesi yöntemleri kullanılarak bir uygulama yapılmıştır. Ayrıca bu çalışmanın diğer çalışmalardan farkı:

- 1) Veri setlerinde hile araştırmasını manuel yapmak yerine, oluşturulacak teknoloji tabanlı bir uygulama sistemiyle hile tahminlemesinin yapılabileceğini göstermeye çalışmasıdır,
- 2) Denetçilerin, denetim esnasında seçeceği evrakları rastgele seçmek yerine makine öğrenimi sürecinden geçmiş çıktılar arasından anlamlı seçimler yapabilmesine yardımcı olmasıdır,
- 3) Hile tespitinde zaman kaybını önlemeye yardımcı olmasıdır,
- 4) Zaman kaybına bağlı olarak ortaya çıkan büyük kayıpları engellemeye çalışmasıdır.

4.1. Kullanılan Teknik

Karar ağaçları, makine öğreniminin gelişimine önemli katkı sağlayan tekniklerden biri olmuştur. Fonksiyonel ilişkiyi doğrudan ifade etmek zorunda kalmadan girdi değerlerini birkaç bölüme ayırarak değerlendirilebileceği kuralları bulacak şekilde tasarlanmışlardır (Nisbet vd., 2018:15). Karar ağaçları, en sezgisel olan ve en sık kullanılan tekniklerinden biridir (Kotu ve Deshpande, 2019: 66). Analizciler tarafından kolayca anlaşılabilen ve birçok durumda iyi performans gösteren bir sınıflandırma tekniğidir (Shmueli vd., 2017:183). Genel olarak karar ağacı modellerinin eksik verilerden az etkilenmesi, özneliklerin seçiminde gereksiz olanları kullanmaması ve yüksek boyutlu verilerle iyi çalışması olumlu yanlarıdır (Kudyba, 2014:86).

Karar ağacı tekniğinde kullanılan çeşitli algoritmalar bulunmaktadır. Yaygın olarak kullanılan algoritmalar ID3 (Iterative Dichotomiser 3), C4.5, CART (Classification and Regression Trees) ve CHAID (Chi-squared Automatic Interaction Detection)'dır. Kategorik ve sürekli değerlerle çalışabilen karar ağacı tekniğinin CART algoritması, hem sınıflandırma hem de regresyon ağacına yönelik iki işlevi birden yerine getirme özelliği bulunmaktadır (Akpınar, 2017:248-267). CART, yalnızca ikili bölünmeleri olan ağaçları oluşturmaktadır. Bu kısıtlama (budama), bölme kriterini basitleştirmeye yöneliktir. Eğer eğitim setindeki verilerin etiketi ikili ise, CART'a daha uygun olduğundan kategorik olan özneliklerin alt dallara en iyi şekilde bölünmesine imkân vermektedir (Kantardzic, 2020:219). Büyük verilerde rahat çalışması, yorumlanmasının kolay olması, farklı veri tipleri ile çalışabilmesi ve hile varlığına ya da yokluğuna ilişkin ikili bir sınıflandırma yapılması amaçlandığından karar ağacı tekniğinin CART algoritması tercih edilmiştir.

Hile tespitinde karar ağacı tekniğini kullanan çalışmalardan bazıları: Aksoy (2021), Jan (2018), Lakshmi ve Kavila (2018), Dutta vd. (2017), Chen (2016), Zhou ve Kapoor (2011), Ata ve Seyrek (2009) Liou (2008), Kirkos vd. (2007).

4.2. Kullanılan Ölçütler

Sınıflandırma algoritmaları eğitim kümesinden öğrenmeyi gerçekleştirdikten sonra sınıfın bilinmediği başka bir test kümesine uygulanır. Sonuca göre model daha sonra yeni vakalarda ilgilenilen durumu sınıflandırmak veya tahmin etmek için kullanılmaktadır (Shmueli vd., 2017:16). Çalışmada kullanılan karar ağacı algoritması kaynak veri setinin %69' u ile eğitilmiş, %31 ile test edilmiştir. Karar ağacı tekniğinin sınıflandırma performansı doğruluk (accuracy), kesinlik (precision), duyarlılık (recall), f-skoru (f-score) metrikleri ile ölçülmüştür.

4.2.1. Doğruluk

Sınıflandırıcının doğruluk (accuracy) ölçütü, toplamda doğru sınıflandırılmış pozitiflerin ve negatiflerin, toplam örnek sayısına bölünmesiyle hesaplanmaktadır (Memiş vd., 2019:3).

$$\text{Doğruluk} = \frac{TP + TN}{TP + TN + FP + FN} \quad (1)$$

4.2.2. Kesinlik

Sınıflandırıcının kesinlik (precision) ölçütü, doğru sınıflandırılmış pozitif örneklerin, toplam pozitif tahmin edilmiş örneklere bölünmesiyle hesaplanmaktadır (Memiş vd., 2019:3).

$$\text{Kesinlik} = \frac{TP}{TP + FP} \quad (2)$$

4.2.3. Duyarlılık

Sınıflandırıcının duyarlılık (recall) ölçütü, doğru sınıflandırılmış pozitiflerin, toplam gerçek pozitif sınıfa bölünmesiyle hesaplanmaktadır (Memiş vd., 2019:3).

$$\text{Duyarlılık} = \frac{TP}{TP + FN} \quad (3)$$

4.2.4. F Skoru

Sınıflandırıcının f-skoru (f-score), kesinlik ve duyarlılık değerlerinin harmonik ortalaması alınarak hesaplanmaktadır (Memiş vd., 2019:3).

$$f\text{-skoru} = \frac{2 (\text{Precision} \times \text{Recall})}{\text{Precision} + \text{Recall}} \quad (4)$$

4.3. Kullanılan Veri

Çalışmada kullanılan kaynak veri, kamuya açık makine öğrenimi ve veri bilimi topluluğu olan ‘**kaggle.com**’ adlı internet sitesinden sağlanmıştır. Kullanılan veri, ödemelerde aracılık yapan bir bankanın bir dönemine ait işlemleri simüle edilerek hazırlanmış yapay bir veri setidir. Veri seti 594.643 adet satır, 9 adet değişken/öznitelik ve 1 adet sınıflandırıcı sütundan oluşmaktadır. Veri setindeki 587.443 tanesi normal işlemken, 7.200 tanesi hileli işlemdir (Kaggle, 2017). Veri setindeki dolandırıcılık işlemleri tüm işlemlerin yaklaşık %1,21’ni oluşturmaktadır.

Uygulama sisteminin tahmin aşamasında kullanılmak üzere kaynak veri setinden 1.000 tane kayıt ayrılmıştır. Bu yeni veri seti, 987 tanesi hileli olmadığını gösteren “0” etiketliden ve 13 tanesi hileli olduğunu gösteren ‘1’ etiketliden olacak şekilde rastgele seçilerek bir araya getirilmiştir. Daha sonra karar ağacı tekniğiyle tahmin yapmak için bu yeni veri setinin sınıf etiketleri kaldırılmıştır. Uygulama sistemini hızlandırmak ve kaynak veri setindeki hileli kayıtların hileli olmayan verilere olan oranını (%1,21) yakalamak için hileli kayıtların 13 tanesi alınmıştır. Kaynak verinin öznitelikleri aşağıda tanımlanmıştır.

- **İşlem Basamağı:** Bu değişken, işlemlerin 0 ile 179 adımdan oluştuğunu gösteren bir değişkendir. İşlemi yapanın 0-179 arası adımın hangi adımında gerçekleştirdiğini gösteren numerik bir değerdir.
- **Müşteri No:** Bu değişken, işlemi yapan müşterinin numarasıdır. Müşteri olduğunu belirtmek amacıyla numarasının başına 'C' harfi vardır.
- **Yaş:** Bu değişken, müşterilerin 0'dan 6'ya kadar olan yaş grubunu gösteren numerik bir değerdir. Ancak yaş grubu içinde tanımlanamayan 1.178 adet 'U' ifadesi vardır.
- **Cinsiyet:** Bu değişken, müşterilerin cinsiyetlerini 'M' ve 'F' harfleriyle gösteren metin bazlı bir değere sahiptir.
- **Müşteri Posta Kodu:** Bu değişken, müşterilerin posta kodlarını gösteren numerik bir değerdir.
- **Üye İşyeri No:** Bu değişken, işlemi yapan satıcının üye işyeri numarasıdır. Satıcı olduğunu belirtmek amacıyla numarasının başına 'M' harfi vardır.
- **Üye İşyeri Posta Kodu:** Bu değişken, satıcılara ait üye işyerlerinin posta kodlarını gösteren numerik bir değerdir.
- **Kategori:** Bu değişken müşterilerin sağlık, eğitim, taşımacılık, bar ve restoran, giyim, pazarlama, güzellik ve bakım, yiyecek, ev, otel, seyahat, spor ve eğlence, teknoloji, tasarım ve diğer hizmetler gibi sektörlerde yaptıkları harcamaları gösteren metin bazlı değere sahiptir.
- **Tutar:** Bu değişken, müşterilerin 15 farklı sektörlerde yaptıkları harcamalara ilişkin tutarlarını göstermektedir.
- **Hile Durumu:** Bu değişken, yapılan işlemin hileli olup olmadığını gösteren sınıflandırıcı bir etikettir. Bu etikete göre hilesiz işlemler '0' ile hileli işlemler '1' ile tanımlanmıştır.

Tablo 2. Veri Setinin Genel Görünümü

İşlem Basamağı	Müşteri No	Yaş	Cinsiyet	Posta Kodu	Üye İşyeri No	Posta Kodu	Kategori	Tutar	Hile Durumu
0	'C1093826151'	'4'	'M'	'28007'	'M348934600'	'28007'	'es_transportation'	4,55	0
0	'C352968107'	'2'	'M'	'28007'	'M348934600'	'28007'	'es_transportation'	39,68	0
0	'C2054744914'	'4'	'F'	'28007'	'M1823072687'	'28007'	'es_transportation'	26,89	0
0	'C1760612790'	'3'	'M'	'28007'	'M348934600'	'28007'	'es_transportation'	17,25	0
0	'C757503768'	'5'	'M'	'28007'	'M348934600'	'28007'	'es_transportation'	35,72	0
...
90	'C1350963410'	'5'	'F'	'28007'	'M2122776122'	'28007'	'es_home'	80,45	1
90	'C1307336396'	'2'	'F'	'28007'	'M2122776122'	'28007'	'es_home'	818,88	1
...
179	'C616528518'	'4'	'F'	'28007'	'M1823072687'	'28007'	'es_transportation'	26,93	0

Kaynak: Kaggle, Synthetic Data From A Financial Payment System, 2017, <https://www.kaggle.com/ealaxi/banksim1> (16 Şubat 2022).

5. UYGULAMA

Günümüzde geliştirilen veri madenciliği araçları çeşitli yazılımlar ile kullanılmaktadır. Bu yazımlardan en bilinen ve kamuya açık olanları DataLab, DBMiner, Knime, RapidMiner, Weka, R ve Orange vd. sıklıkla kullanılmaktadır (Kantardzic, 2020:574-576). Ancak uygulama sistemi, kamuya açık veri madenciliği yazılım programlarının sınırlı ölçüde kullanıma imkân vermesi ve çalışma için önemli olan çıktıların üretilmemesi nedeniyle Python üzerinde tasarlanmıştır. Aşağıda Python programlamasında kullanılan kütüphanelerin paylaşımı yapılmıştır.

pandas in /usr/local/lib/python3.7/dist-packages (1.3.5),
scikit-learn in /usr/local/lib/python3.7/dist-packages (1.0.2),
numpy>=1.17.3 in /usr/local/lib/python3.7/dist-packages (from pandas) (1.21.6),
joblib>=0.11 in /usr/local/lib/python3.7/dist-packages (from scikit-learn) (1.2.0),
scipy>=1.1.0 in /usr/local/lib/python3.7/dist-packages (from scikit-learn) (1.7.3).

Python programlama dilinin seçilmesinin amacı, programlama açısından çok kullanışlı olması, geniş bir kütüphaneye sahip olması ve veri madenciliğinde kullanımının da hızla artmasından kaynaklanmıştır (Layton, 2015:1). Ayrıca PYPL programlama dillerinin popülerlik indeksine göre Eylül 2022 itibarıyla en çok tercih edilen programlama dili olmuştur (PYPL, 2022).

5.1. Kaynak Veriyi Hazırlama ve Dönüştürme

Veri hazırlama aşaması, ham veriden başlayarak nihai veri dizisine ulaşıncaya kadar gereken tüm faaliyetleri kapsamaktadır. Verilerin temizlenmesi ve dönüştürülmesi için görselleştirme, kayıt, öznelik seçimi gibi faaliyetleri içerebilmektedir. Verinin kullanışlı hale getirilmesi ve modelin kurulması aşamalarını sağlayan işlemler toplam sürecin büyük bir kısmını oluşturmaktadır (Akpınar, 2017:79-82). Farklı nedenlerden kaynaklı olarak veri kümesi için uygun olmayan (eksik, hatalı veya tutarsız) değerler bulunabilmektedir. Tespit edilen bu değerlerin modelin tahmin gücünü azaltacağından düzeltilmesi, değiştirilmesi ya da silinmesi gerekebilir (Nisbet vd., 2018:62-63).

Çalışmanın kaynak veri setinde az da olsa hatalı olarak adlandırılan uygun olmayan değerler bulunduğu anlaşılmıştır. Veri setinin “age” sütununda diğer değerlerle benzeşmeyen “U” aykırı değerlerine rastlanmıştır. Bu kayıtların hileli işlemler olması ihtimali nedeniyle veri kümesinden çıkartmak yerine makul bir değer ataması yapılmak üzere içinde bırakılmıştır. Yukarıda Tablo 2’de görüldüğü üzere veri seti içinde metin bazlı olan değerler de bulunmaktadır. Diğer yandan, değişkenlerin tanımlanması ya da belirtilmesi amacıyla kullanılan karakterlerden temizlenmesi gerekmektedir.

Tablo 3. Temizlenmiş ve Dönüştürülmüş Kaynak Veri Seti

İşlem Basamağı	Müşteri No	Yaş	Cinsiyet	Posta Kodu	Üye İşyeri No	Posta Kodu	Kategori	Tutar	Hile Durumu
0	210	4	2	0	30	0	12	455	0
0	2753	2	2	0	30	0	12	3968	0
0	2258	4	1	0	18	0	12	2689	0
0	1650	3	2	0	30	0	12	1725	0

0	3585	5	2	0	30	0	12	3572	0
...
179	3564	2	2	0	18	0	12	5117	0
179	2639	3	1	0	18	0	12	2053	0
179	3369	4	1	0	18	0	12	5073	0
179	529	2	1	0	31	0	2	2244	0

Bir veri setindeki değişkenler, sayısal veya kategorik gibi farklı türlerde olabilir. Bir müşteri grubuna ait kredi puanı, kategorik değerle (zayıf, iyi, mükemmel) veya rakamsal değerle temsil edilebilmektedir. Veri madenciliğinden iyi bir sonuç alınmak isteniyorsa, örneğin doğrusal regresyon modeli için verilerin sayısal, karar ağacı algoritması için kategorik değere dönüştürülmesi daha faydalı olmaktadır (Kotu ve Deshpande, 2019:27). Veri seti temizlendikten sonra içinde farklı yapılarla bulunan veriler, karar ağacı algoritması için uygun hale getirilmesi gerekmektedir. Uygulama sistemiyle numerik olan ama kategorik olmayan veriler önce kategorik bir yapıya dönüştürülmüştür. Sonra kategorik olan ama numerik olmayan veriler, numerik veri tipine dönüştürülmüştür.

5.2.Ana Modelin Kurulması ve Test Edilmesi

Model kurma sürecinde oluşturulmak istenen modelin eğitim faaliyetleri öğrenme kümesi üzerinde gerçekleştirilir. Test kümesi olarak ayrılan bölümle oluşturulan modelin test edilmesi sağlanmalıdır. Modelin test edilmesinin amacı, modelin temsil edildiği veri kümesi üzerinden yapılan öğrenmenin başarımın ölçülmesi içindir. Bazı projelerde test kümesine ek olarak doğrulama kümesi adı altında bir üçüncü küme oluşturulmaktadır. Doğrulama kümesi ile model bir kez daha test edilmiş olduğundan ikna edici ve güvenilir sonuçlara ulaşılmaktadır (Olson ve Delen, 2008:16). Modeller, eğer parametre ayarları değiştirilmezse varsayılan ayarlarla işlem yapmaktadır. Problemin çözümüne yönelik özel bir parametre gerekmesi durumunda ayarları değiştirilerek tekrar model oluşturulabilir (Nisbet vd., 2018:49). Verilerin anlaşılmasını kolaylaştıracak ve uygulanabilirliği arttıracak parametrelerin belirlenmesi de önemlidir. Seçilen modelle belirli bir veri setindeki ilişkilerin soyut temsili ancak bu şekilde sağlanabilmektedir (Kotu ve Deshpande, 2019:29).

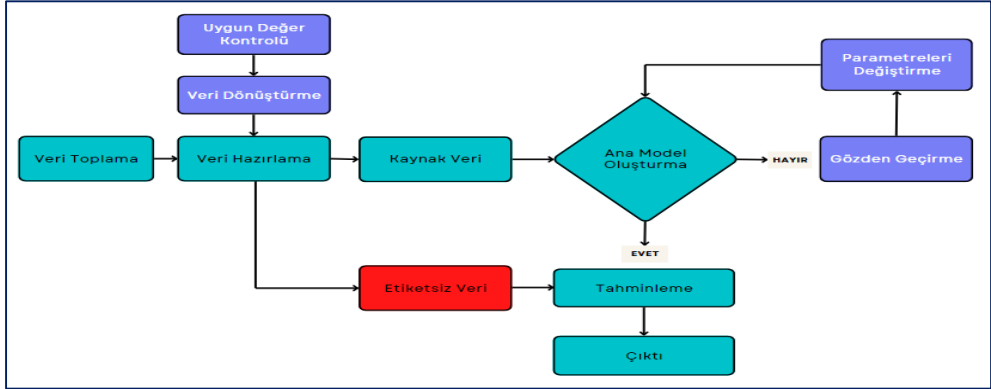
Bu aşamada, uygulama sisteminin modülleri vasıtası ile ana bir model oluşturma işlemi yapılmıştır. Eğitim ve test veri setinin belirlendiği komut kısmına manuel olarak giriş yapabilmekte mümkündür. Böylelikle model kurulma aşamasında kaynak veri setinin bölümlendirilmesi kullanıcıya bırakılmıştır. Yapılan denemeler sonucunda elimizdeki kaynak veri seti için en başarılı model %69 eğitim ve %31 test seti ayrımı ile oluşturulmuştur. Uygulama sistemiyle karar ağacı tekniği kullanılmış ve yapılan tahminlemeye ilişkin istatistik sonuçları elde edilmiştir. Sonuçlar incelendiğinde, modelin doğruluk oranı %99,42, f1-skoru %75, kesinlik oranı %74 ve duyarlılık oranı %76 hesaplanmış, eğitimi ve tahmini 1,32 saniyede tamamlanmıştır. Elde edilen metrik performansları oluşturulan ana modelin kullanılabilir olduğunu göstermiştir.

Tablo 4. Modelin Test İstatistikleri

Karar Ağacı					
Karışıklık Matrisi			Doğruluk	:	0,994
	Gerçek Pozitifler	Gerçek Negatifler	F1-Skoru	:	0,754
Tah. Ed. Pozitifler	181.353	552	Kesinlik	:	0,748
Tah. Ed. Negatifler	505	1.620	Duyarlılık	:	0,762

5.3 Ayrılan Etiketsiz Veri Setinin Sınıflandırılması

Uygulama sistemine girişi yapılan sınıf etiketi olmayan veri seti, önceki aşamalarda kaynak veri setine uygulanan işlemlerden geçirilerek hazırlanmalıdır. Etiketsiz veri setindeki belirtme amacıyla kullanılan belirtme ifadelerinden temizlenmiş ve uygun veri tipinin sağlanması adına dönüştürme işlemi yapılmıştır. Etiketsiz veri seti hazırlandıktan sonra karar ağacı algoritması kaynak veri setiyle eğitilmiş etiketsiz veri seti üzerinde tahmin yapması sağlanmıştır. Sürecini tamamlayan uygulama sistemi kısa bir süre sonra algoritmanın tahminlerini gösteren dosyayı çıktı olarak üretmiştir.

**Şekil 3. Uygulama Sisteminin Akışı**

Çalışmadaki uygulama sistemi, makine öğrenimi yöntemleriyle yapılan tahmin çıktılarının analizciler tarafından incelemesine ve doğrulamasına dayandırılmaktadır. Makine öğrenimi yöntemleri her ne kadar başarılı tahminler yapsa da bir kalıp ya da örüntünün sonuçlarını değerlendirmek ve model tahminlerinin makul olduğunu doğrulamak için analistler hala gerekmektedir. Çünkü bu yöntemler, ilgili ve alakasız korelasyon arasındaki farkı tanımak için gereken insan deneyiminden ve sezgisinden yoksundur. Bu nedenle analizcilere olan ihtiyaç devam etmektedir (Fernandez, 2003:Chapter 1,s.5).

5.4. Bulgular

Çalışmada önce ana model oluşturulmuş ve sonradan sisteme eklenen sınıf etiketsiz veri setinin, sınıf etiketlerinin oluşturulması sağlanmıştır. Daha sonra karar ağacı tekniğinin, etiketsiz veri seti üzerindeki sınıflandırma başarısı ölçülmüştür. Uygulama sistemi tarafından üretilen dosya Microsoft Excel programıyla açılmıştır. Karar ağacı algoritmasının ürettiği sınıf etiketleri ile kontrol amaçlı ayrılan veri setinin sınıf etiketleri bir araya getirilmiştir. Karar ağacı algoritmasının etiketleri veri setinde '**Tahmin Edilen**' sütununda, kontrol veri setinden alınan sınıf etiketleri '**Hile Durumu**' sütununda gösterilmiştir.

Tablo 5. Sınıf Etiketlerinin Bir Araya Getirilmesi

İşlem Basamağı	Müşteri No	Yaş	Cinsiyet	Posta Kodu	Üye İşyeri No	Posta Kodu	Kategori	Tutar	Tahmin Edilen	Hile Durumu
0	155	3	1	0	21	0	4	939	0	1
0	688	1	1	0	8	0	12	463	0	0
0	479	2	0	0	17	0	12	189	0	0
0	656	4	1	0	17	0	12	139	0	0
...
16	101	1	0	0	8	0	12	546	1	0
16	724	2	1	0	17	0	12	705	0	0
16	205	3	0	0	1	0	14	941	1	1
...
17	606	2	0	0	8	0	12	212	0	0

Sınıflandırmanın başarısı doğru pozitif (TP), doğru negatif (TN), yanlış pozitif (FP), yanlış negatif (FN) ile ifade edilen değerlere bağlıdır. Yapılan sınıflandırmada hilesiz işlemler uygulama sistemi tarafından da hilesiz olarak tahmin edilmişse doğru pozitif (TP) ve hileli olan işlemler uygulama sistemi tarafından hileli olarak tahmin edilmişse doğru negatif (TN) olarak adlandırılmaktadır. Diğer yandan hilesiz işlemler uygulama sistemi tarafından hileli olarak tahmin edilmişse yanlış pozitif (FP), hileli işlemler uygulama sistemi tarafından hilesiz olarak tahmin edilmişse yanlış negatif (FN) olarak adlandırılmaktadır (Kurien ve Chikkamannur, 2019:1034). Yukarıda gösterilen Tablo 5'teki "Tahmin Edilen" ve "Hile Durumu" sütunları filtrelenerek karışıklık matrisine ulaşılmıştır.

Tablo 6. Karışıklık Matrisi

	Doğru Pozitif	Doğru Negatif	Toplam
Tahmin Edilen Pozitif	968 (TP)	10 (FP)	978
Tahmin Edilen Negatif	19 (FN)	3 (TN)	22
Toplam	987	13	1.000

Karışıklık matrisi, sınıflandırma modelinin tahminlerinin doğruluğunu özetleyen bir ($N \times N$) tablodur. N sınıf sayısını temsil etmektedir. Bir ikili sınıflandırma probleminde $N = 2$ 'dir. Diğer bir ifadeyle, gerçek sınıf etiketleri ile modelin tahmin ettiği sınıf etiketleri arasındaki korelasyonu ölçmeye yarayan bir tablodur. Karışıklık matrisinin bir eksenini modelin öngördüğü etiket, diğer eksen ise gerçek etiketten oluşmaktadır (Bhatia, 2019:120).

Karışıklık matrisi oluşturulduktan sonra model istatistikleri için gereken parametreler hazırlanmıştır. Modelin sonuçlarını analiz etmek gerekirse, 1.000 tane kayıta yer alan 987 tane hilesiz kaydın 968 tanesini hilesiz olarak etiketleyerek doğru tahmin yapmıştır. Diğer taraftan 13 tane hileli kaydın 3 tanesini hileli olduğunu etiketleyerek doğru tahmin yapmıştır. Tahmin başarısının ölçülmesi için daha önce ana modelin başarısını ölçmede kullanılan metrikler hesaplanmıştır.

Tablo 7. Değerlendirme Ölçütlerinin Hesaplanması

Metrikler	Oran	Hesaplama
Doğruluk/ Accuracy	0,971	TP+TN/ TOPLAM
f1-skoru/f1-score	0,984	$(2 * \text{Precision} * \text{Recall}) / (\text{Precision} + \text{Recall})$
Kesinlik /Precision	0,989	TP/TP+FP
Duyarlılık /Recall	0,980	TP/TP+FN

Böylelikle etiketsiz veri seti üzerinde kullanılan karar ağacı tekniğiyle oluşturulan modelin istatistikleri; doğruluk skoru (0,971), f1-skoru (0,984), kesinlik (0,989) ve duyarlılık (0,980) sağlıklı bir şekilde oluşturulmuştur. Elde edilen sonuçlara göre uygulama sistemi başarılı bir sınıflandırma işlemi gerçekleştirmiştir. Böylelikle uygulama sistemiyle yapılacak olan sınıflandırmanın kullanım amacına uygun çıktıları ürettiği söylenebilir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Uygulamanın yapılabilmesi için önce verinin anlaşılması ve eksikliklerinin tespit edilmesi sağlanmış daha sonra Python programlama dilinde uygulama sistemi tasarlanmıştır. Bu süreç fazlaca vakit olsa da tasarımı sayesinde kullanımı kolay ve işlemleri oldukça hızlı yapan bir ürün ortaya konmuştur.

Makine öğrenimine dayalı yaptığımız hile tespitinde sağlıklı sonuçlar alabilmek adına karar ağacı tekniğiyle önce başarılı ana model oluşturulmuştur. Değerlendirmede, karar ağacı tekniği metriklerinin doğruluk %99,42'lik, f1-skor %75'lik, kesinlik %74'lük ve duyarlılık %76'lık skoruyla anlamlı istatistik elde edilmiştir. Karar ağacı tekniği, ayırdığımız 1.000 tane kaydın yer aldığı etiketsiz veri seti üzerinde kullanılarak tekniğin tahmin başarısına bakılmıştır. Tahmininde işlemlerini 1,17 saniyede bitirmiş ve model metriklerinin doğruluk %97,1'lik, f1-skor %98,4'lük, kesinlik %98,9'luk ve duyarlılık %98'lik skor yakalama başarısını göstermiştir.

Çalışmadaki uygulama sistemi, işlem kayıtlarının makine öğrenimi sürecinden geçirildikten sonra hileli işlem kayıtlarının tespit edilmesine ve hilenin önlenmesine yardımcı olmaya yöneliktir. Çalışmaya özel tasarlanan uygulama sisteminin tasarımı sayesinde denetçilere, karar ağacı tekniğinin tahminlerine dayalı hileli olma ihtimali olan kayıtları tespit etme imkânı sağlanmıştır. Ayrıca işletmelerin iş akışı içinde ya da hemen sonrasında oluşan kayıtların sınıf etiketleri olmayacağı için makinenin hileli olarak etiketlediği kayıtlar süreç içerisinde araştırılabilir. Diğer yandan iç denetçilere, hileyi önleme çalışmalarında kullanılan veri setinin sicil numarası, tutar, yaş, cinsiyet gibi özniteliklerine ve tahmin edilen hileli sınıf etiketine göre çapraz sorgulamalarla farklı bakış açılarının da kazandırılabilceği düşünülmektedir. Ayrıca sisteminin çalıştırılması, veri setinin yüklenmesi, modelin kurulması ve tahminin yapılmasına ait işlemlerin tamamı 10 dakika gibi bir sürenin altında bitirilmiştir. Buradan hareketle uygulama sisteminin gerekli hazırlıkları yapıldıktan sonra verilerin makine öğreniminden geçmesi ve verilere ilişkin tahmin sürecinin hızlı olması, denetçilere hem anlamlı seçimler yapmasını sağlayacak hem de büyük bir vakit kazandıracaktır. Süreçlerin kısa sürede yapılması işletmedeki hileli yapıların ortaya çıkarılmasını hızlandıracığı için zararın büyümesi engellenecektir.

Bu çalışma, genel itibarıyla hilenin ortaya çıkarılmasına yönelik bir uygulama tasarımı gerçekleştirildiği için daha önce tespit edilmiş veriler kullanılmıştır. Süreçte, uygulama

sistemiyle hile ihtimali olan kayıtlar ortaya çıkarılmış olunacak ve inceleme sonucu hilenin doğrulanması durumunda sistemin kullanabileceği kaynak verilere ulaşılmış olacaktır. Böylelikle kalıpların toplanması durumunda sistem kendi hile veritabanını beslemiş olacaktır. Bu düşünce sonraki yapılacak çalışmalar için bir kaynak oluşturabilir ve bir sistem önerisiyle açıklanabilir.

Çalışmada kullanılan karar ağacı tekniğinin tahminlerinde hataların olabileceği unutulmayarak yaptığı tahminlere kesin gözüyle bakılmadan incelenmesi oldukça önemlidir. Ayrıca diğer tekniklerle deneme yapılarak karşılaştırma yapılabilir. Uygulamada kaynak verinin tanıma ve eksiklerinin tespit edilmesi manuel olarak yapıldığı için oldukça vakit harcanmıştır. Bu süreci kısaltacak şekilde çalışmalar yapılarak uygulama sistemi yeniden tasarlanabilir. Böylelikle uygulama sistemi daha kullanışlı hale getirilebilir.

KAYNAKÇA

- ACFE, Association of Certified Fraud Examiners, “2022 Global Study on Occupational Fraud and Abuse”, Report to The Nation, <https://acfe-public.s3.us-west-2.amazonaws.com/2022+Report+to+the+Nations.pdf> , 23.10.2022
- AKPINAR, H. (2017). Data, Veri Madenciliği Veri Analizi. 2.Baskı. Papatya Yayıncılık Eğitim, İstanbul.
- AKSOY, B. (2021).“Finansal Tablo Hilelerinin Makine Öğrenmesi Yöntemleri ve Lojistik Regresyon Kullanılarak Tahmin Edilmesi: Borsa İstanbul Örneği”, Maliye ve Finans Yazıları, 115:29-60.
- ALBRECHT, W.S., ALBRECHT, C.O., ALBRECHT, C.C., & ZIMBELMAN M. F. (2011). Fraud Examination. Fourth Edition. South-Western, United States.
- ATA, H.A., & SEYREK, İ.H. (2009). “The use of data mining techniques in detecting fraudulent financial statements: an application on manufacturing firms”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 14(2):157-170.
- BHATIA, P. (2019). Data Mining and Data Warehousing Principles and Practical Techniques, First Published. Cambridge University Press, United Kingdom.
- BOZKURT, N. (2009). İşletmelerin Kara Deliği Hile. 3.Baskı. Alfa Yayınları, İstanbul.
- CHEN, S. (2016). “Detection of fraudulent financial statements using the hybrid data mining approach”, SpringerPlus, 5(89):1-16.
- CODERRE, D. (2009). Computer-Aided Fraud Prevention and Detection: A Step-by-Step Guide. Wiley & Sons, New Jersey.
- CRAJA, P., KIM, A., & LESSMANN, S. (2020). “Deep learning for detecting financial statement fraud”, Decision Support Systems, 139:1-13.
- DUTTA, I., DUTTA, S., & RAAHEMI, B. (2017). “Detecting Financial Restatements Using Data Mining Techniques”, Expert Systems With Applications, 90:374-393.
- FERNANDEZ, G. (2003). Data Mining Using SAS Applications. Chapman & Hall/ CRC Press, United States.
- GAGANIS, C. (2009). “Classification Techniques for the Identification of Falsified Financial Statements: A Comparative Analysis”, Intelligent Systems In Accounting, Finance And Management, 16:207–229.

- GOLDEN, T.W., SKALAK, S.L., CLAYTON, M. M., & PILL, J. S. (2011). *A Guide to Forensic Accounting Investigation*. Second Edition. John Wiley & Sons, New Jersey.
- HACIHASANOĞLU, T., ASLAN, T., & DALKILIC, E. (2021). Hile: İşletme Bilimi Perspektifinden Genel Bir Bakış. *Paradigma Akademi, Çanakkale*.
- JAN, C. (2018). “An effective financial statements fraud detection model for the sustainable development of financial markets: evidence from Taiwan”, *Sustainability*, 10(513):1-14.
- KAGGLE, *Synthetic Data From A Financial Payment System*, 2017, <https://www.kaggle.com/ealaxi/banksim1>, 16.02.2022
- KANTARDZIC, M. (2020). *Data Mining: Concepts, Models, Methods, and Algorithms*. Third Edition. John Wiley & Sons, New Jersey.
- KIRLIOĞLU, H., & CEYHAN, I.F. (2014). “Mali Tablo Denetiminde Ön Analitik İnceleme Tekniği Olarak Veri Madenciliğinin Kullanımı: Borsa İstanbul Uygulaması”, *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 5(1):13-36.
- KIRKOS, E., SPATHIS, C., & MANOLOPOULOS, Y. (2007). “Data mining techniques for the detection of fraudulent financial statements”, *Expert Systems with Applications*, 32:995-1003.
- KOTU, V., & DESHPANDE, B. (2019). *Data Science Concepts and Practice*. Second Edition. Morgan Kaufmann Publishers, United States.
- KUDYBA, S. (2014). *Big Data, Mining, and Analytics: Components of Strategic Decision Making*. CRC Press, Taylor & Francis Group, Florida.
- KURIEN, K.L., & CHIKKAMANNUR, A.A. (2019). “Benford’s Law and Deep Learning Autoencoders: An approach for Fraud Detection of Credit card Transactions in Social Media”, 2019 4th International Conference on Recent Trends on Electronics, Information, Communication & Technology, India: IEEE, 1030-1035.
- LÆGREID, I. (2007). “Automatic Fraud Detection — Does it Work?”, *Annals of Actuarial Science*, 2(2):271–288.
- LAKSHMI, S.V.S.S., & KAVILA, S.D. (2018). “Machine Learning For Credit Card Fraud Detection System”, *International Journal of Applied Engineering Research*, 13(4):16819-16824.
- LAYTON, R. (2015). *Learning Data Mining with Python*. First Edition. Packt Publishing Ltd., Birmingham.
- LIU, F.M. (2008). “Fraudulent Financial Reporting Detection and Business Failure Prediction Models: A Comparison”, *Managerial Auditing Journal*, 23(7):650-662.
- MEMIS, S., ENGINOĞLU, S., & ERKAN, U. (2019). “A Data Classification Method in Machine Learning Based on Normalised Hamming Pseudo-Similarity of Fuzzy Parameterized Fuzzy Soft Matrices”, *Bilge International Journal of Science and Technology Research, Özel Sayı (3):1-8*.
- NGAI, E.W.T., HU, Y., WONG, Y.H., CHEN, Y., & SUN, X. (2011). “The application of data mining techniques in financial fraud detection: A classification framework and an academic review of literature”, *Decision Support Systems*, 50:559–569.

- NISBET, R., MINER, G., & YALE, K. (2018). Handbook Of Statistical Analysis And Data Mining Applications. Second Edition. Academic Press – Elsevier, London.
- OLSON, D. L. (2008). DELEN, D. Advanced Data Mining Techniques. Springer-Verlag, Berlin.
- PYPL, Programlama Dilleri Popülerlik İndeksi, <https://pypl.github.io/PYPL.html>, 15.09.2022
- SHMUELI, G., BRUCE, P.C., STEPHENS, M.L., & PATEL, N.R. (2017). Data Mining For Business Analytics: Concepts, Techniques, And Applications With JMP Pro. First Edition. John Wiley & Sons, New Jersey.
- SINGLETON, T.W., & SINGLETON, A.J. (2010). Fraud Auditing and Forensic Accounting. Fourth Edition. John Wiley & Sons, New Jersey.
- TATAR, B., & KIYMIK, H. (2021). “Finansal Tablolarda Hile Riskinin Tespit Edilmesinde Veri Madenciliği Yöntemlerinin Kullanılmasına Yönelik Bir Araştırma”, Journal of Yasar University, 16(64):1700-1719.
- WEST, J., & BHATTACHARYA, M. (2016). “Intelligent Financial Fraud Detection: A Comprehensive Review”, Computers & Security, 57:47-66.
- ZHOU, W., & KAPOOR, G. (2011). “Detecting evolutionary financial statement fraud” Decision Support Systems, 50:570–575.

EKLER

Veri Setine Erişim Linki

<https://www.kaggle.com/ealaxi/banksim1>

Uygulamada Kullanılan Veri Setlerine Erişim Linki

<https://drive.google.com/drive/folders/1E7s3WbrV9ghzszktaRcaQ8bceRb5xYRc?usp=sharing>

Alturistik Liderlik Algısının Sosyal Tembellik Davranışı Üzerindeki Etkisinde Sosyal Karşılaştırma Yöneliminin Rolü: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama¹

(Araştırma Makalesi)

The Role of Social Comparative Order in The Effect of Altruistic Leadership Perception on Social Lazy Behavior: An Application in Hospitality Businesses
Doi: 10.29023/alanyaakademik.1202967

Okan TÜRK

Dr. Öğr. Üyesi, Muş Alparslan Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Ulaştırma Hizmetleri Bölümü

o.turk@alparslan.edu.tr

Orcid No: 0000-0002-0074-2835

Nuray TÜRKÖĞLU

Dr. Öğr. Üyesi, Muş Alparslan Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü

n.turkoglu@alparslan.edu.tr

Orcid No: 0000-0002-7545-6518

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Türk, O., & Türkoğlu, N. (2023). Alturistik Liderlik Algısının Sosyal Tembellik Davranışı Üzerindeki Etkisinde Sosyal Karşılaştırma Yöneliminin Rolü: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama. *Alanya Akademik Bakış*, 7(1), Sayfa No.529-546.

ÖZET

Anahtar kelimeler:

Alturistik Liderlik Algısı, Sosyal Tembellik Davranışı, Sosyal Karşılaştırma Yönelimi, Konaklama İşletmeleri Çalışanları

Makale Geliş Tarihi:

11.11.2022

Kabul Tarihi:

13.01.2023

Keywords:

Altruistic Leadership Perception, Social Laziness Behavior, Social Comparison Orientation, Hospitality Employees

Bu araştırmanın amacı konaklama işletmelerindeki çalışanların alturistik liderlik algılarının sosyal tembellik davranışları üzerindeki etkisinde sosyal karşılaştırma yönelimlerinin rolünü belirlemektir. Araştırmanın evrenini 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmelerindeki işgörenler oluştururken kolayda örnekleme yöntemi ile Antalya'da 437 kişiden veri toplanarak Yapısal Eşitlik Modeli kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda katılımcıların alturistik liderlik algılarının sosyal tembellik davranışlarını negatif yönde, sosyal karşılaştırma yönelimlerinin sosyal tembellik davranışlarını ve alturistik liderlik algılarının sosyal karşılaştırma yönelimlerini pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca konaklama işletmelerinde çalışan işgörenlerin sosyal karşılaştırma yönelimlerinin, alturistik liderlik algılarının sosyal tembellik davranışları üzerindeki etkisinde kısmi aracılık ve düzenleyicilik rolüne sahip olduğu belirlenmiştir.

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the role of social comparison orientations in the effect of altruistic leadership perceptions of employees in accommodation businesses on social laziness behaviors. While the population of the research was composed of employees in 4 and 5 star accommodation enterprises, data were collected from 437 people in Antalya with convenience

¹ Bu çalışma için, Muş Alparslan Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 04.01.2022 tarihli ve 1 nolu toplantısının 49 nolu kararınca etik kurul onayı alınmıştır.

sampling method and analyzed using Structural Equation Model. As a result of the research, it was determined that the altruistic leadership perceptions of the participants affected their social laziness negatively, their social comparison orientations affected their social laziness behaviors and their altruistic leadership perceptions positively affected their social comparison orientations. In addition, it has been determined that the social comparison orientations of the employees working in the accommodation establishments have a partial mediation and regulatory role in the effect of their altruistic leadership perceptions on their social laziness behaviors.

1. GİRİŞ

İşletmeler için büyüme ve varlığını devam ettirme önemli bir örgütsel hedefdir. Son yıllarda üretkenlik üzerinde önemli etkisi olan ve motivasyonu, bağlılığı ve insanların başarılarına ulaşma çabalarını olumsuz etkileyen alturistik davranışının bu hedefe ulaşma konusunda engel oluşturduğu kabul edilmektedir (Salih ve Hijazin, 2020: 2545). Sosyal tembellik, kişilerin bir grup içerisinde yapmış oldukları işin miktarının tek başlarına olduklarında yaptığının daha az olması yönündeki eğilimi ifade etmektedir (Kugihara, 1999: 517). İşgörenlerin performanslarında düşüklüğe yol açan sosyal tembellik eğilimini azaltmak amacıyla turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler etkili yöntemler ve yollar aramaktadırlar. Bu yöntemlerden biri de liderin izleyenlerine yönelik tutumu ve liderlik tarzıdır (Şimşek vd., 2017: 89). Zira, liderlerin işgörenlerine yönelik göstermiş olduğu davranışlar işgörenlerin işlerine ve liderlerine ilişkin bütün tutum ve davranışlarını etkilemektedir (Cerit, 2012: 35-56). Bu noktada alturistik liderlik özellikleri ve davranışları önem kazanmaktadır. Alturistik liderlik, örgütsel yaşam içerisinde işgörenleri motive edebilme ve aralarındaki mevcut iletişimi kuvvetlendirme amacı taşımaktadır. Bunu gerçekleştirirken de liderlerin sergiledikleri davranışlarda çalışanlarının değer yargılarını ve duygularını göz önünde bulundurmaları gerekliliği söz konusu olmaktadır. Ayrıca bu davranışları gerçekleştirirken hiçbir çıkar ve menfaat gözetmeme, hatta çeşitli durumlarda kendisine zararı dokunabilecek şekilde olsa bile tamamıyla karşıdaki kişinin faydasını düşünebilen bir liderlik tarzı olarak karşımıza çıkmaktadır (Miller, 2003: 75). Bu nedenle konaklama işletmelerindeki çalışanların alturistik liderlik algılarının sosyal tembellik davranışları üzerinde etkili olabileceği düşünülmektedir. Ayrıca araştırmacılar, kişilerin örgütsel katkılarını ve kendilerini değerlendirmelerinin, sosyal tembellik vakalarının azalmasına yol açtığını belirtmektedir (Simms ve Nichols, 2014: 58-67). Sosyal karşılaştırma, kişilerin mevcut kişisel durumları hakkında fikir edinebilmek veya sahip oldukları fikirleri koruyabilmek için başvurmuş oldukları, kendilerini diğerleriyle karşılaştırma sürecidir (Bilgin, 2003: 348). Kişilerin kendi bilişsel ve fiziksel özelliklerini, yeteneklerini, başarı ya da başarısızlıklarını başka kişilerle karşılaştırarak kendileri ve sahip oldukları nitelikler ile ilgili değerlendirmeler yapmaları ve sonuçlara ulaşmaları onların sosyal yaşamları içerisinde kendi yerlerini belirleyebilmeleri açısından oldukça önemlidir (Aydın, 2014: 41). Bu sebeple konaklama işletmelerinde çalışan işgörenlerin grup içerisinde yapmış oldukları sosyal karşılaştırmaların işgörenlerin alturistik liderlik algılarının sosyal tembellik davranışları üzerindeki etkisinde önemli bir role sahip olacağı düşünülmektedir. Bu nedenle çalışmada konaklama işletmelerinde çalışan işgörenlerin alturistik liderlik algıları, sosyal tembellik davranışları ve sosyal karşılaştırma yönelimleri arasındaki etkileşimlerin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Antalya ilinde faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı konaklama işletmelerinde çalışan 437 işgörene uygulanan anket formu aracılığıyla veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler sosyal bilimler için geliştirilen bilgisayar programları ile analiz edilerek çeşitli sonuçlara ulaşılmış ve bu sonuçlar doğrultusunda değerlendirmelerde bulunulmuştur.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Günümüz örgütleri açısından liderlik oldukça önemli bir kavramdır. Zira liderler, buldukları örgütte bir yandan örgütsel etkinliğin artırılmasına yardımcı olurken, diğer yandan ise örgütsel amaçlara ulaşmada son derece önemli rol oynamaktadır (Öcal ve Sarnıç, 2017:107; Özkaynar, 2017: 161). Örgütlerde liderlik, belirli şartlar altında, belirli kişiler ya da grupların belirli hedeflere kanalizasyonun sağlanması ve yeterlilik durumlarının üzerinde etkin olma kabiliyet ve bilgisi olarak ifade edilmektedir (Barrow, 1977: 232; Eren, 2012: 415; Keklik, 2012: 75; Koçel, 2018: 585; Popper ve Lipshitz, 1993: 23-27; Yukl, 2013: 21).

Toplumsal yaşam içerisinde varlığını sürdüren insan, sosyal hayatın gerekliliği olan yardımlaşma ile ihtiyaçlarını karşılayarak yaşamını sürdürebilmektedir. Bu yardımlar, kişilere maddi ve manevi kazançlar sağlayabileceği gibi hiçbir kazanç beklentisi bulunmadan da kişiler birbirlerine yardımcı olabilmektedir. Bazen bu durum, yardım eden kişinin kendi kişisel faydasını göz önünde bulundurmadan, hatta kişisel olarak zarar görebilecek şekilde bütünüyle diğer kişilere fayda sağlama amacı da taşıyabilir. Bu noktada alturistik davranış ortaya çıkmış olur (Konan ve Gedik, 2019: 76-92). Alturistik davranış, insanlara yardım etmiş olmanın verdiği haz dışında başkalarına hizmet ederken herhangi bir ödül beklentisi içerisinde olmayan, neden olabileceği kişisel sonuçları düşünmeden gönüllülük esasına dayalı başkalarına yardım etme yönündeki fedakârca davranış olarak tanımlanabilir (Avolio ve Locke, 2002: 170; Escrig vd., 2016: 1057-1058; Taylor vd., 2010:131). Alturistik liderlik ise, hiçbir menfaat gözetmeksizin astlarının veya izleyicilerinin kişisel gelişimleriyle ilgilenen, refah ve mutluluk düzeyini artırmak amacıyla onların ruhsal ve fiziksel olarak sağlıklı olmalarını, iyileşmelerini sağlayarak ulaşılacak istenen noktaya kadar, izleyicilerine rehberlikte bulunan bir liderlik tarzı olarak tanımlanmaktadır (Karahılalöz ve Çelebi, 2021:122-135; Konan ve Gedik, 2019:76-92; Miller vd., 2005: 4; Twemlow, 2001: 450). Örgütsel bağlamda alturistik liderlik üzerine yapılan çalışma sonuçları göstermektedir ki; çalışanların iş tatminini (Wagner ve Rush, 2000: 381), örgüte bağlılığını (Dilek, 2005: 135), yöneticiye ve örgüte güvenini (Yıldız, 2015: 67), çalışanların politik yetisini (Shi vd., 2011: 361-362) etkilemektedir. Ayrıca alturistik liderlik davranışı liderler ile örgüt üyeleri arasındaki etkileşimi pozitif biçimde etkilemektedir (Chanko ve Rhmat, 2022: 1-9). Zira, liderlerin yönetim biçimleri, işgörenlerin tutum ve davranışlarını belirleyen unsurların başında gelmektedir. Liderlerin örgütsel bağlılığı ve dolayısıyla sosyal işbirliğini arttırmada ve örgüt içerisinde ortak değerlerin oluşturulmasında etkinliği oldukça önemlidir. İşgörenlerle sürekli iletişim halinde bulunmak, örgütte yaşanan olaylara karşı verdikleri tepkileri olumlu yönlendirmek ve örgüt içerisinde bulunan grup normlarının güçlenmesini sağlamak liderin önemli görevlerindedir (İpek, 2014: 3).

Sosyal tembellik, bireylerin yalnız çalışırken gösterdikleri bireysel çabalara kıyasla grup içinde çalışma gayretlerinin azalması yönündeki eğilimlerini ifade edilmektedir (Karau ve Williams, 1993:681; Liden vd., 2004:285; Williams ve Karau, 1991:681). Başka bir deyişle, sosyal tembellik, kişilerin grup içerisinde kişisel performansına yönelik bilgiyi kesin bir biçimde elde edemediği durumlarda tek başına yaptığı işlerde gösterdiği çabadan daha düşük çaba harcama yönündeki eğilimidir (Klehe ve Anderson, 2007: 251-252).

İlk olarak 1913'te bir Fransız ziraat mühendisi Max Ringelmann literatüre kazandırmış olduğu sosyal tembellik olgusu, Ringelmann etkisi olarak da bilinmektedir (Can vd., 2006: 193). Ringelman yapmış olduğu araştırmada uygulamış olduğu bir deney sayesinde grup içerisindeki bireysel çabalar ile grup üyelerinin toplam çabaları arasında ters bir ilişkinin olduğunu tespit etmiştir. Ringelmann'ın deneyinde; kişiler yalnız olduklarında halatı ortalama 63 kg'lık bir kuvvetle çekmektedirler. Aynı kişiler 3 kişilik bir grup olarak halatı çektiklerinde, ortalama 53

kg'lık bir kuvvete inmiştir. Grup 8 kişiye çıkarıldığında ise ortalama 31 kg'a kadar düşmüştür. Ringelmann, bu deneyde grup üyelerinin tek başlarına olduklarında gösterdikleri çabalar ile grubun çabasının en azından toplamının eşit olacağını düşünmüştür. Ancak, deneyin sonuçları bu doğrultuda olmamıştır (Robbins ve Judge, 2011:287).

Örgütlerde sosyal tembellik oldukça yaygın olarak görülmekte ve örgüt içerisinde çeşitli sorunlara neden olabilmektedir (Stouten ve Liden, 2020: 55-80). Çünkü sosyal tembellik, çalışma ortamının devamlılığı açısından tehlikeli olabilmekte, kısa vadede çalışan performansını ve verimliliği etkileyebilirken, uzun vadede örgütsel iklimin zarar görmesine neden olmaktadır (Kim, 2021:1-13; Sünnetçioğlu vd., 2014: 17-34). İşgörenlerin sosyal tembellik davranışlarının temelinde motivasyon eksikliği, değerlendirme eksikliği, grup üyelerinin katkılarının belli olmaması, eşit katkı sağlayamama, genel amaç belirleme gibi çeşitli nedenler bulunmaktadır (Roy vd., 1996: 215-247).

Sosyal karşılaştırma, kişilerin kendi durumları ile ilgili fikir edinebilmek veya mevcut fikirlerini koruyabilmek için başvurmuş oldukları, kendilerini diğer kişilerle karşılaştırma sürecidir (Bilgin, 2003: 348). Sosyal Karşılaştırma Kuramı, 1950'lerde bireylerin kendilerini nasıl değerlendirdikleri, sahip oldukları özelliklerini ve yeteneklerini nasıl anlamlandırdıklarını tespit edebilmek üzere ortaya çıkmış bir kuramdır (Gül, 2016: 25). Kavram, Leon Festinger (1954) tarafından ilk olarak kullanılarak, sistematik bir kuram haline dönüştürülmüştür (Suls ve Wheeler, 2000: 3). Festinger (1954) bu kuramı kişilerin diğer kişilerle kendilerini karşılaştırarak mevcut durumları hakkında ne şekilde bilgi sahibi edindiklerini belirlemek amacıyla geliştirmiştir. Zira, kişilerin kendi tutum, algı, davranış ve duygularının geçerliliği ile ilgili emin olmak istedikleri ve geçerlilikle ilgili nesnel bir ölçüte nadir rastlandığı durumlarda, kişilerin kendi duygu, biliş ve davranışlarını diğer kişilerin duygu, biliş ve davranışları üzerinde temellendirdikleri kabul edilmektedir (Hogg ve Vaughan, 2011: 148).

Festinger (1954) sosyal karşılaştırma kuramını informal sosyal iletişim kuramına dayandırmaktadır. Kısaca bu kuram sosyal gruplar içerisindeki görüşlerin nasıl etkilendiğini ve nasıl şekillendiğini anlamaya çalışmaktadır. Sosyal karşılaştırma kuramı ise informal sosyal iletişim kuramına ek olarak yeteneklerle de ilgilenmektedir. Festinger (1954)'e göre kuramın görüşleri kapsadığı kadar yetenekleri de kapsaması sosyal karşılaştırma kuramını gündeme getirmiştir (Teközel, 2000: 3-4). Festinger (1954)'in geliştirmiş olduğu bu kuramın temel varsayımı kişilerin kendi durumlarına ilişkin bir sonuç çıkarabilmek için yeteneklerini, görüşlerini, kanaat ve değerlerini değerlendirme ihtiyacı duymalarına dayanmaktadır. Bu ihtiyaç evrensel ve doğuştan gelen bir güdüdür. Bu ihtiyaç objektif yollar aracılığıyla karşılanmadığında kişiler kendilerini başka kişilerle karşılaştırarak bir fikir edinmeye çalışmaktadırlar (Bilgin, 2007: 110).

Kişilerin, duygusal, sosyal ve fizyolojik ihtiyaçlarını karşılama arzuları, davranışlarının temelini oluşturmaktadır. Kişiler bu duygusal, sosyal ve fizyolojik, ihtiyaçlarını giderirken doğal olarak başkaları ile etkileşim içerisinde bulunmakta ve bazen kendilerini diğer kişilerle karşılaştırmaktadırlar (Erözkan, 2004:1). Yani, kişiler kendi durumlarını değerlendirirken diğer kişilere kıyasla ne durumda olduklarını belirleyebilmek amacıyla karşılaştırmalar yapmaktadırlar (Çetinkaya, 2004: 23). Zira diğer kişilerle yapılan karşılaştırmalar, kişilerin kendilerini değerlendirmelerinde temel dayanak noktalarından birisidir. Kişiler referans bir kişi veya değeri seçerek kendilerini o kişi ya da değerle karşılaştırmakta ve bu sayede elde edilen bilgiler, kişilerin iş görme kapasitelerinin artırılmasında ve yönetsel girdilere dönüşmesinde kullanılmaktadır (Gemlik vd., 2007: 56). Ayrıca kişilerin kendi fiziksel ve bilişsel özelliklerini, yeteneklerini, başarı ya da başarısızlıklarını diğer kişilerle karşılaştırarak elde ettikleri neticeler,

kendileri durumları hakkında yapmış oldukları değerlendirmeler ve yargılar onların sosyal yaşamları içerisinde kendi yerlerini belirleyebilmeleri açısından da oldukça önemlidir (Aydınlı, 2014: 41). Ancak, sosyal karşılaştırma süreci zor ve karmaşık olduğu için yönü de büyük önem arz etmektedir. Birey sosyal karşılaştırmayı aşağıya doğru ve yukarıya doğru olmak üzere iki şekilde gerçekleştirmektedir. Aşağıya doğru sosyal karşılaştırmada; bireyin kendisini kendisinden daha kötü durumda olan birisiyle karşılaştırması söz konusu iken, yukarıya doğru sosyal karşılaştırmada bireyin kendisini kendisinden daha iyi durumda olanlarla karşılaştırması söz konusudur. Bireyler kendilerini kötü hissettikleri durumlarda aşağıya doğru karşılaştırma yaparak, psikolojik olarak baş etme mekanizması geliştirmektedirler. Ancak alan yazında performansla ilgili konular yukarıya doğru sosyal karşılaştırmaya atıfta bulunmaktadır. Çünkü yukarıya doğru sosyal karşılaştırma, kişinin başarılı kişiyi görmesini sağlamakta ve kendisini hangi konularda geliştirebileceğine dair bilgiler sunmakta, böylelikle kişinin gelişimine yönelik motivasyonunu arttırmaktadır (Çopuroğlu, 2019: 10-12).

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

3.1 Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini dört ve beş yıldızlı konaklama işletmelerinde çalışan işgörenler oluşturmaktadır. Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak evreni en iyi temsil edebileceği düşünülen Antalya İlinde faaliyette bulunan dört ve beş yıldızlı konaklama işletmelerinde çalışan 437 kişiye uygulanan anket formu aracılığıyla veriler elde edilmiştir. Antalya'daki 4 ve 5 yıldızlı otellerde 100.000'den fazla çalışan olduğu için 384 kişi kabul edilmektedir (Coşkun vd., 2015: 137). Veriler Muş Alparslan Üniversitesi 04.01.2022 tarihinde 01 numaralı toplantıda alınan etik kurul izni doğrultusunda toplanmıştır. Verilerin elde edilmesi için uygulanan anket formunun birinci kısmında Alturistik Liderlik Algısının ölçülebilmesi için Zheltoukhova (2016) tarafından geliştirilen ve Türkçeye uyarlaması Çakmak vd. (2019) tarafından yapılan Alturistik Liderlik Ölçeği, ikinci kısmında George (1992) tarafından geliştirilen Sosyal Tembellik Ölçeği, üçüncü kısmında Festinger'in (1954) geliştirdiği Sosyal Karşılaştırma Kuramından hareketle Gibbons ve Buunk (1999) tarafından geliştirilmiş 11 ifadeden oluşan ve Türkçe'ye uyarlaması Teközel (2000) tarafından yapılmış olan Iowa-Hollanda Karşılaştırma Yönelimi Ölçeği (Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure-INCOM) ve son kısmında ise cinsiyet, yaş, eğitim durumu, sektördeki ve işletmede çalışma süresi gibi demografik ve sektörel bilgileri ölçen sorular bulunmaktadır. Araştırmanın bağımsız değişkeni; Alturistik Liderlik Algısı, bağımlı değişkeni; Prososyal Hizmet Davranışı, aracı ve düzenleyici değişkeni ise sosyal karşılaştırmadır.

3.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın modeli ve hipotezleri incelenen literatür doğrultusunda oluşturulmuştur. Oluşturulan model Şekil 1'de görülmektedir. Araştırmanın hipotezleri ise aşağıdaki gibidir:

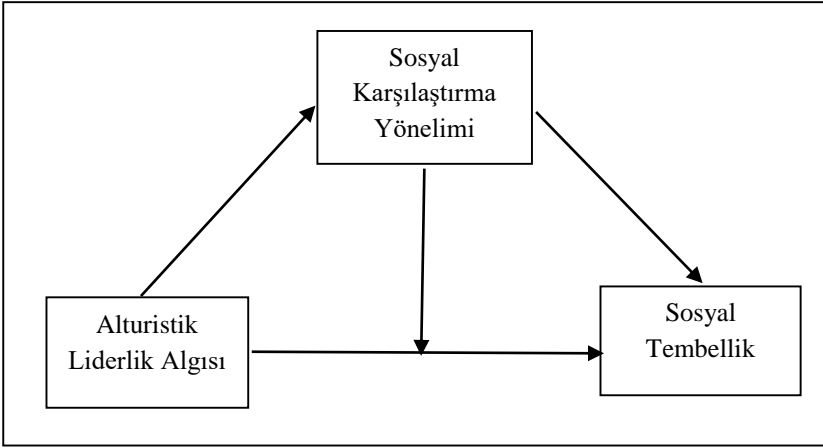
H₁: Alturistik liderlik algısının sosyal tembellik üzerinde etkisi vardır.

H₂: Alturistik liderlik algısının sosyal karşılaştırma yönelimi üzerinde etkisi vardır.

H₃: Sosyal karşılaştırma yöneliminin sosyal tembellik üzerinde etkisi vardır.

H₄: Alturistik liderlik algısının sosyal tembellik üzerinde etkisinde sosyal karşılaştırmının aracı rolü vardır.

H₅: Alturistik liderlik algısının sosyal tembellik üzerinde etkisinde sosyal karşılaştırmının düzenleyici rolü vardır.



Şekil 1. Araştırma Modeli

4. BULGULAR

4.1. Normallik Testi

Araştırma verilerinin analizi bilgisayar programları kullanılarak yapılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri yapılmadan önce araştırma verilerinin normallik dağılımı incelenmiştir. Çünkü sayısal verilerin analizlerinin yapıldığı çalışmalarda normal dağılım çok önemlidir ve yapılan birçok testin uygulanabilmesi için verilerin normal ya da normale yakın dağılım göstermesi gerekmektedir. Ayrıca verilerin normal ya da normale yakın dağılmaması analiz sonuçlarının yanlış çıkmasına neden olmaktadır. Bu durum araştırma için gerekli olan yorumlarında yanlışlığına neden olabilmektedir (Kalaycı, 2010: 53; Karagöz, 2017:104).

Araştırmada kullanılan verilerin normal dağılım durumunu belirleyebilmek amacıyla değişkenli normallik testleri uygulanmıştır. Tek değişkenli normal dağılımın belirlenebilmesi amacıyla, literatürde önerilen yöntemlerden birisi olan standart sapma, çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerine bakılmıştır (Gürbüz ve Şahin, 2015: 207-208). Normal dağılım gösteren bir verinin standart sapması 1'e yakın bir değer alırken, çarpıklık ve basıklık değerleri -2 ile +2 arasında değer alıyor olması gerekmektedir (Bayram, 2013: 109). Yapılan analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre anket formunda yer alan ifadelerin standart sapmalarını 1'e yakın, çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerinde -2 ile +2 arasında bulunduğu görülmektedir.

Araştırmada bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama derecesini belirlemek ve düzenleyici değişkenin etkisini ve yönünü belirlemek için yapısal eşitlik modellemesi kullanılarak yol analizi uygulanmıştır. Şekil 1. deki araştırma modelini test edebilmek amacıyla Anderson ve Gerbing (1988)' de belirttiği gibi iki adımlı bir yaklaşım benimsenmiştir. İlk olarak ölçüm modelini değerlendirmek için doğrulayıcı faktör analizi (CFA) uygulanmış, daha sonra hipotezler yapısal eşitlik modeli (SEM) kullanılarak test edilmiştir.

4.2. Araştırmanın Güvenilirliği ve Geçerliliği

Araştırma modelinin analizine geçilmeden önce araştırmada yer alan yapıların geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları yapılmıştır. Geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları kapsamında iç

tutarlılık (internal consistency reliability), birleşme geçerliliği (convergent validity) ve ayırma geçerliliği (discriminant validity) değerlendirilmiştir. İç tutarlılık güvenilirliği için Cronbach Alpha ve birleşik güvenilirlik (CR=Composite Reliability) katsayıları incelenmiştir. Birleşme geçerliliğinde faktör yükleri ve açıklanan ortalama varyans (AVE= Average Variance Extracted) değerleri kullanılmıştır. Faktör yüklerinin ≥ 0.70 Cronbach Alpha ve birleşik güvenilirlik katsayılarının ≥ 0.70 açıklanan ortalama varyansın ise ≥ 0.50 olması beklenmektedir (Hair vd., 2006: 431-454; Hair vd., 2017:616-632; Fornell ve Larcker, 1981:39-50). Aşağıda yer alan tabloda araştırma yapılarının iç tutarlılık güvenilirliği ve birleşme geçerliliği ile ilgili sonuçlar bulunmaktadır.

Tablo 1. Araştırmanın İç Tutarlılık Güvenilirliği ve Birleşme Geçerliliğine İlişkin Sonuçlar

Değişken	İfadesi	Faktör Yükü	Cronbach Alpha	CR	AVE
Alturistik Liderlik Algısı	AL 1	0.735	0.893	0.897	0.508
	AL 2	0.750			
	AL 3	0.873			
	AL 4	0.733			
	AL 5	0.663			
	AL 6	0.664			
	AL 7	0.668			
	AL 8	0.577			
Sosyal Tembellik	ST 1	0.801	0.908	0.911	0.489
	ST 2	0.704			
	ST 3	0.832			
	ST 4	0.585			
	ST 5	0.610			
	ST 6	0.612			
	ST 7	0.721			
	ST 8	0.579			
	ST 9	0.704			
	ST 10	0.792			
Sosyal Karşılaştırma Eğilimi	SK 1	0.582	0.861	0.868	0.501
	SK 2	0.641			
	SK 3	0.674			
	SK 4	0.642			
	SK 5	0.831			
	SK 6	0.836			

Tablodaki değerler incelendiğinde faktör yüklerinin 0.577 ile 0.873 arasında gerçekleştiği görülmektedir. Hair vd. (2017: 616-632) faktör yüklerinin 0.708' in üzerinde olması gerektiğini belirtmiştir. Bu değer altında kalan ifadelerin ölçekten çıkarılmadan önce AVE ve CR değerlerine bakılması gerekir. Yazarlar, AVE ve CR değerlerinin 0.40 ile 0.70 arasında olması durumunda ölçekten ifadelerin çıkarılmaması gerektiği kabul edilmektedir. Tabloya bakıldığında analize dahil edilen ifadelerin bu eşik değer üzerinde olduğu görülmektedir. Yapıların Cronbach Alpha katsayılarının 0.861 ile 0.908 arasında, CR katsayılarının da 0.868 ile 0.911 arasında gerçekleşmesi nedeniyle iç tutarlılık geçerliliğinin sağlanmış olduğu kabul edilmiştir. Yapıların faktör yüklerinin 0.577 ile 0.873 arasında, AVE katsayılarının ise 0.489 ile 0.508 arasında gerçekleşmesi birleşme geçerliliğinin sağlandığını göstermektedir. Zira, Psaila ve Roland (2007) AVE değerinin 0.40'ın üstünde olması ve CR değerinin de 0.70'in

üzerinde olmasının kabul edilebilir olduğunu ve birleşme geçerliliğinin yeterli olduğunu belirtmektedirler.

Ayrışma geçerliliğinin tespitinde Fornell ve Lacker (1981: 39-50) tarafından önerilen ölçüt ile Henseler vd. (2015: 120) tarafından önerilen HTMT katsayıları kullanılmıştır. Fornell ve Lacker (1981)' e göre araştırmada yer alan yapıların AVE değerlerinin karekökü araştırmada yer alan yapılar arasındaki korelasyon katsayılarından yüksek olmalıdır. Aşağıdaki tabloda Fornell ve Lacker (1981) tarafından önerilen ölçütlere göre analiz sonuçları yer almaktadır. Tablodaki parantez içindeki değerler AVE'nin karekökü değerleridir. Tablodaki değerler incelendiğinde, her bir yapının AVE karekökü değerinin diğer yapılarla olan korelasyon katsayılarından daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Ayrışma Geçerliliği

	Alturistik Liderlik Algısı	Sosyal Tembellik	Sosyal Karşılaştırma Eğilimi
Alturistik Liderlik Algısı	(0.713)		
Sosyal Tembellik	-0.329	(0.700)	
Sosyal Karşılaştırma Eğilimi	0.508	0.000	(0.708)

Hanseler vd. (2015) tarafından önerilen HTMT katsayıları araştırmada tüm değişkenlere ait ifadelerin korelasyon ortalamalarının aynı değişkene ait ifadelerin korelasyon geometrik ortalamalarına oranını ifade etmektedir. Yazarlar, ölçülmeye çalışılan yapıların teorik olarak birbirine yakın olması durumunda HTMT katsayısının 0.90'ın, birbirinden teorik olarak uzak olması durumunda ise 0.80' in altında gerçekleşmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Aşağıda verilen tablodaki HTMT katsayılarına bakıldığında katsayıların eşik değerin altında olduğu görülmektedir.

Tablo-3 Araştırma Değişkenlerine İlişkin HTMT Katsayıları

	Alturistik Liderlik Algısı	Sosyal Tembellik	Sosyal Karşılaştırma Eğilimi
Alturistik Liderlik Algısı			
Sosyal Tembellik	0.320		
Sosyal Karşılaştırma Eğilimi	0.495	0.070	

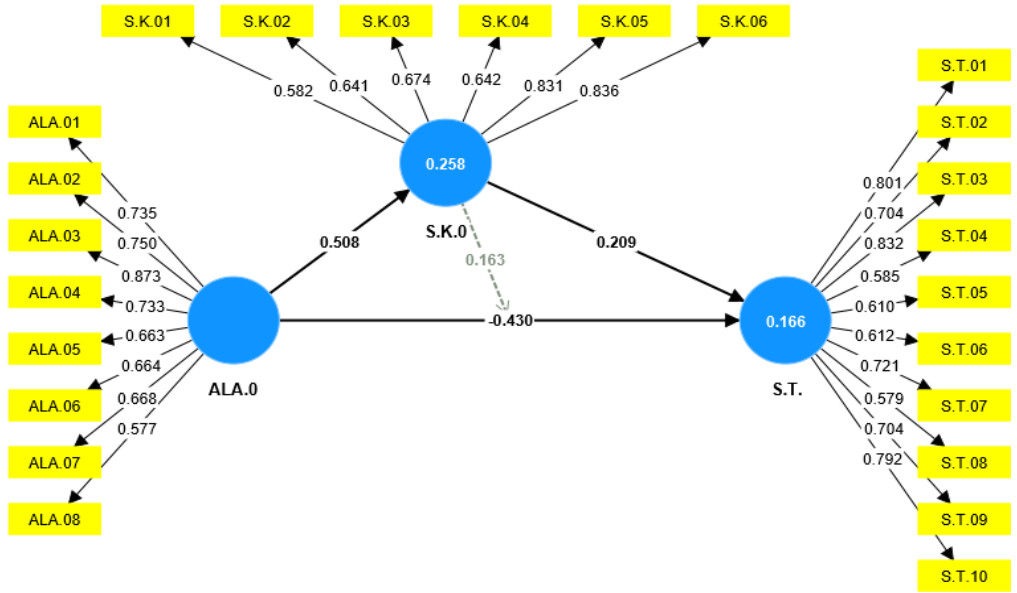
4.3. Katılımcıların Demografik ve Kişisel Özelliklerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde %72.7'sinin erkek, %25.6'sının kadın olduğu, %17' sinin 21-30 yaş aralığında, %39.4' ünün 31-40 yaş aralığında, %32.7'sinin 41-50 yaş aralığında ve %8.7'sinin ise 51 yaş ve üzerinde olduğu görülmüştür. Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında %2.2'sinin ilköğretim, %24.8'inin lise, %15.4'ünün ön lisans, %44.3'ünün lisans ve %11' inin ise lisansüstü eğitim seviyesine sahip oldukları belirlenmiştir. Katılımcıların çalıştıkları işletmelerin statüleri incelendiğinde, %74.1'i 5 yıldızlı ve %25.9'u 4 yıldızlıdır. Katılımcıların görev yaptıkları departmanlar incelendiğinde, %27.2'sinin önbüro, %3.4'ünün muhasebe, %4.8'inin kat hizmetleri, %24.7'sinin yiyecek içecek (servis), %3.2'sinin yiyecek içecek (mutfak), %7.1'inin teknik servis, % 2.3'ünün halkla ilişkiler, % 11.9'unun satış ve pazarlama, % 5' inin güvenlik departmanında görev yaptığı belirlenmiştir.

Katılımcıların sektörde çalışma süreleri incelendiğinde, %5.9'unun 1' yıldan az, %13.7'sinin 1-5 yıl arası, %16' sının 6-10 yıl arası, %33.2'sinin 11-15 yıl arası, %20.6'sının 16-20 yıl arası, %10.5'inin 21 yıl ve üzeri çalıştıkları görülmüştür. Katılımcıların işletmelerinde çalışma süreleri incelendiğinde, %15.1'inin 1 yıldan az, %45.3'ünün 1-5 yıl arası, %19.2'sinin 6-10 yıl arası, %20.4'ünün 11-15 yıl arası çalıştıkları belirlenmiştir.

4.4. Hipotez Testlerine İlişkin Bulgular

Alturistik liderlik algısının sosyal tembellik ve sosyal karşılaştırma yönelimi üzerinde, sosyal karşılaştırma yöneliminin sosyal tembellik üzerindeki doğrudan etkisini ve alturistik liderlik algısının sosyal tembellik üzerindeki etkisinde sosyal karşılaştırmanın aracı ve düzenleyici rolünü belirlemek üzere yapılan path analizi sonuçları aşağıdaki gibidir. Araştırma hipotezlerini test edebilmek için oluşturulan yapısal eşitlik modeli Şekil 2' de gösterilmiştir.



Şekil 2. Yapısal Eşitlik Modeli

Araştırma modelinin analiz edilmesinde kısmi en küçük kareler yol analizi (PLS-SEM) kullanılmıştır.

Tablo 4. Araştırma Modeli Katsayıları

Değişkenler		VIF	R ²	f ²
Alturistik Liderlik Algısı	Sosyal Tembellik	1.357	0.166	0.164
Sosyal Karşılaştırma Yönelimi		1.361		0.039
Alturistik Liderlik Algısı	Sosyal Karşılaştırma Yönelimi	1.000	0.258	0.348

Araştırma modeline ilişkin doğrusallık katsayıları, R² ve etki büyüklüğü (f²) hesaplamak için PLS algoritması çalıştırılmıştır. PLS yol örneklemden 5000 alt örnekleme alınarak t değerleri hesaplanmıştır. Araştırma sonuçlarına ilişkin VIF, R², f² değerleri Tablo 4' de sunulmuştur.

Değişkenler arasındaki VIF (Variance Inflation Factor) değerleri incelendiğinde eşik değer olan 5'in altında olduğu tespit edilmiş olup, bu nedenle değişkenler arasında doğrusallık problemi olmadığı anlaşılmıştır (Hair vd., 2017: 616-632). Modele ait R^2 değerleri incelendiğinde de sosyal tembellik %17 oranında açıklandığı görülmektedir. Etki büyüklüğü kat sayıları (f^2) incelendiğinde alturistik liderlik algısının sosyal tembellik üzerinde orta, alturistik liderlik algısının sosyal karşılaştırma yönelimi üzerinde ise yüksek seviyede etki büyüklüğüne sahip olduğu, sosyal karşılaştırma yöneliminin ise sosyal tembellik düşük etkilediği görülmektedir. Zira, Cohen (1988) etki büyüklüğü katsayısının (f^2) 0.02 ve üzeri olmasının düşük, 0.15 ve üzeri olmasının orta ve 0.35 ve üzeri olmasının yüksek olarak değerlendirilebileceğini belirtmiştir. Araştırma modelindeki doğrudan etkilere yönelik sonuçlar Tablo 5' te verilmiştir.

Tablo 5. Araştırma Modelindeki Doğrudan Etkilere Yönelik Sonuçlar

Değişkenler		Standardize β	Standart Sapma	t-değerleri	p
Alturistik Liderlik Algısı	Sosyal Tembellik	-0.430	0.056	7.726	0.000
Sosyal Karşılaştırma Yönelimi		0.213	0.061	3.467	0.001
Alturistik Liderlik Algısı	Sosyal Karşılaştırma Yönelimi	0.508	0.045	11.373	0.000

Elde edilen sonuçlar ışığında alturistik liderlik algısının sosyal tembelliği ($\beta=-0.430$ $p<0.01$) negatif yönde ve sosyal karşılaştırma yönelimini ($\beta= 0.508$ $p<0.01$) pozitif yönde etkilediği, sosyal karşılaştırma yöneliminin ise sosyal tembelliği ($\beta= 0.213$ $p<0.01$) pozitif yönde etkilediği görülmektedir. Bu nedenle **H₁**, **H₂** ve **H₃** hipotezleri kabul edilmiştir.

Aracılık etkisinin araştırılması için ilk aşamada aracı değişken olan sosyal karşılaştırma yönelimi araştırma modelinden çıkarılarak yol katsayısının anlamlılığı test edilmiştir. Alturistik liderlik algısının sosyal tembellik ($\beta=-0.322$ $p<0.01$) üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu anlaşılmıştır. İkinci aşamada ise aracı değişken modele dahil edilerek yol katsayılarının anlamlılığı test edilmiştir. Elde edilen sonuçlar ışığında alturistik liderlik algısının sosyal tembellik ($\beta=-0.430$ $p<0.01$) ve sosyal karşılaştırma yönelimini ($\beta= 0.508$ $p<0.01$) anlamlı olarak etkilediği, sosyal karşılaştırma yöneliminin sosyal tembelliği ($\beta= 0.213$ $p<0.01$) anlamlı etkilediği tespit edilmiştir.

Baron ve Kenny (1986)' e göre bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerinde anlamlı etkisinin olması, modele aracı değişken eklendiğinde ise bağımsız değişkenin aracı değişken üzerinde aracı değişkeninde bağımlı değişken üzerinde anlamlı etkisi olmalıdır. Araştırma bulguları incelendiğinde alturistik liderlik algısının sosyal tembellik üzerinde ($\beta=-0.322$ $p<0.01$), Alturistik liderlik algısının sosyal karşılaştırma yönelimi üzerinde ($\beta=-0.213$ $p<0.01$), sosyal karşılaştırma yöneliminin sosyal tembellik üzerinde ($\beta=-0.508$ $p<0.01$) anlamlı etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Aracılık etkisinin tespit edilmesi nedeniyle VAF (Variance Accounted For) değerleri hesaplanmıştır (Doğan, 2018). VAF değeri alturistik liderlik algısı → sosyal karşılaştırma yönelimi → sosyal tembellik yolunda 0.43 olarak hesaplanmıştır. VAF değerinin 0.80'den büyük olduğu durumlarda tam aracılık, 0.20-0.80 arasında ise kısmi aracılık, 0.20'den küçük ise aracılık etkisinin olmadığı kabul edilmektedir. VAF değerine göre alturistik liderlik algısının sosyal tembellik üzerindeki etkisinde sosyal karşılaştırma yöneliminin kısmi aracılık

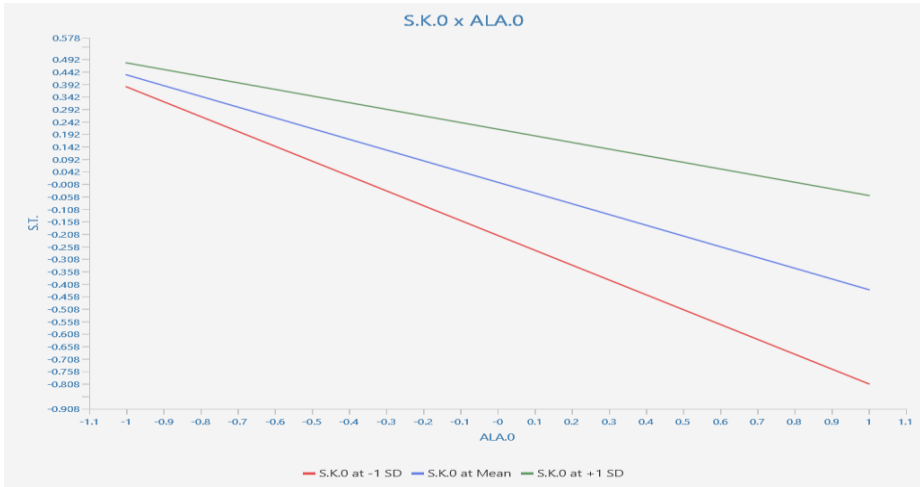
rolünün olduğunu söylemek mümkündür. Bu sebeple **H₄** hipotezi kabul edilmiştir.

Modele ait elde edilen R^2 değerleri incelendiğinde de alturistik liderlik algısının sosyal tembelliği aracı değişkenin olmadığı modelde %17, aracı değişkenin olduğu modelde %11 açıkladığı tespit edilmiştir. Araştırmanın bağımlı değişkeninde %6'lık R^2 farkının aracı etkiden kaynaklandığı ifade edilebilir. Araştırma değişkenleri arasındaki ilişkilere yönelik analiz sonuçları Tablo 6' da sunulmuştur.

Tablo 6. Araştırma Modeli Katsayıları

Değişkenler		Standardize β	Standart Sapma	t- değerleri	p	Güven Aralığı (%95)
Alturistik Liderlik Algısı	Sosyal Tembellik	-0.322	0.049	6.530	0.000	-0.524 0.303
Sosyal Karşılaştırma Yönelimi		0.213	0.061	3.467	0.001	0.083 0.323
Alturistik Liderlik Algısı	Sosyal Karşılaştırma Yönelimi	0.508	0.045	11.373	0.000	0.413 0.588
Alturistik Liderlik Algısı X Sosyal Karşılaştırma Yönelimi (Düzenleyici Değişken)	Prososyal Hizmet Davranışı	-0.126	0.061	2.074	0.038	0.042 0.283

Bir değişkenin düzenleyici role sahip olabilmesi için bağımsız ve bağımlı değişken arasındaki ilişkinin yönünü ya da şiddetini değiştirmesi gerekir. Elde edilen sonuçlara bakıldığında düzenleyici değişkenin bağımsız ve bağımlı değişkenler arasındaki ilişkinin yönünü değiştirmese de şiddetini değiştirdiği görülmektedir. Bu nedenle sosyal karşılaştırma yöneliminin alturistik liderlik algısının sosyal tembellik üzerindeki etkisinde düzenleyici role sahip olduğunu söylemek mümkündür. Anlamli olan düzenleyici etkiye yönelik olarak Smart PLS programı tarafından oluşturulan eğim grafiği Şekil 3' de gösterilmiştir.



Şekil 3. Eğim Grafiği

Eğim grafiği sosyal karşılaştırma değişkeninin ortalaması ile/+ 1 standart sapma değerlerine göre oluşturulmuştur. Eğim grafiğindeki doğruların paralel olmaması düzenleyici etkinin anlamlı olduğunu göstermektedir. Grafik incelendiğinde sosyal karşılaştırma yönelimi değişkeninin seviyelerine göre alturistik liderlik algısı ve sosyal tembellik arasındaki ilişkinin şiddetini değiştirdiği ifade edilebilir. Bu bilgiler ışığında H_3 kabul edilmiştir.

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Günümüz örgütsel yapıları çalışanların ve yöneticilerin geleneksel örgüt yapılarında sergilenen tutum ve davranışlardan daha fazlasını sergilemelerini gerektirmektedir. Örgütsel performansın ve verimliliğin artırabilmesi için sosyal tembellik davranışı gibi negatif örgütsel davranışlar engellenmekte, çalışanlarına karşı rol ötesi davranışlar sergileyen, onlarla empati kurabilen ve onların mutluluğu ve refahı için ekstra çaba gösterebilen alturistik liderlik davranışı gibi pozitif yaklaşımlar geliştirilmeye çalışılmaktadır. Sosyal tembellik çalışanların örgütteki bireysel performansları ile grup içerisindeki performansları arasındaki fark olarak belirtilmektedir. Sosyal tembellik çalışanların örgüt içerisindeki performansını ve verimliliğini düşüren bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle işletmeler işgörenlerin sosyal tembellik davranışlarını azaltmaya çalışmaktadır. Bu noktada alturistik liderlik gibi işgörenlerin pozitif örgütsel davranışları üzerinde etkili olan yaklaşımlar oldukça önemlidir. Ancak alturistik liderlik gibi yaklaşımların işgörenlerin pozitif örgütsel davranışları üzerinde etkili olabilmesi, alturistik liderlik tarzına yönelik işletmelerindeki uygulamaların algılama derecelerine bağlıdır. Bu noktada sosyal karşılaştırma oldukça önemlidir. Zira, sosyal karşılaştırma kişilerin kendi öz değerlendirmelerini yapacakları durumlarda, nesnel ölçütler olmaması halinde, mevcut durumunu kendine benzer, kendinden aşağı ya da yukarıda görmüş oldukları grup içi veya benzer dış guruplardaki kişilerle yapmış oldukları karşılaştırmalar sonucundaki bilgi edinme sürecidir. Bu nedenle çalışanların sosyal karşılaştırmaya yönelik eğilimleri alturistik liderlik algıları ve sosyal tembellik davranışları üzerinde etkili olabilecektir.

Araştırma sonuçları konaklama işletmelerindeki işgörenlerin alturistik liderlik algılarının sosyal tembellik davranışları üzerinde negatif yönde etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Başka bir ifade ile işgörenlerin alturistik liderlik algıları yükseldikçe sosyal tembellik davranışları azalmaktadır. Bu sonuç literatür tarafından desteklenmektedir. Zira, literatüre bakıldığında prososyal davranışların gelişiminin liderlik tarzlarına bağlı olduğu görülmekte (Cerit, 2012: 35-56; İpek, 2014; Karadağ ve Mutafçılar, 2009: 41-69; Öcal ve Sarnıç, 2017:120-122) ve alturistik liderliğe yönelik spesifik bir çalışma olmasa da otantik ve hizmetkar liderlik gibi liderlik tarzlarının sosyal tembellik davranışı üzerindeki etkisinin incelendiği çalışmalarda bu liderlik yaklaşımlarının sosyal tembellik davranışını azalttığı belirtilmektedir (Salih ve Hijazin, 2020: 2556; Şimşek vd., 2017: 101-103).

Araştırmada ayrıca konaklama işletmelerinde çalışan işgörenlerin alturistik liderlik algılarının sosyal karşılaştırma yönelimlerini olumlu bir şekilde etkilediği sonucuna varılmıştır. Bu sonucu destekleyen ya da karşıtı olan literatürde herhangi bir çalışma olmasa da bu sonucun işgörenlerin algılamış oldukları kendilerine yönelik yapılan alturistik liderlik uygulamalarının seviyesini tespit etme ihtiyacından kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Araştırmanın bir diğer sonucu da konaklama işletmelerindeki işgörenlerin sosyal karşılaştırma yönelimlerinin sosyal tembellik davranışı üzerinde pozitif yönde bir etkiye sahip olduğudur. Bu sonuç sosyal tembellik davranışın temel varsayımları göz önünde bulundurulduğunda beklenen bir sonuçtur. Zira, sosyal tembellik davranışının temelinde işgörenlerin bireysel performanslarına göre grup içerisindeki performanslarının düşeceği varsayımı bulunmaktadır. Araştırma sonucu da bu varsayımı desteklemektedir. Araştırmadan elde edilen bu sonuca göre, katılımcıların grup

içerisinde yapmış oldukları sosyal karşılaştırmalar kendi durumlarının tespiti ile ilgili kafalarındaki belirsizlikleri azaltmış, bu durum da sosyal tembellik davranışlarının artırmasına neden olmuştur.

Araştırmanın diğer bir sonucu ise konaklama işletmelerindeki işgörenlerin alturistik liderlik algılarını sosyal tembellik davranışları üzerindeki etkisinde sosyal karşılaştırma yöneliminin kısmi bir aracılık bir etkisinin olduğudur. Bu sonuç bize katılımcıların alturistik liderliğe yönelik algılarının yapmış oldukları sosyal karşılaştırmalar neticesinde kısmen azalarak sosyal tembellik davranışları üzerindeki etkisinin düştüğünü göstermektedir. Yine bu sonucunda işgörenlerin yapmış oldukları sosyal karşılaştırmalar neticesinde kendi durumları ile ilgili kafalarındaki belirsizliklerin azalmasından kaynaklanabileceği düşünülmektedir.

Araştırmada elde edilen başka bir sonuç ise, konaklama işletmelerinde çalışan işgörenlerin alturistik liderlik algılarının sosyal tembellik davranışları üzerindeki etkisinde sosyal karşılaştırmaların düzenleyici role sahip olmasıdır. Elde edilen bu sonuç katılımcıların sosyal karşılaştırma eğilimlerinin alturistik liderlik algısının sosyal tembellik davranışı üzerindeki etkisinin yönünü değiştirmese de şiddetini değiştirdiğini göstermiştir. Yani, katılımcıların alturistik liderlik algılarının sosyal tembellik davranışları üzerindeki etkisini grup içerisinde yapmış oldukları sosyal karşılaştırmalar zayıflatmıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda konaklama işletmelerine yönelik sunulan bazı öneriler aşağıdaki gibidir:

- Konaklama işletmelerindeki işgörenlerin sosyal tembellik gibi negatif örgütsel davranışlarının azaltılması liderlerin bu konudaki desteğine bağlıdır. Bu nedenle çalışanlarının sosyal tembellik vb. negatif örgütsel davranışlarını azaltmak isteyen işletme yöneticilerinin alturistik liderlik gibi daha destekleyici liderlik yaklaşımlarını benimsemesi gerekmektedir.
- Alturistik liderlik tarzı çalışanların sosyal karşılaştırma yönelimlerini olumlu yönde etkilemektedir. Bu açıdan, konaklama işletmelerindeki yöneticilerin alturistik liderlik tarzını benimsemeleri çalışanların yapacakları sosyal karşılaştırmalar sayesinde kendi durumları ile ilgili zihinlerindeki belirsizlikleri azaltacak, böylelikle çalışanlar işlerine daha fazla konsantre olabilecek ve verimlilikleri artacaktır.
- İşgörenlerin sosyal karşılaştırma yönelimlerinin sosyal tembellik davranışlarını artırdığı göz önünde bulundurularak konaklama işletmelerinde işgörene yönelik yapılan uygulamaların daha adaletli dağıtımını sağlanmalı ve böylelikle örgütsel performans ve verimliliğin artırılması açısından sosyal karşılaştırma yöneliminin sosyal tembellik üzerindeki etkisi en düşük seviyeye indirilmelidir.
- Konaklama işletmelerindeki çalışanların yapmış oldukları sosyal karşılaştırmalar işlerine yönelik tutum ve davranışları üzerinde oldukça etkilidir. Bu sebeple konaklama işletmelerindeki yöneticiler alturistik liderlik tarzı gibi daha özverili liderlik tarzlarını benimseyerek çalışanların kendilerine karşı olan güvenlerini artırmalı ve bu şekilde yapılan sosyal karşılaştırmaların çalışanların negatif örgütsel davranışları üzerindeki olumlu etkileri artırılmalıdır.

Sonuç olarak bu araştırma literatürde tespit edilen konu ile ilgili açığın doldurulması, gelecekte yapılabilecek çalışmalara yol göstermesi ve konaklama işletmelerindeki yöneticilere ışık tutması açısından oldukça önemlidir. Gelecekte bu araştırma turizm sektörünün paydaşları olan seyahat işletmeleri, yiyecek- içecek işletmeleri gibi diğer işletmelere yönelik farklı evrenlerde yapılarak genişletilebilir. Elde edilen sonuçlar karşılaştırılarak paydaşların kullanımına yönelik konuyla ilgili sonuçlar arasındaki benzerlikler ya da farklılıklar tespit edilebilir. Böylelikle sektörün paydaşı olan diğer işletme yöneticilerinin de kendi işletmelerine yönelik sonuçlardan faydalanmaları sağlanabilir.

KAYNAKÇA

- ANDERSON, J. C., & GERBING, D. W. (1988). "Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach", *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
- AVOLIO, B. J., & LOCKE, E. E. (2002). "Contrasting Different Philosophies of Leader Motivation: Altruism Versus Egoism", *The Leadership Quarterly*, 13(2): 169-191.
- AYDINLI, S. (2014). "Ergenlerin Öfke İfade Biçimleri, Sosyal Karşılaştırma Düzeyleri, Umutsuzluk Seviyeleri ve Çatışma Çözme Yaklaşımlarının İncelenmesi", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi, İstanbul.
- BAKER, E., & THOMPSON, R. (2014). "Impacts of Organizationa; Behavior on IT Project Teams: Leadership's Impact on Social Loafing", *Twentieth Americas Conference on Information Systems*, Savannah.
- 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.
- BARROW, J. C. (1977). "The Variables of Leadership: A Review and Conceptual Framework", *Academy Of Management Review*, 2 (2): 231-251.
- BAYRAM, N. (2016). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş Amos Uygulamaları*, Ezgi Kitabevi, Bursa.
- BİLGİN, N. (2003). *Sosyal Psikoloji Sözlüğü: Kavramlar, Yaklaşımlar, Bağlam Yayınları*, İstanbul.
- BİLGİN, N. (2007). *Kimlik İnşası*, Aşina Yayınları, İzmir.
- CAN, H., AŞAN, Ö., & AYDIN, E. M. (2006). *Örgütsel Davranış*, Arıkan Basım Yayın Dağıtım, İstanbul.
- CERİT, Y. (2012). "Paternalist Liderlik ile Yöneticiden ve İşin Doğasından Doyum Arasındaki İlişki", *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2 (31): 35-56.
- CHANKO, B. O., & RAHMAT, A. (2022). "Altruistic Leadership and Organizational Citizenship Behavior: Mediating Role of Leader-Member Exchange", *Sains Organisasi*, 1(1): 1-9.
- COHEN, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2nd Ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- COŞKUN, R., ALTUNIŞIK, R., BAYRAKTAROĞLU, S., & YILDIRIM, E. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri-SPSS Uygulamalı* (8. Baskı), Sakarya Kitabevi, Sakarya.
- ÇAKMAK, C., BİÇER, İ., & UĞURLUOĞLU, Ö. (2019). "Alturistik (Özgeci) Liderlik Ölçeğinin Türkçe Uyarlaması: Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması", *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(3): 785-802.
- ÇETİNKAYA, H. (2004). "Beden İmgesi, Beden Organlarından Memnuniyet, Benlik Saygısı, Yaşam Doyumu ve Sosyal Karşılaştırma Düzeyinin Demografik Değişkenlere Göre Farklılaşması", *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Mersin Üniversitesi, Mersin.

- ÇOPUROĞLU, F. (2019). “Sosyal Karşılaştırmanın Marka Tutumu ve Yeniden Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisinin Kültür Bağlamında İncelenmesi”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep.
- DİLEK, H. (2005). “Liderlik Tarzlarının ve Adalet Algısının; Örgütsel Bağlılık, İş Tatmini ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerine Etkilerine Yönelik Bir Araştırma”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gebze Üniversitesi, Kocaeli.
- DOĞAN, D. (2018). SmartPLS ile Veri Analizi, US: Charleston SC.
- EREN, E. (2012). Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi, Beta Basım Yayım, İstanbul.
- ESCRIG, E. D., BROCH, F. F. M., GÓMEZ, R. C., & ALCAMÍ, R. L. (2016). “How Does Altruistic Leader Behavior Foster Radical Innovation? The Mediating Effect of Organizational Learning Capability”, *Leadership & Organization Development Journal*, 37(8): 1056-1082.
- ERÖZKAN, A. (2011). “Lise Öğrencilerinin Sosyal Karşılaştırma ve Depresyon Düzeylerinin Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi”, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 1(13): 1-18.
- FESTINGER, L. (1954). “A Theory of Social Comparison Processes”, *Human Relations*, 7 (2): 117-140.
- FORNELL, C., & LARCKER, D. F. (1981). “Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error”, *Journal of Marketing Research*, 18 (1): 39-50.
- GEMLİK, N., SİĞRİ, Ü., & SUR, H. (2007). “Sosyal Karşılaştırma ve Öğrenilmiş Güçlülük İlişkisinin Yönetimsel Etkileri Hastane Yöneticileri ve Çalışanları Üzerine Bir Çalışma”, *İÜ İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi*, 18 (57): 55-66.
- GEORGE, J. M. (1992). “Extrinsic and Intrinsic Origins of Perceived Social Loafing in Organizations”, *Academy of Management Journal*, 35 (1): 191-202.
- GIBBONS, F. X., & BUUNK, B. P. (1999). “Individual Differences in Social Comparison: Development of A Scale of Social Comparison Orientation”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 76 (1), 129-142.
- GÜL, E. (2016). “Ergenlerde Sosyal Görünüş Kaygısı ve Sosyal Karşılaştırmanın Fonksiyonel Olmayan Tutum ve Bilişsel Çarpıtmalarla İlişkisi”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.
- GÜRBÜZ, S., & ŞAHİN, F. (2015). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- HAIR, E., HALLE, T., TERRY-HUMEN, E., LAVELLE, B., & CALKINS, J. (2006). “Children's School Readiness in The ECLS-K: Predictions to Academic, Health and Social Outcomes in First Grade”, *Early Childhood Research Quarterly*, 21 (4): 431-454.
- HAIR, J. F., HULT, G. T. M., RINGLE, C. M., SARSTEDT, M., & THIELE, K. O. (2017). “Mirror, Mirror on The Wall: A Comparative Evaluation of Composite-Based Structural Equation Modeling Methods”, *Journal of The Academy of Marketing Science*, 45 (5): 616-632.

- HENSELER, J., RINGLE, C. M., & SARSTEDT, M. (2015). "A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modeling", *Journal of The Academy of Marketing Science*, 43(1): 115-135.
- HOGG, M. A., & VAUGHAN, G. M. (2011). *Sosyal Psikoloji (Çev. İbrahim Yıldız-Aydın Gelmez)*, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- İPEK, M. (2014). "Prososyal Davranışta Liderlik Tarzının Rolü: Milletvekili-Danışman İlişkisi Üzerine Bir Araştırma", *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Türk Hava Kurumu Üniversitesi, Ankara.
- KALAYCI, Ş. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Dinamik Akademi, Ankara.
- KARAGÖZ, Y. (2017). *SPSS ve AMOS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Yayın Etiği*, Nobel Yayıncılık, Ankara.
- KARADAĞ, E., & MUTAFCILAR, İ. (2009). "Prososyal Davranış Ekseninde Özgeçlilik Üzerine Teorik Bir Çözümleme", *FLSF Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, (8): 41-69.
- KARAHALİLÖZ, O., & ÇELEBİ, N. (2021). "Öğretmenlerin Algılarına Göre Okul Müdürlerinin Alturistik (Özgeci) Liderlik Davranışları", *Yıldız Journal of Educational Research*, 6 (2): 122-135.
- KARAU, S.J. & WILLIAMS, K.D. (1993). "Social Loafing: A Meta-Analytic Review and Theoretical Integration", *J. Pers. Soc. Psychol.*, 65 (4), 681-706.
- KEKLİK, B. (2012). "Sağlık Hizmetlerinde Benimsenen Liderlik Tiplerinin Belirlenmesi", *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14 (1): 73-93.
- KILINÇ, M., YİĞİT, V., & DOĞANŞAH, Y. (2019). "Sağlık Çalışanlarında Örgütsel Muhalefet ve Örgütsel Prososyal Davranışlar Arasındaki İlişkinin Tespit Edilmesine Yönelik Bir Araştırma", *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6 (12): 143-158.
- KIM, C. Y. (2021). "Perceived Social Loafing Congruence Between Leaders and Members: Effect on Performance", *Social Behavior & Personality: An International Journal*, 49(6): 1-13.
- KLEHE, U., & ANDERSON, N. (2007). "The Moderating Influence of Personality and Culture on Social Loafing in Typical versus Maximum Performance Situations", *International Journal of Selection and Assessment*, 15 (2): 250-262.
- KOÇEL, T. (2018). *İşletme Yöneticiliği*, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- KONAN, N., & GEDİK, A. (2019). "Özgeci Liderlik Ölçeğinin Eğitim Örgütleri İçin Türkçeye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması", *E-Uluslararası Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 10 (3): 76-92.
- KUGIHARA, N. (1999). "Gender and Social Loafing in Japan", *The Journal of Social Psychology*, 139 (4): 516-526.
- LIDEN, R. C., WAYNE, S. J., JAWORSKI, R. A., & BENNETT, N. (2004). "Social loafing: A field investigation", *Journal of Management* 30 (2): 285-304.

- MILLER, L. M. (2003). "Qualitative Investigation of Intercollegiate Coaches' Perceptions of Altruistic Leadership", Unpublished Doctoral Dissertation, The Ohio State University, U.S.A.
- MILLER, L. M., FINK, J. S., PASTORE, D. L., BAKER, R. E., & MASON, G. (2005). "Defining Altruistic Leadership in The Management of Intercollegiate Coaching", *The Smart Journal*, 2 (1): 4-16.
- ÖCAL, H., & SARNIÇ, A. (2017). "Dönüştürücü Liderliğin Prososyal Örgütsel Davranış Üzerindeki Etkileri ve İmalat Endüstrisinde Bir Araştırma", *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(2): 107-125.
- ÖZKAYNAR, G. K. (2017). "Çağdaş Liderlik Yaklaşımlarında Kamu Çalışanlarının Tercihi", *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (2): 157-180.
- PSAILLA, G., & ROLAND, W. (2007). "E-Commerce and Web Technologies: 8th International Conference", Regensburg, Germany, Proceedings, (4655), 3-7.
- POPPER, M., & LIPSHITZ, R. (1993). "Putting Leadership Theory to Work: A Conceptual Framework For Theory-Based Leadership Development", *Leadership and Organization Development Journal*, 14 (7): 23-27.
- ROBBINS, S. P., & JUDGE, T. A. (2011). *Organizational Behavior*, Fourteenth Edition, Global Edition, Pearson Education, Inc., New Jersey.
- ROY, M. C., GAUVIN, S., & LIMAYEM, M. (1996). "Electronic Group Brainstorming: The Role of Feedback on Productivity", *Small Group Research*, 27 (2): 215-247.
- SALİH, A. A., & HIJAZIN, A. F. (2020). "Servant Leadership and It's Impact on Social Loafing: Organizational Happiness As Moderating", *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24 (10): 2544-2559.
- SHI, J., CHEN, Z., & ZHOU, L. (2011). "Testing Differential Mediation Effects of Subdimensions of Political Skills in Linking Proactive Personality to Employee Performance", *Journal of Business and Psychology*, 26 (3): 359- 369.
- SIMMS, A., & NICHOLS, T. (2014). "Social Loafing: A Review of The Literature", *Journal of Management*, 15 (1): 58-67.
- SOYDEMİR, S., ÖZDAŞLI, K., & ALPARSLAN, M. A. (2014). "Görev-İnsan Odaklı Liderlik Algılamasının Vatandaşa Yönelik Prososyal Hizmet Davranışlarına Etkisi: Kolluk Kuvvetleri Üzerine Bir Araştırma", *AKÜ İİBF Dergisi*, 16 (2): 63-81.
- SOYLU, S. S. (2019). "The Effect of Perceived Task Visibility and Leadership Style on Social Loafing", Master Thesis, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- SPREITZER, G. M. (1995). "Psychological Empowerment in The Workplace: Dimensions, Measurement and Validation", *Academy of Management Journal*, 38 (5): 1442-1465.
- SULS, J., MARTIN, R., & WHEELER, L. (2002). "Social Comparison: Why, With Whom, and With What Effect?", *Current Directions In Psychological Science*, 11(5): 159-163.
- STOUTEN, J., & LIDEN, R. C. (2020). *Social Loafing In Organizational Work Groups: The Mitigating Effect Of Servant Leadership*, In *Individual Motivation within Groups* (pp. 55-80), Academic Press.

- SÜNNETÇİOĞLU, S., KORKMAZ, H., & KOYUNCU, M. (2014). “A Study on The Effect of Percieved Organizational Culture Type on Perception of Employess Social Loafing Behaviours”, *Mustafa Kemal Univ. J. Graduate Sch. Soc. Sci.* 11 (28): 17–34.
- ŞİMŞEK, M. Ş., ÖZGENER, Ş., & İLHAN, İ. (2017). “Turizm Sektöründe Kadın Girişimciler ve Yöneticiler Açısından Otantik Liderliğin Sosyal Tembellik Üzerindeki Etkileri: Yaşam Tatmininin Düzenleyici Rolü”, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14 (3): 88-109.
- TAYLOR, S.E., PEPLAU, L.A., & SEARS, D.O. (2010). *Sosyal Psikoloji*, Çeviren: Ali Dönmez, İmge Kitabevi, İstanbul.
- TAYLOR, S. E., & LOBEL, M. (1989). “Social Comparison Activity Under Threat: Downward Evaluation and Upward Contacts”, *Psychological Review*, 96 (4): 569-575.
- TEKOZEL, İ. M. (2000). “Sosyal Karşılaştırma Süreçlerinde Benliğin Olumlu Değerlendirilmesi İhtiyacının İncelenmesi”, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Ege Üniversitesi, İzmir.
- TUNCER, P. (2012). *Yönetim ve Organizasyon*, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- TWEMLOW, S. W. (2001). “Modifying Violent Communities by Enhancing Altruism: A Vision of Possibilities”, *Journal of Applied Psychoanalytic Studies*, 3 (4): 431–462.
- WAGNER, S.L., & RUSH, M.C. (2000). “Altruistic Organizational Citizenship Behavior: Context, Disposition, and Age”, *The Journal of Social Psychology*, 140 (3): 379- 391.
- WILLIAMS, K.D., & KARAU, S. J. (1991). “Social Loafing and Social Compensation: The Effects of Expectations of Co-Worker Performance”, *Journal of Personality and Social Psychology* , 61 (4): 570-581.
- YILDIZ, H. (2015). “Pozitif Psikolojik Sermaye, Örgütsel Güven ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Bir Alan Araştırması”, *Balıkesir Üniversitesi*, Balıkesir.
- YUKL, G. (2013). *Leadership in Organizations*, Upper Saddle River; Prentice Hall.
- ZHELTOUKHOVA, K. (2016). “Developing and Validating A Scale of Altruistic Leadership”, *Unpublished Doctoral Dissertation*, Lancaster University, İngiltere.

Hanehalklarının Tasarruf Tercihlerinin Belirleyicileri: Türkiye Örneğine Nested Logit Model Uygulaması

(Araştırma Makalesi)

Determinants of Households' Saving Preferences: Application of Nested Logit Model to Turkey Example

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1208751

Kübranur ÇEBİ KARAASLAN

Doç. Dr., Ekonometri Bölümü, Erzurum Teknik Üniversitesi
kubranur.cebi@erzurum.edu.tr
Orcid No: 0000-0001-9288-017X

Erkan OKTAY

Prof. Dr., Ekonometri Bölümü, Atatürk Üniversitesi
erkanoctay@atauni.edu.tr
Orcid No: 0000-0002-1739-3184

Abdulkerim KARAASLAN

Doç. Dr., Ekonometri Bölümü, Atatürk Üniversitesi
akkaraaslan@atauni.edu.tr
Orcid No: 0000-0002-1318-5978

Ömer ALKAN

Doç. Dr., Ekonometri Bölümü, Atatürk Üniversitesi,
oalkan@atauni.edu.tr,
Orcid No: 0000-0002-3814-3539

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Çebi Karaaslan, K., Oktay, E., Karaaslan, A., & Alkan, Ö. (2023). Hanehalklarının Tasarruf Tercihlerinin Belirleyicileri: Türkiye Örneğine Nested Logit Model Uygulaması. Alanya Akademik Bakış, 7(1), Sayfa No.547-564.

ÖZET

Anahtar kelimeler:

Hanehalkı
Tasarrufları,
Davranışsal İktisat,
Mikroekonometri,
Kesikli Tercih Modeli,
Nested Logit Model

Makale Geliş Tarihi:

22.11.2022

Kabul Tarihi:

19.01.2023

Ekonomik aktivitenin en önemli yapı taşı olan tasarruflar tüm karar birimleri için oldukça önemlidir. Karar birimleri arasında hanehalkları ise tasarrufları aracılığıyla sürdürülebilir büyümeyi ve ekonomik kalkınmayı desteklemektedir. Hanehalkı tasarruflarının oluşturacağı bu ekonomik etki sadece ne kadar tasarruf edildiğine değil bu tasarrufların nasıl değerlendirildiğine de bağlıdır. Hanehalkları tasarruf yapıyor mu ve yapıyorsa tasarruflarını nerede değerlendirmektedir? Bu sorulara aranılan cevaplar çalışmanın motivasyonunu oluşturmuştur. Çalışmanın kapsamlı veri seti Türkiye İstatistik Kurumundan sağlanmıştır. Çalışmada eş zamanlı olarak hem tasarruf yapıp yapmama durumunu etkileyen faktörler hem de yapılan tasarrufların nerede değerlendirileceğini etkileyen faktörleri bir arada incelemeye imkan sunan nested logit model kullanılmıştır. Çalışma sonuçlarına göre, demografik, ekonomik faktörler ile konut özellikleri ve sosyal-çevresel göstergelerin hanelerin tasarruf tercihleri üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Bu özelliklerin etkilerinin belirlenmesi hanehalkı tasarruf tercihlerini açıklamaya ve hanehalklarının tasarruflarını sistemde doğru bir şekilde değerlendirmeleri için politika yapıcılara yol gösterecektir.

ABSTRACT

Keywords:
Household Savings,
Behavioural
Economics,
Microeconometrics,
Discrete Choice
Model, Nested Logit
Model

Savings, which are the most important building blocks of economic activity, are very important for all decision units. Among the decision units, households support sustainable growth and economic development through their savings. This economic impact of household savings depends not only on how much is saved, but also on how these savings are evaluated. Do households save and, if so, where do they put their savings? The answers to these questions formed the motivation of the study. The comprehensive data set of the study was obtained from the Turkish Statistical Institute. In the study, the nested logit model was used, which allows to examine simultaneously both the factors affecting the state of saving and the factors affecting where the savings will be evaluated. According to the results of the study, it has been determined that demographic, economic factors, housing characteristics and social-environmental indicators are effective on the savings preferences of the households. Determining the effects of these features will guide policy makers to explain household saving preferences and evaluate household savings accurately in the system.

1. GİRİŞ

Tasarruf davranışları, özellikle son 20 yılda araştırmacıların ilgisini çekmiştir. Tasarruf ile ilgili birçok çalışma olmasına rağmen, resmi olmayan tasarruf grupları arasında tasarruf davranışının itici güçleri hakkında çok az şey bilinmektedir. Böylece devletin daha yüksek tasarruf seviyelerini teşvik eden müdahaleler tasarlaması zorlaşmaktadır (Landman & Mthombeni, 2021). Hanehalkı tasarruf davranışını, özellikle belirleyicilerini anlamak, birçok ampirik araştırmanın odak noktası olmuştur.

Bütün olarak ulusal tasarrufun, özel olarak hanehalkı tasarrufunun bir ülkenin ekonomik büyümesine katkısı birçok kez kanıtlanmıştır (Hua & Erreygers; 2020). Ulusal tasarruflar ülkelerin olmazsa olmaz maddi kaynaklarıdır. Ülke ekonomilerinde istikrarlı bir büyüme ulusal tasarrufların desteğiyle gerçekleşmektedir. Ulusal tasarruflar kamu tasarrufları ile özel tasarrufların bir bütünüdür. Kamu tasarrufları devlet eli aracılığıyla yapılırken özel tasarruflar şirketler ve hanehalkları aracılığıyla yapılmaktadır. Ülkelerin büyümesine destek sağlayan en önemli faktör olan tasarruflar genel çerçevede ödemeler dengesindeki sakıncalar ve yatırım dengeleri için makro bir toplam iken temelde hanelerin sistemde değerlendirdiği tasarruflarıyla yükselen büyümeyi iten temel güçtür. Hanelerin tasarruf eylemleri ise demografik, ekonomik, sosyal ve kültürel faktörlerin hepsinden etkilenmek ile birlikte bu faktörler arasından en çok gelir düzeyinden etkilenmektedir (Niculescu-Aron & Mihăescu, 2012; Rodriguez-Palenzuela & Dees, 2016).

Tasarruflar, ekonomik aktivitenin en önemli parçalarındandır (Suresh Sangeetha & Kumaraswamy, 2021). Tasarruf yapmayı hedefleyen bir ülkenin tasarruf yapan en önemli sektörü ise hanehalklarıdır (Niculescu-Aron & Mihăescu, 2012). Hanehalkları tasarrufa, gerekli olduğu zaman ihtiyaçlarını gidermek amacıyla başvurumaktadırlar. Bugün ki tüketimin ertelenen kısmı olan tasarrufu kişiler yarınlarını güvence altına almak, geleceğe yatırım yapmak, beklenmedik hadiselerle karşı hazırlıklı olmak için, emeklilik programları vasıtasıyla, aile kurma kaygısı dürtüsüyle ve benzeri sosyo-ekonomik sebeplerden ötürü yapmaktadırlar. Tasarruf sahipleri tasarruflarını döviz, altın, vadeli mevduat, hisse senedi, gayrimenkul alımı, emeklilik programlarına katılım, doğrudan yatırım yaparak gerçekleştirmektedir. Bu kişiler tasarruf yaparken yüksek getiri, güven ve likiditasyon beklentilerine göre hareket ederler ve hareket ederken de karar alma aşamasında onları kısıtlayan kişisel etkenler, finansal etkenler ve çevresel etkenler söz konusudur. Tasarruf sahibinin bilgisi, yaşı, sağlık durumu, beklentisi,

geliri, yaşam biçimi, psikolojik yapısı kişisel etkenlerin çerçevesini oluştururken, sermayesini koruma isteği, değer artışı sağlama isteği, devamlı gelir elde etme isteği ise finansal etkenleri çerçevesini oluşturmaktadır. (Keynes, 1936; Usul vd., 2002).

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için tasarruf oranlarını arttırmak oldukça önem arz etmektedir. Tasarrufların oluşturacağı ekonomik etki sadece ne kadar tasarruf edildiğine değil bu tasarrufların nasıl değerlendirildiğine de bağlıdır. Böylece tasarrufları arttırmanın en önemli yolu hanehalkı tasarruflarını arttırmaktan ve bu artan hanehalkı tasarruflarını sistemde değerlendirmekten geçmektedir. Hanehalkı tasarruflarının belirleyicilerini ortaya koymak, hanehalkı tasarruf davranışını mikroekonomik bir perspektiften daha derinlemesine incelenmesine imkan sunar. Hanehalkı tasarruflarını arttırma noktasında hangi faktörlerin etkili olabileceğine dair bilgiler sunmak karar verici ve politika yapımcıların uygulayabileceği eylem planlarına yardımcı olacaktır. Bu motivasyon ile çalışmanın amacı Türkiye minimalinde gelişmekte olan ekonomilerin kalkınması, ekonomik gelişmişliklerini tamamlaması için oldukça önemli olan hanehalkı tasarruf tercihlerini etkileyen faktörleri belirlemektir. Bu faktörlerin tasarruf etme eğilimini ve hangi tasarruf dalına yöneleceği hakkındaki etkilerinin belirlenmesi hanehalkı tasarruf tercihlerini açıklamaya ve hanehalklarının tasarruflarını sistemde doğru bir şekilde değerlendirmelerini destekleyecek politikaların yapım aşamasına katkı sağlayacaktır. Bununla birlikte bugüne kadar yapılan tasarruf çalışmalarından farklı olarak nested logit model ilk kez kullanılmıştır. Bu sayede eş zamanlı olarak hem tasarruf yapıp yapmama durumunu etkileyen faktörler hem de yapılan tasarrufların hangi dalda değerlendirileceğini etkileyen faktörler bir arada incelenilmiştir.

2. ALAN YAZINI

Russet, Cowden, Kinsella ve Murray (1994) tarafından, nükleer savaş beklentisi ile tasarruf davranışı arasındaki ilişki araştırılmıştır. Çalışmada, Amerikan halkını nükleer savaş beklentisinin tasarrufları üzerine etkisini analiz etmek için anket kullanılmıştır. Çalışma neticesinde, 1948-1993 döneminin çoğunda savaş beklentilerinin tasarruflar üzerinde önemli bir olumsuz etkisinin olduğu, nükleer savaş korkusunun Amerikalıların uzun vadeli taahhütler verme istekliliğini azalttığı ve özellikle de Amerika'nın bilinen düşük ulusal tasarruf oranını düşürdüğü tespit edilmiştir.

Agrawal (2001) tarafından, tasarruf ve büyüme arasındaki nedensellik araştırılmıştır. Çalışmada, VECM (Engle ve Granger) ve VAR prosedürleri kullanılarak yedi Asya ülkesinde Granger nedensellik analizi yapılmıştır. Çoğu durumda nedensellik yönünün temel olarak büyümeden (veya gelirden) tasarruflara kadar uzandığını, ancak bazı ülkelerde tasarruflardan gelir ve büyümeye kadar bir geri bildirim olduğuna dair kanıtlar bulunduğunu tespit edilmiştir. Asya'daki yüksek tasarruf oranlarının, kişi başına düşen gelir artış oranının yüksek olması, bağımlı nüfusun azalan payları ve Singapur'daki yüksek merkezi sağlayıcı fon oranları gibi bazı özel kurumsal özelliklerden kaynaklandığı görülmüştür. Faiz oranlarının tasarruf üzerinde çok az etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Munnell, Sunden ve Taylor (2001) tarafından, bir çalışanın 401 (k) planına (Çalışanların maaşlarından yapılan tasarruf kesintileri ve şirket katkılarından oluşan bir yatırım şeklidir.) katılmayı seçip seçmeyeceğini ve çalışanın katkısının büyüklüğünü belirleyen faktörleri araştırılmıştır. Çalışmanın veri seti "1998 Survey of Consumer Finances" aracılığıyla temin edilmiştir. Çalışma neticesinde; çalışanların katılım ve katkı kararlarını etkileyen en önemli faktörün planlama ufku olduğu, iki yıldan daha az planlama süresi olmayanların emeklilik sağlama olasılıklarının daha uzun vadeli bir bakış açısına sahip olanlardan daha az olduğu, çalışan eğitiminin emeklilik tasarrufu üzerinde önemli bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Bozkuş ve Üçdoğruk (2007) tarafından, hanehalkı tasarruf tercihleri incelenmiştir. Çalışmanın veri seti Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2003 yılı Hane halkı Bütçe Anketi aracılığıyla temin edilmiştir. Çalışma neticesinde; Hane halkı tasarruf eğilimlerinin hane halkı reisinin yaşı, eğitim durumu, gelir düzeyi; hane halkı büyüklüğü; kredi kartı sahipliği; şans oyunu oynama alışkanlığı; menkul ve gayrimenkul sahipliği ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir.

Ang (2009) tarafından, Çin ve Hindistan'da hane halkı tasarrufunun belirleyicileri, yaşam döngüsü modeli kullanılarak, emeklilik tasarrufunun beklenen faydalarını hesaba katarak uygun değişikliklerle incelenmektedir. Yaşam döngüsü modelinde yapılan tahminlerle tutarlı olarak, daha yüksek gelir artışı daha fazla hane halkı tasarrufuna teşvik ettiği ve daha yüksek yaş bağımlılığı bunun tersi bir etki oluşturduğu, enflasyon oranındaki artışın hane halkı tasarrufunu teşvik ettiği, beklenen emeklilik maaşlarındaki artışın uzun vadede Çin'de hane halkı tasarrufunu engelleme eğiliminde olduğu, ancak bunun tersinin Hindistan'da bulunduğu tespit edilmiştir.

Fisher (2010) tarafından, kişisel tasarruf davranışları üzerine cinsiyet faktörünün etkisi araştırılmıştır. Çalışmanın veri seti 2007 yılında yapılan tüketici finansman anketi aracılığıyla yemin edilmiştir. Çalışmaya 702 kadın 462 erkekten oluşan tek kişilik 1171 hane dahil edilmiştir. Çalışmada lojistik regresyon analizi kullanılmıştır. Çalışma neticesinde; kısa vadeli ve düzenli tasarruf davranışının belirleyicilerinin cinsiyete göre değişiklik gösterdiği, kadınların sağlık durumları kötü olduğu zaman kısa vadede tasarruf etme ihtimalinin düşük olduğu, aynı koşullardaki erkeklerin bu durumdan kısa vadeli tasarruflarının önemli ölçüde etkilenmediği, düşük risk toleransının olmasının kadınların kısa vadede tasarruf etme ve düzenli tasarruf yapma olasılığını olumsuz yönde etkilediği, eğitimin erkeklerin kısa vadede tasarruf etme ve düzenli olarak tasarruf etme olasılığını artırdığı tespit edilmiştir.

Yaraşır ve Yılmaz (2011) tarafından, OECD ülkelerinin özel tasarruf tutumları incelenmiştir. Çalışmada dinamik panel veri analizi yöntemi kullanılmıştır. Çalışma neticesinde özel tasarrufların; enflasyon oranı, büyüme, gelir düzeyi, cari hesap dengesi, reel faiz oranları, bağımlılık oranları, özel sektör kredileri ve kamu tasarrufları gibi değişkenler tarafından etkilendiği, bir önceki yıl tasarruf oranlarının, özel kredilerin, cari hesap dengesinin ve enflasyonun özel tasarruflar üzerinde pozitif, kamu tasarruflarının ve yaşlı bağımlılık oranlarının ise negatif etkiler oluşturduğu tespit edilmiştir.

Ricketts, Rezek ve Campbell (2013) tarafından, kişilerin sağlık durumları ile tasarruf davranışları arasındaki ilişki araştırılmıştır. Çalışmanın veri seti "National Longitudinal Survey of Youth" aracılığıyla temin edilmiştir. Çalışmada iki aşamalı en küçük kareler yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada 41-50 yaş arasındaki kişilerin sağlık ölçümü için sağlık algısı, fiziksel bileşen puanı, zihinsel bileşen puanı, depresyon puanı ve çeşitli sağlık sorunlarının teşhisi kullanılmıştır. Çalışma neticesinde; sağlık algısı ve fiziksel bileşen puanı kişilerin tasarruf etme isteği ile olumlu yönde ilişkili olduğu, önemli sağlık problemlerinin teşhisinin kişilerin tasarruf etme isteği ile negatif yönde ilişkili olduğu, zihinsel bileşen puanının ve depresyon puanının kişilerin tasarruf etmeye istekli olmaları üzerindeki etkisinin erkekler ve kadınlar arasında önemli ölçüde farklılık gösterdiği, daha yüksek bir zihinsel bileşen puanının, kadınların tasarruf etme isteği ile pozitif yönde ilişkili olduğu; depresyon puanının, kadınların olumsuz olarak tasarruf etme isteğini etkilediği, hem zihinsel bileşen skorunun hem de depresyon puanının erkek katılımcıların tasarruf etme isteği ile ilişkili olmadığı tespit edilmiştir.

Şengür ve Taban (2015) tarafından, gelir dağılımı ve tasarruf ilişkisi üzerine bir çalışma yapılmıştır. Çalışmanın veri seti Türkiye İstatistik Kurumu aracılığıyla temin edilmiştir. Çalışmada çoklu doğrusal regresyon yöntemi kullanılmıştır. Çalışma neticesinde, hanehalkı

gelir türlerinden olan ücret-prim geliri, faiz ve kira geliri, emekli maaşı ve diğer maaşların hanehalkı tasarruflarını etkilediği tespit edilmiştir.

Barbić, Palić ve Bahovec (2016) tarafından, finansal okuryazarlık ile emeklilik planlaması ve emeklilik için tasarruf konusundaki tutumlar arasındaki ilişki araştırılmıştır. Çalışmada, 20-79 yaş aralığında bulunan Hırvatistan'da yaşayan 451 kişiye anket uygulaması yapılmıştır ve lojistik regresyon yöntemi kullanılmıştır. Çalışma neticesinde insanların genellikle emeklilik planlaması konusunda olumlu tutumlara sahip oldukları, ancak bunların sadece birkaçının özel emeklilik tasarruflarına sahip olduğu, emeklilikteki refahın tasarrufa bağlı olduğu, emeklilik için yeterince tasarruf sağlamayan bireylerin genellikle nispeten düşük bir finansal okuryazarlık düzeyine sahip olduğu tespit edilmiştir.

Brown ve Taylor (2016) tarafından, bireylerin zaman içindeki tasarruf davranışları incelenmiştir. Çalışmanın veri seti "British Household Panel Survey and Understanding Society" aracılığıyla temin edilmiştir. Çalışmada, 11-30 yaş arası bireylerin tasarruf davranışının belirleyicileri araştırılmıştır. Çalışma neticesinde; ebeveyn ödeneklerinin harçlıkların (yarı zamanlı çalışmalardan kazanılanlar), bir çocuğun tasarruf etme olasılığını etkilediği, hane reisinin finansal beklentilerinin, çocuklarının tasarruf davranışlarını etkilediği, tasarruf davranışı hususunda nesiller arası bir ilişki olmadığı, ebeveynlerin tasarruf davranışlarının, çocuklarının tasarruf kararları üzerinde hiçbir etkiye sahip olmadığı, çocuk yaşta tasarruf etmenin hem aylık olarak tasarruf etme olasılığı hem de yetişkin olarak tasarruf edilen tutar üzerinde büyük olumlu bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Paule-Paludkiewicz, Fuchs-Schündeln ve Masella (2016) tarafından, hanehalkı tasarruf davranışlarını kültürel özelliklerin nasıl etkilediği araştırılmıştır. Çalışmanın veri seti Alman Sosyo-Ekonomik Panelinden elde edilmiştir ve çalışmada 1992 yılından 2014 yılına kadar olan veriler kullanılmıştır. Çalışma neticesinde; kültürün hanehalkı tasarrufları için itici bir güç olduğu, tasarruf etmeye veya birikim yapmaya vurgu yapan ülkelerden göç eden bireylerin Almanya'da daha fazla tasarruf etme eğiliminde olduğu, bunun göçmenlerin çocukları içinde geçerli olduğu tespit edilmiştir.

Sengür ve Taban (2016) tarafından, Türkiye'nin hanehalkı tasarruf belirleyicileri üzerine bir araştırma yapılmıştır. Çalışmada verilerin analizi için lojistik regresyon yöntemi kullanılmıştır. Çalışma neticesinde; konut mülkiyeti, fazladan bir evin olması, yıllık harcanabilir gelirin 10.000 ₺'nin üzerinde olması ve eğitim seviyesinin hanehalkı tasarrufları üzerinde olumlu bir etkisinin olduğu; araç sahibi olunması, ailedeki üye sayısının fazla olması, geçici veya mevsimsel istihdam durumunun olması ve kırsal kesimde yaşanıyor olmasının hanehalkı tasarrufları üzerinde olumsuz bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Van Santen (2016) tarafından, hanehalkı tasarrufları ile emekli maaşları arasındaki ilişki ile hem emekli maaşlarının özel tasarruf üzerindeki yerinden edilme etkisini hem de emeklilik gelirindeki belirsizlik nedeniyle ihtiyati tasarruf etkisini araştırılmıştır. Çalışmada Hollandalı hanehalkları için anket verileri kullanılmıştır. Çalışma neticesinde; emeklilik fonu performansından kaynaklanan dışsal varyasyondan yararlanarak, beklenen emeklilik geliri ile tasarrufların önemli ölçüde azaldığı, emeklilik gelirlerindeki belirsizliklerin hanehalklarının tasarruflarını arttırdığı tespit edilmiştir.

Ma, Su ve Huang (2018) tarafından, Çin'deki hanehalkı tasarruf davranışlarına dini inancın etkisi incelenmiştir. Çalışmanın veri seti anket yöntemi aracılığıyla temin edilmiştir. Çalışmada tobit regresyon yöntemi ve sıralı lojistik regresyon yöntemi kullanılmıştır. Çalışma neticesinde; inançlı bireylerin tasarruf eğiliminin inançlı olmayan bireylerinkinden daha yüksek olduğu,

hanehalkı tasarruf oranının inançlı olmayan bireylerinkinden daha düşük olduğu, dini inanç sahibi bireylerin farklı ekonomik tutumlara, daha güçlü tasarruf farkındalığına ve riskten kaçınma eğilimine sahip olduğu, daha zayıf finansal sorumlulukların daha fazla tasarruf eğilimine yol açtığı ve daha güçlü sosyal sorumluluk duygusunun hanehalkı tasarruf oranını düşürdüğü tespit etmiştir.

Amuedo-Dorantes, Juarez ve Alonso (2019) tarafından, emeklilik programlarının Meksikalı hanehalklarının tasarrufları üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Çalışmanın veri seti Meksika Gelir ve Harcama Anketi'nden elde edilmiştir. Çalışma neticesinde; emeklilik programının kendi başına, en yaşlı üyesi 18-54 veya 65-69 yaşındaki hanelerin tasarruf oranlarında bir azalma ile ilişkili olduğu, eyalet emekli maaşlarının, tasarruf üzerinde önemli bir etkisinin olmadığı, federal ve eyalet emeklilik programlarının birleştirilmesinin hanehalklarının tasarruf oranı üzerindeki etkisinin olmadığı, katkı payı içermeyen emekli maaşlarının, 70 yaşında veya daha büyük üyeleri olan hanelerin tasarrufları üzerinde önemli bir etkisi olmadığı tespit edilmiştir.

Chiu vd. (2019) tarafından, hamilelik söz konusu olduğu zaman hanelerin tasarruf eğilimi incelenmiştir. Çalışmanın veri seti Zambiya'da bulunan üç ilde son bir yılda doğum yapan 2381 kadından oluşmuştur. Kadınlar son hamileliklerinde hanehalkı tasarruflarının yeterliliği algılarını bildirmişlerdir kadınlardan alınan cevaplar tasarruf edilmedi, yeterli tasarruf edilmedi, yeterli tasarruf edildi şeklinde kategorize edilmiştir. Çalışmada verilerin analizi için lojistik regresyon yöntemi ve t testleri kullanılmıştır. Çalışma neticesinde; hamilelik söz konusu olduğu zaman hanelerin %51'inin doğum için yeterli tasarruf yaptığı, %32'sinin yetersizde olsa tasarruf yaptığı, %17'sinin tasarruf yapmadığı, hanehalkı refahı ile tasarruf yapma arasında olumlu bir ilişki olduğu, doğum öncesi bakım hizmetlerine erken başlamanın yeterince tasarruf etmeyle olumlu bir ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Horioka (2019) tarafından, Japon hanehalklarının tasarruf davranışları üzerinde kültür ve sosyal normların etkisi incelenmiştir. Çalışma neticesinde; Japonya'nın hanehalkı tasarruf oranının düşük ve negatif olduğu, savaş yılları hariç 1960-1985 yılları arasında tasarruf oranlarının yüksek olduğu, tasarruf davranışlarının kültürel ve sosyal normlardan tam olarak etkilenmediği, çocuklarına diğer toplumlara kıyasla daha az miras bırakma eğilimde oldukları tespit edilmiştir.

Yao, Xu ve Zhang (2019) tarafından, Wenchuan kentindeki 2008 depreminin Çin halkının tasarrufları üzerine etkisi araştırılmıştır. Çalışmada Çin Hanehalkı Gelir Projesi veri tabanından elde edilen anket verileri kullanılmıştır. Çalışma dahilinde, 2007 yılında depremden önce ve 2008 yılında depremden sonra yapılan anketlerden elde edilen veriler kullanılmıştır. Çalışma neticesinde; depremden daha çok etkilenen yerlerdeki ve daha düşük gelir düzeyindeki bireylerin stres bozukluğu, otokontrollerinin azalma yaşadıkları, otokontrolün doğrudan tasarruf davranışıyla ilişkili olduğu, daha ağır şekilde etkilenen ve daha düşük gelirli hanehalklarının tasarruflarının azaldığı tespit edilmiştir.

Fulford (2020) tarafından, gelirin ihtiyat tasarrufları üzerine etkisi incelenmiştir. Çalışmanın veri seti ABD'de Tüketici Finansmanı Araştırması'ndan elde edilmiştir. Çalışma neticesinde; düşük gelirli hanelerin daha fazla ihtiyat tasarrufu yaptığı tespit edilmiştir.

Hua ve Erreygers (2020) tarafından Vietnamlı hanelerin tasarruf davranışlarının belirleyicileri araştırılmıştır. Çalışmanın için "2010 Vietnam Household Living Standard Survey" veri seti kullanılmıştır. Kantil regresyon yapılan çalışma neticesinde; hanehalkı özelliklerinin tasarruf oranlarını etkileme biçiminin hanehalkı tasarruf oranı dağılımının her bir kantili için farklı

olduğunu göstermektedir. Hanehalkı özellikleri, daha düşük niceliklerde daha güçlü etkilere sahip olma eğiliminde olduğu, hane ve hane reisi özelliklerinin kırsal kesimde kentsel hanelere göre daha güçlü önemli etkilere sahip olduğu ve çocuklar ve yaşlılar hanehalkı işgücününün bir parçası olup tasarrufu arttırdıkları tespit edilmiştir.

Levenko (2020) tarafından, Avrupa'da hanehalkı tasarrufunun belirleyicileri araştırılmıştır. Çalışmada 1996-2017 yılları arasında 22 Avrupa ülkesi için toplu ulusal bazlı veriler kullanılmıştır. Veri; Avusturya, Belçika, Kıbrıs, Çekya, Danimarka, Estonya, Finlandiya, Fransa, Almanya, Macaristan, İrlanda, İtalya, Letonya, Litvanya, Hollanda, Polonya, Portekiz, Slovakya, Slovenya, İspanya, İsveç ve Birleşik Krallık'ı kapsamaktadır. Çalışma neticesinde; hanehalkı tasarruf oranlarının oldukça kalıcı olduğu, tasarrufun iki temel belirleyicisi olduğu, bunların gelir artışı ve işgücü geliri belirsizliği veya ihtiyati neden olduğu, kredi mevcudiyeti, faiz oranları, enflasyon ve diğer makroekonomik beklentilerin tasarruf üzerinde çok az etkisinin olduğu, işsizliğin ekonomik büyüme üzerindeki olumsuz etkisinin hanehalkı tasarruf kanalı yoluyla arttığı, mevcut tüketimi düşürdüğü ve uzun süre düşük tuttuğu tespit edilmiştir.

Yang (2020) tarafından, emekliliğin hanehalkı tasarrufu üzerindeki etkisi incelenmiştir. Çalışmanın veri seti "Taiwanese Survey of Family Income and Expenditure" aracılığıyla elde edilmiştir. Çalışma sonucunda bireysel emekliliğin zorunlu kılınmasının hanehalkı tasarruflarını azalttığı tespit edilmiştir.

Tan ve Liu (2020) tarafından, yapılan iki çocuk politikasının tasarruflar üzerindeki ekonomik etkisi araştırılmıştır. Çalışmada, Çin Göçmenleri Dinamik Anketi kullanılmıştır. Çalışma neticesinde; iki çocuk politikasının hanehalkı tasarruf oranlarını ortalama yüzde 1,96 puan ve kırsal-etnik azınlık grupları hariç tutarsa yüzde 4,88 puan azalttığı ve aile gelirini geçici olarak azalttığı tespit edilmiştir.

Israile vd. (2021) tarafından para politikasının hanehalkı tasarrufları üzerindeki etkisi araştırılmaktadır. Çalışmanın veri seti "Japan Panel Survey of Consumers" aracılığıyla elde edilmiştir. Çalışma sonucunda mali genişlemenin hanehalklarının net tasarrufundaki açıklığa olumsuz etki yaptığı, buna karşılık, en az bir akademisyeni olan hanelerin, mali genişlemenin bu olumsuz etkilerini telafi etme eğiliminde olduğu ve bundan faydalanabildiği tespit edilmiştir.

Suresh vd. (2021) tarafından, kadınların tasarruf davranışlarına etki eden faktörler araştırılmıştır. Çalışma sonucunda Hindistan'da kadınların tasarruf davranışını etkileyen önemli faktörlerin faiz oranı, kişi başına gayrisafi yurtiçi hasıla büyümesi, enflasyon oranı olduğu tespit edilmiştir.

3. METODOLOJİ

3.1. Veri

Bu çalışmanın veri seti, Türkiye İstatistik Kurumundan sağlanmıştır ve çalışmada 2015-2017 Hanehalkı Bütçe Araştırması Anketleri kullanılmıştır. Türkiye sınırları içinde bulunan tüm yerleşim yerleri anketin kapsamına dahil edilmiştir ve çalışmada kurumsal nüfus kapsamında bulunanlar ile göçer nüfus kapsam dışı tutulmuştur. Hanehalkı Bütçe Anketi'nde birinci aşama örnekleme birimi olan blokların seçiminde kullanılan temel örnekleme çerçevesi Ulusal Adres Veri Tabanıdır. Tabakalı iki aşamalı küme örnekleme yöntemi kullanılmıştır (TÜİK, 2018). Çalışmada 33843 hane sorumlusu ile modelleme yapılmıştır.

3.2. Değişkenler

Çalışmada kullanılan bağımlı değişken hanehalkının tasarruf tercihidir. Hanelerin tasarruf tercihleri için ev, arsa, dükkan, tarla vb. edinimleri, konut kooperatif üyelikleri gayrimenkul tasarrufu seçeneğinde, altın ve döviz tasarrufları altın-döviz tasarrufları seçeneğinde, banka hesabı tasarrufları başka bir seçenekte, tahvil, bono, hisse senedi, fon tasarrufları sermaye piyasası tasarrufları seçeneğinde, işe yapılan tasarruflar başka bir seçenekte yer almıştır. Tasarruf seçeneklerinden, faiz ile borç para verme seçeneği ve diğer seçeneği frekansları çok düşük olması sebebiyle analizden dışlanmıştır.

Çalışmada kullanılan bağımlı değişkenler model yapısı gereği alt dal bağımsız değişkenleri ve üst dal bağımsız değişkenleri olarak ikiye ayrılmaktadır. Alt dal bağımsız değişkenleri; çalışma durumu, eğitim durumu, yaş, hanehalkı büyüklüğü, gelir düzeyi ve yıl değişkenleridir. Üst dal bağımsız değişkenleri ise cinsiyet, medeni durum, konut tipi, konutun ısıtma sistemi, yakıt türü (ısınma), yakıt türü (sıcak su), konut alanı, konut mülkiyet durumu, ikinci konut sahipliği, özel sigorta sahipliği, kredi kartı kullanımı, otomobil sahipliği, sigara kullanma alışkanlığı, dışarıda yemek yeme alışkanlığı, sinema alışkanlığı, pazara gitme alışkanlığı faktörleri kullanılmıştır.

3.3. Araştırma Yöntemi

Çalışmada öncelikli olarak hanelerin tasarruf yapma durumuna göre frekans analizleri yapılmıştır. Akabinde hanelerin tasarruf yapma durumu ve modele dahil edilen bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemek için ki-kare bağımsızlık testleri yapılmıştır. Nihai olarak da nested logit regresyon modeli kullanılarak hanelerin tasarruf tercihleri üzerinde etkili olan faktörler belirlenmiştir.

4. BULGULAR

4.1. Tanımlayıcı İstatistikler

Türkiye’de hanelerin tasarruf tercihleri üzerinde etkili olabilecek faktörlere ilişkin tanımlamalar, tasarruf tercihlerine yönelik frekanslar ve ki kare bağımsız test sonuçları Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Özet İstatistikler

Değişkenler	Tasarruf tercihi						χ^2	P
	Gayrimenkul	Altın-Döviz	Banka Hesabı	Sermaye Piyasası	İşe Yapılan Yatırım	Tasarruf Yapmama		
Demografik göstergeler								
<i>Eğitim Durumu</i>								
Bir Okul	51 (3,6)	69 (5,6)	106 (5)	1 (0,3)	167 (9,3)	3707 (13,7)	2481,525	0,000
Bitirmedi								
İlkokul	491 (34,2)	379 (30,8)	605 (28,3)	46 (16)	1018 (56,6)	12062 (44,7)		
Ortaokul	146 (10,2)	149 (12,1)	212 (9,9)	22 (7,7)	221 (12,3)	3616 (13,4)		
Lise	295 (20,5)	228 (18,5)	415 (19,4)	65 (22,6)	252 (14)	4445 (16,5)		
Üniversite	453 (31,5)	405 (32,9)	798 (37,4)	153 (53)	140 (7,8)	3161 (11,7)		
<i>Cinsiyet</i>								
Erkek	1351(94,1)	1090(88,6)	1807(84,6)	258(89,9)	1723(95,8)	22994(85,2)	252,957	0,000
Kadın	85(5,9)	140(11,4)	329(15,4)	29(10,1)	75(4,2)	3997(14,8)		
<i>Yaş</i>								
15-24	2 (0,1)	15 (1,2)	25 (1,2)	3 (1)	4 (0,2)	347 (1,3)	387,176	0,000
25-34	232 (16,2)	208 (16,9)	351 (16,4)	51 (17,8)	140 (7,8)	3599 (13,3)		
35-44	478 (33,3)	291 (23,7)	440 (20,6)	103 (35,9)	394 (21,9)	6517 (24,1)		
45-54	349 (24,3)	317 (25,8)	419 (19,6)	71 (24,7)	528 (29,4)	6303 (23,4)		
55-64	230 (16)	235 (19,1)	441 (20,6)	44 (15,3)	429 (23,9)	5065 (18,8)		
65+	145 (10,1)	164 (13,3)	460 (21,5)	15 (5,2)	303 (16,9)	5160 (19,1)		
<i>Medeni Durum</i>								
Hiç	32 (2,2)	66 (5,4)	164 (7,7)	20 (7)	28 (1,6)	891 (3,3)	397,097	0,000
Evlendi								
Evli	1322 (92,1)	1038 (84,4)	1652 (77,3)	244 (85)	1677 (93,3)	22211 (82,3)		
Boşandı-Eşi	82 (5,7)	126 (10,2)	320 (15)	23 (8)	93 (5,2)	3889 (14,4)		
Öldü								
<i>Hanehalkı Büyüklüğü</i>								
1 kişi	57 (4)	104 (8,5)	301 (14,1)	24 (8,4)	36 (2)	2450 (9,1)	764,747	0,000

2 kişi	231 (16,1)	298 (24,2)	650 (30,4)	47 (16,4)	405 (22,5)	6204 (23)	
3 kişi	379 (26,4)	320 (26)	556 (26)	95 (33,1)	364 (20,2)	5773 (21,4)	
4 kişi	429 (29,9)	306 (24,9)	431 (20,2)	87 (30,3)	401 (22,3)	5971 (22,1)	
5 kişi	194 (13,5)	136 (11,1)	128 (6)	29 (10,1)	255 (14,2)	3252 (12)	
6+	146 (10,2)	66 (5,4)	70 (3,3)	5 (1,7)	337 (18,7)	3341 (12,4)	
Konut ile ilgili göstergeler							
Konut Tipi							
Müstakil Konut	412 (28,7)	403 (32,8)	563 (26,4)	50 (17,4)	1294 (72)	13410 (49,7)	1280,564 0,000
Apartman Dairesi	1023 (71,3)	827 (67,2)	1573 (73,6)	237 (82,6)	504 (28)	13574 (50,3)	
Konutun Isıtma Sistemi							
Isıtılmalı Merkez Kalorifer Sistemi	289 (20,1)	258 (21)	449 (21)	69 (24)	147 (8,2)	2608 (9,7)	1885,747 0,000
Kat Kaloriferi Sistemi (kombi vb.)	704 (49)	528 (42,9)	1022 (47,8)	175 (61)	380 (21,1)	7975 (29,5)	
Soba Elektrikli Isıtıcı	397 (27,6)	381 (31)	544 (25,5)	37 (12,9)	1229 (68,4)	14777 (54,7)	
	46 (3,2)	63 (5,1)	121 (5,7)	6 (2,1)	42 (2,3)	1631 (6)	
Yakıt Türü (Isınma)							
Geleneksel Yakıt Türü	560 (39)	490 (39,9)	700 (32,8)	67 (23,3)	1359 (75,6)	15625 (57,9)	1205,065 0,000
Gelişmiş Yakıt Türü	876 (61)	739 (60,1)	1435 (67,2)	220 (76,7)	439 (24,4)	11341 (42,1)	
Yakıt Türü (Sıcak Su)							
Geleneksel Yakıt Türü	60 (4,2)	45 (3,7)	70 (3,3)	5 (1,7)	224 (12,5)	2407 (8,9)	208,329 0,000
Gelişmiş Yakıt Türü	1376 (95,8)	1185 (96,3)	2066 (96,7)	282 (98,3)	1574 (87,5)	24584 (91,1)	
Konut Alanı							
60 m ² ve daha az	36 (2,5)	32 (2,6)	70 (3,3)	5 (1,7)	68 (3,8)	1897 (7)	631,541 0,000
61 m ² -90 m ²	344 (24)	317 (25,8)	559 (26,2)	55 (19,2)	519 (28,9)	9212 (34,1)	
91 m ² -120 m ²	541 (37,7)	466 (37,9)	841 (39,4)	120 (41,8)	664 (36,9)	10013 (37,1)	
121 m ² -150 m ²	318 (22,1)	279 (22,7)	436 (20,4)	73 (25,4)	321 (17,9)	4193 (15,5)	
151 m ² +	197 (13,7)	136 (11,1)	230 (10,8)	34 (11,8)	226 (12,6)	1676 (6,2)	
Ekonomik göstergeler							
Konut Mülkiyeti Durumu							
Ev Sahibi	1133 (78,9)	782 (63,6)	1412 (66,1)	164 (57,1)	1439 (80)	16171 (59,9)	836,281 0,000
Kiracı	156 (10,9)	252 (20,5)	438 (20,5)	84 (29,3)	156 (8,7)	6370 (23,6)	
Lojman	74 (5,2)	59 (4,8)	65 (3)	7 (2,4)	2 (0,1)	369 (1,4)	
Ev Sahibi Değil Ama Kira Ödemiyor	73 (5,1)	137 (11,1)	221 (10,3)	32 (11,1)	201 (11,2)	4081 (15,1)	
İkinci Konut Sahipliği							
Yok	1222 (85,1)	1075 (87,4)	1805 (84,5)	257 (89,5)	1586 (88,2)	25192 (93,3)	389,81 0,000
Var	214 (14,9)	155 (12,6)	331 (15,5)	30 (10,5)	212 (11,8)	1799 (6,7)	
Özel Sigorta Sahipliği							
Yok	1151 (80,2)	999 (81,2)	1695 (79,4)	54 (18,8)	1583 (88)	25038 (92,8)	2400,263 0,000
Var	285 (19,8)	231 (18,8)	441 (20,6)	233 (81,2)	215 (12)	1953 (7,2)	
Kredi Kartı Kullanımı							
Yok	397 (27,6)	411 (33,4)	675 (31,6)	34 (11,8)	995 (55,3)	14415 (53,4)	1024,485 0,000
Var	1039 (72,4)	819 (66,6)	1461 (68,4)	253 (88,2)	803 (44,7)	12576 (46,6)	
Gelir Düzeyi							
1. gelir düzeyi (en düşük)	33 (2,3)	75 (6,1)	110 (5,1)	5 (1,7)	133 (7,4)	6419 (23,8)	4326,132 0,000
2.gelir düzeyi	98 (6,8)	110 (8,9)	192 (9)	15 (5,2)	238 (13,2)	6123 (22,7)	
3.gelir düzeyi	232 (16,2)	209 (17)	337 (15,8)	28 (9,8)	326 (18,1)	5644 (20,9)	
4.gelir düzeyi	370 (25,8)	307 (25)	510 (23,9)	72 (25,1)	407 (22,6)	5110 (18,9)	
5.gelir düzeyi (en yüksek)	703 (49)	529 (43)	987 (46,2)	167 (58,2)	694 (38,6)	3695 (13,7)	
Otomobil Sahipliği							
Yok	515 (35,9)	484 (39,3)	867 (40,6)	91 (31,7)	788 (43,8)	16996 (63)	1234,808 0,000
Var	921 (64,1)	746 (60,7)	1269 (59,4)	196 (68,3)	1010 (56,2)	9995 (37)	
Sosyal ve çevresel göstergeler							
Sigara Kullanım Aışkanlığı							
Yok	727 (50,6)	655 (53,3)	1251 (58,6)	138 (48,1)	849 (47,2)	1122292 (45,5)	164,85 0,000
Var	709 (49,4)	575 (46,7)	885 (41,4)	149 (51,9)	949 (52,8)	14699 (54,5)	
Dışarda yemek Yeme Aışkanlığı							
Yok	852 (59,3)	704 (57,2)	1169 (54,7)	110 (38,3)	1289 (71,7)	20567 (76,2)	966,9 0,000
Var	584 (40,7)	526 (42,8)	967 (45,3)	177 (61,7)	509 (28,3)	6424 (23,8)	
Sinema Aışkanlığı							
Yok	1259 (87,7)	1042 (84,7)	1785 (83,6)	219 (76,3)	1696 (94,3)	25619 (94,9)	793,645 0,000
Var	177 (12,3)	188 (15,3)	351 (16,4)	68 (23,7)	102 (5,7)	1372 (5,1)	
Pazara Gitme Aışkanlığı							

Yok	494 (34,4)	372 (30,2)	676 (31,6)	117 (40,8)	709 (39,4)	10212 (37,8)	68,517	0,000
Var	942 (65,6)	858 (69,8)	1460 (68,4)	170 (59,2)	1089 (60,6)	16779 (62,2)		
<i>Yıl</i>								
2015	455 (31,7)	332 (27)	560 (26,2)	37 (12,9)	554 (30,8)	8987 (33,3)	153,889	0,000
2016	496 (34,5)	395 (32,1)	730 (34,2)	101 (35,2)	652 (36,3)	9053 (33,5)		
2017	485 (33,8)	503 (40,9)	846 (39,6)	149 (51,9)	592 (32,9)	8951 (33,2)		
Parantez içlerinde yüzdeler yer almaktadır.								

Hanelerin tasarruf tercihleri ile hane reislerinin meslekleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Tasarruf yapmayanların %35,9'unun bir işte çalışmadığı tespit edilmiştir. Hanelerin tasarruf tercihleri ile hane reislerinin eğitimi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. İşe yapılan yatırımlar aracılığıyla tasarruf yapanların %56,6'sı ilköğretim mezunu olduğu tespit edilmiştir. Hanelerin tasarruf tercihleri ile hane reisinin cinsiyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Gayrimenkul tasarrufu yapanların %94,1'inin erkek olduğu tespit edilmiştir. Hanelerin tasarruf tercihleri ile hane reisinin yaşı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Gayrimenkul tasarrufu yapanların %33,3'ünün 35-44 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Hanelerin tasarruf tercihleri ile hane reisinin medeni durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. İşe yapılan yatırımlar aracılığıyla tasarruf yapanların %93,3'ünün evli olduğu tespit edilmiştir.

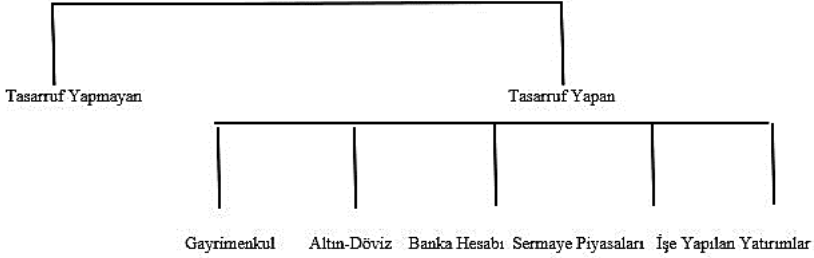
Hanelerin tasarruf tercihleri ile konut tipi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Sermaye piyasası ürünlerine yönelik tasarruf yapanların %82,6'sının apartman dairesinde ikamet ettiği tespit edilmiştir. Hanelerin tasarruf tercihleri ile yaşanan konutun ısıtma sistemi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. İşe yapılan yatırımlar aracılığıyla tasarruf yapanların %68,4'ünün konutlarında soba olduğu tespit edilmiştir. Hanelerin tasarruf tercihleri ile yaşanan konutun ısınma yakıt türü arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Sermaye piyasası ürünlerine yönelik tasarruf yapanların %76,7'sinin gelişmiş yakıt türü kullandığı tespit edilmiştir.

Hanelerin tasarruf tercihleri ile yaşanan konutun mülkiyeti durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. İşe yönelik yatırımlar aracılığıyla tasarruf yapanların %80'inin ev sahibi olduğu tespit edilmiştir. Hanelerin tasarruf tercihleri ile ikinci konut sahipliği arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Tasarruf yapmayanların %93,3'ünün ikinci bir konuta sahip olmadığı tespit edilmiştir. Hanelerin tasarruf tercihleri ile özel sigorta sahipliği arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Tasarruf yapmayanların %92,8'inin özel sigortaya sahip olmadığı tespit edilmiştir. Hanelerin tasarruf tercihleri ile kredi kartı kullanımı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Gayrimenkul tasarrufu yapanların %72,4'ünün kredi kartı kullandığı tespit edilmiştir. Hanelerin tasarruf tercihleri ile hane halkının kullanılabilir geliri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Gayrimenkul tasarrufu yapanların %49'unun en yüksek gelir düzeyi grubundan olduğu tespit edilmiştir.

Hanelerin tasarruf tercihleri ile dışarıda yemek yeme alışkanlığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Tasarruf yapmayanların %76,2'sinin dışarıda yemek yeme alışkanlığının olmadığı tespit edilmiştir. Hanelerin tasarruf tercihleri ile sinemaya gitme alışkanlığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Tasarruf yapmayanların %94,9'unun sinema alışkanlığının olmadığı tespit edilmiştir. Hanelerin tasarruf tercihleri ile pazara gitme alışkanlığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Altın-döviz tasarrufu yapanların %69,8'inin pazara gitme alışkanlığının olduğu tespit edilmiştir.

4.2. Model Tahmini

Çalışmada yer alan hanelerin tasarruf tercihleri üzerinde etkili olan faktörleri belirlemek için nested logit regresyon modeli kullanılmıştır. Hanelerin tasarruf tercihlerine ait dal yapısı Şekil 1'de verilmiştir.



Şekil 1. Nested Logit Model Ağaç Yapısı

İki seviyeli, nested logit model tahmini yapılırken üst dal denklemlerinde cinsiyet, medeni durum, konut tipi, konutun ısıtma sistemi, yakıt türü (ısıtma), yakıt türü (sıcak su), konut alanı, konut mülkiyet durumu, ikinci konut sahipliği, özel sigorta varlığı, kredi kartı kullanımı, otomobil sahipliği, sigara kullanma alışkanlığı, dışarıda yemek yeme alışkanlığı, sinema alışkanlığı, pazara gitme alışkanlığı faktörleri kullanılmıştır. Alt dal denklemlerinde ise çalışma durumu, eğitim durumu, yaş, hanehalkı büyüklüğü, gelir düzeyi, yıl faktörleri kullanılmıştır. Tam bilgiye dayalı maksimum olabilirlik yöntemi ile tahmin edilen iki düzeyli nested logit modelinin sonuçları Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Nested Logit Model Tahmin Sonuçları

Alt Dal Denklemleri								
Bağımlı Değişken	Altın-Döviz		Banka Hesabı		Sermaye Piyasaları		İşe Yapılan Yatırımlar	
	β	Std, hata	β	Std, hata	β	Std, hata	β	Std, hata
Çalışma Durumu	-0,268 ^a	0,058	-0,471 ^a	0,049	-0,822 ^a	0,119	0,718 ^a	0,052
Eğitim Durumu	-0,026	0,024	0,077 ^a	0,020	0,110 ^b	0,048	-0,567 ^a	0,028
Yaş	-0,020 ^a	0,002	-0,008 ^a	0,001	-0,051 ^a	0,004	-0,016 ^a	0,002
Hanehalkı Büyüklüğü	-0,254 ^a	0,021	-0,423 ^a	0,023	-0,334 ^a	0,042	-0,112 ^a	0,013
Gelir Düzeyi	0,511 ^a	0,031	0,595 ^a	0,030	0,617 ^a	0,057	0,489 ^a	0,028
Yıl	0,164 ^a	0,032	0,181 ^a	0,026	0,377 ^a	0,064	-0,072 ^a	0,027
Üst Dal Denklemleri								
Bağımlı Değişken	Tasarruf Yapma							
	β	Std, hata						
<i>Cinsiyet (referans: erkek)</i>								
	Kadın				-0,475 ^a	0,665		
<i>Medeni Durum (referans: evli)</i>								
	Hiç Evlenmedi				-0,127	0,083		
	Boşandı-Eşi öldü				-0,390 ^a	0,067		
<i>Konut Tipi (referans: müstakil konut)</i>								

Apartman Dairesi	-0,209 ^a	0,045
Konutun Isıtma Sistemi (<i>referans: soba</i>)		
Isıtılmalı Merkez Kalorifer Sistemi	0,550 ^a	0,062
Kat Kaloriferi Sistemi (kombi vb,)	0,524 ^a	0,063
Elektrikli Isıtıcı	-0,092	0,091
<i>Yakıt Türü (Isınma) (referans: geleneksel yakıt türü)</i>		
Gelişmiş Yakıt Türü	-0,182 ^a	0,058
<i>Yakıt Türü (Sıcak Su) (referans: geleneksel yakıt türü)</i>		
Gelişmiş Yakıt Türü	-1,346 ^a	0,045
Konut Alanı	-0,008 ^a	0,000
<i>Konut Mülkiyet Durumu (referans: ev sahibi)</i>		
Kiracı	-0,704 ^a	0,042
Lojman	-0,183 ^c	0,098
Ev Sahibi Değil Ama Kira Ödemiyor	-0,750 ^a	0,048
<i>İkinci Konut Sahipliği (referans: yok)</i>		
Var	0,311 ^a	0,047
<i>Özel Sigorta Sahipliği (referans: yok)</i>		
Var	0,708 ^a	0,044
<i>Kredi Kartı Kullanımı (referans: yok)</i>		
Var	-0,056	0,036
<i>Otomobil Sahipliği (referans: yok)</i>		
Var	0,366 ^a	0,032
<i>Sigara Kullanım Alışkanlığı (referans: yok)</i>		
Var	-0,571 ^a	0,029
<i>Dışarda Yemek Yeme Alışkanlığı (referans: yok)</i>		
Var	0,257 ^a	0,034
<i>Sinema Alışkanlığı (referans: yok)</i>		
Var	0,402 ^a	0,054
<i>Pazara Gitme Alışkanlığı (referans: yok)</i>		
Var	-0,263 ^a	0,030
IV Parametreleri		
	Tasarruf Yapmayan	Tasarruf Yapan
	1	0,859 (0,033)
LR test of homoskedasticity (iv=1): chi2(1)=17,50 prob>chi2=0,000		
Log likelihood = -25203,421		
a<0,01, b<0,05, c<0,10		
Bağımlı değişenin temel sınıfı gayrimenkul tasarrufudur.		

Kurulan model istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur ($P < 0.0001$). IV parametresi, tesadüfi fayda maksimizasyonu prensipleriyle tutarlılığı sağlamak için 0 ve 1 arasında olmalıdır (Koppelman ve Bhat, 2006). Tahmin edilen modelde tasarruf yapan ve tasarruf yapmayanların IV parametre değeri sırasıyla 1 ve 0,892 olarak bulunmuştur. Tasarruf yapmayanlara ilişkin IV parametre değerinin 1 çıkmasının sebebi dejenere nested yapısının söz konusu olmasıdır. Bir yuvada tek bir alternatifin olması durumunda o yuva dejenere olarak kabul edilir ve IV parametresi 1'e eşit olur (Koppelman ve Wen, 1998). Tasarruf yapanlara ilişkin IV parametresi (0,1] aralığında yer almaktadır. Bu değer alternatifler arasında sıfır olmayan bir korelasyonun olduğunu göstermektedir ve nested logit regresyon modelinin tesadüfi fayda teorisiyle uyumlu uygun bir model olduğunu söylemek mümkündür.

Model tahmini neticesinde hane reisi kadınların hane reisi erkeklere göre tasarruf yapma olasılığı daha az olduğu, boşanan veya eşi ölen hane reislerinin evlilere göre tasarruf yapma

olasılığının daha az olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte; konutunun ısıtma sistemi ısıtmalı merkez kalorifer olan hanelerin soba olanlara göre tasarruf yapma olasılığının daha fazla olduğu, ısınma ve sıcak su için gelişmiş yakıt türü kullanan hanelerin geleneksel yakıt türü kullananlara göre tasarruf yapma olasılığının daha az olduğu, konut alanı arttıkça tasarruf yapma olasılığının azaldığı, kiracı hanelerin ev sahibi olanlara göre tasarruf yapma olasılığının daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Hanelerden ikinci konutu, özel sigortası, otomobili olanların olmayanlara göre tasarruf yapma olasılığının daha fazla olduğu, sigara kullanma alışkanlığı ve pazara gitme alışkanlığı olanların olmayanlara göre tasarruf yapma olasılığının daha az olduğu, dışarıda yemek yeme ve sinemaya gitme alışkanlığı olanların olmayanlara göre tasarruf yapma olasılığının daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Tasarruf tercihleri açısından; hane reisinin çalışıyor olması altın-döviz, banka hesabı, sermaye piyasası ürünlerine yönelik tasarruf yapma olasılığını azaltırken işe yapılan yatırımlara yönelik tasarruf yapma olasılığını arttırmaktadır. Hane reisini eğitim düzeyinin artması banka hesabına, sermaye piyasası ürünlerine yönelik tasarruf yapma olasılığını arttırırken işe yapılan yatırımlara yönelik tasarruf yapma olasılığını azaltmaktadır. Hanehalkı büyüklüğündeki artış altın-döviz, banka hesabı, sermaye piyasası ürünlerine ve işe yapılan yatırımlara yönelik tasarruf yapma olasılığını azaltmaktadır. Haneleri gelir düzeyleri arttıkça altın-döviz, banka hesabı, sermaye piyasası ürünlerine ve işe yapılan yatırımlara yönelik tasarruf yapma olasılığını arttırmaktadır.

5. SONUÇ

Tasarruf tercihleri açısından; hane reisinin çalışıyor olması altın-döviz, banka hesabı, sermaye piyasası ürünlerine yönelik tasarruf yapma olasılığını azaltırken işe yapılan yatırımlara yönelik tasarruf yapma olasılığını arttırmaktadır. Hane reisinin eğitim düzeyinin artması banka hesabına, sermaye piyasası ürünlerine yönelik tasarruf yapma olasılığını arttırırken işe yapılan yatırımlara yönelik tasarruf yapma olasılığını azaltmaktadır. Hanehalkı büyüklüğündeki artış altın-döviz, banka hesabı, sermaye piyasası ürünlerine ve işe yapılan yatırımlara yönelik tasarruf yapma olasılığını azaltmaktadır. Haneleri gelir düzeyleri arttıkça altın-döviz, banka hesabı, sermaye piyasası ürünlerine ve işe yapılan yatırımlara yönelik tasarruf yapma olasılığını arttırmaktadır.

Çalışmada, kurulan nested logit model istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur ($P < 0,0001$). Hanelerin tasarruf yapma durumu ve tercihleri üzerinde demografik faktörler açısından; hane reisinin çalışma durumu, hane reisinin eğitim durumu, hane reisinin cinsiyeti, hane reisinin yaşı, hane reisinin medeni durumu, hanehalkı büyüklüğü, konut ile ilgili faktörler açısından; konut tipi, konutun ısıtma sistemi, konutun ısınma yakıt türü, konutun sıcak su yakıt türü, konut alanı ekonomik faktörler açısından; konut mülkiyeti durumu, ikinci konut sahipliği, özel sigorta sahipliği, hanenin kullanılabilir geliri, otomobil sahipliği, sosyal ve çevresel faktörler açısından; sigara kullanım alışkanlığı, dışarıda yemek yeme alışkanlığı, sinema alışkanlığı, pazara gitme alışkanlığı ve araştırmaya katılım yılı faktörlerinin etkili olduğu tespit edilmiştir.

Çalışma sonucunda, hane reisi kadınların hane reisi erkeklere göre tasarruf yapma olasılığı daha az olduğu tespit edilmiştir. Literatürde benzer sonuçlar elde eden çalışmalar mevcuttur (Asma'a, 2016; Bajtelsmit ve Bernasek, 1996; Bertocchi, Brunetti ve Torricelli, 2008; Fisher, 2010; Hinz, McCarthy ve Turner, 1997; Ricketts et al., 2013; Shaikh vd., 2019).

Bekar hane reislerinin evlilere göre tasarruf yapma olasılığının daha az olduğu tespit edilmiştir. Literatürde Bertocchi vd. (2008) çalışmalarında bekarların daha az riskli yatırımlara yöneldiğini tespit etmiştir. Medeni durumun tasarruf tercihleri üzerinde etkili olduğunu bulan

başka çalışmalarda mevcuttur (Hinz vd., 1997; Sunden ve Surette, 1998; Säve-Söderbergh, 2003).

Hane reisinin çalışıyor olması altın-döviz, banka hesabı, sermaye piyasası ürünlerine yönelik tasarruf yapma olasılığını azaltırken işe yapılan yatırımlara yönelik tasarruf yapma olasılığını arttırmaktadır.

Hane reisinin eğitim düzeyinin artması banka hesabına, sermaye piyasası ürünlerine yönelik tasarruf yapma olasılığını arttırırken işe yapılan yatırımlara yönelik tasarruf yapma olasılığını azaltmaktadır. Eğitim faktörünün tasarruf yapma eğilimi üzerinde etkili olduğunu bulan çalışmalar vardır (Beckmann vd., 2013; Fisher, 2010; Khan, Gill ve Haneef, 2013; World Bank, 2011). Bununla birlikte eğitimin bazı kategorilerinin hanehalkı tasarrufları üzerinde olumsuz etkisi olduğunu bulan çalışmalarda mevcuttur (Burney ve Khan, 1992; Kulikov, Paabut ve Staehr, 2007). Eğitim düzeyi ile tasarruf yapmanın ilişkili olması eğitim düzeyi arttıkça finansal okuryazarlığın artması ve böylece daha bilinçli yatırım yapılması ile ilgili olabilir. Nitekim Barbić vd. (2016) çalışmalarında finansal okuryazarlığın tasarruf yapma ile ilişkili olduğunu tespit etmiştir.

Hane reisinin yaşındaki artış bütün tasarruf tercihlerinde hanelerin tasarruf yapma olasılıklarını azalttığı tespit edilmiştir. Literatürde benzer sonuçlar bulan çalışmalar vardır (Hurd ve Lee, 1995; Liberda, 1999; Şenol, 2018). Bu durum yaş ilerledikçe emeklilik sebebiyle gelirin azalması ile ve ölüm beklentisi ile tasarruf arasındaki negatif yönlü ilişki (Russet vd.,1994) ile ilişkili olabilir.

Hanehalkı büyüklüğündeki artışın bütün tasarruf tercihlerinde hanelerin tasarruf yapma olasılıklarını azalttığı tespit edilmiştir Literatürde benzer sonuçlar elde eden çalışmalar mevcuttur (Abdelkhalek et al., 2010; Denizler et al., 2002; Hurd & Lee, 1995; Liberda, 1999; Ricketts et al., 2013).

Haneleri gelir düzeyleri arttıkça altın-döviz, banka hesabı, sermaye piyasası ürünlerine ve işe yapılan yatırımlara yönelik tasarruf yapma olasılığını arttırmaktadır. . Literatürde benzer sonuçlar elde edilmiştir (Abdelkhalek vd., 2010; Agrawal, 2001; Beckmann vd., 2013; Horioka ve Terada-Hagiwara, 2012; Hüfner ve Koske, 2010; Khan vd., 2013; Liberda, 1999; World Bank, 2011). Gelir göstergesi olarak düşünülen özel sigorta, ikinci konut ve otomobil sahipliği açısından; hanelerden özel sigortası, ikinci konutu ve otomobili olmayanlara göre tasarruf yapma olasılığının daha fazla olduğu tespit edilmiştir. İkinci konut veya otomobil sahibi olan hanelerin gelir düzeylerinin çok düşük olmadığını varsaydığımızda bunlara sahip olmayanlara göre daha fazla tasarruf yapmaları beklenen bir durumdur. Yine benzer şekilde gelirle ilişkili olarak konutun ısıtma sistemi ısıtmalı merkez kalorifer olan hanelerin soba olanlara göre tasarruf yapma olasılığının daha fazla olduğu, kiracı hanelerin ev sahibi olanlara göre tasarruf yapma olasılığının daha düşük olduğu tespit edilmiştir

Sigara kullanma alışkanlığı olanların olmayanlara göre tasarruf yapma olasılığının daha az olduğu tespit edilmiştir. Bu durum sigara kullanımının bütçeye oluşturduğu yük ile ilişkili olabilir. Ayrıca bu durum sigara kullanımı olanların olmayanlara kıyasla sağlık harcamasının daha fazla olması bunun sonucu olarak da gelirlerinin daha az bir kısmını tasarrufa ayırmaları ile de ilişkili olabilir. Dışarıda yemek yeme ve sinemaya gitme alışkanlığı olanların olmayanlara göre tasarruf yapma olasılığının daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Dışarıda yemek yeme, sinemaya gitme gibi sosyal aktiviteleri yapabilmeyen gelir ile ilişkili olduğu çerçevesinde bu beklenen durumdur.

KAYNAKÇA

- ABDELKHALEK, T., ARESTOFF, F., DE FREITAS, N. E. M., & MAGE, S. (2010). A microeconomic analysis of household savings determinants in Morocco. *African Review of Money Finance and Banking*, 7-27.
- AGRAWAL, P. (2001). The relation between savings and growth: cointegration and causality evidence from Asia. *Applied economics*, 33(4), 499-513.
- AMUEDO-DORANTES, C., JUAREZ, L., & ALONSO, J. (2019). The Effect Of Noncontributory Pensions On Saving In Mexico. *Economic Inquiry*, 57(2), 931-952.
- ANG, J. (2009). "Household saving behaviour in an extended life cycle model: A comparative study of China and India". *Journal of Development Studies*, 45(8), 1344-1359.
- ASMA'A, A. A. (2016). "Women Investors' Preferences: Case of Jordan". *International Business Research*, 9(4), 73-78.
- BAJTELSMIT, V. L., & BERNASEK, A. (1996). "Why do women invest differently than men?". *Financial Counseling and Planning*, 7, 1-10.
- BARBIĆ, D., PALIĆ, I., & BAHOVEC, V. (2016). Logistic regression analysis of financial literacy implications for retirement planning in Croatia. *Croatian Operational Research Review*, 7(2), 319-331.
- BECKMANN, E., HAKE, M., & URVOVA, J. (2013). Determinants of households' savings in Central, Eastern and Southeastern Europe. *Focus on European Economic Integration Q*, 3(13), 8-29.
- BERTOCCHI, G., BRUNETTI, M., & TORRICELLI, C. (2008). "Portfolio choices, gender and marital status". *Rivista di Politica Economica*, 98(5), 119-154.
- BOZKUŞ, S., & ÜÇDOĞRUK, Ş. (2007). "Hanehalkı Tasarruf Tercihleri-Türkiye Örneği". 8. Türkiye Ekonometri ve İstatistik Kongresi, 24-25 Mayıs 2007, Malatya.
- BROWN, S., & TAYLOR, K. (2016). "Early influences on saving behaviour: Analysis of British panel data". *Journal of banking & finance*, 62, 1-14
- BURNEY, N. A., & KHAN, A. H. (1992). Socio-economic characteristics and household savings: an analysis of the households' saving behaviour in Pakistan. *The Pakistan Development Review*, 31(1), 31-48.
- DENİZER, C., WOLF, H., & YING, Y. (2002). Household savings in the transition. *Journal of Comparative Economics*, 30(3), 463-475.
- FISHER, P. (2010). Gender differences in personal saving behaviors. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 21(1), 14-24.
- FULFORD, S. L. (2020). Demand for emergency savings is higher for low-income households, but so is the cost of shocks. *Empirical Economics*, 58(6), 3007-3033.
- HINZ, R. P., MCCARTHY, D. D., & TURNER, J. A. (1997). "Are women conservative investors? Gender differences in participant-directed pension investments". *Positioning pensions for the twenty-first century*, 91-103.

- HORIOKA, C. Y., & TERADA-HAGIWARA, A. (2012). The determinants and long-term projections of saving rates in Developing Asia. *Japan and the World Economy*, 24(2), 128-137.
- HORIOKA, C. Y. (2019). Are the Japanese unique? Evidence from saving and bequest behavior. *The Singapore Economic Review*, 64(01), 5-22.
- HUA, T. X., & ERREYGERS, G. (2020). Applying quantile regression to determine the effects of household characteristics on household saving rates in Vietnam. *Journal of Asian Business and Economic Studies*.
- HURD, M. D., & LEE, H. K. (1995). Household saving rates in Korea: Evidence on life-cycle consumption behavior. *Journal of the Japanese and International Economies*, 9(2), 174-199.
- HUFNER, F., & KOSKE, I. (2010). Explaining household saving rates in G7 countries: Implications for Germany: OECD Publishing.
- ISRAEL, K. F., SEPP, T. F., & SONNENBERG, N. (2021). Japanese monetary policy and household saving. *Applied Economics*, 1-17.
- KEYNES, J. M. (1936). *The General Theory of Employment, Interest, and Money* [Elektronik Sürüm]. Adelaide: The University of Adelaide Library Electronic Texts Collection.
- KHAN, T., GILL, A. R., & HANEEF, S. (2013). Determinants of private saving: A case of Pakistan. *Asian Journal of Economic Modelling*, 1(1), 1-7.
- KOPPELMAN, F. S., & BHAT, C. (2006). A self instructing course in mode choice modeling: multinomial and nested logit models. U.S. Department of Transportation Federal Transit Administration.
- KOPPELMAN, F. S., & WEN, C. H. (1998). "Alternative nested logit models: structure, properties and estimation". *Transportation Research Part B: Methodological*, 32(5), 289-298.
- KULIKOV, D., PAABUT, A., & STAEHR, K. (2007). A microeconomic analysis of household saving in Estonia: income, wealth and financial exposure: Eesti Pank/Bank of Estonia.
- LANDMAN, M., & MTHOMBENI, M. (2021). Determining the potential of informal savings groups as a model for formal commitment saving devices. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 24(1), 1-12.
- LEVENKO, N. (2020). Perceived uncertainty as a key driver of household saving. *International Review of Economics & Finance*, 65, 126-145.
- LIBERDA, B. (1999). Household saving in Poland. Retrieved from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1447862
- MA, X., SU, Z., & HUANG, J. (2018). "Religion, economic attitudes and household savings: Evidence from CGSS (2010)". *Journal of Interdisciplinary Mathematics*, 21(2), 529-537.
- MUNNELL, A. H., SUNDEN, A., & TAYLOR, C. (2001). "What determines 401 (k) participation and contributions". *Soc. Sec. Bull.*, 64(3), 64-75.

- NICULESCU-ARON, I., & MIHĂESCU, C. (2012). “Determinants of Household savings in EU: What policies for Increasing Savings?”. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 58, 483-492.
- PAULE-PALUDKIEWICZ, H., FUCHS-SCHUNDELN, N., & MASELLA, P. (2016). Cultural determinants of household saving behavior.
- RICKETTS, C. F., REZEK, J. P., & CAMPBELL, R. C. (2013). The influence of individual health outcomes on individual savings behavior. *The Social Science Journal*, 50(4), 471-481.
- RODRIGUEZ-PALENZUELA, D., & DEES, S. (2016). Savings and investment behaviour in the euro area, ECB Occasional Paper (No.167). Frankfurt: European Central Bank (ECB).
- RUSSETT, B., COWDEN, J., KINSELLA, D., & MURRAY, S. (1994). Did Americans' expectations of nuclear war reduce heir savings? *International Studies Quarterly*, 38(4), 587-603.
- SÄVE-SÖDERBERGH, J. (2003). “Pension Wealth: Gender, Risk and Portfolio Choices”. *Essays on Gender Differences in Economic Decisions-Making*. 1-43.
- SHAIKH, G. M., KATPAR, N. K., KALHORO, M. ABRO, Y.K., & PHANWAR, G.A. (2019). “Do behavioral biases in gender differences affect investment decisions”. *Sociol Int J*, 3(4), 326-336.
- SUNDEN, A. E., & SURETTE, B. J. (1998). “Gender differences in the allocation of assets in retirement savings plans”. *The American Economic Review*, 88(2), 207-211.
- SURESH, M., SANGEETHA, D., & KUMARASWAMY, S. (2021). Modelling of Factors Influencing Saving Behaviour of Women in India: An Interpretive Structural Modelling. In *Advances in Materials Research* (pp. 809-818). Springer, Singapore.
- ŞENGÜR, M., & TABAN, S. (2015). “Gelir Dağılımı-Tasarruf İlişkisi: Türkiye’de Hanehalkı Gelir Türünün Tasarruflar Üzerindeki Etkisi”. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1). 49-71.
- ŞENGÜR, M., & TABAN, S. (2016). “Türkiye’de Hanehalkı Tasarruflarının Gelir Dışındaki Belirleyicileri”. *Optimum: Journal of Economics & Management Sciences/Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(1). 29-53.
- ŞENOL, S. (2018). The impact of borrowing on household saving behavior the case of Turkey 2003–2012. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Kadir Has Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- TAN, J., & LIU, K. (2020). The impact of two-child policy on household savings in China and mechanisms. *Applied Economics Letters*, 1-5.
- TÜİK. (2018). Household Budget Statistics Micro Data Set, 2018. Retrieved from http://www.tuik.gov.tr/MicroVeri/HBA_2018/english/index.html
- USUL, H., BEKÇİ, İ., & EROĞLU, A. H. (2002). “Bireysel Yatırımcıların Hisse Senedi Edinimine Etki Eden Sosyo-Ekonomik Etkenler”. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (19), 135-150.
- VAN SANTEN, P. (2016). Uncertain Pension Income and Household Saving.

- YANG, T. T. (2020). The effect of workplace pensions on household saving: evidence from a natural experiment in Taiwan. *Journal of Risk and Insurance*, 87(1), 173-194.
- YAO, D., XU, Y., & ZHANG, P. (2019). How a disaster affects household saving: Evidence from China's 2008 Wenchuan earthquake. *Journal of Asian Economics*, 64, 101133.
- YARAŞIR, S., & YILMAZ, B. E. (2011). "OECD Ülkelerinde Özel Tasarruflar: Bir Bakış (1999-2007)". *Maliye Dergisi*, (160). 139-163.
- WB. (2011). Turkey - Sustaining high growth: The role of domestic savings - synthesis report (English), Report No. 66301-TR Washington D.C. : The Worldbank.

Asya’da Alternatif Bölgeselleşme Arayışları: CICA’nın Etkinlik Sorunsalı ve Türkiye

(Araştırma Makalesi)

Searching for Alternative Regionalization in Asia: The Problem of CICA’s Effectiveness and Turkey

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1210446

Ömer Faruk KOCATEPE

Dr. Öğr. Görevlisi, Millî Savunma Üniversitesi, Kara Harp Okulu, Uluslararası İlişkiler Bölümü

okocatepe@kho.msu.edu.tr

ORCID No: 0000-0001-8647-4634

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Kocatepe, Ö.F. (2023). Asya’da Alternatif Bölgeselleşme Arayışları: CICA’nın Etkinlik Sorunsalı ve Türkiye. *Alanya Akademik Bakış*, 7(1), Sayfa No.565-579.

ÖZET

Anahtar kelimeler:

Asya, Bölgesel Güvenlik, İş Birliği, CICA

Makale Geliş Tarihi:

26.11.2022

Kabul Tarihi:

03.01.2023

Asya bölgesinin her geçen gün artan önemi hem küresel ilginin hem de güvenlik sorunlarının artmasına neden olmaktadır. Yirmi birinci yüzyılın ilk çeyreğine yaklaşırken artan rekabet ve terörizm yalnızca Asya’yi değil, aynı zamanda küresel ticari ve politik koşulları da etkilemektedir. Uluslararası güvenliği doğrudan ilgilendiren Asya coğrafyasındaki mevcut eğilimler ve gelişmeler incelendiğinde, çok sayıda kriz alanları ortaya çıkmaktadır. İş birliği ve güvenlik konusundaki sıkıntıları ortadan kaldırmak amacıyla Soğuk Savaş’ın hemen ardından “Asya’da İşbirliği ve Güven Artırıcı Önlemler Konferansı (CICA)” kurulmuştur. Buradan hareketle, çalışmada CICA’nın rolü, tarihi süreci ve etkinliği üzerinde değerlendirmeler yapılacaktır. Ayrıca Türkiye’nin söz konusu örgüt ile iş birliği ve kazanımları üzerinde durularak literatürde yeterince yer bulamayan CICA’ya yönelik öngörülerde bulunulacaktır. Bu bakımdan söz konusu çalışma betimsel nitelikte olup CICA’yı ortaya çıkaran etmenleri, CICA’nın amacını, geçirdiği süreçleri ve getirilen eleştirileri de ele alacaktır.

ABSTRACT

Keywords:

Asia, Regional Security, Cooperation, CICA

The increasing importance of the Asian region day by day causes both global interest and security problems to increase. As the first quarter of the twenty-first century approaches, increasing competition and terrorism are affecting not only Asia but also global commercial and political conditions. When the current trends and developments in the Asian geography, which are directly related to international security, are examined, many crisis areas emerge. The “Conference on Cooperation and Confidence Building Measures in Asia (CICA)” was established right after the Cold War in order to eliminate the problems in cooperation and security. From this point of view, evaluations will be made on the role, historical process and effectiveness of CICA in this study. In addition, Turkey’s cooperation with the said organization and its achievements will be emphasized and predictions will be made for CICA, which has not found enough space in the literature. In this respect, the study in question is descriptive and will also address the factors that led to CICA, the purpose of CICA, the processes it went through and the criticisms brought.

1. GİRİŞ

Devletlerin muhtelif konularda iş birliği kurmak, belirli konularda uzlaşmak ve bir amaç doğrultusunda hareket etmek için bir araya gelerek oluşturdukları iş birliği mekanizması, uluslararası örgütler olarak tanımlanmaktadır. Uluslararası örgütler, uluslararası alanda devletlerden bağımsız olarak hukuki kişilikleriyle önemli bir yer tutmaktadırlar (Erkiner, Eray, 2022: 218). Karşılıklı olarak uzlaşmalarını, uluslararası bir anlaşma, sözleşme ya da benzeri bir metinle amaç ve birlikteliklerini beyan ederler (Dedeoğlu, 1998: 15).

Küreselleşmenin son yıllarda hızla artması bölgeselleşme olgusu ile birlikte bölgesel uluslararası örgütlerin kuruluşunu da hızlandırmıştır. Soğuk Savaş döneminde güvenlik odaklı bölgeselleşme ve birlik oluşturma çabaları soğuk savaş sonrası dönemde de artarak devam etmiştir. Bununla birlikte bu örgütlerde güvenlik odaklı bakış açısını ikinci plana atılarak onun yerine ekonomik anlamda rekabetin arttığı, iş birliğinin geliştiği bir bütünleşme evresine geçilmiştir. Birçok yenilikleri de beraberinde getiren bu süreç çok uzun sürmemiş, 11 Eylül saldırılarıyla birlikte tekrardan güvenliğin ön plana çıkacağı bir döneme doğru evrilmiştir. Soğuk Savaş sonrası dönemde uluslararası ticarete rekabet ve iş birliği ortamı oluşturulmuş olsa da 2000’li yılların başı itibari ile tekrardan güvenlik odaklı yaklaşımlar ön plana çıkmaya başlamıştır.

11 Eylül saldırılarıyla devletler güvenlik ekseninde yeniden iş birliğine yönelirken de ekonomik anlamda iş birliğini de devam ettirmişlerdir. Nitekim böyle örgütleşmenin bir örneğini de Asya’da görüyoruz. Güvenlik açısından bakıldığında Asya’da, birçok devletin bölgeselleşme girişimleri dâhilinde uluslararası örgütlerin bir şemsiye altında yer aldıklarını görmekteyiz. Örneğin Kolektif Güvenlik Örgütü, Şangay İşbirliği Örgütü, “Asya’da İşbirliği ve Güven Artırıcı Önlemler Konferansı (AİGK) / *The Secretariat of the Conference on Interaction and Confidence Building Measures in Asia (CICA)*”¹ gibi örgütler ön plana çıkan ekonomik ve güvenlik temelli yapılarıdır.

Bölgeselleşme sürecinin gelişmesi aynı zamanda bölgesel örgütlerin kurulmasını da beraberinde getirmiştir. CICA’da bu süreçle birlikte ortaya çıkan bölgesel bir güvenlik ve iş birliği merkezli kuruluştur. CICA’yı, Asya’da barışı, güvenliği ve istikrarı teşvik etmeye yönelik iş birliğini geliştirme amacı taşıyan çok uluslu bir forum olarak tanımlayabiliriz. Her uluslararası örgütte olduğu gibi CICA’da da üye devletler, BM Şartı’na bağlılıklarını teyit etmişlerdir. Ayrıca, dünyanın geri kalanında barış, güvenlik ve istikrar sağlanmasıyla Asya’da sağlanacak istikrar arasında yakın bir bağlantı olduğunu ifade etmektedirler. Bunun yanı sıra CICA ilk aşamasında Asya’da tüm devletlerin gelişiminin, istikrar, güvenlik ve etkileşimi tesis etmek için ana araç olarak ekonomik entegrasyon yoluyla sağlanabileceğine inanmaktaydılar (Laumulin, Kozhurova, 2021: 26). Her ne kadar güvenlik ve iş birliği temelli olarak ön plana çıksa da uygulamada bu amacına ulaştığı konusunda bazı soru işaretleri barındırmaktadır. Bu bağlamda, çalışmanın yazılmasını hazırlayan süreç de burada başlamaktadır.

CICA’nın kurulma sürecinde Asya’nın güvenliği ve iş birliği konusunda tüm ülkeleri içerisine alan bir mevcut yapının olmaması CICA’yı Asya’yı tamamen kapsayan ve güvenlik mekanizması oluşturan bir örgüt tanımlamalarına ve rolüne yönlendirmiştir. Ancak Soğuk Savaş sürecinden kalma güvensizlik algılamaları bu role bürünmesine engel olmuştur (Seidin, 2012:389). CICA’nın Asya’da güvenlik ve istikrar temelli misyonunun kurulduğu günden itibaren önemli bir rol oynayamamış olması ve bölgede, üye ülkeler arasında yaşanan

¹ “Asya’da İş Birliği ve Güven Artırıcı Önlemler Konferansı (AİGK)” bundan sonra uluslararası literatürde kullanıldığı şekilde CICA olarak ifade edilecektir.

çatışmaların devam etmesi örgütün geleceğini tartışmaya açmıştır. CICA, farklı, bazen doğrudan zıt görüş ve kavramlara sahip devletleri kucaklayarak, birleştirici rolü bakımından mevcut kuruluşlardan niteliksel olarak farklıdır. Bu durum beraberinde bazı eksiklikleri getirmektedir. Halihazırdaki formu ile kuruluş senedinde üstlendiği rolleri yerine getirememesi, uluslararası alanda itibar edilme konusunda bazı tereddütleri içerisinde barındırmaktadır. Bu durumun bilincindeki üye devletler ve sekreteryaya, son yıllarda bir dönüşüm stratejisiyle varlığını hissettirme gayreti içerisinde adımlar atmaktadırlar.

Dünyanın ekonomik ve siyasi ağırlık merkezinin Asya'ya kaymaya başlaması, bölgeyi daha cazip kılmakla birlikte bir o kadar da tehdit unsuru hâline getirmektedir. Nitekim bu süreçte terörizm, organize suçlar, yasadışı insan ticareti ve deniz korsanlığı gibi çeşitli zorluklar, öncelikli beliren tehdit ve sorun sahaları olarak karşımıza çıkmaktadır. CICA'nın da açıkça tanımladığı gibi bu sorunların çözülmesi için askerî araçlara dayalı geleneksel güvenlik kavramlarının kapsamı artık önemli bir alaka kaybıyla karşı karşıyadır. Dolayısıyla CICA, insanların meşru beklentilerini adalet ve eşitlik yoluyla karşılamaya çalışan iyi yönetim, kalıcı güvenlik, ekonomik kalkınma ve toplumsal uyum için büyük önem taşımaktadır. Bu amaca ulaşmak için siyasi, askerî, ekonomik ve insani boyutları kapsayan güvenlik yaklaşımına ihtiyaç duyulmaktadır.

Çalışmada CICA'nın genel bir çerçevesi çizilecek olup, betimleyici bir üslup kullanılacaktır. Bunun iki temel sebebi vardır. Birincisi uluslararası bir örgütün gelecekte nasıl şekillenebileceği noktasında öngörülerde bulunabilmek adına öncelikle mevcut durum ortaya konulmalıdır. İkinci olarak da CICA'nın tarihsel süreçte nasıl evrildiğini ve mevcut kurumsal yapılanmasının hangi aşamalardan geçerek şekillendiğini ele alınmalıdır. CICA konusunda diğer bir hususta bilimsel bir çalışmanın yeterince Türkçe literatürde bulunmamasıdır. Sonuç olarak hem çalışmanın doğası gereği hem de literatürde CICA konusundaki bilgi eksikliğini gidermek adına böylesi bir metodoloji takip edilmiştir. Bu kapsamda; çalışmanın ilk bölümünde, CICA'nın tarihsel kökenleri ele alınacaktır. Bu aşamadan sonra örgütte Türkiye'nin rolü ve tecrübe paylaşımının değişim ve dönüşüm sürecinde etkileri ortaya konmaya çalışılarak CICA'nın bölgesel etkinliği tartışılarak eleştirilere yer verilecektir.

2. BÖLGESEL BİR ÖRGÜT OLARAK ASYA'DA İŞBİRLİĞİ VE GÜVEN ARTTIRICI ÖNLEMLER KONFERANSI (AİGK/CICA)

2.1. Tarihsel Süreç

“Conference on Interaction and Confidence Building Measures in Asia (CICA)” olarak ifade edilen “Asya’da İşbirliği ve Güven Arttırıcı Önlemler Konferansı (AİGK)” Kazakistan’ın eşgüdümünde 1993 yılında başlatılmıştır. CICA’nın kuruluş süreci ilk kez Ekim 1992’de gerçekleşen Birleşmiş Milletler 47. Genel Kurul toplantısında Kazakistan eski Cumhurbaşkanı Nursultan Nazarbayev’in, Asya’da bir güvenlik ve iş birliği süreci başlatılması önerisini ortaya atması ve öncü rol oynayacak 16 devletin inisiyatifiyle 1999 yılında kurulmuştur (T.C. Dışişleri Bakanlığı, 2022). CICA, Asya’da barış, güvenlik ve istikrarın geliştirilmesine yönelik çok taraflı yaklaşımlar geliştirerek iş birliğini geliştirme ana hedefine ulaşmak için egemen eşitlik, üye devletlerin iç işlerine karışmama ve ekonomik, sosyo-kültürel iş birliği ilkelerine dayalı politika izlemektedir (CICA, 2022). CIA’da bugün itibarıyla 28 üye ülke (Afganistan, Azerbaycan, Bahreyn, Bangladeş, Birleşik Arap Emirlikleri, Çin, Filistin, Hindistan, Irak, İran, İsrail, Kamboçya, Katar, Kazakistan, Kırgızistan, Kore Cumhuriyeti, Mısır, Moğolistan, Özbekistan, Pakistan, Rusya Federasyonu, Tacikistan, Tayland, Türkiye, Ürdün, Vietnam, Kuveyt, Sri Lanka), 9 gözlemci ülke (Belarus, Endonezya, Filipinler, Japonya, Malezya, Ukrayna, ABD, Laos, Türkmenistan) ve 5 gözlemci uluslararası örgüt (Birleşmiş Milletler,

AGİT, Arap Ligi, TÜRKPA, Uluslararası Göç Örgütü (IOM)) bulunmaktadır. CICA'nın üye devletleri eşit statüye sahiptir ve kararlar oybirliği ile alınmaktadır (CICA, 2022). CICA bugün yüzölçümü ve nüfus bakımından da Asya kıtasının yüzde 90'ından fazlasını kapsayan bir organizasyon hâlini almıştır.

CICA'nın iki kurucu belgesi bulunmaktadır. İlki 14 Eylül 1999'da Almatı'da yapılan Birinci Dışişleri Bakanları Toplantısı'nda kabul edilen "CICA Üye Devletleri Arasındaki İlişkileri Yönlendiren İlkeler Bildirgesi"dir ve bu ilkeler, üye ülkelerin egemenliğine saygı, toprak bütünlüğü, üye ülkelerin içişlerine karışmama, anlaşmazlıkların barışçıl yollarla çözülmesini içerir (Republic of Indonesia Ministry of Foreign Affairs, 2022). Diğeri ise CICA'nın tüzüğü olan Almatı Senedi'dir. Bu belgeler CICA'nın gelecekteki gelişim ve dönüşümünü yönlendiren belgeler niteliğindedir. CICA'nın, kuruluş belgelerinin ruhuna uygun olarak, egemen eşitlik, üye devletlerin içişlerine karışmama ve ekonomik, sosyal ve kültürel iş birliği ilkelerine dayalı politikasını, temel hedefine yönelik çok taraflı yaklaşımlar geliştirerek iş birliğini geliştirmeye yönelik bir yol izlediği ifade edilmektedir (CICA, 2022). Bölgede var olan Türk Devletleri Teşkilatı (TDT) veya Şanghay İşbirliği Örgütü (ŞİÖ) gibi kuruluşlarda CICA'nın temel prensiplerini taşımamaktadır. Lakin burada önemli olan husus, CICA'nın bu kuruluşlara nazaran daha önce kurulmasıdır. Yani CICA'nın bu prensipleri diğer bölgesel kuruluşlara da sirayet etmiş ve kuruluş gerekçelerinde belirtilmiştir. Bu durum da CICA'nın önemine örnek oluşturmaktadır.

CICA'da ekonomik, çevre, insani, yeni sınama ve tehditler, askerî-siyasi olmak üzere beş ana boyutta Güven Arttırıcı Önlemler'in (GAÖ) uygulanması çalışmaları yapıldığı görülmektedir (T.C. Dışişleri Bakanlığı, 2022). Aynı zamanda CICA, Asya ve ötesinde terör tehdidi ve terör örgütlerinin eylemlerinin neden olduğu güvenlik sorunlarına dikkat çekmekte ve terör tehdidini tüm üye ülkelerinde ortadan kaldırmayı ana hedeflerinden biri olarak belirlemektedir. CICA terörle mücadele kapsamına yasadışı uyuşturucu üretimi ve kaçakçılığına karşı mücadeleyi de eklemektedir. Bu kapsamda, Terörizmin Ortadan Kaldırılması ve Medeniyetler Arası Diyalogun Teşvik Edilmesine İlişkin CICA Bildirgesi, 2002 yılında Almatı'da düzenlenen ilk CICA Zirvesi'nde geliştirilmiştir (Dalcin vd, 2018). Dahası, klasik güvenlik anlayışının ötesine geçerek, veri koruma güçlendirmesinin tüm CICA üye devletleri için bir ulusal güvenlik, kamu yararı ve kişisel haklar meselesi olduğuna inandıklarından bilgi iletişim teknolojilerinin güvenliğinin sağlanması ve kullanımı alanında da CICA çerçevesi içinde iş birliği yapılması gerektiğine vurgu yapmaktadırlar (UN Office on Drugs and Crime, 2022). Ayrıca bildirge aracılığıyla, dönemin üye ülke devlet başkanları, terörizmin dünya çapında yükselişinden duydukları endişeyi ve terörle mücadelede iş birliği taahhütlerini dile getirmişlerdir. Bununla birlikte bölgesel ve uluslararası politikaları da detaylandırmışlardır (CICA, 2022).

2.2. CICA'nın Yapısı

CICA'nın yapısı; yönetim, çalışma ve danışma organları olmak üzere üç gurup altında sınıflandırılmaktadır (CICA, 2022). Yönetim organları kendi içinde Zirve, Bakanlar Toplantısı ve Kıdemli Yetkililer Komitesi olarak ayrılmaktadır. Zirve, CICA Üye Devletlerinin Devlet veya Hükümet Başkanlarının katılımlarıyla gerçekleşmektedir. Bu görüşmelerde öncelikler belirlenir, kararlar alınır ve en yüksek siyasi düzeyde yönlendirme sağlanır. Bakanlar Toplantısı, CICA devletlerinin Dışişleri Bakanlarının katılımlarıyla gerçekleşme olup CICA'nın merkezi karar alma ve yönetim organıdır. Kıdemli Yetkililer Komitesi ise önceki CICA kararlarını takip etmek, mevcut CICA meseleleri hakkında istişarelerde bulunmak, Özel Çalışma Gruplarının çalışmalarını denetlemek ve diğer toplantıların çalışmalarını koordine etmek için yılda en az bir kez gerektiğinde toplanmaktadır. CICA'nın Çalışma Organları da

yine kendi içinde Özel Çalışma Grubu, Uzmanlar Toplantısı ve İhtisas Toplantısı olarak ayrılmaktadır. Özel Çalışma Grubu, belirli konuları inceleyip kendisine verilen görevleri yerine getirmekte ve çalışmalarının sonuçlarını Kıdemli Yetkililer Komitesine sunmaktadır. Uzmanlar Toplantıları, belirli bir koordinatör Üye Devlet tarafından, uygulanması için taslak belgeler ve planlar oluşturmak ve Özel Çalışma Grubu'na rapor vermek için toplanır. İhtisas Toplantısı'nda ise üye devletler, teknik nitelikteki konuları tartışmak için diğer bakanların veya yetkili ulusal kurum ve kuruluşların toplantılarını düzenlemeyi kabul edebilir. Akademik ve profesyonel girdiler ve raporların yanı sıra CICA'nın üretmeye karar verebileceği yayınlara yardım ve katkılar için de gerekli fırsatlar sağlanır (Sahipkiran, 2021).

Son olarak CICA'nın Danışma Organları, CICA Ticaret Konseyi ve CICA Gençlik Konseyi olarak ikiye ayrılmaktadır. CICA Ticaret Konseyi, CICA üye devletlerinin ticari kuruluşlarının temsilcilerini ve kamu yetkililerini birleştirir. Küçük ve Orta Ölçekli Girişimcilik (KOBİ) alanında ekonomik iş birliğinin geliştirilmesi ve genişletilmesinden, özel sektör ve devlet kurumlarının temsilcileri arasında doğrudan bağlar kurulmasından ve diyalogun başlatılmasından ve ekonomik alanda çok yönlü iş birliğine katılmadan sorumlu olup karşılıklı yarar sağlayan bir bölgesel ekonomik iş birliğini başlatmayı amaçlamaktadır. CICA Gençlik Konseyi, üye gençlik örgütlerinin, derneklerinin ve CICA üye devletlerinin hareketlerinin faaliyetlerini koordine etmekten sorumludur. Ana hedefleri arasında, ulusal gençlik örgütleri arasında etkili bölgesel iş birliğini teşvik etmek, Üye Devletlerin gençlerini gençlik politikasının uygulanmasına katılmaya destek olmak ve CICA üye devletlerinin gençlik projelerini uygulamak için sivil kültür ve cinsiyet eşitliğini geliştirmek bulunmaktadır.

3. CICA'DA TÜRKİYE'NİN ROLÜ VE TECRÜBELERİ

CICA, 2002 yılında Almatı Yasası'nın imzalanmasından bu yana kurumsallaşmış bir bölgesel forum hâline gelmiştir. CICA'nın 21. yy.'da çok kimlikli ve kapsayıcı homojen yapısıyla bölge açısından önemli olduğu kaçınılmaz bir gerçektir. Zira günümüz dünyasında özellikle terörizm ve aşırıçılık sorunu ilk başta ve en çok Asya'yı ilgilendirmektedir. Asya kıtasının giderek dünyanın jeoekonomik ve jeopolitik odağına girmesi, Asya ülkelerini küresel gelişmelere karşı daha duyarlı hâle getirmiştir. Burada CICA ülkelerine önemli sorumluluk düşmektedir. Bu sorumluluğun alınmasında ve aktif olarak çözüm üretilmesinde CICA'nın kayda değer bir rol oynaması gerektiği muhakkaktır. Lakin CICA'nın kuruluşundan günümüze kadarki süreç göz önüne alındığı takdirde bölgede bahsi geçen sorunların çözülmesi konusunda üye ülkelerin çabası ve mücadelesi beklenen boyutta olmamıştır.

Kuruluş gayesi olarak istenilen adımlar kolektif olarak atılmamış olsa da üye devletler özelinde ciddi adımlar atılmaktadır. Örgütün kurucu 16 üyesinden biri olan Türkiye, CICA'nın çalışmalarına başından itibaren güçlü destek veren ülkelerden bir tanesidir. Türkiye, CICA içerisinde söz konusu rolü oynayabilecek tecrübe, birikim ve jeopolitik konuma sahip olmasından dolayı önemli bir pozisyondadır. Özellikle 2010-2014 yılları arasında üstlenmiş olduğu dönem başkanlığı görev süresi boyunca bunu açıkça ortaya koymuştur. Bu süre zarfında CICA'ya siyasi ve askeri gündem kazandırılması, CICA coğrafyasında AGİT benzeri bir Güven Arttırıcı Önlemler (GAÖ) kültürü oluşturulması ve bu amaçla etkin bir diyalog mekanizmasının tesis edilmesi hedeflerinde önemli mesafe kat etmiştir (T.C. Dışişleri Bakanlığı, 2022). Bunlara ek olarak, Asya'da oluşmakta olan yeni güvenlik anlayışının CICA temelinde yapılandırılması hedeflenmiştir. Tüm boyutlarda Güven Arttırıcı Önlemlerin uygulanmasına ivme kazandırılmış; dört temel askeri-siyasi GAÖ'nün uygulanmasının kararlaştırılması bu alanda bir ilk teşkil etmiştir (T.C. Dışişleri Bakanlığı, 2022). Bunların uygulanmasında Türkiye'nin uzun yıllardır mücadele verdiği etnik bölücü unsurlar, aşırıçılık,

dini istismar eden terör grupları ve terörizmin farklı biçimleriyle verdiği mücadelenin büyük payı vardır. Buradan edindiği tecrübe ve birikimiyle Türkiye'nin dışında da kolektif güvenliğin sağlanması açısından dünyanın her bölgesinde önemli adımlar atmakta ve inisiyatifler almıştır (T.C. Dışişleri Bakanlığı, 2022). Türkiye'nin dönem başkanlığı sürecindeki aktif politikaları CICA'yı daha kurumsal ve ağırlıklı bir konuma getirmiştir. Nitekim Türkiye, ikili ve çok taraflı yaptığı antlaşmalarla terörizmin ve aşırıçılığın ulusal sorunu aşan ve uluslararası iş birliği gerektiren bir mesele olduğu düşüncesiyle hareket ederek bu anlamda kolektif güvenliğe öncülük etmektedir. Zira Asya coğrafyasının temel derslerinden biri, uluslararası düzeyde somut iş birliği tesis edilmeden, terörle mücadelede başarılı olunamayacağı gerçeğidir. Bu bilinçle Türkiye'nin, bu konudaki inisiyatifleri diğer üye ülkelerin güvenliğini ve sorumluluk rollerini de artırmaktadır. Bu doğrultuda Türkiye'nin tecrübelerine bakacak olursak; terörizmle mücadelede Türkiye özellikle Asya'nın güvenliği hususunda önemli adımlar atmaktadır. Türkiye'nin ve Orta Doğu'nun güvenliğini tehdit eden bölücü terör örgütü PKK ve uzantılarıyla yaklaşık 40 senelik mücadelenin yanı sıra bünyesinde yabancı savaşçıları barındıran ve bu bakımdan küresel tehdit oluşturan DEAŞ ile sahada mücadele veren ender ülkelerden birisidir. Bunun yanında hâlihazırda 2000'den fazla DEAŞ militanı Türkiye tarafından adli yollarla etkisiz hâle getirilmiştir. Yani hem askerî hem de hukuki mücadele sayesinde DEAŞ önemli darbeler almıştır. Bu bakımdan Türkiye, terörizm ve aşırıçılıkla mücadelede gerek Asya'nın gerekse de dünyanın en önemli ülkelerinden biridir. Yine de özellikle DAEŞ kaynaklı yabancı savaşçılar, Asya güvenliğini tehdit etmeye devam etmektedir. Bu konuda Türkiye'nin üye ülkelerle geliştireceği somut iş birliği girişimleriyle terörizmle mücadelede başarılı sonuçlar alınabilecektir.

Bir başka örnek ise Güney Kafkasya'nın huzur ve istikrarının tesis edilmesi için Azerbaycan'ın Ermenistan tarafından işgal edilen topraklarının kurtarılması için başlatılan süreçte verdiği hukuki destektir. Azerbaycan, Doğu-Batı ve Kuzey-Güney ana ulaşım koridorlarının üzerinde yer alan önemli transit ülke konumundadır. Azerbaycan, stratejik olarak Asya ve Avrupa arasında yer alan Güney Kafkasya'da köprü vazifesi gören bir ülkedir. Çin ve diğer Asya ülkelerini Orta Doğu ve Avrupa'ya bağlayan stratejik bir ortak ve merkez rolünü oynayabilecek bir konuma sahiptir. Yukarı Karabağ sorununun 2020 yılı itibariyle Azerbaycan'ın toprak bütünlüğü ve egemenliği çerçevesinde büyük bir bölümünün çözüme kavuşturulması, Türkiye'nin Azerbaycan ile olan ikili ve çok taraflı antlaşmaları ve iş birliği doğrultusunda gerçekleşmiştir. Nitekim 2019 yılında düzenlenen "Asya'da İşbirliği ve Güven Arttırıcı Önlemler Konferansı 5. Devlet ve Hükümet Başkanları Zirvesi"nde gündeme gelen Yukarı Karabağ sorununun, Güven Arttırıcı Önlemler sonucunda Türkiye'nin desteği ve tecrübeleriyle çözüme kavuşturulmasıyla Asya kıtasının 30 yılı aşkın süredir devam eden bir sorununun da nihayete ermesi sağlanmıştır. Kuşkusuz Yukarı Karabağ sorununun tam manasıyla çözülmesiyle birlikte Azerbaycan, tüm alanlarda kapsamlı ve hızlı kalkınma sağlayarak gerek Güney Kafkasya, gerekse de Asya kıtası için yeni olanaklar sunacaktır. Yukarı Karabağ sorununun tam anlamıyla çözülmesi ve İkinci Karabağ Savaşı sonrası verilen taahhütlerin yerine getirilmesiyle birlikte ülkeler arasındaki iş birlikleri çeşitli yönlerde başarılı ve istikrarlı bir şekilde geliştirilecektir.

Bölge ülkelerinin ticari konulardaki bir diğer alternatif güzergâhı ise deniz ticaretidir. Asya'nın genelinde olduğu gibi terörizm riski burada da mevcuttur. Hem başarısız devletlerin varlığı hem de deniz korsanlığı uluslararası ticaret açısından hâlen ciddi bir tehdit durumundadır. Deniz Korsanlığı konusunda Türkiye, CICA'nın politikaları doğrultusunda hareket etmektedir. Nitekim Somali'deki korsanlık faaliyetleri sadece Aden Körfezi'ni değil Asya, Avrupa ve Afrika'nın güvenliğini ve kalkınmasını da olumsuz yönde etkilemektedir. Söz konusu olumsuzlukların giderilmesi adına Türkiye, deniz korsanları ile mücadelede 13 firkateyniyle

aktif rol oynamıştır. Türkiye'nin bu rolü de yine Asya'nın güvenlik ve iş birliği ortamına katkı sunması açısından önemlidir.

CICA üyesi olan Tacikistan ve Kırgızistan arasında Nisan 2021'de yaşanan sınır çatışmasında da Türkiye aktif rol oynamıştır. Türk Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu ve Millî Savunma Bakanı Hulusi Akar, ivedilikle taraflar ile görüşme gerçekleştirerek arabuluculuk için devreye girmişlerdir (AA, 01.05.2021). Bu ziyaretler kapsamında ülkeler arasında savunma, güvenlik ile savunma sanayi konularında iş birliğini derinleştirme çağrısında bulunarak, sınır güvenliği ve terörle mücadele konularında da tecrübe paylaşımına hazır olduklarını ifade edilmiştir (MSB, 2021, AA. 2021). Tacik-Kırgız sınır sorununu, her iki ülkenin de çıkarına olabilecek şekilde çözüme kavuşturulmasıyla birlikte hem ikili ilişkiler hem bölgesel güvenlik hem de iktisadi iş birliği konularında etkisini gösterecektir. CICA aracılığıyla bunun sağlanması ise hem CICA'nın bölgesel ağırlığını artırırken hem de bölge dışından çıkar elde etmek isteyen üçüncü aktörlerin soruna müdahil olmasının önüne geçecektir (Askeroğlu, 2022).

Birleşmiş Milletler (BM) Örgütü'nün dünya üzerinde tanımladığı çatışma alanlarının çoğuna komşu olan Türkiye, barışı korumaya yönelik girişimlere de önemli katkılar sağlamaktadır. Uluslararası barış ve istikrarın korunmasında Türkiye'nin, Barışı Destekleme ve Koruma Operasyonlarında yer alması, hem bölgesinde hem de dünyada barış ve istikrarın tesis edilmesine ve güçlendirilmesine katkı sağlamaktadır (T.C. Dışişleri Bakanlığı, 2022). “Yurtta barış, cihanda barış” prensibini dış politikasının en temel unsurları arasına yerleştiren Türkiye, Barışı Destekleme ve Koruma Operasyonlarında 1950'li yıllardan beri aktif olarak yer almaktadır. Akabinde, Türkiye değişen şartlar dâhilinde dünyanın çeşitli yerlerine konuşlandırılmış BM barış operasyonlarına polis, askerî personel, askerî uzman ve karargâh subayı kategorilerindeki personeliyle katkıda bulunmuştur. Türkiye sadece askerî değil; sivil nitelikli barışı koruma faaliyetlerine de katılmaktadır. Buradan edindiği tecrübeler dâhilinde Asya coğrafyasında yaşanacak sorunlara müdahil olma konusunda öncü olacaktır. Türkiye, Asya'da çok sayıda arabuluculuk misyonuna da şahitlik etmiştir. Bu tarihî tecrübesini, yıllardır çözüme kavuşturulamayan Keşmir Sorunu'nun da diyalogla, ilgili Birleşmiş Milletler kararları temelinde ve Keşmir halkının da beklentileri doğrultusunda kullanması önemli bir adım olacaktır.

Asya coğrafyasının bir diğer önemli ülkesi olan Afganistan'ın mevcut güvenlik sorunları da bölgesel güvenlik ve iş birliği önündeki en büyük engellerdendir. Afganistan'ın içerisinde bulunduğu mevcut durumun iyileştirilmesi adına iş birliğini ve Afganistan'ın güvenliğini amaçlayan inisiyatifler bulunmaktadır. Özellikle 11 Eylül sonrası terörle ve yeni güvenlik sorunlarıyla mücadelede bu tür örgütlenmelere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu ortamda Türkiye öncülüğünde 2011 yılından itibaren düzenlenen “Asya'nın Kalbinde Dostluk ve İşbirliği İçin İstanbul Zirvesi” (T.C. Dışişleri Bakanlığı, 2010), bölgesel bir girişim olarak başlatılan bu süreç ile birlikte Diyalog ve Güven Artırıcı Önlemler yoluyla Afganistan merkezli bölgesel güvenliği, ekonomik ve siyasi iş birliğini teşvik etmeyi, barış için yeni bir Afganistan stratejisi ortaya komayı amaçlamaktadır.² Buna göre güvenli, istikrarlı ve müreffeh bir Afganistan, bölgesel barış ve istikrarın hayati unsuru olarak kabul edilmiştir. Ancak müreffeh bir Afganistan'ın, dostluk ve iş birliğini yansıtan bölgesel bir çerçevede sağlanabileceği sonucuna varılmıştır. Türkiye, Afganistan'daki barış ve uzlaşma sürecinin, Afgan liderliğinde, Afgan aidiyetinde kapsayıcı olması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu noktada tüm üye devletlerin,

² Bu Sürece Katılımcı (Üye) Ülkeler: Afganistan, Azerbaycan, Çin, Hindistan, İran, Kazakistan, Kırgızistan, Pakistan, Rusya, Suudi Arabistan, Tacikistan, Türkiye, Türkmenistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Özbekistan'dır.

Afganistan'daki yerel ve uluslararası teröristler için finansal temel sağlayan yasa dışı uyuşturucu üretimi, terörizm ve aşırıcılıkla ortak mücadele içinde olması gerekmektedir. Zira bu durum bölgesel bir sorundan daha da öte küresel bir sorunun tetikleyicisi durumundadır.

CICA, 'güvenlik' yerine güven artırıcı önlemlere vurgu yapmasıyla, ülkeler arasındaki farklılıkların sorun oluşturmasını engelleyici bir nitelik taşımaktadır. Güvenliğin yalnızca askeri ve siyasi alanda değil; ekonomik, çevre ve insan merkezli sosyal boyutlarıyla ele alınan önlemler çerçevesinde sağlanabileceğini öngörmektedir. Nitekim iklim değişikliğinin küresel etkilerini dünyaca hissettiğimiz bu günlerde uluslararası örgütlerin öncülüğünde devletlerin gerekli önlemleri alması gerekmektedir. Bu konuda Türkiye; iklim değişikliğinin çok ciddi çevresel ve sosyoekonomik sonuçlara yol açabilecek, hatta ülkelerin güvenliğini tehdit edebilecek boyutta olduğu bilinciyle, iklim değişikliğine neden olan sera gazı emisyonlarının azaltılması ve iklim değişikliğiyle mücadele kapsamında uluslararası iş birliğinin önemi konusunda çalışmalar yapmaktadır. Yine Türkiye'nin çevre politikaları, Asya kıtasının yaşayacağı muhtemel felaketlere önlem almak ve karşı koymak adına önemlidir. Özellikle üye ülkeler arasında doğal kaynaklar üzerindeki hak eşitliği, ekolojik anlamda ortaya çıkan acil durumlarda iş birliği yapılması konusunda mutabakat gerekmektedir. Dolayısıyla güvenlik artık sadece ulus devletlerin tek tarafı olarak kendini ilgilendiren bir olgu olmaktan çıkmış, ortak hareket edilmesi gereken bir alan yaratmıştır. Zira göç, terörizm, kaçakçılık, aşırıcılık birden fazla devleti tehdit eden unsurlardır. Buradan hareketle üye ülkelerin ortak güvenlik kapsamında hareket etmeleri gerekmektedir. Ortak güvenlik; CICA içerisinde bulunan tüm ülkelerin kazanç elde etmesini amaçlayan, sıfır toplamı olmayan bir anlayışa sahip olmalıdır. Bu anlayış çerçevesinde Türkiye, başta Irak ve Suriye'de olmak üzere birçok alanda edinmiş olduğu tecrübeleri ile hem ülke özelinde hem de CICA içerisinde askeri danışmanlık ve güvenlik altyapısının yanı sıra kurumların organizasyon şemalarında ve işleyişinde önemli katkılar sunabilir.

Güvenlik ve iş birliği günümüzde sadece askeri ve politik sahalarda vuku bulmamakta; ekonomik güvenlik de ülkelerin ulusal çıkarları ve bölgesel istikrar için büyük önem arz etmektedir. Bu kapsamda üye ülkeler arasında ekonomik güvenliğin sağlanması amacıyla gümrüklerde sorunsuz ve hızlı geçiş, kara, hava ve deniz yollarında ise problemsiz ulaşım amacıyla ortak güvenlik unsurları hayata geçirilebilir. Türkiye, diğer ülkelerin güvenlik kuvvetleri ile birlikte vermiş olduğu hizmetler doğrultusunda bu tip bir ticari güvenlik yapısının organizasyonu, kurumlar arası iletişimi ve danışmanlığı hususunda yapıcı politikalarını aktarabilecek bir tecrübeye sahiptir.

Küresel yeni mevzilenmelerin ve yeni dengelerin olduğu bir dönemde, Avrasya'nın bağlantı noktasında yer alan Türkiye, Asya'nın barış ve refah içinde evrimi için gerekli bilgi ve tecrübeye sahiptir. Aynı şekilde Orta Doğu'da sağlanacak güvenlik Asya'nın kalkınması için elzemdir. Zira Asya-Avrupa ve Afrika arasındaki ticaretin ve karşılıklı ilişkilerin gelişmesi için bu bölgede istikrar gereklidir. Türkiye bu doğrultuda bölgenin kalkınma hamlelerine verdiği destekle bu politikanın devamı için çalışmaktadır. Nitekim Modern İpek Yolunun yeniden inşası anlamına gelen Kuşak ve Yol Girişimine verdiği destek de bu politikasının bir göstergesidir. Bu bağlamda Kafkasya ve Türkistan'ı aşarak Çin'e kadar ulaşan Hazar geçişi Doğu-Batı Orta Koridor girişimi bu yaklaşımın en somut örneğini oluşturmaktadır.

4. CICA'NIN BÖLGESEL ETKİNLİĞİ

Uluslararası ilişkilerde bölgesel örgütlerin rolü ikinci dünya savaşı sonrasında giderek artmıştır. Özellikle Soğuk Savaş sonrasında örgütler siyaseten belirleyici aktörler olarak ön plana çıkmışlardır. Bölgesel örgütler kuruluş amaçları gereği sosyal, siyasal, ekonomik ve güvenlik

gibi birçok işlevler üzerine kurulabilirler. Bunlardan güvenlik temelli kurulan örgütlerin temel amaçları barış ve istikrarın oluşturulması ve üye ülkeler arasındaki iş birliğini artırmaktır. Soğuk Savaş döneminin sona ermesi ve bağımsız devletlerin sayısının artmasıyla birlikte Asya bölgesinde terör, çevre sorunları, enerji güvenliği, siyasi güvenlik gibi konular ve bu konulardaki tehditler daha çok iç içe geçmiş ve sınırları aşan yönleri ön plana çıkmıştır. CICA'nın da güvenlik temelli yaklaşımı göz önüne alındığında ilk amacının bölgede barış ve istikrarın korunmasına katkı sunması beklenmektedir. Ancak CICA'nın bu rolünden çok uzak hareket ettiği görülmektedir.

CICA'nın Asya'da etkin bir siyasi/güvenlik aktöre dönüşmemesinin temel nedeni tüm devletlerin ortak somut adımlar atmamasıdır. Asya'nın ekonomik, siyasi, güvenlik ve toplumsal sorunlarını şekillendiren unsurlara karşı çözüm üretememek bir yana gündemine almamıştır. Örneğin; Afganistan'da Taliban'ın yönetimi tekrar ele geçirmesi, Hindistan ile Pakistan arasındaki Keşmir Sorunu'nun çözüme kavuşturulamaması, Çin'in yükselişi ile birlikte Tayvan meselesini daha da önemli hâle gelmesi, Çin-Hindistan Sınır Sorunları, Rusya-Ukrayna savaşı gibi birçok sorunun örgütün gündemine girememiş olması CICA'nın etkinliğini sorgulatmaktadır.

Burada önemli bir başka konu ise CICA'nın yapısı ve örgütlenmesi üzerinedir. CICA bölgedeki diğer örgütler gibi belli bir gurup ülkenin güdümünde o ülkelerin isteklerini ya da politik hedeflerini uygulayacak bir yapıda değildir. Aksine kuruluş amaçlarından belirttiği üzere üye ülkeler arasında güvenin oluşmasına, iş birliğinin artmasına katkı sağlamaktır. Bu yapıyla da aslında bölgedeki diğer örgütlere göre daha avantajlı konumdadır (Oğuzlu, 2012:129). Lakin ne konumunu ne de bu yapısını arzu ettiği şekilde sahaya yansıtamamaktadır. Örneğin hem İsrail'in hem de İran'ın birlikte üye olduğu tek uluslararası örgüttür. Bu çeşitliliği ve hassas yapısını da istenilen ölçüde kullanamamaktadır.

Asya bölgesinin son yıllarda ekonomik anlamda artan nüfuzuna baktığımızda ABD ve Avrupa ile birlikte küresel ekonominin merkezine konulduğunu görmekteyiz. Japonya, Çin ve Hindistan gibi büyük aktörlerin artan ekonomik ağırlığı bölgeyi de etkilemektedir. Bu ülkelerin bölgesel örgütlerle iş birliği de bu noktada önemlidir. Ekonomik İşbirliği Teşkilatı (EİT), BRICS ülkeleri, ASEAN ve CICA gibi alternatif örgütlerle yakın iş birliği bölgesel kalkınmayı da beraberinde getirecektir. CICA her ne kadar diğer örgütlere göre etkinliği kısıtlı kalsa da içinde barındırdığı gücü harekete geçirdiği takdirde büyük bir aktör konumuna gelecektir. Lakin yakın ve orta vadede bu girişimi başarması mümkün gözükmemektedir. Öncelikle KOVID-19 salgını, Asya genelinde oluşturduğu kriz ile hem kayıtlı hem de kayıt dışı ekonomilere önemli ölçüde zarar vermiştir. Yaygın iş kayıplarına veya ücret kesintilerine neden olan salgın, Asya ülkelerinin ekonomik büyüme oranlarını da önemli ölçüde düşürmüştü hatta bazı ülkeleri resesyona sürecine kadar itmiştir (Development Pathways, 2022). CICA ise bu süreçte uluslararası iş birliğini güçlendirme konusunda 26 Şubat 2021'de yeni bir Güven Artırıcı Önlem olan "Epidemiyolojik Güvenlik, Halk Sağlığı ve İlaçlar" formu başlatmıştır. Lakin bu form öncelikle ülkelerin yaşadığı ekonomik ve toplumsal sorunlar nedeniyle kolektif bir iş birliğine dönüşemeyerek istenilen etkiye ve sonuca ulaşamamıştır.

Benzer durum terörizmle mücadelede de görülmektedir. Üye ülkelerin önemli kısmı aşırıçılık, ayrılıkçılık ve radikalleşme konusunda sorunlarla karşı karşıyadır. Gerek birlik gerekse de üye ülkeler söz konusu tehditlere karşı ortak mücadele girişiminde bulunmamaktadır. Dahası, devletlerin bireysel olarak da konferans içerisinde bu durum dile getirmediği görülmektedir. Lakin 12-13 Ekim 2022 tarihinde Kazakistan'ın ev sahipliğinde başkent Astana'da düzenlenen Asya'da İşbirliği ve Güven Artırıcı Önlemler Konferansı'nın 6. Zirvesi'nde kabul edilen

Birleşmiş Milletler Küresel Terörizmle Mücadele Stratejisi ile konferans yeni bir konsept kazanmıştır. Kabul edilen strateji uygulanabildiği takdirde CICA için bu bir dönüm noktası olacaktır. Stratejinin hayata geçirilmesiyle birlikte konferans bünyesinde ortak tutum geliştirilerek terörizmle mücadele anlayışı oluşturulabilir. Aynı zamanda CICA'nın çıkarlarının olduğu bölgelerde terörizmle mücadele ile atılacak adımlar ve alınacak önlemler hem konferansın geleceğini sağlamlaştırırken hem de bölgenin jeostratejik önemini daha da arttırmış olacaktır.

CICA'nın Afganistan'ın Taliban yönetimine geçmesi konusunda da etkisizliği bir diğer tartışma konusudur. Afganistan'daki barış ve istikrarın sağlanması CICA bölgesinde güvenliğin oluşturulmasında ana faktörlerden birisidir. Lakin CICA üyelerinin Afganistan'da Taliban hâkimiyetine karşı homojen bir tutum sergilememesi ve üye ülkelerin farklı yaklaşımları sorunun çözümünde ortak bir adım atılmasının önüne geçmektedir. Nitekim Çin ve Hindistan'ın Afganistan sorununa bölgesel değil bireysel yaklaşımları öncelikle CICA'nın merkezî ağırlığının üye ülkeleri üzerinde yaptırım gücünün olmadığına göstergesidir (Anadolu Ajansı, 2022). İkinci olarak da uluslararası örgütlerin kuruluş amacının ortak çıkar amaçlı olması esasına da aykırılıktır. Buradan da CICA'nın örgüt mü, form mu olduğu eleştirilerine de kapı aralanmaktadır. Afganistan sorununa karşı üye ülkelerin ortak somut bir adım atmaması bölge güvenliğini -askerî, ekonomik ve siyasi- tüm boyutlarıyla etkilemektedir. Zira Afganistan'ın egemenliğinin, bağımsızlığının ve toprak bütünlüğünün sağlanmasına yönelik ortak bir tutum sergilenmesi bölgesel güvenlik ve istikrarın da en temel faktörlerindedir. Ayrıca Afganistan'ın barışçıl, istikrarlı ve müreffeh bir ülke olması, Asya dinamiklerini iyileştirecek ve artan bağlantı, ticaret ve kalkınma için yeni umutlar açacaktır. CICA'nın bu rolü üstlenmesi bölgesel etkinliğini arttıracaktır.

CICA'nın tam teşekküllü bir uluslararası örgüte dönüştürülememesi de bölgesel etkinliğini sınırlayan etmenlerdendir. Bölgedeki diğer örgütlerin CICA'ya oranla daha kurumsallaşmış yapısı sorunların çözümünde daha etkin rol oynamasını sağlamaktadır. Bölgesel bir siyasi diyalog platformu olarak CICA'nın olgunluğu ve etkinliğini artırmak için dönüşümünün sağlanması gerekmektedir. Nitekim bu durum Astana'da düzenlenen 6. Zirve'de gündeme getirilmiştir. Kazakistan Cumhurbaşkanı Kasım-Cömert Tokayev'in önerisi üzerine, CICA'nın aşamalı olarak tam teşekküllü bölgesel bir uluslararası örgüte dönüştürülmesidir. Kazakistan'ın kurucu ülke olarak konferansı dönüştürme isteği stratejik bir adımdır. Zira Kazakistan bölgesel anlamda güçlü ve kurumsal bir uluslararası örgütün ana aktörü olması küresel açıdan da yükselmesi ve iş birliği mekanizmalarının artmasına neden olacaktır. Dahası Kazakistan'ın konferansın bu eksikliğini görerek dönüştürülmesini talep etmesi birçok kriz alanının içerisinde barındıran Asya coğrafyasının geleceği adına önem içermektedir. Öyle ki, bu dönüşüm bölgesel güvenlik ve iş birliği alanlarını artırarak konferansın uluslararası otoritesini arttıracak bir hamle olacaktır (ANKASAM, 2022).

Batı'daki benzer kuruluşların faaliyetleri ve mevcut formları ile kıyaslanan CICA'nın bir başka olumsuz yanı ise heterojenlik seviyesidir. CICA'nın homojen görünümlü heterojen bir yapıda olması ve üye ülkeler arasında birbirleri ile doğrudan sorunlu olan ülkelerin bulunması konferansın işlevselliği konusunda da eleştirileri beraberinde getirmektedir. Asya ülkeleri arasındaki coğrafi, tarihî, ekonomik, politik, sosyal ve kültürel bağlar Avrupa'ya nazaran daha uzaktır. Örneğin hem İsrail'in hem de İran'ın üye olduğu, Çin ve Hindistan'ın iki büyük üye olması ya da Rusya'nın üye olduğu Ukrayna'nın gözlemci statüde olduğu bir yapının bölgesel sorunları çözümünde kolektif bir katkı sunamayacağı, işlevselliğini ve etkinliği azalttığı da getirilen eleştiriler arasındadır.

Asya'nın çok geniş bir coğrafyayı kapsıyor olması beraberinde birçok sorunu da içerisinde barındırmaktadır. Hâli hazırda CICA'nın çok farklı siyasal yapı, yönetim biçimi ve rejim tipine sahip oldukça farklı yapıda ülkeleri içinde barındırması da bir sorun teşkil etmekle birlikte bölgenin sınırlarını aşan bir birleşmeye katkı sağlamasına da engel oluşturmaktadır. Devletlerin de aralarında beslenme, barınma gibi temel ihtiyaçlar ile dinsel, siyasal, ekonomik, tarihsel ve kültürel nedenler gibi çeşitli faktörlere bağlı olarak bazı dönemlerde sorun/çatışmalar yaşanmaktadır. Hatta bu sorunlar devletler özelinden çıkıp uluslararası müdahalelere kadar giderek sıcak çatışmalara dönüşmektedir. CICA'nın etki sahası günümüzde sıcak çatışma potansiyeline sahip bir bölge olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitekim dünyadaki mevcut çatışma alanlarının büyük bir çoğunluğu Orta Doğu ile Asya coğrafyası içerisinde barınmaktadır. Özellikle de son dönemde artan Tayvan Meselesi, Güney Çin Denizi Sorunu Afganistan Sorunu, Sri Lanka Sorunu, Kuzey-Güney Kore, Azerbaycan-Ermenistan, Filistin-İsrail, Hindistan-Pakistan gibi başlıca ülkelerin problemleri bölgede öne çıkan ve sınır aşan sorunlara örnek teşkil etmektedir. Bu sorunların çözümünde CICA'nın sorumluluk alması şu anki mevcut formu ile mümkün gözükmemektedir. Dahası üye ülkelerin bu sorunlara taraf olması sorunların çözümsüzlüğünde en büyük etkidir.

5. SONUÇ YERİNE: CICA'YA YÖNELİK ELEŞTİRİLER VE CICA'NIN GELECEĞİ SORUNSALI

CICA'nın geleceğine ilişkin tartışmalar kurulduğu günden itibaren devam etmektedir. Asya'da güvenlik ve iş birliği için yapılar kurma fikrini eleştiren bazı politikacılar ve analistler, CICA'nın mevcut formuyla varlığını daha ne kadar sürdürebileceğinin önemli bir soru işareti olduğunu ve bu nedenle dönüştürülmesi gerektiğini savunmaktadırlar (Repository, 2022). Nitekim gelecek sorunsalının en çok tartışılan konularından birisi de CICA'nın bölgesel olarak öneminin ne olduğu ve varlığını devam ettirebilmesi için KGAÖ ve ŞİÖ gibi iki önemli örgütün gölgesinde pasif bir şekilde kalması olarak gösterilmektedir. Hatta KGAÖ ve ŞİÖ'nün genişleme stratejileri sonucu CICA'nın öneminin giderek azaldığını, gereksiz bir örgüt olmaya başladığını savunulmaktadır. Zira örgütün ekonomik, politik ve askerî açıdan yaptırım gücünün olmayışı da diğer örgütlerin gölgesinde bırakılmaktadır.

CICA'nın ne bölgesel güvenlik konusunda ne de iş birliği alanında üyelerine verilebileceği somut bir desteğin olmaması da KGAÖ ve ŞİÖ'nün politik, ekonomik ve askerî açıdan gerisinde kalmasına neden olmaktadır. Bu durum hem üyeleri nezdinde hem de küresel ölçekte örgütün itibarını azaltmaktadır. Bu durumun tersine döndürülmesi için ise tek yol kolektif bir şekilde örgütün ortak hareket etmesi ve bölgesel olarak ağırlığını hissettirecek kriz yönetimi veya çatışmaların çözümü konusunda somut adımlar atmasıdır. Lakin geçen süre göz önüne alındığında CICA, üye devletleriyle ikili ilişkilerini güçlendirmek için yer yer girişimlerde bulunma niyeti göstermekte ama somut olarak hiçbir zaman müdahil olma veya bölgesel sorunları çözme gayretinde bulunmamaktadır.

Üye ülkeler arasında Türkiye ve Kazakistan, CICA'nın dönüşüm yaşaması gerektiği bilinciyle hareket eden iki ülke olarak ön plana çıkmaktadır. Türkiye'nin dönem başkanlığı sürecinde üstlendiği yeni stratejik konsept ile birlikte ortaya koyduğu tüm boyutlarda Güven Arttırıcı Önlemler (GAÖ)'in uygulanmasına ivme kazandırmış; dört temel askerî-siyasi GAÖ'nün uygulanmasının kararlaştırılması bu alanda bir ilki teşkil etmiştir. Keza kurumsallaşma çabası içerisinde de yeni kurum ve organlar kurularak CICA'nın uluslararası alandaki görünürlüğüne yeni bir boyut kazandırılmıştır (T.C. Dışişleri Bakanlığı, 2022). Kazakistan ise Asya'da devam eden güvenlik sorunlarının çözümüne yönelik sistemik ve kapsamlı yaklaşımlara ihtiyaç olduğunu belirtmiştir. Nitekim bu konuda vizyonunu Kazakistan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı;

formun verimliliğini ve işlevselliğini artırmak için tüm üyelerin ortak hareket etmesi gerekliliğine vurgu yaparak CICA'nın adım adım, kademeli olarak tam teşekküllü bir bölge teşkilatına dönüşmesi gerektiğini bu kurumsal oluşum için de gerekli tüm koşulların sağlandığını, yasal çerçevenin geliştirildiğini ve kalıcı yapıların işler hale geldiğini ifade etmiştir (Nur Kz, 2022).

Her şeyin çok hızlı değiştiği günümüz konjonktüründe uluslararası örgütlerin en büyük sorunu da bu değişim ve dönüşüme ayak uyduramamasıdır. CICA'da bu örgütler içerisinde yerini almaktadır. Eğer CICA gelecekte varlığını devam ettirebilmek ve etkinliğini artırabilmek istiyorsa planlı ve sistemli bir şekilde kendisini dönüştürmesi gerekecektir. Bu dönüşümün ne türde olacağı ve neleri kapsayacağı ise buradaki temel sorudur. Öncelikle CICA'nın heterojen yapısının farklılık değil, zenginlik olduğu üzerine uzlaşımın sağlanması gerekmektedir. Mevcut durumuyla Asya kıtasının %90'ından fazlasını kapsayan, 4 milyarı aşkın insanın yaşadığı bir coğrafyada var olan oluşum her ne kadar tehditleri barındırsa da iş birliği hususunda önemli bir alanı temsil etmektedir. Bir diğer husus ise örgütün yetkileri konusudur. CICA'nın üyeleri üzerinde bir yaptırım ya da caydırıcılık gücünün olmaması etkinliği açısından da zafiyet doğurmaktadır. Bu alanda oluşturulacak yeni dönüşüm ile örgütün etkisi ve işlevselliği artırılabilir. Daha radikal bir adım olarak ise bir diğer stratejisi bir önceki öneriyle bağlantılı olarak tıpkı AGİT'de olduğu gibi üye ülkelerde yapılan seçimlerde gözlemci rolüyle yürüttüğü stratejiyi buraya da kanalize etmektir. Nitekim bu süreçle hem etkinlik hem de kontrol mekanizmasına hâkim olacaktır. Bu sayede de bölgesel örgüt rolünün dışına çıkarak dünya genelinde faaliyette bulunabilecek küresel bir örgüt olma yolunda ilerleyebilecektir.

CICA, diğer bölgesel örgütlere nazaran Asya coğrafyasında sorun ve tehdidi içerisinde barındıran çok büyük bir alana hitap etmektedir. Örgütün etkinlik ve işlevselliğini artırmak adına yapması gereken deneyimler neticesinde en iyi yaklaşım, ilk olarak uzun yıllardır devam eden, birçok boyutu olan sorunlardan uzak durmak olacaktır. Yani küçükten başlayarak kademeli artan daha spesifik alanlar üzerine yoğunlaşarak, kendisine tematik görevler belirleyerek ilerlemek başarı şansını yükseltecektir. Yukarıda sunulan önerilerin uygulanması, örgütün dönüştürülmesi gelecek perspektifinde etkili olacaktır. Aksi takdirde mevcut yapı ile ilerlemesi örgütün geleceği hakkında her daim tartışmaları canlı tutacaktır.

CICA'nın bir başka sorunu ise resmi belgelerinde ve toplantılarında ortaya konulan insan haklarına saygı konusunun iyi niyetli beyandan öteye geçmemesi ve üye ülkelerin bu konuda sicillerini pek parlak olmadığı gerçeğidir. İnsan haklarına yönelik evrensel tanımlamaları kabul ediyormuş gibi görünseler de birbirinden çok farklı yapıda olan üye her ülkenin bu konuyu algılayışı ve kullanım biçimi oldukça farklıdır. Bunlar göz önüne alındığı takdirde CICA üyesi olan ülkelerin güvenliğinin sadece genel anlamlarına odaklanmasından ziyade aynı zamanda insan hakları güvenliğine de ortak bir bakış açısı kazandırılması örgütün geleceği için uzun vadeli olumlu sonuçlar doğuracaktır (Hatipoğlu, 2012:370-371).

Kısacası örgütün mevcut "anlayışıyla" varlığını devam ettirmesi oldukça zordur. CICA gündeminin gözden geçirilmesini ve yeni güvenlik araçlarının araştırılmasını gerektirmektedir. Çok taraflı forumlar düzenleyerek aynı zamanda diğer bölgesel aktörlerin tamamını etkileyen güvenlik meseleleri hakkında görüşlerinin de alındığı iş birliği mekanizmaları oluşturulması sağlanmalıdır. Ülkeler arasında güven ve itimat arttıkça bölge devletlerinin şeffaflık çabalarına katılma isteğinin artmaktadır. Bu anlayışla, tek taraflı olduğu kadar çok taraflı çabalara da ihtiyaç vardır. CICA, bölgesel şeffaflığın geliştirilmesi ve teşvik edilmesinde öncü bir rol oynamayı amaçlamalıdır. Örneğin Afganistan sorunu gibi bölgesel ve uluslararası güvenliği etkileyen hususlarda CICA, diğer bölgesel örgütlerle ya da kendisinin öncülüğünde ortak

yaklaşım ve stratejiler geliştirerek çözüm odaklı somut adımlar atmalıdır. Bu adımların atılması örgütün bölgesel etkinliğini artırırken, üye devletlerin devletlerarasındaki iş birliğini niteliksel olarak yeni bir düzeye yükseltecektir.

CICA öncülüğünde Asya'daki narko-terörist dinamikler, kaynakları, etkileri ve bunlarla mücadele için olası stratejiler hakkında daha derin tartışmalar ve somut adımlar ortaya konmalıdır. Bu nedenle, Asya'da barışı, güvenliği, istikrarı ve iş birliğini geliştirmeye yönelik CICA, terör tehdidini ortadan kaldırmayı ve yasadışı uyuşturucu üretimi ve kaçakçılığına karşı mücadeleyi ana hedeflerinden bazıları olarak belirlemelidir. Ayrıca CICA üyesi ülkelerin hem doğal kaynak üreten ülkeler hem de büyük petrol ve gaz ithalatçılarıdır. Bu zenginlik örgütün kendi çerçevesinde üye devletlerin enerji güvenliğini artıracak bir enerji bloğunun oluşması için ön koşulları oluşturmaktadır. Nitekim bu ülkelerden Türkiye, hem bir enerji terminali hem de transit güzergâh işlevi gören yükselen bir devlet olarak küresel enerji güvenliğinde hayati bir rol oynamaktadır. Hint Okyanusu'ndaki boğazları ve kanalları birbirine bağlamakta ve bu nedenle enerjinin güvenli dağıtımında bir temel teşkil etmektedir.

Söz konusu sorunlara rağmen CICA, bölgede istikrar ve güvenliğin sağlanması için devletlerarası ilişkilerin ve iş birliğinin güçlendirilmesi açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Bu potansiyelini bölgesel güvenlik ve kolektif hareket etme adına politika geliştirerek devam ettirmelidir.

KAYNAKÇA

- ANADOLU AJANSI, “KGAÖ-ŞİÖ zirveleri ve bölge güvenliği” <https://www.aa.com.tr/tr/analiz/kgao-sio-zirveleri-ve-bolge-guvenligi/2372763> 05.08.2022
- ANADOLU AJANSI, “Dışişleri Bakanı Çavuşoğlu, Tacik ve Kırgız mevkidaşlarıyla telefonda ayrı ayrı görüştü” <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/disisleri-bakani-cavusoglu-tacik-ve-kirgiz-mevkidaslariyla-telefonda-ayri-ayri-gorustu/2226719> , 05.08.2022
- ANADOLU AJANSI, “Milli Savunma Bakanı Akar Tacikistan'da Cumhurbaşkanı Rahman ile görüştü” <https://www.aa.com.tr/tr/politika/milli-savunma-bakani-akar-tacikistanda-cumhurbaskani-rahman-ile-gorustu/2291528> , 05.08.2022
- ARGALI, M. (2022). “Kazakistan'ın CICA'yı Tam Teşekküllü Bir Uluslararası Örgüte Dönüştürme Önerisi”. ANKASAM, 27.10.2022, <https://www.ankasam.org/kazakistanin-cicayi-tam-tesekkullu-bir-uluslararası-orgute-donusturme-onerisi/> 01.11.2022
- ASKEROĞLU, S. (2022). “Tacik-Kırgız “Barışının” İki Ülkeye ve Bölgeye Katkıları”, ANKASAM <https://www.ankasam.org/tacik-kirgiz-barisinin-iki-ulkeye-ve-bolgeye-katkilari/> 17.11.2022
- CENTRAL ASIA AND THE CAUCASUS, <https://ca-c.org/article/4871> 17.11.2022
- CICA <https://www.s-cica.org/index.php?view=page&t=first-summit> 02.06.2022
- CICA “Journals of India”, <https://journalsofindia.com/conference-on-interaction-and-confidence-building-measures-in-asia-cica/> 09.06.2022
- CICA “Structure”, <https://www.s-cica.org/index.php?view=page&t=structure> 09.06.2022
- CICA <https://www.s-cica.org/index.php?view=page&t=about> 02.06.2022

- DALCIN B. H., CHIELE L. S., & VIEIRA T. S. (2018). “Narco-Terror In Asia: The Link Between Drug-Trafficking and Terrorism”, Conference on Interaction and Confidence-Building Measures in Asia, United Nations, 132-179
- DEDEOĞLU B. (1998). “Uluslararası Örgütlerin Farklı Sınıflandırılma Biçimleri” İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası, 49 (0) , 15-30.
- DEVELOPMENT PATHWAYS,
<https://www.developmentpathways.co.uk/publications/addressing-the-covid-19-economic-crisis-in-asia-through-social-protection/> 17.11.2022
- ERKİNER H. H., & ERAY, İ. (2022). “Uluslararası Hukuk Bakımından Bir Uluslararası Örgüt Olarak Türk Devletleri Teşkilatı” Güvenlik Stratejileri Dergisi, A New Era in Turkic World: The Organization of Turkic States, 217-250.
- HATİPOĞLU, E. (2012). “CICA ve İnsan Hakları Boyutu”, A. ASİNA (Der.), Asya’da Güvenliğin İnşası ve CICA, Tasam Yayınları, İstanbul.
- KAZINFORM, https://www.inform.kz/ru/svmda-mozhet-vystupit-kak-deystvennyy-instrument-panaziatskoy-politiki-ekspert_a3989294 17.11.2022
- LAUMULIN, M., & KOZHIROVA, S. (2021). “Cica and Asian Cooperation Organizations (SCO, ASEAN, OIC): Cooperation Potential and Prospects”, Central Asia & the Caucasus (14046091) . 2021, Vol. 22 Issue 4, p19-30. 12p.
- MINISTRY OF FOREIGN AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA
https://kemlu.go.id/portal/en/read/130/halaman_list_lainnya/conference-on-interaction-and-confidence-building-measures-in-asia-cica 02.06.2022
- NUR, K.Z., <https://www.nur.kz/politics/universe/1799778-tokavev-prinal-ucastie-v-v-sammite-svmda/> 17.11.2022
- OĞUZLU, T. (2012). “Asya’da Ortak Güvenlik Kültürünün Sınırları ve CICA”, A. ASİNA (Der.), Asya’da Güvenliğin İnşası ve CICA, Tasam Yayınları, İstanbul.
- REPOSITORY,
<https://repository.apa.kz/bitstream/handle/123456789/73/%D0%A8%D0%B5%D1%80%D1%8C%D1%8F%D0%B7%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%9A.%D0%93.%D1%81%D1%82%D1%80.189.pdf?sequence=1&isAllowed=y> 17.11.2022
- SEİDİN, N. (2012). “CICA: Sürecin Evrimi”, A. ASİNA (Der.), Asya’da Güvenliğin İnşası ve CICA, Tasam Yayınları, İstanbul.
- T.C. DIŞİŞLERİ BAKANLIĞI “Asya’nın Kalbi”nde Dostluk ve İşbirliği için İstanbul Bildirisi, 26 Ocak https://www.mfa.gov.tr/_asya_nin-kalbi_nde-dostluk-ve-isbirligi-icinistanbul-bildirisi.tr.mfa , 07.09.2022
- T.C. DIŞİŞLERİ BAKANLIĞI, “Birleşmiş Milletler Barış Operasyonlarına Yaklaşımımız ve Katkılarımız”. <https://www.mfa.gov.tr/birlesmis-milletler-baris-operasyonlari-yaklasimimiz-ve-katkilarimiz.tr.mfa> , 06.08.2022
- T.C. DIŞİŞLERİ BAKANLIĞI, <https://www.mfa.gov.tr/asyada-isbirligi-ve-guven-arttirici-onlemler-konferansi.tr.mfa> 02.06.2022

T.C. MİLLÎ SAVUNMA BAKANLIĞI “Millî Savunma Bakanı Hulusi Akar, Kırgızistan Savunma Bakanı Tümgeneral Baktibek Bekbolotov ile Bir Araya Geldi”
<https://www.msb.gov.tr/SlaytHaber/862022-70667> 06.08.2022

TAŞ, C. (2021). “Kazakistan’ın Öncülük ve Önderliğindeki Bir Kurum” Sahipkiran
22.11.2021, <https://sahipkiran.org/2021/11/22/kazakistanin-onculuk-ve-onderligindeki-bir-kurum/> 07.09.2022

UNITED NATIONS OFFICE ON DRUGS AND CRIME, “High-level Conference on Interaction and Confidence Building Measures in Asia (CICA) encourages Leaders of States to Fight Terrorism For Peace, Security and Human Rights”,
<https://www.unodc.org/centralasia/en/news/high-level-conference-on-interaction-and-confidence-building-measures-in-asia-cica-encourages-leaders-of-states-to-fight-terrorism-for-peace--security-and-human-rights.html> 02.06.2022

Türkiye’de İşsizlik ve Sosyal Dışlanma İlişkisi: Yozgat İlinde Bir Alan Araştırması¹

(Araştırma Makalesi)

The Relationship between Unemployment and Social Exclusion in Turkey: A Field Study in Yozgat Province

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1224625

Şule Nur COŞGUN

Yüksek Lisans Mezunu, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
sulenurcsgn@gmail.com

Orcid No: 0000-0002-9507-5296

Ahmet Utku ERDAYI

Dr. Öğr. Üyesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
uerdayi@cumhuriyet.edu.tr

Orcid No: 0000-0003-1000-1253

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Coşgun, Ş.N., & Erdayı, A.U. (2023). Türkiye’de İşsizlik ve Sosyal Dışlanma İlişkisi: Yozgat İlinde Bir Alan Araştırması. *Alanya Akademik Bakış*, 7(1), Sayfa No.581-598.

ÖZET

Anahtar kelimeler:
İşsizlik, Sosyal
Dışlanma, Ekonomik
Yoksunluk, Psiko-
Sosyal İhtiyaçlar,
Sosyal Katılım

Makale Geliş Tarihi:
26.12.2022
Kabul Tarihi:
29.01.2023

İşsizlik ve işsizliğin yol açtığı ekonomik, sosyal ve psikolojik sorunlar; bireylerin toplumdaki dışlanmalarına sebep olabilmektedir. Dolayısıyla işsizlik ve sosyal dışlanma arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Bu çalışmanın amacı; işsizlik ve sosyal dışlanma ilişkisi bağlamında, işsiz bireylerin yaşadıkları sosyal dışlanmanın farklı boyutlarını ve kaynaklarını ortaya koymaya çalışmaktır. Buradan hareketle nitel araştırma yöntemi kullanılarak bir alan araştırması yapılmıştır. Araştırmada açık uçlu sorulardan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmış ve on (10) kişi ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın bazı bulguları şunlardır: İşsiz bireyler, ekonomik yoksunluk nedeniyle temel sosyo-kültürel faaliyetlere katılmayarak toplumdaki uzaklaşmaktadır; sosyal katılım, sosyal statü sahibi olma gibi psiko-sosyal ihtiyaçlarını karşılayamadıkları için toplumsal bütünleşme sorunu yaşamaktadır; sosyal bütünleşme algısı bağlamında dışlanmış hissetmektedir. İşsizlik, görece eğitilmiş bireyleri daha fazla etkileyerek onların dışlanma riskini arttırmaktadır.

Keywords:

Unemployment, Social
Exclusion, Economic
Deprivation,
Psychosocial Needs,
Social Participation

ABSTRACT

Unemployment and its economic, social and psychological affects can cause individuals to be excluded from society. Therefore, there is a strong relationship between unemployment and social exclusion. The main purpose of this study is to examine the different dimensions and causes of social

¹ Bu çalışma, Şule Nur COŞGUN tarafından yazılmış ve Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından kabul edilmiş “Türkiye’de İşsizlik ve Sosyal Dışlanma: Yozgat İlinde Bir Alan Araştırması” adlı yüksek lisans tezinin alan araştırması bulgularından yararlanılarak hazırlanmıştır. Çalışma için, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu Başkanlığı’nın 26.12.2022 tarihli toplantısının 37 nolu kararınca etik kurul onayı alınmıştır.

exclusion experienced by unemployed individuals in the context of the relationship between unemployment and social exclusion. From this point of view, this study employed a qualitative method and a field study. In line with the purpose of the study, in-depth interviews were conducted with ten people using a semi-structured interview form consisting of open-ended questions. Some findings of the research can be expressed as follows: Unemployed individuals are alienated from society by not being able to participate in basic sociocultural activities due to economic deprivation; experience social integration problems because they cannot meet their psychosocial needs such as social participation and social status; they feel excluded because of their perception of social integration and unemployment affects relatively educated individuals deeply and increases the risk of exclusion.

1. GİRİŞ

İşsizlik insanları ekonomik, sosyal ve psikolojik yönden farklı şekillerde ve derecelerde etkilemektedir. İşsizlik, öncelikle bir gelir kaybını ifade etmektedir. Gelir yoksunluğu, asgari yaşam standartlarının sağlanamaması anlamına gelebilmektedir. Bunun yanında sosyal olarak işsizlik; bireyin toplumla sağlıklı ilişkiler kurabilmesini, statüsünü ve yetkinliklerini gösterebilme şansını etkilemektedir. Psikolojik olarak ise işsizliğin; özgüven eksikliği, aşırı stres, kaygı bozukluğu, izolasyon ve yabancılaşmaya yol açabildiği bilinmektedir. İşsizlik sebebiyle yaşanan bütün bu sorunların, sosyal dışlanma hissine katkıda bulunması ve onu güçlendirmesi olası görünmektedir.

Sosyal dışlanma, topluma katılma olasılığını azaltan ve temel yaşam koşullarındaki dezavantajlara atıfta bulunan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal dışlanma, bireylerin toplumla bağ kurma fırsatlarını etkileyen ve çeşitli boyutlarda yoksunluğu içeren dinamik bir süreci ifade etmektedir. Toplumdan dışlanma; gelir, barınma, eğitim, istihdam ve refah gibi temel yaşam koşullarındaki dezavantajları beraberinde getirmektedir. Bu durum, insanların yaşamlarını olağan biçimde sürdürme şanslarını azaltmaktadır. Bunun yanında sosyal dışlanma, yalnızca nesnel olarak istikrarsız bir ekonomik durum tarafından değil, aynı zamanda bireylerin topluma ait olma algısıyla da ilgilidir. Kendilerini toplumun bir parçası olarak görmeyen bireyler, sosyal olarak dışlanmış kabul edilmektedir. Bu anlamda sosyal bütünleşmeyi tanımlayan kriter, büyük ölçüde subjektiftir ve farklı bireyler için farklı ağırlıkta olması muhtemeldir. Görüldüğü üzere sosyal dışlanma, çok boyutlu bir sorunu ifade etmektedir.

Kişilerin işgücü piyasasına entegre edilmeleri ile sosyal entegrasyonları arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Bu anlamda bireyin istihdam edilmesinin, toplumsal bütünleşmeye katkı sağladığı söylenebilir. Bunun tam tersine bireylerin işgücü piyasasının dışına itilmeleri, onların toplumla sağlıklı ilişkiler kurarak bütünleşmelerini engelleyebilmektedir. Bu bağlamda işsizlik ile sosyal dışlanma arasında yakın bir ilişki bulunmakta; işsizlik sosyal dışlanmaya sebep olan temel risk faktörlerinden birisi olarak kabul edilmektedir. Söz konusu bağ, işsizliğin tüm dünyada bir sorun olmaya devam etmesi ve sosyal dışlanmanın son zamanlarda yoksulluk ve sosyal eşitsizlik tartışmalarında giderek ön plana çıkması nedeniyle daha da önemli hale gelmiştir. Söylenenlerden hareketle bu çalışmanın temel amacı, işsizlik ve sosyal dışlanma ilişkisi bağlamında işsiz bireylerin yaşadıkları sosyal dışlanmanın farklı boyutlarını ortaya koymak ve kaynaklarını tespit etmeye çalışmaktır. Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bu kapsamda açık uçlu sorulardan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu üzerinden on kişi ile derinlemesine görüşme yapılmıştır. Makalede öncelikle işsizlik ve sosyal dışlanmaya ilişkin kavramsal çerçeve anlatılmış; daha sonra alan araştırmasının bulguları ve bulgulara ilişkin değerlendirmeler sunulmuştur.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE: İŞSİZLİK VE SOSYAL DIŞLANMA

İkinci Dünya Savaşı sonrası kurumsallaşan refah devleti anlayışı, dayanışma üzerine inşa edilmiştir. 1980 sonrasında yaşanan küreselleşme süreci ve bu sürecin temel belirleyicisi olan neoliberal politikalar, refah devletini bir dönüşüme zorlamıştır. Bu dönüşüm sonucunda ortak kimlik anlayışının ve risk paylaşımına dayalı yapıların zayıflaması, sosyal dışlanma riskini arttırmıştır. Yine, aynı süreçte ekonomi politikaları ve endüstri ilişkilerinde yaşanan dönüşümler, istihdamı güvencesiz hale getirerek işsizliğin yapısal bir soruna dönüşmesine yol açmıştır. Söz konusu gelişmelerin, geniş toplum kesimlerinin sosyal dışlanmayı deneyimlemelerine neden olduğu belirtilmiştir (MacGregor, 2013: 245). Bu bağlamda istihdam güvencesinin zayıflayarak işsizliğin artması ve işsizliğe karşı koruyucu birçok mekanizmayı barındıran refah devletinin zayıflaması, işsizlik ve sosyal dışlanma arasındaki ilişkisinin sorgulanmasını daha önemli hale getirmiştir.

2.1. Sosyal Dışlanma

Sosyal dışlanmanın net bir tanımının yapılmasının oldukça güç olduğu söylenebilir. Son derece elastik ve belirsiz bir yapıya sahip olan kavram, çok farklı şekillerde kavranabilmektedir. Dolayısıyla sosyal dışlanma, anlamlı veya anlamsız birçok şeyi anlatmak amacıyla kullanılabilen ve birbirinden çok farklı politik amaçlara hizmet edebilmektedir. Esasında bu durum, sosyal dışlanmanın kompleks ve çok boyutlu bir yapıya sahip, dinamik bir süreç olmasından ileri gelmektedir. Kavram; ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel açılardan çok çeşitli boyutları içermektedir. Sosyal dışlanmanın, hem bireysel hem de toplumsal yönünden söz edilebildiği gibi toplumda dezavantajlı konuma sahip olma, yabancılaşma ve özgürlüklerinden mahrum kalma gibi farklı yoksunluk biçimlerini de kapsayabildiği görülmektedir (Bhalla ve Lapeyre, 1997: 419-420; Peace, 2001: 17; Shucksmith ve Chapman, 1998: 230; Silver, 1994: 571).

Bahsedilen haliyle çok boyutlu bir görünüme sahip olan sosyal dışlanma, çok sayıda ve birbirinden farklı dışlanma biçimlerini ifade etmektedir. Avrupa Birliği belgelerinde sayılan dışlanma biçimlerine baktığımızda bunu net biçimde görmek mümkündür. Bahsedilen dışlanma biçimleri; sosyal marjinalleşme, yeni yoksulluk, demokratik yasal/politik yapıdan dışlanma, engellilik gibi maddi olmayan dezavantajlılık hali, “kabul edilebilir asgari yaşam biçiminden” dışlanma, kültürel dışlanma (ırk ve cinsiyet dahil), aileden ve toplumdan dışlanma, refah devletinden dışlanma, uzun dönemli yoksulluk, hakim siyasi ve ekonomik yaşamdan dışlanma, çalışma ilişkilerinden kopma, işgücü piyasasından dışlanma, ekonomik dışlanma olarak sayılmıştır (Peace, 1999: 397; Peace, 2001: 22).

Çok boyutluluk, dışlanan bireylerin bu durumu çok farklı biçimlerde yaşayabildikleri anlamı da taşımaktadır. Örneğin bireyler; istihdamdan, gelirden, mülk ve konuttan, eğitimden, tüketimden dışlanabilirler. Bunun yanında aynı anda, hem işgücü piyasasının hem de tüketim ve sağlık sisteminin dışına itilebilirler. Öte yandan bireylerin tek bir boyuttan dışlanmaları, başka bir boyuttan da dışlanacakları anlamı taşımamaktadır. Örneğin Doğu Asya’nın bazı yerlerinde bireylerin işgücü piyasalarından dışlanmadıkları, buna karşın siyasal haklarını kullanma aşamasında bir dışlanma ile karşı karşıya kalabildikleri ifade edilmiştir (Rodgers, 1995: 50).

Görüldüğü üzere çok boyutluluk, sosyal dışlanmanın; yoksulluk, eşitsizlik, işsizlik, etnik bölünmeler gibi farklı türde kaynaklarının olmasını ve farklı sosyal dezavantaj biçimlerini (ekonomik, sosyal, politik ve kültürel) içermesini ifade etmektedir (Appasamy vd., 1995: 237). Sosyal dışlanmanın çok boyutlu yapısının ona, disiplinler arası bir nitelik kazandırdığı

vurgulanmıştır. Sosyal dışlanma; ekonomi, sosyal politika, hukuk, siyaset, psikoloji, sosyoloji ve kent bilimi gibi farklı disiplinlerin çalışma konuları içerisinde yer almaktadır (Sapançalı, 2005: 54; Şenol, 2010: 64-65). Sosyal dışlanmanın disiplinler arası bir yapıya sahip olması, kavramın tanımı üzerinde anlaşmaya varılamamasının nedenlerinden birisi olarak da gösterilebilir. Çünkü sosyal dışlanmaya ilişkin çalışmalarda, her alanın farklı bir yaklaşım ile kavrama bakıp yorumlaması, kavramın tanımı üzerinde bir fikir birliği oluşmasını engellemektedir.

Sosyal dışlanma aynı zamanda, çeşitli eksikliklerin birbirini güçlendirdiği dinamik bir süreç olarak görülmektedir (Madanipour vd., 2015: 726; Shucksmith ve Chapman, 1998: 230). Dinamizm, hâlihazırdaki dezavantajların zamanla yeni dezavantajları beraberinde getirmesi anlamına gelmektedir. Gerçekten bireylerin sadece fiili olarak gelirden ve/veya bir işten yoksun olmalarından dolayı dışlanmış sayılmadıkları, bunun beklenti ve umutlarını azaltarak başka dışlanma biçimlerini de beraberinde getirdiği görülmektedir. Bahsedilen bir dezavantajın yenilerini üretmesi, sosyal dışlanmayı dinamik bir sürece dönüştürmektedir. Ortaya çıkan yeni dezavantajların, dışlanmanın boyutunu artırdığı ve böylece sosyal dışlanmanın “kalıcı” bir hal almasına sebep olduğu vurgulanmıştır (Sapançalı, 2003: 33; Şenol, 2010: 66).

Bu açıklamalardan anlaşılacağı gibi sosyal dışlanmanın tek bir tanımı yoktur. Bununla birlikte farklı bakış açılarını yansıtan tanımlarından bahsetmek mümkündür. Öncelikle sosyal dışlanma dar anlamda, gelir yoksunluğu ile eş anlamlı olarak görülmektedir. Gelir yoksunluğu bir yoksulluk haline işaret etmekle birlikte, özellikle işgücü piyasasının dışında kalma anlamında “ücretli işgücünden dışlanmayı” ifade etmektedir. Bu haliyle toplumun istikrarının ücretli işgücüne katılım ile korunduğu anlayışını yansıtmakta ve “sosyal uyum” vurgusuyla birlikte kullanılmaktadır. Daha geniş anlamıyla ise, işgücü piyasası ve refah sistemi de dâhil olmak üzere bireylerin, ailelerin, toplulukların ve hatta tüm sosyal grupların toplumun dışına doğru itildiği ya da dışında tutulduğu bir dizi süreci ifade etmektedir. Bu anlamıyla sosyal dışlanma, sadece maddi bir yoksunluğu değil, aynı zamanda daha geniş anlamda sosyal ve medeni hayata tam olarak katılamamayı da kapsamaktadır (Peace, 2001: 26).

Levitas ise sosyal dışlanmayı üç farklı yaklaşımla tanımlamıştır. İlk yaklaşım, eleştirel bir sosyo-politik bakıştan türetilmiştir ve sosyal dışlanmayı yoksulluğun bir sonucu olarak kabul etmektedir. Yoksulluğu sadece bir geçim problemi olarak görmemekte, yoksulluğun bireylerin topluma katılabilme becerileri bağlamında da anlaşılması gerektiğine vurgu yapmaktadır. Bu bakışın doğal sonucu olarak da çözüm için yeniden dağılımı savunmaktadır. İkinci yaklaşımın temelinde ücretli çalışmanın, bireylerin topluma entegre edilmesindeki tek meşru yol olduğu söylemi bulunmaktadır. Buradan hareketle sosyal dışlanmanın temel belirleyicisinin, işgücü piyasasının dışında kalmak olduğu vurgulanmaktadır. Dolayısıyla burada dışlanan işsizlerdir. Üçüncü yaklaşım, yoksulluğun ahlaki ve kültürel boyutlarını öne çıkarmaktadır. Burada sosyal dışlanma, yoksulları ya da işsizleri anlatmak için değil, alt sınıfları tarif etmek için kullanılmaktadır. Bu yaklaşım genel eşitsizliklerle ilgilenmemektedir, tam tersine sosyal olarak dışlananları toplumun geri kalanından ahlaki olarak farklı sunmaktadır. Sosyal yardım ödemelerine, yoksulluğu önleyen sosyal bir fayda olarak değil, bağımlılığı teşvik eden ahlaki bir tehlike olarak bakmaktadır. Sosyal dışlanmanın sosyal düzen üzerindeki sonuçlarına odaklanmaktadır. Başlıca hedef grupları aylak, işsiz ve potansiyel olarak suçlu kabul ettiği genç erkekler, yalnız ebeveynler ve özellikle evli olmayan genç annelerdir (2000: 359-361; 2004: 44-45). Üç yaklaşım birlikte değerlendirildiğinde dışlanmışlar ya da yoksullar; ilk yaklaşımda maddi kaynaklardan yoksundur, ikinci yaklaşımda ücretli işten yoksundur, üçüncü yaklaşımda ise toplumun geri kalanına atfedilen değerlerden ve ahlaktan yoksundur (Levitas, 2004: 45).

2.2. İşsizlik Bağlamında Sosyal Dışlanma

İşsizlikle sosyal dışlanma arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Öteden beri işsizliğin sosyal dışlanmaya neden olan temel bir risk faktörü olduğu dile getirilmiştir (Martin, 1998: 44; Pohlan, 2019: 275; Sapançalı, 2003: 147; Sen, 2000:19; Şenol, 2010: 75). İşsizlik ilk olarak bir gelir kaybı anlamına gelmektedir. İşgücü piyasasının dışında kalan birey, hayatının devamı için gerekli ihtiyaçlarını karşılama imkânından yoksun kalmaktadır. Bu anlamda işsizliğin, öncelikle ekonomik gerekçelerle bir dışlanma yarattığı vurgulanmıştır (Çakır, 2002: 46; Gallie, 1999: 162; Şenol, 2010: 65). Bununla birlikte sosyal dışlanmanın işsizliğin tek bir sonucuyla açıklanması mümkün görünmemektedir. Bu çerçevede işsizliğin sosyal dışlanmaya yol açması muhtemel olan üç temel sonucundan bahsetmemiz mümkündür: Bunlar; *ekonomik yoksunluk, psiko-sosyal ihtiyaçların karşılanamaması ve sosyal bütünleşme algısıdır.*

İlk olarak, işsizliğin en önemli sonucu olan *ekonomik yoksunluktan* söz etmek gerekmektedir. Ücretli çalışmanın ya da istihdamın temel işlevi, bireyin asgari yaşam standartlarını sürdürmesi ve hedefleri doğrultusunda yaşamını şekillendirmesini olanaklı kılacak gelir düzeyine ulaşmasıdır. İşsiz olan ya da kalan birey, asgari yaşam standartlarını sürdürmek konusunda sıkıntı yaşayacağı gibi beslenme tarzı, ikamet yeri veya genel harcama davranışları gibi yaşam tarzına ilişkin standartlarını da değiştirmek zorunda kalabilmektedir. Bu durum, bireyin sosyal ve kültürel faaliyetlere katılmasını ya da bir bütün olarak topluma katılmasını ciddi biçimde etkilemektedir. Burada bahsedilen bir yoksunluk halidir. Yoksunluk terimi “yaygın olarak paylaşılan ve/veya toplumsal olarak üzerinde anlaşmaya varılan bir standarttan daha düşük olan maddi koşullarda yaşamayı” ifade eder (Christoph, 2010: 480). Bahsedilen haliyle işsizliğin neden olduğu bu tür bir yoksunluğun, sosyal dışlanma ile güçlü bir bağının olduğu ve onun ekonomik ayağını oluşturduğu belirtilmiştir (Pohlan, 2019: 275).

İşsizliğin ikinci sonucu, finansal kaynaklara olan ihtiyacın ötesine geçen *psiko-sosyal ihtiyaçların karşılanamamasıdır.* Ücretli çalışma ile karşılanan psiko-sosyal ihtiyaçlardan öne çıkanları şunlardır: Yakın aile dışındaki insanlarla sosyal temas kurma ya da sosyal katılım, bireyin belirli hedeflere ulaşmak için gerekli şekillerde hareket etme kapasitesine olan inancını ifade eden öz yeterlilik, kolektif bir amacın parçası olma, sosyal statü sahibi olma ve düzenli faaliyetlerde bulunmadır (Gundert ve Hohendanner, 2015: 782; Jahoda, 1981'den aktaran Creed ve Muller, 2006: 31; Pohlan, 2019: 275-76) Sayılan ihtiyaçların tatmin edilememesi, sosyal dışlanmayı da beraberinde getirebilmektedir. İşsizlik, bu psiko-sosyal ihtiyaçların karşılanamaması yanında başka psikolojik sorunlara da sebep olmakta ve bu durum, sosyal dışlanma riskini arttırmaktadır. Söz konusu sorunların başında depresyon ve kaygı bozukluğu gelmektedir. Bütün bunların yaşamla ilgili genel bir memnuniyetsizlik yaratabildiği belirtilmiştir (Paul ve Moser, 2009: 277-278). Sayılan psiko-sosyal ihtiyaçlardan görece daha önemli olan ve sosyal dışlanma açısından daha belirleyici kabul edilen *sosyal katılım ve sosyal statüden* biraz daha ayrıntılı bahsetmek gerekmektedir.

İşsizliğin *sosyal katılımı* sınırlandırıldığına ilişkin çalışmalar bulunmaktadır. Öncelikle işini kaybeden bireyler, iş arkadaşları ve müşterileri ile kurdukları günlük ilişkilerden uzaklaşırlar. İşsiz insanların akrabalar ve arkadaşlarla etkileşimini içeren gayri resmi katılımlarının ve çeşitli organizasyonlardaki resmi katılımlarının da sınırlandırıldığı belirtilmiştir (Dieckhoff ve Gash, 2016: 69). Sosyal katılıma dernekler, siyasi partiler, sivil toplum örgütleri vb. katılım mekanizmalarını da eklemek mümkündür. Bireylerin kamusal faaliyetlere daha az katılarak özel alanlarına çekildikleri ve bu konuda kalıcı etkilerin olduğu ifade edilmiştir. Yine işsizlerde kültürel etkinliklere, sinemaya ve konserlere katılım ve sosyalleşme düşük seviyededir (Kunze ve Suppa, 2017: 230). Ayrıca, işsiz olmanın beraberinde getirdiği psikolojik sorunların,

işsizliğe yönelik olumsuz toplumsal tutumlarla birleştiği, bu durumun ise, işsizlerin toplumdan daha da uzaklaşmalarına neden olduğu vurgulanmıştır (Gallie vd., 2003: 27).

İnsanın yaşadığı toplumun değerler sistemi içerisindeki *sosyal statüsü*, kişinin kimliğinin inşası açısından esas kabul edilmektedir. Bireylerin toplumdaki yerini ya da yaşamdaki konumlarını büyük oranda sahip oldukları iş ve onun üzerinden elde ettikleri sosyal statü belirlemektedir. Dolayısıyla işsiz olan birisi, öncelikle herhangi bir sosyal statüye sahip olmamanın yükünü üstlenmektedir. Gerçekten örneğin, vasıfsız kol işçileri gibi görece düşük mesleki statüye sahip bir işte çalışan insanların, işsiz bireylere göre daha fazla saygı gördükleri ve takdir edildikleri ortaya konulmuştur. Yani toplumsal olarak vasıfsız bir kol işçisi olarak çalışmak bile, hiçbir statüye sahip olmamaktan daha iyi kabul edilmektedir (Paul ve Batinic, 2010: 46). Bu durum, işsizlerin sosyal katılımlarını da etkilemektedir. Çünkü sosyal statü ile sosyal katılım arasında da bir bağ bulunmaktadır. Gerçekten vasıfsız kol işçilerinin, işsizlere göre daha fazla sosyal katılım gösterdikleri bulgusuna ulaşılmıştır (Paul ve Batinic, 2010: 56). İşsizliğin belirtilen sosyal statü ve kimliğe etkilerinden dolayı yaşam doyumunu düşürdüğü; utanç ve değersiz hissetme duygularını beraberinde getirdiği belirtilmiştir (Pohlan, 2019: 276).

Son olarak *sosyal bütünleşme algısından* bahsedilmelidir. Yukarıda işsizliğin ekonomik kaynaklara erişim veya sosyal ilişkiler gibi nesnel sonuçlarından bahsedilmiştir. Oysa işsiz olan bireylerin, yaşam koşulları ve sosyal durumları konusundaki bireysel değerlendirmeleri de sosyal dışlanmanın önemli bir boyutu olarak görülmektedir. Yani burada, sosyal dışlanmanın öznel olarak ne ifade ettiği öne çıkmaktadır. Söylenenlerden hareketle *sosyal bütünleşme algısı*, bireylerin toplum içerisinde yetersiz ya da gereksiz olma biçimindeki öznel değerlendirmelerini ifade etmektedir (Popp ve Schels, 2008: 169). İnsanlar kendilerini topluma ait hissetmedikleri takdirde, sosyal olarak dışlanmış kabul edilmektedir (Popp ve Schels, 2008: 184). İşgücü piyasasına entegrasyon, insanların kendilerini topluma bağlı hissetmelerinde merkezi bir rol oynamaktadır. İşsizlik; finansal kısıtlamalar, sosyal bağlantıların zayıflaması, statü kaybı gibi birden fazla boyutta yoksunluğa yol açabilmektedir. Bu yoksunluk biçimlerinin, bireyin kendini toplumun bir parçası olarak hissedip hissetmeyeceği konusunda belirleyici olabileceği vurgulanmıştır (Pohlan, 2019: 276).

3. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Araştırmanın amacı; işsizlik ve sosyal dışlanma ilişkisi bağlamında işsiz bireylerin yaşadıkları sosyal dışlanmanın farklı boyutlarını ve kaynaklarını ortaya koymaya çalışmaktır. Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmış ve nitel yöntemin veri toplama tekniklerinden derinlemesine görüşme tercih edilmiştir. Görüşülen kişilere kartopu örnekleme yöntemi ile ulaşılmış ve görüşmeler yeni bulgular elde edilemediği biçimde tekrara düştüğünde sonlandırılmıştır (Patton, 2002: 237). Bu çerçevede Yozgat Merkez ilçesinde, beşi kadın beşi erkek olmak üzere toplam 10 kişi ile görüşülmüştür. Görüşmeler, açık uçlu sorulardan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla yüz yüze gerçekleştirilmiştir².

Görüşmeler, katılımcılardan görüşme randevuları alınarak 1-31 Ocak 2022 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Görüşme yapılan bireylerin ortak özellikleri, işsiz olmaları ve işsizlik sonucu sosyal dışlanmaya maruz kalmalarıdır. Görüşme yapılan kişiler; 22-35 yaş aralığında, farklı eğitim düzeylerinde ve 1 ila 6 yıl arasında işsizlik sürelerine sahip bireylerdir. Görüşmeler sırasında katılımcılara, görüşmenin kayıt altına alınması esnasında herhangi bir eksikliğin olmaması ve akışının bozulmaması için ses kayıt cihazı kullanılacağı bilgisi verilmiştir. Hem görüşme hem de ses kaydı yapılması konularında görüşmecilerin rızaları

² Alan araştırması hakkında daha ayrıntılı bilgi için bkz. Coşgun, 2022.

alınmıştır. Her bir katılımcı ile en az bir saat görüşme yapılmıştır. Görüşmecilere verilen kodlar ve görüşmecilerle ilgili demografik veriler aşağıdaki Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Görüşmecilere İlişkin Kodlar ve Demografik Veriler

Kod	Yaş	Cinsiyet	Evlilik Durumu	Eğitim	İşsizlik Süresi	Kardeş Sayısı
P1	35	Kadın	Bekar	Lisans	6	2
P2	28	Kadın	Bekar	Lisans	4	1
P3	26	Erkek	Bekar	Lisans	5	3
P4	24	Kadın	Bekar	Ön Lisans	4	1
P5	27	Kadın	Bekar	Lisans	5	2
P6	26	Kadın	Bekar	Yüksek Lisans	4	2
P7	27	Erkek	Bekar	Lisans	3	2
P8	24	Erkek	Bekar	Lise	1	5
P9	25	Erkek	Bekar	Lisans	1	2
P10	22	Erkek	Bekar	Ön Lisans	3	3

Türkiye için temel bir sorun olan işsizlik, Yozgat ili açısından görece daha ciddi bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır. Tarıma dayalı bir ekonomik yapıya sahip olan Yozgat’ta, sanayinin gelişmemiş olması, başta emek piyasasına ilk defa giren gençler açısından olmak üzere, şehirdeki istihdam imkânlarını kısıtlamaktadır. Gerçekten yapılan görüşmelerden de anlaşıldığı üzere özellikle gençler, yaşadıkları baskı ve sorunların sonucu olarak iş bulma umuduyla başka illere, hatta başka ülkelere gitme planları yapmaktadır. Bu koşullar altında Yozgat, işsizlik nedeniyle göç veren bir şehir pozisyonundadır. Söylenenler çerçevesinde Yozgat’ın, işsizlik ve sosyal dışlanma konusunda araştırma yapmaya uygun bir il görünümüne sahip olduğu belirtilmelidir.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Alan araştırmasında işsizliğin sosyal dışlanmaya yol açan sonuçlarından “ekonomik yoksunluğun” ve “psiko-sosyal ihtiyaçların karşılanamamasının” diğerlerine göre daha temel problemler olarak öne çıktığı görülmüştür. Psiko-sosyal ihtiyaçların karşılanması konusunda ise, özellikle “sosyal katılım” ve “sosyal statü” ihtiyaçlarının karşılanamaması nedeniyle bir dışlanma yaşandığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla aşağıda temelde bu meseleler üzerinde durulacaktır. Bununla birlikte, birçok sorunun ya da ihtiyacın iç içe geçtiği belirtilmelidir. Şüphesiz bu durum, sosyal dışlanmanın çok boyutlu ve dinamik bir doğaya sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Bu çerçevede temelde belirtilen konular üzerinde durulmakla birlikte, yeri geldikçe başkaca sorunlara da işaret edilmeye çalışılmıştır.

4.1. Ekonomik Yoksunluk ve Yoksunluğun Yol Açtığı Sorunlar

İşsizliğin sebep olduğu en temel sorun, bazen hayatın devamını ve sağlığı bile tehlikeye sokabilecek boyutta olabilen ekonomik yoksunluktur. Gelirden yoksun olma; beslenme, barınma, giyinme gibi temel insani ihtiyaçların karşılanamamasına ya da söz konusu ihtiyaçların insani koşullarda giderilememesine sebep olmaktadır. Katılımcıların önemli bir kısmı, bu temel ihtiyaçlarını karşılama konusunda ciddi problemler yaşadıklarını dile getirmişlerdir. Yine birçoğu, zorunlu ihtiyaçlarını bile gerektiği gibi karşılayamadığını

belirtmiştir. Temel insani ihtiyaçların başında beslenme gelmektedir. Bu konuda en önemli sorun, yeteri kadar ve sağlıklı bir biçimde beslenilememesidir:

Güvenlik önemli tabii ki. Ama tam olarak da bakamazsın ki güvenliğe. O zaman çok bütçe ayırmak gerekiyor, böyle bitkisel falan. Güvenliğe önem vermek gereken şeylerde de, et gibi mesela, alamıyorsan yemiyorsun. Süt de, peynir de ucuz olan yerden alıyorsun, marka almıyorsun, bilindik olmuyor. Bu durumda sağlıklı beslenemiyorsun. En uygun dediğin yerde bile sütün fiyatı, yoğurdun fiyatı fazlaştı iyice... Bu şartlarda da protein alamıyorsun, sağlıklı beslenemiyorsun (P2).

Katılımcıların anlattıklarından sadece kalori ihtiyaçlarını karşılamaya yöneldikleri ve temel besin maddelerini satın alırken gözettikleri tek şeyin maliyet olduğu anlaşılmaktadır. Bazen satın almak zorunda oldukları temel besin maddelerini, fiyatına baktıktan sonra almaktan vazgeçtikleri görülmektedir. Aslında iyi beslenme konusunda bir bilinç yoksunluğundan söz etmek mümkün değildir. Hemen hemen hepsi, sağlık ve kalitenin önemli olduğunu vurgulamaktadır. Ancak maliyet kaygısı nedeniyle bu kriterleri göz önünde bulunduramadıklarını ifade etmişlerdir: “*Ucuzluğa bakıp karar veriyorum. Çok kritikse almıyorum*” (P6); “*Ucuz olması önemli tabii. Bundan 5 sene önce falan güvenlik idi, şuan ucuzluk açıkçası*” (P4). Bu söylenenler, yukarıda bahsedilen ve “yaygın olarak paylaşılan ve/veya toplumsal olarak üzerinde anlaşmaya varılan bir standarttan daha düşük olan maddi koşullarda yaşamak” (Christoph, 2010: 480) biçiminde tanımlanan “yoksunluk” terimini tam olarak karşılamaktadır.

Ekonomik yoksunluk sebebiyle yine temel bir ihtiyaç olan giyinme konusunda da ciddi sorunlar yaşanmaktadır. Katılımcılar açısından giyim kuşam, topluma katılabilmenin temel koşullarından birisidir. Dolayısıyla bu konuda yapılamayan harcamalar, onların temel insani faaliyetlerden ve sosyal aktivitelerden uzaklaşmalarına ya da istedikleri gibi yerine getirememelerine neden olmaktadır. Bu, ekonomik yoksunluğun sosyal dışlanmaya neden olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Katılımcıların giyim harcamalarını çoğu zaman mecbur kaldıklarında, diğer bir ifadeyle “ihtiyaç halinde” yaptıkları görülmektedir:

5-6 ayda bir alışveriş yapıyorum. Kışlık, yazlık olarak oluyor genel olarak. O da ihtiyaç halinde, gerçekten ihtiyaç. Tabii ki yani bunları alırken istediğin bir şey almak istiyorsan, bir şeylerden kısıp para biriktirmen lazım ki alasin. O yüzden sınırlandırıyorum çoğu sosyal aktivitemi (P2).

Mesela düğün, dernek, mekân tarzı yerlere giderken çekiniyorum. Zaten ayda yılda bir alışveriş yapıyorum, o da zar zor. Bir de bu tarz yerlere giderken ekstra şık ve özenli olmak gerekiyor. Olabildiğince gitmemeye çalışıyorum açıkçası. Biraz kendimi geri çekiyorum yani. Ben, gitmek zorundayım 15 dakika durup çıkıyorum (P8).

Ekonomik yoksunluk, bireyler için sosyo-kültürel faaliyetlerin de kısıtlanması anlamına gelmektedir. Katılımcılar; dışarıda yemek yemek, kafe veya eğlence yerlerine gitmek, sinemaya veya tiyatroya gitmek, gezilere katılmak, sanatsal faaliyetlerde bulunmak, spor yapmak vb. temel insani aktiviteleri “herkes gibi” yapmak istediklerini, ancak doğal hakları olan bu tip faaliyetlerden uzak durmak zorunda kaldıklarını belirtmişlerdir. Gerçekten katılımcıların çoğunun dışarıda bir yemek yemeyi bile uzun uzun düşündüğü, mecbur kalmadıkça dışarıda yemekten kaçındığı, yemek yenilen sosyal ortamda ağır bir psikolojik baskı altında kaldığı ve söz konusu baskı nedeniyle toplumdan uzak durmaya çalıştığı görülmüştür. Bu söylenenleri şu iki ifade net biçimde ortaya koymaktadır:

Tabii ki de çekinerek gidip oturuyorum, mecbur olduğum zaman. Yemek yememeye çalışıyorum ve karşındakine bunu hissettirmemeye çalışıyorum (P3).

Çok nadir. Ayda bir falan. Parasını karşılayamayacağım şeyler değil belki ayda bir kafeye gitmek, ama bu yaşta aileden para istemek kolay değil. Eline geçen parayla da ilk düşündüğün ya da harcamak istediğin yer lokanta, kafe olmuyor açıkçası... Arkadaşımla gidiyorum mesela, o atanmış, işi var, iyi niyetle bile söylese, 'ben ödeyeyim' dediğinde, 'param yok yemeği bile ödeyemiyorum' düşüncesine kapılıyorum. Kendi kendimi dışlıyorum (P7).

Son katılımcının söyledikleri, işsizliğin sosyal dışlanmayı tetikleyen sonuçlarından olan "sosyal bütünleşme algısına" işaret etmektedir. İşsiz olan bireylerin, yaşam koşulları ve sosyal durumları konusundaki öznel değerlendirmeleri, sosyal dışlanmanın önemli bir kaynağı olarak görülmektedir. P7, iyi niyetle söylendiği bilinen bir teklif karşısında öznel değerlendirmelerde bulunarak kendini toplumdaki soyutlamaktadır: "kendi kendimi dışlıyorum". Bu noktada insanların kendilerini topluma ait hissetmediklerinde, sosyal olarak dışlanmış kabul edildiklerini tekrar vurgulamak gerekir.

Katılımcılar herhangi bir sosyo-kültürel faaliyete katılmaları durumunda, daha temel bir ihtiyaçtan mahrum kalacaklarını göz önünde bulundurarak bir öncelik sıralaması yapmakta ve sosyo-kültürel faaliyetleri doğal olarak arka plana atmaktadırlar. Esasında bütçelerinin kısıtlı olması nedeniyle zorunlu ihtiyaçlar ile sosyo-kültürel faaliyetler arasında bir seçim yapmak zorunda kalmaktadırlar. Bu durum katılımcılar tarafından şöyle dile getirmiştir:

Sinema, tiyatro gibi aktivitelere gidemiyorum. Sinema zaten çok ilgimi çekmez de, ama tiyatrolar önüme çıkıyor, ücretlerine bakıyorum, indirimlerle bile beni aşıyor. Yine veririm belki, ama başka çok şeyimden kısmış olurum. Aylık harçlığımın büyük bir kısmı gitmiş olacak. O yüzden gidemiyorum. Artık bedava konserler takip ediyorum ben de, olursa gideyim diye. Sportif faaliyetlerden de yüzmeye gitmeyi çok isterdim. İşim olsaydı, para kazansaydım yani. Çünkü sportif faaliyetlere katılmak da belli bir maddiyat istiyor. Mesela, genelde bu tarz yerler, oturma yerlerine uzak oluyor. Otobüsle gel git zor olur. İşim olsa, arabayla, en kötü taksi ile gidip gelebilirim. Yani sadece sportif faaliyeti değil, onun öncesini, sonrasını da düşünüyorsunuz (P1).

Dışarıya çok nadir çıkıyorum, özel bir durum olduğu zaman. Onun dışında kendim, 'bugün dışarıda yemek yiyim' diyemiyorum. En büyük sebebi tabii ki maddi kaygı, hatta tek sebebi. Çünkü yarınımı düşünmem lazım. Zaten işim yok, bunlara para harcayamam. Yarın ne yiyeceğim? Faturalarımı nasıl ödeyeceğim (P3)?

İşsizlik ve ekonomik yoksunluğun yarattığı baskı, yaşamın bir rutini haline gelmiş durumdadır. Bu koşullarda kendilerini stresten biraz uzaklaştırıp yorgunluklarını atacak ve onlar için moral kaynağı olacak temel sosyo-kültürel aktivitelerden uzak kalmaları, onları iyice toplumdan uzaklaşmaya itmektedir. Bu noktada sosyo-kültürel faaliyetler konusunda özellikle vurgulanan şey, söz konusu faaliyetlerin onlar için artık bir "lüks" olduğudur. Lüks vurgusu önemlidir, çünkü onların içinde buldukları koşullarda lüks, öncelikle uzak durulması gereken bir tüketim alanını ifade etmektedir:

Günümüzde herhangi bir faaliyet yapabilmem için maddi imkânlarımın yeterli olması gerekiyor ki benim şuan derdim, yaşamımı idame ettirebilmek. Açıkçası bunlar (sinema, tiyatro vb.) lüks geliyor, geri planda kalıyor benim için (P3).

Şöyle, zaten spor salonları çok pahalı, gidemem. Yüzme gibi aktiviteler eskisi gibi de değil. Birkaç saat yüzeyim, 10 lira vereyim gibi bir şey yok artık. Bir de bizim iş bulmamız artık o kadar zorlaştı ki. Yüksek lisanslar, bunları kazanmak için sınavlar, çeşit çeşit sınavlar ve bunların giriş ücretleri, alabilirsek kaynak ücretleri derken zaman açısından da maddi açıdan da kısmamız gereken çok şey var. Bunlar bile artık lüks şeyler (P2).

Sosyo-kültürel faaliyetlerin kendileri masraflı olduğu gibi bir de bu faaliyetleri yerine getirebilmek için gerekli olan ulaşım, yeme-içme gibi yan giderler de bulunmaktadır. Bu ek masraflar da katılımcıların bu tip etkinliklerden uzak durmayı tercih etmelerinin bir nedenidir:

En son 3 sene önce sinemaya gitmişim. Tiyatro, keza aynı şekilde, onlara ayıracak bir bütçem yok, çok pahalılar. Bir gün bir sinemaya gitseniz, dışarıda yemek yeseniz 100 liradan aşağı çıkamazsınız. O da en basit hesapl. Sinemada mısır vb. ekstra şeyler almayacaksınız da (P2).

Söz konusu aktivitelere katılamamak, işsiz bireylerde ciddi bir dışlanmışlık hissi yaratmaktadır. Bu hissin belki de en temel nedenlerinden birisi, içinde buldukları durumdan bütünüyle kendilerini sorumlu tutmalarıdır. Esasında işsizlik, devlete has bir sorundur ve kişilerin iş bulamamasının nedeni, yeteri kadar istihdam sahası açılmamasıdır. Hatta daha ileri götürülürse işsizlik, mevcut ekonomik sistemin işleyişinden kaynaklanan ve ancak devletler bu yönde önlem aldığı takdirde etkileri belli oranda hafifletilebilen temel bir problemdir. Yani sorumlusu da, çözüm mercii de birey değildir. Oysa bireyler, yaşadıkları sorunlardan kendilerini sorumlu tutmakta ve yaşadıklarını, bu sorumluluğun bir bedeli olarak görmekte dirler. Bu nedenle de kendilerini toplumdaki soyutlamaktadırlar:

Bu tarz aktivitelere, maddi imkânsızlıktan dolayı katılamıyorum. Sosyal hayatım yok, bir nevi içe kapandım. Bir de işin şu boyutu oluyor, belki çok büyük miktarlar değil ama daha önemli şeyler için harcamak varken bunlara para ayıramazsın düşüncesi var ve işsiz olduğum için sadece minimum düzeyde ihtiyaçlarımı karşılamalıyım. Fazlasını hak etmediğimi düşünüyorum (P7).

Bireylerin, temel ihtiyaçlar dışında, günlük yaşamlarını sağlıklı bir biçimde sürdürebilmeleri ve topluma katılabilmeleri için ihtiyaç duydukları gereksinimleri de bulunmaktadır. Söz konusu gereksinimler beslenme, barınma, giyim vb. ihtiyaçlar gibi yaşamın devamı için zorunlu olmasa da günlük yaşamın ayrılmaz birer parçasıdır. Bu gereksinimlerin başında kişisel bakım gelmektedir. Kişisel bakımın ve bakım ürünlerinin görece maliyetli olduğu bilinmektedir. Katılımcıların kişisel bakım ürünlerine ve hizmetlerine ulaşım konusunda ciddi sorunlar yaşadığı görülmüştür. Özellikle kadınların, erkeklere nazaran bu konuda daha fazla sıkıntı çektiği söylenebilir:

Kişisel bakım da özellikle çok zorluyor. Sonuçta bunlar da bir zorunlu tüketim; diş fırçası, parfüm, saç boyası. Hesap kitap yaparak alıyorum. Çoğunlukla zaten alamıyorum da orası ayrı. Market market gezip, internette araştırarak en uygun fiyatı bulmaya çalışıyorum. Bazen bu bile beni o kadar zorluyor ki (P1).

Her şeyin fiyatı çok pahalı oldu. Bununla beraber gelirin de olmadığına iyice zor. Kişisel bakımına daha çok önem vermek isterdim. Lazere gitmek istiyorum, ama imkânım yok. İş sahibi olsam, kendime daha çok bakabilirim. Bir parfüm almak bile çok masraf, bir de sık biten bir şey (P4).

Kişisel bakım, diğer ihtiyaçlar düşünüldüğünde çok önemli gibi gözükmesine de özellikle kadınlar açısından çok temel bir mesele olarak karşımıza çıkmaktadır. Kişisel bakıma ilişkin ihtiyaçların karşılanamamasının, topluma katılmaktan uzak kalmayla sonuçlanabileceği belirtilmelidir. Bir kadının, bu tip ihtiyaçları karşılayamadığında kendisini ne kadar kötü hissettiği, P5'in söylediklerinden anlaşılmaktadır:

İşim olsa, her şeyi daha sık yapardım. Saçımı düzenli boyatırdım, o da bir ihtiyaç bence. İnsan kendini güzel görmek istiyor. Diğer deodorant veya parfüm falan, mecburuz onları almaya, pahalı ama alıyoruz. Bu konu gerçekten çok önemli bence. İşsizlik ve gelir sıkıntısı dediğimizde aklımıza direk gıda, yiyecek tarzı sıkıntılar geliyor, ama hayatta sosyal ihtiyaçlar da var. Bunları, bu işsizlik ortamında karşılamamız çok zor. İnsan kendine de bakamadığı zaman kendinden soğuyor (P5).

İşsizliğin neden olduğu ekonomik yoksunluk kişileri, bu yoksunluğu geçici olarak giderecek ancak sonrası için belki daha ağır sonuçlar doğuracak yollara itmektir. Bu yolların başında, kredi kartı kullanımı gelmektedir. İşsizliğin neden olduğu gelir yoksunluğunun baskısı yetmiyormuş gibi kredi kartlarına olan borçların yükü de bireyler üzerinde ciddi bir baskı yaratmaktadır. Üstelik bu kartlara sahip bireylerin, düzenli bir geliri bulunmamaktadır. Bu koşullar altında bireylerin borçlarını ödemekte çok zorlandıkları ve genellikle aile bireylerinden yardım almak zorunda kaldıkları görülmektedir. Dolayısıyla kredi kartları geçim sorununu çözmediği gibi katılımcıların yükünü daha da ağırlaştırmaktadır. Kredi kartları genellikle öğrencilik dönemlerinde temel ihtiyaçların karşılanması amacıyla alınmaktadır, ancak sonrasında kredi kartı kullanımı bir mecburiyete dönüşmektedir:

Ben kredi kartını ilk üniversitede açtım. Ailemin durumu iyi olmadığı için, hâlihazırda iş bulamadığım için kitap masraflarımı kredi kartından karşıladım. O zamandan beri de kredi kartı borcum var. Para buldukça ödüyorum. Bazen bir kısmı kalıyor, onu da başka zaman buldukça, günlük çalıştıkça ödüyorum. Bu bir döngü yani. Baktığınız zaman ben buna mecburum, çünkü acil ihtiyaçlarımda nakit param yok elimde (P3).

Mecburen kullanıyorum. Borca ihtiyacım oluyor. Hangi arkadaştan devamlı istenir ki. Çalıştığım zamanlar peyderpey ödüyorum (P8).

Çünkü ihtiyacım var, gelirim yok. Kimseden para isteyemem. Zaman zaman günlük çalışmalarla para oldukça ödüyorum (P9).

Katılımcıların bazılarının söylediklerinden çoğunun kredi kartı borcu yanında “KYK (Kredi Yurtlar Kurumu) borcu” dedikleri öğrenim kredisi borçlarının da olduğu anlaşılmaktadır. Kredi kartına olan borç ve öğrencilik dönemlerinden kalan KYK borcu ödenemediğinde ailelerin devreye girdiği görülmektedir:

KYK borcum var. Bir de kredi kartı kullanıyorum evet, ama babam ödüyor (P2).

Evet, hem KYK borcum var hem de normal harcama. Nakit, direk para veremediği için babam, ben de karttan harcıyorum ihtiyaçlarımı. Geri babam ödüyor (P5).

Kredi borcum var, KYK borcum var. Ben ödeyemiyorum şuan. Ailem borç konusunda hassas biraz, onlar destek olmaya çalışıyorlar, bir şeylerden kısarak (P6).

İşsizlik nedeniyle sorunlar yaşayan bireylerin, aynı zamanda borçlu olmaları, ciddi bir problemdir. İşsiz olan bireyler, kredi kartları aracılığı ile temel ihtiyaçlarını karşılayabilseler, sırf bu borcu ödemek için çalışmaya daha fazla ihtiyaç duymaktadır. Üstelik eğitimi tamamlayıp bir gelir sahibi olması beklenen kişi, gelir sahibi olamadığı gibi bir de borçlanarak aile bütçesinde fazladan bir yük oluşturmakta ya da en azından kendisi öyle düşünmektedir. Bu koşullarda hem hayatını devam ettirecek geliri sağlayamayan hem de başta baba olmak üzere aile bireylerine bağımlılığı artan bir bireyden söz edilmektedir. Tüm bu baskılar altında kalan insanlardan, maddi temelli toplumsal faaliyetlere katılmalarını beklemek pek mümkün değildir. Bu yönüyle borçluluk halinin, sosyal dışlanmayı güçlendirebileceği söylenebilir.

4.2. Psiko-Sosyal İhtiyaçların Karşılanamaması: Sosyal Statü, Sosyal Katılım ve Toplumsal Bütünleşme Sorunları

Ücretli çalışma üzerine kurulu günümüz toplumunda, yapılan iş ve onun üzerinden elde edilen gelir, hayatın devamının ve topluma katılabilmenin temel koşulu haline gelmiş durumdadır. Aynı şekilde sahip olunan iş, kişinin toplumdaki statüsünü de büyük oranda belirlemektedir. Bu bağlamda işsizlik, sadece bir gelir kaybı olmaktan öte, toplum tarafından kabul görmenin önündeki önemli bir engel olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsan, diğer bütün temel ihtiyaçları gibi topluma ihtiyaç duymaktadır. Bu ihtiyacın giderilmesi, ancak toplumla iletişim halinde

olmakla, diğer bir ifadeyle kurulan sosyal ilişkiler aracılığıyla topluma katılarak giderilebilmektedir. Maalesef günümüzde, bu temel ihtiyacın karşılanması, ancak ücretli bir işte çalışarak mümkün olabilmektedir. İşsiz olan insanların, bu temel gereksinimi karşılayamamaları, toplumla uyum içerisinde bütünleşmelerini engelleyerek dışlanmışlık hissi yaratmaktadır. Tüm bunlar depresyon, aşırı stres gibi psikolojik problemleri ve çeşitli fiziksel sağlık sorunlarını da beraberinde getirebilmektedir.

Çalışmak, sosyal katılımın ve sosyal statü edinmenin temel koşulu olarak görüldüğü için çalışan insan, sırf bu faaliyeti sayesinde toplumda dikkate alınması gereken bir bireye dönüşmektedir. Doğal olarak tam tersi durumda ise, yani çalışmayan ya da işsiz olan insan ise, sırf çalışmadığı için değersiz bir birey olarak görülmektedir. Bu toplumsal ön kabuller nedeniyle toplum, işsiz bireye çalışmadığı için değersiz olduğunu hissettirmektedir. Gerçekten aşağıdaki ifadelerinden katılımcılara çalışmadıkları için değersiz olduklarının hissettirildiği ve katılımcıların bu durumdan kurtulmak için toplumdaki uzak durmaya çalıştıkları anlaşılmaktadır:

Bir de sanki ben boş bir insan olduğum için (çalışmadığımdan dolayı) başkaları tarafından çok kaile alınmadığımı düşünüyorum. ‘Sen zaten ne yapıyorsun ki’ gibi baktıklarını düşünüyorum. Sen zaten boşsun, sen gelirsün, sen gidersün falan gibi muamelelere maruz kalabiliyorum. Rahatsız edici (P1).

Bir ortama girdiğinde sana ilk sordukları şey iş. Konuşurken de ‘onun parası yok ki, geliri yok ki, o evde oturuyor zaten’ gibi insanların sözlerine maruz kalıyorsun (P4).

Arkadaş, aile elbette, sürekli ‘gelişme yok mu? İş bulamadın mı?’ Sürekli böyle sorular soruyorlar. Bir süre sonra yok, iş yok anlatamıyorum. Bir süre sonra da görüşmemi kesiyorlar zaten. Genelde net bir olay yok, ama yaşlı akraba tanıdıkların söyledikleri, kendince belki dua ediyorlar ama konuşmaları, babanın üzerinden al şu yükü gibi konuşuyorlar (P6).

Bu koşullarda işsiz bireylerde işe yaramazlık ve dışlanmışlık hissi oluştuğu görülmektedir. Ve yine burada da sosyal bütünleşme algısı devreye girmektedir. Söz konusu algı, bireylerin toplum içerisinde yararsız ya da gereksiz olma biçimindeki öznel değerlendirmelerini ifade etmektedir (Popp ve Schels, 2008: 169). Bu değerlendirmelere dayanarak birey kendisini toplumdaki soyutlamaktadır:

İşsizlik benim için tamam para kazanamama durumu, ama ondan da önce kendimi çok boş, faydasız hissediyordum. İşe yaramaz hissediyordum. Keşke diyordum, bir şeyin ucundan tutsam da işe yaradığımı hissetsem... Topluma karışacağım zaman, yani bir ortama gireceğim zaman dışlanma hissi oluşuyor. Diyordum kendi kendime, şu yaşma geldim, bir baltaya sap olmadım. Gideceğim ben şimdi, onlarla oturup ne konuşacağım. Evlenmedim de üstelik. Tamam, evlilik sorun değil, ama bir işim bari olsaydı. Onların yanına gittiğimde, ‘bak ben de bunları yapıyorum, benim bu hayattaki dikili ağacım da şu’ falan diye konuşmak istiyordum, ama yok. Ben de hiç gitmek istemiyordum. Konuşmak istemiyordum. Kısa süreliğine gidiyordum. Çünkü oturup konuştuğum zaman, bir şeyler anlattığım zaman, bir bakıyordum aslında kendimi değil babamın yaptıklarını anlatıyorum. Çünkü babamın parasını yiyordum (P1).

Son alıntıda, P1 için toplum içerisinde kendini ifade edebilmenin ön koşulu, bir işe sahip olmaktır. İş olmayan birey, kuracağı sosyal ilişkide kendini ifade edemeyeceğini düşündüğü için, söz konusu ilişkiyi P1 gibi hiç kurmama yoluna gidebilmektedir. Buradan hareketle bir işe sahip olmanın, sosyal katılımın da ön koşulu haline geldiğini söylemek mümkündür.

Esasında işsiz bireyin, işsizliğin yükü altında ezilmesine ve toplumla sağlıklı biçimde bütünleşememesine neden olan şeyin toplumun kendisi olduğu açıktır. Çünkü toplum da, tıpkı birey gibi, işsizlikten kişinin kendisini sorumlu tutmakta ve birinin işsiz olmasının temelinde o

kişinin kendisiyle ilgili bir eksikliğe dayalı olduğu fikrini her fırsatta ona hatırlatmaktadır. Bu durum kişinin toplumla olan bağlarını sorgulamasına sebep olmaktadır:

Evet, bizim akraba çevremiz çok geniş ve toplanmalarımız, görüşmelerimiz sık oluyor. Onların ortamına girdiğim zaman ‘çalışmıyorsun, demek ki yapamıyorsun’ gibi hep bir akıl verme peşinde oluyorlar. Ben de istiyorum çalışmak elbette, ama yaşadığım şehir açısından iş imkânları çok kısıtlı. Artık, kendi bölümümü geçtim, ona rağmen iş imkânı bulamıyorum. Ama insanlara bunu anlatmak çok zor. Herkes konuya da hâkim değil, onlara bahane uyduruyormuşum gibi geliyor. ‘Yapamıyor, kazanamıyor, çalışamıyor’, hep bu şekilde kelimelere maruz kalıyorum. O yüzden de iletişim kurmak, onlarla konuşmak, hatta kimseyle (konuşmak) istemiyorum (P4).

Bazı çevrele iletişim bile kurmak istemiyorum, bazen mesajlarına cevap vermiyorum. Çünkü konuşmalarıyla kendimi beceriksiz, yetersiz hissediyorum. Mesela amcamlara gidiyorum, sürekli aynı muhabbet. ‘Sen niye işe girmedin, sen şimdi ne yapıyorsun, çalışsana’ gibi. ‘Bu kız evde boş boş oturuyor, gidip çalışsa, ailesine destek olsa’ gibi şeyler düşünüyorlar sanırım. Bu konu açılmasa da gitsek, çabuk olsak diye sıkıyorum kendimi (P1).

Arkadaş çevresinde çok fazla oluyor diyemem, çünkü çoğu genç, yaşıtlım benimle aynı duyguyu paylaşıyor, onların da iş konusunda sıkıntıları var. Ama eski nesil aile büyüklerim, bu durumu çok anlayamıyorlar. ‘Nasıl atanamıyorsun, işsiz kaldıysan demek ki çalışmıyorsun’ falan gibi sözlere maruz kalıyorsunuz. Bu konulara onlarla girmek istemiyorum, sınavlarımdan bahsetmek istemiyorum (P2).

Aslında işsiz olan insanlar, iş bulabilmek için ellerinden geleni yapmalarına rağmen iş bulamamaktadır. Gerçekten katılımcıların da iş bulmak için ellerinden gelen her şeyi yaptıkları anlaşılmaktadır. Fakat toplum tarafından sanki hiçbir şey yapmamışlar ve hiçbir girişimde bulunmamışlar gibi muamele görmeleri, onları daha fazla baskı altına almaktadır:

Tabii ki insanlar ne yapsam ‘boşuna uğraştığımı’ söyleyip duruyor. Ben iş bulamadıkça kendimi geliştirmeye çalışıyorum. Yüksek lisans yaptım, İngilizce ve Akademik Personel ve Lisansüstü Eğitimi Giriş Sınavı (ALES)’na çalıştım, çalışıyorum. İnsanlar ‘boşa kürek çektiğimi, hatta boş şeylerle uğraştığımı’ söyleyip duruyor. Ne yapabilirim? Çabalıyorum işte. ‘Okulu bitirdin, senin alanın iyi, atanamıyorsan senden kaynaklı’ gibi şeyler söyleyip duruyorlar (P2).

Katılımcıları en çok üzen ve sosyal çevreyle temastan uzak tutan şeylerden birisi de piyasa koşullarına ve neden işsiz kaldığına ilişkin bilgi sahibi olunmadan eleştirilmeleri ve işe giren akrabalarıyla ya da arkadaşlarıyla kıyaslanmalarıdır:

Gerek eğitim, gerek vizyon olarak cahil bunlar. Ne konuştuğunu, neden konuştuğunu bilmiyorlar. Bunlardan muzdaribim, evet. Örnek vermek gerekirse ‘bilmem kimin oğlu çalışıyor, sen niye çalışmıyorsun’. Ben ne yapıyorum, ne okudum, neye çalışıyorum biliyor musun? Hayır, ama biliyormuş gibi konuşmayı çok seviyorlar. Böyle saçma sapan kıyaslamalara giriyorlar. İnsanların alanları çok farklı ve bunları bilmeden yüzüme vuruyorlar çoğu şeyi, kırıcı (P3).

Herkesler ile kıyaslanıyorsunuz. ‘Şunun oğlu işe girmiş, bilmem kim devlete girmiş çalışıyor’ gibi gibi (P10).

Mesela benim en yakın arkadaşlarımdan birisi işe girdi. O gitti çalışıyor. Sürekli onunla kıyaslanıyorum. Yeterli olmuyor benim çabam kimse için, bunun lafını çok yapıyorlar, duyuyorum (P9).

Dışarıdaki sosyal alan ve akraba çevresi yetmiyormuş gibi aile içerisinde de bireylerin dışlanmış hissettikleri görülmektedir. Bu manada toplum, en küçük yapı taşından başlayıp bir bütün olarak kişiyi, işsiz olmasından dolayı baskı altına alarak dışlamaktadır. Bunlardan belki de en ağır olanı, aile içerisindeki biridir. Çünkü aile dışındaki baskının bir benzerinin, en

yakınındaki insanlardan gelmesi, bireyi daha derinden etkilemektir. Katılımcılardan P7, bu konuda hissettiklerini şu şekilde dile getirmiştir:

Anne baba da olsa, bir kere bir beklentileri var, ne kadar sevdikleri ayrı bir konu. Kendilerine faydalı olmam bekleniyor. Kendilerini geçtim, benim kendime bir faydam olması bekleniyor. Sonuçta geleceğimi onlar da düşünüyor. Sana farklı gözle bakmaya başlıyor... Ailede de oluyor illaki 'şu yaşında işsizsin, oturuyorsun' gibi gibi. Toplumda da oluyor. 'Hala oturuyor, bir işe yaramıyor' gibi. Üzüntü hissediyorum elbette (P7).

Hatta bir katılımcı daha da ileri giderek aile içerisinde gördüğü sevgi ve ilginin bile çalışmasına bağlı olduğunu, "çalışınca seviyorlar beni" biçimindeki çarpıcı bir ifadeyle özetlemiştir:

İşim varken mutluyum, işim yokken umutsuz. Az kazansam da mutluyum, çünkü aile hayatında param olunca sevgi, ilgi görüyorum. Çalışınca seviyorlar beni. Çalışmadığım zaman ben yokmuşum gibi davranıyorlar, daha geri plandayım (P8).

Görece eğitilmiş bireyler açısından işsizlik, bir geçim derdi olmaktan çok daha fazla olumsuz sonuç doğurmaktadır. Eğitim açısından gerekli niteliklere sahip olan ve iş bulabilmek için her yolu deneyen kişilerin iş bulamaması, geleceğe yönelik beklentilerinden vazgeçmelerine ve hedeflerini bir kenara bırakmalarına neden olmaktadır. Gösterdikleri çabanın ve verdikleri emeklerin karşılığını alamamaları ümitlerini tüketmekte ve onlara ağır bir hayal kırıklığı yaşatmaktadır. Özellikle iş bulamamalarının kendilerinden değil de piyasa koşullarından kaynaklanması, dolayısıyla ellerinden bir şey gelmemesi insanları çaresizlik içerisinde bırakmaktadır. Katılımcılardan P6, yaşadığı çaresizliği ve çaresizliğin onun üzerinde yarattığı psikolojik baskıyı şöyle ifade etmiştir:

Bence işsizlik gerçekten bir çaresizlik durumu. İş bakıyorum, mesleğim var, elimden geleni yaptım gibi geliyor; ama sonuç yok. Elimde olmayan sebepler de var. Piyasa, sektör kötü ve bu büyük bir çaresizlik. Ne yapacağımı bilemiyorum, daha mı fazla çabalamalıyım? Hem para hem huzur, hem de eğitime uygun olan, alanımda bir iş bulmak. Hepsi bir arada olmaz. İlk girdiğim yerde çalışmalı mıyım? Bunların arasında, bu düşüncelerin arasında çaresizim (P6).

Hak edilen karşılığın alınamaması ve alışveriş yapmak gibi en basit insani talebin bile bunca emeğe rağmen gerçekleştirilememesinin yarattığı hayal kırıklığını, lisans eğitimi almış bir katılımcı şu biçimde dile getirmiştir:

Ne hayallerle üniversite okuduk, ama şimdi durumumuz çok farklı. Gerek maddi gerek manevi çok fazla şey yaptık geleceğimiz için, bir sürü yatırımlarda bulunduk. Karşılığı böyle mi olacaktı gerçekten. Hayatımızda en basit şeyleri bile yapamıyoruz. Alışveriş yapamıyoruz, ailemize yardımcı olamıyoruz, yaşımız ilerliyor. En verimli, üretken çağımızda hiçbir şey yapamıyoruz (P7).

Yine lisans eğitimi almış başka bir katılımcı hedeflerinden nasıl uzaklaştığını ve belki en doğal ve sıradan bir talebini bile işsizlik nedeniyle gerçekleştiremediğini şöyle ifade etmiştir:

Lisans eğitimi alırken yaptığım planlamalar çok daha farklı idi. İşe girdiğimde şu eğitimi de alırım, şu kursa da gidip onu da bitiririm gibi kendimi geliştirme hedefim vardı. Şuan hiçbirini yapamadım ve yapamıyorum. Mesela evlenmek istiyorum ve 28 yaşındayım, kız arkadaşım da var, ama hala evlilik hayali bile kuramıyoruz (P3).

Son olarak toplumla sağlıklı ilişkiler kurma bakımından özgüvenin önemli bir belirleyici olduğu söylenebilir. Bu bakımdan her açıdan maliyetli ve uzun bir eğitim süreci tamamlanmasına ve sürekli çaba gösterilmesine rağmen iş bulunamaması, kişilerin özgüvenini de ciddi biçimde zedeleyerek öz yeterliliklerini sorgulamalarına ve toplumdaki uzaklaşmalarına neden olabilmektedir:

Çok umutluydum. O zamanlar Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik gibi bir bölüme gitmişim puanı yüksek, işte ataması iyi, kariyer olanağı iyi diye. Şuan hiçbir bölümde bunu söyleyemiyoruz, kendi bölümümü geçtim. Ve bu da idealist olmamızın önünde çok büyük bir engel, çünkü çabalarınız hüsrarla sonuçlanıyor. Özgüvenimizi kırıyor. Özellikle bu ekonomide hayal kurup beklentiye girmek imkânsız (P2).

İşsizlik bir insanın kendine olan güven problemi bence. Özgüven konusu öyle önemli ki. Belki de maddi sıkıntılardan da önemli, çünkü bu duygu ile bir yere varamıyorsunuz. Hayallerini gerçekleştirmenin önünde büyük engel oluyor (P10).

İşsizlik benim için hayattan koparılmışım gibi. Toplumun dışındasınız her anlamda. Bir kere özgürlüğünüz yok. Bu yaşında kendi kararlarımı verip yaşayamıyorum. Aileme karşı bile ezik durumdayım. İşe yaramaz gibiyim. Zaman geçtikçe, iş bulamadıkça inancımı da kaybediyorum. Özgüvenim azalıyor (P9).

Sosyal katılım aynı zamanda siyasi partiler, dernekler, sivil toplum örgütleri vb. katılım mekanizmalarını da içermektedir. İşsizlik hali, kişinin kendisini ekonomik olarak güvende hissetmediği ve toplumdan dışlandığı bir durumu ifade etmektedir. Bu koşullar, kişilerin siyaset ile bağ kurulmalarını da zorlaştırmaktadır. Hatta işsizlik sebebi ile yaşadıkları problemlerin bir sonucu olarak bireylerin siyasete karşı tavır aldıkları görülmektedir (Coşgun, 2022: 111). Katılımcıların baskın bir çoğunluğunun siyasi partilere, derneklere veya sivil toplum örgütlerine üye olmadıkları görülmüştür. Dernekler veya sivil toplum örgütleriyle neredeyse hiç temas kurmamışlardır. Siyasi partilere ise, son derece mesafeli durulduğu görülmektedir. Çünkü siyasi partilerin, işsizlerin sorunlarını çözme potansiyeline sahip olmadıklarına inanılmaktadır:

Herhangi bir siyasi parti veya derneğe üye değilim. Hiçbir partinin günümüz dünyasına göre çağdaş bir yapıda olduğunu düşünmüyorum. Oy kullanmıyorum. Beni temsil edecek kimsenin olduğunu düşünmüyorum. Bizim ülkemizde siyasette aktif rol oynayan herhangi bir partinin, bizi yönetebilecek potansiyelde olduğunu düşünmüyorum (P3).

Aslında siyasi partilere karşı takınılan tutum konusunda belirtilmesi gereken en temel nokta, çoğu katılımcı için geçim sıkıntısının her şeyin önüne geçmiş olmasıdır. Siyasi partilere yaklaşımlarını da bu temel problem belirlemektedir. Geçim sıkıntısının önceliği, siyasetten kendilerini dışlamalarına sebep olmaktadır. Yine katılımcıların çoğu, siyaset kurumunun kendi sorunlarıyla ilgilenmediğini dile getirmiştir. Söz konusu sorunların çözümü noktasında da siyaset kurumuna güvenilmemektedir. Katılımcılardan P8'in ifadeleri söylenenleri özetlemektedir:

(Siyaset) İlgilendiğim bir konu değil. Benim konum ekmek kavgası, hayat derdi. Onların mevzuları beni çok aşılıyor. Aslında bizi dert ediyor gibi konuşup boy gösteriyorlar, ama alakaları yok. Benim ve benim gibilerin sorunları onların umurlarında değil. Ben her gün kendimin ve ailemin karnı nasıl doyar düşüncesindeyim (P8).

5. SONUÇ

İşsizliğin en temel sonucu ekonomik yoksunluktur. Bu yoksunluk, temel sosyal katılım faaliyetleri ve sosyo-kültürel faaliyetler için gereken harcamaların yapılamamasına neden olmaktadır. Belirtilen faaliyetlere katılmakla zorunlu ihtiyaçlarını karşılamak arasında bir tercih yapmak durumunda kalan birey, bu faaliyetlerden mecbur kalmadığı sürece uzak durmayı tercih etmektedir. Söz konusu aktivitelere katılamamak durumu, bireylerde dışlanmışlık hissi yaratmaktadır. Bu hissini belki de en temel nedenlerinden birisi, içinde buldukları durumdan bütünüyle kendilerini sorumlu tutmalarıdır. Yaşadıkları sorunları, bu sorumluluğun bir bedeli olarak görek dışlanmışlığı kabul etmektedirler. Bu sonuç önemlidir,

çünkü insanlar kendilerini toplumun bir parçası olarak hissetmedikleri takdirde, sosyal olarak dışlanmış kabul edilmektedirler. Buradaki dışlanma, kişinin sosyal bütünleşme algısına dayalı olan öznel bir değerlendirme olarak karşımıza çıkmaktadır.

İnsan topluma muhtaçtır ve topluma katılma temel ihtiyaçlardan birisidir. Ücretliler toplumu haline gelen günümüz toplumunda, başkaca bir geliri olmayan insanlar, topluma duydukları ihtiyacı ancak bir iş sahibi olarak giderebilmektedir. Yapılan iş, sosyal katılım sağlamanın ve sosyal statü sahibi olmanın temel belirleyicisi durumundadır. Kısaca bireyin toplumun bir parçası olabilmesini ve toplum için ne ifade ettiğini büyük oranda yaptığı iş belirlemektedir. Bu bağlamda işsizlik, iki temel psiko-sosyal ihtiyaç olan sosyal katılım ve sosyal statü ihtiyaçlarının karşılanamaması anlamına gelmektedir. Bu, aynı zamanda bireyin, muhtaç olduğu toplumun dışına itilmesi demektir. Tüm bu sürecin sonunda insanların kendilerini dışlanmış, değersiz ve işe yaramaz hissettikleri görülmektedir. İşsiz bireylerin bahsedilen ağır süreci yaşamalarındaki en temel neden toplumun kendisidir. Aileden ve yakın akrabalarından başlamak üzere bir bütün olarak toplum; işsizliği işe yaramazlıkla özdeşleştirerek, işsiz kalınmasının sorumluluğunu bütünüyle bireye yıkarak ve işsizliğin bireylerin kendi eksikliklerinden kaynakladığını öne sürerek bireyi ağır bir baskı altına almaktadır.

İşsizlik, görece eğitilmiş bireyler üzerinde daha ciddi bir baskı yaratmaktadır. Bunun nedeni, eğitilmiş bireylerin istihdam edilebilmek için toplum tarafından onlara telkin edilen, başta eğitim almak üzere, her şeyi yapmalarına rağmen iş bulamamaları, onları çaresizlik içerisinde bırakmaktadır. Eğitilmiş bireylerin; geleceğe yönelik beklentilerinden vazgeçtikleri ve hedeflerini bir tarafa bıraktıkları görülmektedir. Yıllarca eğitim sürecinde verdikleri emeğin karşılığını alamamaları, onları ağır bir hayal kırıklığına uğratmakta ve özgüvenlerini kaybederek özyeterliliklerini sorgulamalarına sebep olmaktadır. Tüm bunları yaşayan bireylerin, topluma sağlıklı ilişkiler kurabilmelerinin zor olduğu belirtilmelidir.

Anlatılanlardan hareketle işsizliğin kendisinin ve yarattığı sorunların yol açtığı sosyal dışlanmanın çözümü, öncelikle işsizliğin çözümüyle ve bir toplumsal dönüşümle mümkün görünmektedir. Bu söylenenlerin mümkün olup olmadığı tartışması bir yana, kısa vadede gerçekleşmesi olası değildir. Buna karşın, sosyal dışlanmanın bireylere verdiği zararın bir ölçüde hafifletilmesi konusunda, gelir yoksunluğuna ilişkin önlemler alınabileceği belirtilmelidir. Söz konusu önlemlerden kasıt, devlet tarafından verilecek ve çalışarak prim yatırma koşuluna bağlı olmayan parasal desteklerdir. Bu noktada, ilk akla gelen destek mekanizması işsizlik yardımıdır. İşsizlik yardımlarının, en azından sosyal dışlanmanın gelir yoksunluğuna bağlı boyutunun etkilerini hafifleteceği söylenebilir.

KAYNAKÇA

- APPASAMY, P., GUHAN, S., HEMA, R., MAJUMDAR, M., & VAIDYANATHAN, A. (1995). "Social Exclusion in Respect of Basic Needs in India". G. Rodgers, C. Gore ve J. Figueiredo (Ed.), *Social Exclusion: Rhetoric, Reality, Responses*, International Institute for Labour Studies Yayınları, Geneva, 237-250.
- BHALLA, A., & LAPEYRE, F. (1997). "Social Exclusion: Towards an Analytical and Operational Framework". *Development and Change*, 28: 413-433.
- CHRISTOPH, B. (2010). "The Relation Between Life Satisfaction and the Material Situation: A Re-Evaluation Using Alternative Measures". *Social Indicators Research*, 98(3): 475-99.

- COŞGUN, Ş. N. (2022). “Türkiye’de İşsizlik ve Sosyal Dışlanma: Yozgat İlinde Bir Alan Araştırması” [Basılmamış Yüksek Lisans Tezi]. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas.
- CREED, P. A., & MULLER, J. (2006). “Psychological Distress in the Labour Market: Shame or Deprivation?”. *Australian Journal of Psychology*, 58 (1): 31-39.
- ÇAKIR, Ö. (2002). “Sosyal Dışlanma”. *Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(3): 83-104.
- DIECKHOFF, M., & GASH, V. (2015). “Unemployed and Alone? Unemployment and Social Participation in Europe”. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 35: 67-90.
- GALLIE, D. (1999). “Unemployment and Social Exclusion in the European Union”. *European Societies*, 1: 139-167.
- GALLIE, D., PAUGAM, S., & JACOBS, S. (2003). “Unemployment, Poverty and Social Isolation: Is There a Vicious Circle of Social Exclusion?”. *European Societies*, 5 (1): 1-32.
- GUNDERT, S., & HOHENDANNER, C. (2015). “Active Labour Market Policies and Social Integration in Germany: Do ‘One-Euro-Jobs’ Improve Individuals Sense of Social Integration?”. *European Sociological Review*, 31 (6): 780-797.
- JAHODA, M. (1981). “Work, Employment and Unemployment: Values Theories and Approaches in Social Research”. *American Psychologist*, 36: 184-191.
- KUNZE, L., & SUPPA, N. (2017). "Bowling Alone or Bowling at all? The Effect of Unemployment on Social Participation". *Journal of Economic Behavior & Organization*, 133: 213-235.
- LEVITAS, R. (2000). “What Is Social Exclusion?”. D. Gordon ve P. Townsend (Ed.), *Breadline Europe. The Measurement of Poverty*, Policy Yayınları, Bristol, 357-383.
- LEVITAS, R. (2004). “Let’s Hear It for Humpty: Social Exclusion, the Third Way and Cultural Capital”. *Cultural Trends*, 13: 41-56.
- MACGREGOR, S. (2008). “Refah Devleti ve Neoliberalizm”. A. S. Filho ve D. Johnston (Der.), *Neoliberalizm Muhalif Bir Seçki*, Yordam Yayınları, İstanbul, 236-247.
- MADANIPOUR, A., SHUCKSMITH, M., & TALBOT, H. (2015). “Concepts of Poverty and Social exclusion in Europe”. *Local Economy*, 30 (7): 721-741.
- MARTIN, R. (1998). “Regional Dimensions of Europe’s Unemployment Crisis”. P. Lawless, R. Martin ve S. Hardy (Ed.), *Unemployment and Social Exclusion, Landscapes of Labour Inequality*, Jessica Kingsley Yayınları, London, 11-48.
- PATTON, M. Q. (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods*, Sage Yayınları, Thousand Oaks, CA.
- PAUL, K. I., & BATINIC, B. (2010). “The Need for Work: Jahoda’s Latent Functions of Employment in a Representative Sample of the German Population”. *Journal of Organizational Behavior*, 31: 45-64.

- PAUL, K.I., & MOSER, K. (2009). "Unemployment Impairs Mental Health: Meta-Analyses". *Journal of Vocational Behavior*, 74: 264-282.
- PEACE, R. (1999). "Surface Tension: Place/Poverty/Policy – from 'Poverty' to Social Exclusion: Implications of Discursive Shifts in European Union Poverty Policy 1975-1999" [Basılmamış Doktora Tezi]. Waikato Üniversitesi.
- PEACE, R. (2001). "Social Exclusion: A Concept in Need of Definition". *Social Policy Journal of New Zealand*, 16: 21-36.
- POHLAN, L. (2019). "Unemployment and Social Exclusion". *Journal of Economic Behavior and Organization*, 164: 273-299.
- POPP, S., & SCHELS, B. (2008). " 'Do You Feel Excluded?' The Subjective Experience of Young State Benefit Recipients in Germany". *Journal of Youth Studies*, 11(2): 165-191.
- RODGERS, G. (1995). "What is Special about a Social Exclusion Approach?". G. Rodgers, C. Gore ve J. Figueiredo (Ed.), *Social Exclusion: Rhetoric, Reality, Responses*. International Institute for Labour Studies, ILO Yayınları, Geneva, 43-55.
- SAPANCALI, F. (2003). *Sosyal Dışlanma*, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir.
- SAPANCALI, F. (2005). "Avrupa Birliği'nde Sosyal Dışlanma Sorunu ve Mücadele Yöntemleri". *Çalışma ve Toplum*, 3 (6): 51-106.
- SEN, A. (2000). *Social Exclusion: Concept, Application and Scrutiny*, Social Development Papers No. 1, Asian Development Bank Yayınları, Manila.
- SHUCKSMITH, M., & CHAPMAN, P. (1998). "Rural Development and Social Exclusion". *Sociologia Ruralis*, 38 (2): 225-242.
- SILVER, H. (1994). "Social Exclusion and Social Solidarity: Three Paradigms". *International Labour Review*, 133 (5-6): 531-578.
- ŞENOL, E. (2010). "İşsizliğin Sosyal Dışlanma Üzerindeki Etkileri" [Basılmamış Doktora Tezi]. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.