



ESKİŞEHİR
OSMANGAZI
ÜNİVERSİTESİ

iibf

İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

ESKİŞEHİR OSMANGAZI UNIVERSITY
JOURNAL OF ECONOMICS AND
ADMINISTRATIVE SCIENCES

CİLT / VOLUME: 18, SAYI / NO: 1
NİSAN / APRIL 2023
e-ISSN 1306-6293

ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ
ESKİSEHIR OSMANGAZI UNIVERSITY
JOURNAL OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES

Sahibi / Owner

Fakülte Adına (on behalf of Faculty)
Prof. Dr. Arzum ÇELİK (Dekan/Dean)

Baş Editör / Editor-in-Chief

Prof. Dr. Oytun MEÇİK

Editör Yardımcısı / Associate Editor

Doç. Dr. Asmin KAVAS BİLGİÇ

Bilimsel Danışma Kurulu / Scientific Advisory Board

Prof. Dr. A. Fuat FIRAT (Texas Üniversitesi)
Prof. Dr. Ruşen KELEŞ (Kapadokya Üniversitesi)
Prof. Dr. Peter RANGAZAS (Indiana Üniversitesi)
Prof. Dr. Fazıl TEKİN (Onursal Üye)
Prof. Dr. Ömer TORLAK (İstanbul Ticaret Üniversitesi)
Prof. Dr. Attila YAPRAK (Wayne State Üniversitesi)
Prof. Dr. Erinç YELDAN (Kadir Has Üniversitesi)
Dr. Himmet TAŞKÖMÜR (Harvard Üniversitesi)

Yayın Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. Cem SAATÇİOĞLU Prof. Dr. Arman Aziz KARAGÜL
Prof. Dr. Füsün YENİLMEZ Prof. Dr. Aytül Ayşe CENGİZ
Prof. Dr. Bilge Kağan ŞAKACI Doç. Dr. Umut KOÇ
Doç. Dr. Betül HAYRULLAHOĞLU Doç. Dr. İsmail Numan TELCİ
Doç. Dr. Murat YAMAN Dr. Öğr. Üyesi Tamer KAŞIKÇI

Yabancı Dil Editörü / Foreign Language Editor

Dr. Öğr. Üyesi Talha KÖSEOĞLU
Arş. Gör. Dr. Müge DALAR

Yayın Editörü / Production Editor

Arş. Gör. Gökhan SARIÇİMEN

Sekreteryaya / Secretariat

Arş. Gör. Ömer Faruk GÜNAL
Arş. Gör. Doğuş DÜZGÜN

iibfdergi@ogu.edu.tr

<http://dergipark.org.tr/oguiibf>

ESOGU İİBF Meşelik Kampüsü 26040 ESKİŞEHİR

Tel: 0 222 2393750/1732

Faks: 0 222 2292527

T.C. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi yılda üç kez Nisan, Ağustos ve Aralık aylarında yayınlanan hakemli ve süreli bir e-dergidir. Dergide yer alan yazılar kaynak gösterilmeksizin alıntılanamaz. Dergide yer alan yazıların sorumluluğu yazarlarına aittir. Dergi; Emerging Sources Citation Index, TRDizin, EconLit, EBSCO, ASOS Index, Sobiad, Akademik Dizin, Acarindex ve Arastirmax tarafından endekslenmektedir.

e-ISSN 1306-6293

ESKİŞEHİR OSMANGAZI ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ
ESKİŞEHİR OSMANGAZI UNIVERSITY
JOURNAL OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES

T.C. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi Editörlüğü, dergiye katkıda bulunan ve aşağıda isimleri yer alan hakemlere teşekkür eder.

Cilt 18, Sayı 1, 2023 NİSAN Sayısı Hakemleri


Prof. Dr. Göktuğ Cenk Akkaya	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Ali Ayata	Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi
Prof. Dr. Hakan Çelik	Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi
Prof. Dr. Hamza Çeştepe	Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi
Prof. Dr. Murat Çolak	AGH University of Science and Technology
Prof. Dr. Etem Hakan Ergeç	İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Prof. Dr. Birol Erkan	İskenderun Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Hakan Kahyaoğlu	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Alper Özer	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Yücel Sayılar	Bursa Uludağ Üniversitesi
Prof. Dr. Selim Şanlısoy	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Füsün Yenilmez	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Doç. Dr. Ozan Ağlargoç	Anadolu Üniversitesi
Doç. Dr. Nuray Akar	Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr. Hüseyin Alptekin	Milli Savunma Üniversitesi
Doç. Dr. Mücahit Aydın	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Enes Bayraklı	Türk-Alman Üniversitesi
Doç. Dr. Ferdi Çelikay	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Doç. Dr. Onur Dirlik	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Doç. Dr. Egemen İpek	Tarsus Üniversitesi
Doç. Dr. Sinem Güler Kangallı Uyar	Pamukkale Üniversitesi
Doç. Dr. Ahmet Oğuz	Kütahya Dumlupınar Üniversitesi
Doç. Dr. Burak Özdemir	Kastamonu Üniversitesi
Doç. Dr. Behçet Yalın Özkara	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Doç. Dr. Fatma Anıl Öztop	Kocaeli Üniversitesi
Doç. Dr. Ferhat Pehlivanoğlu	Kocaeli Üniversitesi
Doç. Dr. Bilgehan Tekin	Çankırı Karatekin Üniversitesi
Doç. Dr. M. Ali Tiltay	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Doç. Dr. Ünal Töngür	Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr. Sefa Usta	Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi
Doç. Dr. Ahmet Vurgun	Marmara Üniversitesi
Doç. Dr. Muhsin Murat Yaşlıoğlu	İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Raife Meltem Yetkin Özbük	Akdeniz Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Semra Doğan	Kütahya Dumlupınar Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sevilay Ece Gümüş	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Nurettin Menteş	İnönü Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi H. Murat Özcan	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Seçil Öztürk Yöndemli	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ufuk Pala	Giresun Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi A. Bora Tarhan	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Osman Tüzün	Uşak Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Tayfun Yörük	Akdeniz Üniversitesi
Dr. Fatih Ceylan	Uşak Üniversitesi
Dr. Erhan Ezici	Uşak Üniversitesi


ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ
ESKİŞEHİR OSMANGAZİ UNIVERSITY
JOURNAL OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES

İÇİNDEKİLER (TABLE OF CONTENTS)	SAYFA (PAGE)
ARAŞTIRMA MAKALELERİ (RESEARCH ARTICLES)	
Covid-19 ile Mücadelede Ülkelerin Nispi Performansı ve Kamusal Tedbirlerin Etkisi The Relative Performance of Countries in the Fight Against Covid-19 and the Impact of Public Measures <i>Gupse Sevda Yalçın, Oğuz Kara, Üzeyir Aydın</i>	1-17
Uluslararası Marka İttifakı Ürünü Satın Alma Olasılığının Algılanan Marka Yabancılığı Bağlamında Değerlendirilmesi Assessing the Probability of Purchasing an International Brand Alliance Product in the Context of Perceived Brand Foreignness <i>Hilal Öztay, Fuat Erol</i>	18-43
Milliyetçilik-Göç İlişkisi Üzerine Teorik Bir Perspektif A Theoretical Perspective on the Nationalism-Migration Relationship <i>Yusuf Ziya Bölükbaşı</i>	44-65
Darülfünundan İstanbul Üniversitesine Resmî İdeolojinin Yükseköğretime Etkisi The Effect of Official Ideology on Higher Education from Darülfünun to Istanbul University <i>Abdulvahap Akıncı</i>	66-86
Elitlerin Etnik Kimlikleri Manipülasyonu: Suriye Örneği Elite's Manipulation of Ethnic Identities: The Case of Syria <i>Ayhan Sarı</i>	87-103
OECD Ülkelerinde Küreselleşmenin Kayıt Dışı Ekonomi Üzerindeki Etkisi: Momentler Kantil Regresyon Yönteminden Kanıtlar The Impact of Globalization on the Shadow Economy in OECD Countries: Evidence from Method of Moments Quantile Regression <i>Murat Eren</i>	104-128
Zihinsel Kayıpların Öncülleri ve Ardılları Üzerine Nitel Bir Çalışma A Qualitative Study of the Antecedents and Consequences of Cognitive Failures <i>Yener Pazarcık, Pelin Kanten, Benan Arda</i>	129-144
The Relationships among Fear of Covid-19, Health Consciousness, Attitude toward Supplements, and Purchase Intention Using a Moderated Mediation Analysis Covid-19 Korkusu, Sağlık Bilinci, Takviyelere Yönelik Tutum ve Satın Alma Niyeti Arasındaki İlişkilerin Moderatörlü Aracılık Analizi ile İncelemesi <i>Adem Uysal</i>	145-161

Analysis of Publications in the Field of Accounting Auditing with Traditional Bibliometric Methods and CiteSpace Based Visual Mapping Techniques	162-186
Muhasebe Denetimi Alanındaki Yayınların Geleneksel Bibliyometrik Yöntemler ve CiteSpace Tabanlı Görsel Haritalama Teknikleri ile Analizi <i>Feden Koç, Osman Bayri</i>	
Taşımacılık, İnşaat, Seyahat ve Finansal Hizmetler Sektörü İhracatının Ekonomik Büyümeye Etkisi: Türkiye Örneği	187-209
The Effect of Transportation, Construction, Travel and Financial Services Exports on Economic Growth: The Case of Türkiye <i>Aylin Koca</i>	
Türkiye Dış Ticaretinde Ülke Bazlı Yoğunlaşma (Çeşitlendirme) Analizi: Şanghay İşbirliği Örgütü	210-228
Country-Based Concentration (Diversification) Analysis in Turkey's Foreign Trade: Shanghai Cooperation Organization <i>Zeynep Çimen, Didem Kutlu</i>	
Hayır Kurumu Ürünlerine Yönelik İstedikçe Kadar Öde Fiyatlandırma Stratejisi ile Özgeçilim İlişkisi	229-251
The Relationship between Pay What You Want Pricing Strategy and Altruism for Charitable Products <i>Esra Koç, Meltem Erdoğan</i>	
Türkiye'de Enflasyonun Dinamikleri ve Döviz Kurunun Yurtiçi Fiyatlara Geçiş Etkisi	252-270
Dynamics of Inflation and Exchange Rate Pass-Through to Domestic Prices in Turkey <i>Mustafa Karabacak</i>	
Factors Affecting Green Ready-made Products Purchase Intention: An Integrated Model	271-288
Yeşil Hazır Giyim Ürünleri Satın Alma Niyetini Etkileyen Faktörler: Bütünleştirilmiş Bir Model <i>Leyla Gödekmerdan Önder, Arzu Deniz Çakıroğlu</i>	
Yerel Yönetimlerde Finansal Performans Yönetimi: İstanbul ve Kocaeli Büyükşehir Belediyeleri Örneği	289-313
Financial Performance Management in Local Governments: Example of Istanbul and Kocaeli Metropolitan Municipalities <i>Abdullah Kılıçarslan, Alper Özmen</i>	
<hr/> KİTAP İNCELEMESİ (BOOK REVIEW) <hr/>	
(T. C. Melewar & S. F. Syed Alwi)	
Islamic Marketing and Branding: Theory and Practice	314-319
New York: Routledge <i>Mahmut Sami İşlek</i>	
<hr/>	

Covid-19 ile Mücadelede Ülkelerin Nispi Performansı ve Kamusal Tedbirlerin Etkisi

Gupse Sevda Yalçın¹ 

Oğuz Kara² 

Üzeyir Aydın³ 

Covid-19 ile Mücadelede Ülkelerin Nispi Performansı ve Kamusal Tedbirlerin Etkisi	The Relative Performance of Countries in the Fight Against Covid-19 and the Impact of Public Measures
<p>Öz</p> <p>Covid-19 pandemisi birçok ülkenin sağlık altyapılarının test edilmesine ve pandemi karşısındaki yönetsel becerilerinin sorgulanmasına olanak sağlamıştır. Pandemi kontrol altına almak için ülkeler, vakaların tespit ve tedavisinin yanı sıra hastalığın yayılımını önlemek için bazı kamusal kısıtlama ve tedbirlere başvurmuşlardır. Bu çalışmada pandemi sürecinde uygulanan kamusal kısıtlamaların Covid-19 ile mücadeledeki etkisi iki aşamalı Bootstrap Veri zarflama yöntemi kullanılarak incelenmiştir. İlk aşamada ülkelerin Covid-19 ile mücadelede sağlık altyapılarının performansı ikinci aşamada ise kamusal tedbirlerin performans skorları üzerindeki etkisi değerlendirilmiştir. Sonuç olarak pandemiyle mücadelede en başarılı ülkelerin Avusturya, Danimarka ve Litvanya olduğu; Amerika, Fransa ve Belçika'nın ise en başarısız ülkeler olduğu tespit edilmiştir. Kamusal tedbirlerin Covid-19 ile mücadelede ülkelerin performansını genelde olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir.</p>	<p>Abstract</p> <p>The Covid-19 pandemic has tested the health infrastructures of many countries and has enabled them to examine their managerial skills in the face of the pandemic. To control the pandemic, countries have resorted to some public restrictions and measures to prevent the spread of the disease, as well as the detection and treatment of cases. In this study, the effect of public restrictions applied during the pandemic process in the fight against Covid-19 was examined using the Two-Stage Bootstrap Data Envelopment method. In the first stage, the performance of the health infrastructures of the countries in the fight against Covid-19, and in the second stage, the effect of public measures on the performance scores was evaluated. As a result, it has been seen that the most successful countries in the fight against the pandemic are Austria, Denmark, and Lithuania. On the other hand, America, France, and Belgium were found to be the most unsuccessful countries. It has been determined that public measures generally have a positive effect on the performance of countries fighting Covid-19.</p>
<p>Anahtar Kelimeler: Covid-19, Kamusal Tedbir ve Kısıtlamalar, İki Aşamalı Veri Zarflama Analizi</p>	<p>Keywords: Covid-19, Public Restrictions and Measures, Two-Stage Bootstrap Data Envelopment Analysis</p>
<p>JEL Kodları: I11, I18, H51</p>	<p>JEL Codes: I11, I18, H51</p>

Araştırma ve

Yayın Etiği Beyanı

Bu çalışma bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmıştır.

Yazarların

Makaleye Olan Katkıları

Tüm yazarların makaleye katkısı eşit düzeydedir.

Çıkar Beyanı

Yazarlar açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, Düzce Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı, gupsesevdayalcin@gmail.com

² Doç. Dr., Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi Sağlık Yönetimi Bölümü, oguzkara@düzce.edu.tr

³ Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İ.İ.B.F, İktisat Bölümü, uzeyir.aydin@deu.edu.tr

1. Giriş

Salgınlar, kısa bir zaman dilimi içerisinde insanların ve diğer canlıların büyük bir bölümüne bulaşan hastalık türüdür. Pandemi kavramı belli bir bölge ile sınırlı olmayıp bulaşıcılığı hızlı olan ve dünya çapında etkili olan salgınlar için kullanılmaktadır (Morens vd., 2009: 1019). Dünya Sağlık Örgütü 11 Mart 2020 tarihinde Covid-19'u pandemik bir hastalık olarak kamuoyuna duyurmuştur (Jee, 2020: 4). İnsanlık tarihi boyunca belirli aralıklar ile ortaya çıkan salgınlar, toplumlar üzerinde kalıcı ve derin etkiler oluşturmuştur. Bu salgınlar sadece büyük çaplı ölümler ile sonuçlanmamış aynı zamanda toplumların politik, ekonomik ve sosyal yönlerini de şekillendirmiştir (Huremović, 2019: 7). Covid-19 pandemisi geniş çaplı ve hızlı yayılımı ile ülkelerin sağlık altyapılarını ve yönetsel kapasitelerini test etmekte olan bir hastalıktır.

Ülkeler, salgını kontrol altına alabilmek için vakaların tespiti ve tedavi edilmesi gibi süreçler ile eş zamanlı olarak hastalığın daha fazla yayılmasını önlenmek için bir takım kamusal tedbir ve kısıtlamaları uygulamaya koymaktadırlar. Salgına karşı bazı ülkeler daha sert (radikal) önlemleri hayata geçirirken bazı ülkeler ise daha yumuşak stratejiler izlemektedir. Bu yönetsel farklar salgınlar sonucunda ortaya çıkan vaka, ölüm ve iyileşen hasta sayısı gibi farklı sağlık çıktılarının ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Her ülke farklı sağlık sistemleri uygulasa da temelde üç farklı sağlık sistemi bulunmaktadır. Beveridge, Bismarck ve karma sistem. Kapsayıcı tip sağlık sistemi yani Beveridge modeli sağlık hizmetlerinde kamu kaynaklı bir finansman tipidir. Bu modelin amacı sağlık hizmetlerinde kullanılacak kaynakların ülkenin tüm vatandaşlarından vergiler yoluyla toplanması buna ek olarak sağlık hizmetleri giderlerinin de kamunun bütçesinden sağlanmasıdır (Bayram, 2011: 14). Bismarck Modeli olarak bilinen sistem, prim gelirlerine dayalı sosyal sigorta uygulamalarını kapsamaktadır (Sargutan, 2005: 419). Modele göre tüm çalışanların sisteme katılımını zorunlu kılınmıştır. Primler bireylerin her ay bordrosundan veya ücretinden otomatik olarak kesilerek toplanmaktadır. Karma tipi sağlık sistemi, Beveridge, Bismarck ve diğer sağlık sistemlerinin belirli özelliklerini kapsayan bir modeldir. Karma tipi sağlık sisteminin finansmanı, işçi ücretlerinin belirli bir yüzdesi üzerinden işverenleri aracılığıyla sağlanmaktadır. Bireyler sağlık hizmetlerini hem kamu sağlık kuruluşlarından hem de kâr amacı güden özel sağlık kurumlarından alabilmektedir. Ülkelerin benimsediği sağlık sistemi ve sağlık altyapıları pandemi ile mücadeledeki politika tercihleri üzerinde etkili olduğu düşünülmektedir.

Her ülke Covid-19 pandemi süreci ile mücadele edebilmek için bir takım kısıtlama ve tedbirlere başvurmuştur. Pandemi sürecinde kamusal tedbirlerin etkili bir şekilde uygulanması bu ülkelerin ekonomik ve sosyal koşulları ile yakından ilişkilidir. Salgının yayılımını önlemek için hükümetlerce uygulanan kısıtlama ve tedbirlerin başarısı birçok faktöre bağlı olarak değişebilmektedir. Bu faktörlerden en önemlisi halkın ve işletmelerin tedbirlere karşı gösterdiği toplumsal refleks olduğu düşünülmektedir.

Pandemi dönemlerinde işyerlerine yönelik kısıtlamalar, çalışanların daha az gelir elde etmelerine ve esnek çalışma düzeninden kaynaklanan hane halkı harcamalarının artmasına neden olmaktadır. Kamusal kısıtlamaların dozajına bağlı olarak perakende, endüstriyel üretim, turizm, ulaşım ve nakliye sektörü başta olmak üzere birçok sektörde refah kayıpları yaşanmıştır. Hükümetlerin pandemi nedeniyle bozulan ekonomik yapının düzeltilmesi ve pandemiden etkilenen gruplara yönelik telef edici mali ve parasal politikalar uygulaması devlet bütçelerine ilave yükler getirmiştir.

Pandemilerin ekonomik etkilerinin yanında önemli sosyal etkileri de bulunmaktadır. Salgının kolayca yayılmasında en önemli parametre olan bulaşıcılık özelliğinin minimuma indirilebilmesi için toplumsal bazı tedbirlerin uygulanması kaçınılmaz olmuştur. Hükümetlerin pandemi ile mücadele kapsamında yaptığı kısıtlamalara işyeri kapanışları, halka açık etkinliklerin iptali, sokağa çıkma sınırlamaları, sportif etkinliklerin iptali, ulusal ve uluslararası seyahat kısıtlamaları örnek olarak verilebilir. Birçok ülke vatandaşlarına “evde kal”, “hayat eve sığar” ve “mesafeli sosyal yaşam” çağrılarını yaparak uygulanan tedbirlerin etkinliğini arttırmaya yönelik çaba sarf ettikleri görülmektedir.

Covid-19 pandemi sürecinde hükümetlerin başarısı, salgınlara karşı alınan tedbirlerin ne ölçüde karlılıkla yürütülebildiğine ve toplumların da pandemiye karşı nasıl bir tutum sergilediğine bağlıdır. Bu çalışmada ülkelerin pandemi süreci ile mücadeledeki performansları iki aşamalı olarak analiz edilmiştir. Pandemi ile mücadelede ülkelerin sağlık sistemlerinin ve alt yapılarının ne derecede etkin kullanıldığı birinci aşamada bootstrap tahminli veri zarflama analizi ile incelenmiştir. İkinci aşamada ise Simar ve Wilson (2007) metodolojisinden hareketle hükümetlerin sosyal ve ekonomik alana yönelik uyguladığı kısıtlayıcı tedbirlerin pandemi ile mücadeledeki etkisi kesikli regresyon analiz yöntemi ile belirlenmiştir.

2. Veri Seti ve Yöntem

2.1. Veri Seti

Covid-19 pandemisi ile mücadelede ülkelerin nispi performansını ölçmek ve hükümetlerin uyguladığı kamusal tedbirlerin pandemi ile mücadeledeki etkisini belirlemek amacıyla iki aşamalı Veri Zarflama Analizi kullanılmıştır. Her iki aşamada kullanılan değişkenler 01.04.2020 ile 15.06.2021 tarihleri arasındaki 63 haftalık dönemi kapsamaktadır. Analize toplam 31 ülke dâhil edilmiştir. Başlangıç döneminin Nisan 2020 olarak belirlenmesinin temel nedeni Covid-19 vakalarının tüm ülkelerde görülmeye başlamasıdır. Haziran 2021’den sonra ise ülkelerde aşılama süreçleri başlamıştır. Aşıya erişim konusunda ülkeler arasında belirgin adaletsizlikler olduğu için ülkelerin pandemi ile mücadele performansını sağlıklı bir şekilde kıyaslayabilmek için aşılama öncesi dönem esas alınmıştır.

Çalışmanın her iki aşamada kullanılan veriler: haftalık toplam düzeltilmiş yeni vaka sayısı, haftalık toplam yeni ölüm sayısı, iyileşen hasta sayısı, bulaşıcılık katsayısı, pozitiflik oranı, temas izleme endeksi, sıklık endeksi, hükümet yanıt endeksi, sınırlama ve sağlık endeksi, yaşlı koruma endeksi, halkı bilgilendirme endeksi ve işyeri kapatma endeksi şeklindedir. Her bir değişkenin açıklaması ve veri kaynağı Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1: Veri Seti Tablosu

Değişkenler	Açıklama	Veri Kaynağı
Milyonda Düzeltilen Yeni Vaka	1 milyon kişi başına doğrulanmış yeni COVID-19 vaka sayısını ifade etmektedir. Bu değişken maksimizasyon çözümü için analizlerde 1/Milyonda yeni vaka olarak kullanılmıştır.	Our Word in Data
Düzeltilen Milyon Başına Yeni Ölümler	1 milyon kişi başına COVID-19 kaynaklı yeni ölüm sayısını ifade etmektedir. Bu değişken analizlerde 1/Milyonda yeni ölüm olarak kullanılmıştır.	Our Word in Data
İyileşen Covid-19’lu Hasta Sayısı	Covid-19 tedavisi görüp iyileşen hasta sayısını ifade etmektedir.	Novel Coronavirus (COVID-19) Cases Data Humanitarian Data Exchange (humdata.org)

Yeni Test Sayısı	COVID-19 vakalarını belirlemek için haftalık toplam yeni test sayısını ifade etmektedir.	Our Word in Data ve Ulusal hükümet raporları
Hastanede Yatan Covid-19'lu Hasta Sayısı	Haftalık hastaneye yatan Covid-19 hasta sayısını ifade etmektedir.	Our Word in Data
Yoğun Bakım Ünitesi Hastaları	Yoğun bakım ünitelerinde yatan Covid-19 hasta sayısını ifade etmektedir.	Our Word in Data
Bulaşıcılık Katsayısı	SIR modeli ile elde edilmiş enfekte birey sayısındaki büyüme oranını ifade etmektedir. Bu oran 1'den küçükse bulaş katsayısı düşük birden büyükse bulaş katsayısı yüksektir. Ayrıntı için bakınız Marioli vd. (2020)	Our Word in Data
Pozitiflik Oranı	Ortalama pozitif vakaların toplam test sayısına oranını ifade etmektedir. Bu oranın artması pozitif vaka oranının artması anlamına gelmektedir.	Our Word in Data
Sıklık Endeksi	Hükümetin okul kapanışları, işyeri kapanışları, halka açık etkinliklerin iptali, halka açık toplantılar üzerindeki kısıtlamalar, toplu taşımanın kaldırılması, sokağa çıkma sınırlaması, halkı bilgilendirme kampanyaları ve ulusal/uluslararası seyahat yasakları dâhil olmak üzere 9 göstergeye dayalı olarak oluşturulan bileşik bir endekstir. Bu endeks 0 ile 100 aralığında olup 100'e yaklaştıkça hükümetin katı, 0'a yaklaştıkça gevşek bir tutum izlediği anlaşılmaktadır.	COVID-19 Government Response Tracker Blavatnik School of Government (ox.ac.uk)
Hükümet Yanıt Endeksi	Hükümetin Covid-19 göstergeleri karşısında gösterdiği tepkiyi 16 parametre çerçevesinde ölçen bir endekstir. Endeks 0-100 arasında olup 100'e yaklaştıkça hükümetin Covid-19'a karşı daha duyarlı (tepkili) olduğunu göstermektedir.	COVID-19 (ox.ac.uk)
Sınırlama ve Sağlık Endeksi	Bu endeks sıklık endeksine ilave olarak 4 sağlık göstergesini (test politikası, temas takibi, maske zorunluluğu ve aşılama politikası) hesaplamaya dahil eden bir endekstir. Bu endeks 0'ıla 100 arasında olup 100'e yaklaştıkça sınırlamaların katılaştığını gösterir.	COVID-19 (ox.ac.uk)
Temas İzleme	Pozitif vaka teşhis edildikten sonra temas takibine (filyasyon) ilişkin hükümet politikasını ifade etmektedir. Temas izleme politikası izlenmemiş ise 1, sınırlı takip yapılmış ise 2 ve kapsamlı takip yapılmış ise 3 değerini alır. Endeks 3'e yaklaştıkça temas izlemenin kapsamı artmaktadır.	COVID-19 (ox.ac.uk)
Yaşlı Koruma	Uzun süreli bakım tesislerinde kalan (huzur evi gibi) yaşlılara yönelik ziyaret ve benzeri kısıtlamaları ifade etmektedir. Bu değışkende 1 önlem alınmadığını, 2 yaşlılarda evde kalmaları için önerilen izolasyon, hijyen ve ziyaretçi kısıtlama gibi önlemlerin alındığını gösterir. Endeks değeri 3 izolasyon, hijyen için dar kısıtlamalar, dışarıdan gelen ziyaretçilere yönelik bazı kısıtlamalar ve/veya evde yaşlıları koruyan kısıtlamalar alındığını, 4 ise izolasyon ve hijyen için kapsamlı kısıtlamalar, zorunlu olmayan tüm harici ziyaretçilerin yasaklanması ve/veya tüm yaşlıların evde kalmaları ve minimum istisnalar dışında evden çıkmamaları ve dışarıdan ziyaretçi kabul etmemeleri yönünde tedbir alındığını ifade etmektedir. Endeks 4'e yaklaştıkça yaşlılara yönelik tedbirlerin arttırıldığını ifade eder.	COVID-19 (ox.ac.uk)

Halkı Bilgilendirme	Covid-19'a yönelik koordineli bir kampanyanın ne oranda yürütüldüğünü gösteren bir endekstir. Bu endekste duyurular için bir web sitesini, bir kampanyanın resmi duyurusunu veya basın açıklamasını veya bir kampanyanın hükümet ve sağlık departmanının sosyal medya duyurularını içerir. Bu endekste 0 Covid-19'a yönelik halkı bilgilendirme kampanyası yürütülmediği, 1 Kamu görevlilerinin Covid-19 konusunda dikkatli olması çağrısını, 2 koordineli kamu bilgilendirme kampanyasını örneğin web ve sosyal medya üzerinden yürütülen bilgilendirme yapıldığını ifade eder. Endeks 2'ye yaklaştıkça bilgilendirmenin dozajı artmaktadır.	COVID-19 (ox.ac.uk)
İşyeri Kapatma	Hükümetin Covid-19 nedeni ile işyeri kapatmaya yönelik önlemlerini içeren bir endekstir. Bu değişkenin 0 değeri alması işyerlerine yönelik herhangi bir önlem alınmadığını, 1 Covid-19 nedeniyle evden çalışma veya tüm iş yerlerinin açık olduğunu, 2 bazı sektörlerde iş kapatma veya evden çalışma olduğunu, 3 zorunlu olmayan tüm iş yerlerinin kapatılması veya evden çalışmanın sağlandığını ifade eder.	COVID-19 (ox.ac.uk)

Not: Our Word in Data kaynağı için erişim linki: [covid-19-data/public/data at master · ovid/covid-19-data · GitHub](https://github.com/OxCGRT/covid-19-data). Veri setinde yer alan kamusal kısıtlama endekslerinin hesaplanması ve yorumlanması ile ilgili detaylar için bakınız OxCGRT Coding Interpretation Guide (https://github.com/OxCGRT/covid-policy-tracker/blob/master/documentation/interpretation_guide.md)

Birinci aşama ülkelerin Covid-19 ile mücadeledeki nispi performansını ölçmek için iki model kurgulanmıştır. İlk modelde ülkelerin ölüm ve vaka sayılarını minimuma indirebilme başarısı ölçülürken ikinci modelde ülkelerin hasta iyileştirebilme başarısı ölçülmek istenmiştir. Her iki modelde girdi değişkenleri ülkelerin sağlık altyapılarını ölçecek şekilde belirlenmiştir. İkinci aşamada ise kamusal tedbir ve kısıtlamaların ülkelerin Covid-19 ile mücadele performansı üzerindeki etkisi ölçülecek şekilde kurgulanmıştır. İkinci aşamanın bağımlı değişkeni birinci aşamada elde edilen etkinlik skorlarıdır. Böylece birinci aşama sonuçları ikinci aşama ile birleştirilmiştir. Her iki aşamada kullanılan değişkenler aşağıdaki Tablo 2'de özetlenmiştir.

Tablo 2: Değişken Tanımları

Birinci Aşama (Bootstrap Veri Zarflama Analizi)		
	Çıktı Değişkenleri	Girdi Değişkenleri
Birinci Model	- Yeni Ölüm Sayısı - Yeni Vaka Sayısı	- Yeni Test Sayısı - Hastaneden Yatan Covid-19'lu Hasta Sayısı - Yoğun bakımda Yatan Covid-19'lu Hasta Sayısı
	Çıktı Değişkenleri	Girdi Değişkenleri
İkinci Model	İyileşen Sayısı	- Yeni Test Sayısı - Hastaneden Yatan Covid-19'lu Hasta Sayısı - Yoğun bakımda Yatan Covid-19'lu Hasta Sayısı
İkinci Aşama (Simar Wilson) Kesikli Regresyon Analizi		
	Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken
Birinci Model	- Birinci Aşama Birinci Model Teknik Etkinlik Skoru	- Bulaşıcılık Katsayısı - Pozitiflik Oranı - Sıklık Endeksi - Hükümet Yanıt Endeksi
İkinci Model	- Birinci Aşama İkinci Model Teknik Etkinlik Skoru	- Sınırlama ve Sağlık Endeksi - Yaşlı Koruma Endeksi - İşyeri Kapama Endeksi

Not: Her iki aşamanın birinci modelinde analize dâhil edilen 31 ülke sırasıyla Belçika, Estonya, Fransa, İtalya, Lüksemburg, Slovenya, Kanada, Kıbrıs, İngiltere, Portekiz, Avusturya, Bulgaristan, İrlanda, Finlandiya, Danimarka, İsrail, Hırvatistan, Letonya, Macaristan, Hollanda, Çekya, Almanya, Norveç, Litvanya, Polonya, Slovakya, İspanya, Romanya, Amerika, İsveç ve Türkiye şeklindedir. İkinci modelde analize dâhil edilen ülkeler sırasıyla Belçika, Estonya, Fransa, İtalya, Lüksemburg, Slovenya, Kanada, Portekiz, Avusturya, Bulgaristan, Danimarka, İsrail, Hırvatistan, Letonya, Macaristan, Hollanda, Çekya, Almanya, Polonya, Slovakya, Romanya, Amerika, İsveç ve Türkiye şeklindedir.

2.2. Yöntem

2.2.1. Bootstrap Tahminli Veri Zarflama Analizi (Birinci Aşama)

Birinci aşamada Covid-19 ile mücadelede ülkelerin nispi başarısını ölçmek için Bootstrap tahminli Veri Zarflama (VZA) Analiz yöntemi kullanılmıştır. VZA, karar birimlerinin etkinliğinin ölçülmesinde yaygın olarak kullanılan bir yaklaşımdır. Parametrik olmayan bir yöntem olan VZA yaklaşımı, benzer ölçekteki birimleri birbiriyle kıyaslayarak sadece teknik etkinliği ölçmektedir (Banker vd., 1984: 1084). Charnes, Cooper ve Rhodes'ın, ölçüğe göre sabit getiri altında ileri sürdüğü CCR modeline Banker vd. (1984) konvekslik kısıtını ekleyerek BCC modelini oluşturmuşlardır. Primal bir BCC modeli aşağıdaki şekilde ifade edilir.

$$\max h_k = \sum_{r=1}^s u_{rk} Y_{rk} - u_0 \quad (1)$$

Kısıtlar:

$$\sum_{r=1}^s u_{rk} Y_{rj} - u_0 - \sum_{i=1}^m v_{ik} X_{ij} \leq 0; \quad j = 1, \dots, n \quad (2)$$

$$\sum_{i=1}^m v_{jk} X_{ik} = 1 \quad (3)$$

$$u_{rk} \geq 0; \quad r = 1, \dots, s \quad v_{ik} \geq 0; \quad r = 1, \dots, m \quad (4)$$

$$u_0 \text{ urs} \quad (5)$$

Modelde amaç ağırlıklandırılmış çıktıların toplam ağırlıklandırılmış girdilere oranını maksimize etmektir (Ramanathan, 2003: 26). k karar biriminin i girdi ve r çıktıları için vereceği ağırlıklar v_{ik} ve u_{rk} olarak gösterilmektedir. Tahmin edilen etkinlik skorunun 1'e eşit karar biriminin teknik etkin olduğu göstermektedir.

Simar ve Wilson (2008)'a göre yukarıdaki VZA tahmincileri başlangıç itibarıyla sapmalı olduğunu belirtmiştir. Sapmalı etkinlik skorlarını düzeltmek ve tahmin etmek amacıyla Efron, (1979) bootstrap tekniğine dayalı bir yaklaşım geliştirmiştir (Efron, 1979: 1-26; Dolu ve Ekinci, 2020: 2011). Orijinal VZA tahmincisinden $\hat{\lambda}_{CRS}(x, y)$ hareketle, bootstrap sapma tahmin değerleri aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Halkos ve Trezemes, 2013: 111):

$$B\hat{I}AS_B(\hat{\lambda}_{CRS}(x, y)) = B^{-1} \sum_{b=1}^B \hat{\lambda}_{CRS,b}^*(x, y) - \hat{\lambda}_{CRS}(x, y) \quad (6)$$

Eşitlikte $\hat{\lambda}_{CRS,b}^*(x, y)$ bootstrap değerini, b ise bootstrap tekrar sayısını göstermektedir. Sapması-düzeltilmiş tahminci $\lambda(x, y)$, aşağıdaki gibi hesaplanabilir:

$$\begin{aligned} \hat{\lambda}_{CRS}(x, y) &= \hat{\lambda}_{CRS}(x, y) - B\hat{I}AS_B(\hat{\lambda}_{CRS}(x, y)) \quad (7) \\ &= 2\hat{\lambda}_{CRS}(x, y) - B^{-1} \sum_{b=1}^B \hat{\lambda}_{CRS,b}^*(x, y) \end{aligned}$$

2.2.2 Simar ve Wilson Yöntemi (ikinci Aşama)

VZA etkinlik skorları parametrik olmayan yapısından dolayı etkinliğin ya da etkinsizliğin kaynaklarını açıklamada yetersiz kalmaktadırlar (Simar ve Wilson, 2007: 37). Simar ve Wilson (2007) VZA etkinlik skorlarının, başlangıç itibarıyla korelasyonlu olduğunu öne sürmektedir (Simar ve Wilson 2007: 38). Etkinlik değerlerinin bir alt (0) ve üst (1) limiti olduğu fikrinden hareketle bootstrapped (yeniden örnekleme) truncated (kesikli) regresyon modelinin ikinci aşamada kullanılmasını önermiştir. Simar ve Wilson yöntemi, birinci aşamada bootstrap algoritması ile tahmin edilen sapması düzeltilmiş etkinlik skorlarının, ikinci aşamada bağımsız değişkenlere karşı regrese edilmesini içerir. Böylece sapmalı etkinlik skorları düzeltilirken, kesikli regresyon modelinde karşılaşılan otokorelasyon problemi de bootstrap tekniği ile kontrol edilmektedir (Simar ve Wilson, 2007: 42). Simar Wilson (2002) tarafından geliştirilen ve çift yönlü bootstrap kesikli regresyona dayanan Algoritma 2 tahmin yöntemi aşağıdaki gibi özetlenebilir (Simar Wilson 2007: 42-43):

Algoritma 2:

1. Eşitlik 1’de yer alan fonksiyon üzerinden her karar verme birimi için $i=1, \dots, N$ ’e kadar teknik etkinlik skorları $\hat{\theta}_i$ hesaplanır.
2. $\hat{\delta}_i > 1$ olduğu durumda maksimum olabilirlik yöntemini kullanarak Z_i ’lerin $\hat{\theta}_i$ ’ler üzerindeki etkisini gösteren kesikli regresyon modelindeki β değerine ait tahmini $\hat{\beta}$ değeri ile σ_i değerinin tahmini $\hat{\sigma}_i$ değerleri elde edilir.
3. $\mathcal{A} = \left\{ (\hat{\beta}^*, \hat{\sigma}_\varepsilon^*) \right\}_{b=1}^{L_1}$ durumunu sağlayan bir dizi bootstrap tahminleri aşağıdaki dört aşama L_1 kadar döngü yapılarak hesaplanır.
 - a) Her bir karar alma birimi için $\varepsilon_i (i = 1, \dots, n)$, soldan kesikli $(1 - Z_i\beta)$ ve $N(0, \hat{\sigma}_\varepsilon^2)$ dağılımından ε_i değerine ulaşılır.
 - b) Her bir karar alma birimi için $i = 1, \dots, n$ değerleri için $\theta_i^* = z_i\hat{\beta} + \varepsilon_i$ regresyonu hesaplanır.
 - c) $i = 1, \dots, n$ değerleri için $x_i^* = x_i$, $y_i^* = y_i\hat{\theta}_i/\theta_i^*$ hesaplanır.
 - d) Eşitlik (1)’de yer alan x_i ve y_i değerleri x_i^* ve y_i^* ile değiştirilerek her bir karar alma birimi için $\hat{\theta}_i^*$ elde edilmektedir.
4. Her bir karar alma birimi için sapması düzeltilmiş etkinlik skorları hesaplanmaktadır. $\hat{\theta}_i = \hat{\theta}_i - \left(\frac{1}{B} \sum_{b=1}^B \hat{\theta}_{ib}^* - \hat{\theta}_i \right)$
5. $\hat{\theta}_i$ ’nin z_i ’nin z_i ’ye göre kesikli regresyonunu bulmak için maksimum olasılık yöntemi kullanılır ve $\hat{\beta}_i$ ve $\hat{\sigma}_i$ değerleri hesaplanır.
6. $\ell = \left\{ (\hat{\beta}^*, \hat{\sigma}_\varepsilon^*) \right\}_{b=1}^{L_2}$ bootstrap tahmini elde etmek için aşağıdaki 3 aşama $B (b = 1, \dots, B)$ kadar döngü için tekrarlanmaktadır.
 - a) 1’den n ’e kadar her bir karar alma birimi i değerleri için $\varepsilon_i (i = 1, \dots, n)$ soldan kesikli $(1 - z_i\hat{\beta})$ ile birlikte $N(0, \hat{\sigma})$ dağılımı ile çekilmektedir.
 - b) 1’den n ’e kadar her bir karar alma birimi i değerleri için $\theta_i^{**} = z_i\hat{\beta} + \varepsilon_i$ regresyonu hesaplanır.
 - c) Maksimum olasılık yöntemi kullanılarak $\delta\theta_i^{**}$ ’nin z_i ’ye göre kesikli regresyonu tahmin edilmekte ve $\hat{\beta}^*$ ve $\hat{\sigma}^*$ değerleri hesaplanır.

7. Son olarak bootstrap sonuçları $(\hat{\beta}_b^*, \hat{\sigma}_b^*, b = 1, \dots, B)$ kullanılarak β ve σ_ε değerlerine ilişkin güven aralıkları oluşturulmaktadır.

4. Analiz Sonuçları

Covid-19 salgını ile mücadelede ülkelerin sağlık altyapılarını ne derece etkin kullandıkları ve uygulanan kamusal tedbir ve kısıtlamaların başarı üzerindeki etkisi analiz edilmiştir. Covid-19 ile mücadelede ülkelerin nispi performanslarını ölçmek için birinci aşamada Botstrap tahminli Veri Zarflamama Analiz Yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3: Bootstrap Tahminli VZA Analiz Sonuçları (Birinci ve İkinci Model)

Birinci Model (Vaka ve Ölüm Sayısı Çıktı)		İkinci Model (İyileşen Sayısı Çıktı)	
Ülkeler	Teknik Etkinlik Skoru	Ülkeler	Teknik Etkinlik Skoru
Avusturya	0,514853587	Amerika	0,685477865
Danimarka	0,489444013	Danimarka	0,553733472
Litvanya	0,473658948	Avusturya	0,488011935
İrlanda	0,421295507	İsveç	0,454170000
Bulgaristan	0,383279858	Estonya	0,450936365
Hırvatistan	0,378858826	Lüksemburg	0,432457140
Kıbrıs	0,376086729	Slovenya	0,420336180
Letonya	0,354813434	Hollanda	0,403056409
Slovenya	0,353393275	Birleşik Krallık	0,376459021
Finlandiya	0,318229335	İsrail	0,361014464
Macaristan	0,317162434	Polonya	0,345958218
Slovakya	0,316905073	Türkiye	0,343567929
Portekiz	0,312807120	İspanya	0,340589974
Kanada	0,308689102	Slovakya	0,336642888
Estonya	0,272182490	Hırvatistan	0,296925379
Almanya	0,264150579	Çekya	0,293267547
Lüksemburg	0,260897149	İtalya	0,274179940
İsrail	0,260896634	Kanada	0,264634104
Çekya	0,247790127	Letonya	0,240778357
Hollanda	0,246572547	Romanya	0,240726217
Türkiye	0,244229476	Belçika	0,222769928
Romanya	0,233741571	Almanya	0,215995817
Polonya	0,217168270	Bulgaristan	0,207709852
Norveç	0,215496120	Portekiz	0,196468542
İsveç	0,202770082	Litvanya	0,190160949
İngiltere	0,193835272	Macaristan	0,184011225
İspanya	0,189683860	Fransa	0,081852971
İtalya	0,162046905		
Belçika	0,154597798		
Fransa	0,120595179		
Amerika	0,096107007		

Birinci modelden elde edilen sonuçlar incelendiğinde Covid-19 ile mücadele de (ölüm ve vaka sayılarını minimuma indirmede) en başarılı beş ülke sırasıyla Avusturya, Danimarka, Litvanya, İrlanda ve Bulgaristan olduğu görülmektedir. Buna karşılık en başarısız beş ülkenin Amerika, Fransa, Belçika, İtalya, İspanya olduğu tespit edilmiştir. Birinci model sonuçlarına göre Türkiye 31 ülke arasında 21. sırada yer almaktadır. Ayrıca analiz kapsamında ele alınan dönem içerisinde (başlangıç: 01/04/2020 bitiş: 15/06/2021) Covid-19 ile mücadele kapsamında en başarılı olunan haftalar 29. Hafta (12-18/10/2020), 31. Hafta (26/10/2020-01/11/2020), 35. Hafta (23-29/11/2020), 36. Hafta (30/11/2020- 06/12/2020), 50. Hafta (08-14/03/2021), 51.Hafta (15-21/03/2021), 53. Hafta (29/03/2021- 04/04/2021) ve 54.Haftalar (05-11/04/2021) olduğu görülmektedir. En başarısız olunan haftaların ise 3.Hafta (13-19/04/2020), 4.Hafta (20-26/04/2020), 6.Hafta (04-10/05/2020), 7.Hafta (11-17/05/2020), 38.Hafta (14-20/12/2020), 41.Hafta (04-10/01/2021), 42. Hafta (11-17/01/2020), 61. Hafta (24-30/05/2021) ve 63.Hafta (07-13/06/2021) olduğu görülmektedir. Birinci model sonuçları bir bütün olarak incelendiğinde Covid-19 ile mücadele de en başarılı ülkelerin genellikle nüfusunun diğer ülkelere kıyasla daha düşük olduğu ülkeler olduğu görülmüştür. Bu ülkelerde nüfus yoğunluğunun az olması hastalık bulaştırma riskini azaltıcı bir faktör olarak öne çıkmaktadır. Covid-19 ile mücadelede başarının en yüksek olduğu haftaların genellikle ilkbahar ve son bahar dönemlerine denk geldiği buna karşılık mücadelede başarısız olunan haftaların kış ve yaz mevsimlerine denk geldiği görülmektedir. Bu sonuçlar beklentilere uygun olup kış aylarında kapalı ortamlarda daha çok vakit geçirdiği gerçeği ile yaz aylarında ise kısıtlama tedbirlerinin gevşetilmesi ile sosyal mesafe kurallarının ihlal edildiği gerçeği örtüşmektedir.

İkinci model etkinlik sonuçlarına göre iyileşen hasta sayısı açısından en başarılı 5 ülkenin sırasıyla ABD, Danimarka, Avusturya, İsveç ve Estonya olduğu görülmektedir. Buna karşılık en başarısız ülkelerin sırasıyla Fransa, Macaristan, Litvanya, Portekiz ve Bulgaristan olduğu belirlenmiştir. Yapılan çalışmada Türkiye iyileşen hasta sayısı referans alındığında 31 ülke kapsamında 12. sırada yer aldığı görülmektedir. İyileşen hasta sayısını referans alan ikinci model, zaman aralığı açısından, incelendiğinde ise en başarılı haftalar sırasıyla 5. Hafta (27/04/2020 ile 03/05/2020), 6.Hafta (04-10/05/2020), 7.Hafta (11-17/05/2020), 29. Hafta (12-18/10/2020), 36.Hafta (30/11/2020-06/12/2020) ve 41. Hafta (04-10/01/2021) olduğu tespit edilmiştir. Buna karşılık iyileşen sayısının az olduğu haftalar sırasıyla 4. Hafta (20-26/04/2020), 9.Hafta (25-31/05/2020), 12.Hafta (15-21/06/2020), 14. Hafta (29/06/2020-05/07/2020), 16. Hafta (13-19/07/2020) 32.Hafta (02-08/11/2020) ve 50.Hafta (08-14/03/2021) haftalar olduğu görülmüştür.

Analizin ikinci aşamasında birinci aşamada elde edilen etkinlik skorlarına (dönem ortalaması) etki eden içsel ve dışsal parametreler Simar ve Wilson metodolojisi kullanılarak belirlenmiştir. İkinci aşamanın birinci modelinde ölüm ve vaka sayılarını minimize etmede ülkelerin başarı skorları bağımlı değişken olarak alınmış ve bu başarıya etki eden kamusal tedbir ve kısıtlamaları içeren değişkenler kesikli regresyon analizi kullanılarak modellenmiştir.

Tablo 4: Birinci Model Kesikli Regresyon Analiz Sonuçları

Truncated regression		Number of obs: 1,920				
Limit: lower = 0		Wald chi2(9): 167,92				
upper = 1		Prob > chi2: 0,00				
		Log likelihood= 635,45378				
Değişkenler	Katsayı	Bootsrap Std. Err.	z	p> z	Normal- based (95% Conf. Interval)	
Bulaşıcılık Katsayısı	0,5546	0,20196	2,75	0,006	0,158769	0,95042
Pozitiflik Oranı	-4,2142	1,17219	-3,60	0,000	-6,511672	-1,91670
Sıklık Endeksi	-0,0243	0,00822	-2,95	0,003	-0,040360	-0,00810
Hükümet Yanıt End.	0,0490	0,01684	2,91	0,004	0,016063	0,08205
Sınırlama Endeksi	-0,0133	0,01350	-0,98	0,326	-0,039708	0,01320
Temas İzleme	0,1636	0,08182	2,00	0,046	0,003275	0,32401
Yaşlı Koruma	-0,1681	0,06617	-2,54	0,011	-0,297803	-0,03840
Halkı Bilgilendirme	-0,9613	0,26267	-3,69	0,000	-1,472222	-0,45040
İşyeri Kapatma	0,1352	0,06563	2,06	0,039	0,006581	0,26383
_cons	0,0677	0,39746	0,17	0,865	-0,711233	0,84676
/sigma	0,5686	0,07700	8,01	0,000	0,429610	0,70775

Birinci model Simar ve Wilson sonuçlarına göre Bulaşıcılık Katsayısındaki artışlar ülkelerin Covid-19 ile mücadeledeki performanslarını arttırmaktadır. Bu oranın pozitif çıkmasının nedeni bulaş hızının yüksek olduğu durumlarda vaka tespitinin kolaylığı ve sağlık merkezlerinde vakalara özel bölümlerin ayrılmasının neden olduğu düşünülmektedir. Bulaş katsayısının artmasıyla birlikte salgının görünürlüğü artmakta bu da Covid-19 ile mücadeleyi kolaylaştırmaktadır. Ayrıca bulaş katsayısının artmasıyla sürü bağışıklığı kazanan halkın antikor seviyelerindeki artış Covid-19 ile mücadeleyi arttırdığı düşünülebilir.

Pozitiflik Oranındaki artışlar, Covid-19'la mücadelede ülkelerin başarısını negatif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Pozitiflik oranına bağlı olarak yoğun bakım ünitelerindeki doluluk oranları artmakta, gerekli tıbbi cihaz ve ekipmanların yetersiz kalmakta ve sağlık personelinin iş yükü aşırı artmaktadır. Aynı zamanda pozitiflik oranının Covid-19'la mücadeleyi olumsuz etkilemesinin bir başka nedeni pozitif vakaların tespiti yapıncaya kadar virüsü toplumdaki sağlıklı bireylere bulaştırma ihtimalinin yüksek olduğu söylenebilir.

Sıklık endeksi hükümetlerin Covid-19'un yayılımını engellemek amacıyla 9 parametreden oluşan bir dizi tedbiri ifade eden bir endekstir. Bu endekste artışlar hükümet tarafından alınan tedbirlerin sıklaştığını ifade etmektedir. Analiz sonuçlarına göre, Sıklık Endekslerindeki artışların Covid-19 ile mücadelede ülkelerin performanslarını olumsuz yönde etkilediği anlaşılmaktadır. Beklentilerin tersine olan bu sonuca kısıtlamalar karşı halkın gösterdiği olumsuz tepkilerin yol açtığı düşünülmektedir. Halkın kişisel özgürlüklerin kısıtlanmasına direnç göstermesi, hükümetlerin etkili denetim mekanizmalarını işletmemesi ve kısıtlama nedeniyle evlerde kapalı ortamlarda kalmanın bulaşıcılığı artırması ilişkinin ters yönlü çıkmasına neden olduğu düşünülmektedir.

Hükümet yanıt endeksi 16 parametreye ölçülen bir endekstir. Hükümetlerin Covid-19 vaka artışları karşısında gösterdiği tepkiyi ölçmektedir. Bu endekslerdeki artışlar hükümetlerin tedbirleri arttırdığı ve hızlıca devreye soktuğu anlamına gelmektedir. Analiz sonuçlarına göre

hükümet yanıt endeksindeki artışların ülkelerin salgınla mücadeledeki başarısını olumlu yönde etkilediği görülmektedir. Bu sonuç beklentilere uygun olup ülkelerin vaka ve ölüm sayılarındaki artışlar karşısında tedbirleri kısa sürede uygulamaya geçirebildikleri anlaşılmaktadır. Ayrıca Dünya Sağlık Örgütü'nün açıklamaları ve ülkelerde uygulanan kısıtlamaların diğer ülkelerce örnek teşkil ederek hükümetlerin tedbirleri alma ve uygulama hızını arttırdığı düşünülmektedir.

Sınırlama ve sağlık endeksi bu endeks sıklık endeksinde ilave olarak 4 sağlık göstergesini (Bakınız Tablo: 1) içeren bir endekstir ve endeksteeki artışlar sınırlamaların katıldığı ifade etmektedir. Sınırlama endeksi ile ülke performansları arasında negatif bir ilişki olsa da bu ilişki istatistiksel olarak anlamlı değildir. Fakat sıklık endeksiyle benzer bir eğilim taşıdığı ifade edilebilir. Sıklık ve sağlık endeksinin istatistiksel olarak anlamsız çıkması da beklenen bir durumdur. Her ülkenin sağlık açısından insan kaynağının farklı olması, sağlık altyapılarının, organizasyon yeteneklerinin, milli gelir düzeylerinin, sağlık sistemlerinin, tedbirlere karşı gösterilen toplumsal refleksin ve kültürel yapılarıdaki farklılıkların olması etkinin belirsiz olmasına neden olduğu değerlendirilmektedir.

Temas izleme değişkeni hükümetlerin pozitif vaka teşhisinden sonra bu vakaların temaslı olduğu kişilerin takibini gösteren politikaları içerir. Analiz sonuçlarına göre temas izleme (filyasyon) arttıkça teorik beklentiye uygun olarak hükümetlerin Covid-19 ile mücadele performansları artmaktadır. Etkili temas izleme sayesinde sağlıklı bireylerin hastalanmalarının önüne geçilerek Covid-19 pandemisiyle yürütülen mücadelenin olumlu yönde etkilenmesi sağlanmıştır.

Yaşlı koruma değişkeni uzun süreli bakım tesislerinde kalan yaşlılara yönelik ziyaret ve dışarı çıkma gibi kısıtlamaları ifade eden bir endekstir. Bu endeksteeki artışlar yaşlılara yönelik korumaların arttığını ifade eder. Analiz sonuçlarına göre Yaşlı Koruma tedbirlerinin artması Covid-19 ile mücadelede ülkelerin performanslarını negatif yönde etkilediği anlaşılmaktadır. Beklentilerin aksine olan bu durum Covid-19'ün özellikle belirli bir yaşın üzerinde olan kesime olan yıkıcı etkisinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Pandemi döneminde uzun süreli bakım hizmetini yürütecek personel sayısının azalması, yaşlılara yönelik yeterli bakım hizmetinin verilememesi, yaşlı nüfusta kronik rahatsızlıkların fazla olması, tedarik zincirindeki aksamalar ve yaşlıların yeterli beslenememeleri gibi risklerdeki artışların beklenin aksine bir durum oluşmasına yol açtığı düşünülmektedir. Ayrıca yaşlıların kısıtlama tedbirleri nedeniyle fiziksel ve sosyal aktivite imkânlarının azalması da genel sağlık durumlarının olumsuz etkilenmesine yol açtığı değerlendirilebilir.

Halkı bilgilendirme değişkeni hükümetlerin salgına yönelik olarak yürüttüğü politikaların basın ve internet aracılığı ile halka ne oranda duyurulduğunu gösteren bir endekstir. Bu endeklerdeki artışlar hükümetlerin daha kapsamlı bir bilgilendirme politika kampanyası izlediğini ifade eder. Analiz sonuçlarına göre halkı yönelik bilgilendirme kampanyalarının artması ülkelerin Covid-19 ile mücadelesindeki başarıyı azalttığı görülmektedir. Bu sonuç beklentilere aykırı olup sosyal medya üzerinden yürütülen salgın karşıtı fikirlerin ve halk arasında salgına yönelik bilincin yeterince doğru ifade edilemediğini göstermektedir. Ayrıca sosyal yaşantısının ve alışkanlıklarının kısıtlanmasına tepki gösteren halkın uyarıları dikkate almadığı şeklinde yorumlanabilir.

İşyeri kapatma değişkeni, hükümetlerin salgının yayılımını engellemek maksadıyla işyerlerine yönelik uyguladığı tedbirleri gösteren bir endekstir. Bu endekslerdeki artışlar kısıtlamaya tabi tutulan işyeri artışını ifade eder. Analiz sonuçlarına göre işyeri kapatma endekslerindeki artışların ülkelerin Covid-19 ile mücadelesindeki başarıyı arttırdığı görülmektedir. Bu sonuç beklentilere uygun olup başta AVM, kuaför, restoran, spor salonları ve kafe gibi sosyal mesafenin dikkate alınmadığı işyerlerine yönelik sınırlama ve kısıtlamaların insanların birbirleri ile temas etme ihtimalini azalttığı anlamına gelmektedir.

Covid-19 ile mücadelede ülkelerin iyileşen hasta performansındaki nispi başarısı ikinci model ile ifade edilmiştir. Simar ve Wilson yöntemi kullanılarak ülkelerin hasta iyileştirme performansına yönelik etkinlik skorları bağımlı değişken olarak alınmış ve bu başarıya etki eden içsel ve dışsal parametreler analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlar aşağıda Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5: İkinci Model Kesikli Regresyon Analiz Sonuçları

Truncated regression		Number of obs: 1,667				
Limit: lower = 0		Wald chi2(9): 75,91				
upper = 1		Prob > chi2: 0,00				
		Log likelihood = 377,57264				
Değişkenler	Katsayı	Bootsrap Std, Err,	z	p > z	Normal-based (95% Conf, Interval)	
Bulaşıcılık Katsayısı	-0,282073	0,0781782	-3,61	0,000	-0,435300	-0,128847
Pozitiflik Oranı	0,603901	0,2039956	2,96	0,003	0,204077	1,003725
Sıklık Endeksi	-0,000776	0,0027596	-0,28	0,778	-0,006185	0,004632
Hükümet Yanıt End,	0,030450	0,0070494	4,32	0,000	0,166342	0,044267
Sınırlama Endeksi	-0,028865	0,0067005	-4,31	0,000	-0,041998	-0,015732
Temas İzleme	-0,154209	0,0383528	-4,02	0,000	-0,229379	-0,079039
Yaşlı Koruma	0,089146	0,0211268	4,22	0,000	0,047738	0,130554
Halkı Bilgilendirme	0,503460	0,0861538	5,84	0,000	0,334602	0,672318
İşyeri Kapatma	-0,062158	0,0364070	-1,71	0,088	-0,133514	0,009198
_cons	-0,520900	0,2436141	-2,14	0,032	-0,998375	-0,043425
/sigma	0,385450	0,0245636	15,69	0,000	0,337306	0,433594

Tablo 5 incelendiğinde bulaş katsayısı arttıkça iyileşen hasta sayısının azaldığı görülmektedir. Beklentilere uygun olan bu sonuç, hastane yataklarının, sağlık personelinin ve tıbbi malzemelerin artan bulaşıcılık katsayısı sonucunda enfekte olan hastalara yetememesinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Hastaneye ve hastane içinde yoğun bakım ünitelerine alınamayan hastaların evde iyileşme süreleri uzadığından iyileşen hasta sayısı olumsuz etkilediği öngörülmektedir.

Pozitiflik oran değişkeni ile ülkelerin hasta iyileştirme performansları arasında pozitif bir etki olduğu görülmektedir. Bu sonuç beklentilere aykırı gibi gözükse de pozitiflik oranlarındaki artışların ülkelerin salgına yönelik yürüttüğü politikaları daha ciddi uygulanmasına ve sağlık merkezlerinde tedbirlerin artmasına yol açtığı söylenebilir. Bu nedenle pozitiflik oranlarındaki artışlar salgını önlemeye yönelik tedbirlerin artmasına bağlı olarak iyileşen sayısına pozitif yönde katkı sağladığı söylenebilir.

Sıklık endeksi hükümetin okul, işyeri, toplantı vb. etkinlikler üzerindeki kısıtlamaları ifade eden bir endekstir. Bu endekslerdeki artışlar iyileşen hasta bazında ülke performansını olumlu

yönde etkilemesi beklenir. Analiz sonuçlarına göre bu katsayı eksi yönde olduğu fakat istatistiksel olarak anlamsız olduğu görülmektedir. Birinci modelde de ifade edildiği üzere sıklık endeksine etki eden çok sayıda sosyo-ekonomik faktörün bulunması bu endeksin iyileşen hasta sayısı üzerindeki etkisinin belirsiz olmasına yol açtığı düşünülmektedir.

Hükümet Yanıt Endeksi Covid-19 vakalarına karşı hükümetin tedbir alma duyarlılığını ve hızını göstermektedir. Analiz sonuçları incelendiğinde bu endekslerdeki artışın iyileşen hasta performansını olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu ilişki beklentiye uygun olup hükümetlerin Covid-19 pandemisinin ciddiyetinin farkında olduklarını ve sağlık politikasına yönelik düzenlemeleri uyguladıkları anlaşılmaktadır. İletişim araçları ve basın organlarının konuyu yakından takip etmeleri nedeniyle oluşan kamuoyu baskısı, hükümetlerin daha hızlı hareket etmelerine ve tedbirleri hızlıca uygulamalarına katkı sağladığı düşünülmektedir.

Sınırlama ve sağlık endeksi ile ülkelerin hasta iyileştirme performansı arasında negatif bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu ilişkinin negatif olması birçok sebeple açıklanabilir. Temas izleme kapasitesinin artırılması, kısıtlama günlerinde filyasyon çalışmalarının daha etkin yürütülmesi ve pozitif vakalara daha hızlı erişimin sağlanması vaka sayılarının iyileşen hasta sayısına oranla daha fazla artmasına yol açtığı düşünülmektedir. Normal yaşantısında belirti göstermeyen hastaların kısıtlama dönemlerinde kapalı ortamında etkisiyle daha çok kişiyi enfekte ettiği uzmanlarca sıkça dile getirilen bir durumdur.

Temas izleme değişkeni ile ülkelerin hasta iyileştirme performansları arasında negatif yönlü bir sonuç olduğu görülmektedir. Bunun sebebi temas izleme politikasına bağlı olarak daha fazla vakanın tespit edildiği ve sağlık merkezlerindeki yoğunluğun daha çok artmasına yol açtığı ve sağlık personelinin iş yükünün artmasına sebep olduğu düşünülmektedir. Temas izleme politikasının katı bir şekilde uygulanması temaslı bireylerin işgücü kaybı ve sosyal hayatın kısıtlanması endişesiyle durumlarını gizlemelerine yol açmakta bu durum iyileşen hasta sayısının azalmasına yol açtığı düşünülmektedir.

Yaşlı koruma ve halkı bilgilendirme değişkenlerinin ülkelerin hasta iyileştirme performansları üzerinde pozitif yönlü bir etki meydana getirdiği görülmektedir. Hem yaşlı nüfusa yönelik ziyaret ve dışarı çıkma kısıtlamalarının artırılması hem de kamuoyuna salgınla mücadelede uyulması gereken kuralların hatırlatılmasının iyileşen hasta sayısı üzerinde olumlu bir etkisi olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca yaşlı koruma programları sayesinde ileri yaşta bulunan nüfusun sağlık sistemine yük getirmesi (yaşlı kesimin hastanede daha uzun süre tedavi edilmeleri) engellendiğinden iyileşen hasta sayısını olumlu yönde etkilediği değerlendirilmiştir.

İşyeri kapatma endekslerindeki artışların iyileşen hasta sayısı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye yol açmadığı görülmüştür. İşyerlerine yönelik sınırlamaların daha çok bulaş riskini azaltmaya yönelik uygulanan bir politika olması sebebiyle iyileşen hasta sayısından çok vaka ve ölüm sayıları üzerinde etki etmesi beklenmektedir.

5. Tartışma

Bu çalışmadan elde edilen sonuçlar, birçok gelişmiş ülkenin Covid-19 ile mücadelede düşük bir performansla sahip olduğunu göstermiştir. Nitekim literatürdeki benzer bazı çalışmalar Selamzade (2020), Yiğit (2020), Ghasemi (2020), Breitenbach vd. (2020), Seddighi vd. (2020), Eltokhy vd. (2020), Ergülen vd. (2021), Kaman vd. (2021) ve Arsu (2021) elde edilen sonuçları doğrulamaktadır. Genel olarak kamusal tedbirlerin vaka ve ölüm sayıları üzerindeki etkisinin pozitif olmakla birlikte kısmen zayıf olması ekonomik kaygılardan kaynaklandığı düşünülmektedir. Kamusal tedbirler bir yandan ekonomide özellikle düşük gelirli gruplar lehine refah kayıplarına yol açarken diğer yandan salgını kontrol altında tutma çabası arasında ikileme yol açmıştır. Ayrıca bazı ülkelerde halkın kamusal tedbirlere karşı kısmen direnç göstermelerinin analiz sonuçlarına yansıtıldığı düşünülmektedir.

Covid-19 ile birlikte ortaya çıkan bir diğer önemli tartışma konusu ise ekonomik ve sosyal açıdan dünyanın birçok gelişmiş ülkesinin bile salgın karşısında ne kadar kırılgan olduğudur. Bu nedenle salgın sonrası dönemlerde istihdama yönelik politikalar belirlenirken salgın geçişini dikkate alan modeller üzerinde ciddi çalışmaların yapılması gerektiği anlaşılmaktadır.

Dünya Sağlık Örgütü ve birçok bilim insanlarının yayınladığı raporlarda, gelecekte de benzer salgınlarla karşı karşıya kalınacağı öngörülmektedir. Covid-19 sürecinden edinilen tecrübeye bağlı olarak hükümetlerin olası salgınlara karşı her zaman hazır bulunması gerektiği önem kazanmıştır. Covid-19 sürecinde insanların bir kısmı komplo teorilerinin ardına sığınmış ve hükümetlerin izlediği politikalara ya kayıtsız kalmış ya da karşı çıkmıştır. Bu rahat ve karşıt tavırların yanı sıra karar alıcıların gecikmeli veya tutarsız politikaları pandemi ile olan mücadeleyi etkilemiştir. Özellikle, devlet yönetimleri tarafından; toplumun sağlık okuryazarlık seviyesini ve edinilen bilginin gündelik davranışlara aktarılma derecesini artırmaya yönelik planlamaların yapılması ve Koruyucu sağlık hizmetlerine yönelik çalışmaların daha ileri bir aşamaya götürülmesi gerektiği düşünülmektedir.

5. Sonuç

Günümüzde etkisini devam ettiren Covid -19 salgını ilk olarak Aralık 2019 tarihinde Çin’de nedeni ve kaynağı bilinmeyen pnömoni salgını olarak rapor edilmiştir. Virüsün enfekte ettiği vakaların hızlı artışı sonucu DSÖ, salgını 11 Mart 2020 tarihinde Covid-19’u pandemik bir hastalık olarak kamuoyuna duyurmuştur. Covid-19 pandemisine karşı hükümetler gerek sağlık alt yapıları ile gerekse yönetsel kapasiteleri mücadele etmektedirler. Yürütülen mücadelenin, pandemiye karşı alınan tedbirlerin ne ölçüde karlılıkla yürütülebildiğine ve toplumların da pandemiye karşı nasıl bir tutum sergilediğine bağlı olduğu tecrübe edilmiştir.

Bu çalışmada ülkelerin pandemi süreci ile mücadeledeki performansları iki aşamalı olarak analiz edilmiştir. İlk aşamada elde edilen sonuçlara göre vaka ve ölüm sayılarını minimize etmede süreci etkin yöneten ilk beş ülkenin sırasıyla Avusturya, Danimarka, Litvanya, İrlanda ve Bulgaristan olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İyileşen hasta sayısı açısından en iyi performans gösteren beş ülkenin sırasıyla ABD, Danimarka, Avusturya, İsveç ve Estonya olduğu tespit edilmiştir. Ülkelerin Covid-19 ile mücadelede bahar ve sonbahar aylarında performanslarının arttığı kış ve yaz aylarında ise performanslarının azaldığı gözlemlenmiştir.

Hükümetlerce uygulanan kamusal tedbir ve kısıtlamaların Covid-19 ile mücadele ülke performansını ne ölçüde etkilediği ikinci aşama analizleri (kesikli regresyon) ile belirlenmiştir. Buna göre Bulaşıcılık Katsayısındaki artışlar ülkelerin Covid-19 ile mücadeledeki performanslarını arttırdığı belirlenmiştir. Pozitiflik orandaki artışların, Covid-19’la mücadelede

Ülkelerin başarisını negatif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, Sıkılık Endekslerindeki artışların Covid-19 ile mücadelede ülkelerin performanslarını olumsuz yönde etkilediği anlaşılmaktadır. Bu durumun temel sebebi kısıtlamalara karşı halkın gösterdiği olumsuz tepkiler olduğu düşünülmektedir. Analiz sonuçlarına göre hükümetin vaka artışları karşısında gösterdiği tepkilerin, ülkelerin salgınla mücadeledeki başarisını olumlu yönde etkilediği görülmektedir. Yaşlı Koruma tedbirlerinin artması Covid-19 ile mücadelede ülkelerin performanslarını negatif yönde etkilediği görülmüştür. Bu durumun Covid-19'un özellikle belirli bir yaşın üzerinde olan kesime olan yıkıcı etkisinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Halka yönelik bilgilendirme kampanyalarının ülkelerin Covid-19 ile mücadelesindeki başarıyı azalttığı tespit edilmiştir. İşyeri kapatma endekslerindeki artışların ülkelerin Covid-19 ile mücadelesindeki başarıyı arttırdığı görülmektedir. Analiz sonuçlarına göre temas izleme (filyasyon) arttıa teorik beklentiye uygun olarak hükümetlerin Covid-19 ile mücadele performansları arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Birçok ülkede sağlık altyapısı pandemi sürecinde yetersiz kalmıştır. İş dünyası çalışma koşullarını salgına adapte etme noktasında gecikmiş veya başarılı olamamıştır. Bu nedenle gelecek dönemlerde istihdama yönelik politikalar belirlenirken salgın gerçeğini dikkate alan modeller üzerinde ciddi çalışmalar yapılması gerektiği tecrübe edilmiştir. Sağlık altyapısının salgınlar karşısında yetersiz kalması nedeniyle bundan sonraki süreçte, sağlık sistemleri içerisinde, koruyucu sağlık hizmetlerine yönelik çalışmaların ve yatırımların artırılması gerektiği ortaya çıkmıştır. Ayrıca lkeler farklı sağlık sistemleri uygulasalar da iyi işleyen bir finansman mekanizması kurmaları gerektiğini tecrübe etmişlerdir. Sağlık hizmet arzının devamlılığını sağlamada, eğitimi işgücüne, yeterli tesis ve lojistik imkanlara ağırlık verilmesi gerektiği ve tedarik zincirinde yaşanabilecek aksamaların önlenmesi için ülkelerin yönetsel becerilerini arttırılması gerektiği tecrübe edilmiştir. Son olarak ülkelerin gelecekte benzer türde pandemiler olabileceğinden hareketle sağlığa ayrılan kaynaklarda bir artışa gitmelerinde fayda olduğu değerlendirilmektedir.

Kaynakça

- Arsu, T. (2021). Ülkelerin Covid-19 Pandemisine Karşı Mücadelesinin Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri ile Değerlendirilmesi. Bitlis Eren Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Akademik İzdüşüm Dergisi, 6 (1), 128-140.
- Bayram, Y., (2011) 1980 Sonrası Sağlık Harcamalarının Bütçedeki Gelişimi ve Değerlendirilmesi, T.C. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Banker, R. D., Charnes, A., & Cooper, W. W. (1984). Some models for estimating technical and scale inefficiencies in data envelopment analysis. *Management science*, 30(9), 1078-1092.
- Breitenbach, M. C., Ngobeni, V., & Ayte, G. (2020). The first 100 days of COVID-19 coronavirus—How efficient did country health systems perform to flatten the curve in the first wave?, MPRA Paper No. 8872, <https://mpr.ub.uni-muenchen.de/8872/>
- Eltoukhy, A. E., Shaban, I. A., Chan, F. T., & Abdel-Aal, M. A. (2020). Data analytics for predicting covid-19 cases in top affected countries: Observations and recommendations. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(19), 7080.
- Ergülen, A., Bolayır, B., Ünal, Z., & Harmankaya, İ. (2021, October). VZA yöntemi ile Covid-19 pandemi döneminde bir değerlendirme: G7 ülkeleri etkinlik analizi. V. International Conference on Covid-19 Studies- Assoc. Prof. Dr. Nilgun Ulutasdemir. ISBN: 978-625-7464-26-0, 255-261.
- Efron, B. (1979). Bootstrap methods: another look at the jackknife. *Annals of Statistics*, 7, 1–26. doi:10.1214/aos/1176344552
- Dolu, A., ve Ekinci, R. (2020). Eğitimde etkinliğin ölçülmesi: pisa verileri ile bootstrap veri zarflama analizi tahmini, *Journal of Yasar University*, 2020, 15 (Special Issue), 207-218.
- Farrell M.J. (1957). The measurement of productive efficiency *Journal of the royal statistical society. Series A*.
- Ghasemi, A., Boroumand, Y., & Shirazi, M. (2020). How do governments perform in facing COVID-19?. MPRA Paper No. 99844, <https://mpr.ub.uni-muenchen.de/99844/>
- Halkos, G. E., ve Tzeremes, N. G. (2013). A two-stage double bootstrap dea: the case of the top 25 European football clubs' efficiency levels. *Managerial and Decision Economics*, 34(2), 108-115.
- Huremović D. (2019) Brief History of Pandemics (Pandemics Throughout History). In: Huremović D. (eds) *Psychiatry of Pandemics*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-15346-5_2
- Jee Y. (2020). WHO International Health Regulations Emergency Committee for the COVID-19 outbreak. *Epidemiology and health*, 42, e2020013. <https://doi.org/10.4178/epih.e2020013>
- Kaman, Ferhan, & Yücel, Ahmet (2021). Covid-19'dan En Çok Etkilenen 9 OECD Ülkesinin Sağlık Çalışanlarının Etkinliğinin İncelenmesi Üzerine Bir Çalışma. *Uygulamalı Sosyal Bilimler ve Güzel Sanatlar Dergisi*, 3(5).
- Morens, D. M., Folkers, G. K., & Fauci, A. S. (2009). What is a Pandemic?. *The Journal of Infectious Diseases*, 200(7), 1018-1021.
- Ramanathan, R. (2003). *An introduction to data envelopment analysis: a tool for performance measurement*. New Delhi: Sage Publications.
- Sargutan, A. E. (2005) Sağlık Sektörü ve Sağlık Sistemlerinin Yapısı, Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi, 8(3), 400-428.
- Simar, L., & Wilson, P. W. (2002). Non-parametric tests of returns to scale. *European Journal of Operational Research*, 139(1), 115-132.
- Simar, L., & Wilson, P. W. (2007). Estimation and inference in two-stage, semi-parametric models of production processes. *Journal of econometrics*, 136(1), 31-64.
- Seddighi, H., Nejad, F. N., & Basakha, M. (2020). Comparing Iran's healthcare system efficiency with OECD countries using Data Envelopment Analysis. *Quarterly Journal of Management Strategies in Health System*. <http://dx.doi.org/10.18502/mshsj.v5i2.4252>
- Selamzade, F., & Özdemir, Y. (2020). COVID-19a Karşı OECD Ülkelerinin Etkinliğinin VZA ile Değerlendirilmesi. *Electronic Turkish Studies*, 15(4).
- Yiğit, A. (2020). The Performance of OECD Countries in Combating with Covid 19 Pandemics: A CrossSectional Study. *Journal of Current Researches on Social Sciences*, 10 (2), 399-416.

Extended Summary


The Relative Performance of Countries in the Fight Against Covid-19 and the Impact of Public Measures


A pandemic is a concept used for outbreaks that are not limited to a certain region but are effective worldwide with their rapid contagiousness. The World Health Organization (WTO) declared Covid-19 to the public as a pandemic disease on March 11, 2020. To control the pandemic, countries have resorted to several of public restrictions and measures to prevent the spread of the disease along with the detection and treatment of cases. This process has enabled the health infrastructures of many countries to be tested and their managerial skills to be examined in the face of the pandemic. While some countries have implemented stricter measures against the epidemic, some countries have followed softer strategies. These administrative differences have had an impact on health outcomes such as the number of cases, deaths, and recovered patients during the pandemic process. In order to control the epidemic, countries have also implemented some public measures to prevent the further spread of the disease, simultaneously with processes such as the detection and treatment of cases. Taken measures and restrictions have brought the economic and social life to a standstill in many countries. Disruptions in the supply chain, restrictions that limit economic and social interactions and decreasing demand conditions have adversely affected economic and social life. It has been observed that the effective implementation of public measures during the epidemic process is closely related to the economic and social conditions of these countries. The effective and decisive continuation of the measures taken by the governments to prevent the spread of the epidemic and the reaction of the public and businesses to the measures, affect the success performance of the countries in the fight against the epidemic.

In this study, the effect of public restrictions and measures applied during the pandemic process on the relative success of countries in the fight against Covid-19 was determined using the Two-Stage Double Bootstrap Data Envelopment method. In the first stage of the analysis, it has been determined how effectively the countries can use their health infrastructures in the fight against Covid-19. In the second stage, the effect of public measures and restrictions on the performance scores obtained in the first stage was examined. The variables used in both stages cover the 63 weeks period between 01.04.2020 and 15.06.2021. 31 countries were included in the analysis. Data used in both phases of the study: total adjusted new cases per week, total new deaths per week, number of recovered patients, contagion coefficient, positivity rate, contact tracing index, strictness index, government response index, containment and health index, elderly protection index, public information index and workplace closure index.

As a result, in the first stage, it was determined that the most successful countries in the fight against the pandemic were Austria, Denmark, and Lithuania, while the United States, France, and Belgium were the most unsuccessful countries. It has been determined that the weeks with the highest success rate in the fight against COVID-19 are usually the spring and autumn periods. On the other hand, it was observed that the unsuccessful weeks were in the winter and summer seasons. According to the results obtained in the second stage, it was determined that the increase in the contagiousness coefficient increased the performance of the countries in the fight against Covid-19. It has been concluded that increases in the Positivity Rate negatively affect the success of countries in the fight against Covid-19. It has been determined that the increases in the Tightness Indices affect the performances of the countries negatively. It has been observed that the increases in the government response index have a positive effect on the success of the countries in the fight against the epidemic. It has been determined that increases in the contact tracing index increase country performances in the fight against Covid-19. It has been understood that the increase in Elderly Protection measures negatively affects the performance of countries in the fight against Covid-19. It has been determined that public information campaigns reduce the success in the fight against Covid-19. In addition, it has been concluded that increases in workplace closure indices increase the success of countries in their fight against Covid-19. When the results were evaluated as a whole, it was seen that the health infrastructure of many countries was insufficient during the pandemic process. The business world has been delayed or unsuccessful in adapting working conditions to the pandemic process. It has been experienced by all countries that serious studies should be carried out on models that take into account the reality of the pandemic while determining employment-oriented policies in the future. It has been experienced that in ensuring the continuity of the health service supply, it is necessary to focus on an educated workforce, adequate facilities, and logistics facilities. It has been experienced that the administrative skills of the countries should be increased to prevent disruptions in the supply chain in the provision of health services. During the pandemic process, it has been experienced that international institutions should immediately put into effect the guiding policies and act meticulously in ensuring unity of implementation. It has been experienced that countries need to more effectively manage their inspections of groups opposing the measures and restrictions imposed in the face of the pandemic. It has been experienced that the citizens of the country should increase their level of health literacy and that the awareness of following the rules in terms of public health should be increased. Finally, considering that countries may experience similar types of pandemics, it is considered that it is beneficial to increase the resources allocated to health, and the diversity of resources for the financing of health services should be increased.

Uluslararası Marka İttifakı Ürünü Satın Alma Olasılığının Algılanan Marka Yabancılığı Bağlamında Değerlendirilmesi

Hilal Öztay Çağan¹ 

Fuat Erol² 

Uluslararası Marka İttifakı Ürünü Satın Alma Olasılığının Algılanan Marka Yabancılığı Bağlamında Değerlendirilmesi	Assessing the Probability of Purchasing an International Brand Alliance Product in the Context of Perceived Brand Foreignness
<p>Öz</p> <p>Çalışmanın amacı, stratejik marka ittifakına yönelik algılanan marka yabancılığının tüketicilerin satın alma olasılığı üzerindeki etkisini ve bu ilişkide marka ittifakına yönelik tutumun ve marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kalitenin paralel aracılık rolünü geliştirmekte olan bir ülkenin (Türkiye) tüketicileri üzerinden incelemektir. Ayrıca algılanan marka yabancılığının tutum ve algılanan kalite üzerindeki etkisinde tüketici kozmopolitliğinin düzenleyici etkisi araştırılmıştır. Bulgulara göre algılanan marka yabancılığı, tutum ve algılanan kalite üzerinde olumlu ve anlamlı etkiye sahiptir. Dahası algılanan marka yabancılığının satın alma olasılığı üzerindeki etkisine tutum ve algılanan kalite aracılık etmektedir. Son olarak, algılanan marka yabancılığının algılanan kalite üzerindeki etkisinde tüketici kozmopolitliğinin düzenleyici rolü bulunmaktadır.</p>	<p>Abstract</p> <p>The study aims to examine the effect of perceived brand foreignness towards the strategic brand alliance on the purchasing probability and the parallel mediating role of the attitude towards the brand alliance and the perceived quality of the brand alliance product in this relationship through the consumers of a developing country (i.e., Turkey). Also, the moderating effect of consumer cosmopolitanism on the effect of perceived brand foreignness upon attitude and perceived quality was investigated. According to the findings, perceived brand foreignness has a positive and significant effect on attitude and perceived quality. Moreover, the effect of perceived brand foreignness on purchase probability is mediated by both attitude and perceived quality. Finally, consumer cosmopolitanism has a moderating role in the effect of perceived brand foreignness on perceived quality.</p>
<p>Anahtar Kelimeler: Stratejik Marka İttifakı, Algılanan Marka Yabancılığı, Tüketici Kozmopolitliği, Marka İttifakına Yönelik Tutum, Algılanan Kalite</p>	<p>Keywords: Strategic Brand Alliance, Perceived Brand Foreignness, Consumer Cosmopolitanism, Attitude Towards Brand Alliance, Perceived Quality</p>
<p>JEL Kodları: M16, M31, M39</p>	<p>JEL Codes: M16, M31, M39</p>

<p>Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı</p>	<p>Bu çalışmanın etik kurallara uygunluğu, Kastamonu Üniversitesi Rektörlüğü Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu tarafından 04.01.2022 tarihli, 10 karar sayılı belge ile onaylanmıştır.</p>
<p>Yazarların Makaleye Olan Katkıları</p>	<p>Yazar 1'in makaleye katkısı %50 ve Yazar 2'nin makaleye katkısı %50'dir.</p>
<p>Çıkar Beyanı</p>	<p>Yazarlar açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.</p>

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Kastamonu Üniversitesi, Araç Rafet Vergili Meslek Yüksekokulu, Tıbbi Tanıtım ve Pazarlama Programı, hoztay@kastamonu.edu.tr

² Arş. Gör. Dr., Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, ferol@kmu.edu.tr

1. Giriş

Küreselleşme bir yandan yabancı markalar için gelişmekte olan ülke pazarlarına erişim imkânı sağlarken diğer yandan da bu pazarlardaki tüketicilerin yabancı markalara yönelik artan ilgisine yol açmaktadır (Safeer vd., 2022). Bu durum yabancı markalar açısından gelişmekte olan ülke pazarlarını bir fırsata dönüştürmüş, öte taraftan söz konusu pazarlarda halihazırda faaliyet gösteren yerel markalar açısından daha zorlu bir rekabet ortamının doğmasına neden olmuştur. Ancak yabancı markaların operasyonlarını farklı ülke pazarlarına taşımalarının da pek kolay olmadığı ve aşılması gereken yasal, finansal, kültürel vb. çok sayıda bariyerin bulunduğu bilinmektedir (Karakaya, 1993). Bu anlamda, yabancı markalar pazar geliştirme, yerel markalar ise ağır rekabet koşulları kaynaklı zorluklarla karşı karşıya kalmaktadır. Gerek yabancı gerekse yerel markalarca karşılaşılan bu zorluklar, kimi durumlarda söz konusu taraflar arasında stratejik işbirlikleri geliştirilmesinin önünü açmaktadır. Nitekim günümüzde markalar arasında yaygın şekilde kurulan bu tür ittifakların (Lee vd., 2013) taraflarına yeni pazarlara girişleri kolaylaştırarak büyüme stratejilerini destekleme, maliyet ve kalite açısından avantajlar sağlama, finansal riskleri azaltma ve rekabet avantajları sunma gibi çeşitli avantajlar sağladığı görülmektedir (Elmuti ve Kathawala, 2001).

Geçmiş araştırmalar bireylerin yabancı/yerel marka tercihi noktasında yaşadıkları ülkenin ekonomik gelişmişlik düzeyinin önemli bir belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır (Batra vd., 2000). Nitekim, gelişmiş ülke pazarlarındaki tüketicilere kıyasla özellikle gelişmekte olan ülke pazarlarındaki tüketicilerin yabancı markalara yönelik algı, tutum ve davranışsal niyetlerinin genellikle olumlu olduğu bilinmektedir (Batra vd., 2000; Akram vd., 2011; Davvetas vd., 2015; Randrianasolo, 2017). Çünkü gelişmekte olan pazarlarda yabancı ürünlere yönelik hayranlık ve ilgi daha yüksektir (Batra vd., 2000). Ancak tüketicilerin uluslararası marka ittifakını yabancı ya da yerel algılamalarına bağlı olarak tutum, satın alma niyeti vb. değerlendirmeleri farklılaşabileceğinden (Kurtuldu ve Okumuş, 2018), uluslararası bir stratejik marka ittifakı sonucunda ortaya çıkacak yeni markaya yönelik yabancılık algısının sonuçları net olarak öngörülemezdir. Dahası ittifak markasına yönelik algılanan yabancılığın davranışsal niyet üzerindeki etkisinin dolaylı bir şekilde gerçekleşmesi mümkündür. Bu nedenle algılanan yabancılikten davranışsal niyete uzanan sürecin anlaşılmasında rol oynayacak yapıların ortaya konulması büyük önem taşımaktadır (Akram vd., 2011). Söz konusu bu sürecin netleştirilmesi açısından Planlı Davranış Teorisi yol gösterici bir işleve sahiptir (Ajzen ve Fishbein, 1977). Bu bağlamda ittifaka yönelik tutum ve algılanan kalitenin ilgili psikolojik sürecin anlamlandırılması açısından işlevinin anlaşılması değerlidir (Steenkamp vd., 2003; Akram vd., 2011). Ayrıca gelişmekte olan ülkelerdeki tüketicilerin yabancı markalara yönelik algı, tutum ve davranışsal niyetlerinin olumlu olacağı varsayımının gelişmekte olan ülke sınırları içerisinde yaşayan bütün bireyler için söz konusu olduğunu ileri sürmek doğru olmayacaktır (Kapoor vd., 2003). Zira aynı toplum içerisinde yaşayan bireylerin yabancı ürün ve kültürlere yönelik kişisel algı ve tutumları farklılık gösterebilmektedir (Keillor vd., 2000). Bu bağlamda bireylerin yabancı kültürlere yönelik ilgi ve tutumlarını anlamaya yardımcı olan kozmopolitlik düzeyi önemli bir gösterge niteliğindedir (Cannon ve Yaprak, 2002; Cleveland vd., 2009). Geçmiş araştırmalar kapsamında etnosentrizmin yaygın şekilde ele alındığı bilinmekle birlikte (bkz. Batra vd., 2000; Akram vd., 2011; Witek-Hajduk ve Grudecka, 2022) tüketici kozmopolitliğinin nispeten daha az araştırılmış olduğu ve etkileri noktasında sınırlı bilginin bulunduğu görülmektedir (bkz. Özsoyer ve Altaras, 2008; Davvetas vd., 2015; Wagner vd., 2016). Son olarak, algılanan marka yabancılığı/yerelliği konusunun gelişmekte olan ülke bağlamında ele alınmasının araştırılmaya

değer bir husus olduğu görülmektedir (Batra vd., 2000). Zira gelişmekte olan ülke pazarları ekonomik potansiyelleri nedeniyle önem arz etmekte ve tüketici davranışlarının anlaşılması noktasında farklı bir perspektif sunmaktadır. Söz konusu gerekçelerden hareketle mevcut araştırma, stratejik marka ittifakına yönelik algılanan marka yabancılığının tüketicilerin satın alma olasılığı üzerindeki etkisini ve bu ilişkide marka ittifakına yönelik tutumun ve marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kalitenin paralel aracılık rolünü geliştirmekte olan bir ülkenin (Türkiye) tüketicileri üzerinden incelemeyi amaçlamaktadır. Ayrıca çalışma kapsamında algılanan marka yabancılığının marka ittifakına yönelik tutum ve marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kalite üzerindeki etkisinde tüketici kozmopolitliğinin düzenleyici etkisinin de ortaya konulması hedeflenmektedir.

Araştırma bulgularının ilgili literatüre birtakım önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. İlk olarak, firmaların marka geliştirme çabalarına yönelik riskleri azaltmak amacıyla bir tür marka genişlemesi stratejisi olarak yaygın şekilde başvurdukları stratejik marka ittifaklarının (Bluemelhuber vd., 2007) tüketiciler tarafından yabancılik/yerellik noktasında nasıl algılandığı ve bu algılamının davranışsal niyeti (satın alma olasılığı) nasıl etkilediği sorularına yanıt sunulmaktadır. İkinci olarak mevcut çalışma, algılanan marka yabancılığının satın alma olasılığına olan etkisine aracılık eden unsurların anlaşılmasına katkı vererek ilgili sürece dair işleyişin açıklanmasına yardımcı olmaktadır (Kashif ve Udunuwara, 2021). Böylelikle stratejik ittifaklar aracılığıyla gerçekleştirilmesi hedeflenen marka genişlemesi stratejilerinin tüketiciler tarafından nasıl algılandığı, ne tür tüketici tutumlarının geliştiği ve söz konusu bu algı ve tutumların davranışsal niyetin şekillenmesinde nasıl bir rol oynadığı daha net anlaşılacaktır. Bu noktada, araştırma kapsamında ele alınan marka ittifakına yönelik tutum ve marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kalitenin aracılık işlevlerinin ortaya konulması ayrı bir öneme sahiptir. Zira marka ittifakına yönelik tutum stratejik ittifak bağlamında bir araya gelen taraflara yönelik tüketici değerlendirmelerinin (Paydas Turan, 2021), marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kalite ise ürün kalitesine yönelik tüketici çıkarımlarının ilgili süreçteki rolünün anlaşılması açısından (Akram vd., 2011) önem taşımaktadır. Üçüncü olarak, tüketici kozmopolitliğinin düzenleyici rolünün ortaya konulması, konunun bireysel farklılıklar bağlamında ele alınarak derinleştirilmesine olanak tanımaktadır (Deb ve Sinha, 2015). Böylelikle kozmopolitlik açısından farklılık gösteren bireylerin uluslararası stratejik marka ittifaklarına yönelik yaklaşımları anlaşılabilir uygun pazarlama iletişimi ve tutundurma stratejilerinin geliştirilebilmesi mümkün olacaktır. Son olarak, araştırmanın Türkiye’den elde edilen verilerle gerçekleştirilmiş olmasının ekonomik açıdan konuya yönelik alternatif bir perspektif sağlayacağına inanılmaktadır (Batra vd., 2000; Akram vd., 2011). Zira Türkiye üzerinden ortaya konulacak sonuçlar geliştirmekte olan ülkelere yönelik mevcut bilgi birikimine katkı sağlayarak bu tür ülkelere yönelik öngörülerin güçlendirilmesine katkı sunacaktır.

Çalışma kapsamında öncelikli olarak uluslararası stratejik marka ittifakı ve algılanan marka yabancılığı konuları ele alınmış, sonrasında ise tüketici kozmopolitliği kavramına yönelik literatür incelemesine yer verilmiştir. Devamında, teori ve geçmiş bulgulardan hareket edilerek araştırma model ve hipotezlerinin geliştirilmesi süreci açıklanmıştır. Sonrasında ise yöntem bölümü kapsamında araştırma süreci ve analiz çıktıları aktarılmıştır. Çalışma kapsamında son olarak, sonuç ve değerlendirme bölümüne yer verilmiş ve burada araştırma bulguları teorik ve pratik açıdan tartışılmıştır.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Uluslararası Stratejik Marka İttifakı

Pazarların küreselleşmesi, bir yandan çok sayıda markanın faaliyetlerini global boyuta taşımasının yolunu açarken (Samiee, 2019), diğer yandan özellikle gelişmekte olan ülke tüketicilerin söz konusu yabancı markalara yönelik erişim imkânını ve ilgisini artırarak (Safeer vd., 2022) yeni bir dönemin kapılarını aralamıştır. Yabancı markaların farklı ülke pazarlarındaki geniş tüketici kitlelerine erişerek elde ettikleri rekabet üstünlüğü ve ekonomik kazanımlar (Steenkamp vd., 2003), pek çok marka yöneticisi açısından global operasyonları önemli bir stratejik hedef konumuna taşımıştır. Kimi markalar bu hedefi bireysel çabaları ile yakalamaya çalışırken, çeşitli markaların ise faaliyetlerini stratejik ittifaklar (*strategic alliance*) aracılığıyla global pazarlara taşımaya çalıştığı görülmektedir (Lee vd., 2013). Stratejik ittifakları, olası çevresel belirsizliklerin bertaraf edilmesini sağlamak amacıyla (Beverland ve Bretherton, 2001) iki ya da daha fazla işletmenin bir araya gelmesi (Hyder ve Eriksson, 2005) şeklinde ifade etmek mümkündür. Stratejik marka ittifakları ise iki ya da daha fazla markanın bireysel varlıklarından daha büyük bir marka varlığı toplamı oluşturarak bir araya geldiği ve tüketiciye aynı anda, tek bir ürün olarak sunulduğu bir pazarlama stratejisidir (Rao vd., 1999; Newmeyer vd., 2018; Ahn vd., 2020). Newmeyer vd. (2014)'ne göre stratejik marka ittifakları, ortaklık yapan markaların ittifak kapsamında üstlenecekleri fiziksel ve işlevsel rollere bağlı olarak farklılıklar göstermektedir. Nitekim markalarca yaygın şekilde tercih edilen başlıca ittifak türlerini ortak ürün geliştirme (*creation of joint products*), ortak reklam (*joint advertising*), çift markalama (*dual branding*), işbirlikçi sadakat programları (*cooperative loyalty programs*), ortak konum (*co-location*) ve ortak markalama (*co-branding*) şeklinde sıralamak mümkündür (Jones ve Boush, 2021; Muravskii vd., 2021). Söz konusu bu ittifak türleri arasında, bu araştırmanın da odağında yer alan ortak markalamanın, işletmeler tarafından yaygın şekilde tercih edilerek ön plana çıktığı görülmektedir (Jones ve Boush, 2021).

Stratejik ittifaklar genellikle marka ve/veya pazar geliştirmek amacıyla kurulmaktadır. Bu noktada marka geliştirmek, müşteri değerlendirmelerini iyileştirmek için bir markanın anlamını zenginleştirmeyi, pazar geliştirmek ise markanın yeni pazar bölümleri için erişilebilir kılınmasını ifade etmektedir (Newmeyer vd., 2018). Diğer yandan işletmelerin bir tür marka genişlemesi stratejisi olarak da stratejik ittifaklardan yararlanabildiği görülmektedir (Bluemelhuber vd., 2007). Zira stratejik marka ittifakları ile marka genişlemesi arasında büyük benzerlikler söz konusudur (Singh vd., 2021). Nitekim marka genişlemesi stratejisi olarak kurulan ittifaklar, markaların bir araya geliş amaç ve düzeylerine bağlı olarak farklılaşmakla birlikte ittifakın temel motivasyonunun yine marka ve/veya pazar geliştirmek olduğu görülmektedir (Owen James, 2006). Bu hedeflere ulaşılabilmesi ise ancak doğru markalarla ittifak kurulmasına bağlıdır. Çünkü taraflar yerleşik marka konseptlerini ve bağlantılı çağrışımları beraberlerinde ittifaka getirmektedir (Johan Lanseng ve Erling Olsen, 2012). Bu anlamda güçlü bir ortak, kalite algısını artırarak tüketici değerlendirmelerini iyileştirirken (Rao ve Ruekert, 1994), zayıf ya da uyumsuz algılanan bir ortak ittifak üye ve ürünlerine yönelik olumsuz değerlendirmelere neden olabilmektedir (Singh vd., 2020). Bu noktada tüketicilerin, ittifakı oluşturan markaların benzer hedefler taşımalarını ve birbirlerine yakın imaj düzeylerine sahip olmalarını beklediği görülmektedir. Ayrıca, eğer söz konusu ittifak farklı ülkelerden markaların bir araya gelmesiyle oluşuyorsa, ülke imajının da önemli bir etken olduğu anlaşılmaktadır (Bluemelhuber vd., 2007; Newmeyer vd., 2018). Dolayısıyla bireylerin ittifaka yönelik algılamaları, ittifaka yönelik tutum ve ittifak markasına yönelik kalite algılarını

etkileyerek davranışsal niyetin şekillenmesinde etkili olmaktadır (Simonin ve Ruth, 1998; Paydas Turan, 2021).

2.2. Algılanan Marka Yabancılığı

Marka literatüründe tüketicilerin yabancı ve yerel markalara yönelik algı, tutum ve davranışlarını anlamaya yönelik gerçekleştirilen çok sayıda araştırma yer almaktadır (Liu vd., 2021). Zira yabancılık/yerellik boyutları, bireylerin marka tercihlerini olumlu yönde etkileme potansiyeli taşıdığından (Halkias vd., 2016), markaları başarılı bir şekilde konumlandırmak için bu stereotipler önem taşımaktadır (Alden vd., 1999). Ancak markaların yabancılık/yerelliklerinin sağlayacağı avantajlar faaliyet gösterilen ülkenin ekonomik gelişmişlik durumu (Batra vd., 2000), marka menşei (Liu vd., 2021), ilgili pazardaki bireylerin etnosentrik eğilimleri (Akram vd., 2011) ve kozmopolitlik düzeyleri (Deb ve Sinha, 2015) gibi birtakım unsurlara bağlı olarak farklılaşmaktadır. Bu nedenle markaların, kimi zaman yabancıklarını kimi zaman ise yerelliklerini vurgulayarak (Engizek ve Yaşin, 2018) rakipleri karşısında üstünlük sağlamaya çalıştıkları görülmektedir.

Özsoy ve Altaras (2008) marka yabancılığı ve yerelliği kavramlarının, markanın merkezde yer aldığı arz yönlü veya tüketicinin merkezde yer aldığı talep yönlü farklı yaklaşımlar aracılığıyla ortaya konulabileceğini ileri sürmektedir. Arz yönlü yaklaşım, bir markanın standartlaştırılmış (yerelleştirilmiş) bir pazarlama anlayışıyla çeşitli ülkelerde (sınırlı bir bölgede) faaliyet göstermesinin, o markanın yabancılığı (yerelliği) noktasında belirleyici olduğunu ifade etmektedir (ör. Loebnitz ve Grunert, 2019). Ancak talep yönlü yaklaşımdan hareket edilerek konu tüketici noktasından ele alındığında, bireylerin, bir markanın kendi pazarlarının ötesindeki uluslararası operasyonlarından haberdar olamama ihtimali nedeniyle (Sichtmann vd., 2019) algılamaların önem kazandığı görülmektedir. Nitekim Steenkamp vd. (2003: 54) de bu noktada algılamaların öneminden hareket ederek “algılanan marka yabancılığı³” kavramını öne sürmüş ve kavramı “tüketicilerin bir markanın birden fazla ülkede pazarlandığına ve bu ülkelerde küresel olarak kabul edildiğine inanma derecesi” şeklinde tanımlamıştır. Akram vd. (2011: 292) ise arz ve talep yönlü yaklaşımları uyumlaştırarak algılanan marka yabancılığını, “tüketicilerin markanın küresel olduğuna, yani standartlaştırılmış ürün ve iletişimlerle dünyanın her yerinde ulaşılabilir olduğuna dair algısı” şeklinde ifade etmektedir. Öte yandan, yine talep yönlü anlayıştan hareketle “algılanan marka yerelliği” ise yerel markaların yabancı/küresel markalarla rekabet edebilmesi için umut verici bir yol ve markanın yerel kültürle bağlantısının ne kadar iyi olduğunun bir yansıması olarak tanımlanmaktadır (Steenkamp vd., 2003; Liu vd., 2021).

Geçmiş çalışmalar, tüketicilerin marka yabancılığını daha yüksek kalite, prestij (Steenkamp vd., 2003) ve güvenilirlikle ilişkilendirdiklerini ve dolayısıyla bu tür markalara yönelik satın alma olasılığının daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır (Holt vd., 2004). Zira tüketicilerin yabancı markaların birden fazla ülkede pazarlandığına yönelik inancı, bu tür markaların güçlü işlevsel değer, gelişmiş sembolik faydalar ve yüksek düzeyde kimlik ifade etme yeteneği taşıdığı düşüncesini de beraberinde getirmektedir (Halkias vd., 2016; Hammerl vd., 2016). Diğer yandan yerel markalar, yerel tüketicileri yakından tanıyor olmanın sağladığı avantajlarla tüketici ile özdeşleşme yoluna giderek kimi durumlarda yabancı markalar karşısında rekabet

³ Geçmiş araştırmalarda algılanan marka yabancılığı (*perceived brand foreignness*) ve algılanan marka globalliği/küreselliği (*perceived brand globalness*) kavramlarının yaygın bir şekilde eşanlamli olarak kullanıldığı görülmektedir (Liu vd., 2021: 84). Bu çalışmada da ilgili kavramlar eşanlamli olarak kabul edilmiş ve kullanılmıştır.

üstünlüğü sağlayabilmektedir (Cayla ve Eckhardt, 2007). Dahası bazı tüketiciler yerel markaları özgünlüğün sembolleri olarak algılamakta (Safeer vd., 2022); bu markalar ise kaliteye, geleneklere ve mirasa bağlılık vurgusu üzerinden küresel markalarla olan yarışlarında özgünlüğü stratejik bir araç olarak kullanmaktadır (Napoli vd., 2014). Yabancılık/yerellik boyutları her ne kadar birbirleri karşısında birtakım karşılaştırmalı üstünlüklere sahip olsa da yabancı markaların bu rekabette daha önde olduğu görülmektedir. Geçmiş araştırmalar, bilhassa Batılı ya da gelişmiş ülkelerden gelen yabancı markaların, yerel olmayan marka imajı çağrışımlarına ilişkin tüketici algılarından fayda sağladığını ortaya koymaktadır (Ger vd., 1993; Sklair, 1994). Zira yabancı markalar tüketicilerin küresel düzeyde kimliklerini ifade ederek bir üyelik mesajı vermelerine, dolayısıyla küresel tüketici kültürüne katılmalarına olanak tanımaktadır (Steenkamp vd., 2003). Ayrıca, gelişmiş ülke tüketicilerine kıyasla özellikle gelişmekte olan ülke tüketicilerinin yabancı markalara yönelik algı, tutum ve davranışsal niyetlerinin daha olumlu olduğu gözlenmektedir (Batra vd., 2000; Akram vd., 2011; Davvetas vd., 2015; Randrianasolo, 2017). Gelişmekte olan ülkelerdeki bireylerin medya, dağıtım kanalları ve turist ziyaretleri yoluyla Batı kültürünün etkisi altında kalarak küresel markalara aşına olduğu, dolayısıyla bu markaları genellikle yerel markalara tercih ettikleri görülmektedir (Akram vd., 2011). Bu açıklamalardan hareketle, stratejik marka ittifakı kapsamında bir araya gelecek markaların tüketiciler tarafından yabancılık/yerellik noktasında nasıl algılanacağını ittifakın başarısı açısından büyük taşıdığı anlaşılmaktadır.

2.3. Tüketici Kozmopolitliği

Küreselleşmenin pazarlama faaliyetleri üzerinde neden olduğu etkiler, bir tüketici yapısı olan 'kozmpolitlik' konusuna yönelik çalışmalara büyük bir önem kazandırmıştır (Cannon ve Yaprak, 2002). Çünkü ivme kazanan kapitalizm, küresel ulaşım, pazarlama ve reklam, iletişim ve ulusötesi kozmpolitlik gibi unsurların etkileşimi ulusal kültür ve ekonomiler arasındaki sınırları ortadan kaldırarak (Ger, 1999) daha homojen bir tüketim kültürünün oluşmasını hızlandırmaktadır (Cleveland vd., 2009). Nitekim günümüzde sınırların belirsizleştiği, müşteri zevklerinin standartlaştığı ve kozmpolit algıların arttığı bir pazar yapısı mevcuttur (Jin vd., 2015).

Kozmpolitlik kelimesinin etimolojik kökeni Yunanca "dünya vatandaşı" anlamına gelen 'kosmos' (dünya) ve 'polis' (yurttaş) sözcüklerine dayanmaktadır (Riefler ve Diamantopoulos, 2009). Skrbis vd. (2004: 117)'ne göre bir kozmpolit, "dünyaya ve kültürel farklılıklara karşı bilinçli bir açıklığa" sahiptir. Cannon ve Yaprak (2002) ise kozmpolit kavramı ile yönelimi herhangi bir kültürü veya ortamı aşan tüketicilere, yani dünya vatandaşlarına atıfta bulunmaktadır. Bu anlamda kozmpolit, kendilerini yerellikten çok ulusun yurttaşı; milletten ziyade dünyaya ait; daha dar, daha homojenden ziyade daha geniş, daha heterojen coğrafi veya kültürel gruptan olarak gören bireyleri ifade etmektedir (Merton, 1957).

Kozmpolitlik, tüketicilere ve tüketim pratiklerine olan yansımaları üzerinden ele alındığında yabancı kültürleri öğrenme ve benimsemeye açık olan kozmpolitlerin (Deb ve Sinha, 2015) diğer kültürlerden ve yerlerden ürünleri de benimseme olasılığının daha yüksek olduğu görülmektedir (Cleveland vd., 2009). Zira kozmpolitler farklı ulusal ve kültürel kökenlerden gelen ürün, insan ve deneyimlerin yarattığı çeşitliliği takdir eder (Saran ve Kalliny, 2012) ve bu tür ürünleri tüketmeye isteklidir (Riefler vd., 2012). Dahası bireylerin kalite algısı yüksek ürünlere yönelik ilgisi de yerel ürünler yerine geniş coğrafyalarda erişilebilir olan ürünlere yönelmelerine neden olmaktadır (Cannon ve Yaprak, 2002). Geçmiş araştırmalardan hareketle bu durumun özellikle gelişmekte olan ülke kozmpolitleri açısından yaygın bir

motivasyon unsuru olduğu görülmektedir (Kinra, 2006; Strizhakova vd., 2008). Özetle, kozmopolit bireylerin hayata dair bakış açıları doğal olarak tüketim pratiklerini de etkilemekte, bu durum ise küresel tüketim anlayışının temellerini oluşturmaktadır.

3. Hipotezlerin Geliştirilmesi

3.1. Direkt Etkilere Yönelik Hipotezler

Algılanan marka yabancılığı, tüketicilerde olumlu algı, tutum ve davranışlar yaratmaktadır (Steenkamp vd., 2003; Holt vd., 2004). Bilhassa, yabancı markaların sunduğu fonksiyonel (kalite, dayanıklılık) ve sembolik (prestij, sosyal statü) değerlerin gelişmekte olan ülke tüketicileri tarafından yaygın şekilde takdir ve arzu edildiği görülmektedir (Batra vd., 2000; Akram vd., 2011; Davvetas vd., 2015; Randrianasolo, 2017; Liu vd., 2021). Bu bilgilerden hareketle algılanan marka yabancılığının marka ittifakına yönelik tutum (Batra vd., 2000; Davvetas vd., 2015; Westjohn vd., 2015), marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kalite (Steenkamp vd., 2003; Bhardwaj vd., 2010; Akram vd., 2011) ve marka ittifakı ürünü satın alma olasılığı (Holt vd., 2004; Bhardwaj vd., 2010; Safeer vd., 2022) üzerinde olumlu etkilere sahip olması beklenmektedir. Dahası, marka ittifakına yönelik tutumun marka ittifakı ürünü satın alma olasılığını olumlu yönde etkilediği görülmektedir (Ajzen ve Fishbein, 1977; Rodrigue ve Biswas, 2004; Haugtvedt vd., 2008). Son olarak literatürde marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kalitenin marka ittifakı ürünü satın alma olasılığı üzerindeki olumlu etkilerini ortaya koyan sonuçlar bulunmaktadır (Das, 2015; Sichtmann vd., 2019; Li vd., 2021). Zira bireylerin markaya yönelik olumlu tutum ve değerlendirmeleri satın alma olasılığını artıran unsurlardır. Bu gerekçelerden hareketle aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H₁: Algılanan marka yabancılığı, marka ittifakına yönelik tutumu olumlu yönde etkiler.

H₂: Algılanan marka yabancılığı, marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kaliteyi olumlu yönde etkiler.

H₃: Algılanan marka yabancılığı, uluslararası marka ittifakı ürünü satın alma olasılığını olumlu yönde etkiler.

H₄: Marka ittifakına yönelik tutum, uluslararası marka ittifakı ürünü satın alma olasılığını olumlu yönde etkiler.

H₅: Marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kalite, uluslararası marka ittifakı ürünü satın alma olasılığını olumlu yönde etkiler.

3.2. Aracılık Etkisine Yönelik Hipotezler

Algılanan marka yabancılığının satın alma olasılığı üzerindeki etkisi, farklı unsurların da etkilere sahip olabileceği bir süreci ifade etmektedir. Planlı Davranış Teorisine göre bireylerin tutumları, belirli bir davranışı gerçekleştirme niyeti üzerinde etkili olmaktadır (Ajzen ve Fishbein, 1977). Bu yönüyle tutumlar ve satın alma niyeti birbirleri ile ilişkili olan ve birbirleri üzerinde etkili olabilen unsurlardır. Nitekim herhangi bir marka hakkındaki olumlu tutumlar, olumlu satın alma niyetine neden olabilmektedir (Rodrigue ve Biswas, 2004). Bu bağlamda uluslararası marka ittifakı hakkında sahip olunan pozitif tutumların, uluslararası marka ittifakı hakkında pozitif satın alma niyetinin oluşmasına sebep olması beklenmektedir (Kurtuldu ve Okumuş, 2018). Benzer şekilde bireylerin ittifak ürününe yönelik kalite algılamalarının da davranışsal niyetin şekillenmesi noktasında belirleyici olduğu görülmektedir. Buna göre bireylerin ittifak ürününe yönelik algılanan kalitesi artıkça satın alma olasılığı da artmaktadır (Steenkamp vd., 2003). Nitekim geçmiş araştırmalarda ittifaka yönelik tutum (Simonin ve Ruth, 1998; Lafferty vd., 2004; Halkias vd., 2016; Paydas Turan, 2021) ve kaliteye yönelik algıların (Steenkamp vd., 2003; Akram vd., 2011; Hussein ve Hassan, 2018; Sichtmann vd., 2019) davranışsal niyete uzanan süreç üzerindeki aracılık rolleri ortaya konulmuştur. Bu çalışmalardan hareketle, mevcut araştırma kapsamında da algılanan yabancılığın satın alma

olasılığı üzerinde ilgili yapılar aracılığıyla dolaylı etkileri öngörülmektedir. Bu bilgilerden hareketle aşağıdaki hipotezler önerilmiştir:

H₆: Marka ittifakına yönelik tutum, algılanan marka yabancılığı ve uluslararası marka ittifakı ürünü satın alma olasılığı arasındaki ilişkiye aracılık eder.

H₇: Marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kalite, algılanan marka yabancılığı ve uluslararası marka ittifakı ürünü satın alma olasılığı arasındaki ilişkiye aracılık eder.

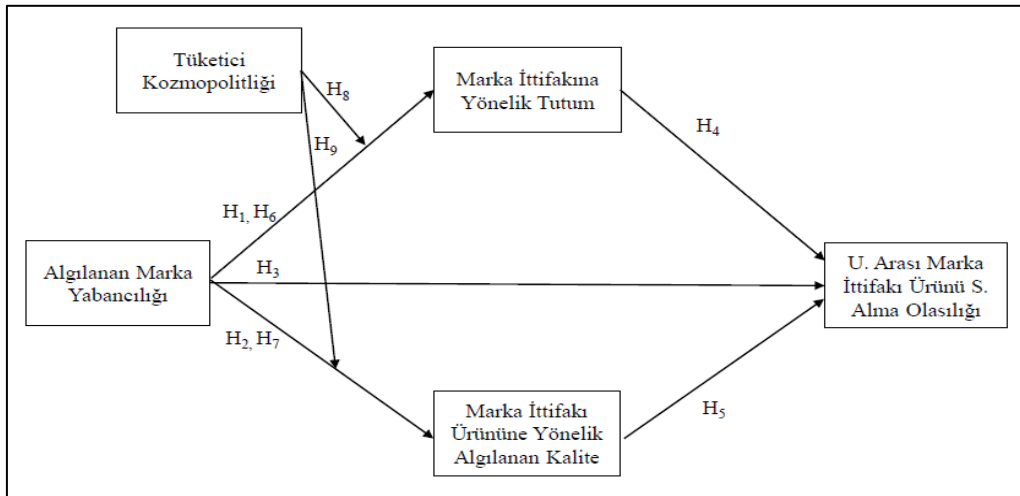
3.3. Düzenleyici Etkiye Yönelik Hipotezler

Mevcut çalışma kapsamında ifade edildiği üzere algılanan marka yabancılığının marka ittifakına yönelik tutum (Batra vd., 2000; Davvetas vd., 2015; Westjohn vd., 2015) ve marka ittifakına yönelik algılanan kalite (Steenkamp vd., 2003; Bhardwaj vd., 2010; Akram vd., 2011) üzerinde etkiye sahip olması beklenmektedir. Öte yandan, yine çalışma kapsamında kozmopolit bireylerin yabancı kültür ve ürünleri benimsemeye açık oldukları (Cleveland vd., 2009) ve bu durumun özellikle de gelişmekte olan ülke kozmopolitleri açısından geçerli olduğu ifade edilmektedir (Kinra, 2006; Strizhakova vd., 2008). Keillor vd. (2000)'nin ifade ettiği üzere pazarlama faaliyetlerinin başarısı, büyük ölçüde ürün özellikleri ile müşteri tutum ve değerleri arasında bir uyum sağlamaya bağlıdır. Bu nedenle, ülke özelliklerinden ziyade tüketiciye odaklanmak daha doğru bir strateji olacaktır. Bu anlamda, bir 'zihin tutumu' olan kozmopolitliğin (Baldry, 1965: 122) farklı düzeylerinin bireylerin algı, tutum ve davranışları üzerinde farklı büyüklükte etkilere sahip olması beklenmektedir. Buna göre, tüketicilerin kozmopolitlik düzeyleri arttıkça algılanan marka yabancılığının marka ittifakı ürününe yönelik tutum ve ittifak ürününe yönelik algılanan kalite üzerindeki etkisinin artması öngörülmektedir. Nitekim geçmiş bazı araştırmalarda kozmopolitliğin düzenleyici rolünün ortaya konulduğu görülmektedir (bkz. Özsoyer ve Altaras, 2008; Davvetas vd., 2015; Wagner vd., 2016). Bu açıklamalardan hareketle aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H₈: Algılanan marka yabancılığının marka ittifakına yönelik tutum üzerindeki etkisinde tüketici kozmopolitliğinin düzenleyici etkisi vardır. Bu etki, tüketici kozmopolitliğinin yüksek olduğu düzey için daha büyüktür.

H₉: Algılanan marka yabancılığının marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kalite üzerindeki etkisinde tüketici kozmopolitliğinin düzenleyici etkisi vardır. Bu etki, tüketici kozmopolitliğinin yüksek olduğu düzey için daha büyüktür.

Şekil 1: Araştırma Modeli ve Hipotezleri



4. Yöntem

4.1. Veri Toplama Süreci

Bu çalışma ile yerli ve yabancı iki markanın ittifakından oluşan kurgusal bir marka temel alınarak, algılanan marka yabancılığının uluslararası marka ittifakı ürünü satın alma olasılığına etkisi ve bu etkide marka ittifakına yönelik tutumun ve marka ittifakına yönelik algılanan kalitenin aracı etkisi araştırılmaktadır. Aynı zamanda, tüketici kozmopolitliğinin ilgili dolaylı etkiler üzerindeki düzenleyici etkisi de araştırma kapsamında test edilmektedir. Araştırmaya konu olan ittifakı oluşturacak markaların tespit edilmesi için yerli ve yabancı markanın belirlenmesi amacıyla iki ön-test gerçekleştirilmiştir. Ön-testler 05.12.2021-16.12.2021 tarihleri arasında Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi ve Kastamonu Üniversitesi'nde öğrenim gören toplam 80 lisans ve lisansüstü öğrencisi ile gerçekleştirilmiştir.

Birinci ön-testte "Sizce aşağıdaki markalardan hangileri Türk malı ürün ve Türk markası gibi unsurları en yoğun düzeyde temsil etmektedir?" sorusu ile katılımcıların listelenen markaları seçmeleri istenmiştir. İlgili marka listesinin oluşturulması için Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) üyeleri arasından kendi moda markasını yaratmış markalar listelenmiştir. Katılımcılardan listelenen markalar arasından üç tanesini seçmeleri istenmiştir. Daha sonra tüm katılımcıların seçimlerine göre markalar puanlanmış ve en yüksek puanı alan marka araştırma için tercih edilmiştir. Birinci ön test sonuçlarına göre ittifaka katılacak yerli markanın "Mavi" olmasına belirlenmiştir. İkinci ön-test için katılımcılara "Sizce aşağıdaki markalardan hangileri Mavi markası için uygun bir ortak olacaktır?" sorusu yöneltilerek listelenen markalardan seçim yapmaları istenmiştir. Yabancı markanın belirlenmesi için çeşitli sektör ve ülkeler yönelik marka raporları hazırlayan "Brand Finance" oluşumunun "En değerli ve güçlü giyim markaları yıllık raporu" (*the annual report on the most valuable and strongest apparel brands*) isimli çalışmasında yer alan markalar listelenmiştir. İlk ön-teste olduğu gibi yine markalar puanlanmış ve ikinci ön-testin sonuçlarına göre marka ittifakına katılacak yabancı markanın Levi's olmasına karar verilmiştir. Mavi ve Levi's markalarından oluşan ittifak markası "Lemavi's" olarak isimlendirilmiş ve kurgusal ittifak bu marka adı ile ifade edilmiştir. Ayrıca veri toplama sürecinde katılımcılar marka ittifakına yönelik olarak bir açıklamayla bilgilendirilmiştir.

Araştırmada kullanılan anket formu 6 bölümden oluşmaktadır. Anket formunun ilk beş bölümünde araştırmaya konu olan değişkenleri ölçen 5'li Likert tipi ölçekler kullanılmıştır. Son bölümde ise katılımcıların demografik bilgilerine yönelik sorular yer almaktadır. Algılanan marka yabancılığı 4 ifade (Batra vd., 2000; Steenkamp vd., 2003; Zhou vd., 2010; Kurtuldu, 2016); marka ittifakına yönelik tutum 3 ifade (Simonin ve Ruth, 1998); marka ittifakına yönelik algılanan kalite 4 ifade (Sweeney ve Soutar, 2001; Zhou vd., 2010); marka ittifakı ürünü satın alma olasılığı 3 ifade (Dodds vd., 1991; Steenkamp vd., 2003; Baek vd., 2010) ve tüketici kozmopolitliği 6 ifade (Cleveland vd., 2009) olmak üzere toplam 20 ifadeden oluşan anket aracılığıyla veriler toplanmıştır.

Veri toplama süreci 15.01.2022 ile 30.03.2022 tarihleri arasında anket aracılığı ile gerçekleştirilmiştir. Farklı profillerdeki tüketicilerden veri toplayarak maksimum çeşitlilik sağlayabilmek için yaşanan şehir/bölge, yaş grubu, cinsiyet, gelir, meslek, vb. özellikler açısından farklı tüketicilere ulaşabilecek şekilde online formda hazırlanan anketler kullanılmış ve 442 katılımcıdan veri toplanmıştır. Anket soruları arasında 2 adet kontrol sorusuna da yer verilmiştir. Bu ifadelere önerildiği gibi işaretleme yapmayan katılımcıların anketleri çalışma

kapsamından çıkarılarak toplam 392 anketten elde edilen veriler analizlere dâhil edilmiştir. Katılımcıların demografik bulguları Tablo 1’de gösterilmektedir.

4.2. Veri Analizi

Çalışmada SPSS ve AMOS programları birlikte kullanılmıştır. Çalışma kapsamında gerçekleştirilecek analizlere dair varsayımlarının sağlanıp sağlanmadığı kontrol edilmiştir. Bu amaçla kayıp değerler ve uç değerler olup olmadığı ve normal dağılım durumu belirlenmiştir. Veri setinde kayıp veri bulunmamaktadır. Normallik varsayımı ve uç değerler Tablo 2’de gösterilen çarpıklık ve basıklık kritik değerlerine göre değerlendirilmiştir (Gürbüz, 2019). Sonrasında keşfedici faktör analizi (KFA) uygulaması ile ölçme aracının yapısı tespit edilmiştir. Yapı geçerliliğinin ve güvenilirliğinin test edilmesi için doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulaması gerçekleştirilmiştir. Bu aşamada düşük faktör yükünden dolayı ifade silme yapılarak iyi ve kabul edilebilir uyum indeksleri elde edilmiştir. Son olarak gözlenen değişkenler üzerinden AVE ve CR değerleri hesaplanarak ölçüm modeli doğrulanmıştır.

Araştırma kapsamında bir düzenlenmiş paralel aracılık modeli test edilmiştir. Hipotezleri test etmek için yapısal eşitlik modellemesi, aracılı yapısal model analizi ve düzenleyici yapısal model analizleri kullanılmıştır. Aracılı yapısal analizde bootstrap (önyükleme) yöntemi ile dolaylı etkinin anlamlılık durumu araştırılmıştır. Düzenleyici etkinin nasıl gerçekleştiğinin tespiti için de Dawson (2014) tarafından önerilen slope (eğim) analizi gerçekleştirilmiştir.

4.3. Bulgular

Katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, gelirlerine göre dağılımları Tablo 1’de gösterilmiştir. Katılımcıların çoğunluğunun kadın (%63,5), 26-35 yaş arasında (%40,3), lisans mezunu (%38,3) ve 4253 TL altında gelire (%26,3) sahip oldukları görülmektedir.

Tablo 1: Demografik Bulgular

Değişken	Seçenekler	N	%
Cinsiyet	Kadın	249	63,5
	Erkek	143	36,5
Yaş	18-25	86	21,9
	26-35	158	40,3
	36-45	99	25,3
	46-55	40	10,2
	56 ve üstü	9	2,3
Eğitim düzeyi	Lise öncesi	4	1,0
	Lise	61	15,6
	Önlisans	51	13,0
	Lisans	150	38,3
	Lisansüstü	126	32,1
Gelir	4253 TL ve altı	103	26,3
	4254-6000 TL	63	16,1
	6001-9000 TL	80	20,4
	9001-12000 TL	78	19,9
	12000 TL ve üstü	68	17,3

4.3.1. Keşfedici Faktör Analizi Bulguları

Veri setinin faktör analizine uygunluğunu belirlemek için KMO katsayısı ve Bartlett küresellik testi sonuçlarına bakılmış, test sonuçlarına göre verilerin faktörleştirilebilir olduğu görülmüştür. Büyüköztürk (2015) tarafından önerilen, KMO'nun 0,60'dan yüksek çıktığı ve Bartlett testi düzeyinin anlamlı olduğu bulguları Tablo 2'de gösterilmiştir.

Çalışmada kullanılan ölçüm modeli, özdeğeri 1'in üzerinde olan beş faktörden oluşan çok faktörlü bir yapıdır. KFA sonuçlarına göre düşük faktör yüküne sahip olma, binişik ifadeler olma, tek ifade ile faktör oluşturma ve güvenilirlik katsayısı düşük olma gibi kriterler (Kline, 1994; Büyüköztürk, 2015; Gürbüz, 2019) değerlendirilmiş ve 20 ifadenin de uygun değerlerde olduğu sonucu elde edilmiştir. Faktörlerin birlikte açıkladığı toplam varyans %82,93'tür. İfadelerin faktör yükleri, faktörlerin özdeğerleri, açıkladıkları varyanslar ve güvenilirlik katsayıları (Cronbach's Alpha) Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2: Keşfedici Faktör Analizi Bulguları ve Betimsel İstatistikler

KMO: ,870					
Bartlett χ^2: 7603,063 df: 190 p\leq .001					
Faktörler (Cronbach's Alpha*/ Özdeğer**/ Açıklanan varyans***)	Faktör yükü	Ort.	S.S.	Skew.	Kurto.
1.Kozmopolitlik (,963*/6,720**/33,599***)					
TK1.	,873	4,0051	1,03146	-1,135	,652
TK2.	,936	4,0051	1,06561	-1,221	,916
TK3.	,939	4,0791	1,04447	-1,255	1,012
TK4.	,934	4,1122	1,00263	-1,298	1,224
TK5.	,945	4,1327	1,05246	-1,418	1,455
TK6.	,831	3,7985	1,09297	-,715	-,287
2. Algılanan marka yabancılığı (,917*/3,801**/19,007***)					
AMY1.	,905	3,4362	1,13580	-,494	-,775
AMY2.	,927	3,4209	1,14381	-,485	-,771
AMY3.	,817	3,0026	1,05476	,179	-,450
AMY4.	,887	3,3954	1,17052	-,453	-,776
3.Uluslararası marka ittifakına yönelik tutum (,915*/3,387**/16,935***)					
AT1.	,884	3,6301	,99791	-,681	,250
AT2.	,876	3,6607	1,04364	-,643	-,444
AT3.	,856	3,5051	1,05354	-,488	-,736
4.Uluslararası marka ittifakı ürünü satın alma olasılığı (,950*/1,562**/7,809***)					
SAO1.	,887	3,4821	,97786	-,577	-,016
SAO2.	,922	3,3495	1,02291	-,496	-,072
SAO3.	,893	3,4158	1,03051	-,505	-,171
5.Uluslararası marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kalite (,822/1,118**/5,589***)					
AK1.	,754	3,5842	,87772	-,202	-,220
AK2.	,765	3,4592	,82998	-,004	-,289
AK3.	,636	3,4158	,90356	-,353	,097
AK4.	,655	3,4388	,94953	-,382	-,028
Toplam açıklanan varyans: %82,939					

4.3.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi Bulguları

Öncelikli olarak Tablo 2’de gösterilen değişkenler aracılığıyla DFA uygulamasına geçilmiştir. İlk uygulama sonrası marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kalite değişkeninde birinci ifadenin (AK1) düşük faktör yüküne sahip olduğu (,457) tespit edilmiş ve bu ifade modelden çıkarılarak analiz tekrarlanmıştır. Ölçüm modelinin doğrulanabilmesi için, faktör yüklerinin en az 0,50 mümkünse 0,70 (Fornell ve Larcker, 1981; Hair vd., 2005) ve üstü olması gerekmektedir. AK 1 ifadesi çıkartıldıktan sonra tekrarlanan analiz sonuçlarına göre modelin uyum indekslerinin kabul edilebilir ve iyi uyum aralıklarında (Meydan ve Şeşen, 2015; Yaşlıoğlu, 2017; Gürbüz, 2019) olduğu (bkz. Tablo 3) ve tüm ifadelerin faktör yüklerinin önerildiği gibi ,70’den büyük olduğu sonuçları elde edilmiştir (RMSEA= 0,74; X2/DF= 3,124; RMR= 0,055; SRMR= 0,058; GFI= 0,896; AGFI= 0,861; CFI = 0,959; IFI= 0,959; TLI (NNFI)= 0,950; NFI= 0,941).

Modelin benzeşim geçerliliğini değerlendirmek için AVE (*Ortalama açıklanan varyans, Average variance extracted*), yapı güvenilirliği ölçütü olarak CR (*Birleşik güvenilirlik, Composite reliability*) değerleri hesaplanmıştır. Hesaplamalar sonucunda; tüm faktörlerin CR değerlerinin ,60’tan büyük olduğu, CR değerlerinin AVE değerlerinden büyük olduğu ve tüm AVE değerinin ise ,50’den büyük olduğu sonucuna ulaşılmıştır (bkz. Tablo 3). Bu sonuçlara göre doğrulanan modelin benzeşim geçerliliğine sahip olduğunu söylemek mümkündür (Hair vd., 2005; Yaşlıoğlu, 2017; Gürbüz, 2019).

Tablo 3: Faktör Yükleri ve Birleşim Geçerliliği Analizi

Gözlenen değişkenler	Faktör yükü	AVE	CR
AMY1. Lemavi’s markası bana yabancı unsurları çağrıştırmaktadır.	,918	,73	,91
AMY2. Lemavi’s markasını yabancı unsurlar ile ilişkilendiriyorum.	,952		
AMY3. Lemavi’s markası yabancı kültürün çok iyi bir sembolüdür.	,724		
AMY4. Lemavi’s markasını yabancı bir marka olarak değerlendiriyorum	,821		
AT1. Levi’s ve Mavi ortaklığını olumlu buluyorum.	,908	,78	,91
AT2. Levi’s ve Mavi ortaklığı hoşuma gitti.	,932		
AT3. Bence Levi’s ve Mavi ittifakı iyi bir ortaklıktır.	,819		
AK2. Lemavi’s markası, çok yüksek bir genel kalite seviyesine sahiptir.	,559	,61	,82
AK3. Lemavi’s markalı ürünler iyi bir işçiliğe sahiptir.	,899		
AK4. Lemavi’s markası her zaman kaliteli ürünler sunar.	,859		
SAO1. Eğer gerçekte Lemavi’s markası var olsaydı, ciddi ciddi bu marka ürünleri almayı düşünürdüm.	,917		
SAO2. Eğer gerçekte Lemavi’s markası var olsaydı, kesinlikle bu marka ürünleri satın alırdım	,959	,86	,95
SAO3. Eğer gerçekte Lemavi’s markası var olsaydı, bu marka ürünleri satın alma ihtimalim çok yüksekti.	,915		
TK1. Başka kültürlerden insanlarla fikir alışverişinde bulunmaktan hoşlanırım.	,849		
TK2. Diğer ülkelerde yaşayan insanlar hakkında daha fazla şey öğrenmeye meraklıyım.	,926	,81	,96
TK3. Hayata bakışlarını öğrenmek için diğer ülkelere insanlarla birlikte olmak hoşuma gider.	,946		
TK4. Onlardan neler öğrenebileceğimi görmek için diğer ülkelere insanları gözlemlemek hoşuma gider	,940		
TK5. Başka yaşam tarzlarını öğrenmekten hoşlanırım.	,957		
TK6. Diğer kültürlerden insanları ilham verici bulurum.	,803		

Ayrıştırma geçerliliği için, her bir faktöre ait AVE değerinin, her bir değişkenin diğer değişkenlerle olan korelasyonlarının karesinden daha yüksek olması beklenmektedir (Fornell ve Larcker, 1981). Tablo 4'te değişkenler arasındaki korelasyon değerleri görülmektedir. Yapılan hesaplama sonucu AVE değerlerinin, değişkenlere ait en yüksek korelasyon değerinin karesinden yüksek olduğu sonucu elde edilmiştir. Ayrıca çalışma kapsamında Heterotrait-Monotrait (HTMT) ayrıştırma geçerliliği sonuçları da hesaplanmış ve tüm HTMT oranlarının literatürde önerildiği (Henseler vd., 2015) şekilde ,90'dan küçük olduğu sonucu elde edilmiştir. Bu anlamda, her iki yaklaşımın sonuçlarına göre de değişkenler arasında ayrıştırma geçerliliği koşulunun sağlandığını söylemek mümkündür.

Tablo 4: Ayrıştırma Geçerliliği Değerleri (MSV ve ASV Değerleri)

No	Fak.	1	2	3	4	5	MSV	ASV	VAVE	AVE
1	AMY	1,00	,265	,300*	-,110	,097	,09	,045	,85	,73
2	AT	,265	1,00	,670*	,388	,273	,44	,18	,88	,78
3	AK	,300	,670*	1,00	,383	,182	,44	,31	,78	,61
4	SAO	-,110	,388*	,383	1,00	,208	,15	,30	,92	,86
5	TK	,097	,273*	,182	,208	1,00	,07	,27	,90	,81

*Max r

MSV (Maximum squared variance, Maksimum paylaşılan varyansın karesi) = Max r^2

ASV (Average shared square variance, Paylaşılan varyansın karesinin ortalaması) = $\frac{\sum r^2}{N}$

AVE'nin karekökü = \sqrt{AVE}

Ayrıştırma geçerliliği koşulları (Fornell ve Larcker, 1981; Yaşlıoğlu, 2017; Gürbüz, 2019).

- MSV < AVE
- ASV < AVE
- Faktörler arası korelasyon < AVE'nin karekökü

4.4. Hipotez Testleri

4.4.1. Yapısal Eşitlik Modellemesine Ait Bulgular

Araştırmanın hipotezleri IBM AMOS Programı vasıtasıyla test edilmiştir. Hipotez testleri sürecinde YEM (Yapısal eşitlik modellemesi) analizi kullanılmıştır. Bu bağlamda öncelikle, bağımsız değişkenin (algılanan marka yabancılığı), aracı değişkenler (marka ittifakına yönelik tutum ve marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kalite) üzerindeki etkisi test edilmiştir. Buna göre algılanan marka yabancılığının, marka ittifakına yönelik tutumu ($\beta = ,27$, $t = 5,013$, $p \leq ,001$) ve marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kaliteyi olumlu yönde etkilediği ($\beta = ,30$, $t = 5,093$, $p \leq ,001$) görülmektedir. Bu durumda H_1 ve H_2 hipotezleri desteklenmiştir (uyum iyiliği değerleri için bkz. Tablo 5). Öte yandan algılanan marka yabancılığının marka ittifakı ürünü satın alma olasılığı üzerinde negatif yönde anlamlı etkisinin olduğu ($\beta = -,10$, $t = -2,067$, $p \leq ,05$) tespit edilmiştir. Bu nedenle H_3 hipotezinin desteklenmediği sonucuna ulaşılmıştır (CMIN/DF: 2,741, GFI: ,975, AGFI: ,946, NFI: ,985, CFI: ,991).

Direkt etkiler kapsamında aracı değişkenlerin (marka ittifakına yönelik tutum ve marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kalite) bağımlı değişken (marka ittifakı ürünü satın alma olasılığı) üzerindeki etkileri de incelenmiştir. Analiz sonuçlarına göre marka ittifakına yönelik tutumun, marka ittifakı ürünü satın alma olasılığı üzerindeki direkt etkisinin olumlu ve anlamlı olduğu ($\beta = ,44$, $t = 8,537$, $p \leq ,001$); yine diğer aracı değişken olan marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kalitenin marka ittifakı ürünü satın alma olasılığı üzerindeki direkt etkisinin de olumlu ve anlamlı olduğu ($\beta = ,46$, $t = 7,150$, $p \leq ,001$) tespit edilmiştir. Bu durumda H_4 ve H_5 hipotezlerinin desteklendiği sonucu elde edilmiştir (uyum iyiliği değerleri için bkz. Tablo 5).

4.4.2. Aracı (Mediator) Etki Analizi

Aracılık etkisinin test edilmesinde geleneksel ve çağdaş yaklaşım bir arada değerlendirilmiştir. Geleneksel yaklaşıma göre aracılık etkisinden bahsedebilmek için bağımsız değişken bağımlı değişkeni, bağımsız değişken aracı değişkeni ve aracı değişken de bağımlı değişkeni anlamlı olarak etkilemelidir. Çağdaş yaklaşım ise dolaylı etki değerlerinin hesaplanarak çıkarımlar yapılabilmesine olanak sağlamaktadır. Dolaylı etki; bağımsız değişkenin aracı değişken üzerindeki etkisi ile aracı değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisinin çarpımıdır. Çağdaş yaklaşıma göre aracılık testinde, bootstrap testi sonucunda dolaylı etkinin anlamlı olması durumunda aracı değişkenin varlığı kanıtlanmış olmaktadır. Bootstrap tekniği ile yapılan aracılık etkisi analizlerinde aracılık hipotezinin desteklenebilmesi için analiz sonucu %95 güven aralığındaki değerlerin alt ve üst sınırlarının sıfır (0) değerini kapsamaması gerekmektedir (Baron ve Kenny, 1986; Gürbüz, 2019). Bu çalışmada dolaylı etkinin belirlenmesinde daha geçerli ve güvenilir sonuçlar elde etmeye imkân sağlayan (Gürbüz, 2009) çağdaş yaklaşım benimsenmiş ve AMOS programı aracılığıyla dolaylı etkiler belirlenerek aracı etki değerlendirilmiştir. Aracılık testi için analiz seçeneklerinden “Indirect, direct & total effects” seçeneği işaretlenerek dolaylı etkinin hesaplanması sağlanmış ve 5000 yeniden örnekleme ve %95 güven düzeyi testi yapılacak şekilde bootstrap seçenekleri işaretlenmiştir. Aracılık etkisinin analiz sonuçları Tablo 5’de gösterilmektedir.

Aracı değişken olan marka ittifakına yönelik tutumun modele dâhil edilmesiyle birlikte, algılanan marka yabancılığı marka ittifakı ürünü satın alma olasılığındaki varyansın %19’unu açıklamaktadır. Algılanan marka yabancılığı ile marka ittifakı ürünü satın alma olasılığı arasındaki ilişkide marka ittifakına yönelik tutum değişkeninin aracılık rolü olup olmadığını belirlemek için bootstrap yöntemine dayalı yol analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, algılanan marka yabancılığının marka ittifakına yönelik tutum aracılığıyla marka ittifakı ürünü satın alma olasılığı üzerindeki dolaylı etkisinin anlamlı olduğu görülmektedir ($\beta = ,12$, %95 GA [,066-,179]). Bu durumda H_6 hipotezi desteklenmiştir.

Diğer aracı değişken, marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kalitenin modele dâhil edilmesiyle birlikte, algılanan marka yabancılığı, marka ittifakı ürünü satın alma olasılığındaki varyansın %20’sini açıklamaktadır. Marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kalite değişkeninin aracılık rolü olup olmadığını belirlemek için yapılan bootstrap sonuçlarına göre, algılanan marka yabancılığının marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kalite aracılığıyla marka ittifakı ürünü satın alma olasılığı üzerindeki dolaylı etkisinin anlamlı olduğu görülmektedir ($\beta = ,13$, %95 GA [,073-,21]). Bu durumda H_7 hipotezi desteklenmiştir.

Ayrıca modeldeki tüm aracı değişkenler (Marka ittifakına yönelik tutum, Marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kalite) birlikte test edildiğinde de görülmektedir ki algılanan marka yabancılığı, marka ittifakı ürünü satın alma olasılığındaki varyansın %17’sini açıklamaktadır. Bootstrap sonuçlarına göre, algılanan marka yabancılığının, marka ittifakına yönelik algılanan tutum ve marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kalite aracılığıyla marka ittifakı ürünü satın alma olasılığı üzerindeki dolaylı etkisinin anlamlı olduğu görülmektedir ($\beta = ,17$, %95 GA [,010-,26]). Bu sonuç da paralel aracı modelin işler olduğunu destekler niteliktedir.

Tablo 5: Aracı Etkiye Yönelik Yol Analizi Sonuçları

Aracı değ.	Tahmin değ.	Sonuç değ.	
		Marka ittifakı ürünü satın alma olasılığı	S. E.
Marka ittifakına yönelik tutum (CMIN/DF: 2,700, GFI: 0,958, AGFI: 0,928, NFI: 0,975, CFI: 0,984).	Algılanan marka yab.	-,22***	,048
	Aç. Var.	,19	
Marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kalite (CMIN/DF: 4,772, GFI: 0,931, AGFI: 0,881, NFI: 0,951, CFI: 0,961).	Algılanan marka yab.	-,24***	,049
	Aç. Var.	,20	
Dolaylı etki		,12 (0,066, 0,179)	
Dolaylı etki		,13 (0,073, 0,21)	

Parentez içi değer: alt ve üst güven aralığı. Bootstrap=5000
p≤ ,001*** (Standardized Indirect Effects)

4.4.3. Düzenleyici (Moderatör) Etki Analizi

Bu çalışmada düzenleyici etkinin belirlenmesi amacıyla yol analizi gerçekleştirilmiştir. Analizlere başlamadan önce etkileşimsel terimin sonuç değişkenine etkisinde çoklu bağlantı sorununu ortadan kaldırmak amacıyla bağımsız (algılanan marka yabancılığı) ve düzenleyici (tüketici kozmopolitliği) değişkenlere ait değerler standardize edilmiştir. Değişkenlerin standardize edilmesi SPSS üzerinden Z skorlar hesaplanarak gerçekleştirilmiştir. Standardize edilen bağımsız ve düzenleyici değişkenlerin çarpımı ile etkileşimsel etki değişkeni oluşturulmuştur. Gerçekleştirilen analizler sonucunda algılanan marka yabancılığının ($\beta = ,21$, $t = 4,37$, $p \leq ,001$) ve tüketici kozmopolitliğinin ($\beta = ,24$, $t = 5$, $p \leq ,001$) marka ittifakına yönelik tutum üzerinde olumlu ve anlamlı etkileri bulunmaktadır. Benzer şekilde, algılanan marka yabancılığının ($\beta = ,26$, $t = 5,44$, $p \leq ,001$) ve tüketici kozmopolitliğinin ($\beta = ,20$, $t = 4,24$, $p \leq ,001$) marka ittifakına yönelik algılanan kalite üzerinde olumlu yönde anlamlı etkilerinin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca standardize Z skorlar ile gerçekleştirilen bu analizlerin de yapısal eşitlik modellemesi sonuçları ile paralel oldukları görülmektedir.

Algılanan marka yabancılığı ve tüketici kozmopolitliği değişkenlerinin, marka ittifakına yönelik tutum üzerindeki etkileşimsel etkisinin anlamsız olduğu ($\beta = -,001$, $t = -,027$, $p = ,979$); marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kalite üzerindeki etkileşimli etkisinin ise anlamlı olduğu ($\beta = ,09$, $t = 1,97$, $p \leq ,05$) tespit edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre algılanan marka yabancılığının, marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kaliteye etkisinde tüketici kozmopolitliğinin düzenleyici rolü olduğu kanıtlanmıştır. Ancak marka ittifakına yönelik tutum değişkeni için düzenleyici etkiden söz edilemez. Bu nedenle H_8 hipotezi desteklenmezken, H_9 hipotezinin desteklendiği görülmektedir.

Tablo 6: Düzenleyici Etkiye Yönelik Yol Analizi Sonuçları

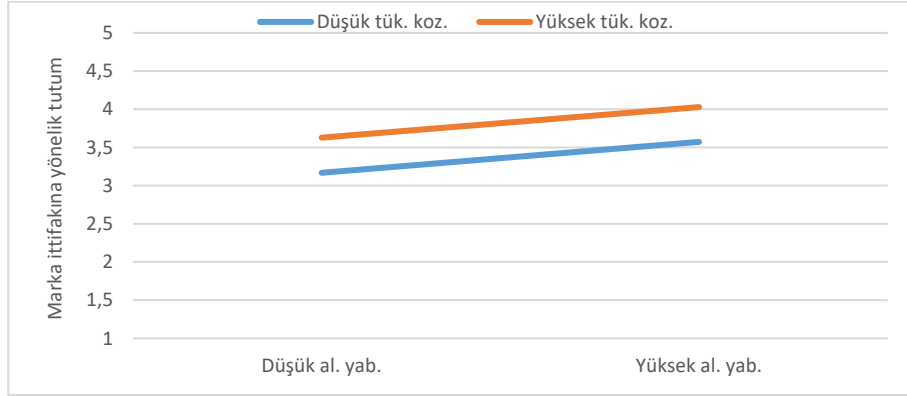
Marka ittifakına yönelik tutum			
	B	Sh	t
Al. Mar. Yabancılığı	,21***	,046	4,37
Tük. Kozmopolitliği	,24***	,046	5,00
Etkileşim	-,001	,037	-,027
Marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kalite (Açıklanan varyans %11)			
	B	Sh	t
Al. Mar. Yabancılığı	,26***	,036	5,44
Tük. Kozmopolitliği	,20***	,036	4,24
Etkileşim	,09*	,030	1,97

* p ≤ ,05 ** p ≤ ,01 *** p ≤ ,001

Düzenleyici etkinin detaylarının anlaşılabilmesi için slope analizine ihtiyaç bulunmaktadır. Bunun için düzenleyici değişken olan tüketici kozmopolitliğinin farklı düzeyleri söz konusu olduğunda (düşük ve yüksek gibi) algılanan marka yabancılığının, marka ittifakına yönelik tutum ve marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kalite üzerindeki etkilerinin anlamlı olup olmadığı tespit edilmelidir. Doğrudan ve aracı etki analizlerinin yapıldığı AMOS programında eğim analizi için araç bulunmadığından, bu amaçla geliştirilmiş Excel makroları kullanılarak Slope analizi gerçekleştirilmiştir.

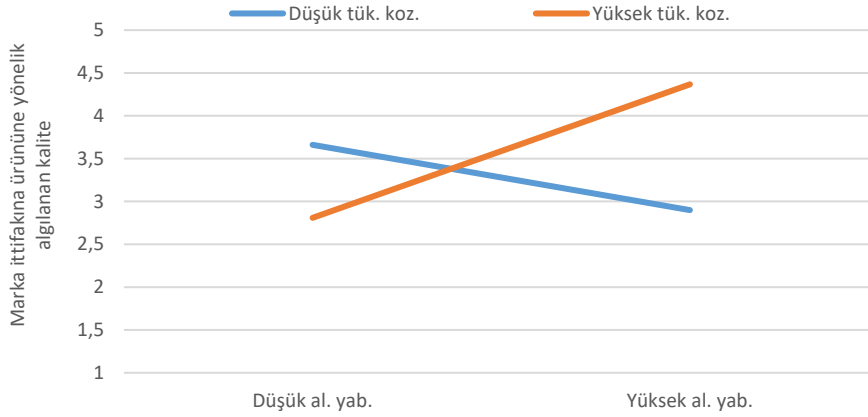
Marka ittifakına yönelik tutum değişkeni için gerçekleştirilen slope analizi sonuçlarına göre düzenleyici değişkenin etkileri Şekil 2’de grafiksel olarak gösterilmiştir. Buna göre hem tüketici kozmopolitliğinin düşük ($\beta= 0,202$, $t= 3,69$, $p\leq ,001$) olduğu koşulda hem de tüketici kozmopolitliğinin yüksek ($\beta= 0,200$, $t= 3,65$, $p\leq ,001$) olduğu koşul atında markayı yabancı olarak algılama düzeyi arttıkça marka ittifakına yönelik tutum düzeyi artmaktadır. Ancak bu etkileşimin anlamsız olduğu görülmektedir.

Şekil 2: Tüketici Kozmopolitliğinin, Algılanan Marka Yabancılığı ile Marka İttifakına Yönelik Tutum İlişkisindeki Düzenleyici Etkisinin Grafiksel Gösterimi



Marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kalite değişkeni için gerçekleştirilen slope (eğim) analizi sonuçlarına göre düzenleyici değişkenin etkileri Şekil 3’de grafiksel olarak gösterilmiştir. Buna göre tüketici kozmopolitliğinin düşük ($\beta= -0,38$, $t= -8,51$, $p\leq ,001$) olduğu durumlarda, markayı yabancı olarak algılama düzeyi arttıkça marka ittifakına yönelik algılanan kalite düzeyi azalmaktadır. Öte yandan tüketici kozmopolitliğinin yüksek ($\beta= 0,77$, $t= 17,41$, $p\leq ,001$) olduğu durumlarda ise markayı yabancı olarak algılama düzeyi arttıkça marka ittifakına yönelik algılanan kalite düzeyinin de arttığı tespit edilmiştir. Ayrıca β katsayılarından görülmektedir ki yüksek kozmopolitliğin düzenleyici etkisi, düşük kozmopolitliğin düzenleyici etkisinden daha fazladır.

Şekil 3: Tüketici Kozmopolitliğinin, Algılanan Marka Yabancılığı ile Marka İttifakı Ürününe Yönelik Algılanan Kalite İlişkisindeki Düzenleyici Etkisinin Grafikselleştirilmesi



5. Sonuç

Ger vd. 1993 yılındaki çalışmalarında gelişmekte olan ve serbest pazar ekonomisine açılan ülkelerden biri olan Türkiye'deki tüketicilerin hızlı ve yoğun bir şekilde ürün ve hizmete erişebilme imkânı elde etmesi sonucunda tüketim yapılarında kırılmalar olduğunu tespit etmişlerdir. Aradan geçen 30 yıl boyunca bir yandan teknolojinin, iletişimin, ulaştırmanın gelişmesine paralel olarak küresel ürünlerden haberdar olma ve bu ürünlere ulaşmanın kolaylaşması gibi global ürünlere yönelik teşvik edici gelişmeler yaşanırken, diğer yandan ise savaşlar, siyasi koşullar, göçler gibi tüketici milliyetçiliğini tırmandıran durumlar söz konusu olmuştur (Kahraman, 2002; Yanıklar, 2006; Halaçoğlu, 2009; Kaya ve Oğuz, 2010). Yapılan çeşitli araştırmalarda da bu durum doğrulanmış, bazı tüketicilerin yerli ürünleri, bazılarının da yabancı ürünleri tercih etmeye eğilimli oldukları görülmüştür (Güngör Özçelik ve Torlak, 2011). Bu durum, uluslararası firmaları dış pazarlara yatırım gerçekleştirirken, birçok farklı faktör ve değişkeni göz önünde bulundurarak karar vermek zorunluluğu ile karşı karşıya bırakmaktadır (Kurtuldu, 2016). Bu yüzden tüketim pratiklerinin anlaşılabilirliği ve tüketici davranışlarının kavramsallaştırılabilirliği için küreselleşmiş pazarlardaki tüketicilerin değişen tepkilerinin ve algılamalarının belirlenmesi önemli bir hâl almaktadır. Bu belirsizliklerin giderilmesine katkı sağlamak amacıyla, bu çalışmada uluslararası bir marka ittifakı ürününe yönelik algılanan yabancılığın bu ürünü satın alma olasılığına etkisi, bu etkide marka ittifakına yönelik algılanan tutum ve marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kalitenin aracılık rolü ve son olarak ilgili dolaylı etkiler üzerinde tüketici kozmopolitliğinin düzenleyici etkisi test edilmiştir.

Araştırma kapsamında algılanan marka yabancılığının marka ittifakına yönelik tutumu ve marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kaliteyi olumlu yönde etkilediği ortaya konulmuştur. Bu sonuçlar ile geçmiş çalışmalar arasında paralellik görülmektedir. Nitekim pratik ve sembolik nedenlerden dolayı yabancı ürünlere yönelik algılamaların daha üstün olduğu, batılı ya da küresel bir yaşam tarzı ile özdeş olarak algılanan yabancı ürünlerin yüksek kalitede oluşuna inanıldığı, gelişmekte olan ülke tüketicilerinin yabancı markalara yönelik tutumlarının daha olumlu olduğu görülmektedir (Steenkamp vd., 2003; Zhou ve Belk, 2004; Akagun Ergin ve Özdemir Akbay, 2010; Bhardwaj vd., 2010; Zhou vd., 2010; Akram vd., 2011; Gammoh vd.,

2011; Özsoyer, 2012; Xie vd., 2015). Bu durumun nedenleri arasında yabancı olarak algılanan ürünün daha yüksek statü ile özdeş görülmesi, göreceli olarak kıt ve prestijli algılanması ve daha yüksek fiyatlı olduğuna inanılmasını ifade etmek mümkündür (Likhovolova, 2018). Yüksek prestij ve kalite algısı gibi nedenlerle algılanan marka yabancılığının tüketicileri ürünlere yönelik olumlu davranışlar sergilemeye yönlendirdiği, bu tür ürünleri satın alma olasılığını olumlu etkilediği görülmektedir (Bhardwaj vd., 2010; Gammoh vd., 2011). Buna karşın mevcut çalışmada algılanan marka yabancılığının uluslararası marka ittifakı ürünü satın alma olasılığını olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir. Bu sonuca neden olabilecek çeşitli durumlar söz konusudur. Bunların başında bireylerin etnosentrizm düzeyinin yüksek olmasından dolayı yabancı ürünlere kıyasla yerli ürünlere yönelik olumlu davranışsal değerlendirmelerin söz konusu olabilmesi durumu yer almaktadır. Küreselleşen dünyada yaşam stilleri benzeşen tüketiciler olduğu kadar, içinde buldukları kültüre sıkı sıkıya bağlı kalan ve tüketim alışkanlıklarını buna göre belirlemeyi tercih eden bireyler de bulunmaktadır (Karataş ve Altunışık, 2016; Akın vd., 2017). En basit şekliyle, tüketicilerin yabancı ürünleri reddedip, yerli ürünleri tercih etme eğilimleri olarak ifade edilen tüketici etnosentrizmi tüketicilerin kendi ülkelerinin ürünlerinin mükemmelliğine inanmaları düşüncesi oluşturmaktadır. Bunu temel alarak etnosentrik eğilimli tüketiciler yerli ürünlerin alınmasını desteklerken, yabancı menşeli ürünleri almanın doğruluğunu sorgulamaktadır (Shimp, 1984). Özellikle Türk toplumunun toplulukçu bir yapıya sahip olduğu (Hofstede, 1984; Hofstede, 2011) ve toplulukçuluğun etnosentrizm üzerinde pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğu (Sharma vd., 1994; Uysal vd., 2018) göz önünde bulundurulduğunda bu yönde bir çıkarımda bulunulması uygun görülmektedir. Buna paralel olarak yabancı ürünlere yönelik tüketici düşmanlığını da yabancı ürünlerin tercih edilmesinde diğer bir engel olarak değerlendirmek mümkündür (Öztürk vd., 2019). Özdeşleşme açısından değerlendirildiğinde de yerel markaların tüketici ile özdeşleşerek yabancı markalara kıyasla rekabet üstünlüğü sağladığı görülmektedir (Cayla ve Eckhardt, 2007). Ayrıca yabancı ürünlere yönelik değerlendirmelerde, ürün sınıfları arasında da önemli farklılıklar olduğunu ortaya koyan çalışmalar bulunmaktadır (Kaynak ve Çavuşgil, 1983; Güngör Özçelik ve Torlak, 2011). Mevcut çalışma moda giysi markaları ile kısıtlı olarak gerçekleştirildiğinden, farklı ürün grupları değerlendirilerek yapılan/yapılacak çalışmalarda farklı sonuçlara ulaşılması olasıdır. Bununla birlikte, bu çalışma sonucuna benzer şekilde Steenkamp vd. (2003) tarafından gerçekleştirilen çalışmada da Amerikalı tüketicilerin algılanan yabancılık düzeyleri ile satın alma olasılığı arasında doğrudan bir ilişki bulunamamış, ancak kalite ve prestij aracılığıyla gerçekleşen dolaylı bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Son olarak, marka ittifakı ürünü satın alma olasılığı üzerinde marka ittifakına yönelik tutum ve marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kalitenin olumlu ve anlamlı etkileri tespit edilmiştir. Geçmiş çalışma bulgularından hareketle tüketicilerin yabancı ya da yerli markaya yönelik kalite algısı değiştikçe satın alma olasılığının da değiştiği (Özsoyer, 2012; Xie vd., 2015), tutumun da marka ittifakı ürünü satın alma olasılığını olumlu yönde etkilediği (Ajzen ve Fishbein, 1977; Paydas Turan, 2021) görülmektedir.

Küreselleşme, markalar açısından rekabeti zorlu bir süreç haline dönüştürmüştür. Bu konuda stratejik ittifaklar söz konusu yoğun rekabet ortamında işletmelerin tek başlarına yapamadıkları işleri, güçlerini birleştirmek suretiyle yapabilmelerine olanak sağlayan bir alternatif olarak öne çıkmaktadır. Ancak ittifakın başarısı ve yabancı olarak algılanan ürünlere yönelik olumlu davranışların söz konusu olabilmesi ittifaka yönelik tutum ve kalite algısı gibi birtakım ön koşullara bağlı olarak gerçekleşebilmektedir (Simonin ve Ruth, 1998; Steenkamp vd., 2003; Akram vd., 2011; Hussein ve Hassan, 2018; Sichtmann vd., 2019; Paydas Turan,

2021). Nitekim bir markaya yönelik yabancılaşma algısı, tüketiciler arasında kalite, prestij ve aşinalık algılarına yol açtığından satın alma olasılığını da beraberinde getirmektedir. Diğer bir ifadeyle algılanan yabancılaşmanın davranışsal niyet üzerindeki etkisi birtakım süreçler üzerinden, dolaylı olarak da gerçekleşebilmektedir. Bu bağlamda, mevcut araştırma kapsamında da algılanan yabancılaşmanın uluslararası marka ittifakı ürünü satın alma olasılığına marka ittifakına yönelik tutum (Simonin ve Ruth, 1998) ve marka ittifakı ürününe yönelik algılanan kalite (Steenkamp vd., 2003) üzerinden dolaylı etkileri ortaya konulmuştur. Planlı Davranış Teorisi'nin öngörülerine paralel bu sonuç, algılanan yabancılaşma ile ittifak ürünü satın alma olasılığı arasında yer alan psikolojik sürecin anlaşılmasına katkı sunmaktadır (Ajzen ve Fishbein, 1977; Steenkamp vd., 2003; Akram vd., 2011). Diğer bir ifadeyle bireylerin marka ittifakı ürününe yönelik davranışsal niyetinin şekillenmesinde tüketici tutum ve kalite algılamalarının belirleyici olduğu anlaşılmaktadır. Bu açıklamalardan hareketle, yerel markalar yabancılaşma algısını küresel kültürün bir sembolü işleviyle kullanırken, aynı zamanda yabancı markalara yönelik kalite algısını ve bundan kaynaklı olumlu tutumları da kendi markalarına transfer ederek ekstra fayda sağlayabilmektedir. Bu yönüyle yerel markaların, yabancı markalarla stratejik işbirlikleri kurarak avantaj sağlaması ve elde edebilecekleri yabancılaşma algısını önemli bir rekabet aracına dönüştürmesi mümkün görünmektedir.

Çalışma kapsamında ele alınan önemli kavramlardan bir diğeri de tüketici kozmopolitliğidir. Zira yabancı ürünleri ve yabancı kültürleri benimsemeye daha yatkın olan kozmopolit tüketiciler (Cleveland vd., 2009) uluslararası pazarlama kapsamında değerlendirilen önemli konulardan bir tanesidir. Bu nedenle mevcut çalışma kapsamında algılanan yabancılaşmanın marka ittifakına yönelik tutum ve algılanan kaliteye etkisinde tüketici kozmopolitliğinin düzenleyici etkisi araştırılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, algılanan marka yabancılaşmasının marka ittifakına yönelik tutum üzerindeki etkisinde tüketici kozmopolitliğinin düzenleyici etkisine rastlanamamıştır. Bu sonuç her ne kadar beklentilerle uyumlu olmasa da geçmiş bazı araştırmalarda da benzer sonuçların alındığı görülmektedir. Örneğin Davvetas vd. (2015)'nin çalışmasında kozmopolitlik algılanan marka yabancılaşma ile tutum arasında düzenleyici değişken olarak değerlendirilmiş ve kozmopolitliğin düzenleyici bir rolü tespit edilememiştir. Diğer yandan, çalışma kapsamında algılanan marka yabancılaşma ile ittifak ürününe yönelik algılanan kalite arasındaki ilişkide tüketici kozmopolitliğinin düzenleyici rolü olduğu sonucu elde edilmiştir. Bu sonuca göre, bireylerin kendilerini dünya vatandaşı olarak görme düzeyleri arttıkça, yabancı olarak algıladıkları markaların ürünlerine yönelik kalite algılamaları da artmaktadır (Cannon ve Yaprak, 2002). Bu bulgu, özellikle gelişmekte olan ülke kozmopolitlerinin yabancı ürünlere yönelik olumlu algı ve tutumlarını ortaya koyan çeşitli geçmiş sonuçlarla da örtüşmektedir (Kinra, 2006; Strizhakova vd., 2008).

Çalışma kapsamında özellikle uluslararası pazarlarda faaliyet gösteren markaların stratejik ve taktik kararlarına dayanak olabileceği düşünülen birtakım pratik sonuçlar elde edilmiştir. Bilhassa gelişmekte olan ülke tüketicileri açısından bakıldığında, ittifak sonucu ortaya çıkacak markalara yönelik yabancılaşma algısının, tutuma ve algılanan kaliteye olumlu etkileri gözlenmektedir. Bu durum ittifakın hem yabancı hem de yerli tarafları için önemli bir kazanımdır. Öte yandan algılanan yabancılaşmanın marka ittifakı ürünü satın alma niyetini etkileme noktasında tek başına yeterli olmadığı, bu etkinin ancak ittifaka yönelik tutum ve algılanan kalite gibi faktörler söz konusu olduğunda artış gösterdiği görülmektedir. Dolayısıyla yöneticiler tarafından markalara yönelik yabancılaşma algısının satın almaya dönüşmesine yardımcı olacak faktörlerin anlaşılması gerekmektedir. Ayrıca yine yabancı markaları tercih

etme eğilimini arttıran kozmopolitlik faktörünün de uluslararası pazarlarda faaliyet gösteren markalar tarafından göz önünde bulundurulması gerektiği açıktır. Kozmopolit eğilimleri yüksek tüketicilerin markalara yönelik yabancılaşma algısının, marka yöneticileri için tutundurma ve iletişim faaliyetleri noktasında önemli ipuçları taşıdığına inanılmaktadır (Makrides vd., 2021). Ancak unutulmaması gereken, kozmopolitlik gibi yabancı ve/veya yabancı algılanan markalara yönelik olumlu tutuma neden olan durumlar olduğu gibi tüketici milliyetçiliği, tüketici düşmanlığı gibi yabancı ve yabancı algılanan markalara mesafeli durmaya neden olan tüketici tepkileri de bulunmaktadır. Bu anlamda markaların faaliyet göstereceği yerel kültürleri ve dinamikleri anlaması, sonrasında uygun stratejiler geliştirmesi gerekmektedir (Kashif ve Uduwara, 2021). Türkiye özelinde gerçekleştirilen bu araştırmanın sonuçlarından hareketle, uluslararası marka ittifakı yatırımı gerçekleştirilmeyi planlayan yabancı ve yerel markaların bahsi geçen faktörleri dikkate alması durumunda, markaların kuracakları ittifakların başarılı olma ihtimalinin artacağına inanılmaktadır.

Araştırmanın birtakım kısıtlılıkları bulunmaktadır. Bunlardan ilki, kapsamın belirli bir ürün grubu ile sınırlı olmasıdır. Ayrıca çalışma kapsamında seçilen markalar katılımcılar vasıtasıyla belirlenmişken ilgili markalar üzerinden kurgulanan ittifak kurgusaldır. Bu durum, katılımcıların ittifaka yönelik yanıtları noktasında kısmen sınırlı bir gerçeklik sağlamaktadır. Diğer yandan çalışma, gelişmekte olan ülkeler içerisinde yer alan Türk toplumu ile kısıtlıdır, gelişmiş ülkelerdeki toplumların farklı davranışları söz konusu olabilir. Dahası ülkeler arası ilişkilerin farklı dönemlerde konjonktürel değişiklikler gösterebileceği gerçeği, diğer bir kısıt olarak karşımıza çıkmaktadır. Öte yandan, mevcut çalışmada kısıt olarak karşılaşılan durumların gelecekte farklı kapsamlarda tasarlanan çalışmalarla aşılması mümkündür. Nitekim farklı ürün grupları karşılaştırılarak gerçekleştirilecek çalışmalar, farklı kültürel yapıya sahip toplumların tüketicilerinin bir arada ele alınması, daha geniş zaman aralıklarını kapsayacak şekilde gerçekleştirilecek boyamsal araştırmalar bu çalışmadaki başlıca kısıtların ortadan kalkması noktasında önerilmektedir. Benzer şekilde gelecek çalışmalarda gerçekte var olan stratejik ittifaklar üzerinden hareket edilmesinde yarar görülmektedir. Diğer yandan stratejik marka ittifaklarının başarısı noktasında önem taşıdığı düşünülen alternatif yapılar söz konusudur. Örneğin Aaker ve Keller (1990)'ın marka genişlemesine yönelik modelinden hareketle algılanan marka yabancılaşmasının satın alma isteği üzerindeki etkisine aracılık edeceği öngörülen ancak bu çalışma kapsamına dâhil edilmeyen 'marka genişletmeye yönelik tutum', 'ürünler arasındaki uyum' gibi birtakım alternatif yapılar bulunmaktadır. Konuya ilişkin bütüncül bir anlayış geliştirilebilmesi noktasında söz konusu yapılar yardımıyla kurgulanacak yeni araştırmaların yararlı olacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Ahn, J., Kim, A. and Sung, Y. (2020), "The Effects of Sensory Fit on Consumer Evaluations of Co-branding", *International J. of Advertising*, Vol. 39, No. 4: 486–503.
- Ajzen, I. and Fishbein, M. (1977), "Attitude-Behaviour Relations: A Theoretical Analysis and Review of Empirical Research", *Psychological Bulletin*, Vol. 84, No. 5: 888–918.
- Akagun Ergin, E. and Özdemir Akbay, H. (2010), "Consumers Purchase Intentions for Foreign Products: An Empirical Research Study in Istanbul, Turkey", *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, Vol. 9, No. 10: 115–122.
- Akın, M. S., Baloğlu, S., Okumuş, A. ve Öztürk, S. (2017), "Tüketici Etnosentrizmi, Kozmopolitlik, Satın Alma Tarzı, İlgilenim ve Algılanan Riskin Yerli Giyim Ürünü Satın Alma Niyetine Etkisi", *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, C. 9, S. 2: 257–296.
- Akram, A., Merunka, D. and Shakaib Akram, M. (2011), "Perceived Brand Globalness in Emerging Markets and the Moderating Role of Consumer Ethnocentrism", *International Journal of Emerging Markets*, Vol. 6, No. 4: 291–303.
- Alden, D. L., Steenkamp, J.-B. E. and Batra, R. (1999), "Brand Positioning Through Advertising in Asia, North America, and Europe: The Role of Global Consumer Culture", *Journal of Marketing*, Vol. 63, No. 1: 75–87.
- Baek, T. H., Kim, J. and Yu, J. H. (2010), "The Differential Roles of Brand Credibility and Brand Prestige in Consumer Brand Choice", *Psychology & Marketing*, Vol. 27, No. 7: 662–678.
- Baldry, H. C. (1965), *"The Unity of Mankind in Greek Thought"*, Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Baron, R. M. and Kenny, D. A. (1986), "The Moderator–Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations", *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 51, No. 6: 1173–1182.
- Batra, R., Ramaswamy, V., Alden, D., Steenkamp, J. and Ramachander, S. (2000), "Effects of Brand Local and Nonlocal Origin on Consumer Attitudes in Developing Countries", *Journal of Consumer Psychology*, Vol. 9, No. 2: 83–95.
- Beverland, M. and Bretherton, P. (2001), "The Uncertain Search For Opportunities: Determinants of Strategic Alliances", *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol. 4, No. 2: 88–99.
- Bhardwaj, V., Kumar, A. and Kim, Y. (2010), "Brand Analyses of US Global and Local Brands in India: The Case of Levi's", *Journal of Global Marketing*, Vol. 23, No. 1: 80–94.
- Bluemelhuber, C., Carter, L. L. and Lambe, C. J. (2007), "Extending the View of Brand Alliance Effects: An Integrative Examination of the Role of Country of Origin", *International Marketing Review*, Vol. 24, No. 4: 427–443.
- Büyükoztürk, Ş. (2015), *"Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı"*, Ankara: İletişim.
- Cannon, H. M. and Yaprak, A. (2002), "Will the Real-World Citizen Please Stand Up! The Many Faces of Cosmopolitan Consumer Behavior", *Journal of International Marketing*, Vol. 10, No. 4: 30–52.
- Cayla, J. and Eckhardt, G. M. (2007), "Asian Brands Without Borders: Regional Opportunities and Challenges", *Inter. Marketing Review*, Vol. 24, No. 4: 444–456.
- Cleveland, M., Laroche, M. and Papadopoulos, N. (2009), "Cosmopolitanism, Consumer Ethnocentrism, and Materialism: An Eight-Country Study of Antecedents and Outcomes", *Journal of International Marketing*, Vol. 17, No. 1: 116–146.
- Das, G. (2015), "Linkages Between Self-Congruity, Brand Familiarity, Perceived Quality and Purchase Intention: A Study of Fashion Retail Brands", *Journal of Global Fashion Marketing*, Vol. 6, No. 3: 180–193.
- Davvetas, V., Sichtmann, C. and Diamantopoulos, A. (2015), "The Impact of Perceived Brand Globalness on Consumers' Willingness to Pay", *Inter. J. of Research in Marketing*, Vol. 32, No. 4: 431–434.
- Dawson, J. F. (2014), "Moderation in Management Research: What, Why, When, and How", *Journal of Business and Psychology*, Vol. 29, No. 1: 1-19.
- Deb, M. and Sinha, G. (2015), "Impact of Culture on Religiosity, Cosmopolitanism and Ethnocentrism", *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 28, No. 1: 56–72.

- Dodds, W. B., Monroe, K. B. and Grewal, D. (1991), "Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Product Evaluations", *Journal of Marketing Research*, Vol. 28, No. 3: 307–319.
- Elmuti, D. and Kathawala, Y. (2001), "An Overview of Strategic Alliances", *Management Decision*, Vol. 39, No. 3: 205–218.
- Engizek, N. ve Yaşın, B. (2018), "Markanın Algılanan Globalliği/Yerelliği Markanın Kredibilitesini ve Algılanan Kaliteyi Etkiler mi? Bu Etkide Kredibilitenin Aracılık, Etnosentriğin Düzenleyici Rolünün İncelenmesi", *Journal of Business Research Turk*, C. 10, S. 1: 61–81.
- Fornell, C. and Larcker, D. F. (1981), "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error", *Journal of Marketing Research*, Vol. 18, No. 1: 39–50.
- Gammoh, B. S., Koh, A. C. and Okoroafo, S. C. (2011), "Consumer Culture Brand Positioning Strategies: An Experimental Investigation", *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 20, No. 1: 48–57.
- Ger, G. (1999), "Localizing in the Global Village: Local Firms Competing in Global Markets", *California Management Review*, Vol. 41, No. 4: 64–83.
- Ger, G., Belk, R. W. and Lascu, D. N. (1993), "The development of consumer desire in marketing and developing economies: The cases of Romania and Turkey", In L. McAlister and M. L. Rothschild (Eds.), *Advances in Consumer Research*, Vol. 20 (pp. 102–107). Provo, UT: Association for Consumer Research.
- Güngör Özçelik, D. ve Torlak, Ö. (2011), "Marka Kişiliği Algısı ile Etnosentrik Eğilimler Arasındaki İlişki: LEVİS ve MAVİ JEANS Üzerinde Bir Uygulama", *Ege Akademik Bakış*, C. 11, S. 3: 361–377.
- Gürbüz, S. (2019), "Amos ile Yapısal Eşitlik Modellemesi", Ankara: Seçkin.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. and Anderson, R. E. (2005), "Multivariate Data Analysis" (6.b.), New Jersey: Pearson.
- Halaçoğlu, B. (2009), "Tüketim Kültürü, Yaşam Tarzları ve 1990'lı Yıllar: Yeni Kuşak Türkiye Sinemasında "Marjinal" Kimlikler, Medya, Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları (Eds: B. Dağtaş, ve E. Dağtaş), Ankara: Ütopya Yayınevi: 267–302.
- Halkias, G., Davvetas, V. and Diamantopoulos, A. (2016), "The Interplay between Country Stereotypes and Perceived Brand Globalness/Localness As Drivers of Brand Preference", *Journal of Business Research*, Vol. 69, No. 9: 3621–3628.
- Hammerl, M., Dorner, F., Foscht, T. and Brandstatter, M. (2016), "Attribution of Symbolic Brand Meaning: The Interplay of Consumers, Brands and Reference Groups", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 33, No. 1: 32–40.
- Haugtvedt, C., Herr, P. and Kardes, F. (2008), "Handbook of Consumer Psychology", Taylor&Francis.
- Henseler, J., Ringle, C. M. and Sarstedt, M. (2015), "A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modeling", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 43, No. 1: 115-135.
- Hofstede, G. (1984), "Culture's Consequences: International Differences in Work-related Values", Sage.
- Hofstede, G. (2011), "Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context", *Online Readings in Psychology And Culture*, Vol. 2, No. 1: 1–25.
- Holt, D. B., Quelch, J. A., and Taylor, E. L. (2004), "How Global Brands Compete", *Harvard Business Review*, Vol. 82 (September): 68–75.
- Hussein, R. and Hassan, S. (2018), "Antecedents of Global Brand Purchase Likelihood: Exploring the Mediating Effect of Quality, Prestige and Familiarity", *Journal of International Consumer Marketing*, Vol. 30, No. 5: 288–303.
- Hyder, A. S. and Eriksson, L. T. (2005), "Success is not Enough: The Spectacular Rise and Fall of a Strategic Alliance Between Two Multinationals", *Industrial Marketing Manag.*, Vol. 34, No. 89: 783–796.
- Jin, Z., Lynch, R., Attia, S., Chansarkar, B., Gülsoy, T., et al. (2015), "The Relationship Between Consumer Ethnocentrism, Cosmopolitanism and Product Country Image among Younger Generation Consumers: The Moderating Role of Country Development Status", *International Business Review*, Vol. 24, No. 3: 380–393.
- Johan Lanseng, E. and Erling Olsen, L. (2012), "Brand Alliances: The Role of Brand Concept Consistency," *European Journal of Marketing*, Vol. 46, No. 9: 1108–1126.

- Jones, S. A. and Boush, D. M. (2021), "Consumer Interpretations of Cobrands", *International Journal of Business*, Vol. 26, No. 1: 42–60.
- Kahraman, H. B. (2002), "Postmodernite ve Modernite Arasında Türkiye", İstanbul: Everest.
- Kapoor, S., Hughes, P. C., Baldwin, J. R. and Blue, J. (2003), "The Relationship of Individualism–Collectivism and Self-Concepts to Communication Styles in India and the United States", *International Journal of Intercultural Relations*, Vol. 27, No. 6:683–700.
- Karakaya, F. (1993), "Barriers to Entry in International Markets", *Journal of Global Marketing*, Vol. 7, No. 1: 7–24.
- Karataş, A. ve Altunışık, R. (2016), "Küresel Markalara Yönelik Tutumları Etkileyen Faktörler", *İşletme Bilimi Dergisi (JOBS)*, C. 4, S. 2: 143–168.
- Kashif, M. and Uduwuara, M. (2021), "Twenty Years of Research in Brand Globalness/Localness: A Systematic Literature Review and Future Research Agenda", *Journal of International Consumer Marketing*, Vol. 33, No. 2: 178–193.
- Kaya, K. ve Oğuz, Z. N. (2010), "Üniversite Gençliğinin Alışveriş Tercihlerinde Tüketim Kültürünün Rolü", *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C. 22: 147–164.
- Kaynak, E. and Çavuşgil, T. (1983), "Consumer Attitudes towards Products of Foreign Origin: Do They Vary Across Product Classes?", *International Journal of Advertising*, Vol. 2, No. 2: 147–157.
- Keillor, B. D., D'Amico, M. and Horton, V. (2000), "Global Consumer Tendencies", *Psychology and Marketing*, Vol. 18, No. 1: 1–19.
- Kinra, N. (2006), "The Effect of Country-of-Origin on Foreign Brand Names in the Indian Market", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 24, No. 1: 15–30.
- Kline, P. (1994), "A General Description of Factor Analysis. An Easy Guide to Factor Analysis", Newyork: Routledge.
- Kurtuldu, G. (2016), "Uluslararası Marka İttifaklarında Tüketicilerin Algıladığı Uyum ile Tüketicilerin Etnosentrik Eğilimlerinin ve Değerlerinin Satın Alma Niyeti ile Etkileşimi", İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.
- Kurtuldu, G. ve Okumuş, A. (2018), "Uluslararası Marka İttifaklarının Başarısı ile İlişkili Olabilecek Faktörlerin İncelenmesi", *Ege Academic Review*, Vol. 18, No. 4: 549-564.
- Lafferty, B. A., Goldsmith, R. E. and Hult, G. T. M. (2004), "The Impact of the Alliance on the Partners: A Look at Cause-Brand Alliances", *Psychology and Marketing*, Vol. 21, No. 7: 509–531.
- Lee, J. K., Lee, B. K. and Lee, W. N. (2013), "Country of Origin Fit's Effect on Consumer Product Evaluation in Cross-Border Strategic Brand Alliances", *J. of Business Research*, Vol. 66, No. 3: 354–363.
- Li, Y., Teng, W., Liao, T. T. and Lin, T.M.Y. (2021), "Exploration of Patriotic Brand Image: Its Antecedents and Impacts on Purchase Intentions", *Asia Pacific J. of Marketing and Logistics*, Vol. 33, No. 6: 1455–1481.
- Likhovolova, M. (2018), "The Impact of Perceived Brand Foreignness on Product Evaluation and Purchase Intention: the Russian Market Case", St. Petersburg University, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Liu, H., Schoefer, K., Fastoso, F. and Tzemou, E. (2021), "Perceived Brand Globalness/Localness: A Systematic Review of the Literature and Directions for Further Research", *Journal of International Marketing*, Vol. 29, No. 1: 77–94.
- Loebnitz, N. and Grunert, K. G. (2019), "The Moderating Impact of Perceived Brand Globalness on Consumers' Purchase Intentions for Copycats: The Pleasure of Hurting Global Brands", *Psychology & Marketing*, Vol. 36, No. 10: 936–950.
- Makrides, A., Kvasova, O., Thrassou, A., Hadjielias, E. and Ferraris, A. (2021), "Consumer Cosmopolitanism in International Marketing Research: A Systematic Review and Future Research Agenda", *International Marketing Review*, <https://doi.org/10.1108/IMR-12-2020-0304>
- Merton, R. K. (1957), "Patterns of Influence: Local and Cosmopolitan Influentials", in *Social Theory and Social Structure*, New York: The Free Press, 387–420.
- Meydan, C. H. ve Şeşen, H. (2015), "Yapısal Eşitlik Modellemesi, Amos Uygulamaları" (2.b.), Ankara: Detay.

- Muravskii, D., Smirnova, M. and Muravskaya, S. (2021), "Engaging Allies for Better or Worse: Investigating the Relationship Between Multiple-Brand Alliances and Persuasion Knowledge", *International Journal of Advertising*, DOI: 10.1080/02650487.2021.2003668
- Napoli, J., Dickinson, S. J., Beverland, M. B. and Farrelly, F. (2014), "Measuring Consumer-Based Brand Authenticity", *Journal of Business Research*, Vol. 67, No. 6: 1090–1098.
- Newmeyer, C. E., Venkatesh, R. and Chatterjee, R. (2014), "Cobranded Arrangements and Partner Selection: A Conceptual Framework and Managerial Guidelines", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 42, No. 2: 103–118.
- Newmeyer, C., Venkatesh, R., Ruth, J. and Chatterjee, R. (2018), "A Typology of Brand Alliances and Consumer Awareness of Brand Alliance Integration", *Marketing Letters*, Vol. 29, No. 3: 275–289.
- Owen James, D. (2006), "Extension to Alliance: Aaker and Keller's Model Revisited", *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 15, No. 1: 15-22.
- Özsomer, A. (2012), "The Interplay between Global and Local Brands: A Closer Look at Perceived Brand Globalness and Local Iconness", *Journal of International Marketing*, Vol. 20, No. 2: 72–95.
- Özsomer, A. and Altaras, S. (2008), "Global Brand Purchase Likelihood: A Critical Synthesis and an Integrated Conceptual Framework", *Journal of International Marketing*, Vol. 16, No. 4: 1–28.
- Öztürk, S. A., Özata, F. Z. ve Erol, F. (2019), "Tüketici Düşmanlığının Ülke İmajı, Ürün Değerlendirme ve Yabancı Ürün Satın Alma İsteğine Etkisi Üzerine Bir Araştırma", *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C. 6, S. 1: 76–101.
- Paydas Turan, C. (2021), "Success Drivers of Co-Branding: A Meta-Analysis," *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 45, No. 4: 911–936.
- Randrianasolo, A. A. (2017), "Global Brand Value in Developed, Emerging, and Least Developed Country Markets", *J. of Brand Management*, Vol. 24, No. 5: 489–507.
- Rao, A. R. and Ruckert, R. W. (1994), "Brand Alliances as Signals of Product Quality", *MIT Sloan Management Review*, Vol. 36: 87–97.
- Rao, A. R., Qu, L. and Ruckert, R. W. (1999), "Signalling Unobservable Product Quality Through A Brand Ally", *Journal of Marketing Research*, Vol. 36, No. 2: 258–268.
- Riefler, P. and Diamantopoulos, A. (2009), "Consumer Cosmopolitanism: Review and Replication of the CYMYC Scale", *Journal of Business Research*, Vol. 62, No. 4: 407–419.
- Riefler, P., Diamantopoulos, A. and Siguaw, J. (2012), "Cosmopolitan Consumers As a Target Group for Segmentation", *Journal of International Business Studies*, Vol. 43, No. 3: 285–305.
- Rodrigue, C. S. and Biswas, A. (2004), "Brand Alliance Dependency and Exclusivity: An Empirical Investigation", *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 13, No. 7: 477–487.
- Safeer, A. A., Abrar, M., Liu, H. and Yuanqiong, H. (2022), "Effects of Perceived Brand Localness and Perceived Brand Globalness on Consumer Behavioral Intentions in Emerging Markets", *Management Decision*, <https://doi.org/10.1108/MD-10-2021-1296>
- Samiee, S. (2019), "Reflections on Global Brands, Global Consumer Culture and Globalization", *International Marketing Review*, Vol. 36, No. 4: 536–544.
- Saran, A. and Kalliny, M. (2012), "Cosmopolitanism: Concept and Measurement", *Journal of Global Marketing*, Vol. 25, No. 5: 282–291.
- Sharma, S., Shimp, T. A. and Shin, J. (1994), "Consumer Ethnocentrism: A Test of Antecedents and Moderators", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 23, No. 1: 26–37.
- Shimp, T. A. (1984), "Consumer Ethnocentrism: The Concept and a Preliminary Empirical Test", *Advances In Consumer Research*, Vol. 11: 285-290.
- Sichtmann, C., Davvetas, V. and Diamantopoulos, A. (2019), "The Relational Value of Perceived Brand Globalness and Localness", *Journal of Business Research*, Vol. 104: 597–613.
- Simonin, B. L. and Ruth, J. A. (1998), "Is a Company Known by the Company It Keeps? Assessing the Spillover Effects of Brand Alliances on Consumer Brand Attitudes", *Journal of Marketing Research*, Vol. 35, No. 1: 30–42.

Singh, J., Crisafulli, B. and Quamina L. T. (2020), “‘Corporate Image at Stake’: The Impact of Crises and Response Strategies on Consumer Perceptions of Corporate Brand Alliances”, *Journal of Business Research*, Vol. 117: 839–849.

Singh, P., Ahmad, A., Prakash, G. and Kushwah, P. K. S. (2021), “Investigating the Effects of Consumer Characteristics with Respect to Brand Knowledge and Product Involvement on Brand Alliance Evaluation”, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 33, No. 8: 1798-1813.

Sklair, L. (1994), “The Culture-Ideology of Consumerism in Urban China: Some Findings From A Survey in Shanghai”, In C. J. Schultz II, R. W. Belk and G. Ger (Eds.), *Research in Consumer Behavior*, Vol. 7 (pp. 259–292). Greenwich, CT: JAI.

Skrbis, Z., Kendall, G. and Woodward, I. (2004), “Locating Cosmopolitanism: Between Humanist Ideal and Grounded Social Category”, *Theory, Culture, and Society*, Vol. 21, No. 6: 115–136.

Steenkamp, J. E. B., Batra, R. and Alden, D. L. (2003), “How Perceived Brand Globalness Creates Brand Value”, *Journal of International Business Studies*, Vol. 34, No. 1: 53–65.

Strizhakova, Y., Coulter, R. A. and Price, L. (2008), “Branded Products As a Passport to Global Citizenship: Perspectives from Developed and Developing Countries”, *Journal of International Marketing*, Vol. 16, No. 4: 57–85.

Sweeney, J. C. and Soutar, G. N. (2001), “Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale”, *Journal of Retailing*, Vol. 77, No. 2: 203–220.

Uysal, A., Okumuş, A. ve Özkan, E. (2018), “Tüketici Etnosentrizminin Yerel Marketlerden Ürün Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Yerel Kampanyalara Yönelik Tutumun Aracı Rolü”, *Ege Academic Review*, C. 18, S. 3: 387–397.

Wagner, G., Schramm-Klein, H. and Schu, M. (2016), “Determinants and Moderators of Consumers’ Cross-Border Online Shopping Intentions”, *Marketing: ZFP – Journal of Research and Management*, Vol. 38, No. 4: 214–227.

Westjohn, S. A., Magnusson, P. and Zhou, J. X. (2015), “Does the Value of Global Brands Apply to Both Foreign and Domestic-Based Global Brands?”, In S. Zou, H. Xu, and L. H. Shi (Eds.). *Entrepreneurship in international marketing* (advances in international marketing, Vol. 25) (pp. 267–286). Emerald Publishing.

Witek-Hajduk, M. K. and Grudecka, A. (2022), “Does the Developed-Country Brand Name Still Matter? Consumers’ Purchase Intentions and Ethnocentrism and Materialism As Moderators”, *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 31, No. 6: 854–869.

Xie, Y., Batra, R. and Peng, S. (2015), “An Extended Model of Preference Formation between Global and Local Brands: The Roles of Identity Expressiveness, Trust, and Affect”, *Journal of International Marketing*, Vol. 23, No. 1: 50–71.

Yanıklar, C. (2006), “Tüketimin Sosyolojisi”, İstanbul: Birey Yayıncılık.

Yaşlıoğlu, M. M. (2017), “Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması”, *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, C. 46: 74–85.

Zhou, L., Yang, Z. and Hui, M. K. (2010), “Non-local or Local Brands? A Multi-Level Investigation into Confidence in Brand Origin Identification and Its Strategic Implications”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 38, No. 2: 202–218.

Zhou, N. and Belk, R. W. (2004), “Chinese Consumer Readings of Global and Local Advertising Appeals”, *Journal of Advertising*, Vol. 33, No. 3: 63–76.

Extended Summary

Assessing the Probability of Purchasing an International Brand Alliance Product in the Context of Perceived Brand Foreignness

While globalization provides access to developing country markets for foreign brands, it also leads to the increasing interest of consumers in these markets towards foreign brands (Safeer et al., 2022). This situation has turned the developing country markets into an opportunity for foreign brands. On the other hand, it has created a more challenging competitive environment for local brands already operating in these markets. However, it is not easy for foreign brands to carry their operations to different country markets where there are legal, financial, cultural, etc. barriers that needed to be overcome (Karakaya, 1993). In this sense, while foreign brands are facing difficulties in market development, local brands are facing difficulties due to severe competition conditions. Thus, such difficulties encountered by both foreign and local brands may pave the way for the establishment of a strategic alliance between the parties in question. These kinds of alliances, which are widely established among brands today (Lee et al., 2013), also provide various advantages such as supporting growth strategies by facilitating entry into new markets, providing advantages in terms of cost and quality, reducing financial risks, and offering competitive advantages (Elmuti and Kathawala, 2001).


Previous studies have revealed that a country's economic development level is a significant determinant of foreign/local brand preference (Batra et al., 2000). It is known that the perception, attitude, and behavioral intentions of consumers in developing country markets towards foreign brands are generally positive compared to consumers in developed country markets (Batra et al., 2000; Akram et al., 2011; Davvetas et al., 2015; Randrianasolo, 2017) since admiration and interest in foreign products are higher in developing markets (Batra et al., 2000). However, the results of the foreignness perception towards the new brand that will emerge as a result of an international strategic brand alliance cannot be predicted clearly. Moreover, the effect of perceived foreignness on behavioral intention may occur indirectly. Thus, it is of great importance to reveal the structures that will play a role in understanding the process from perceived foreignness to behavioral intention (Akram et al., 2011). Planned Behavior Theory has a guiding function in terms of clarifying this process (Ajzen and Fishbein, 1977). Therefore, it is valuable to understand the function of attitude toward alliance and perceived quality during the relevant psychological process (Steenkamp et al., 2003; Akram et al., 2011). Furthermore, it would be incorrect to assume that all consumers in developing countries will have favorable perceptions, attitudes, and behavioral intentions toward foreign brands (Kapoor et al., 2003). Since the personal perceptions and attitudes of individuals living in the same society towards foreign products and cultures may differ (Keillor et al., 2000), it is important to understand their personal-level assessments as well. Thus, the level of cosmopolitanism, which helps us to understand individuals' relevance and interests in foreign cultures, is an important indicator (Cannon and Yaprak, 2002; Cleveland et al., 2009). Although it is known that ethnocentrism has been widely discussed in previous studies (i.e., Batra et al., 2000; Akram et al., 2011; Witek-Hajduk and Grudecka, 2022), consumer cosmopolitanism has been relatively less studied and there is limited information on its effects (Özsoy and Altaras, 2008; Davvetas et al., 2015; Wagner et al., 2016). Finally, it is worth investigating the issue of perceived brand foreignness/locality in the context of a developing country (Batra et al., 2000). Developing country markets are important because of their economic potential and offer a different perspective in understanding consumer behavior. Based on these reasons, the current study aims to examine the effect of perceived brand foreignness towards the strategic brand alliance on the purchasing probability of consumers and the parallel mediating role of the attitude towards the brand alliance and the perceived quality of the brand alliance product in this relationship through the consumers of a developing country (i.e., Turkey). In addition, within the scope of the study, it is aimed to reveal the moderating effect of consumer cosmopolitanism on the effect of perceived brand foreignness upon the attitude towards the brand alliance and the perceived quality of the brand alliance product.

In line with the relevant literature and the theory of planned behavior, nine hypotheses have been developed. With these hypotheses, direct, indirect, and moderated indirect effects have been tested. Before testing the hypotheses, a clothing fashion brand from Turkey and abroad was determined with the help of two pre-tests. Afterward, a fictional alliance brand was developed, which was created by the combination of these brands. 392 valid surveys were collected through the online survey. As a result of the hypothesis tests for direct effects, perceived brand foreignness positively affects the attitude towards the brand alliance and the perceived quality. On the other hand, the effect of brand foreignness on the probability of purchasing a brand alliance product is negative. Therefore, while the H_1 and H_2 hypotheses were supported, the H_3 hypothesis was not. In addition, positive and significant effects of the attitude towards the brand alliance and the perceived quality on the probability of purchasing the brand alliance product were found. Thus, the H_4 and H_5 hypotheses were supported.

For testing the mediating effect, the bootstrap technique was used (Baron and Kenny, 1986). Accordingly, the effect of perceived foreignness on the probability of purchasing a brand alliance product is mediated by the attitude toward the brand alliance. Similarly, perceived quality mediated the effect of perceived foreignness on the probability of purchasing the brand alliance product. According to these results, hypotheses H_6 and H_7 were supported. In addition, the model in which attitude towards brand alliance and perceived quality coexist as parallel mediators to test the effect of perceived foreignness on the probability of purchasing the brand alliance product was also significant.

Finally, moderated mediation tests were conducted. The interaction effect of perceived foreignness and consumer cosmopolitanism on attitude towards the brand alliance was insignificant. On the other hand, the interaction effect on the perceived quality was significant where it was higher for the consumer with a high cosmopolitanism level. Accordingly, while H_8 was not supported, the H_9 hypothesis was supported. In summary, the current research reveals important results in terms of understanding the direct and indirect effects of perceived foreignness towards the brand that emerged as a result of establishing an international brand alliance. By explaining the moderation role of consumer cosmopolitanism on indirect effects, it also provides some theoretical and practical outputs through the consumers of a developing country.

Milliyetçilik-Göç İlişkisi Üzerine Teorik Bir Perspektif

Yusuf Ziya Bölükbaşı¹ 

Milliyetçilik-Göç İlişkisi Üzerine Teorik Bir Perspektif	A Theoretical Perspective on the Nationalism-Migration Relationship
<p>Öz</p> <p>Milliyetçilik, ulusal kimlik inşasına dayanmaktadır. Bu inşa süreci biz ve öteki ayrımıyla gerçekleşmekte ve göç edenler ulusal kimliğin ötekisini oluşturmaktadır. Bu çerçevede göç güvenlik meselesi olarak ön plana çıkmakta, göç edenlerin oluşturduğu tehdit algısı milliyetçiliği yükseltmektedir. Bunun karşısında göçmenler de gittikleri yerlerde milliyetçiliği diasporalar vasıtasıyla sürdürebilmektedir. Etnik dönüş göçleri ise milliyetçiliğin kurucu bir gücü olarak görülebilir. Sonuç itibarıyla göç, milliyetçilik açısından hem bir meydan okuma hem de onu üretmesi yönüyle önemli işleve sahiptir.</p>	<p>Abstract</p> <p>Nationalism is based on the construction of national identity. This construction process takes place with the distinction between us and the other, and the immigrants constitute the other of the national identity. In this framework, migration comes to the forefront as a security issue, and the perception of threat created by immigrants raises nationalism. On the other hand, immigrants can continue their nationalism through diasporas wherever they go. Ethnic return migrations can be seen as a founding force of nationalism. As a result, immigration has an important function in terms of both a challenge and producing it in terms of nationalism.</p>
<p>Anahtar Kelimeler: Göç, Milliyetçilik, Etnik Dönüş Göçleri, Diaspora, Güvenlik</p>	<p>Keywords: Migration, Nationalism, Ethnic Return Migrations, Diaspora, Security</p>
<p>JEL Kodları: F50, F59</p>	<p>JEL Codes: F50, F59</p>

<p>Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı</p>	<p>Bu çalışma bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmıştır.</p>
<p>Yazarların Makaleye Olan Katkıları</p>	<p>Çalışmanın tamamı tek yazar tarafından oluşturulmuştur.</p>
<p>Çıkar Beyanı</p>	<p>Yazar ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.</p>

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Anadolu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, yzb@anadolu.edu.tr

1. Giriş

Milliyetçiliğin günümüzde aldığı biçim ve bunun göç olgusuyla ilişkisi politik ve akademik tartışmaların merkezinde yer almaktadır. Sadece geçtiğimiz son on yıla bakıldığında özellikle Batı dünyasına doğru artış gösteren küresel göç politikaları, Avrupa devletlerinde kültürel ve demografik değişimleri oluştururken, milliyetçi-popülist siyasetin ivme kazanmasına neden olmuştur. Bu durum Avrupa'da artan hareketlilik, göç ve demografik gerileme döneminde yaşanarak bir tenakuzu da beraberinde getirmiştir. Buna göre, bir taraftan yaşanan ve büyüme hızı yavaşlayan Avrupa'nın üretime devam edebilmesi için mültecilere ve göçmenlere ihtiyaç duyması söz konusu iken, diğer taraftan demografik sonuçları olacağı için mülteci ve göçmenlerden kaynaklı korkular dışlayıcı ve korumacı politikaların hayata geçirilmesini sağlamakta ve milliyetçi siyasi partiler ve liderlerin güçlenmesi için uygun zemini hazırlamaktadır (Waterbury, 2020: 962-963). Hatta bu durumdan, II. Dünya Savaşı sonrasında yaşanan bölünmelerden kurtulup siyasal, sosyal ve ekonomik bütünleşme amacıyla kurulan Avrupa Birliği -Batı Avrupa demokrasileri- bile etkilenmektedir (Ayata ve Sütçü, 2022: 63). Birçok Avrupa ülkesinde -İngiltere, Hollanda veya Fransa gibi- ulusal çoğunluk ile göç sonrası oluşan azınlıklar arasında yerel gerilimler artmaya başladı. 11 Eylül'ün ardından terörizm ile Asya ve Sahra altı Afrika'da yaşanan çatışmaların jeopolitik yansımaları Avrupa'da güçlü bir şekilde hissedildi. 2004 Madrid, 2005 Londra, 2015 Paris, 2016'da Brüksel, Nice ve Berlin'de yaşanan terör saldırıları sonrası gözler göçmenlere çevrildi. Avrupa vatandaşları arasında göçmen entegrasyonunun başarısı tartışılmaya başlandı (Triandafyllidou, 2020: 795). İşte, milliyetçilik-göç ilişkisi böylece önem kazandı. Siyasal ve sosyal sorunlar, işgücüne duyulan ihtiyaç, yeryüzündeki kaynakların eşitsiz dağılımı ve vahşi kapitalizm, siyasal ve sosyal düzeni iyi, güçlü kurumlara sahip zengin ülkelere insanların göç etmesine neden olmuş, burada ortaya çıkan sorunlar ve çatışmalar göç-milliyetçilik ilişkisinin izahını zaruri hale getirmiştir. Terörizm ya da entegrasyon meselesi bu ilişkinin sadece bir boyutunu oluşturmaktadır çünkü milliyetçilik-göç ilişkisi girift bir yapıya sahiptir. Bu çalışmanın amacı milliyetçilik-göç ilişkisini teorik bir temelde açıklamaktır. Ancak, öncelikle mevcut çalışmanın teorik ve metodolojik yapısı hakkında bilgi vermek, daha sonra milliyetçilik-göç ilişkisi hakkında yapılan teorik tartışmalara değinmek gerekir.

Göçün politik etkilerini ortaya çıkarmak için şu soruların cevaplanması gerekir: Kimler gitti? Neden gittiler? Nereye gittiler? ve Menşe ülkenin karakteristik yapısı nedir? Bu soruların cevapları uluslararası göçün, politik-ekonomi, çatışmalar, siyasi kurumlar, vatandaşlık ve milliyetçilik olmak üzere beş önemli siyasal etkisi bulunduğunu gösterir. Göç edenlerin belli bir etnik gruba mensubiyete sahip olmaları, göç nedeninin siyasi-etnik bölünme ya da diasporadan kaynaklanması durumu, göç edilen yerin demokratik veya otoriter bir rejime ve bunun yanında etnik ya da sivil bir ulus-devlete sahip olup olmadığı ve menşe ülkedeki göçün gerçekleşmesinde etnik seçilimin rolü ile ülke diasporasının gücü, göç-milliyetçilik ilişkisini izah etmemizde yararlı bir çerçeve sunar (Kapur, 2014: 479, 487-489). Buradan hareketle mevcut çalışmanın teorik çerçevesini uluslararası göçün politik sonuçlarından biri olan milliyetçilik üzerine etkisi oluşturmaktadır. Fakat kavramsal bir sorunla karşılaşmaktadır, o da milliyetçiliktir. Çünkü yeryüzünde ne kadar millet varsa o kadar da milliyetçilik vardır ve neredeyse her milletin/milliyetçiliğin göçle ilgili bir deneyimi bulunmaktadır. Günümüzde

Birleşmiş Milletler'in üye sayısı, Vatikan ve Filistin'de dahil olmak üzere 208 olup (un.org), bunların hepsini milliyetçilik-göç ilişkisi temelinde incelemek akademik bir makalenin sınırları çerçevesinde imkânsızdır. Bu yüzden mevcut çalışmada incelenen konular bağlamında birkaç milliyetçiliğe yer verilmesi uygun görülmektedir. Bu çalışmada, teorik tartışmalar ekseninde, Japon, Kazak, Türk (Kuzey Kıbrıs), Macar, Polonya, Sindhi, Tamil ve Bangladeş milliyetçiliklerine yer verilecektir. Bahsi geçen araştırma soruları çerçevesinde, nitel araştırma deseninin kullanıldığı mevcut çalışmada, çok sayıda makale, kitap ve rapor üzerinden doküman analizi yapılmıştır. Bu bağlamda göç-milliyetçilik ilişkisi ve çeşitli ulus ve etnik grupların milliyetçiliklerini irdeleyen ulusal ve uluslararası akademik literatürden istifade edilmiştir. Bu yüzden mevcut çalışmada ilk olarak etnik eve dönüş göçleri incelenecek, bunu, göçe karşı milliyetçi tepkiler izleyecektir. Sonuç bölümünde bulgular tartışılacak ve milliyetçilik-göç ilişkisine panoramik bir bakış açısı kazandırılacaktır.

2. Ulus-Devlet, Etnisite ve Göçün Simbiyozu: Etno-göç

Milliyetçilik, literatürdeki pek çok tanımlarının kesişim noktalarıyla beraber, bir ulusa üyeliğe diğer gruplardan daha fazla değer veren, diğer uluslardan farklılık arayan ve ulusu korumaya çalışan, siyasi temsilin merkezine ulus düşüncesini yerleştiren bir ideolojidir (Bieber, 2018: 520). Ulus fikri modern siyasi ve kültürel söylemin temelidir. Bu söylemin kendisi, çok sayıda farklı hareket, politika ve çatışmanın anlaşılma biçimini şekillendirerek politik ve sosyal olarak etkilenir. Bir ulusun iddiası/üyeliği genellikle ulusal kimlik veya önceden var olan devlet/mekân veya toprak varsayımına başvurur. Bu nedenle, ulusal tarih, din ve ilkel etnisitenin çağrılması, çağdaş uyruklu iddialarına ilişkin sorunlara yanıt vermenin yollarıdır (Moldovan ve Mihaescu, 2018: 35-37). Dolayısıyla milliyetçilik ve ulusal kimlik, devletlerin tanımlanmış coğrafi sınırları içinde ve ötesinde bulunan aidiyeti kontrol edebilme ve manipüle edebilme yolları olarak kabul edilmektedir. Devletler, ulusu şekillendirmeye ve birleştirmeye çalışırken, ulusal kimlik biçiminde bağlılık ve aidiyet açısından vatandaşlarına ideolojik ve hegemonik talepler yükler. Milliyetçiliğin birlik, kolektivite, özgürlük gibi ilerici ve devrimci yönleri de bulunmaktadır. Ancak her hâlükârda milliyetçiliğin, 21. yüzyılda bile saflık ve homojenlik eğilimine sahip olduğu görülür (Mavroudi, 2010: 219-220). Milliyetçiliğin ulus kavramı üzerinden tanımlanması ve buna ilişkin nitelikleri göç ile olan ilişkisinin anlaşılmasında yararlı bir zemin sağlamaktadır. Bu ilişkide ilk etapta göze çarpan husus, Moldovan ve Mihaescu'nun (2018: 39) da belirttiği üzere, göç olgusunun ulus ve geleneksel ulus-devlet modeline yönelik bir meydan okuma olarak görülmesidir. Göçmenler, geçmiş göçlerin ulusun temel mitini oluşturduğu toplumlarda bile, devletin ve toplumun düzenli işleyişine karşı bir tehlike olarak görülmektedir. Çünkü göçmenler, halk, egemenlik ve yurttaşlık arasındaki eş biçimliliği yok eder. Ayrıca onlar, devlete karşı ortak sadakat ve o devlet tarafından garanti edilen ortak haklara sahip topluluğa yani ulusa karşı her zaman yabancı olarak algılanırlar. Böylece günümüzde göçmenler ulus inşa projesine karşı yenilenmiş bir meydan okumayı temsil etmekte ve -özellikle ulusun hiçbir zaman çoğul olarak tasavvur edilmediği ve kendisinin eski göçmenlerden oluştuğu yerlerde- başarılarının kırılganlığını göstermektedir (Wimmer ve Schiller, 2003: 583). Bu yüzden göç, ulusun homojenitesi, saflığı, bütünlüğü ve geleceği açısından önemli bir tehdit kaynağı olarak görülür. Gelenler 'biz'im dışımızdaki yabancılardır, yani 'öteki'lerdir. Bunun sonucunda göç, günümüzdeki bütün uluslar açısından

bir meydan okumayı temsil etmekte, etnisist, ırkçı ve saldırgan milliyetçiliklere kapı aralamaktadır. Ancak göç-milliyetçilik ilişkisini ulus projesi üzerinden sadece bir çatışma olarak görmek, resmin bir bölümünü oluşturur. Geçmişten günümüze göç, milliyetçiliğin en üretken nesnesidir. Birçok ulus, ulusal mitler vasıtasıyla göçe atıf yapmakta ya da göçler neticesinde oluşmaktadır. Hatta ulusun homojenliği bazı durumlarda göç ile sağlanmak istenir. Bu çerçevede önce göçün milliyetçiliğin üretimindeki katkısını bakmak, daha sonra da ortaya çıkan çatışmaları incelemek gerekir.

2.1. Göçün Etnisiteleştirilmesi: Etnik Dönüş Göçleri

Milliyetçilik-Göç ilişkisi bağlamında akademik literatürde en çok tartışılan konuların başında etnik dönüş göçleri olgusu gelmektedir. Göçün etnik bir hüviyet kazanması, göç eden grup, göç edilen yer ve milliyetçilik paradigması hakkında bilgi sunmaktadır. Bu yüzden, kısaca etnisite ve etnik ulus-devlet kavramlarına bakmak gerekir. Milliyetçilik literatüründe etnisitenin çok sayıda tanımı bulunmakla birlikte, milliyetçilik kuramını bunun üzerine inşa eden Anthony Smith'in tanımı genel bir kanı sunar. Ortak bir ata yani soy miti, kolektif özel bir ad, paylaşılan anılar, ortak kültürü değerli kılan unsurlar ve topluluk içinde dayanışma duygusu, etnistenin özelliklerini oluşturmaktadır (Smith, 2010: 13). Etnisitenin çekiciliği, insanların ve grup ilişkilerinin sınıflandırılmasıdır (Mavroudi, 2010: 228) ve bunun milliyetçilik üzerindeki etkisi, kısmen gündelik hayatın kültürel geleneklerini daha spesifik tarihsel iddialara dönüştürme meselesidir (Moldovan ve Mihaescu, 2018: 36). Etnik ulus-devlet ise günümüzdeki liberal demokratik devletlerin içinde bulunduğu çıkmazın ürünü olarak görülebilir. Bu çıkmaz, ekonomik nedenlerle göçmenlere duyulan ihtiyaç ve bunun karşısında etno-ulusal kaygılar, yani ulusal kültürün ve demografik yapının değişmesidir/bozulmasıdır. Bunun sonucunda bazı devletler çözümü 'eş-etnik' torunları çağırılmakta gördü. Bu şekilde hem ekonominin işgücü ihtiyacı çözülmekte hem de ulusal hassasiyetler giderilmekteydi. Bu tarz devletlere etnik ulus-devlet denilmektedir. Etnik ulus-devletler, ulusal dayanışma ve birliklerinin doğasında etnik birleşimin güçlü olan devlet yapısıdır. Göç ikilemi bu devletler de çok güçlüdür, sivil ulus-devletlere nazaran etno-ulusal kaygılarca şekillendirilen dışlayıcı bir göç politikasını benimserler ve göçmenlere karşı hoşgörü zayıftır. Böylece etnik dönüş göçlerinin kurumsal zemini oluşabilmektedir (Tsuda, 2010: 617-622).

Etnik göç ya da etnik dönüş göçü gibi terimler, ulus-devletleri oluşturan anavatanındaki yerli nüfusla etnik bir yakınlığa sahip olduğunu düşünülen toplulukların birleşmesini teşvik ettiği özel bir göç türünü ifade etmek için kullanılırlar (Talat Zrilli, 2019: 494). Genel olarak, iki tür diaspora dönüşü vardır. Birincisi, anavatanlarına (doğum ülkelerine) geri dönen birinci nesil diasporik halkların geri dönüş göçüdür. İkincisi, nesiller boyu etnik anavatanlarının dışında yaşadıkları atalarının menşe ülkelerine 'geri dönen' diasporik halkların sonraki nesil torunlarını ifade eden etnik geri dönüş göçüdür (Tsuda, 2010: 616-617). Etnik dönüş göçleri iki amaca matuf gerçekleştirilir: ulusun eş-etnik akrabalarının ideolojik nedenlerle (milliyetçilik, ulus inşası ya da koruma güdüsü) ve ekonomik saiklerle geri çağırılmaları. Tsuda'ya (2010: 622-625) göre Japonya ve Güney Kore, onlarca yıllık ekonomik refahın ve düşük doğurganlık oranlarının neden olduğu akut vasıfsız işgücü kıtlığına yanıt olarak çok sayıda etnik geri dönüş göçmeni ithal etti. Güney Kore ve Çin, diasporadaki varlıklı ve yüksek vasıflı etnik torunları, yurtdışından ekonomik yatırımları teşvik etmek ve mesleki becerilerinden yararlanmak için

geri dönmeye teşvik etti. Japonya ve Güney Kore, etnik geri dönen göçmenlerin kültürel olarak asimile edilmelerinin ve sosyal olarak bütünleşmelerinin daha kolay olacağını ve etnik homojenliklerini bozmayacağını varsaydıkları için diasporik geri dönüşü izin vermeye karar verdiler. Bununla birlikte, başlangıçta ekonomik bir mantıkla motive edilen etnik geri dönüş göçü politikalarını benimsemelerinin birincil nedeni bu tür etno-ulusal gerekçeler değildi. Buna karşılık, Avrupa etnik ulus devletleri (İsrail ile birlikte) etnik geri dönen göçmenleri öncelikle etno-ulusal nedenlerle kabul etmişlerdir. Yani Avrupa ülkelerindeki (İspanya, İtalya, Yunanistan, Macaristan, Polonya ve Rusya) etnik geri dönüş göçü politikası, neredeyse tamamen, yurtdışında doğmuş ve daha geniş bir etnik ulusun parçası olarak hayal edilen diasporik torunlarla etnik bir yakınlık mantığına dayanmaktadır.

Teorik bağlamda etnik dönüş göçleriyle ilgili iki önemli sonuç bulunmakta, bunlar aynı zamanda kavramın sorunsalını oluşturmaktadır. Etnik dönüş göçlerinin birinci sonucu, göçmen entegrasyon sürecinin ev sahibi ülkeye getirmiş olduğu sosyal ve ekonomik yüküyle alakalıdır. İkinci sonuç ise bu tür göçlerin doğası gereği ayrımcı ve dışlayıcı karakteristik yapısıdır. Çünkü bu tarz göçlerde özellikle göçmenlik ve vatandaşlık gibi konularda devletin üzerine inşa edildiği etnik kimlik ön plana çıkarılır. Böylece ülke içindeki diğer etnik gruplar ayrımcılıkla karşı karşıya kalabilir (Kuşçu, 2013: 178). Doğal olarak burada göçü yöneten devletin etno-milliyetçi motivasyonları, bunların devlet ve ulus inşasıyla örtüştüğü durumlarda kendisini gösterir. Eş-etnik soydaşların çağırılma nedenleri, devlet inşası, ulusal homojenitenin sağlanması ya da ihtilafli alanların doldurularak jeopolitik çıkarların hayata geçirilmesi gibi pragmatik amaçlarla açıklanabilir (Talat Zrilli, 2019: 494).

Etnik dönüş göçleriyle alakalı teorik tartışmalardan sonuncusu, gelen kişilerin motivasyonlarıyla ilgilidir. Etnik dönüş göçlerinin kısa sürede çevresel değişiklikler tarafından tetiklenmesine rağmen etnik bir azınlığın tarihsel vatanının dışında yaşaması durumunda kuşaktan kuşağa takip edilen kimlik tasavvuru burada etkili olmaktadır. Bunun yanında pratik bilinç ve nesillerin etnik dönüşü bir davranışsal norm olarak taşıması durumunda da etnik dönüşler gerçekleşebilmektedir (Kulu, 1998: 324-325). Geri dönenler ekonomik ve sosyal kaygılar nedeniyle anavatanlarına yerleşebilirler (Talat Zrilli, 2019: 494). Ayrıca, sürgün, pogrom, devletlerarasındaki anlaşmalar, doğal afetler ve bireysel tercihler de bu konuda etkilidir. Buraya kadar yapılan teorik tartışmanın pratikteki yansımalarına çeşitli örnekler (Japon, Kazak ve Kuzey Kıbrıs) üzerinden bakmak, konunun pekişmesinde yararlı olabilir.

Klasik bir Orta çağ askeri aristokratlar feodalizminden büyük bir imparatorluğa dönüşen Japonya, etnisist milliyetçiliğiyle ön plana çıkmaktadır (Ichijo, 2019). Bu durum göç politikalarına da yansımıştır. II. Dünya Savaşı nedeniyle büyük bir demografik gerileme yaşayan Japonya, daha sonra ekonomik anlamda yaptığı atılımla dikkat çekmiş, en büyük ekonomilerden biri olmuştur. Ancak ekonomik refah doğum oranlarını düşürmüş, işgücü ihtiyacı hasıl olmuştur. Bu durumu *nikkeijin* vasıtasıyla aşmaya çalışmıştır. Nikkeijin, yurtdışında doğup büyümüş Japon soyundan gelenler olarak tanımlanmaktadır. Bu kavram çoğunlukla Japon Brezilyalılarından oluşan Güney Amerika'dan yasal olarak kabul edilmesini içerir. Japon hükümeti, emeğe aç Japon işverenleri yatıştırmanın yanı sıra, nikkeijin göçmenlerinin diğer yabancı işçiler kadar etnik ve sosyal olarak yıkıcı olmayacaklarını, çünkü onlar Japon kökenli ortak etnik gruplara mensup olduklarını ve böylece etno-ulusal kaygılarını

yatırdığını düşünüyordu. Hükümet politika yapıcıları, nikkeijin'in ırksal ve kültürel olarak farklı yabancıların aksine Japon toplumuna daha sorunsuz bir şekilde asimile olacağını varsaydılar. *Kettoshugi* olarak bilinen kan ve soy ilkesi ve Japonlarla kan bağı olan yabancılara ayrıcalık tanınması, Japonya'nın etnik homojenliğini koruma endişeleri nedeniyle, göç politikasını biçimlendiren en önemli etkendi. 1989'da Japonya'da kayıtlı sadece 14.528 Brezilyalı yabancı olmasına rağmen, sayı 2000 yılında 254.394'e ve 2007'de 316.967'ye yükseldi. Göçmenlik politikasını belirleyenler, bu Brezilyalı nikkeijinlerin çoğunun ailelerini getirip uzun vadeli yerleşmelerini beklemiyordu. Buna ek olarak, Brezilyalı nikkeijin, politika yapıcıların beklediği kadar kültürel olarak Japon değildi. Japon fenotiplerine rağmen, Brezilya'da doğup büyüdüğü için çoğu Japonca konuşmuyor ve birçok Japon'un kültürel olarak oldukça yabancı ve rahatsız edici bulduğu "Brezilya" tarzında davranıyorlardı. Nikkeijin göçünden sonra Japonya'da uyuşturucu kullanımının ve tecavüz vakalarının arttığını söyleyen Japonlar, bu durumdan rahatsızlık duymaya başladılar. Sonuç olarak, Japon Brezilyalıları etnik Japon olarak kabul edilmediler, ancak etnik anavatanlarında yabancı olarak muamele gördüler ve birçoğu etnik önyargı ve ayrımcılığa maruz kaldı. Ayrıca, çoğu Japon'un kaçındığı kirli, tehlikeli ve zor işleri yapan tek kullanımlık göçmen işçiler olarak sosyo-ekonomik olarak marjinalleştirildiler. Karşılaştıkları kültürel engeller ve etnik bir azınlık olarak Japon toplumuna sosyal yabancılaşmaları nedeniyle, çoğu kendi aralarında ilişki tesis etmiş ve ana akım Japon toplumuyla etkileşime girmemiştir. Japon Brezilyalı göçmenler, yaşadıkları olumsuz deneyimlere tepki olarak kültürel farklılıklarını öne sürmeye başlamışlar ve Japon toplumunun olumsuz yönleri olarak algıladıkları şeylere karşı bir Brezilya milliyetçisi karşı-kimliği inşa etmişlerdir. Hatta bazı topluluklarda nikkeijin yabancıları ile Japon sakinleri arasında ciddi gerilim vakaları ve olası şiddet vakalarının yanı sıra suç olayları da yaşandı (Tsuda, 2010: 625-632). Böylece teorik anlamda bahsedilen ekonomik gerekçelerle çağrılan ancak ulusal kültür ve etnik yapının da korunmasını amaçlayan Brezilyalı Japonların göçü, başarısız bir deneyim sundu.

Japonya'daki göç deneyimine benzer bir durum Kazakistan'da da görülmektedir. Ama Kazakistan'ın Japonya'dan farkı hala ulusu-devlet inşa süreci içinde yer alması, farklı etnik grupların bulunması ve Kazak göçünü destekleyenler ve desteklemeyenlerin farklı argümanlarıdır. Kazakistan'dan bağımsızlığını kazandıktan sonra hem ülkedeki işgücü açığını kapatmak hem de Kazakistan'ın Kazaklaşması için *oralmandar* politikası devreye sokuldu. Oralmandar, yeniden yurttaş haline getirilenler anlamında kullanılan diasporadaki Kazakların geri dönüşün içeren bir kavramdır. Kuşçu'ya (2013: 180-191) göre etnik geri dönüşü savunanlar, anavatan topraklarındaki itibari grubun hakimiyetini ve ulus-devletin inşasını istemektedirler. Onlar için Kazak göçüne karşı olanlar yani ülkenin Kazaklaştırılmasından korkanlar hala Sovyet dönemindeki köle ve sömürgeci zihniyeti taşıyan kozmopolit kişilerdir. Öncelikle, diasporadaki Kazakların dönüşü, diaspora Kazaklarının mağduriyet ve asimilasyonunu önlemek için bir zarurettir. Geçmişte Kazakistan işgale, açlığa ve sömürüye maruz bırakılmış, bu yüzden çok sayıda Kazak göç etmiştir. Bazı Kazaklar kimliklerini korumak için göç etmek zorunda kalmışlardır. Şimdi ise onları geri çağırma vaktidir. Etnik dönüşü savunanlara göre gelecek olan Kazaklar, Kazak diline, kültürüne ve demografik yapısına olumlu katkılar sunacaktır. Kazakistan'ın büyük bir coğrafyası olmasına karşılık nüfusu seyrek, 49

işgücü eksikliği bulunmaktadır, bu nedenle göçe ihtiyacı vardır. Ayrıca Kazakistan'da hâkim etnik grubun dili olan Kazakçanın Rusça karşısındaki ikinci dil konumu yükseltilmelidir. Nitekim, Çin ve Moğolistan'dan geri dönen Kazaklar, dillerine ve geleneklerine çok bağlı insanlardır. Nihayetinde etnik Kazakların geri dönüşünü savunanlar tek bir ulusa ayrıcalık tanınması vasıtasıyla etnik ulus-devletin oluşmasını isteyenlerdir. Bunun karşısında tüm vatandaşların hiçbir ayırım gözetilmeksizin eşit statüde olmasını savunanlar etnik göçe karşı çıkmaktadır. Etnik dönüş göçlerinin liberal olmayan karakteri ve yurttaşlıktan ziyade etnisiteye yaptığı vurgu bu kesimin eleştirilerindeki odak noktayı oluşturur. Etnik Kazakların dönüşü, ülkeye çok büyük ekonomik ve sosyal bir külfet getirmektedir. Bu külfetle karşılaşmak yerine onu toplumsal refahı arttırmak için kullanmak gerekir. Plansız ve aceleye getirilmiş bir politika olarak gördükleri etnik Kazakların göçü yerine, Kazakistan'da doğmuş, her zaman Kazakistan'da yaşamış kişilere öncelik verilmelidir. Zaten bu politikaya karşı olanlar Kazak diasporasını *satqyn* yani hainler olarak isimlendirirler çünkü onlar zor zamanlarda kolay yolu tercih edip gitmişlerdir. Göçü savunanlarla bu politikaya karşı olanların uzlaştığı tek konu demografik büyümenin gerçekleştirilmesidir. Ama göç karşıtları nicel artışın değil niteliksel artışın önemine vurgu yaparlar. Bundan dolayı Kazakların geri dönüşü faydalı değildir çünkü çoğu düşük eğitilmiş ve kabiliyetsiz kişilerdir. Kazak dili, kültürü ve gelenekleri konularında da gelen Kazaklarla yerleşik Kazaklar arasında fark olduğunu düşünmektedirler. Kazak diasporasından geri dönenlerin yerleşiklere *oryska satylgan* -kendini Ruslara satan- şeklindeki yaklaşımları bunu özetlemektedir. Kazak diasporasının geri dönüşü sivil ulus tasarımı olumsuz etkileyeceği gerekçesiyle bu politikaya karşı çıkmaktadırlar.

Kazak devletinin oralmandar politikasının demografik yapı üzerindeki etkisine bakmak gerekir. Son Sovyet nüfus sayımına (1989) göre cumhuriyet, itibari ulusun 6.534.616 sakinine ve cumhuriyetteki en büyük azınlığı oluşturan Rus nüfusu olan 6.227.549 Rus'a sahipti. Toplam nüfus 16.464.464 idi. Kazaklar ve Ruslar, cumhuriyet nüfusunun sırasıyla yüzde 39,7'sini ve yüzde 37,4'ünü temsil ediyordu (Kuşçu, 2013: 184). 2009 nüfus sayımına göre Kazakların oranı %63,1'e yükselirken, Rusların nüfusu %23,7'ye gerilemiştir. Uluslararası Ekonomi ve Politika Enstitüsü Uzmanı Ayman Jusupova, Anadolu Ajansı muhabirine verdiği röportajda oralmandarların göçünü, eski Kazakistan Cumhurbaşkanı Nursultan Nazarbayev isminden mülhem "Nurlu Göç" olarak isimlendirmekte ve bu göç türünün çok işlevsel olduğunun altını çizmektedir. Jusupova, 1 milyon 71 bin etnik Kazak'ın Kazakistan'a döndüğü ve Kazak nüfus doğum oranının %1,7'den %4,7'ye çıktığını söylemiştir (trtavaz.com). Bu sayılar etnik dönüş göçlerinin Kazakistan için ürettiği olumlu sonuçları göstermektedir.

Etnik dönüş göçleri bağlamında üzerinde durulması gereken bir diğer örnek Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'ne (KKTC) Türkiye'den yapılan göçlerdir. Kuzey Kıbrıs'a yapılan barış hareketlerinin ardından adaya Türk nüfusu yerleştirilmeye başlandı. Bu, 1975-1980 yılları arasında üç dalga biçiminde gerçekleşti. Sayısı net olarak bilinmese de 15 bin ile 150 bin arasında olduğu tahmin edilmektedir. Gerçekleşen göçlerin temel nedeni olarak ekonomik gereksinimler gösterilmekteydi. Nitekim adanın kuzey kısmından 142 bin Rum güneye gönderildi ve onların yerine güneyden 45 bin Türk kuzeye göç etti. Bu durum adanın kuzeyinde büyük bir işgücü arzı ve demografik boşluk yarattı. Çünkü Kuzey'deki Türk yönetimi altındaki topraklar ve sahip olunan nüfus arasında büyük bir fark bulunuyordu. Rumlarla

yaşanan çatışmalar döneminde on binlerce Türk, İngiltere ve Türkiye'ye göç etmişti. Hatta Adanın İngiliz idaresi altına girmesiyle, yani çatışmalardan önce de yüzbinlerce Türk Anadolu'ya geri dönmüştü. Adanın ikiye bölünmesinden sonra ekonomik gereksinimleri karşılamak için ilk göç dalgası yaşandı. Ekonomik gerekçeler Türkiye için de geçerliydi çünkü göçün yaşandığı dönemde Türkiye'de işsizlik önemli bir sorundu. Ayrıca, heyelan, deprem, baraj yapımı gibi gerekçelerle topraksız kalan köylülerin adaya gönderildiği de hesaba katılırsa Kuzey Kıbrıs'a yapılan göç Türkiye açısından fayda sağlamaktaydı. Lakin Kuzey Kıbrıs'a yapılan göçlerin bir boyutu böyle açıklanabilirdi. Kuzey Kıbrıs bağlamında, bir ulus-devlet inşası döneminde etno-toplumsal çatışma tarafından şekillendirilen makro politik bağlamda gömülü önemli nedensel unsurlar bulunabilir. Kıbrıs'taki iki toplumun fiziksel olarak ayrılması, kuşkusuz, 19. yüzyılın son yıllarında İngiliz sömürge yönetiminin başlangıcından bu yana iltihaplanan rakip etnik milliyetçiliklerin sonucuydu. Gerçekleşen göç ve KKTC'nin kurulması, Kıbrıs Türk toplumu için ulusal bir halk olmanın son aşamasını simgelemektedir. Türkiye'den Kuzey Kıbrıs'a göç hareketinin başlangıcı, bu ulus-devlet inşası döneminde gerçekleştirilmiştir ve buna uygun siyasi ve kültürel idealler tarafından şekillendirildiği ileri sürülebilir. Ulus inşası bağlamında, 'nüfusu arttırma' ve 'boş bölgeleri doldurma' stratejisi izlendi. Aslında mevcut strateji Türk milliyetçiliğinin Kuzey Kıbrıs'taki uzantısı temelinde yorumlanabilir (Talat Zrilli, 2019: 496-501).

Kıbrıs meselesi Türk milliyetçili açısından milli bir dava olarak telakki edilmektedir. Bu milli dava Türk milliyetçiliği açısından bir geç kalınma durumunu da ifade eder. Yine de Türk milliyetçiliğinin geliştirdiği 'anavatan'-'yavru vatan' retoriği hem bir hiyerarşik yapı oluşturmakta hem de bu geç kalmışlığı telafi etmektedir (Bora, 1995). Zaten benzer durum Kuzey Kıbrıs için de geçerlidir. KKTC'nin ilk Cumhurbaşkanı Rauf Denktaş bir Türk milliyetçisi olup, Kıbrıs Türklerinin köklerini Anadolu-Orta Asya ekseninde izah etmektedir. Bu yüzden adaya dönmeyi reddeden Kıbrıslı Türklerin yerine Anadolu'daki Türklerin gönderilmeleri, Kıbrıslı Türkleri anakaradaki Türklerle eşitleyen etno-milliyetçi mantığın sonucudur. Nihayetinde, Türkiye'den Kuzey Kıbrıs'a ilk göç dalgası, Türk milliyetçiliğinin hem gönderen hem de alan bağlamlarda neredeyse hegemonik olduğu bir siyasi kültürel bağlamda gerçekleşti. Böylece, 'işgücü açığının doldurulması' sadece tedarikçi olarak Türkiye'ye ('anavatan') yönelmeyi değil, aynı zamanda Türkiye'den gelen nüfusu, Türkiye'den bağımsız bir Kıbrıs Türk ulusuna 'doğal olarak' ait bir grup olarak algılamayı da içeriyordu ve KKTC'nin ulus inşasının aracı olarak hizmet ediyordu (Talat Zrilli, 2019: 501- 505).

2.2. Etnik Göç Karşısında Azınlık Gruplarının Milliyetçilikleri

Göç olgusunun en doğal sonucu, göç edilen ülkede yükselen milliyetçilik olarak gösterilebilir. Neredeyse göç alan toplumların tamamında, dozları farklı olmak kaydıyla, milliyetçilik bir reaksiyon biçiminde kendisini gösterir. Ancak burada bahsedilen milliyetçilik çoğunluğun ya da ulusu oluşturan etnik grubun milliyetçiliğini ifade eder. Günümüzde çok az toplum etnik açıdan homojendir, yani birçok ülkede ulusu oluşturan etnisite haricinde farklı etnik gruplar vardır. Özellikle ulusu oluşturan hâkim grubun dışarıdaki eş-etnik torunlarının gelmesi durumunda diğer etnik grup/gruplar bu duruma tepki gösterebilir. Nitekim, göç meselesinde bazılarının öncelik verilmesinin sorunlu tarafı, diğerlerini ayırt etmediğini dile getiren Joppke (2005: 23) bu durumu özetlemektedir. Zaten etnik dönüş göçleri,

demografinin ideoloji ve siyasetle iç içe geçtiği devletlerde azınlık gruplarına karşı etno-demografik dengeyi değiştirmeye yönelik bir politika olarak telakki edilebilmektedir (Levy, 2002). Nihayetinde dış göç iç göçü yönlendirir ve çok ırklı toplumlarda bunun ulus-altı siyasi dinamikler için sonuçları vardır (Kapur, 2014: 483). Mevcut sonuç etnik çatışmaya ilişkindir. Etnik şiddet, kimliğin üretken gücü olup, eve dönüş göçlerinde kimliksel çatışmalar yoluyla beslenir (Bieber, 2018: 538). Bu bağlamda Pakistan'daki etnik gruplardan biri olan Sindhilerin etnik milliyetçiliğine bakmak, konunun anlaşılmasında yardımcı olabilir.

İngiliz sömürgeci döneminde başlayan Hindu-Müslüman ayrılığı Hint coğrafyasında II. Dünya Savaşından sonra iki ayrı devletin doğuşuna neden olmuştur. Pakistan kurulduğunda halk, beş büyük dil ailesinden otuz iki ayrı dili konuşan farklı etnik kompozisyonların İslam kimliği altında bir araya geldiği topluluğu oluşturuyordu (Esposito, 1980). Sindhiler, Pakistan'ın Rajasthan eyaletinde yer alan, Pakistan'ın en büyük üçüncü etnik grubunu oluşturmaktadır. Pencabiler, Peştunlar, Beluciler ve Hindistan muhacirleri diğer büyük etnik grupları meydana getirmektedir. Sindhi milliyetçiliğinin ortaya çıkışı, Pakistan'ın kuruluşu, Pakistan milliyetçiliği ve göçle yakından alakalıdır.

Sindhi milliyetçiliği, Pakistan'ın bürokratik devletinin müdahaleci doğasının ürünü ve buna bir cevap olarak görülebilir. Kimlik, kültür, sanayileşme, kapitalizm ve sınıf olguları etnik milliyetçiliğin oluşumunda rol oynasa da bu Sindhi örneğinde sadece yardımcı bir roldür. Sindhi etnik milliyetçiliği, bu kategorideki bireylerin devletten gördüğü muameleye bir yanıt olarak gelişmiştir (Khan, 2002: 213-214). Yine de Pakistan'ın müdahaleci doğası ve buna karşı gelişen tepkide de göçün etkisini görmek mümkündür. Pakistan kurulduktan sonra milyonlarca Müslüman Hindistan'dan Pakistan'a göç etti. Sindh, bölünmeye eşlik eden mülteci akınından en çok etkilenen eyalet oldu. Sindhilerin mülteci sorununa nasıl tepki vereceğinin birçok siyasi, ekonomik ve kültürel nedeni vardı. Mültecilerin kötü durumuna başlangıçtaki sempatik Sindhi tepkisi, taşra özgüllüğü nedeniyle muhalefete ve düşmanlığa dönüşmedi. Aksine, ekonomik gerileme, belirgin sosyal kargaşa, kötüleşen bir kanun ve düzen durumu, yerlilerin yabancılar tarafından baskı altında bırakılma korkusu ve Pakistan devletinin Sindh'in şikayetlerine pek de hoş olmayan tepkisi, Sindhi etnik milliyetçiliğinin büyümesini sağladı. Mültecilerin ilk akınından sonra, çoğu Sindhi için durumun onlar için basit bir Müslüman kardeşlerini karşılama meselesi olmayacağı aşikâr hale geldi. Mültecilerle başa çıkmak zorunda kalmanın hayatlarını daha da kötü bir hale getirmesi muhtemel görünüyordu, basit bir nedenden dolayı, gelen Müslüman mülteciler yoksulken, ayrılan Hindular Sindh'in ekonomik ve ticari hayatını yöneten ağırlıklı olarak müreffeh insanlardı. Bir diğer sorun da gelen mültecilerin sayısının yönetilemeyecek kadar fazla olmasıydı. 1951'de Sindhiler, nüfusunun %57,1'i Hintli Muhacirlerden oluşan Karaçi'de bir azınlık haline gelmişti. Sonuç olarak, kitlesel akın, o noktaya kadar nispeten barışçıl bir eyalette sosyal düzensizlik yarattı. Sindhiler, ayrıca, Müslüman mültecilerin büyük çaplı Hindu göçüne yol açan toplumsal şiddetten sorumlu olduğuna inanıyordu. Tek birim uygulaması, 1958'de Sindhi eyaletinde Urduca'nın eğitim dili olarak dikte edilmesi, Kotri ve Guddu barajı gibi hizmetlerden sonra sulanabilen arazinin ya Pencap ya da muhacir kökenli kişilere tahsis edilmesi, devlet bürokrasisinde Sindhilere yeterince yer verilmemesi, Pakistan ordusuna hiçbir Sindhi'nin kabul edilmemesi ve son olarak üniversitelerde başlayan muhacir-Sindhi çatışmasının her alana sıçramasıyla Sindhi etnik

milliyetçiliği vücut bulmuştur (Khan, 2002: 218-223). Her ne kadar Sindhi kökenli Zülfikar Ali Butto ve kızı Benazir Butto Pakistan'ı yönetseler de Sindhilerin durumunda bir değişiklik olmadı. Çünkü yaşanan askeri darbeler, siyasi ve ekonomik krizler neticesinde bugün Pakistan uluslararası alanda çökmüş devlet olarak kabul edilmektedir. Ayrıca Pakistan milliyetçiliğinin etnik gruplar arasındaki hiyerarşik kategorizasyonu, bu duruma neden olmaktadır.

3. Göçe Karşı Milliyetçi Tepkiler

Göç olgusunun daha melez ve arada kalmış kimlikler oluşturduğuna ilişkin bir varsayım sıklıkla belirtile de milliyetçilik insanların ve devletin yaşamlarının önemli bir yönü olmaya devam etmektedir. Göçmenler, diasporadakiler ve onların sınır ötesi bağlantıları, ulusun algılanan homojenliğini sarsmakta, daha arada ve karmaşık olan ve ulusun ötesi olarak görülen kimlikler ve kültürler inşa etmektedir. Nihayetinde, yaratılan bu kimlikler sorunlu olarak görülmektedir. Bir yandan, ev sahibi toplumlarda, marjinalleşme ve ötekilerin tehdit edici olarak algılanması gibi faktörler, içe dönük eğilimler ve kültürel, ulusal, bölgesel ve diğer teritoryal temelli saflık ve bağlılık biçimlerini yeniden kazanma veya bunlara tutunma ihtiyacı yaratabilmektedir. Öte yandan, "hareket halinde" olanlar, genellikle anavatanla bağlantılı olan daha homojen ve saf etnik, dini, kültürel veya ulusal kimlik kavramlarına güvenerek potansiyel yabancı düşmanlığı, yerinden edilme ve savunmasızlıkla başa çıkmaya çalışabilirler (Mavroudi, 2010, 220-223). Böylece göç meselesi, azınlıklar ve çoğunluk milliyetçiliği olmak üzere iki tür milliyetçilik yaratabilir. Göçmenlerin kültürel ve dini hakları, ev sahibi toplumdaki etnik ve dini kültürel farklılıkların algıları ve uygulamaları olmak üzere iki kimlik değeri zıt konumlarda yer alır. Göçmenlerin entegrasyonunun sağlanamaması, göçmenlerin kültürel değerlerinin kabul edilmemesi, din özgürlüğünün azalması ve toplumsal hareketliliğin engellenmesi, milliyetçi düşüncenin yayılmasına ve kitlelerin etnik çizgiler üzerinden siyasallaşmasına yol açabilir. Öte yandan göçmen korkusu, işlerinin işgal edildiği inancı, göçmenlerin yarattığı sosyal yük, yarattığı sosyal problemler ve göçmenlerin sorununun politikacılar ya da kitle iletişim araçları tarafından güvenlikleştirilmesi, milliyetçiliğin gelişmesine yol açar (Moldovan ve Mihaescu, 2018: 39-40). Çalışmanın bu bölümünde ilk olarak göç alan toplumdaki milliyetçiliğin yükselişine yer verilecek, daha sonra göç edenlerin milliyetçilikleri izah edilecektir.

3.1. Bir Tehdit ve Güvenlik Sorunu Olarak Göç: Göçe Karşı Milliyetçi Reaksiyon

Tarihsel olarak ulus-devletin inşası, barbar, medeni olmayan bir 'öteki' inşasıyla çakışarak yabancı düşmanlığını içermektedir. Bu nedenle, ait olmadıkları algılananlar, çoğu zaman "çok" farklı olarak etiketlenip ulusal statükoya karşı tehdit olarak değerlendirilir. Böylece göç, ev sahibi ülkede vatansız ve aşırı milliyetçi eğilimleri teşvik edebilir. Günümüzde göçmenler ve mülteciler, birçok gelişmiş ülke açısından sosyal ve siyasi bir realitedir. Ancak, stratejik, manipülatif, romantikleştirilmiş ve tarihsel 'ulusal' mitler teşvik edildiğinden, 'ulusal güvenliği korumak' için göç karşıtı önlemler daha yaygın hale gelebilmektedir. Farklılık korkusuyla mücadele etmek için atılan birçok adıma rağmen öteki korkusu, ırkçılık ve önyargı yaratabilir (Mavroudi, 2010:223, 229). Nitekim Avrupa'da mültecilerle ilgili tartışmalarda ilgi odağı mültecilerin insani ihtiyaçları ve Avrupa'nın ekonomik gereksinimlerinden, mültecilerden kaynaklı terörizm, şiddet ve cinsel taciz gibi konulara kayarak, göç konusu güvenlikleştirilmiştir (Vollmer ve Karakayalı, 2017). Blake ve Miller ise yurttaşları ya da ulusal topluluğun göçmenlere karşı ayrıcalıklı olması gerektiğini belirtmişlerdir. Blake ve Miller, ulus-devleti,

devlet sınırlarının siyasi göç teorileri için ahlaki bir öneme sahip olduğu gerekçesiyle savunmaktadırlar. Miller'n argümanları, ortak bir kimliği ve kamu kültürünü paylaşan, uluslarını özünde değerli gören, ortak uluslara karşı özel sorumluluklar tanıyan ve bir dereceye kadar kendi kaderini tayin etme arzusunda olan insanlardan oluşan bir ulus anlayışına dayanmaktadır (Miller, 2007). Blake ise devletleri, yasal kurumların zorlayıcı doğası nedeniyle özel ahlaki statüye sahip, bölgesel sınırlı yasal topluluklar olarak görür. Özellikle, bir devletin üyeleri, göçmen olabilecek bazı kişileri hariç tutabilir, çünkü kabul edilmeleri, mevcut sakinlere haklı olarak reddedebilecekleri yükümlülükler getirecektir (Blake, 2013).

Göç alan topluluğun milliyetçi reaksiyonu ne zaman ortaya çıkar? Moldovan ve Mihaescu (2018: 37) bu soruyu şöyle cevaplamışlardır: milliyetçilik retoriği, insanların kendilerini zayıf, dezavantajlı hissettikleri yerlerde genellikle en güçlü hale gelerek harekete geçer. Genellikle ekonomik kriz burada başrolü oynamaktadır. Yasal ve kurumsal düzenlemeler, demografik gerileme ve artan şiddet, milliyetçiliği teyakkuza geçirebilir. Burada ekonomik meseleleri tekrardan irdelemek gerekir. Devletlerin uyguladığı katı sınır kontrolleriyle birleşen ekonomik küreselleşme, asimetrik bir iş bölümü yaratır. Küresel şehirler, yüksek vasıflı, iyi ücretli işçiler ve genellikle yurtdışından gelen düşük ücretli işçiler için pazarlar yaratan yapısal değişiklikler nedeniyle göçmenlere ihtiyaç duymaktadır. Yerel ekonomiler, kalıcı, nispeten yüksek ücretli işler sağlayan birincil sektörler ve göçmenler tarafından doldurulan güvencesiz, kirli, tehlikeli ve aşağılayıcı işlerle karakterize edilen ikincil bir sektörle ikiye bölünmüştür (Sager, 2016: 45). Aslında bu durum, yani göçmenlerin güvencesiz, kirli ve aşağılayıcı işlerde çalışması, ekonomik temelde gerçekleşen ırksal bir hiyerarşi oluşturarak milliyetçiliğin somut bir çıktısı bağlamında işlev görür. Bunun yanında zenginleşen mülteciler ve yerli halkın işsizliği, milliyetçi tepkiyi arttırır. Böylece popülizm devreye girer. Bieber'e (2018: 523) göre, milliyetçilik gibi popülizm de çok yönlü bir ideolojidir. Nasıl tanımlanırsa tanımlansın seçkinler karşısında 'halkı' temsil etmeye çalışır. Böylece çoğunlukçuluğu teşvik eder ve çoğunluğun varsayılan iradesini kısıtlayan kurumları reddeder. Popülistler halkı ulusal terimlerle tanımlamaları, bu hem ulus devletlerde hem de çok uluslu devletlerde cazip bir stratejidir, popülizm ve milliyetçilik birleşir. Böylece popülizm, otoriterlik ve milliyetçilik ayrı ayrı ortaya çıkabilir, birbirleriyle bağlantılıdır ve karşılıklı olarak birbirini güçlendirebilir. Nihayetinde göçmen karşıtlığı popülizm aracılığıyla milliyetçi retorikte yerini alır. Buraya kadar yapılan teorik tartışmaların bir de pratik tezahürlerine bakmak gerekir. Bu bağlamda Polonya ve Macar milliyetçilikleri incelenebilir. Orta ve Doğu Avrupa'yı temsil eden bu iki ülke, etnisist milliyetçilikleri ve göçmen karşıtlıklarıyla ön plana çıkmaktadır.

Jaskuowski'nin yaptığı çalışma, hem Polonya milliyetçiliğinin karakteristik niteliklerini göstermesi hem de göçmenlere yönelik milliyetçi reaksiyonların biçimi hakkında genel çerçeve sunmaktadır. Öncelikle Polonya'da göçmen denilince akla gelen olgu, Hristiyan, beyaz ve Avrupalı olmayan yani çoğunlukla Müslüman olan kişilerdir. Bu yüzden Polonya'daki durumun ideolojik kaynağı etnik ve kültürel milliyetçilik temelinde inşa edilen ötekinin biyolojik ırkçılıkla tanımlanmasını sağlayan hegemonik İslam karşıtlığı anlayışıdır. Bu hegemonik söylem, orta ve doğu Avrupa milliyetçiliklerinin epistemolojisinde görülen anti-semitist ve Tsiganizm -Çingene karşıtlığı- olgularından beslenerek, tarihsel köklerine uygun bir zihin kalıbı sunar. Aynı zamanda ulusötesi patolojik bir anlayışın tezahürünü oluşturur. Nitekim Polonya'da milliyetçilik

kendisini göçmenler üzerinden üretirken onları şu sorunlar özelinde tanımlamaktadır: terörizm, sosyal düzene tehdit, kadınlara yönelik tehdit, ekonomik, demografik, dini-kültürel ve politik (Jaskułowski, 2019: 77-78). Kısaca bu yaklaşımlara bakmak gerekir.

Müslüman göçmenlerin bir tehdit unsuru sayılmasının başında uluslararası terörizmin öznesi olarak görülmeleri gelmektedir. Avrupa'da yaşanan terör faaliyetlerinin nedeni göç eden Müslümanlardır. Polonya'daki göç karşıtlarının nezdinde onlar, Avrupa'yı imha etme amacına takıntılı vahşi kişilerdir. Nitekim Müslümanları irrasyonel, şiddete ve saldırganlığa meyilli bir öteki ve dolayısıyla günlük güvenlik ve sosyal düzen için bir tehdit olarak kurgularlar. Bu yaklaşım, iç öteki olan Çingenelele yönelik algıya benzer çünkü onlar da sosyal düzene tehdit oluştururlar. Ancak iş Ukraynalılara gelince farklılaşmaktadır. Ukraynalılar hakkında benzer şikayetler dile getirilmektedir ancak onların durumu Müslümanlar ve Çingenelele gibi doğuştan değil, sosyal etkilerin sonucudur. Bunların yanında kadınlar konusu önem taşımaktadır. Reddedenler göçmenleri kadınlara yönelik cinsel tacizler ve kadınların sosyal konumlarına yönelik büyük bir tehlike olarak görmekteyirler. Öncelikle gelenlerin büyük çoğunluğu genç ve bekar erkeklerden oluşması kadınlar açısından sorun teşkil etmektedir. Bunun yanında, onlara göre Müslümanların kültüründe pedofili ve kadınların değersiz bir konumu vardır. Kadınları dövmele, öldürmele ve tecavüz etmele göçmenlerin geldikleri yerlerdeki olağan davranışlar olup bunların İslam dininin niteliklerinden kaynaklandığı düşünölmektedir. Bununla birlikte göçmenler, kadınlara yönelik baskıcı tarzlarını Avrupa'ya taşımakta ve Avrupalı kadınların yaşam biçimlerine de müdahale etmekteyirler. Ancak milliyetçilik bağlamında üzerinde durulması gereken konu, ulusun sınırlarının kadın bedeni üzerinden tanımlanması meselesidir. Polonyalı kadınların göçmenlerle evlenmesi durumunda doğacak çocuklar Polonya kültürüne tabi olmayarak ulusla bağlantıları kopabilir. Böylece kültürel vatanseverlik modeli üzerinden kadınların toplumsal rolünün ulusun biyolojik ve kültürel üretimiyle sınırlandırıldığı görölmektedir. Ekonomik bağlamda yapılan eleştirilerin merkezinde Polonyalıların göçmenlerin maliyetini karşılamak için daha çok çalışmaları ve göçmenlerin tembellik yaparak yardımlarla yaşamlarını idame ettirmeleri gelmektedir. Göç karşıtları için önce Polonya ulusunun refahına önem verilmelidir, "onlar" yani göçmenler ise bunun dışında tutulmalıdır. Demografi meselesi ise ayrı bir tehdit alanını oluşturmaktadır. Polonyalı milliyetçiler için burada iki sorunsal yer almaktadır: göçmenlerin sayısı ve göçmen kadınların yüksek doğurganlık oranları. Bu ikisi vasıtasıyla Müslümanların Avrupa'yı işgal edeceği düşünölmektedir. Ayrıca onlara göre Müslümanların asimile olması imkansızdır, hatta göçmenler Avrupalıları asimile etmeye çalışmaktadır. Polonya milliyetçileri kamusal alanda itibarlı nüfusun hâkim ve görünür olmasını istemekteyirler. Oysa Müslümanlar, onlar için, dilleri, kıyafetleri, ibadet biçimleri ve beyaz olmayan tenleriyle kamusal alanı kirletmektedir. Kamusal alandaki görünürlükleri toplumu rahatsız, dini ritüelleri ise Avrupa'nın laik siyasal ve sosyal düzenini tahrip etmektedir (Jaskułowski, 2019: 78-89).

Göçmenler, Polonya için siyasal bir tehdit kaynağı olarak değeriendirilmektedir. Öncelikle, kültürel ve etnik açıdan homojen olan Polonya ulusu, yabancıların göç ettirilmesi vasıtasıyla yok edilmek istenmektedir. Bu yüzden göçün kaynağına bakmak gerekir. Göç karşıtları bu konuda çeşitli siyasal komplo teorileri üretirler. Bu üretim doğal olarak Polonya milliyetçiliğinin

dışında düşünülemez, bu yüzden göçmenlerin Polonya'ya gelmesinden sorumlu olarak Almanya ve Rusya hedefe konuldu. Almanya'nın amacı Polonya'yı göçmen ülkesi haline getirmek olduğuna inananların yanında Ortadoğu'da savaşın mimarı olarak Vladimir Putin'i işaret edenler de vardı. Bazı reddiyeciler ise doğrudan Körfez ülkelerini -Birleşik Arap Emirlikleri, Katar, Suudi Arabistan, Umman- Avrupa'ya yaşanan göçün ardındaki güç olarak gördüler. Bunların amaçları Avrupa'yı İslamlaştırmak ve kültürlerini aktarmaktı. Nihayetinde bu tehditler çoğu zaman birbirleriyle bağlantılı olarak dile getirildi. Mesela kültürel tehdit ve demografik tehdit bağlantılıydı. Kültürel korkular ırkçı bir retoriği kolayca geliştirebilmekteydi. İşin ilginç tarafı, sivil bir Polonya ulusunu savunan liberal milliyetçilerde göçmenlere yaklaşım konusunda ırkçılarla benzer dışlama düzeylerine sahiptiler. Onlara göre liberal demokrasilerden gelmeyen göçmenlerin Polonya'ya ayak uydurması imkansızdı. Yine, alt, orta ve üst sınıflara mensup bütün Polonyalılarda göçmenlere yönelik aynı tepkiler görünmekteydi. Yani göç karşıtlığı bütün sınıflardaki karşıtlığı aynıdır. Son olarak göçmenlere yönelik ulus-ötesi yaklaşımların etkisine yer vermek gerekir. Müslümanların Yahudi karşıtlığına benzer bir yaklaşımla değerlendirilmesi göze çarpmaktadır, tek fark mülteciler faillikten yoksun, pasif bir araç olarak telakki edilmekte, plan yapamayan, öldürme ve tecavüze meyilli vahşi insanlar olarak görülmeleridir. Bununla birlikte mevcut çalışmada göze çarpan olgu, genç göçmen karşıtlarının gerekirse mültecilere karşı şiddet kullanmaya hazır olduklarını belirtmeleridir (Jaskułowski, 2019: 89-96). Doğal olarak, göçmenlerin oluşturduğu tehditler ya da buna duyulan inanç, etnik ve kültürel temelli milliyetçiliğin ırkçılıkla bağlantılı bir retorik üretmesine ve şiddeti ortaya çıkarmasına neden olabilir.

Göç edenlere -göçmen, mülteci, sığınmacı- karşı gelişen milliyetçi refleks, onları ötekiler bağlamında güvensizleştirerek tehdit kaynağı olarak görme eğiliminin yansımasıdır. Dolayısıyla göç karşıtlığı günümüz milliyetçiliğinin önemli bir üretim mekanizmasıdır. Bu durum sadece milliyetçilerin tepkisinden oluşmaz, bazen devletlerin, daha doğrusu hükümetlerin ana gündemlerinden biri haline gelir. Macaristan, hükümetlerin göç karşıtlığının milliyetçi politikalarla hayata geçirilmesi bağlamında incelenmesi gereken bir örnektir. 3 Nisan 2022'de yapılan seçimlerden Victor Orbán'ın liderliğinde bir kez daha zaferle çıkan FİDEZS'in (Macar Yurttaş Birliği Partisi) göçmen politikaları, milliyetçiliğin göç politikaları üzerindeki etkisini göstermektedir. Öncelikle FİDEZS hükümetinin temel stratejilerinden biri göçmenleri yalnızca Avrupa dışından gelen kişiler olarak tanımlamasıydı. Bu, hükümetin mültecileri ve sığınmacıları Avrupa ve Macaristan'a yönelik kültürel tehditler olarak konumlandırmasına izin verdi. Orbán rejiminin söylemindeki göçmenler, Avrupa kökenli olmayan veya kökenden gelen ve hatta daha da spesifik olarak, Avrupa sınırını geçen Hıristiyan olmayan insanlara atıfta bulunur. Başbakan Orbán'a göre, göçle ilgili temel sorun, göçün bir ülkenin etnik yapısının değişmesine yol açması ve bunun kültürel kimliğinin değişmesi anlamına gelmesidir. Macaristan'ı ve daha geniş anlamda Avrupa'yı göçten koruyamamanın riskleri, diğerleri gibi kendi ulusal kültürü üzerine inşa edilmemiş bir göçmen ülke haline gelerek, "Hristiyan geleneklerini", "Avrupalı yaşam tarzını" ve "elde ettiğimiz her şeyi" kaybetmek demektir. Bu kültürel tehdit anlatısı, azalan göçmen ve mülteci sayılarına rağmen, Avrupalı olmayan göçe karşı korku seferberliğinin önemli ve varoluşsal kalmasına izin verdi. Bunun, büyük ölçüde göç nedeniyle demografik değişiklikler yaşayan toplumlardan ortaya çıkan ırksal olarak renklendirilmiş etno-

milliyetçilik ve “yer değiştirme” retoriği ile benzerlikleri olsa da Macaristan'daki strateji, beyaz olmayan insan korkusunu körüklemek için kullanılması bakımından farklıdır. FIDESZ daha sonra kültürel bir tehdit olarak Avrupalı olmayan göç söylemini, Macaristan'ın kültürel açıdan şüpheli göçmenleri Avrupa'ya ithal etmeye çalışan dış güçlerin kurbanı haline geldiği bir anlatıyla birleştirdi. Diğerlerinin yanı sıra, bu dış düşman genellikle, Avrupa'da ve başka yerlerde uzun zamandır liberal demokratik kurum ve örgütlerin fon sağlayıcısı ve savunucusu olan göçmen Macar milyarder George Soros tarafından kişileştirildi. 2017'de Macaristan'da hükümet destekli reklam panolarında Soros'un “son gülen” olmasına izin vermemeye çağırdı. Soros'un, zenginliğini, gücünü, nüfuzunu ve bir sivil toplum kuruluşları ağını kullanmayı planladığına dair bir propaganda yürüttü. Orbán, kültürel çeşitliliğin ulus için bir tehdit olarak görüldüğünden ve hükümetin buna karşı korumak zorunda olduğundan da bahsetti. Macaristan Başbakanı'nın Şubat 2018'de yaptığı bir konuşmada söylediği gibi, “Çeşitli olmak istemediğimizi ve karışmak istemediğimizi belirtmeliyiz: kendi rengimizin, geleneklerimizin ve ulusal kültürümüzün diğerlerinininkilerle karışmasını istemiyoruz. Farklı bir ülke olmak istemiyoruz. 1100 yıl önce burada, Karpat Havzasında nasılsak öyle olmak istiyoruz. Bu uğrunda savaşmamız gereken bir şey, bu savunmamız gereken bir şey.” FIDESZ hükümeti göç sorununa sosyal seçici nüfus politikaları yoluyla yanıt vermeye çalıştı. Hükümetin demografik milliyetçilik versiyonu, örneğin ailelere ev inşa etmeleri veya satın almaları için sübvansiyonlu krediler sağlayan Aile Konut Ödeneği Programı (CSOK) aracılığıyla orta sınıf ailelere verilen destek ya da birden fazla bebek sahibi olmaları için maddi teşvikler sağlayan yeni doğancı politikaları içerir. Hatta dört veya daha fazla çocuğu olan anneler üzerindeki vergileri kaldırmak için 2019'da uygulamaya konan politikalarda bunlardan bir diğerini oluşturur. Bu tür politikalar, hükümetin evliliği, kadınların çocuk doğurma görevini ve Hıristiyan değerlerinin önceliğini destekleyen aileci politikalarının altında yatan muhafazakâr cinsiyet normlarını desteklemektedir. Bunlar aynı zamanda orta sınıftaki kilit siyasi bileşenlere sübvansiyon sağlamayı ve nüfusun diğer üyelerini dışlamayı amaçlayan politikalardır. Örneğin, Macaristan'ın Roman topluluğunun üyeleri, birden fazla çocuğu olduğunda ve açıkça sübvansiyonlu ev inşa kredileri için hedef nüfus olmadığında, çok az devlet desteği alır. Mültecilere karşı duvarlar inşa etmek ve yeniden yerleştirme kotalarını reddetmek, Macaristan'ı ulusun temel ahlaki ve kültürel bileşenlerine meydan okuyacak demografik değişikliklerden korumanın yolları olarak belirlendi. Bu nedenle, FIDESZ hükümeti, kısmen, kadınlara yönelik gerçek tehdidin Avrupa'ya gelen ve kadınlara saygı duymayan, şiddet uygulayan “milyonlarca göçmen” tarafından aktarılan kültür olması nedeniyle, Kadına Yönelik Şiddetin Önlenmesi ve Bunlarla Mücadeleye ilişkin İstanbul Sözleşmesi'ni imzalamamaya karar verdi. Macaristan örneğinde, FIDEZS, ulusun en büyük güvenlik sorununun göç ve buna bağlı olarak toplumlara getirdiği çeşitlilik olarak inşa etti (Waterbury, 2020: 963-978).

3.2. Göç Edenlerin Milliyetçiliği: Diaspora-Uzun Mesafe Milliyetçiliği

Bireylerin birden fazla gruba ait olabileceği gibi çoklu ve değişken kimliklere sahip olabileceği de bilinmektedir. Ancak, belirli kimlikler, zamanın belirli anlarında daha önemli hale gelebilir. Örneğin, bir kişi kendini tehdit altında görüyorsa veya geçmişinin silindiğini hissediyorsa, tutunabileceği ve kim olduğunu tanımlamaya yardımcı olduğunu hissedebileceği 'otantik' bir etnik kimliği yeniden yaratmaya çalışmak için geçmişe ya da coğrafyaya bakabilir.

Etnisite ve anavatan kavramlarının diasporadakiler için çok anlamlı hale gelmesi belki de şaşırtıcı değildir, çünkü bir aidiyet ve farklı hissetme yolu olarak algılanabilir (Mavroudi, 2010: 227-228). Bu çerçevede diaspora göç edenlerin milliyetçilikleri için anlamlı bir çerçeve sunar. "Diaspora", "ekmek veya dağıtmak" anlamına gelen Yunanca kökenli bir kelimedir. Oldukça yakın zamana kadar, tarihsel Yahudi deneyimi arketipi sağladı: zorla sınır dışı etme ve dağıtma, zulüm, kayıp duygusu ve geri dönüş vizyonu. Bununla birlikte, son on yılda, "diaspora", kendileri veya ataları bir yerden diğerine veya birkaç başka yere göç etmiş birçok çeşitli grup arasında bir kendini tanımlama terimi haline geldi (Vertovec, 2005: 1-2). Diaspora tartışmaları genellikle, nüfusu ulusallaştırma ve homojenleştirme fikrinin ortaya çıkışı olarak görülen ulus-devletin çarpıcı bir şekilde idealist, teleolojik anlayışıyla şekillenir. Bir diasporanın üç temel özelliği bulunur: mekânda dağılıma (ülkeler arasında); bir "vatan"a yönelim ve sınırların korunması, yani, nesiller boyunca ev sahibi toplum (veya toplumlar) karşısında farklı bir kimliğin korunması (Brubaker, 2005). Bu kavramın temelinde bir ülkede yaşayan ve başka bir varsayılan "ana" ülkeyle belirli bağlantıları koruyan ve sonuç olarak ana ülke tarafından "sadece başka bir yabancı" olarak görülmemesi gereken topluluklar (Kapur, 2014: 484) olduğu fikri yer alır. Bir yandan diasporadakiler, kimlik ve anavatan bağlantıları temelinde birbirine bağlı birleşik bir grup olarak algılanmaktadır. Öte yandan, diaspora kavramı aynı zamanda senkretizm, arada kalmışlık ve milliyetçiliğin homojenleşmesine karşı bir panzehir ile eş anlamlı hale gelmiştir (Mavroudi, 2010: 226).

Günümüzde diaspora terimi geniş bir yelpazede ele alınmaktadır. "Felaket", "kurban", "ticaret" ve "harekete geçirilmiş" diasporalar var. Diasporalar, göçmenleri, gurbetçileri, vaizleri, misafir işçileri, öğrencileri, sürgünleri, sığınmacıları, mültecileri, insan ticareti mağdurlarını ve etnik temizlik sonucunda fiziksel olarak ulusal sınırları aşan etnik azınlıkları içerebilir. Diasporalar, emek göçünü, aile birleşmesini, ticaret ağlarını, bölünmeler nedeniyle nüfus transferlerini ve bir imparatorluk dağıldıktan sonra (örneğin, Osmanlı, Sovyet, Avusturya-Macaristan) başka bir ülkede mahsur kalan etnik grupları kapsayabilir. Diasporalar, akraba devletlerinin dışında ikamet ettikleri ve çoğu zaman bu devlette meşru bir menfaat talep ettikleri için ulus-devletlerin geleneksel sınırlarına meydan okurlar. Diaspora kanalının önemli bir siyasi etkisi, uzun mesafeli milliyetçilik olgusudur (Kapur, 2014: 484). Uzun mesafeli milliyetçiliği, çeşitli coğrafi bölgelerde yaşayan insanları birbirine bağlar ve onları atalarının toprakları ve hükümetiyle ilişki içinde hareket etmeye motive eder. Uzun mesafe milliyetçiliği, göçmenleri, onların soyundan gelenleri ve anavatanlarında kalan insanları kırılğan, ancak sesli bir sınır ötesi yurttaşlık olarak birbirine bağlayabilir. Milliyetçiliğin diğer versiyonlarında olduğu gibi, bir yurttaşlık, bir egemenlik, bir ulus ve bir grup dayanışmadan oluşan bir halk kavramı göze çarpmaktadır, ancak bu farklı cisimleşmelerin uyumlu ve bölgesel olarak sınırlı olduğu düşünülmemektedir (Wimmer ve Schiller, 2003: 597). Diasporalar, benimsedikleri ülkenin hükümetine dış politika konusunda lobi yapmaktan, doğal bir felaket sırasında fon göndermeye kadar uzanan bir yelpazede sivil milliyetçilikle uğraşırlar, ancak aynı zamanda sonuçları son derece düşmanca olabilen ancak aynı zamanda kolayca abartılabilen etnik milliyetçiliği de (değişen ölçülerde) desteklerler (Kapur, 2014: 484). Anavatanla kurulacak olan kimliksel bağlar, anavatanı dışında yaşayan etnik grubun, içinde yaşadığı devlete/topluma yönelik sadakatsizlik ve anavatanında yaşayan başka etnik gruplarla arasında çeşitli çatışmaların

ortaya çıkmasına neden olabilen ilişkiler ağı kurabilmektedir. Böylece diaspora milliyetçiliklerinin, çatışmacı bir niteliğe haiz olduğu görülmektedir (Landau, 2001: 46). Diaspora-uzun mesafe milliyetçiliğinin olasılığını, biçimini ve yoğunluğunu etkileyen faktörlerin- diasporanın ve menşe ve yerleşim ülkelerinin nitelikleri- daha iyi anlaşılması gerekmektedir. Geleneksel görüş, diasporik milliyetçiliğin göçmenlerin ev sahibi toplumla özdeşleşmedeki başarısızlığının bir sonucu olduğu yönündedir (Kapur, 2014: 484).

Başka bir ülkeyle kurulan aidiyet bağına rağmen bugün birçok ülke diasporalara ev sahipliği yapmaktadır. Diasporik milliyetçiliğe verilen desteğin, göçmen bir topluluk içindeki belirli gruplar tarafından ev sahibi toplumda kendi yerel hedeflerine destek üretmenin bir yolu olarak stratejik olarak benimsendiği düşünülmektedir. Bu konular, diasporaların uluslararası sistem içindeki artan boyutu, görünürlüğü ve etkisi nedeniyle daha belirgin hale gelmektedir. Etnik şiddet ve iç savaşlar hakkındaki geniş literatürün de etkisi bulunmaktadır. İkinci Dünya Savaşı'ndan bu yana tüm isyanların yarısından fazlası, hedef devletin dışında faaliyet gösteren isyancı gruplar tarafından yürütüldü. İsyancılar, isyancılara sığınak sağlayan komşu devletlere kaçabildiklerinde, çatışmalar çok daha uzun sürer. Diğer durumlarda (Arnavut, Filistin, İrlanda ve Sri Lanka Tamil diasporaları gibi), diaspora desteğinin ana mekanizması mali olmuştur. 1991 ve 2000 yılları arasında 74 aktif isyanı kapsayan isyancı hareketler üzerine yapılan bir anket, yaklaşık dörtte birinin diasporalardan önemli destek aldığını ortaya koydu. 11 Eylül Saldırıları ve uluslararası terörizmin finansmanına yönelik baskıların ardından Batı ülkelerinde yerleşik diasporaların rolü azalmış gibi görünmektedir (Kapur, 2014: 485, 492). Buraya kadar diasporalarla ilgili yapılan teorik açıklamaları Bangladeş ve Tamil etnik milliyetçilikleri üzerinden örneklendirmek faydalı görülmektedir.

Bangladeş dünyanın en yoksul ülkelerinden biri olarak bilinmektedir. Bu durum milyonlarca Bangladeşlinin farklı ülkelere göçüyle sonuçlanmıştır. Günümüzde Bangladeş diasporası, ülkenin en büyük mali kaynağı haline gelmiştir. 2008-2009 yılları arasında yaklaşık on milyar dolarlık işçi dövizini Bangladeş'e ulaştırmıştı. Diasporadaki Bangladeşlilerin anavatanla bağlarını koruması Bangladeş milliyetçiliğinin bir ürünüdür. Bangladeş milliyetçiliği, diasporada oluşan bir akım değildir, Bangladeş'ten diasporaya taşınmıştır. Esasında Bangladeş milliyetçiliğinin kökenleri İngiliz sömürgesi dönemine uzanmaktadır. Sömürgeciler ırksallaştırılmış bir ideolojiye sahipti. Örneğin Bengalliler, zayıf, kadınsı ve korkak yapıları nedeniyle İngilizler tarafından askerlik hizmetine uygun olmayan bir halk olarak etiketlendi. Bu süreçte Bangladeş'te orta sınıf milliyetçileri kültürel temeller üzerinden kendi milliyetçiliklerini inşa etmeye başladılar. Bengali bir kültürel alanın işlenmesi, sömürgeciliğin karalanmasına karşı temel bir strateji olarak ortaya çıktı. Genellikle Bengalce kültürel bir rönesans olarak tanımlanan bu süreç, edebiyat, felsefe, drama ve sanat alanlarında büyük bir genişleme zamanıydı. Bankim Chandra Chatterjee, Michael Madhusudan Dutt, Nobel Ödüllü Rabindranath Tagore ve Kazi Nazrul İslam bu dönemi özetleyen seçkin edebi isimler arasındadır. 1947'de İngiliz yönetiminin sona ermesiyle birlikte Bangladeş, Pakistan idaresine bırakıldı. Pakistan'ın iki kanadı -Doğu ve Batı- yalnızca binlerce millik Hint topraklarıyla coğrafi olarak ayrılmış değil, aynı zamanda kültürel olarak da uzaktı. Doğudakiler Bengalce konuşurken, Batı'daki baskın dil Urduca idi. Bu farklılıklara Batı'nın Doğu Pakistan üzerindeki siyasi ve ekonomik egemenliği eşlik etti. Batı Pakistanlı seçkinler orduyu ve onun aracılığıyla

Pakistan'ın merkezi hükümetini kontrol etti. Esasında, Doğu Pakistan, Batı Pakistan kontrolündeki şirketlere çeşitli hammaddeler sağlayan ve kendi altyapısına çok az yatırım alan bir "iç koloni" olarak görüldü. İngiliz sömürgeci yönetim stratejileri ile trajik bir süreklilik içinde, siyasi ve ekonomik hakimiyete, Bengallilerin Batı'daki diğer Pakistanlılardan doğal olarak daha düşük olduğu anlaşılan ırksallaştırılmış bir ideoloji eşlik etti. Tipik olarak daha koyu tenleri ve daha kısa boyları ile dikkat çeken Bengallilerin, ülkenin liderliğini üstlenmeye uygun olmadığı düşünülürdü. Ayrıca, Bengallilerin kendi kültürlerini çeşitli Hindu ve diğer İslami olmayan unsurlardan arındıramamaları, Pakistan'ın İslam Cumhuriyeti kimliğini tehdit eden bir kirlilik kaynağıydı. Nitekim 1952'de Urduca'nın tek resmi dil olarak ilan edilmesi ve Bengalce yayınların yasaklanması tansiyonu yükseltti. Üniversitelerde başlayan ayaklanma, Mart 1971'de Awami Liginin seçimlerdeki başarısıyla doruğa ulaştı. 1971 yılının mart ayından aralık ayına kadar 1-3 milyon Bengallinin hayatını kaybettiği öne sürülmektedir. Özellikle Pakistanlı idarecilerin ırkçı yaklaşımları -alçakta yatan alçak insanların ülkesi, maymun ya da tavuk gibi hayvanlara benzetme- ve tecavüzler, katliamlar ve sivil ölümleriyle sonuçlanan olaylardan sonra Bangladeş bağımsızlığını kazandı. Bununla birlikte, Bangladeş'in kendisinde, 1971 olayları kolektif hafızalara derinden yerleşmiştir ve Bengal'in fedakarlığını, kahramanlığını ve anavatanın kutsallığını vurgulayan milliyetçi bir anlatının kalbini oluşturur. Bu nedenle yurtdışındaki Bangladeşliler için Bengal milliyetçiliği, kabul eden toplumda yaşanan damgalanma ve yabancılaşmanın acılarına direnmek için bilinçli olarak uygulanan önemli bir olumlama stratejisi olabilir. Diğer taraftan Bangladeş'in yoksul, bahtsız ve geri kalmış bir ülke olduğuna ilişkin bakış açısı, diasporadaki Bangladeşlilerin milliyetçilik vasıtasıyla savuşturmak zorunda oldukları bir durumu temsil eder (Kibria, 2011: 13-25).

Diaspora konusuna verilebilecek bir başka örnek Kanada'da yaşayan Tamillerdir. Sri Lanka'da Tamil azınlıklarına karşı devlet ayrımcılığı ve Tamil parlamento partilerinin ayrımcılığı ele almaması, 1970'lerde kuzey ve doğu illerindeki Tamil çoğunluk bölgelerini kapsayacak ayrı bir Tamil vatanı olan Tamil Eelam çağrısında bulunan çok sayıda militan grubun ortaya çıkmasına neden oldu. Yaşanan bir dizi ayaklanma ve etnik çatışmanın ardından 1983 yılında Sri Lanka'dan ilk büyük mülteci akışı gerçekleşti. İç savaş dramatik bir şekilde tırmanırken, yüz binlerce Tamil yurt dışına kaçmaya devam etti. LTTE (Kaplanlar), diğerleri arasında küçük bir militan örgüt olarak doğdu. 1986'ya gelindiğinde Kaplanlar, diğer militan grupları ortadan kaldırarak veya bünyesine katarak savaşta baskın Tamil militan savaşçısı olarak ortaya çıkmıştı. LTTE'nin başlıca özellikleri, liderleri Prabhakaran'a odaklanan piramidal bir yapıydı; disiplinli ve askeri bir kadro, kapsamlı bir istihbarat ağı ve Tamil siyasetini kontrol etmek için korku ve şiddet kullanmaktır. Tamil Kaplanlarının başarısının kısmen Tamil diasporasıyla olan ilişkisinden kaynaklandığı düşünülmektedir. LTTE'nin kırk farklı ülkede ofisi bulunmaktadır. En çok kültürel etkinlikler düzenleyen, hizmet sunan, siyasi lobi grupları olarak hareket eden ve LTTE'ye fon aktaran çeşitli sivil örgütler aracılığıyla görünür oldu. Kanada'da, Kanada Tamilleri Dernekleri Federasyonu (FACT), Toronto'daki Dünya Tamil Hareketi (WTM) ve Tamil Rehabilitasyon Örgütü (TRO) şemsiye grupları LTTE'nin halka açık yüzünü sundu. Sri Lanka dışındaki en büyük Tamil nüfusu Kanada'dadır- yaklaşık 200-300 bin kişi-, çoğu 1990'dan sonra iltica etmiştir. Kanada'nın cömert göçmenlik politikaları ve Tamillere olan sempatisi, yüksek derecede sığınma kabulüne yol açtı. Bu Tamillerin çoğu Toronto'da yaşamaktadır.

Toronto'nun neredeyse %50'si yeni göçmenlerden oluşuyor ve %47'sinin "ırksallaştırılmış" azınlıklar olduğu bilinmektedir. Toronto'da yaşayan Tamiller için Kanada "Kanada Anai" yani anne olarak isimlendirilmekte ve ülkeye minnettar oldukları dile getirilmektedir ancak Sri Lanka hala diasporadakiler için "Thaynatu" yani anavatandır. Kanada'da Tamil gençlerinin ve aile yapılarının bozulduğu, bütün Tamillerin ortak görüşüdür (Thrinagama, 2014: 268).

Toronto'da, diasporikler için "geleneksel" Tamil kültürel değerlerinin peşinde koşmayı aktif olarak teşvik edenler LTTE bağlı kuruluşlarıydı. Tamil dansı, ritüel, din ve şiirin yüksek "kültür" (kalacharam) arayışlarını öğretmek için eğitim kurumları oluşturmuştu. Birçok Tamil hafta sonu eğitimi için bunları tercih etmekteydi. Kalacharam ayrıca, Tamiller ile beyaz Kanadalılar arasındaki ayrımı belirginleştiren Tamillerin alçakgönüllülük, saygınlık ve ebeveynlere itaat değerlerini de içerir. Tamil değerleri, kişinin daha geniş Kanada yaşamında nasıl görünür bir azınlık olarak işaretlendiğini göstermeye yarar. Böylece, LTTE Tamil yaşamını eşzamanlı olarak "Sinhale soykırımına" ve "Batı kültürüne" karşı koruyabilmektedir. Kanada toplumu tarafından gençlerin ahlaki yozlaşma tehlikesi sürekli vurgulandı ve kültürlerini korumaları için teşvik edildi. Bu kültüre açılan kapı olarak sunulan şey paradoksalı, çünkü çocuklarının çete şiddetine karıştığından şikâyet eden ebeveynler, onları Tamil karşıtı ayrımcılığa karşı gerekli çözüm olarak ölümü ve gençlerin militarizasyonunu yücelten LTTE mitinglerine götürmede hiçbir çelişki görmediler. Bunların yanında, LTTE örgütleri Toronto'da daha geniş Kanada toplumu ve kurumları ile Tamiller arasındaki ara yüzü yöneten sivil ağlar oluşturdular. Ebeveynlerle birlikte okullara çevirmen olarak gidenler, yardım merkezleri işletenler, yasal tavsiyeler verenler, barınma ve göçmenlik başvurularında yardımcı olanlar ılımlı LTTE aktivistleriydi. LTTE siyasetini benimsesin ya da desteklemesin, birçok Tamil bu örgütlerin sağladığı hizmetlere ihtiyaç duymaktadır. Böylece LTTE, topluluğun sosyal alanını oluşturmaya başladı. Bu, LTTE'nin Toronto'da, gerçekte oldukça militarize bir devlet oldukları Sri Lanka'da büyük ölçüde bulunmayan, görünüşte refahçı bir yüz sağlamasını sağladı. 2006'da Kanada'da hükümetin liberallerden muhafazakarlara geçmesinden sonra Kaplanların faaliyetleri hakkında soruşturmalar başlatıldı ve 2009 yılında yasaklandılar. Gerçekten de en başarılı LTTE seferberliği, işçi dövizleri ve bireysel göçmen havalelerinin Tamil milliyetçiliğinin geniş ölçekli kamu politikasına dönüştürülmesi etrafında gerçekleşti. Nihayetinde diasporadaki Tamiller, Kaplanların yaratıcı ve pratik olarak olanak tanıdığı bir kültürel saygınlık ve haysiyet mitine tutundukları söylenebilir (Thrinagama, 2014: 271-273).

4. Sonuç

Mevcut çalışmada, milliyetçilik-göç ilişkisi bağlamında iki teorik argüman tartışıldı. Bunlardan ilki etnik dönüş göçleridir. Bu tip göçler, etnik ulus-devletlerde daha çok tercih edilen bir tür olup, ekonomik, demografik ve jeopolitik amaçlara matuf gerçekleştirilmektedir. Etnik dönüş göçlerinde yaşanan sorun, bu göçlerin oluşturmuş olduğu sosyo-kültürel ve ekonomik maliyetler ile içerideki azınlık gruplarını ötekileştirmesidir. Doğal olarak, etno-göç, bir ülkedeki hâkim etnik grubun pekiştirilmesi, demografik üstünlüğünü sağlaması, politik hedeflerin yerine getirilmesi ve ulus-devleti inşa etmesi bakımından milliyetçiliği üreten bir yapıya sahiptir. Ancak bu göç tipolojisinin içerideki ötekiyi ayırması, etnik çatışmaları doğurabilir. Bu da etnopolitik çizgiler tarafından ayrılan toplulukların milliyetçiliğini besleyebilir.

Tartışılan diğer teorik argüman yabancı bir grubun göçünde ortaya çıkan milliyetçi reaksiyona ilişkindir. Esasında milliyetçilik-göç ilişkisinde en çok göze çarpan husus budur. Burada göçün post-modern\endüstriyel çağda ulus ve ulus-devlet yapısına meydan okuması ve bunları aşındırması meselesi ön plana çıkar. Çünkü milliyetçiliğin temel prensibi biz ve öteki ayrımına dayalı kimlik inşasıdır. Bu ayrımda ötekiyi temsil eden yabancıların göçü milliyetçilik tarafından bir güvenlik sorunu olarak görülmektedir. Dolayısıyla milliyetçilik/milliyetçiler için göç, ulusal kimliği parçalayacağı düşüncesiyle ontolojik bir tehdit oluşturur. Bu durum hem hükümetler hem de sıradan insanlar için aynı şeyi içerir. Gelen yabancılar, kültürel yapıya, ekonomik refaha, kadınlara, çocuklara, sosyal düzene ve siyasal rejime bir tehdit olarak inşa edilir. Hatta etno-ırkçı imalar -ten rengi, dil ve dini ritüeller gibi- söylem vasıtasıyla dolaşıma sokularak şiddete içkin çözüm önerileri dile getirilebilir. Polonya ve Macaristan örneğinde göç ve göçmenlere yönelik benzer tepkilerin verilmesi milliyetçiliğin göç karşıtı uluslararası dili/zihin kalıbının da bir ürünü ya da göçmenlerin her yerde benzer sorunlar yarattığının göstergesi de olabilir. Ancak burada üzerinde durulması gereken husus, ulus-devlete meydan okuyan göçün aynı zamanda milliyetçiliğin üretilmesindeki rolüdür. Bu rol, her iki taraf için geçerlidir. Yani göç edenler de milliyetçiliğe sarılabilmekte, anavatanla kurdukları bağlar ve etnik birliktelikleri diaspora ve uzun mesafe milliyetçiliğini gün yüzüne çıkarabilmektedir. Bazen göç edenler milliyetçiliği kendi ülkelerinden gittikleri yerlere taşıyarak uluslararası alanda konsolidasyon ve ulusal bağlılık sağlayabilir, bazen de diasporada kültürel farklılıklarını ve birlikteliklerini koruma yoluyla milliyetçiliğe sarılabirler. Nihayetinde, ister diaspora isterse gittikleri yerlerde yaşadıkları dışlanma sonucu olsun, göç edenlerin de başlıca sığınağı milliyetçilik olur.

Sonuç olarak göç, günümüzde milliyetçiliğin üretimindeki en önemli olguların başında yer alır. Bir taraftan da ulus ve ulus-devlete de meydan okur. Anthony Smith (2017) kendi kuramsal yaklaşımında, geçmişte bazı etnilerin zorlu yollardan geçerek günümüze ulaşmış millet olduğundan, geçemeyenlerin ise milletleşemediğinden bahseder. İşte günümüz ulusları için bu zorlu yollardan bir tanesi de göçlerdir. Bu zorlu engeli aşan uluslar ayakta kalabilecektir. Göç olgusu, küreselleşme sürecinin bir realitesi olarak göç eden ve göç edilen yerdeki toplumların yaşayacağı karşılıklı bir etkileşimi içeren bir deneyimdir ve bu ilerleyen yıllarda dozajını arttırarak devam edeceği görünüyor. Ulusların gelecekteki varlıkları -göç alan ve göç edenler- göç tarafından üretilen milliyetçiliğin biçimine bağlı olacağı söylenebilir.

Kaynakça

- Ayata, A., & Sütçü, E. (2022), *Avrupa'da Bir Güvenlikleştirme Konusu Olarak Göç*, Ankara: İksad Yayınevi.
- Bieber, F. (2018), "Is Nationalism on the Rise? Assessing Global Trends", *Ethnopolitics*, Vol. 17, No. 5: 519–540.
- Blake, M. (2013), "Immigration, Jurisdiction and Exclusion", *Philosophy and Public Affairs*, Vol. 41, No. 2, 103-130.
- Bora, T. (1995), "Türk milliyetçiliği ve Kıbrıs", *Birikim*, Sayı 77, <https://birikimdergisi.com/dergiler/birikim/1/sayi-77-eylul-1995/2275/turk-milliyetciligi-ve-kibris/2772>, (Erişim: 21.09.2022).
- Brubaker, R. (2005), "The 'diaspora' diaspora", *Ethnic and Racial Studies*, No. 28: 1–19.
- Esposito, J. L. (1980), "Pakistan: Quest for Islamic Identity", (Ed. J. L. Esposito), *Islam and Development: Religion and Sociopolitical Change*, New York: Oxford University Press: 62-139.
- <https://www.un.org/en/about-us/member-states>, (Erişim: 12.09.2022).
- Ichijo, A. (2019), "Japon Milliyetçiliğine Alternatif Yaklaşımlar", (Ed. G. Yücel), *Milliyetçiliğin Coğrafyaları*, Ankara: A Kitap: 177-2014.
- Jaskuowski, K. (2019), *The Everyday Politics of Migration Crisis in Poland: Between Nationalism, Fear and Empathy*, London: Palgrave Macmillan.
- Joppke, C. (2005), *Selecting by Origin: Ethnic Migration in the Liberal State*, Cambridge: Harvard University Press.
- Kapur, D. (2014), "Political Effects of International Migration", *Annual Review of Political Science*, No. 17: 479–502.
- "Kazakistan'da nüfus politikası meyvesini vermeye başladı", <https://www.trtavaz.com.tr/haber/tur/avasyadan/kazakistananda-nufus-politikasi-meyvesini-vermeye-basladi/603b55fe01a30af60c8bf0b9>, (Erişim: 18.09.2022).
- Khan, A. (2002), "Pakistan's Sindhi Ethnic Nationalism: Migration, Marginalization, and the Threat of "Indianization"", *Asian Survey*, Vol. 42, No. 2: 213-229.
- Kibria, N. (2011), *Islam and National Identity in the Bangladeshi Diaspora*, New Brunswick & New Jersey: Rutgers University Press.
- Kulu, H. (1998), "Ethnic Return Migration: An Estonian Case", *International Migration*, Vol. 36, No. 3: 313-336.
- Kuşçu, İ. (2014), "Ethnic Return Migration and Public Debate: The Case of Kazakhstan", *International Migration*, Vol. 52, No. 2: 178-197.
- Landau, J. M. (2001), "Diaspora Nationalism", (Ed. A. S. Leoussi), *Encyclopaedia of Nationalism*, New Brunswick & London: Transaction Publishers: 46-50.
- Levy, D. (2002), "Introduction: Changing Configurations of German and Israeli Immigration Regimes-a Comparative Perspective", (Ed D. Levy and Y. Weiss), *Challenging Ethnic Citizenship: German and Israeli Perspectives on Immigration*, New York & Oxford: Berghahn Books: 1–15.
- Mavroudi, E. (2010), "Nationalism, the Nation and Migration: Searching for Purity and Diversity", *Space and Polity*, Vol. 14, No. 3: 219 – 233.
- Miller, D. (2007), *National Responsibility and Global Justice*, New York: Oxford University Press.
- Moldovan, I. D. & Mihaescu, A. (2018), "Structural Changes in Nationalism – Migration and Insecurity", *Journal of Research and Science Today*, Vol. 2, No. 16: 33-41.
- Sager, A. (2016), "Methodological Nationalism, Migration and Political Theory", *Political Studies*, Vol. 64, No. 1: 42-59.
- Smith, A. D. (2017), *Etno-Sembolizm ve Milliyetçilik*, Çev. Bilge Firuze Çallı, İstanbul: Alfa Yayıncılık.
- Smith, A. D. (2010), *Nationalism: Theory, Ideology, History*, Cambridge-Malden: Polity Press.

Talat Zrilli, A. (2019), "Ethno-nationalism, state building and migration: the first wave of migration from Turkey to North Cyprus", *Southeast European and Black Sea Studies*, Vol. 19, No. 3: 493-510.

Thiranagama, S. (2014), "Making Tigers from Tamils: Long-Distance Nationalism and Sri Lankan Tamils in Toronto", *American Anthropologist*, Vol. 116, No. 2: 265-278.

Triandafyllidou, A. (2020), "Nationalism in the 21st century: Neo-tribal or plural?", *Nations and Nationalism*, No. 26: 792-806.

Tsuda, T. (2010), "Ethnic return migration and the nation-state: encouraging the diaspora to return 'home'", *Nations and Nationalism*, Vol. 16, No. 4: 616:636.

Vertovec, S. (2005), "The Political Importance of Diasporas", *Centre on Migration, Policy and Society*, Working Paper No. 13, Oxford: University of Oxford.

Vollmer, B., & Karakayalı, S. (2017), "The volatility of the discourse on refugees in Germany", *Journal of Immigrant & Refugee*, Vol. 16, No. 1-2: 118-139.

Waterbury, M. A. (2020), "Populist Nationalism and the Challenges of Divided Nationhood: The Politics of Migration, Mobility, and Demography in Post-2010 Hungary", *East European Politics and Societies and Cultures*, Vol. 34, No. 4: 962-983.

Wimmer, A., & Schiller, N. G. (2003), "Methodological Nationalism, the Social Sciences, and the Study of Migration: An Essay in Historical Epistemology", *The International Migration Review*, Vol. 37, No. 3: 576-610.

Extended Summary

A Theoretical Perspective on the Nationalism-Migration Relationship

Migration is the phenomenon of moving individuals or communities from one place to another for reasons such as political, economic, social or natural disasters. Today, positivist science begins the history of mankind with migration. The issue of the emergence of the first humans on the African continent and spreading from there to the whole world is still being discussed. What is certain, however, is the importance of migration from early humans to the present day in the life of societies. Migration is a very old concept and can be seen as an experience lived by almost all modern societies. Similarly, there is another experience that all modern societies on earth have had, called nationalism.


Naturally, the historical foundations of nationalism are not as old as the concept of immigration. The principles and events that started in Western Europe and spread to the whole world from there gave birth to nationalism. Nationalism, which emerged with the French Revolution of 1789, established its political hegemony as of this date and undersigned developments that affected the whole world. In the first place, it enabled the development of the doctrine of national sovereignty by dethroning the omnipotent monarchs as a revolutionary and liberating thought. Today, the most visible area of nationalism is the issue of immigration. Political and social problems, the need for labor, the unequal distribution of resources on earth and brutal capitalism have caused people to migrate to rich countries with good political and social order and strong institutions, and the problems and conflicts that have arisen here have made it necessary to explain the relationship between migration and nationalism. The issue of terrorism or integration constitutes only one dimension of this relationship, because the relationship between nationalism and immigration has an intricate structure. The aim of this study is to explain the nationalism-migration relationship on a theoretical basis.

The nationalism-migration relationship points to a complex structure with many dimensions. Nationalism basically involves the building of a nation. Nation building is based on the distinction between "us" and "other". Naturally, people who migrated later always represent foreigners, that is, the other. Thus, migration represents a challenge for the concept of nation and nation-state. However, if the concept of "us" is defined here and the immigrants are evaluated within "us", this can lead to the production of the nation instead of the challenge, and thus to the strengthening of nationalism. This is why ethnic return migrations are important. The migration of "co-ethnic" descendants to ethnic nation-states that base their national identity on the dominant ethnic group and approach national solidarity in the context of ethnicity rather than civilian elements strengthens majority nationalism. In some cases, migration itself can establish nationalism or prepare the demographic, cultural and intellectual ground on which nationalism will develop. However, ethnic migrations are also of a discriminatory nature because the vast majority of states today are multi-ethnic. This may result in the external "us" labeling and differentiating the internal "other" (Sindhis). Also, co-ethnic descendants can be called by economic and political motives, sometimes these economic and political motives function as a whole in the realization of ethnic migrations. However, these do not always give the desired results, socio-cultural transformations experienced in other countries and the cost of migration may create socio-economic problems for countries. Nevertheless, it can be said that the positive results of ethnic return migrations are more in the context of demographic growth, nation-state building and geopolitical goals.

Today, the most visible and discussed aspect of the migration-nationalism relationship is the problems that arise when the incoming immigrants are foreigners who are completely outside the national identity. In this context, migration itself and immigrants can be turned into a national security issue. Immigration, which is a security problem, encourages nationalism in a reactionary way. Problems such as holding incoming foreigners responsible for terrorist activities, being involved in crime, destroying the social structure, harassing women and children, their share of economic welfare and the excess of their numbers cause national security crises. These security problems for national identity turn immigrants into an ontological security object. Nationalist reactions developed against this, on the other hand, lead to the emergence of different understandings of nationalism in a spectrum ranging from ethnicism to racism. In fact, immigrants have an aspect that feeds ethno-racism with their skin color, religion and integration problems. Being employed in bad jobs with low wages is internalized as a natural consequence of the discriminatory nature of nationalism. Therefore, immigration and immigrants represent a security problem that develops against national identity, sometimes as a result of reality and sometimes perceptions, thus shaping nationalism in the places they go as the productive force of nationalism. Of course, this situation is reciprocal, that is, the nationalism of both the majority and the immigrants can be shaped by immigration. Immigrants can form diasporas with their longing for their homeland and ethnic identity wherever they go. Diasporas are naturally an outcome of the relationship between immigration and nationalism.

As a result, migration functions as both a challenge and a means of production for nations and nationalisms. Sometimes it shapes the nation-state and nationalism, sometimes it fulfills national solidarity, economic and political goals, and sometimes it can become the biggest issue of national security. In order to distinguish these, the identity of the immigrants and the structure of the migrated country are important. However, today, when immigration is mentioned, more foreigners come to mind. In this case, the concepts of ethnic conflict, racism, protectionism and security come to the fore. The rise of anti-immigrant politicians and parties in Western countries today is the result of immigration appearing as a source of threat and the strengthening of nationalism in the face of it. In this context, migration, which is considered a global phenomenon or problem, will continue to be a threat operating as the productive force of nationalism in many countries. Ultimately, nationalism will consolidate and increase its power globally due to the immigration problem. Migration is an important obstacle for nations on the one hand, and a concept that produces it on the other hand.

Darülfünundan İstanbul Üniversitesine Resmî İdeolojinin Yükseköğretime Etkisi

Abdulvahap Akinci¹ 

Darülfünundan İstanbul Üniversitesine Resmî İdeolojinin Yükseköğretime Etkisi	The Effect of Official Ideology on Higher Education from Darülfünun to Istanbul University
<p>Öz</p> <p>Modern devletler, vatandaşlarını inşa etmek, onlara bir kimlik vermek için eğitimi araç olarak kullanmıştır. Osmanlı Devleti de Avrupa'daki gelişmelere kayıtsız kalamazdı. Özellikle milliyetçiliğin gelişmesi ve ülkede farklı etnik, dinsel kökenden toplulukları etkilemeye başlaması ve ülkenin parçalanma kaygısı, ortak bir Osmanlı kimliği inşası için adımların atılmasını zorunlulaştırmıştı. Bu çalışmanın amacı, Tanzimat döneminden erken Cumhuriyete uzanan süreçte resmî ideolojinin yükseköğretime etkisinin irdelenmesidir. Bu kapsamda, Osmanlı Devleti'nde yükseköğretim sisteminin gelişimi Darülfünun özelinde incelenmiştir. Cumhuriyet dönemiyle, yükseköğretim sistemindeki dönüşüm incelenerek, arkasında yatan ideolojik amaçlar değerlendirilecektir. Nitel araştırmanın tarihsel yönteminden yararlanılan çalışmanın temel bulgusu, Osmanlı ve Cumhuriyet dönemlerinde oluşturulan yükseköğretim kurumlarının dönemin resmî ideolojisini yansıttığıdır.</p>	<p>Abstract</p> <p>Modern states have used education as a tool to build their citizens and give them an identity. The Ottoman Empire could not remain indifferent to the developments in Europe. In particular, the development of nationalism and the fact that it started to affect communities from different ethnic and religious backgrounds in the country, and the country's concern for disintegration made it necessary to take steps to build a common Ottoman identity. The main purpose of this study is to examine the effect of official ideology on higher education in the process from the Tanzimat period to the early Republic. Within the scope of the study, the development of the higher education system, the "Darülfünun", in the Ottoman State was examined. The transformation in the higher education system during the Republican period will be examined and the ideological goals behind will be evaluated. The main finding of the study, which benefited from the historical method of qualitative research, is that the higher education institutions established in the Ottoman and Republican periods reflect the official ideology of the period.</p>
Anahtar Kelimeler: Darülfünun, Okul, Milli Kimlik, Osmanlı Eğitim Sistemi, İstanbul Üniversitesi	Keywords: Darülfünun, School, National Identity, Ottoman Education System, Istanbul University
JEL Kodları: I23, I20, I21	JEL Codes: I23, I20, I21

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı	Bu çalışma, bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmıştır.
Yazarların Makaleye Olan Katkıları	Yazarın makaleye katkısı %100'dür.
Çıkar Beyanı	Yazar açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.

¹ Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, abdulvahap.akinci@kocaeli.edu.tr

1. Giriş

Üniversite kurumunun tarihsel gelişim süreci uzun yüzyıllar içerisinde gerçekleşmiştir. Avrupa’da üniversitelerin temeli Orta Çağdaki “*studium generale*” olarak isimlendirilen kurumlara kadar gitmektedir. Bu kurumlarda ruhban kadrolarının yanında devlet işlerinde çalışacak görevliler de eğitilmekteydi. Önceleri *studium generale* öğretmen ve öğrencileri tarafından bir nevi lonca olarak örgütlenen yapılara “üniversite” ismi verilmekteydi. Fakat zamanla bu kavram yükseköğretim kurumlarını tanımlamak için kullanılmaya başlandı. Üniversiteler, siyasi irade veya kilise tarafından verilen yetkiyle eğitim hizmeti vermekteydiler. Öğrencilerden alınan ücretle, özerk olarak varlıklarını sürdürdüler. 11. yüzyıl ile 16. yüzyıl arasında salt eğitim ile sınırlı etkinlik göstermişlerdi. Batı’da 16. yüzyıldan başlayarak ortaya çıkan hümanizm, aydınlanma, Rönesans ve reform hareketleri ile bilim ve sanayi alanında yaşanan değişim ve dönüşümlerin içinde Orta Çağ üniversitesi yer almamıştır. Söz konusu alanlardaki atılımların büyük bölümü üniversitelerin dışında gelişmiştir. Üniversitelerde 16. yüzyıl ile 19. yüzyıl arasında ciddi bir dönüşüm gerçekleşti ve söz konusu değişim ve dönüşümün bir parçası olmaya başladı. Üniversiteler sadece eğitim veren kurumlar olmaktan çıkarak, aynı zamanda bilimsel araştırmalar yapmaya ve bilgi üretmeye başladılar (Bermek, 2010: 7).

Osmanlı Devleti’ndeki eğitim, sanayi öncesi dönemin imparatorluk anlayışı ve imkânlarına uyumlu olarak oluşturulmuştu. Geleneksel eğitim, az sayıdaki kişinin eğitilmesine ve ihtiyaç duyulan küçük bir üst sınıfın oluşturulmasına yönelik faaliyet gösteriyordu. Bu bağlamda eğitim kurumları temel olarak ilmiye sınıfını ve yönetici sınıfı yetiştirmek amacıyla faaliyet vermekteydi. İlmiye sınıfının yetiştirilmesi Medreselerde gerçekleşirken, askeri sınıfı Enderun’da eğitiliyordu. Osmanlı eğitim sistemi ile Batılı eğitim kurumları 1600’lü yıllara gelinceye kadar belli bir denge içerisindeydi. Fakat Batıda bilimsel alandaki gelişmeler sonrasında bu denge bozulmaya başladı (Tekeli, 2010: 19-20).

Modern ulus devletlerin inşa süreçlerinde eğitim konusu temel bir işlev görmüştür. Geleneksel aidiyet anlayışının terk edilmesi ve yerine yeni bir aidiyetin inşası bir zorunluluk olarak görülmekteydi. Geleneksel devlet yapılarında farklı etnik ve dinsel köklerde topluluklar aynı devletin yönetiminde yaşayabiliyorlardı. Bireylerin aidiyetinde belirleyici olan, ait oldukları dini topluluktaki. Kişiler kendilerini içinde buldukları dini toplumla tanımlamaktaydılar. Devlet aygıtı ile bireyler arasında bugünkü anlamda bir duygusal bağ mevcut değildi.

Modern devletler kendi vatandaşını inşa etme yoluna gittiler. Ülkenin farklı bölgesinde yaşayan farklı etnik ve dini özelliklere sahip insanlar, devletin kendilerine sunduğu kimlikle şekillendirilmeye çalışıldı. Ülke genelinde okullaşmanın yaygınlaşması ve aşamalı olarak zorunlu eğitime geçilmesi ile birlikte, devletin resmi dili ülke genelinde öğretildi ve diğer dillerin zamanla yok olması sağlandı. Önce devletler oluştu, sonra kendi milletlerini inşa ettiler.

Hem büyüyen bürokrasi ağı hem de sanayinin ihtiyaç duyduğu donanımlı personelin yetişmesi için de eğitim alanında ciddi bir dönüşüm zorunlu hale gelmişti. Bu bağlamda yükseköğretim kurumlarına da büyük işler düşüyordu.

Fransız ihtilalinin etkileri hızla yayılmaktaydı ve bu durum bir süre sonra Osmanlı Devleti’nde yaşayan özellikle gayrimüslimlerde ciddi etkiler yapmaya başlamıştı. Ülkenin modern bir devlete dönüşmesi ve devlete bağlı vatandaşın inşası bir zorunluluk haline

gelmişti. Bu bağlamda ilk etapta askeriye ve tıbbi eğitim veren kurumlar kurulduktan sonra, aşamalı olarak okullaşma yaygınlaştırıldı. Bu okullarda hem ihtiyaç duyulan elemanlar yetişmiş olacak, hem de “Osmanlı” kimliği inşa edilmiş olacaktı. Zamanın siyasi koşulları ile uyumlu olarak açılan okullar ve bu okullardaki müfredatta değişiklikler kendini göstermeye başladı.

Cumhuriyetin ilanından sonra, yeni rejimin hedefleriyle uyumlu bir üniversite yapılıncası zorunlu görüldü ve bu yönde adımlar aşamalı olarak atıldı. Rejimin ortaya koyduğu gerek “Tarih Tezi” gerekse “dil” politikası ve rejimin ilkeleri ile uyumlu yeni nesillerin yetiştirilmesi amaçlandı.

Bu çalışmada, tarihsel olarak nitel araştırma yöntemlerinden yararlanılarak, konu ile ilgili literatür taraması yapılarak, Osmanlı’dan Cumhuriyet’e Yükseköğretim kurumlarının gelişim ve dönüşümü irdelenmeye çalışılmıştır. Ayrıca, Akıncı (2011) ve Akıncı (2014) tarafından kaleme alınan çalışmalardan faydalanılmıştır. Bu bağlamda, çalışmada öncelikle Osmanlı Devleti’nde yükseköğretim sisteminin oluşumu ve Cumhuriyet dönemine etkisi ele alınmakta, Cumhuriyet sonrası dönemde yükseköğretimde meydana gelen değişim ve dönüşüm irdelenmektedir.

2. Osmanlı Devleti’nde Eğitim

Modern devletlerin ve dolayısıyla milli kimliklerin inşasında en fazla faydalanılan araçların başında okul ve askerlik gelmekteydi. Askerlik için ülkenin farklı bölgelerinden gelenlere ortak bir kimlik aşılncmaya çalışılmaktaydı. Ortak normlar ve değerler uğruna mücadele edildiği aşılncmaya çalışılmıştır.

Özellikle resmi dil, milli kimliklerin inşası bağlamında çok büyük bir önem taşımaktaydı. Dil, vatandaşlığın ön koşulu olarak ortaya çıkmaktaydı. Ülkede yaşamakta olan ve farklı dilleri kullanan insanlar, ortak dil vasıtası ile tek ulus haline dönüştürüldü. Yine aynı şekilde, 1880’lerden itibaren ABD’de okullarda bağlılık yemini her gün yapılmaya başlandı (Hobsbawm, 2005: 167-168). Hem resmi dilin ülke genelinde kullanılabilir olması hem de bayrağa bağlılık yemininin öğretilip, aşılncması ve her gün okunması ancak yaygınlaştırılan okullarla mümkün olabilmıştır.

Okullar yoluyla bireylere sadece belli bilgiler aktarılmakla kalıncmaz, aynı zamanda belli ideolojilerin taşıyıcısı olarak da önemli bir işlev görürler. Toplumsal hayatta meydana gelen değişiklikler, eğitim kurumlarında da kendini gösterir. Toplumda meydana gelen yeni yapının yeniden üretimi ve toplumdaki dönüşümün gerçekleşmesinde de okul belirleyici bir konuma sahiptir. Tekeli’ye göre (1985: 456), Osmanlı toplumsal hayatında da 19. yüzyılda çok büyük değişiklikler ortaya çıkmıştı. Meydana gelmiş olan değişimle uyumlu bir şekilde eğitim kurumlarının da dönüşmesi bir zorunluluktu. Eğitim kurumları toplumdaki değişimle uyumlu hale getirildi.

Türk/İslam dünyasında medreselerin geçmişi uzun bir süreci kapsamaktadır. Her ne kadar “medrese” isminin kullanımı ilk olarak IX. yüzyıla kadar geri gitse de devlet eliyle kurulmaları Karahanlılar döneminde (X. yy.) gerçekleşmiştir. Medreselerin gelişmesinde en belirleyici dönem, Büyük Selçuklu Devleti’nin hüküm sürdüğü dönemdir. Özellikle “Nizamiye Medreseleri” bu bağlamda doruk noktası olma özelliği taşımaktadır. Medreselerde akli ilimlerin yanında nakli ilimler de okutulmaktaydı. (Arslan, 2021a: 26-27). Fatih Sultan Mehmet zamanında açılmış olan Sahn-ı Seman Medresesi eğitimin kalitesi bağlamından oldukça ileri bir noktadaydı. Bu medresede, ilahiyat, edebiyat, hukuk, felsefe, riyaziyat ve tıp alanında dersler okutulmaktaydı. Her ne kadar eğitim ve bilim anlamında 16. yüzyıla kadar önemli katkı sağlamış olsa da medreselerin 16. yüzyıldan itibaren bozulmaya başladığı söylenebilir. Bu

süreçte Batılı kurumlardan daha iyi noktada olan eğitimin, gerilediği gözlemlenmiştir. Medrese sistemindeki bozulma kendini en fazla müderrisliğe atanma yöntemi ile usulsüz mezuniyetlerde göstermektedir. Medreselerdeki bozulmaya dair hazırlanan layihalar ve padişaha sunulan raporlara rağmen bu bozulmanın önüne geçilememiştir (Şimşek, 2016: 132-133).

Medreseler, kuruluş ve gelişme süreçlerinde başarılı eğitim vermiş olsalar da zamanla eski konularından uzaklaşmış, örgün eğitim-öğretim kurumu olma özelliğini kaybetmiştir. Zamanla medreselerin yüksek kısımlarında sadece İslam hukuku eğitimi verilmeye başlanmış yani dini alanlarda bile daralmaya gidilmiştir. Söz konusu gelişmeler ülkenin ihtiyaç duyduğu elemanların temini için medrese dışında, Avrupalı tarzda eğitim veren kurumların kurulmasının yolunu açmıştır. Avrupalı tarzda eğitim veren okullar 18. yüzyılın sonundan itibaren askeri okullar kurularak başlatılmış ve süreç Batılı tarzda eğitim veren ilk, orta ve lise seviyelerinde okulların açılmasına ve nihayetinde Avrupalı çerçevede bir üniversitenin açılması ile devam etmiştir (Gencer ve Arslan, 2004: 1).

Osmanlı Devleti'nde medrese eğitimi dışında laik eğitim veren ilk eğitim kurumu 1773'te kurulan "Mühendishane-i Bahri-i Hümayun" olmuştur. Daha sonra "Mühendishane-i Berri-i Hümayun" kuruldu. "Tıbbiye" 1827'de "Harbiye" ise 1834'te kuruldu. Laik eğitim veren söz konusu kurumlar daha sonraki yıllarda faaliyete geçecek olan Batılı anlamda üniversitenin temellerini oluşturmuştur (Başkan, 2001: 24).

Tanzimat Fermanı sonrası dönemde Osmanlı Devleti'nde yönetim anlayışında köklü değişiklikler oldu. Bürokrasinin etkinliği hızla arttı ve ihtiyaç duyduğu yetişmiş elemana olan ihtiyaç da bununla orantılı olarak hızla yükseldi. Enderun ve medreseler, bürokrasinin ihtiyaç duyduğu elemanları yetiştirmekte yetersiz kalmaktaydılar. Söz konusu ihtiyaca cevap vermesi amacıyla yeni eğitim kurumları kurulmalıydı. Bu okullarla sadece askeri-sivil bürokrasinin değil, bununla birlikte yargı bürokrasisinin de ihtiyaç duyduğu iyi yetişmiş elemanlar temin edilecekti (Tekeli, 1985: 457).

Tanzimat öncesi dönemde ülkede üç tür okul mevcuttu. Bunlar, Müslümanların, gayrimüslim cemaatlerin ve yabancıların açmış olduğu okullardı. Her ne kadar Tanzimat Fermanı'nda eğitime dönük bir atıf olmasa da söz konusu dönemde eğitim alanında önemli adımlar atıldı (Koçak, 1985: 485).

Tanzimat döneminde laik okullar da açıldı. Söz konusu eğitim kurumlarında okutulan kitapların içeriği de farklılıklar taşımaktaydı. Bunun doğal sonucu olarak toplumda farklı dünya görüşüne sahip bireyler yetişmiştir. Farklı dünya görüşü temelinde eğitim veren kurumlar, toplumda ortak bir kimliğin inşasını imkânsızlaştırmıştır. Bu süreç sonucunda ülkede mektepli-medreseli ayrımı net bir şekilde ortaya çıktığı gibi, iki farklı ve birbirine tezat oluşturan dünya görüşüne sahip aydın sınıfı da ortaya çıkmış oldu. Söz konusu dönemde modern okulların yaygınlaşmasında iki temel engelle karşılaşılmıştır: Bir taraftan ekonomik kaynakların kıtlığı diğer taraftan da modern eğitim verecek yetişmiş yeterli öğretmenin olmaması (Özkalp, 2008: 185).

2.1. Darülfünunun Kuruluşu

Osmanlı Devleti çöküşü engellemek için bazı adımlar atması ve reformlar gerçekleştirmesi gerektiğini fark etmişti. İlk etapta askeri anlamda yapılacak reformların yeterli olacağı düşünülüyordu. Orduya teknik subay yetiştirmek amacıyla 18. yüzyılın ikinci yarısında deniz ve kara mühendishaneleri açıldı. 19. yüzyılın ilk yarısında askeri tıp okulları ve Harbiye açılmıştır.

Ancak 19. yüzyılın ikinci yarısına gelindiğinde sivil okullar açılabilmiştir. Fakat bu okulların açılmasının nedeni, devlet hizmetinde çalıştırılacak olan hekim, mühendis, idareci, ormancı gibi elemanlar olduğu için, bunların “sivil” oldukları da tartışmalıdır (Dölen ve Yıldırım, 2003: 3).

Sultan Abdülaziz, eğitimin sorunları ile ilgilenmiş ve 1845’te yayınladığı bir fermanla Muvakkat Meclisi Maarifi kurmuştur. Avrupalılaştırma yolunda bir Darülfünun kurma düşüncesi Muvakkat Maarif Meclisi tarafından ilk defa 1845’te dile getirilmiştir (Gencer ve Arslan, 2004: 1). Her ne kadar Darülfünun fikri ortaya atılmış olsa da henüz daha niteliği muğlaktı. Söz konusu muğlaklığa 21 Temmuz 1846’da yayınlanan bir resmi bildiri yoluyla netlik kazandırılmış ve Darülfünun kavramı tanımlanmıştır. Bu bildiriye göre;

a) İstanbul’da bir Darülfünun kurulacak.

b) Darülfünun üçüncü eğitim-öğretim kademesi olarak, orta eğitimin yani Rüştîyelerin üzerine oluşturulacaktır.

c) Darülfünunda her çeşit ilim ve fen öğretilcektir.

d) “ikmâl-i kemâlât-ı insaniye” için Darülfünunda gerekli bütün ilimler okutulacaktır.

e) Osmanlı bürokrasisinde yer alacak olanlar da Darülfünunda okuyacaklardır (Gencer ve Arslan, 2004: 2).

Söz konusu bildiriden de anlaşılacağı gibi Darülfünunun kuruluşunun öncelikli gayesi bürokrasiye ihtiyaç duyduğu elamanları yetiştirmekten ziyade insanlığın var oluş gayesine uygun olan kâmil insanı yetiştirmektir (Arslan; 2007: 10; Candemir, 2008: 144).

Muvakkat Meclisi Maarifi eğitimin batı ülkelerinde olduğu gibi ilk, orta ve yüksek okul şeklinde oluşmasını, yatılı bir Darülfünun açılmasını ve Darülfünunda okutulacak kitapları hazırlaması amacıyla Encümen-i Daniş kurulmasını kararlaştırdı. Meclis-i Maarif-i Umumiye’de bu görüşte mutabık kaldıktan sonra 1851’de bir irade-i seniye ile Encümen-i Daniş kuruldu (Özkan, 2015: 85).

Darülfünun kurulması fikri Osmanlı Devleti’nde her ne kadar 19. yüzyılın ortalarında gündeme gelmiş olsa da, bu süreç uzun zaman almıştır. Darülfünun kurmaya dönük karar 1846’da verilmiş ve binasının temeli de atılmış olduğu halde, bina kısmen 1861’de tamamlandı. Fakat söz konusu binanın Darülfünun için büyük olduğu düşünülmüş ve bir kısmı Maliye Nezareti’ne devredildi. Bina 1865’te tamamlanınca, tamamı Maliye Nezareti’ne verildi. Darülfünun için başka bir binanın yapımına 1865’te başlandı ve 1869’da tamamlandı. Söz konusu bina günümüzde Basın Müzesi (Çemberlitaş’ta) olarak kullanılmaktadır (Gencer ve Arslan, 2004: 3). Darülfünununun öğretim elemanı ihtiyacını karşılamak amacıyla iki öğrenci eğitim amacıyla Paris’e gönderildi (Gencer ve Arslan, 2004: 4).

Darülfünun binasının açılışı zaman alacağı dikkate alınarak, okulun resmi açılışına kadar geçecek sürede bazı derslerin halka açık konferanslar şeklinde yapılmasına karar verildi. İnşaatı devam eden binanın bazı bölümleri derslane şekline dönüştürülerek 13 Ocak 1863’te konferanslara başlandı. Meclis-i Vâlâ-yı Ahkâm-ı Adliye âzâsından olan Edhem Paşa’nın büyük çabasıyla 4000 ciltlik bir kitaplık kuruldu. Konferanslar 1965’e kadar düzenli bir şekilde devam etti. Söz konusu kitapların büyük bölümü Fransızca’yı. Okulda bir kimya ve fizik laboratuvarı kuruldu. Bina Maliye Nezareti’ne devredilince, Nuri Paşa Konağı’na taşındı. 1965’te çıkan bir yangında konakla birlikte ders araç-gereçleri ile kitaplar yandı. Darülfünun henüz düzenli

derslere bile başlayamadan ve konferans tarzı derslerle sınırlı bir deneme olarak kaldı ve böylece Darülfünun kapanmış oldu (Gencer ve Arslan, 2004: 4-5; Akyüz, 2001: 154).

Sultan Abdülaziz tarafından eğitim alanında arzu ettiği gelişmelere dönük çalışması amacıyla özel bir heyet oluşturuldu. Bu heyet, genel eğitim-öğretim programını hazırlayacaktı. Heyet tarafından yapılan çalışmaları temel alarak “Maarif-i Umumiye Nizamnamesi” yayımlandı. Nizamname bir Darülfünun kurulmasını ve ulemanın kontrolünde bulunan okulların devletin kontrolüne geçirilmesini ve okulların sayısının arttırılmasını öngörmekteydi. Bu bağlamda ilkokul parasız ve zorunlu yapıldı. Söz konusu dönemde henüz ortaöğretim kurumları mevcut değildi. Yine ücretsiz olacak şekilde ve ortaöğretim kurumu olarak rüştiyeler açılacaktı (Engelhardt, 1999: 80-81). Osmanlı devleti, Avrupa’daki devletleri örnek alarak zorunlu eğitim yoluyla kendi makbul vatandaşlarını inşa etmeleri gibi kendi vatandaşını inşa edecekti.

1869 tarihli Maarif-i Umumiye Nizamnamesi’nin hazırlanmasında Fransız Eğitim Bakanı Victor Duruy tarafından 1967’de hazırlanan ve Osmanlı eğitim kurumlarının sistemleştirilmesini ön gören ve fen, hukuk, tarih ve idare bölümlerinin de içinde olacağı bir üniversite kurulmasını da içeren taslağı etkili olmuştur (Gencer ve Arslan, 2004: 5). Nizamname, İstanbul’da bir Darülfünun kurulmasını öngörmekteydi (Özkan, 2015: 90). Darülfünun-ı Osmanî, nizamnamede öngörüldüğü gibi kuruldu. Darülfünunda eğitim üç yıl olarak belirlenmişti. Bunun istisnasını öğretmenler oluşturmaktaydı. Onların eğitimi dört yıl sürecekti. Hoca olacaklar için sınavda başarılı olmak yeterli değildi, ayrıca tez hazırlamak zorunlu tutulmuştu. Her ne kadar eğitim dilinin Türkçe olacağı belirlenmiş olsa da ders verecek Türkçe bilen yeterli öğretmen bulununcaya kadar Fransızca dersler de verilebilecekti. O günün koşullarında toplumsal yapı bu tarzda bir eğitim için gerekli olan gelişme seviyesine ulaşmamıştı. Bunun en basit göstergesi, okula yeni başlayan öğrenciler arasında yazı yazmakta bile zorlananların bulunmasıydı. (Dölen, 1985: 476).

Darülfünunda okumak isteyen binden fazla öğrenciden 450’den fazlası kabul edilmiştir. 20 Şubat 1870’te Darülfünun-i Osmani açıldı. Darülfünun kendi binasında eğitim vermekteydi. Bu dönemde Batı’dan ve özellikle de Fransa’dan hümanizm ve pozitivizm ile ilgili kitaplar kütüphaneye getirilmişti. Bu süreçte Müdür Hoca Tahsin Efendi, fen bilimleri ile ilgili yaptığı deneylerden dolayı görevinden uzaklaştırılmıştı. Söz konusu ikinci Darülfünun 1873’te kapatılmıştır (Dölen, 2008: 1). Darülfünun bir taraftan fazla laik olarak görülüyor ve ulemanın saldırısına uğruyordu, diğer taraftan ise Darülfünunun en büyük destekçisi Sadrazam Ali Paşa’nın vefat etmesi, kurumun sahihsiz kalmasına ve kapatılmasına neden olmuştur (Mantran, 1999: 86). Darülfünunun Edebiyat Şubesinde Arapça, Farsça, Fransızca ve Latince birlikte okutulmaktaydı. Doğu ile Batı bir denge içerisinde okutuluyordu. Bu durum Darülfünunun fiili özerkliğe sahip bir eğitim müessesesi olarak düşünülmüş olduğunu göstermektedir (Gencer ve Arslan, 2004: 7).

Her ne kadar Darülfünun kapatılmış olsa da Maarif Nazırı Saffet Paşa 1874’te “Darülfünun-i Sultani”nin kurularak eğitim vermesini sağladı. Bu okul, Avrupa üniversiteleri modeline uygun olarak açıldı. İlmienin yoğun baskısından etkilenmemek için okulun Galatasaray’da açılmasına karar verilmişti. Avrupa’daki örneklerde olduğu gibi okulun beş bölüm halinde eğitim vermesi planlanıyordu: Hukuk, Edebiyat, İlahiyat, Tıp ve Turuk-u Maabir. İlahiyat medreselerde verildiğinden, Tıp ise daha önceden açılmış olduğundan üç bölümlü olarak eğitime başladı (Tekeli, 1985: 470).

Darülfünun-ı Sultani'nin tamamını düzenleyen bir nizamnamesi yoktu. Önce Hukuk Mektebi Nizamnamesi ve daha sonra Turuk ve Maabir ve Edebiyat Mektebi Nizamnamesi hazırlanmıştır. Okul, "heyet-i idare" tarafından yönetilmekteydi. Bu heyetteki 4 kişinin içinde 1876'da tek bir Müslüman yoktu (Arslan, 1995: 40-41). Bu durumu Tanzimatçıların batıyı bir bütün olarak taklit etme arzusunun bir yansıması olarak görmek mümkündür. Nitekim devletin yeniden yapılanması ve eğitimde Fransa'nın örnek alındığı bilinmektedir.

Bu okul 1877-1878 eğitim-öğretim yılında kapatıldı (Gencer ve Arslan, 2004: 8). Üç farklı denemenin de başarısızlıkla sonuçlanmasında ortaöğretim derecesinde eğitim almış öğrenci bulunmaması, hoca ve kitap bulunmaması, medrese zihniyetinin etkisi ve plansız girişimler etkili olmuştur (Akyüz, 2001: 156).

II. Abdülhamit döneminde hızlı bir okullaşma süreci yaşandı. Çok sayıda ortaöğretim kurumu kurulmuştu. Rüştiyelerin sayısı 250'den 600'e, idadilerin sayısı ise 5'ten 104'e yükseltilmiştir (Arslan, 1995: 49). Tanzimat döneminde İstanbul dışına okullar açılmamışken, özellikle 1878 sonrasında (II. Abdülhamit dönemi) ülkenin her tarafında eğitim kurumları açılmıştır. Devletin kurtuluşu için cehalete karşı mücadele verilmesinin gerekliliğinin farkında olan II. Abdülhamit, okullar yoluyla yetiştirilecek gayretli ve dindar nesillerin ülkeyi ileri taşıyacağını düşünüyordu. Bu dönemde ders müfredatlarında İslamiyet'e daha fazla vurgu yapılmakla birlikte kurumsal modernleşmeye de önem verilmiştir (Karataşer, 2017: 427-428).

Osmanlı toplumunda dil, din ve ırk olarak farklı olan geniş halk topluluklarından meydana gelmiş devlette, toplumun önemli bir bölümünün devlete olan aidiyet duygusunu kaybetmiş olması yapılan reform hareketlerinin en önemli çıkmazı konumundaydı. Dış devletlerin yoğun müdahaleleri ve reform çabaları sonucunda Müslüman-Türk unsur adeta üçüncü sınıf vatandaş konumuna düşmüştü. Müslüman-Türk unsuru dışındaki gayrimüslim vatandaşları ülkeye sadık tutma mücadelesi Osmanlı Devleti'nin son yüzyıllık tarihine damga vuran siyasetin temelini oluşturmaktaydı. Abdülhamit, özellikle 93 Harbi (1877/78) sonrasında gayrimüslimlerin büyük bir bölümünün yer aldığı toprakların ülkeden kopmasından sonra, ülkedeki Müslüman-Türk unsuru güçlendirmek ve devlete aidiyetini sağlamlaştırmak için çaba sarf etti. O, aynı zamanda İslam Birliği fikri çerçevesinde bir dış politikayı da hayata geçirdi. Tanzimat'tan sonra geleneksel ve toplumsal yapıya ters düşen ve zihniyet değişimine uğrayan nesiller yetiştiren özellikle yüksek eğitim kurumlarının sistemini yerleştirmek, yaygınlaştırmak ve dindarlaştırmak II. Abdülhamit'in eğitim politikalarının temelini oluşturmaktaydı. II. Abdülhamit, özellikle eğitim ve halkla devleti bütünleştirme noktalarında çok başarılı olmuştur (Eraslan, 2017: 11-12).

Açılan okullardan mezun olan ve yükseköğretim kurumlarına kaydolabilecek yeterince yetişmiş öğrenci artık mevcuttu. II. Abdülhamit, 1895 yılında sadrazam Küçük Sait Paşa'dan eğitim üzerine bir layiha hazırlamasını talep etti. Küçük Sait Paşa hazırlamış olduğu layihada her merkezi eyalette bir Darülfünun kurulmasının gerekliliği üzerinde durur. II. Abdülhamit 12 Ağustos 1900'de Darülfünun-ı Şahane'yi kurdu (Özkan, 2015: 96-97). Darülfünun-ı Şahane'nin kurulması ile birlikte Türkiye'de üniversite süreci daimi olarak başlamış oldu (Arslan, 2004b). Darülfünunun hizmetliler dahil bütün çalışanları padişah tarafından atanmaktaydı (Güler, 1994: 58).

Darülfünun-ı Şahane Maarif Nezareti'ne bağlı olarak faaliyet gösterecekti. Darülfünun, Matematik Fakültesi (Ulumu Riyaziye), Tabii İlimler Fakültesi (Ulumu Tabiiyye), İlahiyat Fakültesi (Ulum-ı Aliye-i Diniye) ve Edebiyat Fakültesi'nden (Ulumu Edebiye) oluşmaktaydı. Daha önceden kurulmuş olan tıp ve hukuk okulları da ek fakülteler olarak kabul edildi (Özkan,

2015: 97). Akyüz'e göre (2001: 237), yükseköğrenim çağındaki birçok genç yasaklanmış olduğu halde gizlice Avrupa üniversitelerine gidiyorlardı. Devlet bu gidişleri engelleyeceği düşüncesiyle Darülfünunu açmıştır. Darülfünun, Mekteb-i Mülkiye-i Şahane binasında açıldı ve yönetimi de Mekteb-i Mülkiye-i Şahane'nin müdürüne bırakıldı. Darülfünunun yöneticileri okula uğramıyorlardı ve bu okula diğer yükseköğretim kurumlarından daha fazla özgürlük alanı tanıyorlardı. Okulda rejimle mücadeleyi kendine vazife edinmiş hocalar vardı. Bu bağlamda en fazla savunulan yaklaşımlar "Türkiye ilim ile kurtulacak" ve "ilim ilim içindir". Bu görüşleri savunarak rejimle bir çeşit mücadele etmiş olduklarını düşünüyorlardı.

Darülfünun, ortaya çıkışı, amaç ve nitelikleri bakımından Batıdaki örneklerinden farklı bir şekilde eğitime başladı. Planlı ve programlı bir şekilde hareket edilmedi. Daha ziyade deneme yanılma yöntemiyle geliştirilmiştir (Gündüz, 2016: 236). Sadece Darülfünun değil, çok sayıda yüksekokul da II Abdülhamit döneminde açıldı (Özkan, 2015: 97).

Osmanlı'nın son ve Cumhuriyetin ilk döneminde yetiştirmiş olduğu öğrenciler ile büyük etki oluşturan iki yükseköğretim kurumu üzerinde durmakta fayda olacaktır. Bunlar Mekteb-i Mülkiye ve Mekteb-i Tıbbiye-i Mülkiyedir. Bu okullardan Mekteb-i Mülkiye 1859 yılında ilk sivil yükseköğretim kurumu olarak kuruldu. Hukuk, idare ve genel kültür derslerinin okutulduğu bu kurumun kuruluş gayesi, mülki idare amiri ve üst düzey yönetici/bürokrat gibi farklı idari görevleri yerine getirebilecek donanımda öğrenciler yetiştirmektir. Bu okul, ilk yıllarda iki yıllık öğretim vermekteydi (Usta ve Çelik, 2015: 303-304). Tanzimat döneminde gelişen bürokrasiye iyi yetişmiş elamanlara ihtiyaç duyulmaktaydı. İlk dönemlerde öğretim süresi iki yıldır. Öğrencilerini Bab-ı Ali dairelerindeki yetenekli kâtiplerden ve medreselerden sınavla almaktaydı. 100 öğrencisi vardı. İlk programda okutulan dersler Fenn-i Tarih ve Coğrafya, Ekonomi Politik, Hesap, Muahedat-ı Saltanat-ı Seniye ve Nizam-ı Cedide idi. 1861'de okul ilk mezunlarını verdi. 1867'de Mekteb-i Mülkiye dört yıla çıkarıldı. Eğitim programına yeni dersler eklendi. Bu dersler, Fransızca, Umumi Devletler Hukuku ve Usul-i Defteri ve Muhasebe idi. Okula rüştiyelerden mezun öğrenciler de alınmaya başlandı. Mekteb-i Mülkiye sayesinde iktisat bilimi müfredata girmiş ve ülkede yaygınlık kazanmıştır (Akyüz, 2001: 156-157).

Sivil tıp okulu olan Mekteb-i Tıbbiye-i Mülkiye, 1867'de Askeri Tıbbiye'nin içinde kurulmuştur. Okula olan talebi artırmak için, Mekteb-i Tıbbiye-i Askeriye öğrencilerinin vermek zorunda oldukları doktora sınavından ve askerden muaf tutulmuşlardır. Bu okulu bitirenler mezun olduklarında bin kuruş maaş ile belediye doktorluğuna atanacaklardı. Öğretim dili Türkçe olacaktı. Bu okulda faydalanılacak kitapların Türkçeye tercümesi için gayret edilmiştir. 1872'de ise okul kendine ait bir binaya taşınmış ve bağımsız olarak çalışma yoluna gitmiştir (Akyüz, 2001: 157). Uzun yıllar gayrimüslim öğrencilerin oranı Mekteb-i Tıbbiye'de yüksek olmuştur. Osmanlı Devleti laik bir eğitim altında bütün tebaasının kaynaşmasının ve ortak kimlikte birleşmelerini planlamıştır. Lakin bunun başarılı olması mümkün olamamıştır. Müslüman olmayanlar kendi dil ve kültürlerine çok bağlıydılar ve Türk ve İslam damgası taşıyan bir eğitim sistemini kabullenemediler. Ayrıca azınlıkların sahip oldukları birçok okul, devletin kontrolündeki okullardan daha iyi eğitim verebilmekteydi (Mantran, 1999: 86-87).

II. Abdülhamit'e karşı mücadele süreçlerinde öğretim üyeleri ve öğrenciler etkin bir şekilde yer almışlardır. Hatta 1908'de Meşrutiyetin ilanı sonrasında padişahın tahttan inmesi için faaliyetlerini sürdürmüşlerdir (Arslan, 2004: 49-51).

2.2. Meşrutiyet Döneminde Yükseköğretim Alanındaki Çalışmalar

1869 tarihli Maarif-i Umumiye Nizamnamesi ile çerçevesi çizilmiş olan eğitim sisteminin II. Meşrutiyet sonrasında aynı şekilde devam etmesi düşünülemezdi Meşrutiyet yönetiminin öngörülerine uygun bir şekilde eğitim alanında değişikliklerin yapılması bir zorunluluk olarak görülmekteydi. Yapılacak düzenlemeler ile ilgili farklı yaklaşımlar vardı. Kimilerine göre eğitim kurumları ayrı ayrı reforma tabi tutulmalıydı. Emrullah Efendi ise bütün eğitim kurumlarını kapsayan bir Maarif-i Umumiye Kanunu ile büyük çaplı düzenlemelerin mümkün olabileceğini ve bu yolla eğitimin sorunlarına çözüm bulmanın mümkün olacağını savunuyordu (Sarioğlu, 2012: 86).

II. Meşrutiyet sonrasında eğitimde yoğun tartışmalar yaşanmış ve eğitim konusu gündemin en önde gelen noktalarından biri haline gelmiştir. Eğitimin felsefesine dair tartışmalar yoğunluk kazanmıştır. Çocuğun bir birey olarak mı, toplumun bir parçası olarak mı eğitilmesi gerektiği noktasında Sâti Bey ile Ziya Gökalp arasında yoğun tartışma yaşanmıştır. Yine bu bağlamda Emrullah Efendi geliştirmiş olduğu “Tûbâ Ağacı Nazariyesi”ni dillendirmiştir. Emrullah Efendi’ye göre eğitimde ıslahata öncelikle yükseköğretim alanında başlanması gerekmektedir (Sarioğlu, 2012: 88-90; Koçer, 1992: 170-171).

1909’da Maarif Nazırlığına getirilmiş olan ve İttihat ve Terakki Cemiyeti üyesi Emrullah Efendi’ye göre bir toplumda öncelikle aydınların iyi bir eğitimle yetiştirilmesi gerekmektedir. Aydınlar yetiştikten ve yeterli sayıya ulaştıktan sonra halk da aydınlanacaktır. Eğitimde milli kalkınmayı ve özgürlüğü sağlayacak yenilikler öncelikle yükseköğretimde hayata geçirilmeliydi (Bakır, 2008: 202; Sakaoğlu, 1985: 481-482). Sâti Bey ise buna karşın çürük temel üzerinde bina inşa edilemeyeceğini ileri sürerek eğitimde ıslahatın öncelikle ilköğretimden başlatılması gerektiğini ileri sürdü. Emrullah Efendi, ilköğretimin yaygınlaştırılmasının ve bazı olumlu sonuçların alınmasının oldukça uzun zaman alacağından dolayı ıslahatın üniversitelerde hayata geçirilmesinin zorunlu olduğunu savunmaktaydı (Sakaoğlu, 1985: 482). Kalitenin hangi eğitim kademesinden sağlanmasının daha öncelikli olduğu yönündeki tartışmalar sonraki dönemlerde de gündemde yer almaya devam etmiştir.

Modern millet inşa süreçlerinde okul, en fazla faydalanılan araçlardan biriydi. İttihat ve Terakki Partisi eğitimin üzerinde çok durmaktaydı. Onlar için okullarda milliyetçi reformları hayata geçirmek oldukça elzemdi. Ülke çapında devlet okullarının yaygınlaştırılmasını önemsiyorlardı (Akıncı, 2022: 128-129). 1908 tarihli Jön Türklerin programında altı çizilen noktalardan biri de yüksekokullara yönelikti. Özellikle de yönetime eleman yetiştiren okullar ve askeri akademiler için ders dili sadece Türkçe olmalıydı (Tunaya, 1984: 66; Adanır, 1989: 87). Ülkenin her tarafında Türkçenin kullanılır olması millet inşası açısından önemlidir.

II. Meşrutiyet dönemine bir yenileşme dönemi olarak da bakılabilir. Söz konusu dönemde ideolojik eğitime oldukça fazla önem verilmiştir. Halkın eğitiminin gerekliliği fark edilmiş ve halkı eğitecek bir eğitilmiş sınıfın zaruri olduğu düşünülmüştür. İttihatçılar kendi ideolojilerini halk katmanlarına yaymak istiyorlardı. Bu nedenle kendi ideolojilerine uygun aydın, öğretmen, bürokrat, bilim adamı ve din adamı yetiştirmeyi önemsiyordu. Bu yolla kendilerini padişahın baskısından korumaları da mümkün olabilecekti (Bakır, 2008: 198-199).

Bu süreçte siyasal literatürün merkezine “vatandaş” yerleştirilmiştir. Vatandaşın tanımı yapılarak, bu tanıma uygun vatandaşın inşası için mücadele edilir. Bu yaklaşım kendini Cumhuriyet döneminde de göstermiştir. Topluluk-vatandaş yaklaşımı ile hareket edilmiştir (Üstel, 2009: 73-74). Vatandaş, haklarından ziyade sorumluluklarıyla tanımlanmaktadır.

II. Meşrutiyet döneminde yükseköğretim kurumları da önemli ölçüde değişime uğramıştır. “Darülfünun” değişimden en çok etkilenen kurumların başında gelmektedir. “Darülfünun-i Şâhane” isim değişikliğine uğradı ve “Darülfünun-i Osmanî” oldu. Bu şekilde meşruti yönetime vurgu yapılmak istenmekteydi (Baltacıoğlu, 2011: 375). Okul ayrıca İstanbul Darülfünunu veya sadece Darülfünun olarak da adlandırılmaktaydı (Arslan, 2004: 52). Bu okullarda müfredata önceki dönemlerde yer almayan bazı dersler kondu. Bu dersler tarih, felsefe ve edebiyat idi. Öğrencilerden yükseköğretim kurumlarında ücret alınmasına son verildi. Kayıtlara konulmuş olan engellere son verildi. Emrullah Efendi bir nizamname yoluyla Darülfünun’u 1912’de yeniden düzenledi. Bu düzenleme ile Darülfünun Ulûm-i Şer’iyye, Ulûm-i Tıbbiye, Hukuk, Fünun ve Ulûm-i Edebiyye ile beş bölüme ayrıldı. Bunun yanında 1909’da kurulmuş olan Dişçilik Mektebi ve Eczacı Mektebi Ulûm-i Tıbbiye bölümüne bağlandı. Vilayetlerde yer alan Tıbbiyeler ve Hukuk Mektepleri de Darülfünun’a bağlandılar (Tekeli, 1985: 473).

II. Meşrutiyet sonrasında üniversitedeki değişiklikleri Güler (1994: 61-62) altı maddede özetlemiştir:

- 1) Programlar tamamıyla değiştirildi.
- 2) Tarih, felsefe ve edebiyat dersleri konuldu.
- 3) Öğrenci sayısı ve kabulüne dönük düzenlemeler kaldırıldı.
- 4) Öğretim materyalleri (araç-gereç) zenginleştirildi.
- 5) Bölüm başkanlıklarına seçim hakkı verildi.
- 6) Eğitimde reformlara Yükseköğretimden başlanmasına karar verildi.

1908’de askeri ve sivil tıp okullarının birleştirilmesi sonucunda Haydarpaşa’da bir Tıp Fakültesi kuruldu (Özkan, 2015: 100). 1908 sürecinde ilk defa üniversitenin görevi resmi olarak ortaya konmuştur. Maarif Vekili Emrullah Efendi 21 Nisan 1912’de Darülfünun Nizamnamesini hazırladı. Bu nizamnamede Darülfünun’u kültürü taratan ve yayan temel kurum olarak tanımlamıştır. Emrullah Efendi’ye göre, üniversitelerin üç temel görevi vardır: Bilimi bulmak, bilimi korumak ve bilimi yaymak (Güler, 1994: 60).

Üniversite’de 1914’te gerçekleştirilen reform çok daha ileri düzeydeydi. Darülfünun artık yüksekokul özelliğinden sıyrılarak modern bir üniversite kimliğini benimsemeye başladı. Güler (1994: 62) bu reform ile şu yeniliklerin getirildiğini belirtmektedir:

- 1) Mevcut şubeler, fakültelere dönüştü.
- 2) Öğretim üyelerine “müderris” unvanı verildi.
- 3) Araştırma Enstitüleri (Darül-mesai) kuruldu.
- 4) Kütüphaneler ve laboratuvarlar açıldı.
- 5) Bilimsel yayınlar yapılmaya başlandı.
- 6) Bilimsel özerklik talepleri dile getirilmeye başlandı.
- 7) Senato (Darülfünun Divanı) kurulmasına dönük hazırlıklar yapıldı.
- 8) Edebiyat Fakültesine bağlı olarak bir “Diller Şubesi” açıldı.
- 9) Sınıf usulünden vazgeçilerek, sömestre uygulamasına geçildi.

II. Meşrutiyet Döneminde atılan adımlar sonucu Darülfünun gerçek bir üniversite hüviyeti kazanmaya başladı (Arslan, 2021: 104-105). Darülfünundaki asıl canlanma kendini Balkan Savaşları sonrasında Türkçülük ideolojisinin ön plana çıkması ile gösterdi. 1915’te bir reform

yapıldı ve bu reformu hayata geçirmek için 19 Alman ve 1 Macar profesör üniversiteye çağırıldı. Gelen Alman bilim adamları, von Humboldt geleneğine uygun bir şekilde üniversitenin araştırmaya yönelmesi için mücadele ettiler (Tekeli, 1985: 473).

II. Meşrutiyet sonrası dönemde kızların eğitimine daha fazla önem verildi. Maarif Nazırı Şükrü Bey döneminde (1913-1917) kızların eğitimi noktasında girişimler arttı. İsmail Hakkı (Baltacıoğlu) ve Süleymanpaşazade Sami Bey kızların bir an önce üniversite eğitiminden faydalanmasını arzu ediyorlardı. Bu bağlamda hanımlara özel serbest derslerin Darülfünunda verilmesini önerdiler ve Şükrü Bey bu teklifi uygun bularak uygulamaya koydu. İlk dersler 7 Şubat 1914'te yapıldı. Derslerde kadın hakları, tabiat, sağlık, ev işleri, pedagoji ve tarih gibi konular işlendi. Derslere bazen altı-yedi yüz kız katılım sağlamaktaydı. Kızların yoğun ilgisi, kızlara bir üniversite açılması yönündeki yaklaşımın güçlenmesine neden oldu. Kız liselerinin sayıları da artmaktaydı. Dolayısıyla bu okullarda ders verecek öğretmenlerin yetiştirilmesi için de bir üniversiteye ihtiyaç vardı. Üç sene eğitim verecek İnas Darülfünunu 12 Eylül 1914'te açıldı (Arslan ve Akpınar, 2005: 226-227).

1919'da Darülfünuna "ilmi muhtariyet" yani özerklik tanındı (Tekeli, 1985: 473). İlmi özerkliğin tanınması, üniversitenin bilimsel çalışmalar yapmasının yolunu daha da açmıştır. Özerkliği olmayan bir üniversitede akademisyenlerin bilimsel alanda özgür çalışmalar ortaya koyması beklenemez.

Şeyhülislâm Hayrullah Efendi, medrese eğitiminin üzerine iki yıllık bir eğitimin verildiği ve üç şubeden oluşan "Medresetü'l-Mütehassısîn" isimli okulu Selimiye Camii yakınlarında açtı. Sonraki dönemlerde öğretim süresi üç yıla çıkarıldı ve şubelerde de değişikliğe gidildi. Söz konusu okul açıldıktan sonra Darülfünunun Ulûm-ı Şer'îye Şubesi, ihtiyaç kalmadığı düşüncesiyle, ilga edilmiştir (Dölen, 2008: 16).

II. Meşrutiyet döneminde açılan yüksekokulların başlıcaları şunlardır: Orman Mekteb-i Alisi (1909), Dişçi Mektebi (1909) ve Kadastro Mekteb-i Alisi (1911) (Akyüz, 2001: 250).

Darülfünunun da yapılan reformlar arzu edilen başarıyı getirmedi. Almanya'dan getirilmiş olan Profesörler teferruat ile uğraştılar. Öğretim düzeyi çok kötüydü. Ders kitapları bir üniversite seviyesinden ziyade ortaokul seviyesindeydi. Her ne kadar sık sık araştırma yöntemleri ve bilim yönteminden bahsedilse de bunun sonuçları görünürde mevcut değildi. Darülfünunun toplumsal hayata bir etkisi olmadı. Üretilen fikirler ile toplumsal hayata yön verilemedi. Dünyanın farklı coğrafyalarında ortaya atılan akımlardan ve tartışmalardan habersiz kaldı. Ne genel eğitimin iyileştirilmesi ve yaygınlaştırılmasında ne de ülkenin fikri, milli ve siyasi hayatında en ufak bir tesiri görüldü. Birinci Dünya Savaşı'nın da bu olumsuz durumda etkili olduğu söylenebilir. Çok sayıda öğrenci silah altına alındığından dolayı 1915'te öğretim yapılamamıştı (Akyüz, 2001: 249-250).

1919'da çıkarılan yönetmelikle Darülfünuna bilimsel özerklik verilmiştir. Önemli bir gelişme de kadınlar açısından yaşanmıştır. Artık kadın ve erkekler aynı sınıflarda ders görmeye başladılar (Ergün, 1982: 81-82).

Dölen ve Yıldırım'a göre (2003: 3), açılmış olan yüksekokullar başarısız olmuştur. Bunun nedenleri şunlardır:

1) Okullar kendi binalarında değil, geçici binalarda faaliyete başlamıştır. Farklı nedenlerden dolayı yer değiştirmek zorunda kalmışlardır. Ancak 20. yüzyılın başlarında kendi binalarında eğitim vermeye başlamışlardır.

2) Ortaöğretim kurumları açılmadan yüksekokulların açılması dolayısıyla söz konusu okullar ya seviyelerini ortaöğretim kurumları seviyesine indirmek zorunda kalmışlardır, ya da kendi ortaöğretim kurumlarını açarak kendilerine öğrenci yetiştirmek zorunda kalmışlardır.

3) Yeni açılan okulların yönetim ve altyapısında medrese hem nüfusunu hem de etkililiğini sürdürmüştür. Batı tipi okullar ile Medreselerin yan yana varlığını sürdürmesi eğitim alanında ikili normun ortaya çıkmasına neden oldu.

4) Kurulan okullarda öğretim elemanına dönük gerekli önlemler alınamamış ve yetiştirilememiştir. Yurt dışına gönderilen öğrencilerin büyük bölümü ülkeye döndükten sonra idari görevlere atanmıştır. Avrupa'dan yabancı öğretim elemanları getirilmiş olsa da bunlardan istenen verim alınamamıştır.

3. Cumhuriyet Döneminde Yükseköğretimde Dönüşüm

Cumhuriyet döneminin reformları ve toplumu yeniden inşa girişimini anlamadan eğitim alanında yapılan değişim ve dönüşümü anlamak pek mümkün olamaz. Yeni kurulan rejim kendisini Osmanlı Devleti'nin antitezi olarak tanımlamış ve reddi miras anlayışıyla hareket etmiştir. Yeni rejim hiçbir yönüyle eskiyle bağlantılı olmamalıydı ve onunla bağlantı kurulmasına yol açacak bütün kurumsal yapılara karşı mücadeleyi zorunlu olarak görmekteydi.

Cumhuriyet dönemi reformlarını Tanzimat sonrası dönemin bir devamı olduğu gerçeği ortadadır. Osmanlı'nın son döneminde yapılan reformlar ve modern bir kimlik inşa girişimi ile Cumhuriyet dönemi bir kopuş olmaktan ziyade bir devamlılık arz etmekteydi. Bir farkla; Osmanlı Devleti'nde dönüşüm nispeten daha yavaş ve gelenekseli de belli ölçülerde gözeterek gerçekleşirken, yeni rejim değişim ve dönüşümü oldukça hızlı ve keskin bir şekilde yapmakta kararlıydı.

Mustafa Kemal, yapacağı devrimleri ve toplum inşa projesini seri bir şekilde gerçekleştirmek için, bu reformlara karşı bütün muhalefeti susturmanın gerekli olduğunu düşünmekteydi. Bundan dolayı bütün muhalefet baskı altına alındı. Mikusch'a göre (1929: 314), Mustafa Kemal'in batılılaşma yolundaki reformlarına tepki gösterenlerin yaklaşık %10'u Batı ülkelerinde eğitim görmüştü. Söz konusu reformlara karşı çıkanların önemli bölümü üst tabakadandı.

Mustafa Kemal, bürokrasinin büyük bölümünün milli misyonu benimsemediğini düşünüyor ve onlara güvenmiyordu. Osmanlı Devleti'nden devralınan bürokrasinin etkisini ve muhalefetini ortadan kaldırmak için farklı adımlar attı. Bunlardan en etkililerinden birisi 1 Ekim 1922'de Büyük Millet Meclisi'nin (BMM) çıkardığı bir kanun yoluyla bütün devlet memurlarının geçici olarak işsiz bırakılmasıydı. Bu yolla eski yapıya bağlı olanların bürokrasiden uzaklaştırılması amaçlanmıştı. Yasaya göre, bakanlıklar işsiz bırakılan bürokratlar içerisinde seçerek yeni bir bürokrasiyi oluşturabilecekti. Yeniden işe alınmamışların dosyaları incelenecek ve bunlardan milli mücadele karşısında yer almamış olanlar izinli sayılacak ve uygun görülen bir maaş ödemesi yapılacaktı. Yasa sonrası dönemde farklı tasfiye kurulları oluşturuldu (Heper, 2006: 104-106).

Yeni rejim, Osmanlı toplumunun çoğulcu yapısına tepkiliydi ve bunun etkisi ile adımlar atılıyordu. Osmanlı toplumundan farklı olarak yeni bir ulusun inşası amaçlanmaktaydı. İnşa edilecek ulusal kimlikle uyumlu bir bürokrasi kurulmalıydı (Eryılmaz, 2004: 139). Bu bağlamda basın çok önemliydi ve basında yeni reformlara karşı çıkanlar oldukça etkiliydi. Muhalefeti desteklemekte olan İstanbul basınına gaflet ve ihanetle suçlamaktaydı. Basındaki muhalefeti susturmak açısından Takrir-i Sükûn Kanunu gerekli imkânı vermekteydi (Tunçay, 2005: 133). İstiklal Mahkemeleri tarafından basın susturuldu. Böylece ülkede özgür basından söz etmenin imkânı kalmamıştı (Wedel, 1990: 177; Erdem, 1938: 1968; Pusch, 1998: 222; Akıncı ve Usta, 2015:45). İstiklal Mahkemeleri tarafından yapılan yargılama ve idamlar bütün muhalefetin susturulmasını sağladı. Artık Cumhuriyet Halk Fırkası (CHF) dışında siyasi faaliyet gösteren bir yapı da kalmamıştı. İstenen bütün reformlar için ortam uygun hale getirilmiş oldu (Ahmad, 2007: 76).

Karpat'a göre (2009: 10-11), muhalefetin susturulması ile tek parti rejimi kurulmuş olmaktaydı. Muhalefet "irtica" olarak görülmekte ve ülkenin "medenileştirilmesi" için atılacak bütün adımlar mubah görülmekteydi. Materyalist-devletçi bir ideolojiye dayanan yönetim, sosyal hayattan kültüre ve tarihe kadar hayatın hemen her alanını kapsayacak önlemler almaktaydı. Artık yönetim ideolojik bir araçtan öte anlam taşımamaktaydı. Halka belli bir ideolojinin dayatılması hükümetin temel işleviydi.

Cumhuriyet rejimi eğitim alanında da değişim ve dönüşüm yolunda adımlar atmaya başladı. Darülfünun-u Osmani, 1924 yılında çıkarılan 493 sayılı kanunla "İstanbul Darülfünunu" adını aldı. Bu dönemde tamamı İstanbul'da olan 8 tane askeri ve sivil yüksek okul mevcuttu. Darülfünun her ne kadar beş defa kurulup kapatılmış olsa da hiçbir dönem gerçek bir üniversite hüviyeti kazanmamıştır (MEB, 1998: 1).

Cumhuriyetin ilk yıllarında yükseköğretimin yaygınlaştırılmasına dönük adımlar atılmıştır. 1924'te Ankara'da Hukuk Mektebi açıldı. 1926'da Gazi Eğitim Enstitüsü ve 1930'da Ziraat Enstitüsü kuruldu (Kenan, 2016: 24).

Darülfünunun ciddi bir yer sorunu vardı. Tıp Fakültesi dışında kalan bütün fakülteler Bayezid'te bulunan Zeynep Hanım Konağı'nda, zor şartlarda eğitime devam ediyorlardı. Cumhuriyet hükümeti iyi bir durumda olan Osmanlı Harbiye Nezareti Binasını Darülfünuna verdi. Günümüzde İstanbul Üniversitesi Rektörlüğü olarak faaliyetini sürdüren söz konusu binanın üst katlarına Hukuk ve Edebiyat Fakülteleri yerleştirildi. Eczacılık ve Dişçilik Yüksekokullarına eski Jandarma Komutanlığı binası tahsis edildi. Fen Fakültesi ile Yüksek Muallim Mektebi ise Zeynep Hanım Konağı'nda eğitime devam ettiler. Darülfünuna 21 Nisan 1924'te 394 sayılı kanunla idari ve mali özerklik tanındı. Söz konusu özerklik anlayışına uyumlu olarak 21 Nisan 1924'te 52 maddelik bir talimatname Bakanlar Kurulu tarafından kabul edildi. Daha önceki dönemlerde yapılmış olan düzenlemeler İstanbul Darülfünun Talimatnamesi ile birlikte bir araya getirilmiş olmanın yanında yeni rejimin taleplerini de yansıtacak bir nitelik taşımaktaydı. Talimatnamede Darülfünun Emni, fakülte reisleri ve Darülfünun Divanı üyelerin oyları ile seçiliyordu. Fakültenin kendini yönetmesi öngörülmekteydi. Her ne kadar Darülfünun Maarif Vekâletine bağlı olsa da Maarif Vekâletinin Darülfünuna müdahalesinin yolu kapatılmıştı(Gencer ve Arslan, 2004: 36-37).

1924 başlarında Darülfünun ile yönetimin arası oldukça iyiydi. 7 Mayıs 1924'te Darülfünunun İlahiyat Fakültesi açıldı. 1924'te ortaya çıkan bir yetki krizi Darülfünun ile Maarif Vekâletinin arasının açılmasına neden oldu. Bakanlığa göre üniversite iyi yönetilmiyordu. Okulun müdürü Mustafa Şekip (Tunç) Bey istifa etti. Bakanlık müdürlük görevine Şemsettin

(Günaltay) Beyi atadı. Bu durum üniversite özerkliği ve geleneğine aykırıydı. Genel uygulamada Edebiyat Fakültesinin önerdiği iki isimden biri bakanlık tarafından atanıyordu. Yapılan atamayı kendi özerkliğine saldırı olarak gören Darülfünunun talebi ile Şemsettin Bey müdürlükten istifa etti. Ayrıca, Şemsettin Bey bakanlığın görevine geri dönmesi için attığı telgrafı da dikkate almadı. Darülfünun tarafından okulun müdürlüğüne Şekip Bey tekrar getirildi (Ergün, 1982: 82-83).

Darülfünun Divanı, istenilen seviyeye gelemediğinin farkındaydı. Bu nedenle 14.04.1929'da bir ıslahat projesi hazırlamak için karar verdi. Üniversitenin laboratuvar, seminer ve enstitü alanlarındaki eksikliğini gidererek Avrupa üniversiteleri ile aynı seviyeye gelmesi amaçlanmaktaydı. Bu bağlamda yapılan çalışmaların sonucunda 16.12.1929'da Darülfünun Divanı ıslahat planına son şeklini verdi ve Maarif Vekaletine teslim edildi. Lakin Maarif Vekaleti söz konusu ıslahat projesini yetersiz bulduğunu ve bir yıl sonra konunun daha geniş bir çerçevede ele alınacağını Mayıs 1930'da bildirmiştir (Gencer ve Arslan, 2004: 41-42).

1923-33 yılları arasında Darülfünunun akademik kadrosunda yer alan İslam düşüncesine bağlı olan öğretim üyeleri ile Atatürk'ün çevresindeki politik yönetim arasında gerginlik yaşanmıştır. Atatürk'ün çevresindekiler, dini güçlerin devlet hayatı üzerindeki etkilerini yok etmek istiyorlardı (Güler, 1994: 73).

Bazı olaylar bahane edilerek Darülfünunun özerkliğine son verilmesi ve bu bağlamda Maarif Vekâletine bağlanması isteniyordu. Kimileri ise Darülfünunun kapatılmasını ve oraya harcanan parayla Avrupa'ya öğrenci gönderilmesini istiyordu (Ergün, 1982: 85).

Darülfünun, tek parti döneminde hayata geçirilmek istenen reformlara ya karşı çıkmıştır ya da pasif bir şekilde direnmiştir (MEB, 1998: 8). Cumhuriyetin dil ve tarih alanındaki çalışmaları da üniversite tarafından desteklenmedi. 1932'de I. Türk Tarih Kongresi toplandığında bazı Darülfünun hocalarının resmi dil ve tarih politikalarını eleştirme cesareti göstermeleri bardağı taşıran son damla olmuştu. Bu duruma Ankara'da şiddetli tepki gösterildi (Güler, 1994: 76).

Darülfünun, Maarif Vekâleti tarafından öğretim programlarının devrimin hızına uyum sağlayamadığı gerekçesiyle eleştiriliyordu. Bakanlığa göre, devrimin gerisinde kalmış olan üniversite skolastik bir görüntüye sahipti (Ersanlı, 2006: 197).

Cumhuriyet Halk Partisi'nin 1931'de gerçekleştirdiği üçüncü büyük kongresinde Darülfünunun ıslah edilmesi kararı alınmıştır. Bütçeye, Avrupa'dan uzman davet edilerek rapor hazırlaması için ödenek konulmuştur (Şimşek, 2016: 168-169). Albert Malche, Türkiye'de Yükseköğretimin sorunlarının tespiti ve gerekli reform için bir çalışma yapmak üzere görevlendiriliyor. Malche, yaptığı çalışmayı bir rapor haline getirerek önemli sorunları ve çözüm yollarını ortaya koyuyor (Hirş, 1950: 229-295).

Malche, hazırlamış olduğu raporda, Darülfünunun toplumsal hayatla bağının kopuk olduğu, derslerin eskimiş yöntemlerle işlendiği, bilimsel yayın anlamında ve öğretim üyelerinin yabancı dil bilgisinin yetersiz olduğunu vurgulamıştır (Şimşek, 2016: 149). Raporda, her ne kadar üniversitenin ilmi özerkliği ve tüzel kişiliği olsa da karışanının çok olduğu, mali konularda müdahale edildiği, bütçenin büyük bölümünün tıp fakültesine harcandığı ve hoca maaşlarının düşük olduğu, Türkçe kitap sayısının az olduğu ve öğrencilerin yabancı dillerde yazılan kitapları okuyup anlayacak düzeyde yabancı dillerinin olmadığı, kütüphanenin erken kapanması ve dışarıya ödünç kitap vermemesi üzerinde de durulmaktadır (Bıçak, 2016: 180).

2252 Sayılı Kanun ile 1933'te Darülfünuna son verilerek İstanbul Üniversitesi olarak yeniden kuruldu. Hocaların yaklaşık 1/3'ü İstanbul Üniversitesi'nin kadrosuna alınmıştır.

Akademisyenlerin 2/3'ü yani 100'den fazlasının işine son verildi. Zürcher'e göre (2007: 63), sadece Kemalist rejimle uyumlu olanlar görevlerine devam edebildiler.

Akademik kadrodaki boşluğu doldurmak için iki kaynaktan faydalandı: Batı ülkelerinde üniversite okuyup gelenler, doktora şartı aranmaksızın doçent kadrosu ile atandılar. Ayrıca Nazi baskısından kaçan Alman (Yahudi) ve Orta Avrupalı profesörlerden yararlandı (Akyüz, 2001: 326). İstanbul Üniversitesi açıldığında 32'si Alman olmak üzere 38 yabancı profesör görevlendirildi (Ergün, 1982: 144). Hamdullah Suphi'nin Maarif Vekili olduğu dönemde (1925) yabancı öğretim üyelerinin Darülfünunda çalışmasının yolu açılmıştı (Gencer ve Arslan, 2004: 38).

Türkiye'ye sığınan Profesörlerden en bilinenler şunlardır: E. Hirsch, A. Malche, F. Neumark, Nissen ve Schwartz. Yabancı profesörlerin Türk yükseköğretimindeki en önemli katkılarının başlıcaları şunlardır: Çok sayıda öğretim üyesi yetiştirdiler. Türkiye'de birçok enstitü, kürsü, klinik ve laboratuvar kurulmasını sağladılar. Pek çok öğrencinin yetişmesini sağladılar (Akyüz, 1991: 326-327).

İnkıpları benimsememek ve destek vermemekle suçlanarak kapatılan ve hocalarının büyük bölümü yeni kurulan üniversiteye atanmayan hocalar konusunda da ilkesel davranılmamıştır. Dölen ve Yıldırım'a göre (2003: 4-5), işin en ilginç tarafı, haklarında eleştiriler yapılan birçok kişi kadroya yeniden alınırken, hiçbir eleştiri almayan bazı kişiler kadro dışı bırakılmıştır. Maarif Vekili Dr. Reşit Galip tarafından yürütülen dönüşümde ağırlıklı olarak siyasal nedenlerle büyük bir tasfiye yapılmıştır.

Darülfünundan İstanbul Üniversitesine geçişle birlikte, üniversitelerin ilmi ve idari özerklikleri sonlandırıldı. Maarif Nezareti rektör ve dekanları atamaya başladı. Aynı çerçevede, ilmi özerkliğin bir organı olan Divan da kaldırılmıştır. Bununla birlikte fakülte çerçevesinde akademik alanla sınırlı faaliyetler yapması için tıpkı Darülfünun uygulamasında olduğu gibi, fakülte meclisi uygulaması varlığını sürdürmeye devam etmiştir. Öğrencilerin özgürlük alanları da sınırlandırıldı. Dernek kurma haklarına son verilmiştir (Arslan, 2002: 41-42).

Hilmi Yavuz'a göre (1998: 23) resmî ideoloji bağlamında Darülfünundan İstanbul Üniversitesine geçişte iki temel sorun ile karşılaşmıştır. Bunlar İslam Felsefesi ve Türkolojidir. Gerek İslam Felsefesi gerekse Türkoloji Osmanlı'nın son döneminin temel akımlarından olan İslamcılık ve Türkçülük ile bağlantılı olarak görülmekteydi ve dolayısıyla bu alanlar görmezden gelindi. Söz konusu alanlar bilimsel statülerini kaybettiler. Dönüşüm sonrası dönemde ikincil alanlar olarak konumlandırılmıştır. Resmî ideoloji taraftarları İslam Felsefesi ve Türkolojisi akademik değerde görmüyorlardı. Her ne kadar bu alanların öğretimi yapılmış olsa da yeni nesillere bu alanlar gerektiği gibi verilmemiştir. Yavuz, resmî ideolojinin İslam Felsefesi ve Türkolojiye bakışının gerekçelerini şu şekilde aktarmaktadır (Yavuz, 1998: 23-24): "Üniversitelerimizde Türkoloji ve İslam felsefesi ile uğraşanların büyük bir çoğunluğu, 'milliyetçi' ve 'muhafazakâr' diye nitelendirilen gruplara bağlı kişiler. Bu, rastlantı değil. Milliyetçiliğin Türkçülük'le, muhafazakârlığın da İslamcılık'la olan bağlantıları, Türkoloji ile İslam felsefesinin, Resmî İdeoloji tarafından niçin sürgün edildiğini açıklamaya yetiyor".

İstanbul Üniversitesi, Hukuk, Fen, Edebiyat ve Tıp Fakültelerinden ve 8 enstitüden oluşmaktaydı. Üniversite, milliyetçilik ve devrimcilik ilkeleri çerçevesinde faaliyet gösterecekti. Türk devriminin ideolojisini temel alacak ve ona hizmet edecekti. Bunun için "Türk İnkılap Enstitüsü" kuruldu (Ergün, 1982: 144).

Ersanlı'ya göre (2006: 199), yapılan reformlar sonucunda İstanbul Üniversitesi yeni rejimin tarih tezinin amaçlarıyla uyumla hale getirildi. Bununla yetinilmeyerek eğitim ve kültür alanlarında Kemalist tarih tezine hizmet edecek yeni kurumlar oluşturuldu. Bunlardan biri de 1935'te kurulan Ankara Dil Tarih Coğrafya Fakültesi (ADTCF)'dir. Kurulan bu fakültenin ismi Kemalist tarih tezinin temel unsurlarını taşıyordu ve şu amaçları içeriyordu: "Dil Sümer, Akad, Sankrit, Çin ve Hitit dillerinin yani Türkçeye akraba olarak görülen dillerin karşılaştırmalı bir incelemesi; ii. Tarih Orta Asya'dan gelen Türklerin tarihi zamanları da aşan uzun varlığını ve diğer uygarlıklara olan katkılarının kanıtlanması; iii. Coğrafya uygarlıkların beşiği olarak görülen ve Türklerin derin izlerini taşıdığı öne sürülen Anadolu toprakları üzerinde çalışmalar yapılması ve bunların belgelenmesi".

4. Sonuç

Modern dönemde milli kimliğin inşası bağlamında en fazla ihtiyaç duydukları kurum okul olmuştur. Modern milletlerin inşası açısından yapılması gereken, farklı etnik ve dinsel topluluklardan oluşan ve bireylerin aidiyetlerinin devlete değil, içinde buldukları dini cemaate olduğu yapıda köklü bir değişiklik yapılmasıydı. Cemaatten cemiyete geçişte geleneksel kurumların yeterli kalması mümkün değildi. Artık bireylerin aidiyeti içinde buldukları dini cemaate değil, devlete ve millete olmalıydı. Bu bağlamda devletler kendi milletlerini inşa etmeli ve ortak bazı değerleri toplumun tamamına aşılması gerekiyordu.

Eğitimin yaygınlaşması ve bir süre sonra zorunlu hale gelmesi devletlerin kendi milletlerini inşasına fırsat veriyordu. Bir taraftan ülke genelinde uygulamaya konan resmi dil ve bu dilin ülke genelinde kullanılabilir hale getirilmesi, geniş bir bürokratik devlet aygıtının kuruluşu ve ortak normların her yerde aynı şekilde uygulanabilirliği, ortak kimliğin inşasını kolaylaştırmaktaydı.

Okul vasıtasıyla ortak tarih ve coğrafya bilinci de aşılanmaktaydı. Geçmişten gelen birliktelik bilinci aynı zamanda geleceğe dönük birlikteliğin temel harcı konumundaydı. Artık bireyler kendilerini bir milletin ve devletin parçası olarak görüp, ona karşı duygusal bir bağ besleyebilir hale geldiler. Vatan ve devlet modern dönemin kutsalları arasına girdi.

Devletler, kendi resmî ideolojilerini de eğitim yoluyla yeniden üretmekte ve yeni nesillere aşılamaktaydılar. Aydınlanma Felsefesi ve Fransız Devrimi'nin değerlerinin önünde hiçbir devletin durabilmesi mümkün değildi. Ortaya çıkan milliyetçilik gibi modern ideolojiler en fazla imparatorlukları tehdit etmekteydi. Farklı dinsel ve etnik kökenden toplum kesimlerini geleneksel uygulamalar ile bir arada tutmak mümkün görünmüyordu.

Osmanlı Devleti de Avrupa'da hızla yayılan akımların etkisinden kendini kurtaramamıştır. Özellikle gayrimüslimlerde kendini göstermeye başlayan ayrılıkçı hareketler ve birçok noktada ülkenin gerilediğinin kabulü devletin yeniden yapılanmasını zorunlu kılmaktaydı.

Farklı toplumsal kesimlerin kendilerine ait eğitim kurumlarından bağımsız bir şekilde eğitim vermeleri modern bir milletin inşasını imkânsızlaştırıyordu. Önceleri askeri ve tıbbi alanlarda eğitim verilen yükseköğretim kurumları açılmışken, zamanla sivil alanlara dönük okullar da açılmıştı. Bu okullar vasıtasıyla farklılıkları yok sayan bir milletin inşası amaçlanmaktaydı.

Bir üniversite kurulmasına dönük düşünce ortaya çıktıktan sonra farklı denemeler yapıldı. Darülfünunun kuruluşu ile birlikte yükseköğretim açısından önemli bir adım atılmış olmaktaydı. Kurulan üniversite dönemin ideolojisini de yansıtmaktaydı. II Meşrutiyet sonrasında eğitimde daha laik bir çizgiye kayıldığı söylenebilir.

Erken Cumhuriyet döneminde Darülfünun ile resmî ideolojinin birçok noktada uyumlu hareket edemedikleri gözlemlenmiştir. Yapılacak reformlar ile Kemalist ideolojinin bir taşıyıcısı haline getirilmesinin bir zorunluluk olduğu düşüncesi ile Darülfünun kapatılarak yerine İstanbul Üniversitesi kuruldu. Yeni kurulan üniversite resmî ideolojinin tarih ve dil tezleri ile uyumlu faaliyet gösterecekti. Resmî ideoloji ile uyumlu olmayan akademik kadronun büyük bölümünün işine son verilmiştir.

Kaynakça

- Adanır, F. (1989), "Der jungtürkische Modernismus und die nationale Frage im Osmanischen Reich", Zeitschrift für Türkeistudien, 2. Jahrgang, Heft 2, Integra Verlag, 79-91.
- Ahmad, F. (2007), Modern Türkiye'nin Oluşumu, Çev. Yavuz Alogan, 6. Baskı, İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Akıncı, A. (2011), Milli Kimlik İnşa Stratejileri: Türkiye Örneği (1839-1946), Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sakarya.
- Akıncı, A. (2014), "Osmanlı Devleti'nde Milli Kimlik İnşasında Okul", Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, S. 19: 1-24.
- Akıncı, A. (2022), Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Türk Milli Kimliği, İstanbul: Değişim Yayınları.
- Akıncı A. ve Usta S. (2015). "Türkiye'de Çok Partili Hayata Geçişte Etkili Olan İç Faktörlerin Analizi". KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 17/29: 41-52.
- Arslan, A. (1995), Darülfünun'dan Üniversite'ye, İstanbul: Kitabevi.
- Arslan, A. (2002), "Çok Partili Döneme Geçişten 27 Mayıs'a Türkiye'de Siyaset ve Üniversite", Yakın Dönem Türkiye Araştırmaları, S. 2: 41-83.
- Arslan, A. (2004), Kasır Döngüsü: Türkiye'de Üniversite ve Siyaset (1869-2004), 1 Baskı, İstanbul: Truva Yayınları.
- Arslan, A. (2007), Darülfünun İlahiyat Fakültesi, Fakülte Meclisi'nin Kurulması ve İlk Meclis Zabıtları (1911-1912)", Değerler Eğitimi Dergisi, 5/13: 9-36.
- Arslan, A. (2021b), Osmanlı Türkistan İlmi Münasebetleri, İstanbul: Usul Yayınları.
- Arslan, A. (2021b), Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Sivil Toplum Kuruluşları, İstanbul: İskenderiye Kitap.
- Arslan, A. ve Akpınar, Ö. (2005), "İnas Darülfünunu (1914-1921)", Osmanlı Bilimi Araştırmaları, 6/2: 225-234.
- Akyüz, Y. (2001), Türk Eğitim Tarihi: Başlangıçtan 2001'e, Genişletilmiş 8. Baskı, İstanbul: Alfa.
- Akyüz, Y. (2015), Türk Eğitim Tarihi: M.Ö. 1000-M.S. 2015, Ankara: Pegem Akademi.
- Bakır, K. (2008), "II. Meşrutiyet Döneminde Milli Seçkinlik ve Eğitim: Emrullah Efendi Tuba Ağacı Nazariyesi", Doğu Batı, 11/45: 197-213.
- Başkan, G. A. (2001), "Türkiye'de Yükseköğretimin Gelişimi", G.Ü. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 21/1: 21-32.
- Baltacıoğlu, A. Y. (2011), Darülfünun'da Alman Müderrisler (1915), Prof. Dr. Yahya Gündüz'e Armağan, (Ed. C. Öztürk ve İ. Fındıkçı), Ankara: Pegem Akademi: 375-394.
- Bermek, E. (2010), "Giriş", Türkiye'de Üniversite Anlayışının Gelişimi (1861-1961), (Ed. N. K. Aras, E. Dölen, O. Bahadır, 2. Baskı, Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi: 7-13.
- Bıçak, A. (2016), "Türkiye'de Üniversite, Dünyada ve Türkiye'de Üniversite", Dünyada ve Türkiye'de Üniversite, (Haz. N. Tozlu, V. Taşdelen ve M. Önal), Bayburt Üniversitesi yayınları, Ankara: Hermas Tanıtım Ofset: 171-232.
- Candemir, M. (2008), "Maarif Nazırı Emrullah Efendi Döneminde Hazırlanan Darülfünun Yönetimi İle İlgili Bir Nizâmname Layihası (1912)", İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Tarih Dergisi, S. 44: 143-168.
- Dölen, E. (1985), "Darülfünun", Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Türkiye Ansiklopedisi, C. 2, İstanbul: İletişim Yayınları: 476-477.
- Dölen, E. ve N. Yıldırım (2003), Darülfünun'dan Günümüze Üniversite yayıncılığı ve Yaşamı, 1. Baskı, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Dölen, E. (2008), "II. Meşrutiyet Döneminde Darülfünun", Osmanlı Bilimi Araştırmaları, 10/1: 1-46.

- Engelhardt (1999), Tanzimat ve Türkiye, Çev. A. Reşad, 1. Baskı, İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Erdem, I. (1938), "Das türkische Volk wacht über die Unabhängigkeit der Republik", Rundschau, 8/57: 1968.
- Eraslan, C. (2017), "II. Abdulhamid Devrinde Eğitim", Objektifden Yansıyanlarla Sultan II. Abdülhamit Döneminde Eğitim, ((Ed. C. Eraslan), 1. Baskı, İstanbul: Üsküdar Belediyesi: 11-23.
- Ergün, M. (1982), Atatürk Devri Türk Eğitimi, Ankara: Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Yayınları.
- Ersanlı, B. (2006), İktidar ve Tarih, Türkiye'de "Resmi Tarih" Tezinin Oluşumu (1929-1937), 2. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Eryılmaz, B. (2004), Bürokrasi ve Siyaset; Bürokratik Devletten Etkin Yönetime, 2. Baskı, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Gencer, A. İ. ve Arslan, A. (2004), İstanbul Dârülfünûnu Edebiyat Fakültesi Tarihçesi ve ilk Meclis Zabıtları, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.
- Güler, A. (1994), Türkiye'de Üniversite Reformları, Ankara: Adım Yayınları.
- Gündüz, M. (2016), "Anılarda Üniversite Sorunları ve Eleştiriler", Dünyada ve Türkiye'de Üniversite, Haz. Necmettin Tozlu, Vefa Taşdelen ve Mehmet Önal, Bayburt Üniversitesi yayınları, Ankara: Hermas Tanıtım Ofset: 233-273.
- Heper, M. (2006), Türkiye'de Devlet Geleneği, (Çev. N. Soyarı), Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Hirş, E. (1950), Dünya Üniversiteleri ve Türkiye'de Üniversitelerin Gelişmesi, C. 1, İstanbul: Ankara Üniversitesi Yayınları.
- Hobsbawm, E. (2005), İmparatorluk Çağı 1875-1914, (Çev. V. Aslan), 3. Baskı, Ankara: Dost Kitabevi.
- Karataşer, B. (2017), "Sultan II. Abdülhamid Dönemi Eğitim Politikası Hakkında Bir Değerlendirme", The Journal of Academic Social Science Studies, S. 57: 423-434.
- Karpat, K. H (2009)., Osmanlı'dan Günümüze Kimlik ve İdeoloji, 2. Baskı, İstanbul: TİMAŞ Yayınları.
- Kenan, S. (2016), "Üniversite'nin Kısa Hikâyesi", Dünyada ve Türkiye'de Üniversite, (Haz. N. Tozlu, V. Taşdelen ve M. Önal), Bayburt Üniversitesi Yayınları, Ankara: Hermas Tanıtım Ofset: 5-34.
- Koçak, C., "Tanzimat'tan Sonra Özel ve Yabancı Okullar", Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Türkiye Ansiklopedisi, C. 2, İstanbul: İletişim Yayınları: 485-494.
- Koçer, H. A. (1992), Türkiye'de Modern Eğitimin Doğuşu ve Gelişimi, İstanbul: Milli Eğitim Yayınevi.
- Mantran, R. (1999), Osmanlı imparatorluğu Tarihi II: XIX. Yüzyılın Başlarından Yıkılışa, (Çev. S. Tanilli), 2. Baskı, İstanbul: Adam Yayınları.
- MEB Yükseköğretim Genel Müdürlüğü (1998), Cumhuriyetin 75. Yılında Yükseköğretim, Ankara: Milli Eğitim Basımevi.
- Mikusch, D. V. (1928), Gazi Mustafa Kemal; Zwischen Europa und Asien, Leipzig: Paul List Verlag.
- Özkalp, E. (2008), Sosyolojiye Giriş, 16. Baskı, Bursa: Ekin Yayınevi.
- Özkan, S. (2015), Türk Eğitim Tarihi, 7. Baskı, Ankara: Nobel Kitap.
- Pusch, B. (1998), "Verschleierte Berufung?: Zur beruflichen Situation proislamischer Journalistinnen in der Türkei", Zeitschrift für Türkeistudien, Hrsrg. Zentrum für Türkeistudien, 11/2, Leske + Budrich: 213-231.
- Sakaoğlu, N. (1985), Eğitim Tartışmaları, Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Türkiye Ansiklopedisi, C. 2, İstanbul: İletişim Yayınları: 478-484.
- Sarıoğlu, M. (2012), Türk Eğitim Tarihinden Esintiler, , Kocaeli: Umuttepe Yayınları.

Şimşek, H. (2016), "Osmanlıdan Cumhuriyete Türk Üniversitelerinin Tarihsel Gelişimi", Dünyada ve Türkiye'de Üniversite, (Haz. N. Tozlu, V. Taşdelen ve M. Önal), Bayburt Üniversitesi Yayınları, Ankara: Hermas Tanıtım Ofset: 129-170.

Taşer, S. (2010), "Darülfünun-ı Şahane'de Kayıt, Ücret ve İmtihanlar ile İlgili Hususlar ve Başarılı Öğrencilerin Ödüllendirilmesi", Selçuk Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi, S. 29: 357-370.

Tekeli, İ. (1985), "Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Eğitim Sistemindeki Değişiklikler", Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Türkiye Ansiklopedisi, C. 2, İstanbul: İletişim Yayınları: 456-475.

Tekeli İ. (2010), "Cumhuriyet Öncesinde Üniversite Kavramının Ortaya Çıkışı ve Gerçekleştirilmesinde Alınan Yol", Türkiye'de Üniversite Anlayışının Gelişimi (1861-1961), (Ed. N. K. Aras, E. Dölen, ve O. Bahadır), 2. Baskı, Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi: 19-51.

Tunaya, T. Z. (1984), Türkiye'de Siyasal Partiler, Cilt 1- İkinci Meşrutiyet Dönemi (1908-1918), 2. Baskı, İstanbul: Hürriyet Vakfı Yayınları.

Tunçay, M. (1984), „Der Laizismus in der Türkischen Republik“, Jahrbuch zur Geschichte und Gesellschaft des Vorderen und Mittleren Orients, Thema: Islam und Politik in der Türkei, (Hrsg. J. Blaschke & M. v. Bruinessen, Berlin: Express Edition: 53-93.

Tunçay, M. (2005), Türkiye Cumhuriyeti'nde Tek-Parti Yönetimi'nin Kurulması (1923-1931), 4. Baskı, İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Usta S. ve Çelik V. (2015). "Türkiye'de Cumhuriyet Sonrası Kamu Yönetimi Eğitiminin Gelişimi". Kamu Yönetimi Eğitimi-Geçmişten Geleceğe Ulusal Perspektifler (Ed.Parlak B., Okcu M. ve Akman M.). Bursa: Ekin Yayınevi.

Üstel, F. (2009), "Nakul Vatandaş"ın Peşinde, 4. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları.

Wedel, H. (1990), "Türkei im Wandel – 1. Bonner Türkei- Forum 29.10.1990-", Zeitschrift für Türkeistudien, Hrsg. Zentrum für Türkeistudien, 3/2, Leske + Budrich: 173-181.

Yavuz, H. (1998), Osmanlılık, Kültür, Kimlik, 2. Baskı, İstanbul: Boyut Kitapları.

Zürcher, E. J. (2007), Modernleşen Türkiye'nin Tarihi, Çev. Yasemin Saner Gönen, 21. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları.

Extended Summary

The Effect of Official Ideology on Higher Education from Darülfünun to Istanbul University

In the construction processes of modern nation states, education has served a fundamental function. Abandoning the traditional sense of belonging and building a new belonging was seen as imperative. In traditional state structures, communities of different ethnic and religious backgrounds could live under the administration of the same state. The decisive factor in the belonging of individuals was the religious community to which they belonged. People defined themselves with the religious community they were in. There was no loyalty to the state in today's sense. There was no emotional connection between the state apparatus and individuals in the current sense.

Modern states have gone on to build their own citizens. People with different ethnic and religious characteristics living in different parts of the country tried to be shaped by the identity presented to them by the state. With the spread of schooling across the country and the gradual transition to compulsory education, the official language of the state was taught throughout the country and other languages were destroyed over time. States first formed, then they built their own nation.

A serious transformation in the field of education had become necessary for both the growing bureaucracy network and the training of equipped personnel needed by the industry. In this context, great jobs were also assigned to higher education institutions.

The effects of the French revolution were spreading rapidly and after a while, this situation started to have serious effects, especially on non-Muslims living in the Ottoman State. The transformation of the country into a modern state and the construction of the state-bound citizen had become imperative. In this context, after establishing military and medical training institutions in the first place, gradual schooling was expanded. In these schools, both the needed personnel would be trained, and the "Ottoman" would be built. Schools opened in accordance with the political conditions of the time and changes in the curriculum in these schools began to manifest themselves.

After the declaration of the republic, a university structured in line with the goals of the new regime was deemed mandatory and steps were taken in this direction gradually. It was aimed to raise new generations that are compatible with both the "History Thesis" and the "language" policy and the principles of the regime.

In this study, it was tried to examine the development and transformation of Higher Education institutions from the Ottoman Empire to the Republic by making a literature review. In addition, my Ph.D. study (2011) and the article titled "School in the National Identity Building in the Ottoman State" (2014) were also used.

The historical development process of the university institution took place over long centuries. The foundation of universities in Europe goes back to the institutions called the "*studium generale*" in the Middle Ages. In these institutions, in addition to the clergy, officials who would work in public affairs were also trained. Studium general was originally called "university" for the structures organized as a guild by teachers and students. However, over time, this concept was used to describe higher education institutions. Universities provided educational services with political will or authority given by the church. With the fee received from the students, they survived autonomously. Between the 11th and the 16th centuries, they were only limited to education. The medieval university was not included in humanism, enlightenment, Renaissance and reform movements in the West starting from the 16th century, and the changes and transformations in the field of science and industry. Most of the breakthroughs in these areas have developed outside universities. A serious transformation took place between the 16th and 19th centuries at the universities and started to be a part of this change and transformation. Universities have ceased to be not only educational institutions but also started to conduct scientific research and produce information.

Education in the Ottoman Empire was created in accordance with the empire's understanding and possibilities of the pre-industrial period. In traditional education, it was engaged in training few people and creating a small upper class that was needed. In this context, educational institutions mainly operated in order to train the science class and the executive class. While the training of the İlmîye class took place in the madrasahs, the military class was trained in Enderun (Tekeli 2010: 19-20). The Ottoman educational system and Western educational institutions were in a certain balance until the 1600s. However, after the scientific developments in the West, this balance began to deteriorate.

The construction of a modern nation made it impossible for different social groups to provide education independently from their own educational institutions. Higher education institutions, which were previously trained in military and medical fields, were opened, and schools for civilian fields were opened in time. The aim was to build a nation that ignores differences through these schools.

Different attempts were made after the idea of establishing a university emerged. With the establishment of Darülfünun, an important step was taken in terms of higher education. The university founded also reflected the ideology of the period. While an Islamist line was considered important during the reign of Abdulhamid II, it can be said that after the second Constitutional period, it moved to a more secular line in education.

It was observed that Darülfünun and the official ideology could not act harmoniously at many points in the early Republican period. Darülfünun was closed down and Istanbul University was founded instead of the reforms to be made as a carrier of Kemalist ideology. The newly established university would operate in harmony with the historical and language theses of official ideology. Most of the academic staff, which are not compatible with the official ideology, have been dismissed.

Elitlerin Etnik Kimlikleri Manipülasyonu: Suriye Örneği¹

Ayhan Sarı² 

Elitlerin Etnik Kimlikleri Manipülasyonu: Suriye Örneği	Elite's Manipulation of Ethnic Identities: The Case of Syria
Öz Elitler neden belirli etnik kimlikleri manipüle eder ve bu manipülasyon nasıl gerçekleşir? İlgili literatür elitlerin etnik kimlikleri kendi siyasal ve maddi çıkarlarını maksimize etmek için manipüle ettiğini iddia ederken, neden etnik kimliklerin seçildiğini ve manipülasyonun nasıl gerçekleştiğini yeterince açıklayamamaktadır. Bu çalışmada 2011 yılında barışçıl gösteriler olarak başlayan ve kısa bir süre sonra kanlı bir iç çatışmaya dönüşen Suriye iç savaşı örnek olay olarak incelenmiştir. Bu minvalde Suriyeli mülteciler ile yapılan mülakatlar ve incelenen ikincil kaynaklar sonucunda, Beşar Esad liderliğindeki rejimin iktidarını devam ettirebilmek adına, göstericileri ve muhalefeti bölmek amacıyla Sünnileri yalnızlaştırarak Alevi ve diğer azınlıkların kendi tarafına çekmeye çalıştığı anlaşılmıştır.	Abstract Why and how do elites manipulate certain ethnic identities? While scholars argue that elites manipulate ethnic identities to maximize their material interests, they insufficiently explain how this manipulation operates and why ethnic identities are selected. The case study for this research is the Syrian civil war, which started as a peaceful protest in 2011. The findings of this study, derived from the interviews conducted with Syrian refugees and secondary sources, suggest that the Assad regime in Syria manipulated the ethnic division between Sunnis and Alawites to divide the opposition and isolate the Sunni population from other minorities to maintain their rule in Syria.
Anahtar Kelimeler: Elit Manipülasyonu, Etnik Kimlikler, Suriye İç Savaşı	Keywords: Elite Manipulation, Ethnic Identities, Syrian Civil War
JEL Kodları: D74, D81, D91	JEL Codes: D74, D81, D91

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı	Bu çalışma 22.10.2022 Freie Üniversitesi, Siyaset ve Sosyal Bilimler Enstitüsü araştırma etiği belgesi onayı ile bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmıştır.
Yazarların Makaleye Olan Katkıları	Yazarın makaleye katkısı %100'dür.
Çıkar Beyanı	Yazar açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.

¹ Bu çalışma Freie Üniversitesi, Siyaset ve Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siyaset Bilimi Anabilim Dalı'nda, Prof. Dr. Thomas Risse danışmanlığında, Ayhan Sarı tarafından 'How Ethnic Identities Changes During Civil War: The Case of Syria' başlığı ile tamamlanarak 31.05.2022 tarihinde savunulan doktora tezinden üretilmiştir.

² Dr., ayhan9021@gmail.com

1. Giriş

İnsanların topluluk halinde yaşamaya başladığı, yerleşik düzene geçtiği zamanlardan bu yana iç savaşlar en çok tekrarlanan savaş biçimlerinden bir tanesi olagelmıştır. Soğuk savaşın bitimi, Sovyetler Birliği'nin çöküşü akabinde ise etnik iç savaşların sayısı çarpıcı bir biçimde yükselmiştir. Etnik iç savaşların sayısının yükselmesine paralel olarak bu hadiseyi olan ilgi artmış ve daha fazla siyaset bilimci konu üzerinde çalışmaya başlamıştır. Çalışmaların ekseriyeti etnik kimlikleri iç savaşların bir sebebi olarak ele almış, etnik kimliklerin iç savaşı nasıl ve neden başlatmış olabileceği araştırılmıştır. Bu çalışmaların içerdiği temel sorulardan bir tanesi, etnik savaşları ekonomik/materyal saiklerin mi yoksa etnik kimlikler arasında var olan kinin mi tetiklediğidir (Cederman & Vogt, 2017).

Bu çalışmada ekonomik/materyal saiklerin temel argümanları incelenecek ve etnik kimliklerin tetiklenmesi hususunda öne sürdükleri teoriler ve argümanlardan üretilen bir hipotez, Suriye iç savaşı örneğinde test edilecektir. Materyal yaklaşımın etnik kimliklerin tetiklenmesi ve iç savaşa sebep olması hususunda öne sürdükleri temel argüman elitlerin manipülasyonudur. Bu anlayışa göre elitler, etnik kimlikleri kendi siyasi ve maddi çıkarları çerçevesinde manipüle etmektedirler (Fearon & Laitin, 2000). Elitler kimi zaman bir seçimi kazanmak (Wilkinson, 2004), kimi zaman da gelmekte olan etnik çatışmada taraftar edinmek adına (Kaufmann, 1996) kitleleri etnik kimlikleri göre manipüle edebilmektedirler. Bu yaklaşıma göre elitler ana aktör ve kitleler de bu aktörlerin manipülasyonuna maruz kalan gruplardır. Söz konusu olan kin ve düşmanlıktan ziyade, rasyonel çıkarları çerçevesinde hareket eden elitlerin stratejik hamleleridir (Fearon & Laitin, 2000).

Elitlerin etnik kimlikleri kendi çıkarları çerçevesinde manipüle ettiğine yönelik teori, bu çalışmada Suriye iç savaşı örneğinde test edilecektir. Bu teoriden üretilen hipotezin test edilmesinin yanı sıra, elitlerin kitleleri nasıl manipüle ettiği ve kitlelerin bu manipülasyona neden ayak uydurduğu soruları cevaplanmaya çalışılacak, süreci aydınlatması umulan bir nedensel mekanizma oluşturulacaktır. Bu sayede elitlerin manipülasyonu teorisi ve etnik kimliklere etkisi üzerine yapılan çalışmaların cevaplandırılmadığı, manipülasyonun sahada nasıl işlediği ve kitlelerin neden manipüle olmayı seçtikleri soruları cevaplandırılmaya, literatürdeki bu eksiklik giderilmeye çalışılacaktır.

Suriye iç savaşı birçok yönden bahse konu olan teorinin test edilmesi açısından uygun bir vakadır. 2011 yılının Mart ayında Dara kentinde başlayan barışçıl gösteriler (Droz-Vincent, 2014; Pearlman, 2016a; UNHRC, 2011), bir süre sonra Ağustos 2011, Temmuz 2012 yılları arasında tam manasıyla bir iç savaşa dönüşmüştür (Phillips, 2015). Esad rejiminin baskıları (Pearlman, 2016b; SCPR, 2014; Corstange & York, 2018), siyasal özgürlük talepleri (Droz-Vincent, 2014; İsmail, 2011), kötü ekonomik koşullar ve ayrımcılık (Hinnebusch, 2012; Nasser vs., 2013) protestoların altında yatan temel sebepler olarak öne sürülebilir. Genel olarak Arap Baharından etkilenen ve temelinde daha özgür bir ülke ve daha iyi yaşam koşulları talebi olan ve farklı etnik grupların da katılım gösterdiği protestolar, bir süre sonra özellikle Sünni ve Aleviler³ arasında cereyan eden mezhepsel bir iç savaşa dönüşmüştür (Abbas, 2011; Byman, 2019). Yaşanan bu dönüşümde Esad rejiminin etnik kimlikleri manipüle edip etmediği, eğer

³ Bu çalışmada kastedilen Aleviler, bir diğer adı Nusayri olan Arap Alevileridir.

cevap olumluysa bu manipülasyonun amacı, nasıl işlediği ve kitlelerin reaksiyonu araştırılması gereken önemli sorulardır. Elitlerin manipülasyonu teorisi çerçevesinde bu sorulara Suriye örneği incelenerek cevap aranacaktır.

Araştırma sorusunu cevaplamak amacıyla incelenen Suriye iç savaşında öncelikle İstanbul ve Gaziantep illerinde 41 Suriyeli mülteci ile iletişime geçilerek mülakat yapılmış ve bu sayede bireylerin olası elit manipülasyonuna gösterdikleri reaksiyonlar ve bu manipülasyonların onlarda meydana getirdiği algılar incelenmiştir. Mülakat tekniği kullanılarak nedensel mekanizma hakkında daha fazla bilgi edinilmeye ve yaşanan etnik kimliklerin ayrışması, kutuplaşması süreci detaylarıyla birlikte aydınlatılmaya çalışılmıştır. Mülakatlarda edinilen bilgiler protestoların başladığı ilk zamanlardan bu yana yapılan diğer rapor ve akademik çalışmalarla desteklenmiş ve ikincil kaynakların yardımıyla katılımcıların verdikleri cevapların sahihliği kontrol edilerek oluşturulmaya çalışılan nedensel mekanizmanın güvenilirliğini arttırmak hedeflenmiştir.

Makalenin devamı şu şekilde organize edilmiştir. İlk olarak çalışmanın kuramsal çerçevesi anlatılacak, araştırma sorusu, teori ve hipotez hakkında detaylı bilgilendirme yapılacaktır. Sonrasında araştırma yöntemi açıklanacak ve araştırmanın nasıl tasarlandığından, eksik ve güçlü yönlerinden, olası yanılgılar ile başa çıkmak için alınan önlemlerden bahsedilecektir. Bir sonraki bölümde Suriye iç savaşına değinilecek ve bu vakanın neden bahsi geçen teori ve hipotezi test etmek için uygun bir vaka olduğu anlatılacaktır. Akabinde elde edilen bulguların analizine geçilecek ve ortaya çıkan nedensel mekanizma detaylı bir şekilde açıklanacaktır. Son olarak kısa bir sonuçla çalışma nihayete erdirilecektir.

2. Kuramsal Çerçeve

Elitler neden ve nasıl belirli etnik kimlikleri manipüle eder? Bu araştırma sorusunu cevaplandırabilmek adına materyalist/araçsal yaklaşımın bir ürünü olan elitlerin manipülasyonu teorisi incelenecek ve bu teoriden türetilen bir hipotez test edilecektir. Elitlerin manipülasyonu teorisinin açıklamasına geçmeden önce, materyal/araçsal yaklaşımın ne olduğuna, etnik kimlikler ile olan bağlantısına ve konstrüktivizm yaklaşımından farklarına kısaca değinmek teorisinin daha iyi anlaşılması açısından faydalı olacaktır.

Etnik kimlikler literatürü temelde etnik kimliklerin sosyal çevre ve toplum tarafından inşası ve değişkenliği çerçevesinde şekillenmiştir (Sekulic vd., 2006). Etnik kimliklerin inşa edilip edilemediği ve değişime açık olup olmadığı çerçevesinde gelişen tartışmalar sonucunda iki karşıt yaklaşım ortaya çıkmıştır (Vick & Ishiyama, 2010; Williams, 2015). Etnik kimliklerin sosyal olarak inşa edilebildiği ve değişime açık olduğunu iddia eden konstrüktivizm ve araçsalcılık bir tarafta, etnik kimliklerin değişime açık olmadığı ve sabit kaldığını iddia eden primordialist yaklaşım ise karşıt tarafta yer almaktadır (Hale, 2004). Primordialist yaklaşımın temel iddiası, bireylerin tek ve sabit bir etnik kimliğinin olduğu ve insani değişim süreçlerine kapalı kaldığıdır (Chandra, 2012). Primordiyalizmin bu argümanlarını reddeden konstrüktivizm ve araçsalcı yaklaşıma göre ise zamanla insan davranışlarına paralel olarak belli etnik kimliklerin sınırları ve üye olabilme kuralları farklılaşabilmekte ve bu değişim de etnik kimliklerin kendisinde bir değişime yol açabilmektedir (Fearon & Laitin, 2000).

Etnik kimliklerin değişebileceğini iddia eden ve primordiyalizmin temel argümanlarına karşı çıkan konstrüktivizm ve araçsalcılık yaklaşımları da kendi içlerinde ayrılmaktadırlar. Bu ayrışma, etnik kimliklerin sosyal olarak nasıl değiştiği ile alakalıdır. Araçsalcı yaklaşım bireylerin etnik kimliklerini kendi çıkarlarını arttırmak için inşa ettiğini ve bu sürecin insani süreçlerden ve söylemlerden bağımsız olduğunu iddia ederken, konstrüktivist yaklaşım bizzat çıkarların kendisinin sosyal olarak inşa edildiğini ve insani süreçlerin, gelişimin bir sonucu olarak meydana geldiğini savunmaktadır. Bu çalışmada incelenecek ve argümanları test edilecek olan yaklaşım çıkarlara odaklanan ve bu sebeple materyalist yaklaşım olarak da adlandırılan araçsalcı yaklaşımdır. Sonuç olarak araçsalcı yaklaşıma göre etnik kimlikler değişime açıktır, değişebilir ve bu minvalde insanların çıkarlarını genişletmek amacıyla kendilerinin bilinçli bir şekilde başlattığı bir süreçtir.

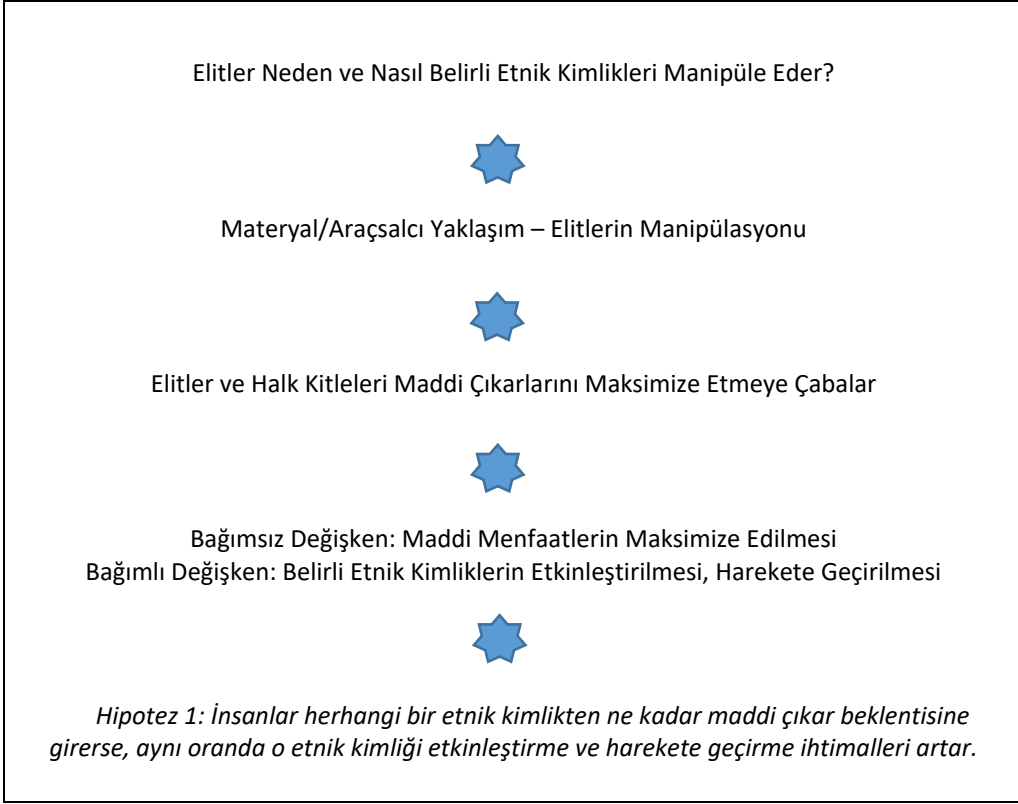
Fearon ve Laitin'e göre (2000), konstrüktivist bilim insanları neden belirli etnik kimliklerin inşa edildiğini ve bu sürecin nasıl işlediğini yeterince açıklayamamaktadır. Yine aynı yazarlara göre, araçsalcı yaklaşım bu konuya bir cevap sunmakta, elitlerin belirli etnik kimlikleri, kendi çıkarlarına en uygun etnik kimlikleri, manipüle ettiğini ve kitlelerin de yine kendi bireysel çıkarlarına uyması sonucunda bu manipülasyona ayak uydurduklarını iddia etmektedirler (2000: 875). Elitler kendi ajandaları doğrultusunda, kendi siyasi geleceklerine en uygun gördükleri etnik grup kültür ve özelliklerini ön plana çıkarabilir ya da etnik gruba yeni anlam ve hedefler seçme yolunu benimseyebilir. Bu sayede kendi çıkarlarına uygun hale getirdikleri etnik grup sayesinde diğer gruplarla mücadele edebilir ve çıkarlarını koruyabilirler (Kataria 2018).

Kitleler ve sosyal, etnik gruplar birçok şekilde manipüle edilebilir. Bunlardan bazıları, insanları gelecek hakkında şüphe ve korkuya sürüklemek, ülkeyi etnik kimliklere göre bölmek ve bunları kullanarak etnik şiddetin yolunu açmak şeklinde özetlenebilir (Lake & Rotschild, 1996). Böylece elitler ellerinden kaymakta olan iktidarlarını daha uzun bir süre koruyabilir ve kitleleri kendi iktidarlarına muhtaç bırakma yolunu seçebilirler. Araçsalcı yaklaşım elitlerin etnik kimliklerin belirginleşmesi ve etnik gruplar arasındaki ayrışmanın artmasındaki rolünü açıklamanın yanı sıra, bireylerin verdiği tepkiler ve mevcut manipülasyona bakış açılarını da incelemeye almaktadırlar. Bireylerin neden elitlerin manipülasyonuna uyduğu ve elitlerin istediği şekilde belirli etnik kimliklerini ön plana çıkarttığı sorusuna bu yaklaşımın verdiği cevap kısaca, bireylerin bahsi geçen etnik kimlik gruplarına üye olarak kendi kişisel çıkarlarını maksimize etmeye çabaladığı yönündedir (Kalin & Sambanis, 2018). Yukarıda da açıklandığı üzere, elitler siyasal iktidarları ve çıkarlarını korumak adına etnik kimlikleri manipüle ederken, bireyler de öç almak, yağmalamak ya da toprak edinmek amacıyla belirli etnik kimlik gruplarına üye olmayı ve bu gruplarla kendi etnik kimliklerini özdeşleştirmeyi seçebilirler (Fearon & Laitin, 2000: 874).

Bu açıklamalardan yola çıkarak oluşturulan bağımsız değişken, "*maddi çıkarların maksimizasyonudur*". Bağımlı değişken ise belirli "*etnik kimliklerin etkinleştirilmesi, harekete geçirilmesidir*". Etnik kimliklerin etkinleştirilmesi ya da başka bir ifadeyle harekete geçirilmesi özetle farklı etnik kimlik özellikleri arasından bazılarının özellikle seçilip ön plana çıkarılması, vurgulanmasıdır (Chandra, 2012). Buradan yola çıkılarak oluşturulan hipotez ise şu şekildedir:

Hipotez 1: İnsanlar herhangi bir etnik kimlikten ne kadar maddi çıkar beklentisine girerse, aynı oranda o etnik kimliği etkinleştirme ve harekete geçirme ihtimalleri artar.

Şekil 1: Kuramsal Çerçeve



Elitlerin manipülasyonu ile ilgili ana eleştirilerden bir tanesi kitlelerin neden bu manipülasyona uyduğudur (Kalin & Sambanis, 2018). Yukarıda da bahsettiğimiz üzere bu soruya verilen cevaplardan bir tanesi, elitlerin manipülasyonuna ayak uydurmak ve onlarla iş birliği yapmak bireylerin maddi çıkarlarıyla örtüşmektedir. Bir diğer açıklama ise grup içi, grup dışı ayrışmadır. Aynı gruba ait olan bireyler kendi grup üyelerini korumayı seçerken rakip, grup dışı bireyleri de dışlamayı ve ayrımcılığa maruz bırakmayı seçebilir. Son olarak, elitler kitleleri asimetrik bilgilerle (yalanlarla), oluşturdukları güvensizlik ortamıyla ve yarattıkları korku ile manipüle eder (Fearon & Laitin, 2000: 844-845). Araçsalcı yaklaşım her ne kadar kitlelerin manipüle olması ile ilgili cevaplar sunsa da bahsettikleri açıklamaların süreçleri ve nedensel mekanizmaları hakkında fazla bilgi verememektedirler. Buna ek olarak elitlerin neden salt materyal teşvikleri kullanmak yerine etnik kimlikleri de manipülasyonlarına dahil ettikleri sorusunun cevabı bulunmamaktadır (Kalin & Sambanis, 2018: 251). Özetle, araçsalcı yaklaşımın sunduğu argümanların daha fazla ampirik desteğe ihtiyaç duyduğu açıktır. Bu çalışmada araçsalcı yaklaşımın temel argümanları incelenecek, Suriye örneği üzerinden test edilecek ve olası bir nedensel mekanizma ortaya çıkarılmaya çalışılacaktır.

3. Araştırma Tasarımı

Elitlerin neden ve nasıl belirli etnik kimlikleri manipüle ettiğini araştırabilmek ve nasıl sorusuna cevap ararken kitlelerin reaksiyonlarını da anlamlandırabilmek adına araştırmada iki farklı analiz seviyesinde yürütülecektir. Öncelikle makro analiz düzeyinde rejimin, rejim mensubu elitlerin politikaları araştırılacaktır. Rejim mensupları ile mülakat yapmak mümkün görünmediği için bu hususta ikincil kaynaklara başvurulacaktır. Mikro analiz seviyesinde incelenecek olan bireylerin davranışları ve algıları ise gerçekleştirilen mülakatlar vesilesiyle anlaşılmaya çalışılacaktır.

Bu çalışmada veri toplamak için kullanılan ana metot bir nitel araştırma yöntemi olan mülakat tekniğidir. Mülakat tekniğinin seçilmesinin ana sebebi, bu yöntemin çatışma bölgelerinde ya da çatışmaya maruz kalmış insanlarla yürütülen araştırmalarda veri toplamak, teori test etmek ve nedensel mekanizmaları tespit etmek için uygun bir yöntem oluşudur (Mosley, 2013). Bunun yanı sıra, mülakat tekniği nedensel mekanizmanın açığa çıkarılması ve bireylerin belirli olayları nasıl algıladığının anlaşılabilmesi için elzem olan derin ve detaylı bilgilere erişim imkânı da sunmaktadır (Fujii, 2018; Mosley, 2013: 7). Bu özellikleri mülakat tekniğini bu araştırma açısından uygun bir yöntem olarak ön plana çıkartırken, bazı hususların da göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Bu konular, mülakat tekniği vesilesiyle elde edilen bilgilerin güvenilirliği ve araştırma etiği ile ilişkilidir.

Mülakat sonucu elde edilen verilerin öncelikle güvenilirliği ve geçerliliği sorgulanmalıdır. Mülakat esnasında doğru soruların sorulup sorulmadığı, katılımcıların sorulara dürüst bir şekilde cevap verip vermediği ve şayet cevaplar yanlış bilgiler içeriyorsa araştırmacının bu durumun farkına varıp varmadığı üzerinde ciddiyetle durulması gereken meselelerdir (Mosley, 2013: 21). Araştırmacı tarafından doğru soruların sorulup sorulmadığına gelince, yarı-yapılandırılmış soru tekniği bir çözüm olarak sunulabilir (Pearlman, 2016a). Bu çalışmada da uygulandığı üzere, yarı-yapılandırılmış soru tekniği sayesinde katılımcı hem belirli bir alana yönlendirilebilir hem de araştırmacının farkında olmadığı önemli meselelerin katılımcının belli oranda özgür bırakılması sayesinde farkına varılması sağlanabilir. Bunun yanı sıra katılımcılara yöneltilen sorular belirlenirken bu çalışmada yapıldığı gibi belli teorilerden faydalanılması halinde “doğru” soruların sorulmuş olma ihtimali yükseltilebilir.

Verilerin güvenilirliği ve geçerliliği ile alakalı bir diğer mesele de verilen cevapların doğruluğudur. Katılımcılara geçmişe yönelik soru sormanın, katılımcının unutmaması, yanlış hatırlaması ya da doğrudan yalan cevap vermesi gibi sakıncaları olabilir (Balcells, 2012; Wood, 2003). Bu probleme çözüm bulmak adına bu çalışmada öncelikle katılımcıların anlattığı olayların çapraz sorgulaması, araştırılması yapılmıştır. Bahsedilen olayın failleri, ortaya çıkma sebepleri ya da katılımcıların o olayı nasıl algıladığı tartışmasına girilmeden önce, ilk olarak bahsedilen olayın sahiden gerçekleşip gerçekleşmediği anlaşılmaya çalışılmıştır. Bunun için de mülakata katılan farklı görüşteki insanların aynı olay hakkındaki düşünceleri sorgulanmış ve buna ek olarak da ikincil kaynakların yardımıyla bahsedilen olayın gerçekten meydana gelip gelmediği incelenmiştir. Örneğin, katılımcılardan birinin anlattığı bir olay, mesela bir katliam, farklı görüşteki diğer katılımcılara da sorulmuştur. Faillerinden ve gerçekleştirilme sebeplerinden bağımsız olarak öncelikle farklı görüşlere sahip katılımcıların ve sonrasında

ikincil kaynakların bu olayın varlığını teyit etmesine çalışılmıştır. Ancak bu teyit sonrası ikinci aşamaya geçilmiş ve bireylerin bu olayı nasıl algıladığı ve araştırma özelinde etnik kimliklerin etkinleştirilmesine ne gibi katkılarda bulunduğu incelenmiştir. Son olarak, Fujii'nin (2010) meta-veri olarak adlandırdığı, katılımcıların mülakat esnasında gösterdikleri tepki ve duygular, bazı konulara verdikleri aşırı tepkiler, kimi konularda sessiz kalışları, vücut dilleri, jest ve mimikleri de araştırmacının dikkat kesilmesi gereken ve verilen cevapların doğruluğu hakkında bilgi edinebileceği verilerdir.

Mülakat tekniğinin bu çalışmada olduğu üzere savaş mağduru insanlar ile gerçekleştirilmesi durumunda özellikle araştırma etiğinin üzerinde inceliklerle durulması gerekmektedir. Katılımcıların zarar görmemesi, güvenilirliklerinin sağlanması, katılımcılara araç olarak değil, amaç olarak onurlu bir şekilde davranılması, rızalarının alınıp araştırma hakkında eksiksiz bir şekilde bilgilendirilmeleri araştırma etiğinin önemli parçalarıdır (Wood, 2006; Wood, 2008; Arjona vd., 2019; Fujii, 2018). Yeterli seviyede araştırma etiğine ulaşabilmek adına bu çalışmada araştırmacı yapılan her mülakat öncesinde kendisini tanıtmış, kimliğini göstermiş ve araştırmacının konusu hakkında katılımcıları bilgilendirmiştir. Güvenlik gerekçeleri sebebiyle katılımcıların gerçek isimleri yerine takma adlar kullanılmıştır. Katılımcıların hepsine araştırmacının iletişim bilgileri verilmiş, katılımcılara hem mülakatın ortasında hem de mülakat bittikten sonra fikirlerini değiştirmeleri halinde mülakatın araştırma çerçevesinde kullanılmamasını ve silinmesini talep edebilecekleri bildirilmiştir. Katılımcıların daha iyi hissetmesi, olası hataların önüne geçilmesi açısından ses kaydı almak yerine notlar tutulmuş, katılımcının farkına varmadan kendi kimlik bilgileri hakkında fazladan bilgi vermesi halinde katılımcılar uyarılmış ve bu bilgiler not edilmemiştir. Son olarak, katılımcıların mülakat tekliflerini reddetmeleri daha kolay olsun diye araştırmacı kendisi direk teklifte bulunmak yerine araçların vasıtasıyla mülakat tekliflerini olası katılımcılara iletmiştir.

Mülakatların teknik bilgilerine gelince, 2019 yılında gerçekleştirilen saha çalışmasında 24 farklı ortamda 41 katılımcı ile mülakat yapılmıştır. Mülakatların bazıları bire bir yapılırken, bazıları iki üç kişilik gruplarla gerçekleştirilmiştir. Mülakatların çoğunluğu katılımcıların evinde ya da iş yerlerinde gerçekleşmiş, birkaçı da çay bahçesi, restoran gibi mekanlarda yapılmıştır. Mülakatlar iki farklı şehirde, İstanbul ve Gaziantep'te yapılmış, dört ayrı aracı vasıtasıyla 'kar topu (snowball)' tekniği kullanılarak katılımcılarla irtibat sağlanmıştır. Katılımcıların en genci 22 yaşında, en yaşlısı ise 61 yaşındadır. Suriye kültür ve inancına göre kadınların yabancı erkekler ile görüşmesi uygun karşılanmadığından ve araştırmacının cinsiyeti erkek olduğundan mülakatların tamamı Suriyeli mülteci erkekler ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların arasında öğrenci, okul müdürü, işçi, tüccar, üniversite profesörü vd. çeşitli meslek mensubu insanlar bulunmaktadır. Katılımcıların eğitim ve gelir seviyesi de değişkenlik göstermektedir. Mülakatlarda elde edilen cevapların benzemeye başlaması sonucunda daha fazla mülakat yapılmamış ve analiz, ikincil kaynaklarla doğrulama/yanıtlama evresine geçilmiştir.

4. Suriye İç Savaşı

Herhangi bir teorinin sağlıklı bir şekilde test edilebilmesi ve sıradan bir hikâye anlatımının ötesine geçebilmesi için öncelikle o vakanın doğru vaka seçimi olduğunun tespit edilmesi gerekmektedir (Bennett & Checkel, 2015). Bu çalışmada da bir hipotez test edileceği için, seçilen vakanın bu hipotezi test etmeye uygun bir vaka olması ve bazı özellikleri barındırması önemlidir. Bu özelliklerden ilki, etnik kimlikleri kendi maddi, siyasi çıkarları çerçevesinde manipüle etme ihtimali olan bir elit grubunun var olmasıdır. İkincisi de araştırmaya konu olan değişkenlerin, örneğin etnik kimliklerin ve elitlerin faili olduğu siyasi/stratejik hamlelerin varyasyon, değişim barındırması gerekmektedir. Bahsedilen bu değişim, örneğin bireyler seviyesinde, belli bir süre içerisinde herhangi bir etnik kimliklerini etkinleştirmeleridir. Bu durumda araştırmacı x zaman sonrasında harekete geçen y etnik kimliğinin neden harekete geçtiğini araştırır. Benzer bir şekilde, eğer elitler daha önce etnik kimlik siyaseti gütmüyor, fakat belli bir zamandan, aşamadan sonra etnik kimlikleri manipüle etmeye başlıyorsa, bu sefer de elitlerin hangi saiklerle etnik kimlikleri kaşımaya başladığı araştırma konusu yapılabilir. Seçilen vakanın bu şekilde varyasyonları, öncesi ve sonrası arasında değişimleri barındırması gerekir ki araştırma sorusunun test edilebilmesi mümkün hale gelsin.

Suriye iç savaşı yukarıda bahsettiğimiz bu özellikleri barındırdığı görülmektedir. Öncelikle Suriye’de kuvvetli bir elitler grubu, Baas rejimi bulunmaktadır. Rejimin Sünniler ile diğer etnik gruplar, başta Aleviler olmak üzere, arasında etnik bir ayrışmayı tetiklemeye çalıştığına dair güçlü deliller bulunmaktadır. İkinci önemli faktör ise etnik kimliklerin yapısında, etkin hale gelme, harekete geçme oranlarında savaşın seyri esnasında bir değişim yaşandığı gözlemlenmektedir. Aşağıda daha detaylı anlatılacağı üzere, etnik kimlikler Suriye’de 2011 yılında başlayan protestolar esnasında geri planda kalmış, hatta farklı etnik gruplar bir araya gelerek Baas rejimine karşı ayaklanmayı seçmişlerdir. Fakat protestoların 2012 yılı yazında iç savaşa eğilmesi sonucunda, etnik ayrışma ön plana çıkmaya başlamış ve iç savaşı giderek etnik bir savaşa dönüşmüştür. Bu değişim sayesinde ki Suriye iç savaşı örneğinde etnik kimliklerde yaşanan değişimin altında yatan nedensel mekanizmanın araştırılabilmesi mümkün hale gelmiştir. Özetle yukarıda bahsedilen varyasyon, değişim bu vakada mevcuttur. Buradan yola çıkılarak seçilen bu vaka incelemesi üzerinden elitlerin manipülasyonunun etnik kimlikler üzerindeki etkisi araştırılacaktır.

Suriye iç savaşı incelenirken öncelikle yapılması gereken unsur, etnik kimliklerin gerçekten bir değişim yaşayıp yaşamadığının incelenmesidir. Eğer bu çalışmada iddia edildiği üzere şayet etnik kimlikler arasındaki ayrışma savaşın başlamasından sonra meydana çıktıysa, etnik kimliklerin hangi aşamadan sonra etkin hale geldiği, harekete geçtiği belirlenmelidir. Bu sebeple ilk olarak Suriye iç savaşının başlangıcı ve süreç içerisinde değişimi incelenecek, sonrasında elitlerin bu değişimde bir rolü olup olmadığı sorgulanacaktır.

Suriye iç savaşının başlangıcı olarak Şubat 2011 yılında başlayan ve akabinde Mart ayında Dara kentinde yoğunlaşarak ülkenin geneline yayılan barışçıl protestoları incelemek gerekmektedir (Droz-Vincent, 2014; UNHRC, 2011). Barışçıl gösteriler olarak başlayan bu ayaklanmalar, zamanla, Ağustos 2011, Temmuz 2012 yılları arasında tam manasıyla bir iç savaşa dönüşmüştür (Phillips, 2015). Yapılan mülakatlar ve faydalanan ikincil kaynaklar

neticesinde elde edilen bilgilere göre, 2011 yılında başlayan gösterilerin temel sebepleri olarak rejimin baskıcı yönetimi, kötü ekonomik koşullar, yolsuzluk, ayrımcılık ve eksik yerel hizmetler gösterilebilir. Rejimin baskıcı yönetimi ve yolsuzluk, katılımcılar tarafından en fazla dile getirilen sebeplerden bir tanesidir (Esved, mülakat, 26 Temmuz 2019). Katılımcıların birçoğu rejimin adete bir mafya örgütü gibi ülkeyi yönettiğini ve adaletin tesis edilemediğini iddia etmektedir. Bu doğrultuda verilen en ilginç örneklerden bir tanesi, sıradan bir vatandaşın herhangi bir fabrika veya iş yeri açmak istemesi durumunda rejime ya yüklü miktarda rüşvet vermek ya da rejime mensup bir elite ortaklık kurmak zorunda olmasıdır (Hamza, mülakat, 19 Haziran, 2019).

Gösterilerin bir diğer ana sebebi de kötü ekonomik koşullarıdır. İşsizlik, kötü yaşam koşulları katılımcıların neredeyse tamamının işaret ettiği bir meseledir (Sefer, mülakat, 29 Temmuz, 2019). Buna ek olarak devletin özellikle yerel hizmetler hususunda çok yetersiz olduğu, saatlerce beklenen ekmek sıraları, sokakların kirliliği ve yetersiz toplu taşıma gibi meseleler de insanların protestolara katılma sebepleri arasındadır (Talha, mülakat, 14 Mayıs, 2019; Kemal, mülakat, 7 Haziran, 2019). Son olarak rejim mensubu kimseler ile sıradan halk ve zenginler ile yoksullar arasında cereyan eden ayrımcılık da göstericilerin öne sürdüğü başlıca sebepler arasındadır. Rejim mensubu insanlar ya da rejime rüşvet verme gücü bulunan zenginler daha ferah bir hayat sürebilir ve Suriye'nin zenginliklerinden faydalanabilirken sıradan halk daha fazla yoksullukla, rejimin sert ve zalim yüzüyle, kötü yaşam koşulları ile boğuşmaktadır (Mahir, mülakat, 24 Temmuz, 2019; Zübeyr, mülakat, 30 Haziran, 2019).

İkincil kaynaklar, Suriye iç savaşı hakkında yapılan diğer çalışmalar da protestoların başlama sebebini mülakatlarda edinilen cevaplara paralel bir biçimde açıklamaktadır. Özgürlük talebi bu çalışmalarda da protestoların başlıca sebeplerinden bir tanesi olarak ön plana çıkmaktadır (Droz-Vincent, 2014; İsmail, 2011; Editors, 2011). Protestoların ilk anlarında sadece Sünniler değil, diğer etnik grup mensupları, Aleviler, Hristiyanlar, Dürzüler ve İsmaililer de mevcut rejimden ve yürüttüğü baskıcı yönetimden rahatsızdır ve protestoları desteklemektedirler (No108, 2011; Stolleis, 2015). Sünniler ve bu azınlık mensupları hep birlikte protestoların ilk aşamalarında demokrasi sloganları atmışlardır (Corstange & York, 2018). The Day After (TDA) tarafından gerçekleştirilmiş bir anket de bu iddiaları doğrulamakta ve katılımcıların ekseriyetinin daha demokratik bir yönetim altında yaşama isteklerini vurgulamaktadır (2016).

Yine katılımcıların iddia ettiği üzere, rejimin baskıcı yönetim biçimi gösterileri tetikleyen ana sebeplerden bir tanesidir (Pearlman, 2016b; SCPR, 2014). İsmail'in (2011) gösterilerin ilk yıllarında yaptığı çalışma da bu iddiaları desteklemekte ve protestolara destek veren insanların grup çıkarlarını yükseltmekten ziyade, sivil özgürlükleri ve demokratik, adil bir yönetimi arzuladıklarını göstermektedir. Yine yapılan diğer çalışmalar da katılımcıların bir başka iddiası olan, gösterilerin sebepleri arasında saydıkları ayrımcılık ve yolsuzluğun protestoların başlamasında önemli bir faktör olduğunu teyit etmişlerdir (Hinnebusch, 2012; Nasser vd., 2013). Özetle belirtmek gerekirse 2011 yılının Şubat ayında başlayan gösterilerin ana sebepleri sosyo-ekonomik faktörlerle ilişkilidir, genel olarak Arap Baharından etkilenmiştir (Abbas, 2011;

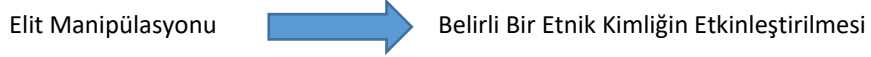
Leenders, 2013) ve etnik kimlikler, gruplar arası ayrışma gösterilerin başlangıç nedenlerini arasında yer almamaktadır.

Suriye iç savaşının bu araştırma çerçevesinde anlatımının ikinci önemli aşaması, etnik kimliklerin savaş esnasında önemli bir faktör haline gelip gelmediği, diğer bir ifadeyle harekete geçip geçmediğidir. İkinci bölümde anlatıldığı üzere, çalışmanın bağımlı değişkeni belirli etnik kimliklerin etkinleştirilmesi, harekete geçirilmesidir. Bu sebeple, neden belirli etnik kimliklerin etkinleştirildiği sorusuna cevap aramadan önce, Suriye vakasında herhangi bir etnik kimliğin savaş esnasında etkin hale geçip geçmediği sorgulanmalıdır. Yukarıda bahsedildiği üzere, Suriye iç savaşının ilk safhalarında etnik kimlikler aktif halde değildir. Bir diğer ifadeyle, savaşın patlaması esnasında önemli bir rol oynamamıştır. Savaşın ilerleyen safhalarında etnik kimliklerde bir hareketlenme yaşanıp yaşanmadığı bu vaka ve çalışma özelinde ikinci önemli araştırma konusudur.

Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Komisyonu'nun Suriye özelinde 2012-13 yılları arasında yaptığı çalışmalar sonucu ulaştığı nihai kanı, toplumsal yapının bozulduğu ve gruplar arası ilişkilerin gerildiği yönündedir (UNHRC, 2012; UNHRC, 2013a). Savaşın uzaması ile mezhepsel çatışmalar, Sünni ve Alevi gruplar arasında yaşanan ayrışma daha belirgin hale gelmiştir (UNHRC, 2013b). Daha demokratik bir ülkede yaşama ümidiyle başlayan protesto gösterileri, iç savaşın başlamasıyla birlikte tam manasıyla bir etnik savaşa dönüşmüştür (Byman, 2019). Ülkedeki toplumsal güven giderek kötüleşen şartların da etkisiyle erozyona uğramıştır (İsmail vd., 2017; No128, 2012; SCPR, 2015). Mülakat yapılan katılımcılar da bu hususa dikkat çekmiş, savaş öncesi bir arada yaşama imkânı bulunan Sünni ve Alevilerin savaş esnasında yaşanan olaylar sonucunda bir arada yaşama ihtimallerinin oldukça azaldığını vurgulamışlardır (Kemal, mülakat, 6 Haziran, 2019). Sonuç olarak özetlemek gerekirse, Suriye iç savaşı örneği araştırma konusu olabilecek önemli bir muamma içermektedir. Bu muamma ise, savaşın başlarında herhangi önemli bir rolü olmayan etnik kimliklerin ve bazı etnik gruplar arasındaki yaşanan ayrışmanın nasıl savaş esnasında değişim geçirdiğidir. Daha demokratik ve refah bir ülkede yaşama ümidiyle başlayan gösteriler, zamanla etnik gruplar arasında bir çatışmaya dönüşmüştür. Bu dönüşümün gerçekleşmesinde elitlerin manipülasyonu olup olmadığı, eğer cevap evetse manipülasyon sürecinin nasıl işlediği ve bireylerin, kitlelerin bu manipülasyona nasıl tepki verdiği bu çalışmada incelenecek başlıca sorulardır.

5. Analiz

Araçsal yaklaşımın temel argümanlarına göre aktör olan elitler bireysel çıkarlarını maksimize etmek adına etnik kimlikleri manipüle etmektedirler. Yönetimini üstlendikleri toplumu ayrıştırarak, ayrışmanın taraflarından bir tanesini kendi yanlarına çekerek siyasal güçlerini arttırmak adına etnik grupları manipüle ederler (Fearon & Laitin, 2000). Buradan yola çıkılarak nedensel mekanizmanın ilk halinin şu şekilde olduğu iddia edilebilir:



Nedensel mekanizmanın detaylandırılması ve sürece odak tutma amacıyla ilk olarak bu göstergenin sol tarafında yer alan elitlerin Suriye iç savaşı özelinde kimler olduğu, etnik kimlikleri neden ve nasıl manipüle ettikleri ve son olarak da kitlelerin nasıl reaksiyon verdikleri incelenecektir. Bir önceki bölümde anlatıldığı üzere, Suriye'deki elitler Beşar Esad'ın bizzat kendisi ve liderlik ettiği rejim mensupları olarak ifade edilebilir. Ayrıştırmanın parçası, harekete geçirilen ve etkin hale getirilen etnik kimlikler olarak da Sünni ve Alevi etnik grupları öne sürülebilir.

Rejimin Sünni ve Aleviler arasında bir etnik çatışma oluşturma çabasının, bahse konu olan etnik kimlikleri manipüle etme sebeplerini incelediğimizde, mülakat katılımcılarından en fazla alınan yanıt olarak muhalefetin bölünmek istenmesi ön plana çıkmaktadır. Bir katılımcının işaret ettiği üzere, Beşar Esad'ın etnik kimlik kartını oynamasının birinci sebebi, muhalefeti bölmek ve kendisini, başta Aleviler olmak üzere, azınlıkların hamisi olarak göstererek onların desteğini kazanmaya çalışmaktır (Mustafa, mülakat, 6 Haziran, 2019). Bir önceki bölümde de detaylıca bahsedildiği üzere, 2011 yılında başlayan barışçıl gösteriler sadece Sünni popülasyon tarafından değil, Aleviler, Hristiyanlar ve diğer azınlık mensupları da desteklenmiştir (Stolleis, 2015; Phillips, 2015). Bu durumun farkında olan ve halkın çoğunluğuna karşı ayakta duramayacağı hesabını yapan Beşar Esad, Sünni ve Aleviler arasındaki ayrışmayı tetikleyerek Aleviler öncülüğünde azınlıkları kendi tarafına çekmeye ve böylece muhalefeti zayıflatmayı amaçlamıştır (Mahmud Osman, mülakat, 18 Haziran, 2019). Söylem düzeyinde bölme stratejisinin en önemli ayağı, Alevi ve diğer azınlıkları olası bir Sünni yönetim hakkında korkuya düşürüp, çoğunluğun hükmetmesi halinde azınlıkları yok edeceği söylemini ön plana çıkarması olmuştur (Mustafa, mülakat, 6 Haziran, 2019). Rejim böylece Sünnileri diğer azınlık mensuplarından izole etmeye çalışmış ve kendisine daha sadık olduğunu düşündüğü Alevileri saflarına çekmeye çalışmıştır (Droz-Vincent, 2014: 41-42). Sünnilerin izole edilmesi ve Alevilerin rejim safına çekilmesi iki sebepten ötürü Beşar Esad açısından aşırı bir önem arz etmektedir. Bu sebeplerden birincisi, rejimin kritik görevlerdeki mensuplarının ekseriyeti Alevi mezhebine mensup bireylerden oluşmasıdır. İkincisi, güvenlik birimlerinde kritik görevlerin önemli bir çoğunluğu, ayaklanma sonrası Sünni görevlilerin azledilmesi sonrası neredeyse tamamı, Aleviler tarafından doldurulmuştu (Droz-Vincent, 2014: 50). Bu iki sebepten ötürü rejimin Alevileri muhalefetten ayırması ve kendi safına sadık destekçileri olarak tekrar geri çekmesi kendi varoluşu açısından hayati bir önem taşımaktaydı.

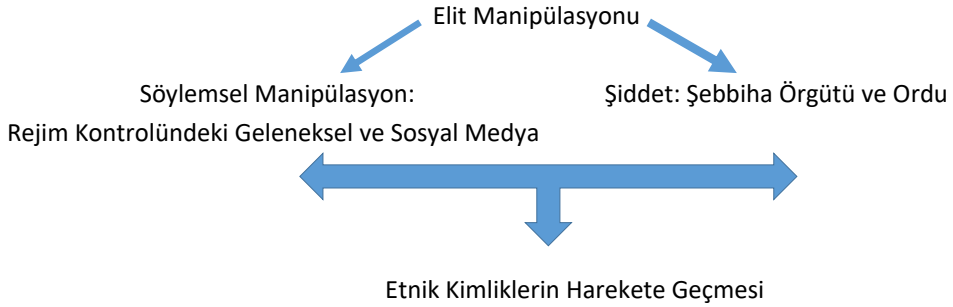
Özetle, 2011 yılı Şubat ayında başlayan ayaklanmalar ve barışçıl gösteriler rejimin bizzat varlığını tehdit etmekte ve Suriye halkının önemli bir çoğunluğu tarafından

desteklenmekteydi. Beşar Esad iktidarını devam ettirebilmek amacıyla muhalefeti bölmek, Sünnileri izole etmek ve başta Aleviler olmak üzere azınlıkların desteğini tekrar kazanabilmek adına etnik kimlik kartını ortaya sürmüş ve manipülasyona girişmiştir. Etnik manipülasyonun elitler açısından sebebi kısaca budur. İkinci aşamada elitlerin, Esad rejiminin bu manipülasyonu nasıl gerçekleştirdiği incelenmelidir. Nasıl sorusu cevaplandırılırken iki unsurun ön plana çıktığı görülmektedir: söyleme dayalı manipülasyon ve stratejik şiddetin araçsal kullanımına dayalı manipülasyon. Söylemsel planda rejimin bir numaralı manipülasyon aracı geleneksel medya ve sosyal medya araçlarının kullanımınıdır. Bu medya aygıtlarını kullanarak sürekli bir şekilde isyancıların ve gösterilere katılanların radikal teröristler olduğu algısını oluşturmaya çalışmıştır (Abbas, 2011; No128, 2012). Muhalefetin ve göstericilerin aşırı İslamcılar olarak gösterilmesi ve bu söylemlerin sürekli tekrarlanması rejimin başvurduğu önemli araçlardan bir tanesidir (Phillips, 2015: 369; Droz-Vincent, 2014: 55). Yapılan çalışmaların birçoğu da rejimin oluşturmaya çalıştığı bu algıda başarılı olduğunu ve azınlıkların zamanla muhalefeti aşırı İslamcılar olarak algılayıp aralarına mesafe koymaya başladığını göstermektedir (UNHRC, 2017; No143, 2013). Bu çalışmaların birinde Alevi bir katılımcının verdiği cevap yapılmak istenilen algının ve manipülasyonun başarısını göstermek açısından önemlidir (Stolleis, 2015: 22): *“Aniden korkmuş ve fikirlerimi değiştirmiştım. Yaşadıklarımızın artık bir devrim olmadığını anlamıştım.”* Sonuç olarak rejimin söylemsel düzeyde azınlıkları korkutmak ve Sünnileri aşırı İslamcılar olarak yaftalayıp bu iki grubun arasını açma hususunda başarılı olduğu söylenebilir. Rejim manipülasyonunun ikinci ayağında şiddet aracını da kullanarak söylemsel düzeyde yapmaya çalıştığı ve büyük oranda başarılı olduğu manipülasyonu tamamen erdirmiştir.

Rejimin en az söylemsel manipülasyon kadar, hatta ondan daha da başarılı manipülasyon aracı, şiddetin stratejik olarak kullanımınıdır. Sünni ve Alevi etnik gruplar arasındaki ayrışmayı tetiklemenin en önemli araçlarından bir tanesi Şebbiha örgütünün kurulması ve yürüttüğü faaliyetleridir. Rejimin Alevi etnik gruba mensup insanlardan oluşturduğu Şebbiha örgütü Sünnilere yapılan saldırıların ve katliamların en başat aktörleri arasındadır (Ahmet, mülakat, 19 Temmuz, 2019). Şebbiha örgütünün bu şekliyle kurulması ve Sünnilere yapılan saldırılarda başrol oynaması, Sünni ve Alevi etnik gruplarını ayrıştırma ve etkin hale getirme açısından iki ucu keskin bıçak misali bir işlev görmüştür. Bir taraftan Sünniler bu grup eliyle katledilip, Alevilere karşı kıskırtılırken, diğer taraftan da tarafsız kalma niyeti taşıyan, Sünnilere karşı herhangi bir pozisyon almayan Alevi bireyler, olası bir karşı saldırı korkusuna kapılıp zoraki bir biçimde rejimle ittifak etmeye itilmiştir. Çünkü hem Sünniler hem de Aleviler Şebbiha örgütünün sadece Alevi etnik kimliğe sahip insanlar tarafından oluşturulduğunun farkındadır. Sünniler kendilerine yapılan zulmün sorumlusunu Aleviler olarak görüp bu şiddeti destekleyip desteklemediklerine bakmaksızın tüm Alevileri bir kefeye koyarak düşmanlaştırabilirken, Aleviler de Sünnilerin bu hisler ve algılar çerçevesinde kendilerinin bir dahli olmasa da oç alma saldırılarına maruz kalabileceklerinin farkındadırlar. Sonuç olarak rejim Alevilere şunu sunmaktadır: *“Benim aşırı Sünnilere karşı mücadelemi desteklemezsen, seni yok ederler”* ya da *“biz düşerse seni koruyacak kimse kalmaz”* (Hamza, mülakat, 19 Temmuz, 2019).

Özetle, Şebbiha hareketinin yaptığı saldırılar sadece Sünni popülasyonu korkutmak için değil (Phillips, 2015: 369), aynı zamanda Alevileri silahlandırmak ve rejimin safına çekmek

(Stolleis, 2015: 20) ve başta Aleviler olmak üzere azınlıkları korkutmak için de kullanılmıştır (Droz-Vincent, 2014: 41). Rejimin bu çabaları kendi başına başarılı olmanın yanı sıra, Suriye'ye gelen yabancı savaşçıların sayısındaki artış, İŞİD vb. örgütlerin kuruluşu ve Suriye'de faaliyete geçmesi de rejimin Aleviler ve azınlıklar üzerinde oluşturmaya çalıştığı, "sizin tek kurtuluşunuz biziz" algısının güçlenmesine yol açmıştır (Stolleis, 2015: 104-105). Son olarak, Şebbiha örgütünün yanı sıra, yukarıda da bahsedildiği üzere, rejimin kontrolündeki örgütün ağırlıklı olarak Alevi etnik kimliğe sahip insanlarca komuta edilmesi ve oluşması da Sünnilerin, yapılan saldırı ve katliamların faili olarak rejimin yanı sıra Alevileri de görmesine neden olmuştur (Mohammed, mülakat, 23 Temmuz, 2019). Sonuç olarak Suriye'deki elitler, Esad Rejimi etnik kimlikleri nasıl manipüle ettiği sorusunun cevabı söylemsel ve stratejik şiddet olarak iki maddede toplanabilir.



6. Sonuç

Şubat 2011 yılında Suriye'de başlayan barışçıl protesto gösterileri bir sene gibi kısa bir süre içerisinde tam manasıyla bir etnik iç savaşa dönüşmüştür. Protestoların başlama sebepleri, baskıcı Esad rejimini devirmek, daha özgür ve refah bir ülkede, onurlu bir yaşam sürmektir. Bu amaçla sadece çoğunlukta bulunan ve uzun yıllardır ülkede dışlanmış olan Sünniler değil, rejimin doğal müttefikleri olarak görülebilecek başta Aleviler olmak üzere, Hristiyanlar, Dürzüler, İsmaililer de gösterileri desteklemiş, tek bir kimlik, Suriyelilik çatısı altında birleşmişlerdir. Bu durumun farkında olan ve gittikçe yalnızlaşan Esad rejimi, kendisinin de Libya ve Mısır liderlerine benzer bir tehlikede ve iktidarını kaybetmek üzere olduğunun farkına varmış ve muhalefeti bölme yoluna başvurmuştur. Sünnileri yalnızlaştırmak, Alevi ve diğer azınlıkları ise kendi tarafına çekebilmek için etnik kimlik kartını devreye sokmuştur. Öncelikle söylemsel bazda kontrolü altında bulunan geleneksel, ulusal medya ve sosyal medya aracılığıyla protestocuların Suriye'yi bölmek isteyen teröristler ve aşırı İslamcılar olduğu algısını oluşturmaya çalışmıştır. Fiili olarak da söylemlerini desteklemek ve algıya maruz bırakılan kitlelerin yaydığı haberlere inanmasını kolaylaştırmak adına şiddeti stratejik bir araç olarak kullanmıştır. Rejim, Alevi etnik kimliğe mensup insanlardan oluşturduğu Şebbiha silahlı örgütü ile Sünni köylere ve kasabalara saldırılar düzenlemiş, böylece bir taraftan Sünnilerin Alevilere olan öfkelerini körüklerken, diğer taraftan Alevileri artan karşı saldırı ihtimalleri korkusuyla kendisine daha bağımlı hale getirmiştir. Buna ek olarak ordu mensuplarının ve kilit pozisyonundaki komutanların ağırlıklı bir biçimde Alevi etnik kimliğe mensup kişilerden oluşması ve ordunun Sünnilere yönelik yoğun saldırıları da bu algının pekişmesine katkıda

bulunmuştur. Bu politikalar sayesinde rejim bir tahta iki kuş vurmuş, iki etnik kimliğin daha aktif hale gelmesine ve kutuplaşmasına sebep olmuştur. Sünniler ile Aleviler arasındaki güven sarsılmış, protestoların ilk zamanlarında bir arada hareket edebilme kabiliyeti olan ve rejime karşı tek bir safta birleşen farklı etnik gruplar karşıt saflara geçmiştir. Sonuç olarak Esad rejimi etnik kimlik kartını manipüle etmede başarılı olmuş, muhalefeti bölmüş, Sünnileri yalnızlaştırmış, Aleviler başta olmak üzere Sünni olmayan azınlıkları kendi safına çekmeyi başarmış ve iktidarının çökmesini engellemiştir.

Suriye örneğinde görüldüğü üzere elitler kendi siyasi ve maddi çıkarları çerçevesinde gerek görmeleri halinde belirli etnik kimlikleri manipüle etme yoluna başvurabilmektedirler. Bu manipülasyonun temel sebebi toplumun farklı etnik kimlikler çerçevesinde bölünerek kendilerine en yakın etnik kimliğin desteğini kazanmak, diğerini düşmanlaştırmak ve bu ayrışma üzerinden kendi iktidarlarının devamını sağlamak olarak özetlenebilir. Elitlerin bu manipülasyonu nasıl yürüttüğüne gelince, iki önemli aracın, söylemlerin ve şiddetin ön plana çıktığı görülmektedir. Söylem ile hangi etnik kimliklerin ayrıştırılacağı ve harekete geçirileceği belirlenirken, şiddet vasıtası ile bu ayrışma desteklenmekte ve kitleler, istenilen etnik kimlikleri harekete geçirmeye, manipülasyona uymaya zorlanmaktadır.

Yapılan bu araştırma vesilesiyle, elitlerin neden sadece materyal teşvikleri kullanmak varken etnik kimlikleri manipüle etme yolunu seçtikleri, bu manipülasyonu nasıl gerçekleştirdikleri ve kitlelerin bu manipülasyona nasıl tepki verdikleri gibi literatürde yeterince işlenmemiş sorulara cevaplar aranmış ve yine literatürdeki bir eksiklik olan ampirik verilerin eksikliği giderilmeye çalışılmıştır. Her ne kadar bu araştırmada elde edilen veriler ve ortaya çıkarılan nedensel mekanizmanın genelleştirilebilmesi için tek bir vaka incelemesi yeterli olmasa da bu alanda yapılabilecek diğer çalışmalara örnek teşkil etmek açısından önemlidir. Ortaya konulan bulguların diğer örnek olaylar çerçevesinde de test edilmesi ve araştırmanın bireyler, manipüle edilen kitleler açısından genişletilmesi gelecekte yapılması muhtemel araştırmalara bırakılmıştır. İleride yapılabilecek bu tarz çalışmalar sayesinde sunulan sonuçların güvenilirliği ve geçerliliği arttırılabilecek ve mikro analiz seviyesinde bireylerin algılarının daha iyi anlaşılması sayesinde, ortaya çıkan nedensel mekanizma daha detaylı ve anlaşılır hale gelecektir.

Kaynakça

- Arjona, A., Mampilly, Z., & Pearlman, W. (2019), "Research in Violent or Post-Conflict Political Settings", *American Political Science Association Organized Section for Qualitative and Multi-Method Research, Qualitative Transparency Deliberations*, Working Group Final Reports, Report IV.2.
- Balcells, L. (2012), "The Consequences of Victimization on Political Identities: Evidence from Spain", *Politics & Society*, Vol. 40, No. 3: 311-347.
- Bennett, A., & Checkel, J. T. (2015), *Process Tracing: From Metaphor to Analytic Tool*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Byman, D. (2019), *Road Warriors: Foreign Fighters in the Army of Jihad*, New York: Oxford University Press.
- Cederman, L.-E., & Vogt, M. (2017), "Dynamics and Logics of Civil War", *Journal of Conflict Resolution*, Vol. 61, No. 9: 1992-2016.
- Chandra, K. (2012). *Constructivist Theories of Ethnic Politics*, New York: Oxford University Press.
- Corstange, D., & York, E. A. (2018), "Sectarian Framing in the Syrian Civil War", *American Journal of Political Science*, Vol. 62, No.2: 441-455.
- Droz-Vincent, P. (2014), "State of Barbary" (Take Two): From the Arab Spring to the Return of Violence in Syria", *Middle East Journal*, Vol. 68, No. 1: 33-58.
- Editors, M. (2011), "Syria's Torment", <https://merip.org/2011/08/syrias-torment/>, (erişim: 04.2020).
- Fearon, J. D., & Laitin, D. D. (2000), "Violence and the Social Construction of Ethnic Identity", *International Organization*, Vol. 54, No. 4: 845-877.
- Fujii, L. A. (2010), "Shades of truth and lies: Interpreting testimonies of war and violence", *Journal of Peace Research*, Vol.47, No.2: 231-241.
- Fujii, L. A. (2018), *Interviewing in Social Science Research*, New York: Routledge.
- Hinnebusch, R. (2012), "Syria: from 'authoritarian upgrading' to revolution", *International Affairs*, Vol.88, No.1: 95-113.
- Ismail, R., Jebaie, J., Mehchy, Z., & Nasser, R. (2017), *The Conflict Impact on Social Capital: Social Degradation in Syria*, Damascus: Syrian Center for Policy Research.
- Ismail, S. (2011), "The Syrian Uprising: Imagining and Performing the Nation", *Studies in Ethnicity and Nationalism*, Vol.11, No.3: 538-549.
- Kalin, M., & Sambanis, N. (2018), "How to Think About Social Identity", *Annual Review of Political Science*, Vol.21: 239-57.
- Kataria, S. (2018), "Explaining Ethnicity: Primordialism vs. Instrumentalism", *Advances in Social Sciences Research Journal*, Vol.5, No.4: 130-135.
- Kaufmann, C. (1996), "Possible and Impossible Solutions to Ethnic Civil Wars", *International Security*, Vol.20, No.4: 136-175.
- Lake, D. A., & Rothchild, D. (1996), "Containing Fear: The Origins and Management of Ethnic Conflict", *International Security*, Vol.21, No.2: 41-75.
- Leenders, R. (2013), "Social Movement Theory and the Onset of the Popular Uprising in Syria", *Arab Studies Quarterly*, Vol.35, No.3: 273-289.
- Mosley, L. (2013), "Just to Talk People? Interviews in Contemporary Political Science", *Interview Research in Political Science*, (ed. L. Mosley), Cornell University Press: New York: 1-28
- Nasser, R., Mehchy, Z., & Ismail, K. A. (2013), *Socioeconomic Roots and Impacts of the Syrian Crisis*, Damascus: The Syrian Center for Policy Research.
- No108. (2011), *Popular Protest in North Africa and the Middle East (VI): The Syrian People's Slow-motion Revolution*, Damascus/Brussels: International Crises Group.

- No128. (2012), *"Syria's Mutating Conflict"* Damascus/Brussels: International Crises Group.
- No143. (2013), *"Syria's Metastasising Conflicts"*, Damascus/Cairo/Brussels: International Crises Group.
- Pearlman, W. (2016a), "Moral Identity and Protest Cascades in Syria", *British Journal of Political Science*, Vol.48: 877–901.
- Pearlman, W. (2016b), "Narratives of Fear in Syria", *Perspectives on Politics*, Vol.14, No.1: 21-37.
- Phillips, C. (2015), "Sectarianism and conflict in Syria", *Third World Quarterly*, Vol.36 No.2: 357-376.
- SCPR. (2014). *Syria Squandering Humanity: Socioeconomic Monitoring Report on Syria*. Damascus: Syrian Centre for Policy Research.
- SCPR. (2015), *"Alienation and Violence, Impact of Syria Crisis 2014"*, Damascus: Syrian Center for Policy Research.
- Sekulić, D., Massey, G., & Hodson, R. (2006), "Ethnic intolerance and ethnic conflict in the dissolution of Yugoslavia", *Ethnic and Racial Studies*, 797-827.
- Stolleis, F. (2015), *"Playing the Sectarian Card Identities and Affiliations of Local Communities in Syria"* Beirut: Friedrich Ebert Stiftung.
- TDA. (2016), *"Sectarianism in Syria: Survey Study"*, Istanbul: The Day After.
- UNHRC. (2011), *"Report of the independent international commission of inquiry on the Syrian Arab Republic"*, Geneva: United Nations Human Rights Council
- UNHRC. (2012), *"Report of the independent international commission of inquiry on the Syrian Arab Republic"*, Geneva: United Nations Human Rights Council
- UNHRC. (2013a), *"Report of the independent international commission of inquiry on the Syrian Arab Republic"*, Geneva: United Nations Human Rights Council
- UNHRC. (2013b), *"Report of the independent international commission of inquiry on the Syrian Arab Republic"*, Geneva: United Nations Human Rights Council
- UNHRC. (2017), *"Report of the independent international commission of inquiry on the Syrian Arab Republic"*, Geneva: United Nations Human Rights Council
- Vick, D., & Ishiyama, J. T. (2010), "Ethics and Identity Politics", *21st Century Political Science: A Reference Handbook*, SAGE Publications, Inc, Thousand Oaks, Calif:
- Wilkinson, S. I. (2004), *"Votes and Violence: Electoral Competition and Ethnic Riots in India"*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Williams, D. U. (2015), "How Useful are the Main Existing Theories of Ethnic Conflict?", *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, Vol.4, No.1: 157-152.
- Wood, E. J. (2003), *"Insurgent Collective Action and Civil War in El Salvador"*, New York: Cambridge University Press.
- Wood, E. J. (2006), "The Ethical Challenges of Field Research in Conflict Zones", *Qualitative Sociology*, Vol.29, No.3: 373–386.
- Wood, E. J. (2008), "The Social Processes of CivilWar: The Wartime Transformation of Social Networks", *The Annual Review of Political Science*, Vol.11: 539–61.

Extended Summary

Elite's Manipulation of Ethnic Identities: The Case of Syria


Why and how do elites manipulate ethnic identities? To answer this question, I examined the Syrian civil war, which began in 2011 as a peaceful protest and turned into a full-scale civil war towards the end of 2012. For this purpose, I conducted semi-structured interviews with 41 individuals in two cities in Turkey, Istanbul and Gaziantep, where most of the Syrian refugees live. I found the interviewees through four different mediators and used the snowball technique. I triangulated my findings with secondary sources to increase the validity of the responses I obtained from the interviews and overcome biases such as backward bias. I benefitted mainly from the reports of various organizations, such as the United Nations Human Rights Council, and other scholarly works to check the information I acquired from the interviewees.

Ethnicity is considered widely as a cause that may trigger a conflict's onset. The scholarship that examines the role of ethnic identities in civil wars emphasizes the elites' manipulation. According to the materialist/instrumentalist approach, ethnic identities are manipulated by the elites. The underlying reason behind this manipulation is the material interests of the elites. Elites manipulate ethnic identities to extend their political rule. By dividing the society according to their ethnic identities, elites aim to obtain the support of particular ethnic identities against their political enemies to stay in power. Elites could manipulate society according to their ethnic identities in various situations. In one case, they can manipulate ethnic identities to win an election. In another context, they could manipulate ethnic identities to survive an insurgency or a civil war. For these types of material interests, elites can attribute various characteristics to ethnic identities or change the features of an ethnic identity so that the identity fits their manipulation and political agenda. They can support this manipulation by injecting fear into society and presenting themselves as the savior and protector of particular ethnic identities. Elites can benefit from the military or paramilitary organizations in which they are in control to assault a particular ethnic identity to increase the polarization between different ethnic identities in society. Additionally, they can discursively manipulate society by using traditional and social media. The answer to why the masses follow this manipulation is quite similar to the underlying reason elites, in the first place, manipulate ethnic identities: maximizing material interests. According to the instrumentalist account, elites and masses seek to maximize their material interest and manipulate/activate the best-fitting ethnic identity.

The Syrian civil war is selected as the case study to test the main assumptions of the instrumentalist account and reveal a causal mechanism that may explain the ethnic manipulation and activation of certain ethnic identities. The Syrian civil war started as a peaceful protest in March 2011 and was widely supported by the Syrian people. At the onset of the insurgency, the Sunni majority and other minority sects, such as Alawites, Christians, Kurds, and Druzes, supported the demonstrations. All these social groups protested the Ba'ath Party and chanted for democracy, freedom, and justice. The protesters were primarily impressed by the Arab Spring that overthrew the old regimes in Tunisia, Libya, and Egypt and demanded a more free, prosperous, and justice state. However, after nearly one year, towards the summer of 2012, the peaceful demonstrations turned into an armed conflict. Subsequently, the peaceful protest turned into a full-scale civil war. During this conflict, the sectarian division between Sunnis and Alawites in Syrian society became apparent. Because of this ethnic division, one could start to describe the events in Syria as an ethnic conflict. In short, a peaceful protest affected mainly by the Arab Spring turned into an ethnic civil war between Sunnis and Alawites in the duration of the conflict, and a strong elite group, the regime led by president Assad seems to be responsible for this alteration.

I tested the main propositions of the instrumental account in the Syrian case. I strived to find out whether the elites of the Ba'ath Party were responsible for manipulating ethnic identities in Syria. I found out that the Assad regime vehemently strived to divide the opposition in Syria after the initial protests erupted. The Assad regime aimed to divide the opposition so that they could have a chance to overcome the insurgency and stay in power. The Ba'ath Party used two strategies to manipulate ethnic identities: discursive and strategic violence. Discursively, they labeled the Sunnis as radical/extremist Muslims and terrorists to isolate them from other sects and obtain the support of Alawites and other minority sects. To strengthen their discursive strategy, demonize the Sunni protestors and persuade the Alawites and other sects that their only ally and protector is the regime. For the violence strategy to divide society according to ethnic identities, the Ba'ath Party benefitted from the strategic use of violence. The regime in Syria created the paramilitary organization Shabbihas and recruited only Alawites to this group. They attacked Sunni villages and individuals and committed many atrocities. Thus, they could inject fear into both communities and increase the division between these ethnic groups. Sunnis feared that Shabbihas and the army could commit further atrocities and have been alienated from the Alawite community. The Alawite community, even if they did not support the action of the Shabbihas or the army, was aware of the atrocities towards the Sunnis and feared a possible revenge attack from the Sunnis that could target them. Ultimately, the division between these two ethnic groups intensified and became one of the main factors responsible for the ongoing conflict.

OECD Ülkelerinde Küreselleşmenin Kayıt Dışı Ekonomi Üzerindeki Etkisi: Momentler Kantil Regresyon Yönteminden Kanıtlar

Murat Eren¹ 

OECD Ülkelerinde Küreselleşmenin Kayıt Dışı Ekonomi Üzerindeki Etkisi: Momentler Kantil Regresyon Yönteminden Kanıtlar	The Impact of Globalization on the Shadow Economy in OECD Countries: Evidence from Method of Moments Quantile Regression
Öz <p>Bu çalışma, 1996 – 2018 dönemi için OECD ülkelerinde küreselleşmenin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisini gelir, savunmasız istihdam, enflasyon ve ticari açıklığın rolünü dikkate alarak incelemektedir. Değişkenler arasındaki ilişkiler, bağımsız değişkenlerin etkisinin, kayıt dışı ekonominin dağılımı boyunca değişebileceği ihtimali göz önünde bulundurularak sabit etkilerle momentler kantil regresyon yöntemi ile incelenmiştir. Sonuçlar, küreselleşme ve gelir düzeyindeki artışın kayıt dışı ekonomi düzeyini düşürürken, savunmasız istihdam, enflasyon ve ticaret açıklığındaki artışın kayıt dışı ekonomi düzeyini artırdığını göstermektedir.</p>	Abstract <p>The current research investigates the effect of globalization on the shadow economy in OECD countries while considering the role of income, vulnerable employment, inflation, and trade openness for the period 1996 – 2018. Considering the possibility that the impact of independent variables may vary throughout the distribution of the shadow economy, the correlations between the variables are studied by the method of moments quantile regression with fixed effects. The results show that the increase in globalization and income decreases the shadow economy size, while the increase in vulnerable employment, inflation, and trade openness increases the level of the shadow economy.</p>
Anahtar Kelimeler: Küreselleşme, Kayıt Dışı Ekonomi, MMQR	Keywords: Globalization, Shadow Economy, MMQR
JEL Kodları: C21 · O17 · F62	JEL Codes: C21 · O17 · F62

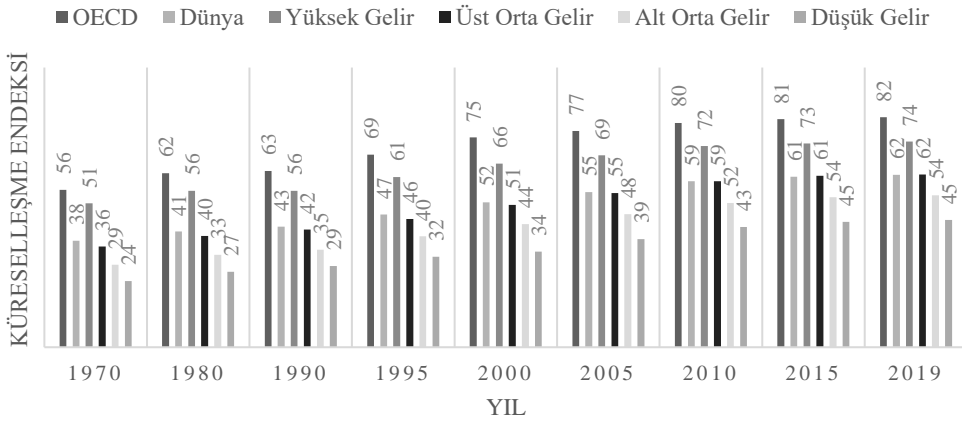
Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı	Bu çalışma bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmıştır.
Yazarların Makaleye Olan Katkıları	Yazarın makaleye katkısı %100'dür.
Çıkar Beyanı	Yazar açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Iğdır Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, murat.eren@igdir.edu.tr

1. Giriş

Ülkelerin uluslararası piyasalara ekonomik, sosyal ve siyasi açılardan entegrasyonunu ifade eden küreselleşme, uluslararası ticaretin yaygınlaşması ve internet kullanımının artmasıyla son yarım yüzyılda önemli derecede artış göstermiştir (Irani ve Noruzi, 2011). Özellikle 1980'li yıllardan itibaren ülkelerin küreselleşme eğilimlerinde görülen artış (Şekil 1), ülkelerin diğer ülkelerle olan etkileşimini artırarak ülke ekonomilerine katkıda bulunmuş, buna karşın ülkelerin diğer ülkelere karşı duyarlılıklarının da artmasına neden olmuştur. Artan küreselleşme sonucunda bir ülkede meydana gelen şok, diğer ülkelerin de bu şoktan kolayca etkilenebilmesine ve ekonomik dengesizliklerin küresel bir hal alabilmesine yol açmıştır (Pata ve Ela, 2021).

Şekil 1: Ülke gruplarına ve yıllara göre küreselleşme endeksinin gelişimi



Kaynak: Gygli vd. (2019)

Küreselleşmenin sermaye hareketleri, doğrudan yabancı yatırımlar, dış ticaret hacmi, tasarruflar ve yatırımlar aracılığıyla ülke ekonomilerini etkileyebildiği, ayrıca ülkeler arasındaki karşılıklı bağımlılığı artırarak finansal riski artırıcı bir rol oynayabildiği kabul edilmektedir (Liu vd., 2022). Öte yandan son yıllarda küreselleşmenin doğrudan ve kurumsal göstergeler aracılığıyla dolaylı olarak kayıt dışı ekonomi üzerinde etkili olabileceği tartışılmaktadır. Küreselleşme ile kayıt dışı ekonomi arasındaki ilişkiyi inceleyen kısıtlı literatürde ulaşılan sonuçlar ise değişkenler arasındaki ilişkinin ülkelere özgü niteliklere göre değişebileceğini, ilişkinin pozitif veya negatif olabileceğini göstermektedir (Pata ve Ela, 2021).

Güncel gelişmelere paralel olarak bu çalışmada, küreselleşmenin ülkelerin sosyo-ekonomik yapısı üzerinde yıpratıcı etkiler doğuran kayıt dışı ekonomi üzerindeki belirsiz rolü OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development – Ekonomik Kalkınma ve İş birliği Örgütü) ülkeleri için araştırılmıştır. Kayıt dışı ekonomi – küreselleşme ilişkisini konu alan literatüre katkıda bulunmayı amaçlayan çalışmada, diğer açıklayıcı değişkenler ile birlikte küreselleşmenin kayıt dışı ekonomiyi ne yönde etkilediği ve bu etkinin ülkelerin sahip olduğu kayıt dışı ekonomi düzeyine göre değişip değişmediği sorularına yanıt aranmaktadır. Bu araştırma soruları çerçevesinde geliştirilen çalışmanın literatüre katkısı ise şu şekildedir:

İlk olarak, kayıt dışı ekonominin belirleyicilerini araştıran önceki çalışmalarda vergi yükü, kurumsal düzenlemeler, yolsuzluk, gelir düzeyi, enflasyon, istihdam, finansal sektörün gelişimi

gibi ülkelerin içsel dinamiklerine yönelik faktörlere odaklanıldığı dikkat çekmektedir. Buna karşın küreselleşmenin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisi büyük ölçüde göz ardı edilmiştir. Bu çalışma ile özellikle 1990'lı yıllardan sonra artan sermaye hareketliliği, ticari ilişkiler ve dijitalleşme ile hız kazanan küreselleşmenin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisi incelenmiştir.

İkinci olarak, içinde bulunduğumuz çağda her geçen gün artan dijitalleşme ve hızlanan teknolojik gelişmeler yeni kayıt dışı ekonomik faaliyet alanları yaratmakta ve bu durum, mevcut analizlerin geçerliliğini kaybetmesine neden olabilmektedir. Kayıt dışı ekonomi konusunu ele alan mevcut çalışmalarda kayıt dışı ekonomi göstergesini temsilen Medina ve Schneider (2018) tarafından MIMIC (Multiple Indicators Multiple Causes - Çoklu Göstergeler Çoklu Nedenler) modeli ile geliştirilen ve 1991 – 2015 dönemini kapsayan endeksin kullanıldığı dikkat çekmektedir. Bu çalışmada ise Elgin vd. (2021) tarafından iki sektörlü DGE (Dynamic General Equilibrium – Dinamik Genel Denge) modeli ile geliştirilen, 1990 – 2018 dönemini kapsadığından daha güncel olan ve alternatif yöntemlere göre daha üstün kabul edilen kayıt dışı ekonomi endeksi kullanılmıştır.

Son olarak kayıt dışı ekonomiyi etkileyen faktörleri ele alan önceki çalışmalarda, en küçük kareler (Ateşgaoğlu vd., 2018; Navickas vd., 2019; Ajide, 2021) veya araçsal değişkenler (Luong vd., 2020; Khan vd., 2021) gibi ortalamaya dayalı regresyon yaklaşımlarıyla değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Bu yaklaşımlar, dolaylı olarak kayıt dışı ekonominin dağılımı boyunca bağımsız değişkenlerin etkisinin aynı olduğunu varsaymaktadır. Bu durum ise yüksek ve düşük kayıt dışı ekonomi düzeyine sahip ülkelerde bağımsız değişkenlerin kayıt dışı ekonomi üzerindeki farklı olması muhtemel etkilerinin tespit edilememesine neden olmaktadır. Ayrıca bu yaklaşımlar, sıfır ortalama, değişen varyans ve normal dağılım gibi bir dizi varsayıma dayanarak bağımsız değişkenlerin kayıt dışı ekonomi üzerindeki koşullu ortalama etkisini dikkate almaktadır. Ancak çoğu ekonomik gösterge normal dağılım sergilememektedir. Bu sorunların çözümünde ise Koenker (2004) daha üstün bir yöntem olan panel kantil regresyon yöntemini önermiştir. Bu çalışmada, önceki çalışmalardan farklı olarak kayıt dışı ekonominin dağılımının farklı noktalarında bağımsız değişkenlerin, bağımlı değişken üzerindeki etkilerinde olası farklılıkları gözlemlemek amacıyla sabit etkiler panel kantil regresyon yöntemi kullanılmıştır. Literatürde, küreselleşmenin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisini sabit etkiler kantil regresyon metodolojisi ile inceleyen başka çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu metodoloji kullanılarak özellikle ortalamanın üstünde ve altında kayıt dışı ekonomi düzeyine sahip ülkelerde koşullu dağılım boyunca kayıt dışı ekonominin belirleyicilerini ortaya çıkarmak ve bu doğrultuda politika önerilerinde bulunmak amaçlanmıştır.

Küreselleşmenin kayıt dışı ekonomik faaliyetler üzerindeki etkisi incelenirken, Aralık 2022 itibarıyla OECD'ye üye olan tüm ülkeler için değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemek amaçlandığından analiz, değişkenlere ve ülkelere ait tüm yıllık verilerin elde edilebildiği 1996 – 2018 dönemi ile kısıtlanmıştır. Dengeli panel veri analizi kapsamında yürütülen çalışmada, öncelikle değişkenlerin yatay kesit bağımlılıkları ve durağanlıkları incelenmiş daha sonra tahminler sabit etkiler panel kantil regresyon yöntemi ile birlikte çeşitli en küçük kareler tahmincileri ile gerçekleştirilmiştir. Küreselleşmenin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisi incelenirken küreselleşme değişkenini temsilen KOF küreselleşme endeksi, kayıt dışı ekonomik faaliyetleri temsilen ise Elgin vd. (2021) tarafından geliştirilen kayıt dışı ekonomi göstergesi kullanılmıştır. Gerek küreselleşme endeksi gerekse de dinamik genel denge modeline dayalı olarak hesaplanan kayıt dışı ekonomi göstergesi ikincil veriye dayanmaktadır. Söz konusu

dönem ve ülkeler için doğrudan – anket dayalı kayıt dışı ekonomi göstergesinin bulunmaması ise bu çalışmanın temel kısıtını oluşturmaktadır.

Çalışmanın devamı şu şekilde organize edilmiştir. "Teorik ilişkiler ve güncel çalışmalar" bölümünde, küreselleşmenin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etki mekanizmaları açıklanmış ve değişkenler arasındaki ilişkiyi ele alan başlıca çalışmalar incelenmiştir. "Veri ve metodoloji" bölümünde, değişkenler arasındaki ilişkinin incelenmesinde kullanılan verilerin kaynakları, ampirik model ve tahmin sürecinde kullanılan metodoloji tanıtılırken, "Ampirik sonuçlar ve tartışma" bölümünde diğer açıklayıcı değişkenler ile birlikte küreselleşmenin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisine ilişkin ampirik sonuçlara yer verilmiştir. Son olarak, "Sonuçlar ve politika önerileri" bölümünde ise tahmin sonucunda elde edilen bulguların değerlendirilmesi ve politika önerileri ile birlikte gelecekte yapılabilecek çalışmalara dair öneriler sunulmuştur.

2. Teorik İlişkiler ve Güncel Çalışmalar

Yapısı itibarıyla zor ölçülen bir ekonomik olgu olarak ortaya çıkan kayıt dışı ekonomi, gözlenemeyen (Buehn ve Schneider, 2009); yasal mallar üreten ancak resmi makamlar tarafından oluşturulan düzenlemelere uymayan (Ihrig ve Moe, 2004); parasal, düzenleyici ve kurumsal nedenlerle resmi makamlardan gizlenen tüm ekonomik faaliyetler (Medina ve Schneider, 2018) olarak tanımlanmaktadır. Kayıt dışı ekonominin parasal nedenleri arasında vergiden ve diğer ödemelerden kaçınmak, düzenleyici nedenleri arasında mevcut düzenleyici çerçeveden ve düzenleyici çerçeveden kaynaklı yükümlülüklerden kaçınmak yer alırken, kurumsal nedenleri arasında yolsuzluk eğilimleri, siyasi kurumların kalitesi ve hukukun etkin şekilde işleyememesi sayılmaktadır (Medina ve Schneider, 2018).

Kayıt dışı ekonomi, kayıtlı ekonomi dışında faaliyet gösteren ekonomik birimlerin faaliyetlerini içerir ve ekonomik birimlerin kayıt dışı ekonomik faaliyetlere yönelmelerinin altında yatan güdü ekonomik birimlerin maliyet fayda analizine bağlı olarak şekillenir. Ekonomik birimlerin kayıt dışı faaliyetlerde bulunmalarının temel faydası, mevcut düzenlemelerden kaynaklanan vergilerden, işlem maliyetlerinden, sosyal güvenlik harcamalarından ve diğer maliyetlerden kaçınmaktır. Kayıt dışı faaliyetlere yönelme durumunda karşılaşılabilecek temel maliyetler ise daha düşük maliyetli resmi finansmandan ve diğer kamu kaynaklarından mahrum kalmak, faaliyetlerin resmi otoriteler tarafından tespit edilmesi durumunda ortaya çıkacak finansal ve hukuki maliyetlere katlanmaktır (Bayar ve Öztürk, 2019). Kayıt dışı ekonominin ulusal çapta yaygın hal alması ise toplumsal yükün artması sonucunu doğurabilmektedir. Vergi ve diğer kamu gelirlerindeki azalma, hükümetin gerekli kamu harcamalarını karşılamak için vergi yükünü artırmasına ve artan vergi yükünün vergi ödeyen vatandaşlara transfer edilmesine yol açabildiği gibi mevcut kaynaklardaki azalma, kamusal yatırımların azalmasına, kaynak dağılımında ve ekonomik göstergelerde bozulmaya da neden olabilmektedir (Schneider, 2004). Ayrıca kayıt dışı ekonominin genişlemesi durumunda kayıt dışı ekonomik faaliyetleri yürüten bireyler işsiz olmadıkları halde resmi kayıtlarda işsiz olarak görüldüğünden ekonomik göstergeler gerçeği yansıtmayacaktır. Ekonomik göstergelerde ortaya çıkan gerçeği yansıtmayan durum ise kamu harcamalarının artmasına yol açabileceği gibi resmi istatistiklere paralel geliştirilen projeksiyonlar sonucunda hatalı politikalar ortaya çıkabilmektedir.

Kayıt dışı ekonomi, ekonomik faaliyetlerin vergilendirildiği ve resmi otoriteler tarafından uygulanan düzenlemelere tabi tutulduğu tüm ülkelerde ortaya çıkmaktadır. Ancak kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin kayıt altına alınan ekonomik faaliyetler içindeki hacmi ülkelerin sosyal, kültürel, kurumsal ve ekonomik gelişmişlik düzeylerine göre farklılaşmaktadır (Bayar ve

Öztürk, 2019; Navickas vd., 2019). Elgin vd. (2021) tarafından yürütülen araştırma, 1990 – 2018 döneminde 156 ülkenin ortalama kayıt dışı ekonomi büyüklüğünün gayri safi yurtiçi hasıla (GSYH) içindeki payının %32 olduğunu, OECD ülkelerinde bu oranın %19, düşük ve alt orta gelir grubundaki ülkelerde %38, üst orta gelir grubundaki ülkelerde %36,2, yüksek gelir grubundaki ülkelerde ise %20,3 olduğunu göstermektedir. Ülkeler açısından incelendiğinde ise çalışma, en yüksek kayıt dışı ekonomi oranının %62 ile Bolivya’da en düşük oranın ise %8 ile İsviçre’de görüldüğünü belirtmektedir. İstisnalar bulunmakla birlikte, gelir düzeyi yükseldikçe kayıt dışı ekonominin hasıla içindeki payının azaldığı dikkat çekmektedir. Mevcut literatür incelendiğinde ise gelir düzeyine ek olarak vergi ve sosyal güvenlik yapısının (Stankevičius ve Vasiliauskaitė, 2014), resmi düzenlemelerin (Katsios, 2006), kurumsal yapının, (Teyyare, 2018; P. N. Canh vd., 2021), finansal sektörün gelişiminin (N. P. Canh ve Thanh, 2020; Gharleghi ve Jahanshahi, 2020; Ajide, 2021), fiyatlar genel düzeyinin ve işgücü yapısının (Khan vd., 2021) kayıt dışı ekonomi üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşıldığı dikkat çekmektedir. Bununla birlikte ülkenin uluslararası piyasalara entegrasyonunun kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisi büyük ölçüde göz ardı edilmiş ve daha kısıtlı sayıda araştırmaya konu edilmiştir.

Kamu otoritesinin temel amaçlarından birisi ekonomik faaliyetleri kapsayan kurumsal yapının ve yasal çerçevenin oluşturulmasıdır. Bir ekonomide kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin meydana gelmesi ise oluşturulan kurumsal yapının ve yasal çerçevenin ihlal edildiği anlamına gelmektedir (Williams ve Schneider, 2013). Söz konusu ihlal sözleşmelerin uygulanmamasına, emek faktörünün ve çevresel faktörlerin istismar edilmesine, haksız rekabete, adaletsiz vergi dağılımına, geçersiz resmi istatistiklere ve dolayısı ile politikalarda etkinsizliğe yol açabilmektedir. Ayrıca kayıt dışı ekonomik faaliyetler geniş ve kapsamlı bir dış ticaret ağına oluşmasını engellediğinden ülkenin küresel ekonomiye entegrasyonunu engelleyebilmektedir (Farzanegan ve Hassan, 2017). Ülkenin sosyal ve politik unsurlarla birlikte küresel ekonomiye entegrasyonunu ifade eden küreselleşmenin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisi ise ekonomik gelişmişlik düzeyi, ticaret imkânları ve istihdam yapısı gibi büyük ölçüde ülkelerin kendine özgü niteliklere bağlı olduğundan olumlu veya olumsuz yönde ortaya çıkabilmektedir.

Küreselleşmenin kayıt dışı ekonomiyi azaltıcı etkisi, küreselleşmenin üretim süreci üzerindeki etkileri ve ulusal düzeydeki etkileri açısından ele alınabilir. Üretim süreci aracılığıyla ortaya çıkan etkiler daha çok verimlilik, üretim maliyetleri, işgücü düzenlemeleri, ücret ve tarifeler aracılığıyla kayıt dışı ekonomi hacmini azaltırken, ulusal düzeydeki etkiler politik etkiler ve kurumsal faktörler aracılığıyla kayıt dışı ekonominin payını azaltmaktadır.

Bilginin ülkeler arasındaki yayılımı ve uluslararası ticaret, küreselleşmedeki artışın temel belirleyicilerindedir. Küreselleşme sürecinde artan dış ticaretle birlikte kullanılabilir teknolojik unsurların gelişimi, kayıtlı ekonomide faaliyet gösteren firmaların üretim faktörlerini daha etkin şekilde yeniden tahsis etmesini sağlayarak verimliliklerini artırmalarına ve düşük maliyet avantajından yararlanmalarına imkân verir. Tahsiste etkinliğin sağlanması ve maliyet avantajı, kayıt dışı faaliyetler sürdüren daha verimli firmaların kayıtlı ekonomiye dahil olması için fırsatlar yaratırken, tahsiste etkinliği sağlayamayan daha az verimli firmalar, ya kayıtlı sektöre geçerek verimliliklerini artırmak için girişimlerde bulunur ya da üretim faaliyetlerini sona erdirmek zorunda kalırlar (Melitz, 2003; Geronazzo, 2016). Kayıt dışı firmaların kayıtlı ekonomiye geçmesi ise artan verimlilik dolayısı ile kayıtlı istihdama olan talebin ve ücretlerin artmasına neden olurken, kayıtlı ve kayıt dışı işler arasındaki artan ücret farkı, emek faktörünü kayıt dışı ekonomiden kayıtlı ekonomiye geçme konusunda teşvik edebilmektedir (Temkin ve Veizaga, 2010). Ayrıca küreselleşme hükümetleri tarife ve vergileri

düşürme, ticari kısıtlamaları azaltma ve emek piyasasındaki resmi düzenlemeleri gevşetme konusunda teşvik edebilmektedir. Tarife ve vergilerdeki düşme ile birlikte ticari kısıtlamalardaki azalma, uluslararası ticareti daha kârlı hale getirerek firmaları kayıtlı sektörde faaliyet göstermeye ve uluslararası ticarete yönlendirirken, esnek işgücü piyasası, yerli işgücünün kayıt dışı sektörden kayıtlı sektöre geçmesini kolaylaştırabileceği gibi yabancı yatırımları teşvik ederek kayıtlı yerli işgücüne olan talebi de artırabilmektedir (Potrafke, 2013).

Küreselleşme artan ticaret, hızlanan teknolojik gelişim, vergi, tarife ve resmi düzenlemelerde azalma gibi kanallarla üretim ve emek piyasası üzerinden kayıt dışı ekonomiyi azaltma konusunda teşvikler sunmaktadır. Bununla birlikte küreselleşme ile birlikte artan bilgi hareketliliği, yalnızca üretim ve teknolojik gelişim açısından değil yeni fikirler ve görüşlerin yayılımı için de geçerlidir. Küreselleşme farklı uluslar ve hükümetler arasında sosyal süreçlere ilişkin bilginin yayılımını artırarak hükümet politikalarında değişikliklere yol açabileceği gibi küreselleşme içinde olan ülkelerin kurumsal kalitesinin de artmasını sağlayabilmektedir (Mishkin, 2009; Law vd., 2014). Kurumsal kalitedeki artış işe hukukun, demokrasinin ve mülkiyet haklarının üstünlüğünü sağlayarak, yolsuzluğu azaltarak kayıt dışı ekonominin yayılımını azaltabilmektedir. Ayrıca artan küreselleşme sonucunda ortaya çıkan hükümetler arasındaki bilgi transferi, tutarlı ve etkili hükümet politikalarının diğer hükümetler tarafından benimsenmesine ve kayıt dışı ekonomik faaliyetlere yol açan unsurların azaltılmasına yönelik katkılarda bulunabilmektedir (Berdiev ve Saunoris, 2018).

Küreselleşmenin kayıt dışı ekonomiyi artırıcı etkisi ise, küreselleşmenin rekabet şartları, ekonomi içinde faaliyet gösteren yerel firmaların ölçeği, işgücünün yapısı ve artan maliyetler aracılığıyla kayıt dışı ekonomik faaliyetler üzerindeki etkisinde ortaya çıkmaktadır.

Küreselleşme teknolojik bilginin yayılımını hızlandırarak, yurt içi ve yurt dışı ticari faaliyetleri artırarak, tarife ve vergileri azaltarak firmaların kayıtlı faaliyetler yürütmesini teşvik etmektedir. Bununla birlikte sayılan unsurlar ulusal piyasada küreselleşmeden faydalanabilen firmalar için maliyet dolayısı ile rekabet avantajı yaratmaktadır. Buna karşın küreselleşme ile ortaya çıkan rekabet, göreceli olarak küçük boyutlu, düşük katma değer üreten ve düşük verimlilik şartları altında üretim faaliyetlerini sürdüren firmaların karşılaştıkları maliyet dezavantajını ortadan kaldırmak ve varlıklarını sürdürebilmek için kayıt dışı faaliyetlere yönelmelerine sebep olabilmektedir. Benzer durum yerel düşük vasıflı işgücü için de geçerlidir. Yerel düşük vasıflı işgücü uluslararası pazarlara entegre olma konusunda dezavantajlı olduğundan ve küresel işgücü ile rekabet edemeyeceğinden kayıt dışı sektörde çalışmaya yönelebilmektedir (Carr ve Chen, 2002; Bacchetta ve Bustamante, 2009).

Küreselleşmenin kayıt dışı ekonominin hacmi üzerindeki etkisi ülkelerin sosyal ve ekonomik koşullarına, ayrıca sosyal ve ekonomik koşullar üzerinde önemli derecede etkili olan kurumsal faktörlere bağlı olarak ülkeler arasında değişkenlik gösterebilmektedir. Bu durum ise kayıt dışı ekonominin küreselleşme sürecine vereceği tepkinin farklı bakış açılarıyla günümüzde de tartışılmasına yol açmıştır. Küreselleşme ve kayıt dışı ekonomi ilişkisini farklı tahmin yöntemleri ve farklı ülke – ülke grupları için ampirik analizlerle inceleyen çalışmalar büyük ölçüde son dönemde yoğunlaşmakta ve mevcut çalışmalardan elde edilen bulgular, değişkenler arasındaki ilişki açısından tutarlı bir görünüm sergilememektedir.

Küreselleşmenin ve küreselleşmeyi temsilen kullanılan değişkenlerin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisini ülke ölçeğinde ve zaman serisi kapsamında araştıran çalışmalardan Goldberg ve Pavcnik (2003), 1987 – 1998 döneminde Brezilya ve Kolombiya için en EKK (En Küçük Kareler) regresyon yöntemi ile Paz (2014) ise 1989 – 2001 döneminde Brezilya için EKK

ve probit modelleri ile küreselleşmenin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Brezilya için yürütülen araştırma sonucunda, yöntemler ve dönemler benzer olmakla birlikte Paz (2014), ihracat tarifelerindeki düşüşün kayıt dışı ekonomik faaliyetleri azalttığı; ithalat tarifelerindeki düşüşün ise kayıt dışı ekonomik faaliyetleri artırdığı sonucunu elde etmesine karşın Goldberg ve Pavcnik (2003) Brezilya’da ticari liberalizasyon ile kayıt dışı faaliyetler arasında ilişki bulunmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Kolombiya’da ise tarifelerdeki düşüşün kayıt dışı faaliyetleri artırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Türkiye’de küreselleşmenin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisini 1986 – 2015 dönemi için Fourier ADL, FMOLS (tam değiştirilmiş EKK – Fully Modified Ordinary Least Squares) ve DOLS (Dinamik EKK – Dynamic Ordinary Least Squares) tahmincileri ile inceleyen Pata ve Ela (2021) ise küreselleşmedeki artışın kayıt dışı ekonominin azaltılmasında önemli bir rol oynadığı sonucuna ulaşmışlardır.

Küreselleşmenin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisi regresyon analizi dışındaki yöntemlerle de incelenmiştir. Farzanegan ve Hassan (2017) etki tepki fonksiyonları ve varyans ayrıştırma analizini kullanarak Mısır için ekonomik küreselleşme ve kayıt dışı ekonomi ilişkisini incelemiştir. 1976 – 2013 dönemi kapsamında yürütülen çalışma sonucunda küreselleşmede meydana gelen şokun ilk üç yıl için kayıt dışı ekonomiyi negatif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Hoang (2020) ise küreselleşmenin etkisini kalitatif ve kantitatif analiz yöntemi ile Vietnam için incelemiştir. 1991 – 2015 dönemi verileri ile gerçekleştirilen çalışmada küreselleşmeyi teşvik eden uygulamaların Vietnam’da kayıt dışı ekonominin boyutunun küçültülmesinde hayati rol oynadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Kayıt dışı ekonominin küreselleşmeye verdiği tepkiyi birden fazla ülke için panel veri yöntemiyle inceleyen çalışmalarda da tek ülkeli modellere benzer şekilde değişkenler arasındaki ilişkinin çeşitli şartlara bağlı olduğu sonucunu elde eden çalışmalar yoğunluktadır. Fugazza ve Fiess (2010), kayıt dışı ekonomiyi temsilen ILO (Uluslararası Çalışma Örgütü – International Labour Organization) tarafından yayınlanan mikro – temelli ve ankete dayalı olarak doğrudan metotla tespit edilen kayıt dışı istihdamın payını; Schneider (2005, 2007) tarafından dolaylı ve makro – eklektik yaklaşımla oluşturulan kayıt dışılık ölçütünü ve Kaufmann ve Kaliberda (1996) tarafından dolaylı ve makro – eklektik yaklaşımla oluşturulan ve elektrik tüketimi ile resmi GSYH arasındaki farka dayalı olarak ölçülen kayıt dışı ekonomi ölçütünü kullanmışlardır. Kayıt dışı ekonomiyi temsilen kullanılan göstergelere paralel olarak farklı ülke grupları ve farklı dönemler için yürütülen çalışmada, küreselleşmeyi temsilen kullanılan ticari serbestleşmenin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisi EKK, PMG (Havuzlanmış Ortalama Grup – Pooled Mean Group) ve GMM (Genelleştirilmiş Momentler Metodu – Generalized Method Of Moments) yöntemleri ile araştırılmıştır. Elde edilen bulgular, makro – eklektik yaklaşımla oluşturulan modellerde küreselleşmenin kayıt dışı ekonomik faaliyetleri daralttığını, mikro – temelli yaklaşımla oluşturulan modellerde ise kullanılan yöntemler arasında tutarlı bir ilişki bulunmadığını göstermiştir. Fugazza ve Fiess (2010)’in çalışmasına benzer şekilde Temkin ve Veizaga (2010), lineer ve dinamik modellerle, farklı ülke grupları ve farklı dönemler için ekonomik küreselleşmenin kayıt dışı istihdam üzerindeki etkisini incelemiştir. Küresel düzeyde gerçekleştirilen çalışma sonucunda, daha yüksek küreselleşme düzeyinin kayıt dışılık seviyesini azalttığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte bulgular, ülkelerin tarihsel gelişimleri dikkate alındığında etkinin farklılaştığını ve gelişmekte olan ülkelerde küreselleşmenin kayıt dışı istihdamı artırdığı, gelişmiş ülkelerde ise tersinin meydana geldiğini göstermiştir.

Küreselleşmenin resmi düzenlemelerde azalmaya ekonomik özgürlüklerde artışa yol açtığı ve hükümetleri uluslararası kuruluşlara üye olma konusunda teşvik ettiği, bu durumun kayıt dışı ekonomiyi azaltıcı etki doğurduğu kabul edilmektedir (Potrafke, 2013; Berdiev ve Saunoris, 2018). Bununla birlikte Manolas vd. (2013) 2003 – 2008 döneminde 19 OECD ülkesi için en küçük kareler (EKK) yöntemi ile gerçekleştirdikleri analizlerinde, iş gücü piyasasına dair resmi düzenlemelerdeki azalmanın kayıt dışı ekonomiyi azalttığı, buna karşın kredi piyasasını organize eden düzenlemelerdeki azalmanın kayıt dışı ekonomiyi artırdığı sonucunu elde etmişlerdir. Ouédraogo (2017) ise 2000 – 2010 dönemi için 23 Sahra altı ülke için aşamalı regresyon yöntemi ile yürüttüğü çalışmada, mali özgürlüklerdeki ve iş yapma özgürlüklerindeki artışın kayıt dışı sektörün hacmini artırdığı, buna karşın parasal özgürlüklerdeki artışın kayıt dışı sektörün hacmini daralttığı sonucuna ulaşmıştır. Benzer şekilde Blanton vd. (2018), 1971 – 2012 döneminde 145 ülke için küresel ölçekte gerçekleştirdikleri çalışmalarında, ekonomik açıklığın kayıt dışı ekonomiyi azaltmaya katkıda bulunduğu, buna karşın IMF (Uluslararası Para Fonu – International Monetary Fund) programlarına katılımın beklenenin aksine kayıt dışı ekonomide artış meydana getirdiği sonucuna ulaşmışlardır.

Küreselleşmenin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisini ele alan çalışmalardan elde edilen bulgular ülkelerin öznel niteliklerine ve kullanılan değişkenlere göre de değişkenlik gösterebilmektedir. Berdiev ve Saunoris (2018) EKK ve GMM yöntemleri ile 119 ülkede ekonomik, politik ve sosyal küreselleşmenin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Elde edilen bulgular küreselleşme göstergelerinin kayıt dışı ekonomiyi azaltmada etkili olduğunu, buna karşın kayıt dışı ekonomiyi etkileyen kontrol değişkenleri göz önünde bulundurulduğunda politik küreselleşme dışındaki küreselleşme göstergelerinin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkilerinin anlamsız olduğunu göstermiştir. Aynı yazarların 66 ülke için küreselleşmenin kayıt dışı girişimcilik üzerindeki etkisini inceledikleri çalışmalarında ise küreselleşme düzeyindeki artışın kayıt dışı girişimciliği azalttığı sonucuna ulaşmıştır (Berdiev ve Saunoris, 2019). Bayar ve Öztürk (2019) ise ekonomik özgürlüğün ve küreselleşmenin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisini Avrupa Birliği geçiş ülkeleri için AMG (Arttırılmış Ortalama Grup – Augmented Mean Group) tahmincisi ile incelemişlerdir. Elde edilen bulgular panel genelinde ekonomik özgürlüğün kayıt dışı ekonomi düzeyini negatif etkilediğini, küreselleşmenin etkisinin ise anlamsız olduğunu göstermiştir. Ülkeler özelinde ise yalnızca Hırvatistan’da küreselleşmenin kayıt dışı ekonomiyi negatif etkilediği diğer ülkelerde etkinin anlamsız olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Küreselleşme ile kayıt dışı ekonomi arasındaki ilişkide teori ile uyumsuz olan, kullanılan göstergelere göre, ülkelere ve kontrol değişkenlerine göre değişen bulgulara ek olarak küreselleşmenin kayıt dışı ekonomiyi azaltma konusunda önemli rol oynadığı sonucunu elde eden çalışmalar da bulunmaktadır. Zarra-Nezhad vd. (2014), 67 gelişmekte olan ülke ve geçiş ekonomileri için 1999 – 2009 döneminde ekonomik küreselleşme ile kayıt dışı ekonomi arasında ters ilişki olduğu sonucunu GMM yöntemi ile elde etmişlerdir. Acosta-González vd. (2014), genetik algoritmaya dayanan istatistiksel metodoloji ile kayıt dışı ekonominin belirleyicilerini incelemiş ve küreselleşmenin kayıt dışı ekonomi düzeyini negatif etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Farklı kayıt dışılık ölçeklerini karşılaştırmak amacıyla değişkenler arasındaki ilişkiyi inceleyen Pham (2017), kayıt dışı ekonomiyi temsilen ILO tarafından yayınlanan kayıt dışı istihdamın payını ve Schneider (2005, 2007) kayıt dışılık ölçütünü kullanarak farklı küreselleşme göstergelerinin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisini elde

edilebilen verilere paralel olarak farklı dönemler ve farklı gelişmekte olan ülkeler için araştırmıştır. Bayesci model ortalaması yöntemi kullanılarak gerçekleştirilen analiz sonucunda ticari entegrasyon, ticaretin çeşitlendirilmesi ve yoğunlaşması, fiili ve hukuki finansal açıklık ve sosyal küreselleşmenin kayıt dışılığı önemli ölçüde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Berdiev vd. (2022) ise 124 ülke için fiili ve yasal küreselleşme göstergelerinin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisini inceledikleri çalışmalarında, 1991 – 2017 dönemi verilerini kullanmışlardır. EKK ve iki aşamalı EKK tahmincilerinden elde edilen bulgular yasal küreselleşmenin etkisi daha yüksek olmakla birlikte hem fiili hem de yasal küreselleşmenin kayıt dışı ekonomi düzeyini azalttığını göstermiştir. Bununla birlikte yazarlar elde edilen bulguların OECD ülkelerinden kaynaklandığını, OECD üyesi olmayan ülkelerde etkinin istatistiksel olarak anlamsız olduğunu belirtmişlerdir.

Küreselleşmenin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisini araştıran çalışmaların büyük bölümünde, değişkenler arasındaki ilişkinin ortalama etkiler yoluyla tahmin edildiği, elde edilen bulguların seçilen değişkenlere, ülkelere özgü niteliklere göre değişkenlik gösterdiği ve küreselleşme düzeyinin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisi konusunda fikir birliği bulunmadığı dikkat çekmektedir. Küreselleşmenin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisini inceleyen bu çalışmada ise özellikle en yüksek ve en düşük kayıt dışı ekonomi payına sahip OECD üye ülkelerinde, koşullu dağılım boyunca küreselleşmenin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisi sabit etkiler panel kantil regresyon yöntemi ile incelenmiştir.

2. Veri ve Metodoloji

2.1. Veri

Özellikle son çeyrek yüzyılda OECD öncülüğünde kayıt dışı ekonomi ile mücadele konusunda önemli girişimlerde bulunulmuştur. Kayıt dışı ekonomiden kaynaklanan risklerin belirlenmesi ve kayıt dışı ekonominin olumsuz sonuçlarının azaltılması amacıyla 2002 yılında OECD Mali İşler Komitesi'nin yan kuruluşu olarak Vergi İdaresi Forumu kurulmuş ve kayıt dışı ekonomi ile mücadelede ülkelerin öznel mali yapıları ile ilişkili çeşitli stratejiler belirlenmiştir (OECD, 2012). Kayıt dışı ekonominin azaltılmasına yönelik girişimlerinden, üyeleri ve iş birliği içinde olduğu ülkelerle dünya ticaret ve yatırımının %80'ini temsil ettiğinden (OECD, 2022b) ve ülkeler arasındaki sosyal ve ekonomik ilişkilerin geliştirilmesine verdiği önemden (OECD, 2022a) kaynaklı olarak çalışma, Aralık 2022 itibarıyla OECD üyesi olan tüm ülkeler için yürütülmüştür.

OECD ülkelerinde küreselleşmenin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisini inceleyen bu çalışmada, kayıt dışı ekonomiyi temsilen Elgin vd. (2021) tarafından dinamik genel denge (DGE) modeline dayalı olarak hesaplanan ve kayıt dışı ekonomi literatüründe kullanılan (bkz. Bittencourt vd. (2014), Solis-Garcia ve Xie (2018), Mawusi (2019), Haruna ve Alhassan (2022), Berdiev vd. (2022), Gwaindepi (2022), Capasso vd. (2022)) kayıt dışı ekonomi göstergesi bağımlı değişken olarak seçilmiştir. DGE modeline dayalı olarak hesaplanan kayıt dışı ekonomi göstergesi, kayıt dışı ekonomiyi dolaylı yöntemle dayalı olarak, resmi GSYH'nin yüzdesi şeklinde sunmaktadır. Yöntemde hanehalklarının kayıtlı ve kayıt dışı sektörler arasında işgücünü nasıl tahsis ettiği ve tahsisin zaman içinde nasıl değiştiği dikkate alınmaktadır. Kayıtlı ve kayıt dışı sektör arasındaki dağılım hesaplanırken, hanehalklarının tüketim ve yatırım toplamının resmi ve resmi olmayan kaynaklarla gerçekleşen üretim miktarına eşit olduğu varsayımı kabul edilmektedir. Kurulan eşitlik sonucunda ise dinamik bir ortamda kayıtlı ekonomi ile kayıt dışı ekonomi düzeyi arasındaki düzey farkı elde edilmekte ve kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin GSYH içinde payı sunulmaktadır. Elgin vd. (2021) tarafından oluşturulan

endeks daha fazla ülkeyi kapsadığından, MIMIC tahminlerine göre zaman içinde daha fazla değişiklik göstererek ekonometrik analizi daha uygun hale getirdiğinden, en yüksek ve en güncel zaman serisi boyutuna sahip olduğundan ve alternatif kayıt dışı ekonomi göstergelerinden daha etkin sonuçlar sunduğundan (Elgin ve Schneider, 2016) çalışmada bağımlı değişken olarak tercih edilmiştir. Kayıt dışı ekonomik faaliyetler, kayıt altına alınması durumunda GSYH'ye katkıda bulunacak yasal faaliyetlere ek olarak yasadışı veya suç teşkil eden, oto tüketime yönelik ve hane içi faaliyetleri de kapsamaktadır. Bununla birlikte bu çalışmada, ölçüm zorluğundan kaynaklı olarak yasal ekonomik sınırlar içinde olan ve üretken faaliyetleri kapsamakla birlikte kayıt altına alınmayan faaliyetler kayıt dışı ekonomi kapsamında ele alınmıştır.

Çalışmada küreselleşmeyi temsilen ise, KOF İsviçre Ekonomi Enstitüsü tarafından yayınlanan KOF küreselleşme endeksi temel bağımsız değişken olarak kullanılmıştır. KOF küreselleşme endeksi, küreselleşmeyi fiili küreselleşme ve yasal küreselleşme olarak iki başlıkta ele alarak genel küreselleşme endeksi altında birleştirmekte ve küreselleşmeyi eşit ağırlıklandırılan ekonomik, sosyal ve politik ölçeklerde 43 farklı gösterge ile değerlendirmektedir. Fiili küreselleşme, gerçekleşen uluslararası ilişkileri ele alırken; yasal küreselleşme, uluslararası ilişkileri kolaylaştıran ve teşvik eden yasal düzenlemeleri ele almaktadır. Endeksin ilk ölçeği olan ekonomik küreselleşme, ticari ve finansal küreselleşme başlıklarından oluşmaktadır. Endeksin oluşturulmasında uzun mesafe mal ve hizmet ticareti, ticari ortak çeşitliliği, sermaye akışları, yabancı varlık ve borç yükümlülükleri dikkate alınmaktadır. Endeksin ikinci ölçeğini oluşturan sosyal küreselleşme, kişiler arası, bilgilendirici ve kültürel küreselleşme başlıklarından oluşmaktadır. Sosyal küreselleşme endeksinin ölçümünde kültürel mal ticareti, yerleşik olmayanların ticari marka başvuruları, kişisel, kültürel ve eğlence hizmetlerinin ticareti, McDonald's restoranlarının ve IKEA mağazalarının sayısı dikkate alınmıştır. Endeksin üçüncü ölçeğini oluşturan politik küreselleşme ise Birleşmiş Milletler koruma misyonlarına katılım, büyükelçiliklerin ve uluslararası sivil toplum kuruluşlarının sayısı, ticari düzenlemeler, vergiler, tarifeler ve serbest ticaret anlaşmaları gibi hükümet politikalarının yayılımını içermektedir (Gygli vd., 2019).

Çalışmada, küreselleşmenin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisi incelenmekle birlikte, kayıt dışı ekonominin çeşitli belirleyicileri bulunmaktadır. Ekonomik büyümenin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisi ise çok sayıda çalışmaya konu edilmiştir. Buna karşın elde edilen bulguların örtüşmemesi değişkenler arasındaki ilişkinin günümüzde de araştırılmasına yol açmıştır (Schneider ve Enste, 2000; Eilat ve Zinnes, 2002; D. V. Nguyen ve Duong, 2021). Resmi ekonomik faaliyetlerdeki artış sonucunda elde edilen katma değer, kayıt dışı ekonomi kapsamında üretilen mal ve hizmetlere yönelebilmekte ve kayıt dışı ekonomik faaliyetlerde artış meydana getirebilmektedir. Benzer şekilde kayıt dışı ekonomik faaliyetler sonucu elde edilen kaynaklar resmi ekonomide kullanılarak resmi ekonomik faaliyetlerde artış meydana getirebilmektedir (Dell'Anno, 2016). Bununla birlikte kurumsal kaliteyi destekleyen bir ekonomik büyüme, kayıt dışı faaliyetlerin azalması ile sonuçlanabilmektedir. Ekonomik büyümenin kurumsal kalite ile desteklenmemesi, kayıt dışı faaliyetlerde artış meydana getirebileceği gibi kamu harcamalarının enflasyon yaratan faaliyetlerle karşılanmasına da neden olabilmektedir. Enflasyonist ortamda ortaya çıkan belirsizlik ise kayıt dışı faaliyetlere yönelimi artırabilmektedir (Baklouti ve Boujelbene, 2016; Mazhar ve Méon, 2017).

Özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde ekonomik büyümenin temel belirleyicilerinden olan dış ticaretin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisi de ekonomik

büyümenin etkisinde olduğu gibi çeşitli çalışmalara konu edilmiş ve çelişkili sonuçlara ulaşılmıştır. Uluslararası ticari faaliyetlerdeki artış, ortaya çıkardığı verimlilik artışı ve tahsis etkinliği ile kayıt dışı faaliyetlerde azalma meydana getirebileceği gibi yerel firmaların karşı karşıya kaldığı rekabet ortamı daha az verimli firmaların kayıt dışı faaliyetlere yönelmelerine ve faaliyet alanlarını daraltmalarına yol açabilmektedir (Esaku, 2021). Yerel firmaların rekabet sonucunda operasyonlarına son vermeleri ise işsizlik sorununu gündeme getirebilmektedir. İşsizlik düzeyindeki artış, ücret ve maaş karşılığı çalışan işçilerin serbest meslek faaliyetlerine veya aile işçisi olarak çalışmalarına yol açabilmektedir. Toplam istihdam içinde kendi hesabına ve aile işçisi olarak çalışanların oranını temsil eden savunmasız istihdamdaki artışın ise kayıt dışı ekonomiyi artırıcı etki doğurduğu kabul edilmektedir (Dell'Anno, 2016; Baklouti ve Boujelbene, 2019, 2020; C. P. Nguyen ve Su, 2021).

Analiz sürecinde tahminlerin etkinliğini artırmak ve dışlanmış değişken yanlılığından (omitted variable bias) kaçınmak için küreselleşmenin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisinin incelenmesinde çok değişkenli bir yaklaşım benimsenmiştir. Literatürdeki çalışmalar göz önünde bulundurularak ve yapılan ön incelemeler neticesinde kayıt dışı ekonominin belirleyicilerini ele alan çalışmalarda sıklıkla kullanılan gelir düzeyi², savunmasız istihdam³, enflasyon⁴ ve ticari açıklık⁵ göstergeleri kontrol değişkenleri olarak modellere dahil edilmiştir. Araştırmanın tüm OECD ülkelerini kapsamı amacıyla analiz, 38 OECD ülkesi⁶ için 1996 – 2018 dönemi yıllık verileriyle yürütülmüştür. Analizde kullanılan değişkenler, değişkenlerin tanımları ve kaynakları Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1: Değişken Tanımlamaları ve Veri Kaynakları

Değişken	Açıklama	Kaynak
SE	Kayıt dışı ekonomi (% GSYH)	Dünya Bankası (Elgin vd., 2021)
GLOB	Küreselleşme endeksi	KOF İsviçre Ekonomi Enstitüsü (Gygli vd., 2019)
GDP	Kişi başına GSYH'nin doğal logaritması (sabit – 2015 ABD \$)	Dünya Bankası – Dünya Kalkınma Göstergeleri
VUL	Savunmasız istihdam (% toplam istihdam – ILO tahminleri)	Dünya Bankası – Dünya Kalkınma Göstergeleri
CPI	Enflasyon (tüketici fiyatları, % yıllık)	Dünya Bankası – Dünya Kalkınma Göstergeleri
TRADE	İthalat ve ihracat toplamının doğal logaritması (% GSYH)	Dünya Bankası – Dünya Kalkınma Göstergeleri

2.2. Metodoloji

Geleneksel regresyon yöntemleri ortalama etkiler yoluyla katsayı tahminini gerçekleştirdiğinden, katsayılar eksik veya aşırı tahmin edilebilmekte ve uygulanan yöntem, önemli ilişkilerin ortaya çıkarılmamasına yol açabilmektedir (Binder ve Coad, 2011). Küreselleşmenin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisini inceleyen bu çalışmada, özellikle en yüksek ve en düşük kayıt dışı ekonominin görüldüğü ülkelerde, koşullu dağılım boyunca kayıt dışı ekonominin belirleyicileri sabit etkiler panel kantil regresyon yöntemi ile incelenmiştir. Kullanılan yöntem aykırı gözlemlerin varlığına daha az duyarlı olduğundan ve değişen varyans ve çarpıklık durumunda da etkin sonuçlar verebildiğinden kayıt dışı ekonomi göstergesinin

² Bkz. N. P. Canh ve Thanh (2020), Luong vd. (2020), Ajide (2021) ve Berdiev vd. (2022).

³ Bkz. Navickas vd. (2019), Baklouti ve Boujelbene (2019), Baklouti ve Boujelbene (2020) ve C. P. Nguyen ve Su (2021).

⁴ Bkz. Luong vd. (2020), N. P. Canh ve Thanh (2020), D. V. Nguyen ve Duong (2021) ve C. P. Nguyen ve Su (2021).

⁵ Bkz. Gharleghi ve Jahanshahi (2020), N. P. Canh ve Thanh (2020), P. N. Canh vd. (2021), Khan vd. (2021) ve C. P. Nguyen ve Su (2021).

⁶ Analize dahil edilen ülkelere dair liste Tablo 3'te gösterilmiştir.

(bağımlı değişken) tüm koşullu dağılımını tanımlayabilmekte ve farklı kantillerde, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkilerinin daha eksiksiz bir görünümünü elde etmeye katkıda bulunabilmektedir.

İlk olarak Koenker ve Bassett (1978) tarafından geliştirilen panel kantil regresyon yöntemi, medyan regresyon analizinin kantillere genişletilmesine dayanmaktadır. Yöntemde, örneklem ortalaması veya koşullu ortalama yerine, mutlak sapmaların minimizasyonuna dayalı olarak tepki değişkeninin tüm dağılımı tahmin edilmekte ve bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkileri farklı kantillerde belirlenebilmektedir (Koenker ve Hallock, 2001). Bağımlı değişkenin (y_i) bağımsız değişkenlerle (x_i) ilişkili koşullu dağılımını gösteren model, Denklem 1'de gösterilmektedir.

$$Q_{y_{it}}(\tau|x_{it}) = x_{it}^{\tau}\beta_{\tau} \quad (1)$$

Denklemden, $Q_{y_{it}}(\tau|x_{it})$, bağımlı değişkenin τ . kantilini; x_{it}^{τ} , τ . kantilde, i ülkesinin t yılındaki açıklayıcı değişken vektörünü gösterirken, β_{τ} , τ . kantilde açıklayıcı değişkenin eğimini göstermektedir.

Panel kantil regresyon yöntemi, değişkenler arasındaki ilişkide dağılımsal heterojenliği tespit etmeyi mümkün kılarken, değişen varyansa, aykırı değerlere ve normal olmayan dağılımlara karşı dirençli sonuçlar vermektedir. Bununla birlikte yöntem gözlenemeyen bireysel heterojenliği dikkate almamaktadır (Zhu vd., 2016). Sabit etkili panel kantil regresyon yöntemi ise gözlenemeyen bireysel heterojenliği dikkate almakla birlikte, tahminin tesadüfi parametrelerinin ortadan kaldırılması açısından etkin sonuçlar vermemektedir (Bui vd., 2021). Tesadüfi parametreler sorununun ortadan kaldırılmasına yönelik çeşitli yaklaşımlar geliştirilmekle birlikte (bkz. Koenker (2004), Lamarche (2010), Galvao (2011), Canay (2011), Kato vd. (2012), Galvao ve Wang (2015), Powell (2016)), bu yöntemler hesaplama zorlukları veya sabit etkilerin kantillere olan etkileri konusunda çok fazla kısıtlayıcı varsayım bulundurmaktadırlar (Machado ve Silva, 2019). Machado ve Silva (2019) tarafından geliştirilen Momentler Kantil Regresyon Yöntemi (Method of Moments Quantile Regression (MMQR)) ise, yalnızca ortalamaları değiştirerek bireysel etkilere izin veren yöntemlerin aksine (bkz. Lamarche (2010) ve Canay (2011)) bireysel etkilerin tüm dağılımı etkilemesine izin vererek sabit etkili panel kantil regresyon yöntemini uygulamaktadır. Ayrıca MMQR, modelde içsel açıklayıcı değişkenlerin bulunması ve modelin doğrusal olmaması durumunda da etkin tahminler üretebilmektedir.

Machado ve Silva (2019) tarafından geliştirilen MMQR yaklaşımı Denklem 2'deki konum – ölçek modelinin $Q_Y(\tau|X)$ koşullu kantillerini tahmin etmektedir.

$$Y_{it} = \alpha_i + X'_{it}\beta + (\delta_i + Z'_{it}\gamma)U_{it} \quad (2)$$

Denklemden Y_{it} bağımlı değişkeni, X_{it} , bağımsız ve özdeş dağılmış bağımsız değişken vektörünü, U_{it} , bireyler arasında bağımsız ve özdeş dağılmış gözlenemeyen rassal değişkeni, $P\{\delta_i + Z'_{it}\gamma > 0\} = 1$ olasılığı, $(\alpha, \beta, \delta, \gamma)'$, tahmin edilen parametreleri, (α_i, δ_i) ; $i = 1, \dots, n$, bireysel i için sabit etkileri, Z ise, tanımlanmış X bileşenlerinin $Z_l = Z_l(X)$, $l = 1, \dots, k$ olarak verilen l elementi ile türevlenebilen k -vektörünü göstermektedir. Denklem 2 ile ilişkili olarak, bağımlı değişkenin $Q_Y(\tau|X)$ koşullu kantili Denklem 3'deki gibidir:

$$Q_Y(\tau|X_{it}) = (\alpha_i + \delta_i q(\tau)) + X'_{it}\beta + Z'_{it}\gamma q(\tau) \quad (3)$$

Denklemden, X'_{it} bağımsız değişken vektörünü; $Q_Y(\tau|X_{it})$, açıklayıcı değişkenlerin dağılımına ve bağımsız değişken vektörüne bağlı olan, yapısal kantillerdeki bağımlı değişkenin (Y_{it}) dağılımını ve $\alpha_i(\tau) \equiv \alpha_i + \delta_i q(\tau)$, bireysel i için τ kantilindeki sabit etkiyi gösteren skaler katsayısını göstermektedir. Diğer sabit etkiler yöntemlerinden farklı olarak MMQR yaklaşımında bireysel etkiler sabit terimde kaymayı temsil etmemektedir. Değişkenler zamanla değişmez olduğundan, heterojen etkiler, kantiller arasında değişime ve koşullu dağılıma tabidir. $q(\tau)$, Denklem 4'te verilen optimizasyon probleminin çözümüyle yaklaşık olarak elde edilen τ örnek kantilini temsil etmektedir ve $\rho_\tau(A) = (\tau - 1)AI\{A \leq 0\} + \tau AI\{A > 0\}$ kontrol fonksiyonunu göstermektedir.

$$\min_q \sum_i \sum_t \rho_\tau(R_{it} - (\delta_i + Z'_{it}\gamma)q) \quad (4)$$

Bu çalışmada, bireysel etkilerin tüm dağılımı etkilemesine izin vererek kayıt dışı ekonominin belirleyicilerini tahmin etmeyi mümkün kılan, böylece gözlenemeyen bireysel heterojenliği kontrol altına alan MMQR sabit etkiler panel kantil regresyon yöntemi değişkenler arasındaki ilişkinin incelenmesinde kullanılmıştır. Küreselleşmenin ve diğer açıklayıcı değişkenlerin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisini incelemek için geliştirilen kantil regresyon modeli Denklem 5'te gösterildiği gibidir:

$$Q_{SEit}(\tau|\alpha_i, X_{it}) = \alpha_i + \beta_{1\tau}GLOB_{it} + \beta_{2\tau}GDP_{it} + \beta_{3\tau}VUL_{it} + \beta_{4\tau}CPI_{it} + \beta_{5\tau}TRADE_{it} + \mu_{it} \quad (5)$$

Denklemden i ve t , sırasıyla ülke ve yılı, α , bireysel i için τ kantilindeki sabit etkiyi, μ , hata terimini göstermektedir. SE bağımlı değişkeni gösterirken, GLOB küreselleşmeyi temsil eden temel bağımsız değişkeni, GDP, VUL, CPI ve TRADE kontrol değişkenlerini göstermektedir.

3. Ampirik Sonuçlar ve Tartışma

3.1. Tanımlayıcı İstatistikler ve Birimler Arası Korelasyon Testi

Değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler ve korelasyon matrisi Tablo 2'de sunulmuştur. Tablo 2'de sunulan istatistiklere göre 1996 – 2018 döneminde OECD ülkelerinde kayıt dışı ekonomi payının en yüksek 34,5 (1996; Kolombiya), en düşük 8 (2015 – 2018; İsviçre) düzeyinde gerçekleştiği görülmektedir. Kayıt dışı ekonomik faaliyetler için en yüksek ve en düşük değer arasındaki oransal farkın yüksek olması ülkeler arasında homojen bir dağılımın bulunmadığına işaret etmektedir. Benzer durum VUL ve CPI değişkenleri için de geçerlidir. Seriler dağılımları açısından incelendiğinde ise VUL ve CPI değişkenlerinin çarpık dağılım sergiledikleri görülürken tüm değişkenlerde basıklık değerleri normal dağılıma göre daha yoğun bir etkiye ilişkin bilgi verdiğinden simetrik ve normal olmayan dağılıma işaret etmektedir. Benzer şekilde Jarque-Bera testi koşulsuz dağılımın normal olmadığını göstererek tüm değişkenler için normallik hipotezini %1 önem düzeyinde reddetmektedir. Değişkenlere ilişkin korelasyon matrisinde yüksek korelasyon katsayıları bulunmakla birlikte korelasyon katsayılarının 0.8'den küçük olması çoklu doğrusal bağlantının bulunmadığına işaret etmektedir. Ayrıca çoklu doğrusal bağlantının varlığını test etmek için uygulanan varyans artış faktörü (variance inflation factor – VIF) ortalama değerleri 2,16'dır ve VIF değerlerinin tüm değişkenler için 5'ten küçük olması, bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı probleminin var olmadığını doğrulamaktadır. Elde edilen bulgulara paralel değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı bulunmadığı varsayılmıştır. Ek olarak kayıt dışı ekonomi ve küreselleşme göstergelerinin dağılımlarını gösteren histogramlar Şekil 2'de gösterilmiştir.

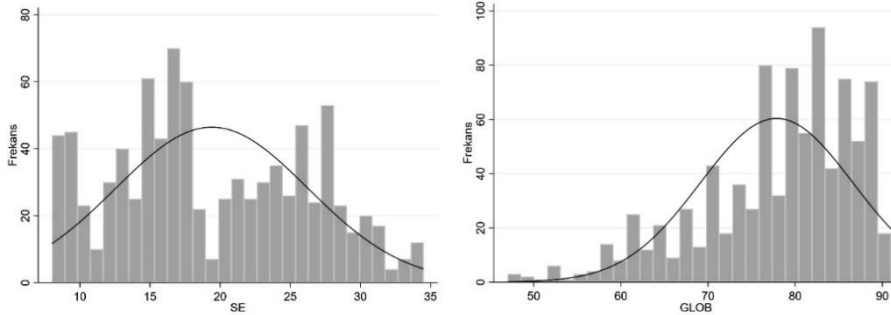
Değişkenlerin açıkça normal dağılım sergilemediği dikkat çekmektedir. Kayıt dışı ekonomi göstergesindeki yüksek değişkenlik ve heterojenlik ise ülkeler arasında demografik, ekonomik ve politik faktörler açısından önemli farklılıklar olabileceğini göstermektedir. Bu farklılıklar en küçük kareler (EKK) regresyonundan elde edilen sonuçların yanlı olabileceği ve kantil regresyonun daha etkin bir tahmin yöntemi olacağına işaret etmektedir.

Tablo 2: Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyon Matrisi

Değişken	SE	GLOB	GDP	VUL	CPI	TRADE
Gözlem	874	874	874	874	874	874
Ortalama	19,404	77,866	10,132	14,915	3,619	4,353
Std. Sapm.	6,862	8,762	0,746	10,405	6,879	0,515
Min.	8	47	8,272	3,97	-4,478	2,897
Q1(.25)	14,5	74	9,517	7,87	1,204	4,029
Medyan	17,8	81	10,368	11,18	2,259	4,309
Q3(.75)	25,6	86	10,689	19,23	3,653	4,689
Maks.	34,5	91	11,566	48,48	85,669	5,886
Çarpıklık	0,177	-0,914	-0,412	1,534	7,780	0,101
Basıklık	1,999	3,350	2,248	4,670	79,894	3,291
Jarque-Bera	41,03***	126,1***	45,29***	444,3***	0,000022***	1830***
VIF		2,89	3,22	2,06		

Korelasyon Matrisi						
SE	1,000					
GLOB	-0,5942	1,000				
GDP	-0,7913	0,7401	1,000			
VUL	0,6304	-0,5704	-0,6938	1,000		
CPI	0,3634	-0,4392	-0,4032	0,3976	1,000	
TRADE	-0,0341	0,3795	0,1181	-0,2352	-0,1056	1,000

Şekil 2: Kayıt Dışı Ekonomi ve Küreselleşme Endekslerine Ait Histogramlar



Ülkelerin kayıt dışı ekonomi göstergesindeki dağılımları da uygulanacak yöntem hakkında bilgi verebilmektedir. Tablo 3’de 1996 – 2018 yılları arasında, ortalama kayıt dışı ekonomi verilerine göre dört aralıkta OECD ülkelerinin dağılımı sunulmaktadır. Ortalama kayıt dışı ekonomi, kayıt dışı ekonominin payının çok düşük olduğu ülkelerde 11,14, düşük olduğu ülkelerde 16,34, yüksek olduğu ülkelerde 22,21 ve çok yüksek olduğu ülkelerde 28,52’dir. En düşük değer 8,11 ile İsviçre’de, en yüksek değer 33,06 ile Kolombiya’da görülmektedir. Kayıt dışı ekonominin toplam GSYH içindeki payının ülkeler arasında önemli derecede farklılaşması ve homojen bir yapı sergilememesi EKK regresyonundan elde edilecek bulguların sorgulanabilir hale gelmesine yol açabileceğinden analizde kantil regresyonun kullanılması daha etkin bulgular elde edilmesini sağlayabilmektedir.

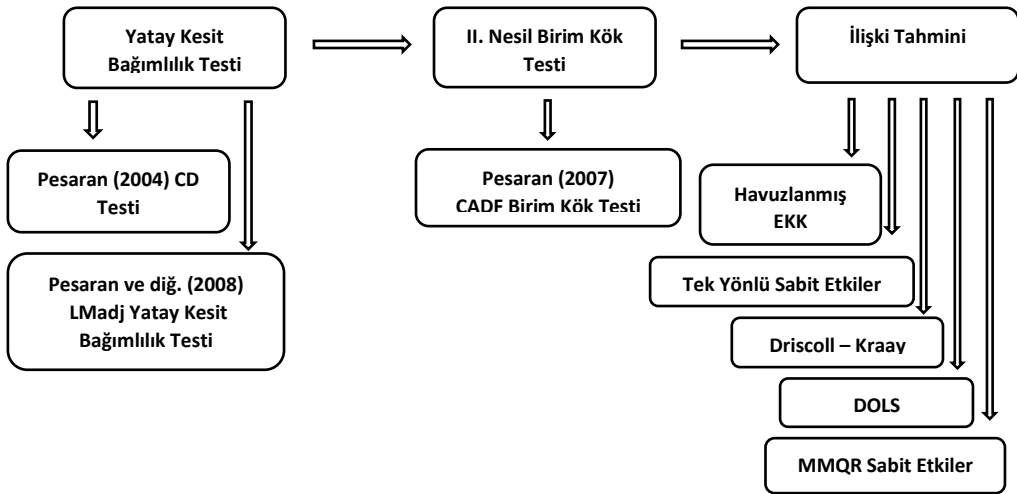
Tablo 3: Kayıt Dışı Ekonominin Ülkelere Göre Dağılımı (23 Yıllık Ortalama)

Kartil	1.	2.	3.	4.
Ortalama	11,14043	16,343	22,21391	28,52319
Minimum	8,117392	15,26087	17,8913	26,01304
Maksimum	14,69565	17,87826	25,95217	33,05652
Sayı	10	9	10	9

Kartil/ Ülke	1.	2.	3.	4.	Kartil/ Ülke	1.	2.	3.	4.
Almanya		•			Japonya	•			
Amerika Birleşik Devletleri	•				Kanada		•		
Avustralya	•				Kolombiya				•
Avusturya	•				Kosta Rika			•	
Belçika			•		Kore Cumhuriyeti			•	
Birleşik Krallık	•				Letonya				•
Çek Cumhuriyeti		•			Litvanya				•
Danimarka		•			Lüksemburg	•			
Estonya				•	Macaristan			•	
Finlandiya		•			Meksika				•
Fransa	•				Norveç			•	
Hollanda	•				Polonya				•
İrlanda		•			Portekiz			•	
İsrail			•		Slovak Cumhuriyeti		•		
İspanya			•		Slovenya			•	
İsveç		•			Şili			•	
İsviçre	•				Türkiye				•
İtalya				•	Yeni Zelanda	•			
İzlanda		•			Yunanistan				•

OECD ülkelerinde küreselleşmenin, gelir düzeyinin, savunmasız istihdamın, enflasyonun ve ticari açıklığın kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisinin incelenmesinde kullanılan ekonometrik strateji Şekil 3'te gösterilmiştir.

Şekil 3: Ekonometrik Strateji



Hata terimleri arasındaki korelasyonu ifade eden birimler arası korelasyon, özellikle makro verilerle yürütülen panel veri analizinde uygun durağanlık testinin ve tahmin sürecinin belirlenmesinde etkin rol oynamaktadır. Panel veri analizinde durağan olmayan serilerle tahminlerin gerçekleştirilmesi durumunda sahte regresyon problemi ortaya çıkabilmektedir. Olası sahte regresyon probleminin ortadan kaldırılması için ise tahminler gerçekleştirilmeden önce durağanlığın araştırılması ve serinin birim köke sahip olup olmadığının incelenmesi gerekmektedir. Birinci nesil birim kök testleri, birimler arasındaki korelasyonu dikkate almadığından birimler arası korelasyonun varlığı durumunda sahte regresyon problemi ortaya çıkabilmektedir. Bu nedenle birimler arası korelasyonun yokluğu durumunda birinci nesil birim kök testlerinin kullanılması uygun iken, birimler arası korelasyonun varlığı durumunda birimler arası korelasyonu göz önünde bulunduran ikinci nesil birim kök testlerinin kullanılması gerekmektedir. Bu çalışmada zaman boyutunun küçük, birim boyutunun büyük olduğu durumlarda etkin sonuçlar veren Pesaran (2004) birimler arası korelasyon (Cross – Section Dependence – CD) testi ve zaman ve birim boyutunun büyük olduğu durumlarda etkin sonuçlar veren Pesaran vd. (2008) sapması düzeltilmiş lagrange çarpanı (Bias – Adjusted Lagrange Multiplier – LM_{adj}) testi birimler arası korelasyonun testinde kullanılmıştır.

Tablo 4: CD ve LM_{adj} Birimler Arası Korelasyon Test Sonuçları

Değişkenler	Pesaran (2004) CD Testi		Pesaran vd. (2008) LM _{adj} Testi	
	Test istatistiği	Olasılık değeri	Test istatistiği	Olasılık değeri
SE	120,03	0,000	365,85	0,000
GLOB	115,29	0,000	338,56	0,000
GDP	107,68	0,000	314,49	0,000
VUL	26,66	0,000	140,76	0,000
CPI	47,76	0,000	80,39	0,000
TRADE	58,90	0,000	182,76	0,000

Birimler arası korelasyon testleri sonucunda elde edilen bulgular Tablo 4'te sunulmuştur. CD ve LM_{adj} test sonuçları, birimler arası korelasyonun bulunmadığını sınavan boş hipotezin %1 önem düzeyinde reddedildiğini ve tüm değişkenlerde birimler arası korelasyonun bulunduğunu göstermektedir.

3.2. Panel Birim Kök Testi

Tüm değişkenler için birimler arası korelasyonun varlığı, birim kök testinin seçiminde birimler arası korelasyonu dikkate alan ikinci nesil birim kök testlerinin kullanılmasını gerektirmektedir. Çalışmada, birimler arası korelasyon durumunda etkin sonuçlar veren ve Pesaran (2007) tarafından geliştirilen yatay kesitsel genişletilmiş Dickey – Fuller (Cross – Sectionally Augmented Dickey – Fuller – CADF) panel birim kök testi, serilerin durağanlığının incelenmesine kullanılmıştır.

CADF testi, birimler arası korelasyonu ortadan kaldırmak için bireysel serilerin gecikmeli düzeylerinin ve birinci farklarının yatay kesit ortalamalarını genişletilmiş Dickey – Fuller (Augmented Dickey – Fuller – ADF) regresyonuna faktörler olarak ilave etmektedir. ADF regresyonunun gecikmeli yatay kesit ortalamaları ile genişletilmiş halinin kullanıldığı yöntemde, regresyonun birinci farkı birimler arası korelasyonu ortadan kaldırmaktadır. CADF testi her bir yatay kesite ait serinin birim kök içerdiğini göstermektedir yani sıfır hipotezini sınamaktadır. Bununla birlikte uygulanan test sonucunda elde edilen bulgular panel serisinin değil, her bir yatay kesite ait serinin durağanlığını vermektedir. Panel veri serisinin durağanlığının incelenmesi için ise yatay kesiti genişletilmiş lm, Pesaran, Shin (Cross –

Sectionally Augmented Im, Pesaran, Shin – CIPS) istatistiği hesaplanmaktadır. CADF testinde yatay kesit birimleri için hesaplanan istatistiklerin ortalaması alınarak hesaplanan CIPS istatistikleri Tablo 5’te gösterilmiştir.

Tablo 5: CADF Panel Birim Kök Test Sonuçları

Değişkenler	CIPS İstatistiği	Kritik Değerler	
SE	-2,141**		
GLOB	-2,319***		
GDP	-2,228**	%1	-2,230
VUL	-2,366***	%5	-2,110
CPI	-3,321***	%10	-2,040
TRADE	-2,152**		

Not: *** ve ** sırasıyla %1 ve %5 önem düzeyinde istatistiksel anlamlılığı göstermektedir.

CADF denklemlerine dayalı olarak hesaplanan CIPS panel birim kök istatistikleri tüm değişkenlerin düzey değerlerinde durağan olduğunu göstermektedir. Kayıt dışı ekonomi ve küreselleşme endeksi arasındaki ilişkiyi gösteren katsayılar ise MMQR sabit etkiler panel kantil regresyon yöntemi ile incelenmiştir.

3.3. MMQR Sabit Etkiler Panel Kantil Regresyon Sonuçları

Çalışmada, açıklayıcı değişkenler ile birlikte küreselleşmenin kayıt dışı ekonomi üzerindeki heterojen etkilerini farklı kantillerde incelemek amaçlanmakla birlikte, yapılan ön incelemeler sonucunda tercih edilen analiz yönteminin karşılaştırmalı sonuçlarını sunabilmek adına MMQR yöntemine ek olarak çeşitli EKK yöntemlerine ilişkin bulgulara da yer verilmiştir. Havuzlanmış EKK (sütun 1), tek yönlü sabit etkiler (sütun 2), Driscoll – Kraay standart hatalar ile sabit etkiler (sütun 3) ve DOLS (sütun 4) tahminlerine ilişkin bulgular Tablo 6’da sunulmuştur.

Tablo 6: EKK Tahmin Sonuçları

Değişkenler	Havuzlanmış EKK (1)	Tek Yönlü Sabit Etkiler (2)	Driscoll – Kraay (3)	DOLS (4)
GLOB	-0,042 (0,026)	-0,100*** (0,008)	-0,100*** (0,013)	-0,051*** (0,015)
GDP	-5,783*** (0,332)	-1,869*** (0,197)	-1,869*** (0,505)	-5,999*** (0,381)
VUL	0,118*** (0,019)	0,129*** (0,009)	0,129*** (0,009)	0,089*** (0,019)
CPI	0,025 (0,022)	0,029*** (0,003)	0,029*** (0,005)	0,020*** (0,006)
TRADE	1,410*** (0,306)	0,796*** (0,156)	0,796*** (0,277)	1,567*** (0,307)
Sabit	73,329*** (3,232)	40,649*** (1,672)	40,649*** (3,525)	

Not: Parantez içindeki değerler standart hataları; ***, %1 önem düzeyinde istatistiksel anlamlılığı göstermektedir.

EKK tahminlerinden elde edilen bulgulara göre havuzlanmış EKK yöntemi dışındaki EKK tahminleri, katsayıların işareti ve anlamlılığı açısından tutarlı bir görünüm sergilemektedir. Havuzlanmış EKK tahmincisinin diğer tahmincilerden ayrılması ise birim etkinin varlığına işaret etmektedir. Sabit etkiler, Driscoll – Kraay ve DOLS tahminlerinden elde edilen bulgular, küreselleşme düzeyindeki ve gelir düzeyindeki artışın hasıla içindeki kayıt dışı ekonomi payını azalttığına işaret ederken, savunmasız istihdamdaki, tüketici fiyat endeksindeki ve ticari açıklıktaki artışın kayıt dışı ekonominin hasıla içindeki payını artırdığını göstermektedir.

EKK tahminlerinden elde edilen bulgular önemli bilgiler sunmakla birlikte daha önce belirtildiği gibi geleneksel EKK tahminleri yapıları gereği ortalama etkilere odaklandıklarından değişkenler arasındaki ampirik ilişkinin yalnızca kısmi bir görüntüsünü sunabilmektedir.

MMQR yöntemi ise özellikle en yüksek ve en düşük kayıt dışı ekonomi düzeyine sahip ülkelerde koşullu dağılım boyunca ayrıntılı bulgular sunabilmektedir. Farklı kayıt dışı ekonomi düzeylerine sahip ülkeler için küreselleşme endeksi ile birlikte diğer açıklayıcı değişkenlerin kayıt dışı ekonomi üzerindeki heterojen etkilerini incelemeye yönelik uygulanan MMQR sabit etkiler panel kantil regresyon yöntemine ilişkin bulgular Tablo 7’de sunulmuştur. Çok düşük, düşük, orta, yüksek ve çok yüksek kayıt dışı ekonomi düzeylerine sahip ülkelerde koşullu dağılıma ilişkin bilgiler sunabilmek için kayıt dışı ekonomi dağılımının 10., 25., 50., 75. ve 90. yüzdelik dilimleri için sonuçlar gösterilmiştir.

Tablo 7: MMQR Sabit Etkiler Panel Kantil Regresyon Sonuçları

Değişkenler	Kantil Düzeyleri				
	0.10	0.25	0.50	0.75	0.90
GLOB	-0,095*** (0,018)	-0,097*** (0,013)	-0,100*** (0,009)	-0,103*** (0,012)	-0,105*** (0,015)
GDP	-1,777*** (0,465)	-1,817*** (0,336)	-1,873*** (0,235)	-1,924*** (0,309)	-1,952*** (0,393)
VUL	0,134*** (0,018)	0,137*** (0,013)	0,128*** (0,009)	0,125*** (0,012)	0,124*** (0,015)
CPI	0,028*** (0,007)	0,029*** (0,005)	0,029*** (0,003)	0,030*** (0,005)	0,030*** (0,006)
TRADE	0,748** (0,336)	0,768*** (0,242)	0,798*** (0,170)	0,825*** (0,223)	0,840*** (0,284)

Not: Parantez içindeki değerler standart hataları; *** ve ** sırasıyla %1 ve %5 önem düzeylerinde istatistiksel anlamlılığı göstermektedir

Kantil regresyon sonuçları, tüm bağımsız değişkenlerin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkilerinin heterojen olduğunu ve kayıt dışı ekonomi hacminin koşullu dağılımında çeşitli yüzdeler arasında farklılıklar olduğunu göstermektedir. Küreselleşme düzeyinde ve kişi başına GSYH’de meydana gelen artışın tüm kantil düzeylerinde kayıt dışı ekonomi hacminde azalma meydana getirdiği, buna karşın savunmasız istihdamda, enflasyonda ve ticari açıklıkta meydana gelen artışın kayıt dışı ekonomi düzeyinde artış meydana getirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca küreselleşmenin, kişi başına GSYH’nin, enflasyonun ve ticari açıklığın kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisinin yüksek kayıt dışı ekonomi payına sahip ülkelerde, düşük kayıt dışı ekonomi payına sahip ülkelere göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmışken, savunmasız istihdamın etkisinin düşük kayıt dışı ekonomi payına sahip olan ülkelere, yüksek kayıt dışı ekonomi payına sahip olan ülkelere göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Küreselleşmenin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisine yönelik elde edilen bulgular Mısır için küreselleşmenin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisini inceleyen Farzanegan ve Hassan (2017), OECD ülkelerinde küreselleşmenin kayıt dışı sektör üzerindeki etkisini inceleyen Teyyare (2018) ve Türkiye için değişkenler arasındaki ilişkiyi inceleyen Pata ve Ela (2021) ile beklenen yönde tutarlılık göstermektedir. Buna göre OECD ülkelerinde küreselleşmenin kayıt dışı ekonomiyi azaltıcı etkilerinin destekleyici etkilerinden daha fazla olduğunu ve azaltıcı etkilerin OECD ülkeleri içinde yüksek kayıt dışı ekonomi düzeyine sahip olan Türkiye, Estonya, Litvanya ve Kolombiya gibi ülkelere daha yüksek olduğunu söylemek mümkündür.

Ek olarak kontrol değişkenlerinden elde edilen bulgular da dikkate değer bilgiler sunmaktadır. Gelir düzeyindeki artışın Baklouti ve Boujelbene (2019) ve Elgin (2020)’in bulgularıyla örtüşür şekilde kayıt dışı ekonomi düzeyinin azaltılmasına katkı sunması ekonomik büyümeyi destekleyici politikaların kayıt dışı ekonominin azaltılmasında da etkili olabileceğini göstermektedir. Ancak Teyyare (2018) ve Luong vd. (2020)’nin gelir düzeyinin kayıt dışı

ekonomi üzerindeki etkisini kurumsal kalite ile ilişkilendirmeleri, ekonomik büyümeyi destekleyici politikalarda kurumsal faktörlerin de dikkate alınması gerektiğini göstermektedir. Enflasyon ve savunmasız istihdamın kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkileri de beklenen yönde ve Baklouti ve Boujelbene (2019) Luong vd. (2020) ve C. P. Nguyen ve Su (2021)'ün çalışmalarıyla tutarlılık göstermektedir. Savunmasız istihdamın kayıt dışı sektöre yönelebileceği ve enflasyonun gelir dağılımı üzerindeki etkileri dikkate alındığında elde edilen bulguların literatürle uyumlu olduğu söylenebilir. Son olarak ticari açıklığın tüm kantil düzeylerinde kayıt dışı ekonomi düzeyini artırması P. N. Canh vd. (2021), Esaku (2021), C. P. Nguyen ve Su (2021), Khan vd. (2021)'nin bulguları ile çelişmektedir. Belirtilen çalışmalardan Esaku (2021) dışındaki çalışmaların küresel ölçekte gerçekleştirildiği göz önünde bulundurulduğunda, elde edilen çelişkili bulguların analiz sürecine konu edilen ülkelerin sosyo – ekonomik yapılarından ileri geldiği düşünülmektedir. Buna göre elde edilen bulgular, ticari açıklığın yerel firmalar üzerinde rekabet baskısı yaratacağı, rekabetle başa çıkamayan yerel firmaların faaliyetlerinde azalmaya giderek işgücü talebinde azalmaya gideceği ve gerek yerel firmaların gerekse de kayıtlı sektörde iş bulamayan işgücünün kayıt dışı ekonomik faaliyetlere yönelebileceği hipotezini desteklemektedir.

4. Sonuç ve Politika Önerileri

Kayıt dışı ekonominin zararlı etkilerinin incelenmesi ve bu etkilerin azaltılması amacıyla çeşitli girişimlerde bulunulmasına karşın kayıt dışı ekonominin güncel gelişmelere paralel değişim göstermesi, kayıt dışı ekonomi karşısında beklenen başarının elde edilememesine yol açmıştır. Küreselleşme ise yeni kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin ortaya çıkmasına ve mevcut kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin ölçek ve kapsamının genişlemesine neden olan, aynı zamanda kayıt dışı ekonominin azaltılması konusunda fırsatlar sunan faktörler arasında ele alınmıştır (OECD, 2017).

Ekonomik faaliyetlerin vergilendirildiği ve resmi otoriteler tarafından uygulanan düzenlemelere tabi tutulduğu tüm ülkelerde ortaya çıkan kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin hacmi, ülkelerin sosyal, kültürel, kurumsal ve ekonomik gelişmişlik düzeylerine göre ülkeler arasında farklılaşmaktadır. Ülkelerin uluslararası piyasalara ekonomik, sosyal ve siyasi açılardan entegrasyonunu ifade eden küreselleşme ise yeni kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin ortaya çıkmasına ve mevcut kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin ölçek ve kapsamının genişlemesine neden olan, aynı zamanda kayıt dışı ekonominin azaltılması konusunda fırsatlar sunan faktörler arasında kabul edilmektedir. Küreselleşme ile kayıt dışı ekonomi arasındaki ilişkiyi inceleyen kısıtlı literatürde, küreselleşmenin kayıt dışı ekonomik faaliyetleri etkilediği büyük ölçüde kabul edilmekle birlikte küreselleşmenin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisinin yönü konusunda görüş birliği bulunmamaktadır.

OECD ülkelerinde küreselleşmenin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisini gözlenemeyen bireysel heterojenliği ve dağılımsal heterojenliği dikkate alan sabit etkiler panel regresyon yöntemi inceleyen bu çalışmada, farklı kayıt dışı ekonomi düzeylerine sahip ülkelerde, koşullu dağılım boyunca kayıt dışı ekonominin belirleyicileri araştırılmıştır. 1996 – 2018 dönemi yıllık verileriyle yürütülen çalışmada, tahminlerin etkinliğini artırmak ve dışlanmış değişken yanlılığından kaçınmak amacıyla gelir düzeyi, savunmasız istihdam, enflasyon ve ticari açıklık göstergeleri kontrol değişkenleri olarak modellere dahil edilmiştir.

Ampirik analiz sonucunda elde edilen bulgular, tüm bağımsız değişkenlerin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkilerinin heterojen olduğunu ve bağımsız değişkenlerin kayıt dışı ekonomi hacmi üzerindeki etkilerinin çeşitli yüzdeler arasında farklılaştığını göstermiştir.

Küreselleşmede ve gelir düzeyinde meydana gelen artışın tüm kantil düzeylerinde kayıt dışı ekonomi düzeyinde azalma meydana getirdiği, buna karşın savunmasız istihdamda, enflasyonda ve ticari açıklıkta meydana gelen artışın kayıt dışı ekonomi düzeyinde artış meydana getirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca kayıt dışı ekonomi düzeyi arttıkça, savunmasız istihdam dışındaki tüm değişkenlerin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkilerinin arttığı, yani yüksek kayıt dışı ekonomi düzeyine sahip olan ülkelerde, düşük kayıt dışı ekonomi düzeyine sahip olan ülkelere kıyasla savunmasız istihdam dışındaki değişkenlerin etkilerinin daha yüksek olduğu, savunmasız istihdamın etkisinin ise kayıt dışı ekonomi düzeyi arttıkça azaldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Elde edilen bulgular ticari kısıtlamaları, vergi ve tarifeleri azaltan, emek piyasasında esnekliği artıran, uluslar ve hükümetler arasındaki iletişimi sürekli hale getirecek sosyal ve teknolojik gelişmeleri destekleyen uygulamaların kayıt dışı faaliyetlerde azalmaya yol açabileceğini göstermektedir. Bununla birlikte ticari açıklıktaki artışın kayıt dışı ekonomi hacmini artırıcı rol oynaması yerel firmaların küreselleşme ile ortaya çıkan rekabet ortamı karşısında kayıt dışı faaliyetlere yönelebileceklerini gösterdiğinden, küreselleşmeyi teşvik edici uygulamalar ile birlikte yerel firmaları destekleyen politikalar kayıt dışı faaliyetlerin azaltılmasına katkı sağlayabilecektir. Ayrıca küreselleşmedeki artış bir ülkede demokrasinin yaygınlaşmasına, hukukun üstünlüğünü temin ederek güçler ayrılığının sağlanmasına ve yolsuzluk eğilimlerinin azalmasına katkı sağlayabilmektedir. Küreselleşme düzeyini artırmaya yönelik politikalarla birlikte kurumsal kaliteyi artırmaya yönelik politikaların birlikte uygulanması ise hem ekonomik büyümeyi artırarak dolaylı olarak hem de bürokratik süreçlerde meydana getireceği azalma ile doğrudan firmaların ve çalışanların kayıt dışı ekonomik faaliyetlere yönelme eğilimlerini daraltabilecektir. Son olarak küreselleşmeyi teşvik eden ve kurumsal kaliteyi artırmaya yönelik politikalar hükümetin piyasalar üzerindeki müdahalelerini kısıtlayabilmektedir. Dolayısı ile piyasalar üzerindeki popülist politikaların azaltılarak parasal otoritenin bağımsızlığını destekleyen uygulamalar enflasyon haddinde azalma meydana getirebileceğinden kayıt dışı faaliyetler üzerinde de kısıtlayıcı rol oynayabilecektir.

Bu çalışmada, küreselleşme ile birlikte ekonomik büyüme, savunmasız istihdam, enflasyon ve ticari açıklığın kayıt dışı ekonomi üzerindeki belirsiz etkileri OECD ülkeleri için araştırılmıştır. Çalışma veri kısıtı nedeni ile 1996 – 2018 dönemini kapsamaktadır. Bununla birlikte gerek küresel mali kriz gerekse de Covid-19 kaynaklı artan küresel likidite özellikle 2021 yılından itibaren enflasyonist eğilimlerin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Önümüzdeki süreçte ise artan enflasyonist eğilimlere paralel olarak gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler tarafından uygulanacak politikalar mevcut bulguların değişmesine yol açabileceği gibi güncel verilerle yapılacak çalışmalar yeni yaklaşımların geliştirilmesine ve kayıt dışı ekonomi literatürüne önemli derecede katkı sağlayacaktır. Ayrıca özellikle 2020 sonrasında blok zinciri teknolojisindeki gelişmelerle birlikte kripto para piyasasının yaygınlaşması ekonomi teorisinde önemli tartışmalara yol açmıştır. Kripto paraların resmi ticari ilişkilerde kullanılmalara ek olarak ihtiva ettikleri özellikler dolayısı ile kayıt dışı faaliyetlerde rahatlıkla kullanılabilmeleri ise kripto para piyasasının gelişiminin kayıt dışı faaliyetleri artırabileceği görüşünü gündeme getirmektedir. Henüz yeterli ve güvenilir veri bulunmamakla birlikte, kayıt dışı ekonominin belirleyicilerini inceleyecek gelecek çalışmalarda bu durumun göz önünde bulundurulması teorisinin dijital gelişmeler ışığında güncellenmesine katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

- Acosta-González, E.; Fernández-Rodríguez, F.; Sosvilla-Rivero, S. (2014), "An empirical examination of the determinants of the shadow economy". *Applied Economics Letters*, 21(5); 304-307.
- Ajide, F. M. (2021), "Shadow economy in Africa: how relevant is financial inclusion?". *Journal of Financial Regulation and Compliance*.
- Ateşgaoğlu, O. E.; Elgin, C.; Öztunali, O. (2018), "Determinants of the informal economy in MENA economies". *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1); 39-52.
- Bacchetta, M.; Bustamante, J. P. (2009), "Globalization and informal jobs in developing countries: A joint study of the International Labour Office and the Secretariat of the World Trade Organization".
- Baklouti, N.; Boujelbene, Y. (2016), "Impact of government size and corruption on economic growth". *International Journal of Accounting and Economics Studies*, 4(2); 81-86.
- Baklouti, N.; Boujelbene, Y. (2019), "The economic growth–inflation–shadow economy trilogy: Developed versus developing countries". *International Economic Journal*, 33(4); 679-695.
- Baklouti, N.; Boujelbene, Y. (2020), "A simultaneous equation model of economic growth and shadow economy: Is there a difference between the developed and developing countries?". *Economic Change and Restructuring*, 53(1); 151-170.
- Bayar, Y.; Öztürk, O. m. F. (2019), "Economic freedom, globalization, and the shadow economy in the European Union transition economies: a panel cointegration analysis". *Organizations and Markets in Emerging Economies*, 10(2); 378-391.
- Berdiev, A. N.; Gomes, B.; Saunoris, J. W. (2022), "Revisiting the nexus between globalisation and the shadow economy: Untying the influences of de jure versus de facto globalisation". *The World Economy*.
- Berdiev, A. N.; Saunoris, J. W. (2018), "Does globalisation affect the shadow economy?". *The World Economy*, 41(1); 222-241.
- Berdiev, A. N.; Saunoris, J. W. (2019), "Globalization and informal entrepreneurship: A cross-country analysis". *Atlantic Economic Journal*, 47(1); 65-80.
- Binder, M.; Coad, A. (2011), "From Average Joe's happiness to Miserable Jane and Cheerful John: using quantile regressions to analyze the full subjective well-being distribution". *Journal of Economic Behavior & Organization*, 79(3); 275-290.
- Bittencourt, M.; Gupta, R.; Stander, L. (2014), "Tax evasion, financial development and inflation: Theory and empirical evidence". *Journal of Banking & Finance*, 41; 194-208.
- Blanton, R. G.; Early, B.; Peksen, D. (2018), "Out of the shadows or into the dark? Economic openness, IMF programs, and the growth of shadow economies". *The Review of International Organizations*, 13(2); 309-333. doi: 10.1007/s11558-018-9298-3
- Buehn, A.; Schneider, F. (2009), "Corruption and the shadow economy: a structural equation model approach".
- Bui, Q.; Wang, Z.; Zhang, B.; Le, H. P.; Vu, K. D. (2021), "Revisiting the biomass energy-economic growth linkage of BRICS countries: A panel quantile regression with fixed effects approach". *Journal of Cleaner Production*, 316; 128382.
- Canay, I. A. (2011), "A simple approach to quantile regression for panel data". *The econometrics journal*, 14(3); 368-386.
- Canh, N. P.; Thanh, S. D. (2020), "Financial development and the shadow economy: A multi-dimensional analysis". *Economic Analysis and Policy*, 67; 37-54.
- Canh, P. N.; Schinckus, C.; Dinh Thanh, S. (2021), "What are the drivers of shadow economy? A further evidence of economic integration and institutional quality". *The Journal of International Trade & Economic Development*, 30(1); 47-67.
- Capasso, S.; Ohnsorge, F.; Yu, S. (2022), "From Financial Development to Informality: A Causal Link". Available at SSRN 4265582.

Carr, M.; Chen, M. A. (2002), *Globalization and the informal economy: How global trade and investment impact on the working poor*: International Labour Office Geneva.

Dell'Anno, R. (2016), "Analyzing the determinants of the shadow economy with a "separate approach". An application of the relationship between inequality and the shadow economy". *World Development*, 84; 342-356.

Eilat, Y.; Zinnes, C. (2002), "The shadow economy in transition countries: Friend or foe? A policy perspective". *World Development*, 30(7); 1233-1254.

Elgin, C. (2020), "Shadow economies around the world: evidence from metropolitan areas". *Eastern Economic Journal*, 46(2); 301-322.

Elgin, C.; Kose, M. A.; Ohnsorge, F.; Yu, S. (2021). *Understanding informality CERP Discussion Paper*. London: Centre for Economic Policy Research.

Elgin, C.; Schneider, F. (2016), "Shadow economies in OECD countries: DGE vs. MIMIC approaches". *Bogazici Journal*, 30(1); 51-75.

Esaku, S. (2021), "The long-and short-run relationship between the shadow economy and trade openness in Uganda". *Cogent Economics & Finance*, 9(1); 1930886.

Farzanegan, M. R.; Hassan, M. (2017), "The impact of economic globalization on the shadow economy in Egypt".

Fugazza, M.; Fiess, N. M. (2010), "Trade liberalization and informality: new stylized facts". *UN Policy Issues in International Trade and Commodities Study Series*(43).

Galvao, A. F. (2011), "Quantile regression for dynamic panel data with fixed effects". *Journal of Econometrics*, 164(1); 142-157. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jeconom.2011.02.016>

Galvao, A. F.; Wang, L. (2015), "Efficient minimum distance estimator for quantile regression fixed effects panel data". *Journal of Multivariate Analysis*, 133; 1-26. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jmva.2014.08.007>

Geronazzo, S. A. P. (2016), "Increased trade openness, productivity, employment and wages: a difference-in-differences approach". *Estudios Regionales en Economía, Población y Desarrollo. Cuadernos de Trabajo de la UACJ, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez*, 32; 3-41.

Gharlegghi, B.; Jahanshahi, A. A. (2020), "The shadow economy and sustainable development: The role of financial development". *Journal of Public Affairs*, 20(3); e2099.

Goldberg, P. K.; Pavcnik, N. (2003), "The response of the informal sector to trade liberalization". *Journal of development Economics*, 72(2); 463-496.

Gwaindepi, A. (2022), "Domestic revenue mobilization and informality: Challenges and opportunities for sub-Saharan Africa". *WIDER Working Paper Series*(wp-2022-120).

Gygli, S.; Haelg, F.; Potrafke, N.; Sturm, J.-E. (2019), "The KOF Globalisation Index – revisited". *The Review of International Organizations*, 14(3); 543-574. doi: 10.1007/s11558-019-09344-2

Haruna, E. U.; Alhassan, U. (2022), "Does digitalization limit the proliferation of the shadow economy in African countries? An in-depth panel analysis". *African Development Review*, 34; S34-S62.

Hoang, H. (2020), "The underground economy in transition countries from the perspective of globalization: The case of Vietnam". *Amazonia Investiga*, 9(29); 234-242.

Ihrig, J.; Moe, K. S. (2004), "Lurking in the shadows: the informal sector and government policy". *Journal of Development Economics*, 73(2); 541-557.

Irani, F.; Noruzi, M. R. (2011), "Globalization and Challenges; What are the globalization's contemporary issues". *International Journal of Humanities and Social Science*, 1(6); 216-218.

Kato, K.; F. Galvao, A.; Montes-Rojas, G. V. (2012), "Asymptotics for panel quantile regression models with individual effects". *Journal of Econometrics*, 170(1); 76-91. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jeconom.2012.02.007>

- Katsios, S. (2006), "The shadow economy and corruption in Greece". *South-Eastern Europe Journal of Economics*, 1; 61-80.
- Kaufmann, D.; Kaliberda, A. (1996), "Integrating the unofficial economy into the dynamics of post-socialist economies". *Economic transition in Russia and the new states of Eurasia*, 8; 81-120.
- Khan, S.; Hamid, B. A.; Rehman, M. Z. (2021), "Determinants of shadow economy in OIC and non-OIC countries: the role of financial development". *International Journal of Emerging Markets*.
- Koenker, R. (2004), "Quantile regression for longitudinal data". *Journal of Multivariate Analysis*, 91(1); 74-89.
- Koenker, R.; Bassett, G. (1978), "Regression quantiles". *Econometrica: journal of the Econometric Society*; 33-50.
- Koenker, R.; Hallock, K. F. (2001), "Quantile regression". *Journal of economic perspectives*, 15(4); 143-156.
- Lamarche, C. (2010), "Robust penalized quantile regression estimation for panel data". *Journal of Econometrics*, 157(2); 396-408. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jeconom.2010.03.042>
- Law, S. H.; Azman-Saini, W.; Tan, H. B. (2014), "Economic globalization and financial development in East Asia: a panel cointegration and causality analysis". *Emerging Markets Finance and Trade*, 50(1); 210-225.
- Liu, Y.; Adejumo, A. V.; Adejumo, O. O.; Aderemi, T. A. (2022), "Globalization and Economic Growth: A Sustainability Analysis for South Asia Countries". *Global Policy*.
- Luong, T. T. H.; Nguyen, T. M.; Nguyen, T. A. N. (2020), "Rule of law, economic growth and shadow economy in transition countries". *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(4); 145-154.
- Machado, J. A.; Silva, J. S. (2019), "Quantiles via moments". *Journal of Econometrics*, 213(1); 145-173.
- Manolas, G.; Rontos, K.; Sfakianakis, G.; Vavouras, I. (2013), "The determinants of the shadow economy: The case of Greece". *International Journal of Criminology and Sociological Theory*, 6(1).
- Mawusi, C. (2019), "Does Informality and Trade Openness Impact Long Run Growth? Empirical Evidence from Ghana". *Economics Bulletin*, 0(0); 28-40.
- Mazhar, U.; Méon, P.-G. (2017), "Taxing the unobservable: The impact of the shadow economy on inflation and taxation". *World Development*, 90; 89-103.
- Medina, L.; Schneider, M. F. (2018), *Shadow economies around the world: what did we learn over the last 20 years?* : International Monetary Fund.
- Melitz, M. J. (2003), "The impact of trade on intra-industry reallocations and aggregate industry productivity". *econometrica*, 71(6); 1695-1725.
- Mishkin, F. S. (2009), "Globalization and financial development". *Journal of development Economics*, 89(2); 164-169.
- Navickas, M.; Juščius, V.; Navickas, V. (2019), "Determinants of shadow economy in Eastern European countries". *Scientific Annals of Economics and Business*, 66(1); 1-14.
- Nguyen, C. P.; Su, T. D. (2021), "When 'uncertainty' becomes 'unknown': Influences of economic uncertainty on the shadow economy". *Annals of Public and Cooperative Economics*.
- Nguyen, D. V.; Duong, M. T. H. (2021), "Shadow economy, corruption and economic growth: an analysis of BRICS countries". *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4); 665-672.
- OECD. (2012). *Reducing opportunities for tax non-compliance in the underground economy*: OECD Paris.
- OECD. (2017). *Shining light on the shadow economy: Opportunities and threats*: OECD Paris.
- OECD. (2022a). *Convention on the OECD*. Retrieved 01.12.2022, 2022, from <https://www.oecd.org/about/document/oecd-convention.htm>

- OECD. (2022b). Our global reach. Retrieved 01.12.2022, from <https://www.oecd.org/about/members-and-partners/>
- Ouédraogo, I. M. (2017), "Governance, corruption, and the informal economy". *Modern Economy*, 8(02); 256.
- Pata, U. K.; Ela, M. (2021), "Türkiye’de Beşeri Sermaye ve Küreselleşmenin Kayıt Dışı Ekonomi Üzerindeki Etkileri: Fourier-ADL Yaklaşımı". *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2); 125-152.
- Paz, L. S. (2014), "The impacts of trade liberalization on informal labor markets: A theoretical and empirical evaluation of the Brazilian case". *Journal of International Economics*, 92(2); 330-348.
- Pesaran, M. H. (2004). General Diagnostic Tests for Cross Section Dependence in Panels: CESifo Working Paper.
- Pesaran, M. H. (2007), "A Simple Panel Unit Root Test in the Presence of Cross-Section Dependence". *Journal of Applied Econometrics*, 22(2); 265-312.
- Pesaran, M. H.; Ullah, A.; Yamagata, T. (2008), "A Bias-Adjusted LM Test of Error Cross-Section Independence". *The Econometrics Journal*, 11(1); 105-127.
- Pham, T. H. H. (2017), "Impacts of globalization on the informal sector: Empirical evidence from developing countries". *Economic Modelling*, 62; 207-218.
- Potrafke, N. (2013), "Globalization and labor market institutions: International empirical evidence". *Journal of Comparative Economics*, 41(3); 829-842.
- Powell, D. (2016), "Quantile regression with nonadditive fixed effects". *Quantile Treatment Effects*, 1(28); 1-33.
- Schneider, F. (2004), "The Size of the Shadow Economies of 145 Countries all over the World: First Results over the Period 1999 to 2003". Available at SSRN 636661.
- Schneider, F. (2005), "Informality around the world". *European Journal of Political Economy*.
- Schneider, F. (2007), "Shadow Economies and Corruption All over the World: New Estimates for 145 Countries". *Economics: The open access, Open Assessment E-Journal*, 1(9).
- Schneider, F.; Enste, D. H. (2000), "Shadow economies: Size, causes, and consequences". *Journal of economic literature*, 38(1); 77-114.
- Solis-Garcia, M.; Xie, Y. (2018), "Measuring the size of the shadow economy using a dynamic general equilibrium model with trends". *Journal of Macroeconomics*, 56; 258-275.
- Stankevičius, E.; Vasiliauskaitė, A. (2014), "Tax Burden Level Leverage on Size of the Shadow Economy, Cases of EU Countries 2003-2013". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 156; 548-552. doi: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.11.238>
- Temkin, B.; Veizaga, J. (2010), "The impact of economic globalization on labor informality". *New Global Studies*, 4(1).
- Teyyare, E. (2018), "OECD Ülkelerinde Kayıt Dışı Ekonomi ve Kurumsal Kalite İlişkisi". *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14(1); 51-66.
- Williams, C.; Schneider, F. (2013), *The Shadow Economy*. London: The Institute of Economic Affairs.
- World Bank. (2021). *World Development Indicators*.
- Zarra-Nezhad, M.; Hasanvand, S.; Hadi Akbarzadeh, M. (2014), "The shadow economy and globalization: a comparison between difference GMM and system GMM approaches". *International Journal of Business and Development Studies*, 6(2); 41-57.
- Zhu, H.; Duan, L.; Guo, Y.; Yu, K. (2016), "The effects of FDI, economic growth and energy consumption on carbon emissions in ASEAN-5: evidence from panel quantile regression". *Economic Modelling*, 58; 237-248.

Extended Summary

The Impact of Globalization on the Shadow Economy in OECD Countries: Evidence from Method of Moments Quantile Regression

Globalization is considered among the factors that cause the emergence of new informal economic activities and the expansion of the scale and scope of existing informal economic activities while providing opportunities to reduce the shadow economy (OECD, 2017). In this study, the uncertain role of globalization on the shadow economy, which has devastating effects on the socio-economic structure of countries, has been investigated for OECD countries. This article, aims to determine how globalization affects the shadow economy together with other explanatory variables and whether this effect changes according to the level of the shadow economy of the countries. Additionally, previous studies investigating the determinants of the shadow economy focused on factors related to the internal dynamics of countries such as tax burden, institutional arrangements, corruption, income level, inflation, employment, and development of the financial sector. However, the impact of globalization on the shadow economy has been largely ignored. With this research, the effect of globalization, which has accelerated with increasing capital mobility, commercial relations, and digitalization, especially after the 1990s, on the shadow economy has been questioned. In addition, the fixed effects panel quantile regression method is used to observe possible differences in the effects of independent variables on the dependent variable at different points in the distribution of the shadow economy. Using the quantile regression methodology, it is questioned whether the effects of independent variables on the shadow economy differ in countries with high and low levels of the shadow economy.

The impact of globalization on the volume of the shadow economy may vary between countries depending on the social and economic conditions of the countries, as well as the institutional factors that have a significant impact on the social and economic conditions. This situation has led to the discussion of the reaction of the shadow economy to globalization from different perspectives. Studies examining the relationship between globalization and shadow economy for different estimation methods and for different country-country groups have been intensified recently, and the findings of existing studies are not consistent in terms of the relationship between variables. It is accepted that globalization causes a decrease in official regulations, an increase in economic freedoms, and encourages governments to become members of international organizations, which has a reducing effect on the shadow economy (Potrafke, 2013; Berdiev ve Saunoris, 2018). However, Manolas vd. (2013) concluded that for 19 OECD countries, the decrease in the official regulations on the labor market reduces the shadow economy, whereas the decrease in the regulations that organize the credit market increases the shadow economy. In addition, Ouédraogo (2017) concluded that for 23 Sub-Saharan countries, the increase in financial freedom and freedom of business increased the volume of the shadow sector, whereas the increase in monetary freedom narrowed the size of the shadow sector.

The findings of the studies dealing with the effect of globalization on the shadow economy may vary according to the subjective characteristics of the countries and the used variables. Berdiev ve Saunoris (2018) showed that globalization indicators are effective in reducing the shadow economy in 119 countries, whereas the effects of globalization indicators other than political globalization on the shadow economy are statistically insignificant when the control variables affecting the shadow economy are considered. On the other hand, Bayar ve Öztürk (2019) examined the effects of economic freedom and globalization on the shadow economy for the European Union transition countries. The findings showed that economic freedom negatively affected the level of the shadow economy, while the effect of globalization is insignificant throughout the panel.


In addition to the findings that are incompatible with the theory in the relationship between globalization and the shadow economy and vary according to the indicator used, countries, and control variables, there are also studies that conclude that globalization plays an important role in reducing the shadow economy. Zarra-Nezhad vd. (2014) concluded that there is an inverse relationship between economic globalization and the shadow economy, while Acosta-González vd. (2014) concluded that globalization negatively affects the level of the shadow economy. Additionally, Pham (2017) concluded that trade integration, trade diversification, and concentration, de facto and legal financial openness, and social globalization significantly affect informality.

In the studies investigating the effect of globalization on the shadow economy, it is noteworthy that there is no consensus on the relationship between the variables. Empirical evidence points out that the impact of globalization on the shadow economy varies according to the selected variables and country-specific characteristics. It is also noteworthy that in most of the studies, the relationship between variables is estimated via mean effects.

In the study, the shadow economy indicator calculated based on the dynamic general equilibrium model is selected as the dependent variable to represent the shadow economy, while the KOF globalization index published by the KOF Swiss Economics Institute is selected as a key independent variable to represent globalization. In the analysis, a multivariate approach has been adopted in examining the impact of globalization on the shadow economy with the aim of increasing the efficiency of estimates and avoiding the omitted variable bias. Considering previous studies in the literature and as a result of the preliminary examinations, the model contains a vector of additional explanatory variables comprising income level, vulnerable employment, inflation, and trade openness. In order for the analysis to cover all 38 OECD countries, the relationship between the variables is investigated with annual data for the period 1996 to 2018.

The MMQR methodology makes it possible to predict the determinants of the shadow economy by allowing individual effects to affect the entire distribution and thus controlling for unobservable individual heterogeneity. Therefore, in this study, MMQR fixed effects panel quantile regression method is chosen to examine the effect of globalization on the shadow economy. Findings from empirical analysis show that reducing trade restrictions, taxes, and tariffs, increasing flexibility in the labor market, and supporting social and technological developments that will make communication between nations and governments continuous may lead to a decrease in informal activities. On the other hand, the fact that the increase in trade openness plays a role in increasing the volume of the shadow economy implies that local firms may tend to informal activities in the face of the competitive environment that has emerged with globalization. Therefore, supporting policies on local companies together with practices promoting globalization will contribute to the reduction of shadow activities. In addition, globalization may contribute to democratization, separation of powers, and reduction of corruption.

Zihinsel Kayıpların Öncülleri ve Ardılları Üzerine Nitel Bir Çalışma

Yener Pazarçık¹ 

Pelin Kanten² 

Benan Arda³ 

Zihinsel Kayıpların Öncülleri ve Ardılları Üzerine Nitel Bir Çalışma	A Qualitative Study of the Antecedents and Consequences of Cognitive Failures
<p>Öz</p> <p>Zihinsel kayıplar bireylerin iş ve sosyal yaşamlarında olumsuz çıktılar oluşturan bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Zihinsel kayıpların sonuçlarının ve bu kayıplara neden olan faktörlerin belirlenmesinin önem taşıdığı düşünülmektedir. Bu kapsamda araştırmada bir üniversitede görev yapan yöneticilerde zihinsel kayıpların öncüllerinin ve sonuçlarının bir model çerçevesinde sunulması amaçlanmaktadır. Araştırma amacı doğrultusunda 24 yönetici ile yarı yapılandırılmış soru formu aracılığıyla mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Mülakatlardan elde edilen veriler MAXQDA nitel veri analizi programı kullanılarak kodlanmış ve kategorize edilmiştir. Analiz sonuçları çerçevesinde yöneticilerin karşılaştığı zihinsel kayıplara yol açan nedenler üç ana tema çerçevesinde belirlenmiştir. Bununla birlikte yöneticilerin karşı karşıya kaldığı zihinsel kayıpların sonuçları ise "bireysel", "örgütsel" ve "çevresel" sonuçlar olmak üzere üç ana tema kapsamında sınıflandırılmıştır.</p>	<p>Abstract</p> <p>Cognitive failures evaluated as a significant component which led to detrimental outcomes in both social and work life of individuals. Therefore, it is considered as an important to determine the consequences and antecedents of cognitive failures. Within the scope of the research, it is aimed to present the antecedents and consequences of cognitive failures in the managers working at a university within the framework of a model. Th aim of the research; interviews were conducted with 24 managers through a semi-structured questionnaire The data obtained from the interviews were coded and categorized using the MAXQDA qualitative data analysis program. In the light of the analysis results, the antecedents of cognitive failures as in managers were determined as three themes within the framework of research. However, the consequences of cognitive failures seen in managers are classified under three main themes as "individual", "organizational" and "environmental consequences".</p>
<p>Anahtar Kelimeler: Zihinsel Kayıplar, Bilişsel Hata, Unutkanlık</p>	<p>Keywords: Cognitive Failures, Cognitive Error, Forgetfulness</p>
<p>JEL Kodları: M10, M20, M54</p>	<p>JEL Kodları: M10, M20, M54</p>

<p>Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı</p>	<p>Bu çalışma Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Etik Kurulu'nun 03.03.2022 tarih ve 05126 sayılı Etik Kurul Onay Belgesi ile bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmıştır.</p>
<p>Yazarların Makaleye Olan Katkıları</p>	<p>Çalışmanın tamamı üç yazar ile birlikte, bölümleri yazarlara paylaştırılarak oluşturulmuştur.</p>
<p>Çıkar Beyanı</p>	<p>Yazarlar açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.</p>

¹ Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret Lojistik ve İşletmecilik, ypararcik@comu.edu.tr

² Prof. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme, pelinkanten@comu.edu.tr

³ Doktora öğrencisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Uluslararası İşletmecilik, benanardaa@gmail.com

1. Giriş

İstenmeyen hatalar genellikle günlük hayatta büyük problemlere neden olabilmekte, iş ve boş zaman aktivitelerini kesintiye uğratma eğilimindedir. Çoğu zaman bu hataları düzeltmek zaman kaybına neden olabilmektedir. Hatalar aynı zamanda kazalara dönüşebilmekte; yaralanmalara ve ölümlere yol açabilmektedir (Doorn vd. 2010: 717). Alan yazın incelendiğinde günlük hatalar veya aksiliklerin neden ve sonuçlarının incelendiği görülmektedir. Reson (1977-1979) günlük yaşamdaki aksiliklerle ilişkili çalışmalar yapmış, çalışmalarına kaza raporlarının analizinden başlamış, günlük yaşamda tutulan günlüklerdeki tuhaf “unutkanlık” durumlarının kaydı ile devam etmiş ve bu durumların bireyler tarafından bildirilme sıklığına ilişkin genel anketler oluşturulması yöntemiyle gelecek araştırmaların da ilerlemesini sağlamıştır. Günlük yaşamda bireylerin algısal hata ve hafıza kaybı yaşayarak eylemlerini yanlış yönlendirmeleri muhtemeldir. Bu gibi durumlar da karşılaşılan hatalar, eksiklikler veya unutkanlıklar zihinsel kayıp kavramı çerçevesinde değerlendirilebilmektedir. Zihinsel kayıp, hata ve unutkanlık gibi problemlerin çoğu; dikkat, hafıza, düşünce ya da eylemlerin kontrolünde meydana gelen bozuklarla ilişkilidir (Broadbent vd. 1982: 1). Zihinsel kayıplar (bilişsel başarısızlıklar) eylemlerin niyetle uyuşmaması ve algı, bellek, motor işlevlerdeki başarısızlık olarak tanımlanmaktadır (Allahyari vd. 2008: 150).

Zihinsel kayıplar; hatalar, bellek, algı ve/veya eylemlerde anlık gecikmeler yaşanması olarak da tanımlanmaktadır. Zihinsel kayıplar genellikle öznel biliş altında değerlendirilmektedir. Bu kapsamda zihinsel kayıplar, bireyin bilişsel işlevlere yönelik algılamasıyla şekillenmektedir. Günlük yaşamda yaygın olarak karşılaşılan zihinsel kayıplar; kısmen durumsal olmak üzere nörolojik faktörlere bağlı olarak ortaya çıkmaktadır (Sutin vd. 2020: 1). Randevuları unutmak, e-postaları günlerce cevapsız bırakmak, sokaktaki işaretleri fark etmemek, okunan bir şeyi tekrar okumak zorunda kalmak gibi günlük aktivitelerde gözlemlenen bu tür hatalar dikkat dağınıklığı ve hafıza ile ilgili genel bilişsel işlevlerdeki temel sorunlardan kaynaklanmaktadır (Payne ve Schnapp, 2014: 1). Zihinsel kayıplar kendi başlarına tehlikeli olarak görülmemesine karşın; trafik kazaları, hastaneye yatışlar, düşme yaralanmaları ve işle ilgili kazalar gibi olaylarla da ilişkili olabilmektedir (Sullivan ve Payne 2007: 1664). Zihinsel kayıplar bilişsel yetenek ile ilişkilendirilmektedir. Bilişsel yetenek, akademik çıktıları, refah düzeyini, sosyo-ekonomik başarıyı, iş performansını ve iş modelini öngörmek adına kritik bir öneme sahiptir (Leeson vd., 2008: 631). Yüksek bilişsel yeteneklere sahip bireylerin yeni bilgileri daha hızlı işleyebildikleri varsayılmakta, bireylerin bilişsel yetenekleri ile çalışma yaşamındaki davranışları arasında bir ilişki beklenmektedir (Heineck ve Anger, 2010: 536).

Zihinsel kayıplar (bilişsel başarısızlıklar) mesleki ve mesleki olmayan faaliyetlerde de ortaya çıkmaktadır. Mesleki zihinsel kayıplar (bilişsel başarısızlıklar) bir çalışma ortamında meydana gelen başarısızlık kümeleridir (Allahyari vd. 2014: 175). Wallace ve Chen (2005) yaptıkları çalışmada, mesleki zihinsel kayıplar ile nevroitiklik (duygusal dengesizlik), aşırı iş yükü, güvensiz davranışlar ve mikro kazalar arasında pozitif yönde ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır (Wallace ve Chen, 2005: 622). Zihinsel kayıplar halka açık yerlerde bir şeyleri kaybetme, güvensiz işyeri davranışları, işyeri kazaları, trafik kazaları, spor ve eğlence yaralanmaları ve düşük seviyede işyeri performansı ile ilişkilidir (Niranja vd., 2022: 315). Atıklık ve hafıza fonksiyonları ile negatif yönde; yorgunluk, uyku bozuklukları ve dikkat problemleri ile pozitif yönde ilişkili olan zihinsel kayıplar; iş kazalarına neden olabilecek düşük dikkat ve dikkat dağınıklığı ile de ilişkilidir (Abbasi vd. 2017: 386). Özdevecioğlu vd. (2013) araştırmalarında mesleki stres ve tükenmişliğin zihinsel kayıpları pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır

(Özdevecioğlu vd. 2013: 12). Polatçı ve Yılmaz'ın (2021) yaptıkları çalışmanın sonucuna göre ise, pozitif psikolojik sermaye ve çalışma hayatının kalitesi, zihinsel kayıpları negatif yönde etkilemektedir (Polatçı ve Yılmaz, 2021: 62). Alan yazında zihinsel kayıpların öncülleri ve sonuçlarına yönelik çalışmalar yer almasına rağmen, zihinsel kayıpların kavramsal çerçevesini ortaya koyan sınırlı sayıda çalışma yer almaktadır. Bu bağlamda zihinsel anlamda dikkat gerektiren işlere yoğun şekilde zaman harcayan yöneticilerin ne gibi durumlarda zihinsel kayıp yaşadıklarının belirlenmesi; yöneticilerin zihinsel kayıp yaşamasına neden olabilecek bireysel ve örgütsel faktörlerin ortaya çıkarılması önem taşımaktadır. Başka bir ifadeyle örgütsel kademelerde farklı pozisyonlarda yönetici olarak görev yapan bireylerin yüksek düzeyde strese maruz kalmaları sebebiyle karşı karşıya kaldığı bilişsel fonksiyonlarda zayıflamaya neden olan faktörlerin kapsamlı bir şekilde belirlenmesi ve bir model dahilinde sunulmasıyla literatüre katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

2. Kavramsal Çerçeve

Geleneksel olarak klinik psikoloji alanı bireysel farklılıklar ve psikopati konuları ile ilgilenirken; bilişsel psikoloji temel bilişsel mekanizmaları anlamlandırmaya çalışmaktadır (Bruce vd., 2007: 553). Temel bilişsel süreçler, kısa ve uzun süreli bellekten bilginin geri alınmasını, sinyal algılamayı, olasılık öğrenmeyi ve uyanıklığı içermektedir (Dickman, 1990: 95). Farkındalığın azalması bilişsel psikolojide zihinsel kayıplar (bilişsel başarısızlık), klinik psikolojide ayrışma olarak adlandırılma eğilimindedir (Bruce vd., 2007: 553). Zihinsel kayıplar (bilişsel başarısızlıklar) ve bilişsel rahatsızlıklar literatürdeki benzer diğer terimler gibi (örneğin; öznel bilişsel bozulma, öznel bilişsel zayıflama) birbirinin yerine kullanılma eğilimindedir. Buna karşın bilişsel rahatsızlıklar, bireyin bilişsel işleyişi hakkında olumsuz yargılardır. Zihinsel kayıplar (bilişsel başarısızlıklar) bellek, algı ve/veya eylemde anlık sapmalar nedeniyle hatalarla karşılaşılmasıdır (Aschwanden vd. 2020: 3). Zihinsel kayıplar, bilişsel kontrolde sık gözlemlenen sapmalara karşı küresel bir sorumluluğu yansıtmaktadır (Carrigan ve Barkus, 2016: 30). Martin (1983) zihinsel kaybı, bireyin normalde hatasız tamamlaması gereken basit görevlerde bilişsel temelli hatalar yapması olarak tanımlanmıştır. Manly, Robertson, Galloway ve Hawkins (1999) zihinsel kayıpları; eskisi dururken yeni bir kalemi çöpe atmak, bir telefon görüşmesi sırasında telefon görüşmesinin kesintiye uğradığı anda bireyin çöpü dışarıya çıkarmayı unutmaması gibi örneklerle açıklamıştır (Wallace vd., 2002: 238). Zihinsel kayıplar; bireyin kahvesine şeker yerine un koyması gibi basit hatalar şeklinde gözlemlenebileceği gibi; tek yönlü bir sokakta yanlış yöne dönmek şeklinde ciddi sonuçlara neden olabilecek hatalarla da kendisini göstermektedir. Zihinsel kayıplar genel anlamda, bir kişinin görevini tamamlama yeteneğine sahip olmasına rağmen, "başka bir şeyin" bireyin görevini tamamlamasına müdahale etmesi olarak kavramsallaştırılmıştır (Wallace, 2004: 308). Deng ve arkadaşlarının (2022) çalışmasına göre tam bir bilişsel süreç beş bilişsel bağlantı içermelidir; bunlar bilgi edinme, bilgiyi anlama, tepkiyi algılama, tepkiyi seçme ve harekete geçmedir. Zihinsel kayıplar, bilişsel sürecin bir ürünü olan güvensiz davranışlara yol açabilmektedir. Bu nedenle, zihinsel kayıplara ilişkin faktörler güvenli olmayan davranışlar üzerinde etkilidir (Deng vd., 2022: 2).

Alan yazın, algılanan bilişsel başarısızlık ile karar verme zayıflığı arasında erteleyici bir karar verme tarzı şeklinde kendini gösteren bir ilişkiye işaret etmektedir (Di Fabio ve Palazzeschi, 2013: 262). Karar vermeyi ertelemeyi zihinsel kayıpların bir ifadesi olarak ve dolayısıyla, karmaşık bilgilerin kırılğanlığının, edinilememesinin veya hafıza eksikliğinin bir sonucu olarak alternatif seçenekler hakkındaki bilgilerin işlenmesinde ve değerlendirilmesinde bir gecikme

olarak kabul eden araştırmalar mevcuttur (Di Fabio, 2006: 112). Zihinsel kayıplar çerçevesinde değerlendirilen bireyin normalde gerçekleştirdiği görevindeki hatalar ve başarısızlıklar, yetenek ve bilgi ile gerçekleşen başarısızlıklar dışındaki, her türlü uygulama ve hafızayla ilişkili hataları içermektedir. Zihinsel kayıplar dikkatten kaçma (algılamada başarısızlık), hafızadan çıkma (bilgiyi ulaşma konusunda karşılan başarısızlık) ve motor işlevlerde hata yapma (istenmeyen eylemler veya eylemsizlik hali) gibi şekillerde kendisini göstermektedir (Abbasi vd. 2017: 386). Spesifik olarak hafıza bileşeni, ilgili ve tanıdık işle ilgili bilgilerin başarısız olarak geri çağırılmasıdır. Dikkat bileşeni, çalışırken iş görenin göreviyle ilgili bilgileri algılamasında ve görevine dikkatini odaklaması konularında problem yaşamasıdır. Eylem bileşeni ise, uygun göreve yönelik davranışların amaçlanan veya amaca yönelik şekilde başarısız sonuçlara ulaşmasıdır (Petitta vd., 2019: 166). Norman (1981), zihinsel kayıpları üç ana kategoride değerlendirmiştir. İlk kategoriyi, niyetlerin oluşumundaki hatalar oluşturmaktadır. İkinci kategoriyi, niyetlerin hatalı şekilde kurgulanması oluşturmaktadır. Son kategori ise, eylemlerin yanlış tetiklenmesidir. Robertson, Manly, Andrade, Baddeley ve Yiend (1997) bu tür hataların sıklıkla can sıkıntısı, endişe ve dikkat dağınıklığı nedeniyle meydana geldiği üzerinde durmuşlardır. Broadbent vd. (1982), Pollina, Greene, Tunick ve Puckett, (1992) yaptıkları çalışmalarda, zihinsel kayıpların sıklığı ile kısa süreli hafızanın aşırı yüklenmesi, dikkat seviyesinin azalması, tesadüfi öğrenme ve dikkat dağınıklığı gibi bilişsel faktörler arasında ilişkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Houston (1989) yaptığı çalışmada, zihinsel kayıpları öz-bilinç (bireysel farkındalık) ve sosyal kaygı gibi sosyal özelliklerle ilişkilendirilmiştir. Reason ve Lucas, (1984), Larson vd. (1997), Larson ve Merritt, (1991) zihinsel kayıpların davranışsal sonuçları arasında, dalgınlıkla mağazada hırsızlık yapma, otomobil kazaları, pusula ibresinin ucu ile yanlış rota çizmeye yönelik pilotaj hatalarının olabileceğini ifade etmişlerdir (Wallace vd., 2002: 239). Könen ve Karbach (2018) araştırma sonuçlarına göre, zihinsel kayıplar vicdanlılık ile negatif yönde nevroitiklik ile pozitif yönde ilişkilidir. Benzer şekilde zihinsel kayıplar ile sorumluluk ve başarı için çaba gösterme arasında negatif ilişki olduğu görülmüştür. Aynı zamanda zihinsel kayıplar ile öfkeli düşmanlık, dürtüsellik arasında pozitif yönde ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Könen ve Karbach, 2018: 990-991). Iwasa ve arkadaşları ise araştırmaları (2022) sonucunda, geçmiş araştırmaların güçlü bir ilişki tespit ettiği uyku düzeni ve zihinsel kayıplar ikilisine ilişkin olarak, uyku kalitesinin küçük gecikmeler ve ileriye ve geriye dönük bilişsel başarısızlıklar üzerinde bağımsız bir etkiye sahip olduğu; katılımcıların uyku kalitesi ne kadar yüksekse, bilişsel başarısızlık sıklıklarının o derece düştüğü sonucuna ulaşmışlardır (Iwasa vd., 2022: 6).

3. Araştırma Metodolojisi

3.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, bir devlet üniversitesinde görev yapmakta olan yöneticilerin zihinsel kayıp düzeylerini etkileyen faktörlerin belirlenmesidir. İlgili literatür incelendiğinde kavrama ilişkin bir boşluk olduğu, uluslararası literatür incelendiğinde ise özellikle zihinsel kayıpların sonuçlarına odaklanıldığı görülmüştür. Bu bağlamda zihinsel kayıplara neden olan faktörlerin belirlenmesi önem taşımaktadır. Bu amaç kapsamında aşağıda belirtilen araştırma sorularına yanıt aranmaktadır:

- Zihinsel kayıp kavramı yöneticiler için ne anlam ifade etmektedir?
- Yöneticilerin zihinsel kayıp yaşadıkları konular nelerdir?
- Yöneticilerde zihinsel kayıpların nedenleri nelerdir?
- Yöneticilerde zihinsel kayıpların sonuçları nelerdir?
- Yöneticilerin zihinsel kayıpları engellemek için aldıkları tedbirler nelerdir?

3.2. Araştırmanın Örnekleme

Araştırma kapsamında amaçlı örnekleme yönteminden yararlanılmıştır. Bu kapsamda katılımcılar bir devlet üniversitesinde görev yapmakta olan 24 yöneticiden oluşmaktadır. Örneklem büyüklüğünün belirlenmesi kapsamında veri doygunluğu (yeni verilerin mevcut bilgilere düşük düzeyde katkı sağlaması veya herhangi bir etki oluşturmaması) ve veri yeterliliği (elde edilen verilerin araştırma probleminin cevaplanmasına fayda sağlayacak düzeyde olması) gibi iki temel faktörün dikkate alınması gerektiği görüşü ile hareket edilmiştir (Baş ve Akturan, 2017: 233). Ayrıca örneklem seçiminde yöneticilerin yaş, medeni durum, çocuk sayısı gibi farklı kriterler de dikkate alınmıştır. Zihinsel kayıplar ile ilgili elde edilmesi beklenen verilerin yaş, medeni durum ve çocuk sayısı gibi faktörlere göre değişkenlik gösterebileceği varsayımı sebebiyle örneklem seçiminde bu kriterler dikkate alınmıştır. Tablo 1’de katılımcılara ilişkin detaylı bilgi verilmektedir.

Tablo 1. Katılımcılara Ait Bilgiler

Cinsiyet	Kişi S.	Yaş	Kişi S.	Medeni Durum	Kişi S.	Çocuk sayısı	Kişi S.	Görev	Kişi S.
Kadın	9	38-48	14	Evli	22	Yok	6	Daire Başkanı	3
Erkek	15	49-59	8	Bekar	2	1	10	MYO Müdür Yrd.	1
		60-70	2						2
								Enstitü Müdürü	1
								Dekan Yrd.	4
								Dekan	9
								Rektör Yrd.	3

3.3. Veri Toplama Tekniği

Araştırma kapsamında veriler yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak, yüz yüze görüşmeler yapılarak elde edilmiştir. Görüşme formunun hazırlanması aşamasında literatür ve mevcut çalışmalar incelenerek sorular oluşturulmuş; soru formunun geçerliliği ise örgütsel davranış alanında nitel araştırma konusunda deneyimli olan bir uzman görüşüne başvurularak sağlanmıştır. Görüşme formu zihinsel kayıplarla ilgili 29 açık uçlu soru ile cinsiyet, yaş, medeni durum ve ocuk sayısı olmak üzere 4 demografik sorudan oluşmaktadır. Katılımcılar ile görüşmeler Ocak-şubat 2021 tarihleri arasında 35-45 dakika arasında bir sürede gerçekleştirilmiş, katılımcıların rızasının olmaması sebebiyle ses kayıt cihazı kullanılmadan, yazılı olarak kayıt altına alınmıştır.

3.4. Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında elde edilen verilerin değerlendirilmesinde MAXQDA programı ve içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi kapsamında öncelikle araştırma kapsamında elde edilen verilerin kavramsallaştırılması, kavramlara uygun temaların oluşturulması ve bulguların ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu çerçevede araştırma verilerinin analizinde bire bir not tutularak elde edilen veriler detaylıca incelenmiş ve araştırma amacına uygun olacak şekilde açık kodlar oluşturulmuştur. Yapılan açık kodlamanın ardından ana kategoriler ve alt kategoriler oluşturularak, birbiriyle ilişkili kodlar bir araya getirilmiştir. Veriler seçici kodlama işlemine tabi tutularak, alt kodlarda ana kategorilerle uyumlu olacak şekilde daraltma yapılmıştır. Bununla birlikte araştırmanın güvenirliğinin sağlanması aşamasında, alanında deneyimli bir akademisyene kategorilendirme işlemi yaptırılarak, elde edilen kategoriler ile araştırmacının oluşturduğu kategorilerin karşılaştırılması ile yapılmıştır. Son aşamada ise, araştırma bulguları yorumlanarak, sonuçlar ifade edilmiştir.

4. Bulgular ve Tartışma

Araştırmada elde edilen verilerden yola çıkarak, zihinsel kayıp kavramına yönelik kodlar oluşturulmuştur. Kodlar arasındaki ilişkilerin oluşturduğu yapı içerisinde 5 adet kategori (zihinsel kayıp kavramı, zihinsel kayıp yaşanan konular, zihinsel kayıpları etkileyen faktörler, zihinsel kayıpların sonuçları, zihinsel kayıpları engellemek için alınacak tedbirler) olmak üzere 1418 açık kod belirlenmiştir. Kodların görselleştirilmesinde frekans (f) tablo ve grafikleri, yoğunluk tabloları ve kod haritaları kullanılmıştır.

4.1. Zihinsel Kayıp Kavramının Analizine İlişkin Bulgular

Çalışmanın ilk aşamasında ana temayı ifade eden zihinsel kayıp kavramının yöneticilerde çağrıştırdığı anlamlar belirlenmeye çalışılmıştır. Elde edilen veriler zihinsel kayıp kavramının 18 farklı anlam çağrıştırdığını göstermektedir. Buna göre, zihinsel kayıp kavramının en yüksek düzeyde (%19,10) önemsememe ile kodlandığı, bunu sırasıyla iş yoğunluğu (%13,48), önemli bilgileri unutma (%12,36), yaşam tarzı (%8,99), rahat davranışlar (%4,49), fiziksel ve zihinsel açıdan yorgunluk (%4,49), çözülmesi gereken bir sorun (%4,49), detaycılık (%4,49), işleri aksatma (%4,49) ve dağınık düşünce yapısı (%4,49) kodlarının izlediği görülmektedir. Tablo 2'de zihinsel kayıp kavramının yöneticilere çağrıştırdığı ifadelerle ilişkin frekans ve yüzde dağılımları verilmektedir.

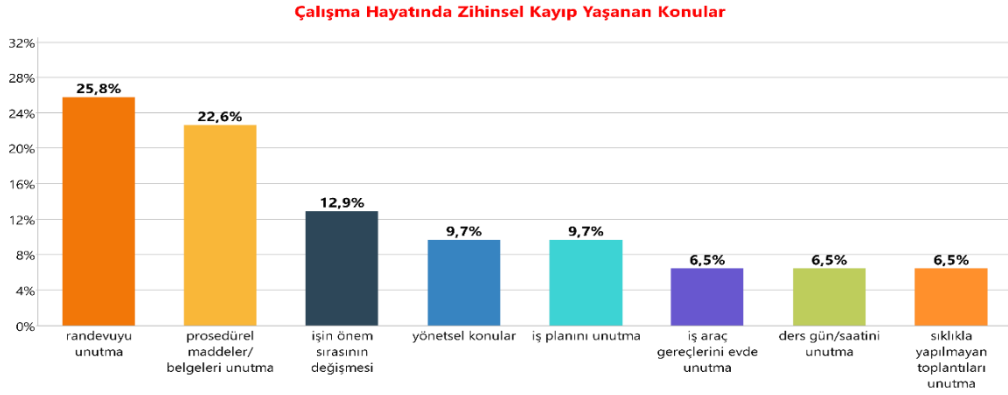
Tablo 2. Zihinsel Kayıp Kavramının Yöneticilere Çağrıştırdığı İfadeler

	Frekans	Yüzde
Önemsememe	17	19,10
İş yoğunluğu	12	13,48
Önemli bilgileri unutma	11	12,36
Yaşam tarzı	8	8,99
Rahat davranışlar	4	4,49
Fiziksel ve zihinsel açıdan yorgunluk	4	4,49
Çözülmesi gereken bir sorun	4	4,49
Detaycılık	4	4,49
İşleri aksatma	4	4,49
Dağınık düşünce yapısı	4	4,49
Bilinçli veya bilinçsiz yanlış hareket	3	3,37
Utanma	2	2,25
Sorumsuzluk	2	2,25
Bilişsel tembellik	2	2,25
Hedefi gerçekleştiremememe	2	2,25
Özeleştirme yapma	2	2,25
Stres	2	2,25
Plansızlık	2	2,25
TOPLAM	89	100,00

4.2. Çalışma Hayatında Zihinsel Kayıp Yaşanan Konulara İlişkin Bulgular

Çalışma hayatlarında zihinsel kayıp yaşadıkları konuların belirlenmesi adına yöneticiler zihinsel kayıp yaşadıkları konular sorulmuştur. Şekil 1'de yöneticilerin çalışma hayatında zihinsel kayıp yaşadıkları konulara ilişkin verdikleri cevapların yüzde dağılımı çubuk grafiği ile verilmiştir. Buna göre, yöneticilerin çalışma yaşamında en yüksek seviyede zihinsel kayıp yaşadıkları konu (%25,8) oranıyla randevuyu unutmadır; bunu sırasıyla (%22,6) prosedürel maddeler/ belgeleri unutma, (%12,9) işin önem sırasının değişmesi, (%9,7) yönetsel konuların, (%9,7) iş planını unutmanın takip ettiği görülmektedir.

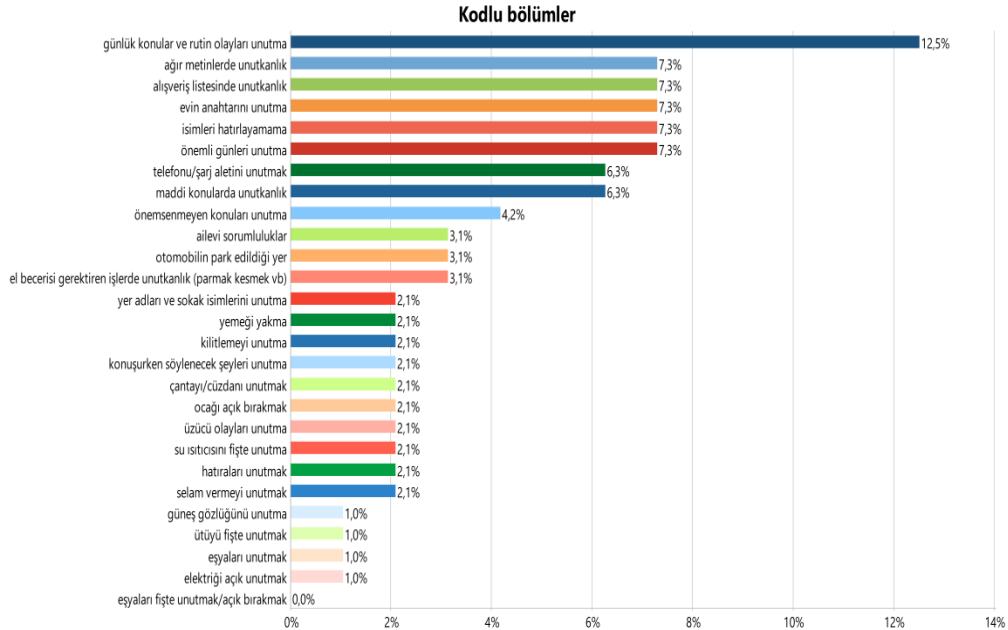
Şekil 1. Yöneticilerin Çalışma Hayatında Zihinsel Kayıp Yaşadıkları Konulara İlişkin Yüzde Dağılım



4.3. Günlük Hayatta Zihinsel Kayıp Yaşanan Konulara İlişkin Bulgular

Yöneticilerin çalışma yaşamında zihinsel kayıp yaşadıkları konular belirlendikten sonra, günlük hayatlarında zihinsel kayıp yaşadıkları konular sorulmuştur. Şekil 2’de yöneticilerin günlük hayatta zihinsel kayıp yaşadıkları konulara ilişkin verdikleri cevapların yüzde dağılımı çubuk grafik ile verilmiştir. Buna göre, yöneticilerin günlük hayatta en yüksek seviyede zihinsel kayıp yaşadıkları konu (%12,5) oranıyla günlük konular ve rutin olayları unutmadır; bunu sırasıyla (%7,3) ağır metinlerde unutkanlık yaşama, (%7,3) alışveriş listesinde unutkanlık, (%7,3) evin anahtarını unutma, (%7,3) isimleri hatırlayamama, (%7,3) önemli günleri unutma, (%6,3) telefonu/şarj aletini unutmak, (%6,3) maddi konularda unutkanlık, (%4,2) önemsenmeyen konuları unutma, (%3,1) ailevi sorumluluklar, (%3,1) otomobilin park edildiği yer, (%3,1) el becerisi gerektiren işlerde unutkanlık (parmak kesmek vb), (%2,1) yer adları ve sokak isimlerini unutma, (%2,1) yemeği yakma, (%2,1) kilitlemeyi unutma, (%2,1) konuşurken söyleyecek şeyleri unutma, (%2,1) çantayı/cüzdanı unutmak, (%2,1) ocağı açık bırakmak, (%2,1) üzücü olayları unutma, (%2,1) su ısıtıcısını fişte unutma, (%2,1) hatıraları unutmak, (%2,1) selam vermeyi unutmak, (%1,0) güneş gözlüğünü unutma, (%1,0) ütüyü fişte unutma, (%1,0) eşyaları unutmak, (%1,0) elektrikliyi açık unutma, (%0,0) eşyaları fişte unutma/açık bırakma.

Şekil 2. Yöneticilerin Günlük Hayatta Zihinsel Kayıp Yaşadıkları Konulara İlişkin Yüzde Dağılım



4.4. Zihinsel Kayıpları Engellemek İçin Alınabilecek Tedbirlere İlişkin Bulgular

Zihinsel kayıp yaşanan konular belirlendikten sonra yöneticilere zihinsel kayıp yaşamayı engellemek için alınabilecek tedbirler sorulmuştur. Bu bağlamda zihinsel kayıpları engellemek için alınabilecek tedbirler elde edilen veriler çerçevesinde kategorileştirilmiştir. Tablo 3'te katılımcıların zihinsel kayıpları engellemeye yönelik olarak alınabilecek tedbirlerine ilişkin ifadelerle yer verilmektedir.

Tablo 3. Katılımcıların Zihinsel Kayıpları Engellemek İçin Alınabilecek Tedbirlerine İlişkin Kod Yoğunluk Tablosu

Kod Sistemi	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Zihinsel Kayıpları Engellemek İçin Alınabi																									
fiziksel ve zihinsel rahatlama																									
yeni şeyler öğrenmek																									
teknolojik aletlerden uzak kalmak																									
önlem almak																									
yeni hobiler edinmek																									
sosyal aktivitelere katılma																									
planlama ve kontrol																									
bireysel farkındalığı artırma																									
düzenli çalışma																									
iş-aile yaşam dengesi sağlama																									
alışkanlıklardan uzaklaşma																									
besin takviyeleri																									
dikkatli davranma																									
şeyleri göz önünde bulundurma																									
alarm/hatırlatıcılardan yararlanma																									
aile desteği																									
bireylerarası iletişim																									
zihinsel egzersizler (bulmaca,sudoku)																									
insanlardan hatırlatmada bulunmasını isteme																									
tekrar etme																									
spor yapma																									
uyku düzeni																									
düzenli beslenme																									

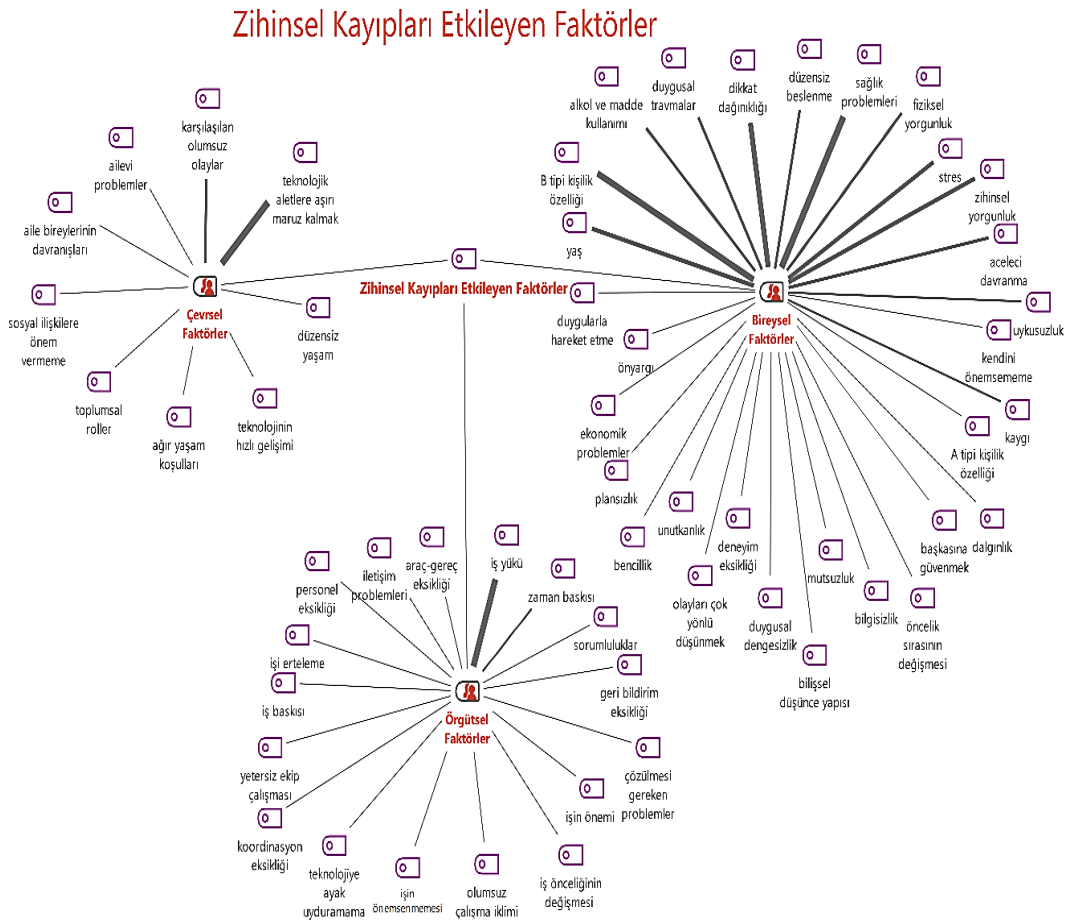
Tablo 3'te görüldüğü üzere katılımcıların zihinsel kayıpları engellemek üzere alınabilecek tedbirler bağlamında en yüksek düzeyde "planlama ve kontrol", "önlem almak", "alarm/hatırlatıcılardan yararlanma", "düzenli çalışma", "dikkatli davranma", "insanlardan hatırlatmada bulunmasını isteme", "spor yapma" ve "düzenli beslenme" ifadelerine yer verdikleri görülmektedir.

4.5. Zihinsel Kayıpları Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Bulgular

Yöneticiler hem idari görevleri ve iş rolleri gereği üzerlerine düşen görevleri yerine getirirken hem de aile olmanın gereği sorumlulukları üstlenirken karşılaşılan bir durum olan zihinsel kayıpları etkileyen faktörlerin belirlenmesi önem taşımaktadır. Bu çerçevede zihinsel kayıpları etkileyen faktörlerin belirlenmesi yönelik ifadelerle ilişkin kodların "bireysel faktörler", "örgütsel faktörler" ve "çevresel faktörler" olmak üzere üç ana tema çerçevesinde ele alınarak, ana temalar ile alt faktörleri içeren ilişki haritası oluşturulmuştur. Görüşmeler sonucunda elde edilen verilere göre zihinsel kayıpları etkileyen faktörler "bireysel faktörler",

“örgütsel faktörler” ve “çevresel faktörler” olmak üzere üç alt faktörü içeren ilişki haritasıyla gösterilmiştir. Zihinsel kayıpları etkileyen bireysel faktörler; “yaş”, “B tipi kişilik özelliği”, “alkol ve madde kullanımı”, “duygusal travmalar”, “dikkat dağınıklığı”, “düzensiz beslenme”, “sağlık problemleri”, “fiziksel yorgunluk” olarak ifade edilmiştir. Yöneticilerin zihinsel kayıp yaşamalarını etkileyen örgütsel faktörler ise; “iş yükü”, “zaman baskısı”, “sorumluluklar”, “geri bildirim eksikliği”, “çözülmesi gereken problemler”, işin önemi”, “iş önceliğinin değişmesi”, “olumsuz çalışma iklimi” olarak değerlendirilmiştir. Zihinsel kayıpları etkileyen çevresel faktörler yöneticiler tarafından; “teknolojik aletlere aşırı maruz kalmak”, “karşılaşılan olumsuz olaylar”, “ailevi problemler”, “aile bireylerinin davranışları”, “sosyal ilişkilere önem verme” olarak ifade edilmiştir. Buna göre, Şekil 3'te yöneticilerin zihinsel kayıplarını etkileyen faktörler ana unsurlar ve alt faktörler çerçevesinde özetlenmeye çalışılmıştır.

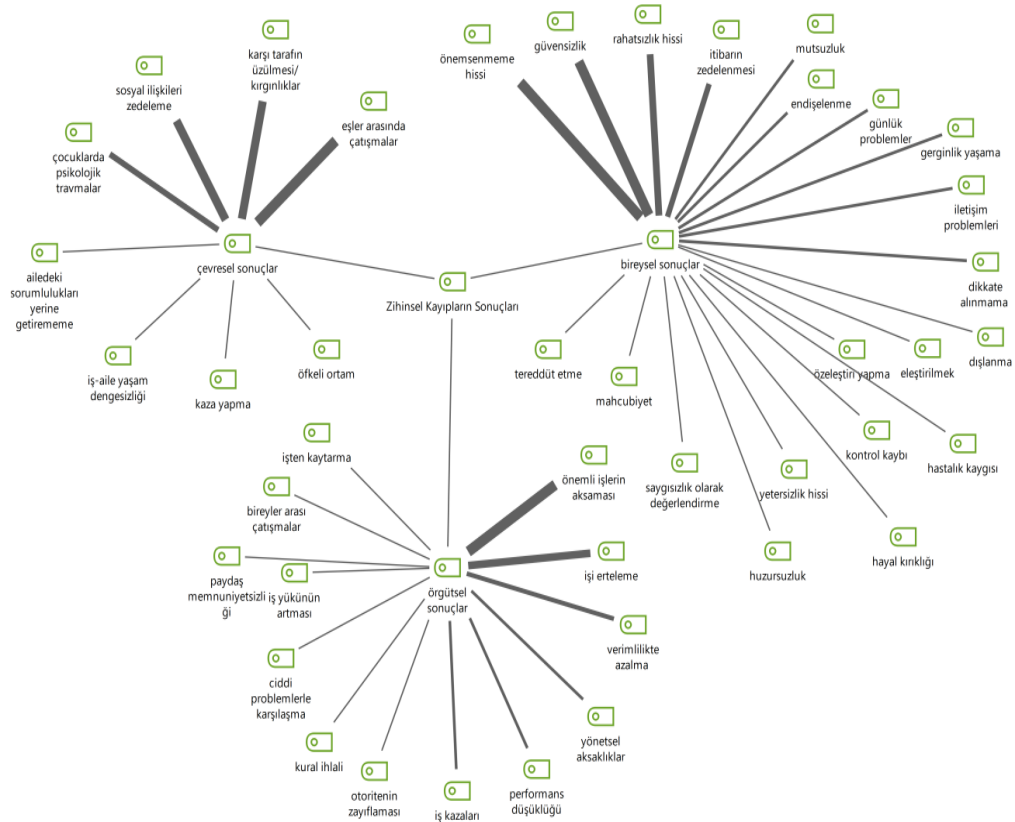
Şekil 3. Zihinsel Kayıpları Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Model Önerisi



4.6. Zihinsel Kayıpların Sonuçlarının Belirlenmesine Yönelik Bulgular

Yöneticilerin yaşadıkları zihinsel kayıp durumunun doğurduğu sonuçların belirlenmesine yönelik ifadelerle ilişkin kodlamalardan “örgütsel sonuçlar”, “bireysel sonuçlar” ve “çevresel sonuçlar” olmak üzere üç ana tema çerçevesinde ele alınarak, ana temalar ile alt faktörleri içeren ilişki haritası çıkarılmıştır. Zihinsel kayıpların bireysel sonuçları kapsamında “önemsenmeme hissi”, “rahatsızlık hissi”, “güvensizlik” ve “itibarın zedelenmesi” görülmektedir. Zihinsel kayıpların örgütsel sonuçları kapsamında “önemli işlerin aksaması”, “iş erteleme”, “verimlilikte azalma”, “yönetimsel aksaklıklar”, “performans düşüklüğü” ve “iş kazaları” sıklıkla ifade edilen kavramlar olarak ön plana çıkmaktadır. Zihinsel kayıpların çevresel sonuçları kapsamında ise “eşler arası çatışmalar”, “karşı tarafın üzülmesi/kırgınlıklar”, “sosyal ilişkileri zedeleme” ve “çocuklarda psikolojik travmalar” görülmektedir. Buna göre Şekil 4’te yöneticilerde zihinsel kayıpların sonuçları ana unsurlar ve alt faktörler çerçevesinde özetlenmeye çalışılmıştır.

Şekil 4. Zihinsel Kayıpların Sonuçlarına İlişkin Model Önerisi



5. Sonuç ve Öneriler

Günümüzde artan iletişim ağı ve teknolojik gelişmeler, sorumluluk, rol ve görev çeşitlilikleri bireylerin hata yapma olasılığını artırmaktadır. Söz konusu hatalar bireysel, örgütsel ve çevresel bağlamda olabileceği gibi; bilişsel başarısızlıklar şeklinde de görülebilmektedir. Bilişsel başarısızlığın yanı sıra dalgınlık, unutkanlık gibi kavramları da bünyesinde barındıran zihinsel kayıplar; bireylerin günlük hayatında ve çalışma hayatında olumsuzluklara neden olabilen bir unsurdur. Bireylerin günlük hayatta kolaylıkla yerine getirebileceği bilişsel süreçlerin aksaması ile ortaya çıkan zihinsel kayıpların beslenme, yaş, sağlık problemleri, kişilik özellikleri ve bağlamsal faktörlerden etkilendiği düşünülmektedir. Çalışma yaşamı bağlamında ise özellikle iş yükü, iş yoğunluğu, kriz yönetimi ve zaman baskısına maruz kalan yöneticilerin zihinsel kayıp yaşama olasılığının artacağı düşünülmektedir. Yöneticilerin yönetsel rollerinin yanı sıra toplumsal rollerinin çeşitliliğinden kaynaklı olarak da birçok sorumluluğu bulunmaktadır. Artan sorumlulukların ve yönetsel faktörlerin etkisi ile oluşabilecek zihinsel kayıpların yöneticiler üzerindeki öncüllerinin belirlenmesi önem taşımaktadır.

Araştırmada zihinsel kayıp yaşama olasılığı yüksek olan yöneticilerin zihinsel kayıp yaşadıkları konular, zihinsel kayıp yaşamalarına neden olan faktörler, zihinsel kayıpları engellemek için alınabilecek tedbirler ve zihinsel kayıpların sonuçları incelenmiştir. Bu çerçevede rektör yardımcısı, dekan, dekan yardımcısı, enstitü müdürü, meslek yüksek okulu müdürü, meslek yüksek okulu müdür yardımcısı ve daire başkanı olarak görev yapan yöneticilerle mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Mülakatlar sonucunda elde edilen verilere göre araştırma kapsamındaki yöneticilerin zihinsel kayıpları önemsememe, önemli bilgileri unutma, iş yoğunluğu ve yaşam tarzı gibi ifadelerle kavramsallaştırdığı görülmektedir. Bununla birlikte araştırma kapsamında yöneticilerin günlük hayatında sıklıkla; günlük konular ve rutin olayları unutma, ağır metinlerde unutkanlık, evin anahtarını unutma, isimleri hatırlayamama ve alışveriş listesinde unutkanlık gibi konularda zihinsel kayıp yaşadıkları görülmekte iken; çalışma hayatında ise randevuyu unutma, prosedürel maddeler/belgeleri unutma, işin önem sırasının değişmesi, yönetsel konular ve iş planını unutma konularında zihinsel kayıp yaşadıkları belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlar yöneticilerin gerek günlük gerekse çalışma hayatlarında zihinsel kayıp yaşadıklarını ortaya koymaktadır.

Yöneticilerin zihinsel kayıp yaşamalarına yönelik nedenlerin belirlenmesi; dalgınlık, hata yapma, unutkanlık yaşama, algı ve eylemde anlık sapmalar gibi olası olumsuz sonuçların önüne geçilmesi adına önem taşımaktadır. Bu bağlamda araştırma kapsamında zihinsel kayıpların bireysel, örgütsel ve çevresel öncülleri belirlenmiştir. Bu kapsamda yöneticilerin; yaş, B tipi kişilik özelliği, alkol ve madde kullanımı, duygusal travmalar, dikkat dağınıklığı, düzensiz beslenme, sağlık problemleri, fiziksel yorgunluk, stres, zihinsel yorgunluk, aceleci davranma ve uykusuzluk gibi bireysel faktörler nedeniyle zihinsel kayıplara maruz kaldığı görülmüştür. Yöneticilerin; iş yükü, zaman baskısı, sorumluluklar, geri bildirim eksikliği, çözülmesi gereken problemler, işin önemi ve işin önceliğin değişmesi gibi örgütsel faktörler çerçevesinde zihinsel kayıp yaşadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde yer alan araştırmalar da işle ilgili stresin zihinsel kayıplarla ilişkili olduğunu doğrulamaktadır (Kumareswaran vd., 2023: 17). Ayrıca araştırmalar zaman baskısı altında uzun süreli çalışmanın, yüksek konsantrasyon talepleri, sık kesintiler, görev belirsizliği ve performans kısıtlamalarının, iş görenler üzerinde olumsuz koşullar altında görevleri yerine getirirken harcanan ekstra çaba ile ilgili bir "telafi edici çaba" ile sonuçlandığını ve iş görenlerin başarı seviyelerini korumalarının

ancak daha yüksek zihinsel maliyetlerle mümkün olduğunu ortaya koymaktadır (Elfering vd., 2011: 198).

Bununla birlikte yöneticilerin; teknolojik aletlere aşırı maruz kalma, karşılaşılan olumsuz olaylar, ailevi problemler, aile bireylerinin davranışları, sosyal ilişkilere önem vermeme, toplumsal roller, ağır yaşam koşulları, teknolojinin hızlı gelişimi ve düzensiz yaşam gibi çevresel faktörler çerçevesinde zihinsel kayıp yaşadıkları görülmüştür. Araştırma sonuçlarının literatürde birçok araştırmancın zihinsel kayıpların nedenleri bağlamında işaret ettiği kişinin ruh hali, rutinlik, monotonluk, motivasyon eksikliği, zamansızlık, stres, psikolojik gerginlik, uykusuzluk, yorgunluk, uyku bozuklukları, aşırı uyaran, gürültü, bilgisizlik yanı sıra dikkat, odaklanma, hatırlama, öğrenme, problem çözme vb. zihinsel süreçlerdeki eksiklik gibi unsurlarla paralellik gösterdiği görülmüştür (Abdel-Aal Ibrahim, 2022: 3).

Araştırma bulguları sonucunda yöneticilerin zihinsel kayıpları engellemek üzere planlama ve kontrol, önlem almak, alarm ve hatırlatıcılardan yararlanma, dikkatli davranma, insanlardan hatırlatmada bulunmasını isteme ve düzenli çalışma gibi tedbirlere başvurdıkları görülmüştür. Bu kapsamda yöneticiler zihinsel kayıpları engelleyebilmek için çeşitli yöntemlere başvursalar da yine de zihinsel kayıp yaşamaktadırlar. Araştırma kapsamında zihinsel kayıp yaşayan yöneticilerin bireysel anlamda önemsenmeme hissi, güvensizlik, rahatsızlık hissi, itibarın zedelenmesi ve mutsuzluk gibi sonuçlar ile karşılaştıkları görülmüştür. Benzer şekilde zihinsel kayıp yaşayan yöneticilerin zihinsel kayıpların örgütsel sonuçları bağlamında önemli işlerin aksaması, işi erteleme, verimlilikte azalma, yönetsel aksaklıklar, performans düşüklüğü ve iş kazaları yaşadıkları görüştür. Zihinsel kayıp yaşayan yöneticilerin eşler arasında çatışmalar, karşı tarafın üzülmesi ve kırgınlıklar, sosyal ilişkilerin zedelenmesi ve çocuklarda psikolojik travmalar gibi çevresel sonuçlara maruz kaldıkları da ulaşılan sonuçlar arasında yer almaktadır.

Araştırma bulguları sonucunda yöneticilerin çeşitli nedenlerle zihinsel kayıp yaşadıkları kaçınılmaz bir gerçek olarak göze çarpmaktadır. Bu gerçek yöneticilerin yönetsel becerilerinin olumsuz etkilenmesinin yanı sıra bireysel ve çevresel anlamda da olumsuzluklara neden olabilmektedir. Bu çerçevede zihinsel kayıpların araştırma kapsamında tespit edilen nedenlerinden hareketle bireysel anlamda stresten uzak durulması ya da stresi azaltıcı etkinliklerde bulunulması, fiziksel ve zihinsel yorgunluğun önüne geçilebilmesi adına sağlıklı beslenme, spor ve iyi bir uyku düzeni, alkol ve madde kullanımında uzak durmak, ani kararlardan kaçınmak dikkat dağınıklığına neden olan etkenleri ortadan kaldırmak önerilebilir. Zihinsel kayıpların olumsuz çevresel sonuçlarından kaçınmak üzere teknolojik aletlerin olumsuz etkilerinden kaçınmak, yaşam koşullarını iyileştirici eylemlerde bulunmak, toplumsal rolleri bir baskı unsuru yerine bir yetkinlik olarak kabul etmek ve sosyal ilişkilere önem vermek önerilebilir. Zihinsel kayıpların olumsuz örgütsel sonuçlarından kaçınmak için iş yükünün azaltılması, zaman baskısının önüne geçebilmek adına planlama ve programlamaya dikkat edilmesi, iş planlarının sıklıkla değiştirilmesinin önlenmesi, koordinasyon, personel ve araç gereç eksikliklerinin önüne geçilmesi önerilebilir. Bu öneriler çerçevesinde daha sağlıklı bir örgüt ikliminin yanı sıra verimlilik ve performansta artış gözlemlenmek de mümkün olacaktır. Zihinsel kayıp kavramına yönelik yöneticilere ilişkin önerilerin yanında araştırmacılara ise ilerideki çalışmalarda zihinsel kayıpların farklı meslek gruplarındaki sonuçlarının incelenmesinin yanı sıra örgütsel sonuçlara etkisinin (işten ayrılma niyeti, işe yabancılaşma, işe adanma vb.) ampirik bir araştırma ile test edilmesi önerilebilir.

Kaynakça

- Abbasi, M., Zakerian, A., Mehri, A., Poursadeghiyan, M., Dinarvand, N., Akbarzadeh, A., & Ebrahimi, M. H. (2017), "Investigation into Effects Of Work-Related Quality Of Life And Some Related Factors On Cognitive Failures Among Nurses", *International Journal of Occupational Safety and Ergonomics*, 23(3), 386-392.
- Abdel-Aal Ibrahim, K. A. (2022). "The Relative Contribution of Psychological Flow and Resilience in Anticipating the Cognitive Failure of Elementary School Students", *Education Research International*.
- Allahyari, T., Rangi, N. H., Khalkhali, H., & Khosravi, Y. (2014), "Occupational Cognitive Failures and Safety Performance in The Workplace", *International Journal of Occupational Safety and Ergonomics*, 20(1), 175-180.
- Allahyari, T., Saraji, G. N., Adi, J., Hosseini, M., Iravani, M., Younesian, M., & Kass, S. J. (2008), "Cognitive Failures, Driving Errors and Driving Accidents", *International Journal of Occupational Safety and Ergonomics*, 14(2), 149-158.
- Aschwanden, D., Sutin, A. R., Luchetti, M., Allemand, M., Stephan, Y., & Terracciano, A. (2020), "A Systematic Review and Meta-Analysis of The Association Between Personality and Cognitive Failures/Complaints", *Social and Personality Psychology Compass*, 14(11), 1-24.
- Baş, T. ve Akturan, U. (2017). *Sosyal Bilimlerde Bilgisayar Destekli Nitel Araştırma Yöntemleri*, 3. Baskı, Seçkin Yayıncılık: Ankara
- Broadbent, D. E., Cooper, P. F., FitzGerald, P., & Parkes, K. R. (1982), "The Cognitive Failures Questionnaire (CFQ) And Its Correlates", *British Journal of Clinical Psychology*, 21(1), 1-16.
- Bruce, A. S., Ray, W. J., & Carlson, R. A. (2007), "Understanding Cognitive Failures: What's Dissociation Got to Do with It?", *The American Journal of Psychology*, 553-563.
- Carrigan, N., & Barkus, E. (2016), "A Systematic Review of Cognitive Failures in Daily Life: Healthy Populations", *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 63, 29-42.
- Deng, S., Peng, R. & Pan, Y. (2022), "A Cognitive Failure Model of Construction Workers' Unsafe Behavior", *Advances in Civil Engineering*, 1-9.
- Dickman, S. J. (1990). "Functional and Dysfunctional Impulsivity: Personality and Cognitive Correlates", *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(1), 95-102.
- Di Fabio, A. (2006), "Decisional Procrastination Correlates: Personality Traits, Self-Esteem or Perception of Cognitive Failure?", *Int J Educ Vocational Guide*, 6, 109-122.
- Di Fabio, A. & Palazzeschi, L. (2013), "Incremental Variance in Indecisiveness Due to Cognitive Failure Compared to Fluid Intelligence and Personality Traits", *Personality and Individual Differences*, 54, 261-265.
- Heineck, G. & Anger, S. (2010), "The Returns to Cognitive Abilities and Personality Traits in Germany", *Labour Economics*, 17, 535-546.
- Iwasa, H., Yoshida, Y., Ishioka, Y. & Suzukamo, Y. (2022), "Association of Personality with Cognitive Failure among Japanese Middle-Aged and Older Adults", *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19, 1-9.
- Kanten, P., Gümüştekin, G., & Durmaz, M. G. (2018), "Öfke Yönetimini Etkileyen Öncüller: Hemşireler Üzerinde Nitel Bir Araştırma", 6. Örgütsel Davranış Kongresi Bildiriler Kitabı, 2(3).
- Könen, T., & Karbach, J. (2020), "Self-reported Cognitive Failures in Everyday Life: A Closer Look at Their Relation to Personality and Cognitive Performance", *Assessment*, 27(5), 982-995.
- Kumareswaran, S., Muhadi, U., Farhan, A. & Sathasivam, J. (2023). "Relationship between Sociodemographic Factors and Cognitive Failures among Employees", *European Journal of Humanities and Social Sciences*, 3(1), 16-22.

Leeson, P., Ciarrochi, J. & Heaven, P. C. L. (2008), "Cognitive Ability, Personality, And Academic Performance in Adolescence", *Personality and Individual Differences*, 45, 630-635.

Niranjan, S., Gabaldon, J., Hawkins, T. G., Gupta, V. K., & McBride, M. (2022), "The Influence of Personality and Cognitive Failures on Distracted Driving Behaviors Among Young Adults", *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 84, 313-329.

Özdevecioğlu, M., Karaca, Ö. G. M., Demirtaş, Ö., & Bayram, A. G. A. (2013), "Mesleki Stres ve Tükenmişliğin Zihinsel Kayıplar (Cognitive Failure) Üzerindeki Etkisi", 1. Örgütsel Davranış Kongresi (15-16 Kasım 2013 Sakarya), 7-15.

Payne, T. W., & Schnapp, M. A. (2014), "The Relationship Between Negative Affect and Reported Cognitive Failures", *Depression Research and Treatment*, 2014.

Petitta, L., Probst, T. M., Ghezzi, V., & Barbaranelli, C. (2019), "Cognitive Failures in Response to Emotional Contagion: Their Effects on Workplace Accidents", *Accident Analysis & Prevention*, 125, 165-173.

Polatçı, S., & Yılmaz, H. (2021), "Bilişsel Kayıplarımızın Sebebini Arayış: Psikolojik Sermaye ve Çalışma Hayatı Kalitesinin Bilişsel Kayıplara Etkisi", *Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(22), 47-68.

Reason, J. (Ed.). (1990), *Human Error*, New York, NY, USA: Cambridge University Press.

Reason, J. T. (1977), "Skill and Error in Everyday Life", (ed. M. Howe), *Adult Learning*. London: Wiley.

Reason, J. T. (1979), "Actions Not as Planned: The Price of Automatisations", (eds. G. Underwood & R. Stevens), *Aspects of Consciousness*. London: Academic Press.

Sullivan, B., & Payne, T. W. (2007), "Affective Disorders and Cognitive Failures: A Comparison of Seasonal and Nonseasonal Depression", *American Journal of Psychiatry*, 164(11), 1663-1667.

Sutin, A. R., Aschwanden, D., Stephan, Y., & Terracciano, A. (2020), "Five Factor Model Personality Traits and Subjective Cognitive Failures", *Personality and Individual Differences*, 155, 109741.

Van Doorn, R. R., Lang, J. W., & Weijters, T. (2010), "Self-reported Cognitive Failures: A Core Self-Evaluation?", *Personality and Individual Differences*, 49(7), 717-722.

Wallace, J. C. (2004), "Confirmatory Factor Analysis of the Cognitive Failures Questionnaire: Evidence for Dimensionality and Construct Validity", *Personality and Individual Differences*, 37(2), 307-324.

Wallace, J. C., & Chen, G. (2005), "Development and Validation of a Work-Specific Measure of Cognitive Failure: Implications for Occupational Safety", *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 78(4), 615-632.

Wallace, J. C., Kass, S. J., & Stanny, C. J. (2002), "The Cognitive Failures Questionnaire Revisited: Dimensions and Correlates", *The Journal of General Psychology*, 129(3), 238-256.

Extended Summary

A Qualitative Study of the Antecedents and Consequences of Cognitive Failures

In daily life, individuals are likely to misdirect their actions by experiencing perceptual errors and memory loss. Errors, deficiencies, or forgetfulness encountered in such cases can be evaluated within the framework of the concept of mental loss. Most of the problems such as mental loss, mistakes, and forgetfulness; it is associated with impairments in attention, memory, control of thoughts or actions (Broadbent et al. 1982: 1). Mental losses (cognitive failures) are defined as the inconsistency of action with intention and failure in perception, memory, and motor functions (Allahyari et al. 2008: 150).

In this context, the aim of the research is to determine the factors affecting the mental loss levels of administrators working at a state university. When the national literature is examined, there is a gap regarding the concept, and when the international literature is examined, it has been observed that the focus is on the consequences of mental losses. In this context, it is important to determine the factors that cause mental losses.

Within the scope of the research, interviews were conducted with 24 administrators working at a state university by using the purposeful sampling technique and, the data were obtained by using the semi-structured interview technique and by conducting face-to-face interviews. The interview form consists of 29 open-ended questions about mental losses and 4 demographic questions: gender, age, marital status and number of children.

MAXQDA program and content analysis method were used in the evaluation of the data obtained within the scope of the research. In this context, the data obtained by keeping one-to-one notes in the analysis of the research data were examined in detail and open codes were created in accordance with the research purpose. After open coding, main categories and subcategories were created and related codes were brought together. The data were subjected to selective coding, and the subcodes were narrowed to be compatible with the main categories. Based on the data obtained in the research, codes for the concept of mental loss were created. Among the structure formed by the relations between the codes, 1418 open codes were determined, including 5 categories (the concept of mental loss, issues with mental loss, factors affecting mental losses, the consequences of mental losses, measures to be taken to prevent mental losses). Frequency (f) tables and graphs, density tables and code maps were used to visualize the codes.

Accordingly, the concept of mental loss was coded with disregard at the highest level (19.10%), and this is followed by work intensity (13.48%), forgetting important information (12.36%), lifestyle (8.99%), comfortable behaviors (8.99%), physical and mental fatigue (4.49%), a problem to be solved (4.49%), detailism (4.49%), negligence (4.49%), and disorganized thinking structure (4.49%). Forgetting the appointment (25.8%) with the highest rate of mental loss in the working life of managers; this was followed by forgetting procedural items/documents (22.6%), changing the order of importance (12.9%), administrative issues (9.7%), and forgetting the business plan (9.7%). Forgetting daily issues and routine events (12.5%) with the highest rate of mental loss in daily life; this is followed by (7.3%) forgetfulness in heavy texts, (7.3%) forgetfulness in the shopping list, (7.3%) forgetting the house key, (7.3%) inability to remember names, (7.3%) forgetting important days. The measures that can be taken to prevent mental losses of the participants are "planning and control", "taking precautions", "using alarms/reminders", "working regularly", "behaving carefully", "asking people to remind them", "doing sports" and "regular nutrition".

According to the data obtained as a result of the interviews, the factors affecting mental losses are shown with a relationship map that includes three sub-factors: "individual factors", "organizational factors" and "environmental factors". Individual factors affecting mental losses was expressed as "age", "Type B personality trait", "alcohol and substance use", "emotional traumas". The organizational factors affecting the mental loss of managers were evaluated as "workload", "time pressure", "responsibilities", "lack of feedback". Environmental factors affecting mental losses were expressed by managers as "overexposure to technological tools", "negative events encountered", "family problems", "behaviors of family members", "giving importance to social relations".

From the coding of the expressions related to the determination of the consequences of the mental loss experienced by the managers, they were handled within the framework of three main themes, namely "organizational results", "individual results" and "environmental consequences", and a relationship map including the main themes and sub-factors was drawn. Within the scope of the individual consequences of mental losses, "feeling of being ignored", "feeling of discomfort", "insecurity" and "damage to reputation" are seen. Within the scope of the organizational consequences of mental losses, "disruption of important works", "procrastination", "decrease in productivity", "managerial disruptions", "poor performance" and "work accidents" come to the fore as frequently expressed concepts. Within the scope of the environmental consequences of mental losses, "conflicts between spouses", "injuring social relations" and "psychological traumas in children" are observed.

As a result of the research findings, it is an inevitable fact that managers experience mental loss for various reasons. This fact can cause negative effects on the managerial skills of managers as well as individual and environmental negativities. In this context, it can be suggested individually based on the causes of mental losses determined within the scope of the research as avoiding stress or engaging in activities that reduce stress, healthy nutrition, sports and a good sleep pattern, avoiding alcohol and substance use, avoiding sudden decisions, and eliminating the factors that cause distraction can be recommended in order to prevent physical and mental fatigue. In order to avoid the negative environmental consequences of mental losses, it can be recommended to avoid the negative effects of technological tools, to take actions to improve living conditions, to accept social roles as a competency rather than a pressure factor, and to attach importance to social relations. In order to avoid the negative organizational consequences of mental losses, it can be recommended to reduce the workload, to pay attention to planning and programming in order to avoid time pressure, to prevent frequent changes of work plans, to prevent coordination, personnel and equipment deficiencies. Within the framework of these recommendations, it will be possible to observe a healthier organizational climate as well as an increase in productivity and performance.

Uysal, A. (2023). "The Relationships among Fear of Covid-19, Health Consciousness, Attitude toward Supplements, and Purchase Intention Using a Moderated Mediation Analysis", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 18(1), 145 – 161.
Doi: 10.17153/oguiibf.1233783

Başvuru: 13.01.2023 Kabul: 27.02.2023

Araştırma Makalesi/Research Article

The Relationships among Fear of Covid-19, Health Consciousness, Attitude toward Supplements, and Purchase Intention Using a Moderated Mediation Analysis

Adem Uysal¹ 

Covid-19 Korkusu, Sağlık Bilinci, Takviyelere Yönelik Tutum ve Satın Alma Niyeti Arasındaki İlişkilerin Moderatörlü Aracılık Analizi ile İncelemesi	The Relationships among Fear of Covid-19, Health Consciousness, Attitude toward Supplements, and Purchase Intention using a Moderated Mediation Analysis
Öz Bu çalışmanın amacı, düzenlenmiş aracılık modeli (moderated mediation) kullanarak, Covid-19 korkusu (FoC), takviyelere yönelik tutumlar (AtS), sağlık bilinci (HC) ve satın alma niyeti (PI) arasındaki ilişkileri incelemektir. 308 tüketiciden yüz yüze anket yoluyla toplanan veriler betimsel istatistikler ve yapısal denklem modellemesi kullanılarak analiz edildi ve hipotezler Hayes'in ürettiği süreç modeli ile test edildi. Elde edilen sonuçlara göre AtS değişkeninin FoC ile satın alma niyeti arasındaki ilişkiye kısmen aracılık ettiği görülmüştür. Sağlık bilincinin ise, gıda takviyelerine yönelik tutumların aracılık ettiği FoC ve PI arasındaki ilişkinin gücünü düzenlediği görülmüştür. Buna göre, Covid-19 korkusunun gıda takviyelerine yönelik tutumlar aracılığıyla satın alma niyeti üzerindeki etkisi, tüketicilerin sağlık bilinçlerine (düşük ve yüksek) göre farklılık göstermiştir. Çalışma, COVID-19 salgını sırasında faaliyet gösteren gıda takviyesi üretici firmalara, araştırmacılara ve pazarlamacılara önemli ipuçları sağlamaktadır.	Abstract The purpose of this study is to examine the relationship between fear of Covid-19 (FoC), attitudes toward supplements (AtS), health consciousness (HC), and purchase intention (PI) by using moderated mediation analysis. The data acquired from 308 customers via face-to-face surveys were analyzed using descriptive statistics and structural equation modeling, and the process model produced by Hayes tested the hypotheses. The results show that the variable of AtA partially mediated the association between FoC and purchase intention. Health consciousness moderates the strength of the relationships between FoC and PI mediated by AtS. According to this, the influence of fear of Covid-19 on purchase intention via the attitudes toward food supplements differs according to consumers' health consciousness (low vs. high). The study provides essential cues for researchers, marketers, and advertisers of food supplements during the COVID-19 pandemic.
Anahtar Kelimeler: COVID-19 Korkusu, Takviyelere Yönelik tutumlar, Satın Alma Niyeti, Sağlık Bilinci, Türkiye	Keywords: Fear of COVID-19, Attitudes Toward Supplements, Purchase Intention, Health Consciousness, Türkiye
JEL Kodları: M3, M31, M37	JEL Codes: M3, M31, M37

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı	Bu çalışma Muş Alparslan Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu 11.05.2022 tarih ve 59 karar nolu Etik Kurul Onay Belgesi ile) bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmıştır.
Yazarların Makaleye Olan Katkıları	Çalışmanın tamamı yazar tarafından hazırlanmıştır.
Çıkar Beyanı	Yazarlar açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.

¹ Muş Alparslan Üniversitesi, İşletme Bölümü, a.uysal@alparslan.edu.tr

1. Introduction

The World Health Organization (WHO) added COVID-19 (coronavirus disease), which appeared in Wuhan, China, in December 2019 and affected the whole world, to the list of pandemic diseases on March 11 (WHO, 2020). In addition, the first coronavirus case in Turkey was seen on March 10, 2020 (T.C. Ministry of Health, 2020). In this situation, the fear of being infected and the high mortality rate created fear (Lipsitch et al., 2020). Individuals exposed to fear and uncertainty preferred to adopt preventative techniques and self-care treatments (such as vitamins A, C, D, and E, as well as zinc, copper, selenium, iron, and probiotics, which were associated with improved immune function)(Jayawardena et al., 2020; Maggini et al., 2018), and they tended to the alternative medicine to demonstrate their control and to lower risk in these conditions (Hwang et al., 2020; Alyami et al., 2020). The rapid spread of the COVID-19 pandemic raised the demand for food supplement products to strengthen immunity, reduce disease transmission, or alleviate disease symptoms. During the pandemic, there was a surge in interest in the usage of vitamins, with vitamins C and D being the most sought-after (Çimke and Yıldırım, 2021; Demir et al., 2021).

Furthermore, health-conscious consumers have practiced healthy behaviors in this situation and paid attention to their health Jayanti and Burns (1998). As Lee et al. (2014) said, these people are concerned about their health, and health-conscious people tend to participate in more beneficial activities to enhance or preserve their health. Moreover, Consumers concerned about their health talk about it, research it and take preventative measures like exercising or taking supplements. (Quinones et al., 2013). However, despite the necessity of nutritional supplements and the facts above during the pandemic, studies about food supplementation in Turkish society during the COVID-19 pandemic are scarce (Macit, 2020; Samar, 2021).

Considering all these reasons, this study aims to investigate the direct impact of COVID-19 fear on attitudes about advertised food supplement products and the indirect effect on purchase intention for these products. Furthermore, as another purpose of the research, it is predicted that the influence of fear of Covid-19 on purchase intention via food supplement advertising differs according to customer health consciousness (low vs. high).

In this context, a model with related variables such as fear of COVID-19 (FoC), attitude toward supplements (AtS), purchase intention (PI), and health consciousness was constructed in this study. The possible relationships in this model were tested by bootstrapping analysis using PROCESS SPSS macro (Model 4 and 14 n = 5000 resamples; Hayes, 2022).

The present study attempted to address the issue's theoretical and practical aspects. A mediated moderation model was developed to investigate how fear of COVID-19 via attitudes toward supplements moderated by health consciousness affected consumer purchasing intention. In addition, the current study helps guide marketers and advertisers of supplements in the pharmaceutical and healthcare industries to tailor appropriate strategies for improving product promotion or healthcare-related concerns by looking into the effect of consumer buying behavior toward food supplements during the pandemic.

The article is structured as follows. First, I examine the concept of fear of Covid, attitudes toward supplements, purchase intention, and health consciousness, along with related theoretical hypotheses. Second, I describe our methodology and present our findings. Finally, I discuss the theoretical and managerial implications, limitations, and future research prospects.

2.Literature Review

2.1. Fear of Covid-19 and Attitudes towards Supplements

The increase in deaths during the COVID-19 pandemic heightened people's feelings of risk, causing fear and panic (Demir et al., 2021). At the same time, commercials addressed the fact that human health was under threat, and firms frequently referred to fear components (Aydın, 2021). Because of the stress reactions induced by the perception of COVID-19, people may become more attentive and more inclined to actively process messages relevant to their situation (Cho and Chiu, 2021). The audience's emotional reaction is sometimes characterized as the audience's attitudes toward supplements (Lutz et al., 1983). Tsang describes that attitude as a component that directly influences consumer perceptions and actions and refers to a person's positive or negative sentiments or directions regarding a concept, an item, or a symbol (Tsang et al., 2004).

The impression of COVID-19 leads people to interact more with the argument quality of food supplement advertising since it commonly causes stress and is linked to attitudes toward food supplements. During the pandemic, consumers have been pushed to utilize food supplement products. This situation has caused consumers to have attitudes toward supplements positively or negatively. Consequently, we proposed the following hypothesis considering previous research:

H1. Fear of COVID-19 positively impacts the attitude toward the food supplement.

2.2. Fear of Covid-19, Attitudes towards Supplements and Purchase Intention

Purchase intention is a well-known phenomenon in marketing research. Therefore, significant academic research was conducted to determine the nurturing antecedents (Addo et al., 2020). In terms of consumer behavior, behavioral intention is an element that affects the tendency of a consumer to engage in certain conduct. For example, the consumer's inclination to acquire a product in the future may be expressed as purchase intention, which may result from behavioral intention (Uysal et al., 2019). Purchase intention is an estimate of which business the customer will buy from. Consumer attitudes toward a product positive are called purchase intention (Demirgüneş, 2015).

One of the study's aims was to evaluate consumer attitudes regarding the food supplement products advertised during the pandemic as an essential determinant of consumers' intentions to purchase these products. This can be explained by planned behavior theory. According to Ajzen's planned behavior theory, proposed in 1991, a good attitude toward an object, phenomenon, or subject will reflect positively on the individual's behavior, resulting in consistency between the individual's attitudes and behaviors (Uysal and Okumuş, 2019).

The customer's perception and appraisal of the information is then influenced by the amount of acceptance, which eventually impacts attitude toward a product., idea, or brand. If the advertising to which a person is subjected elicits positive emotions, it fosters a favorable attitude, which eventually displays as purchase intention (Mackenzie and Lutz, 1986). When the research is examined, we can observe the influence of product attitude on purchase intention in early studies about the subject (Lutz et al.,1983; Batra and Ray, 1986), as well as in many studies completed recently (Taşer et al., 2020; Öztürk and Savaş, 2014).

H2: Attitudes towards supplements positively affect purchase intention.

H3: Attitude toward supplements is a mediator in the relationship between fear of Covid and purchase intention.

2.3. As a Moderator, Health Consciousness

Health consciousness, according to Dutta-Bergman (2004b), is "an indication of the consumer's intrinsic incentive to preserve good health" as well as "a reflection of their duty for health" (p. 398). Furthermore, Jayanti and Burns (1998) defined health consciousness as the degree to which a person integrates health problems into their everyday lives. Therefore, health-conscious consumers practice healthy behaviors in their daily lives and pay attention to their health. In addition, health consciousness necessitates ongoing observation of health-related activities and proactive responsibilities (Suprpto and Wijaya, 2012).

The protection motivation theory helps explain the relationship between health consciousness and purchase intention (Rogers, 1975,1983). The protection motivation theory (PMT) was developed to address how fear appeal affects health-related attitudes and health-protective behaviors. The theory's fundamental assumption is that an individual's drive to engage in protective actions stems from a perceived threat and a desire to avoid potential negative consequences. In addition to the nature of the danger, the theory involves remedies or procedures that may prevent or lessen the impact of the threat (Rogers, 1975).

The fear and anxiety that emerged during the pandemic highlighted the need to be healthy and care for our health. In this pandemic, when fear and worry are more prevalent, this study indicated that health-conscious customers are more likely to be prepared to behave healthily than less health-conscious consumers. Hwang and Cranage (2010) discovered that consumers were becoming more aware of and worried about their overall well-being. They were driven to preserve or enhance their health and quality of life through food and exercise. As a result, health-conscious consumers may be more likely to utilize supplements to improve their health (Quinones et al., 2013). Moreover, in audience segmentation, health consciousness is a crucial psychographic factor since it can predict various health attitudes and behavior (Chen, 2013). According to Royme et al. (2014), views about supplements and health consciousness are related.

It is argued that attitudes toward food supplements will mediate the relationship between FoC and PI. Furthermore, it is contended that health consciousness will also moderate the indirect effect of FoC on PI via AtS. As a result of this prediction, a moderated mediation model is suggested:

H4: Health consciousness is moderate in the indirect relationship between attitudes toward supplements and purchase intention through fear of COVID-19.

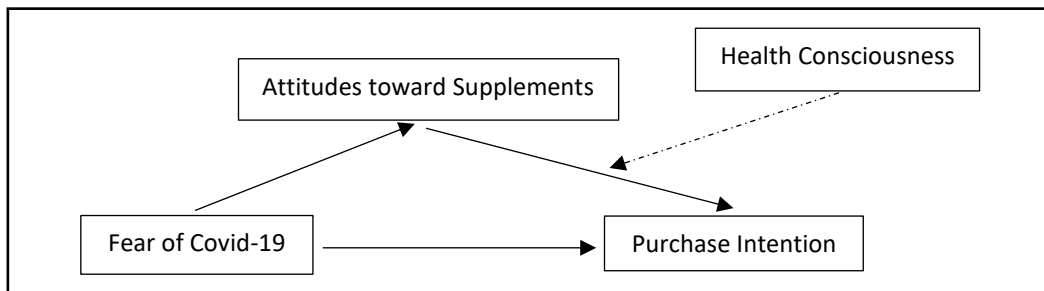
3. Research Methodology

3.1. Variables and Model

The study determined the variables of fear of COVID-19, health consciousness, attitudes toward supplements, and purchase intention.

A seven-item scale created by Ahorsu et al. (2020) and adapted into Turkish by Bakioğlu et al. (2020) was used to assess people's fear of COVID-19. Furthermore, Öztürk and Savaş, (2014) and Polat et al. (2020) used a scale to evaluate the information offered by advertisements about the food supplement products. In addition, a seven-item attitude scale derived from existing work was used to assess health consciousness (Gould (1988); Willis and Stafford, 2016). Finally, purchase intention was measured using a three-item scale from Liu et al.'s (2021) study. These scale items were adapted for the study.

Figure I: Research Model



The research model has four variables: fear of COVID-19, attitudes toward supplements, purchase intention, and health consciousness. In addition, the moderated mediation model is applied in this study. As noted in the model, the goal is to identify the direct impacts of COVID-19 fear on attitudes toward supplements and the effect of attitudes toward supplements on purchase intention. Furthermore, one of the study's goals is to see if the impact of purchase intention differed according to the health consciousness variable.

The scope of the study included consumers over 18 residing in Muş province in Türkiye who were exposed to food supplement advertisements during the COVID-19 pandemic.

3.2. Supplements' Definition

For the current study, supplements refer to a product taken by mouth that is prepared using nutrients such as vitamins, minerals, proteins, amino acids, plants, enzymes, fiber, and fatty acids. Supplements include concentrates or extracts and may take different forms (e.g., tablets, liquids, powders, capsules, gelpcaps, softgels) (Liu et al. 2021). A product may also include one or more supplements. A supplement should promote health preservation and illness prevention (Bailey et al., 2013).

3.3. Sampling and Data Collection Methods

The face-to-face survey method was used in the data collection process. Before collecting data, a preliminary survey of 50 respondents was used to assess the understandability of the statements in the questionnaire form. Then, the survey questions were rearranged based on the results, and the survey form assumed its final form.

Through pollsters before starting the questionnaire, the participants were reminded of examples of advertisements for food supplements, frequently shown in communication channels when the interviewer deemed it necessary. Moreover, the participants were shown images of supplements and given thorough explanations of these goods before filling out the questionnaire (e.g., minerals, vitamins C, D, E, and probiotics) so that the questionnaires could be answered more healthily.

In the study, a total of 450 questionnaires were delivered by pollsters, with 370 questionnaires completed, employed with a face-to-face survey approach. Of these, 62 surveys with incomplete or inconsistent responses were excluded from consideration, while 308 questionnaires were included in the analytic procedure.

After, Ethics committee decision: Scientific Research and Publication Ethics Committee of Muş Alparslan University, Date: 11/05/2022, Meetings:7, Decisions: 59, the data collection process was carried out with the help of pollsters seven days a week without interruption for twelve weeks between 15.05.2022 and 15.08.2022. Various giveaways, such as pencils and notebooks, were gifted to the respondents to increase the response rate.

4. Analysis

Descriptive analysis was used to describe and compare the demographic data (marital status, profession, age, and education level). Confirmatory factor analyses were used to test the structural validity of the scales used in the study. Cronbach's alpha analysis was applied to each scale to evaluate their score reliability. Before the hypotheses were realized, a correlation matrix showing the relationships between the variables was created, and multicollinearity status was assessed.

Furthermore, the mediation and moderated mediation models were assessed using the PROCESS macro developed by Hayes (2013), which included bootstrapping to provide 95 percent bootstrap confidence intervals. PROCESS was operated using one independent variable (fear of Covid-19), a mediator (attitudes toward supplements), a moderator (health consciousness), and one dependent variable (purchase intention).

While testing the hypothesis, the mediation analysis method proposed by Hayes (2018) and other researchers (Mackinnon, 2000; Shrout and Bolger, 2002) was adopted instead of the 4-stage model proposed by Baron and Kenny. Thus, a two-stage model has been applied. First, the mediator analysis, which is the number 4 model in the process macro, was reported, and then the moderated mediation, which is the number 7 model in the process macro (Korkmaz, 2020).

4.1 Demographic Characteristics

When Table 1 is examined, it is understood that the number of women outnumbered men, and the average age of the consumers participating in the research was 30.14. The distribution of married and single consumers was almost the same. In addition, it is seen that the majority of the sample (89%) has upper secondary education, undergraduate, and graduate education, and the income level of the majority is 2000 TL and above. Still, participants from different income levels and different occupational groups were also included in the research.

Table 1: Demographic Characteristics (n=308)

Sex	N	%	Education	N	%
Female	78	25.3	Elementary/Middle School	5	1.6
Male	230	74.7	High school	10	3.2
Monthly Income	N	%	College	19	6.2
less than 2000₺ and 2000₺	70	22.7	Associate Degree-Bachelor's Degree	140	45.5
2001₺ -4000₺	34	11.0	Graduate	134	43.5
4001₺ -6000₺	58	18.8	Profession	N	%
6001₺ -8000₺	76	24.7	Employee- Private Sector	28	9.1
8001₺ -10000₺	43	14.0	Employee- Public	161	52.3
More than 10000₺	27	8.8	Self-Employed/Tradesmen	10	3.2
Age (years) average:		30.1	Retired- Housewife	4	1.3
Marital status	N	%	Student	92	29.9
Married	141	45.8	Others	13	4.2
Single	167	54.2			

4.2. Confirmatory Factor Analysis

First, the obtained data were tested for reliability and validity using confirmatory factor analysis to test the hypotheses. Then, Convergent and discriminant validity analyses were performed to verify the validity and reliability of the measures utilized. To verify the convergent validity of the scale, the standard regression weights of the variables and the average explained variance (AVE) values should be greater than 0.50, and structural reliability values (CR) should be greater than 0.70 (Hair et al., 2010)

To assess each scale's reliability, Cronbach's alpha analysis was used. A multi-group analysis was conducted to determine whether the effects between study variables differed in terms of consumer health-consciousness levels.

As shown in Table 1, the validity and reliability of the scales utilized, as well as the construct reliability (CR) values for all variables in the research scale, were all greater than 0.60. Similarly, the average explained variance (AVE) values and standard regression weights were more than 0.50. As a result, convergent validity criteria for all variables were met (Hair et al., 2010).

Table 2: Measurement Model

Latent and Observed Variables	Loadings	CR	AVE
Fear of Covid-19 (Cronbach alpha: 0.890)		0.89	0.54
I am most afraid of coronavirus-19	0.779		
It makes me uncomfortable to think about coronavirus-19.	0.731		
My hands become clammy when I think about coronavirus-19	0.638		
I am afraid of losing my life because of coronavirus-19.	0.738		
When watching news and stories about coronavirus-19 on social media, I become nervous or anxious	0.730		
I cannot sleep because I'm worrying about getting coronavirus-19.	0.808		
My heart races or palpitates when I think about getting coronavirus-19.	0.715		
Attitudes toward supplements (Cronbach alpha: 0.903)		0.90	0.66
The food supplement products I see in advertisements during the COVID-19 pandemic attracted my attention.	0.676		
My attitude towards food supplement products that I see in advertisements during the COVID-19 pandemic is positive.	0.771		
The food supplement products I see in advertisements during the COVID-19 pandemic are good and useful.	0.885		
The food supplement products I see in advertisements during the COVID-19 pandemic are the logical choices.	0.884		
The food supplement products I see in advertisements during the COVID-19 pandemic are the logical choices	0.843		
Purchase Intention (Cronbach alpha: 0.840)		0.84	0.65
I am willing to purchase the food supplements for maintaining a healthy condition	0.914		
I have suggested that others buy the food supplements	0.861		
I am willing to pay more for the food supplements than for ordinary food products	0.619		
Health-Consciousness (Cronbach alpha: 0.894)		0.89	0.58
1. I'm usually aware of my health	0.620		
2. I'm very self-conscious about my health	0.769		
3. I'm constantly examining my health	0.681		
4. I notice how I feel physically as I go through the day	0.629		
5. I'm very involved with my health	0.914		
6. I'm generally attentive to my inner feelings about my health	0.915		
The measurement model fit statistics: [χ^2 /sd (2.814), RMSEA (0.78), NFI (0.929), RFI (0.920), CFI (0.953), and GFI (0.905)]			

The highest value was found when the correlation matrix values (Table 2) were examined at 0.71, and the other values were noticeably lower. There was no significant (>0.85) correlation between the independent variables (Hair et al., 2010). This demonstrates that there were no correlations between the variables that would have caused multicollinearity. Discriminant validity was therefore validated. Additionally, Cronbach's alpha values were determined to be greater than 0,70 for each scale structure, showing that the scale items exhibited the necessary internal consistency.

Given that the data were gathered by self-report, common technique bias was examined. Harman's single-factor test was based on Harman's instructions (1976). Principal component analysis revealed that no single factor emerged with a single factor accounting for 31.42 percent of the variance, which is less than the 50 percent level indicated by Podsakoff et al. (2003), indicating that there was no substantial common method bias in our work (Aguirre-Urreta and Hu, 2019).

Table 3. Correlation Matrix

Variables	1	2	3	4
1. Fear of Covid	(0.73)			
2. Attitude	0.360*	(0.81)		
3. Purchase Intention	0.361*	0.710*	(0.80)	
4. Health-Consciousness	0.323*	0.241*	0.103*	(0.76)

4.3. Mediation and Moderation Analyses.

After ensuring the validity and reliability of the data obtained as a result of the research, the PROCESS macro created by Hayes (2013) was used to evaluate the mediation and moderated mediation models, which included bootstrapping to obtain 95 percent bootstrap confidence intervals. First, the mediation relationship, which is model 4 in the process macro, and then the moderated mediation, which is model 14 in the process macro, are reported. Second, we report the results of the direct effect, indirect effect, and moderated mediation significance index by the bootstrap method used to measure mediation.

4.3.1. Mediation Analyses

Mediation analysis is used to identify and explain the relationship between the dependent variable (PI) and an independent variable (FoC), which may be affected via the interaction of a third variable (AtS). AtS is a mediating variable representing a mechanism through which FoC affects PI.

(1) The results show that fear of COVID ($\beta=0.36$, $p < 0.000$) had a considerable positive effect on attitudes toward the food supplement, supporting **H1**. This result suggests that consumers frightened of COVID had a positive attitude towards the food supplement products (Table 4).

(2) The results show that attitudes toward supplements ($\beta=0.74$, $p < 0.000$) had a significantly positive effect on purchase intention, supporting **H2**. This means that the food supplement products advertised during the pandemic were of interest to customers and potentially led to purchases (Table 4).

(3) The mediating role of AtS in the relationship between FoC and PI was investigated. The lower and higher confidence intervals for the indirect effect of FoC were not included 0 in the bootstrap results. Thus, the indirect effect of FoC on PI via AtS was significant (effect = .27; bootSE = .05; 95% CI [.17.25, .37.72]), supporting **H3** (Table 5). Furthermore, Table 5 shows the bootstrapped 95% confidence interval (CI), which confirmed that the indirect effect of AtS in the relationship between FoC and PI was significant.

Table 4. Mediation Analysis (N = 308).

Variables	B	SE	t-value	P	R	R-sg
1. Fear of Covid→ Attitude	.36	.05	6.73	0.000	.35	.12
2. Fear of Covid + Attitude→ Purchase Intention	.12 .74	.04 .04	2.73 16.66	0.066 0.000	.73	.54
3. Fear of Covid→ Purchase Intention	<u>.39</u>	<u>.05</u>	<u>6.76</u>	<u>0.000</u>	<u>.13</u>	<u>.36</u>

Table 5. Bootstrap Results for Indirect Effect (N = 308).

Indirect effect(s) of Fear of Covid-19 on Purchase Intention				
Variables	Effect	BootSE	BootLL 95% CI	BooUL 95% CI
<u>Purchase Intention</u>	<u>.27</u>	<u>.05</u>	<u>0.1725</u>	<u>0.3732</u>

In the case of partial mediation, the mediating variable cannot measure the entire relationship between the dependent and independent variables. The relationship between the dependent and independent variables remains significant, but there is a decrease in the level of significance (Hayes, 2009). As seen in the tables, there is a significant and positive effect between FoC and PI (Table 4), and the path coefficient decreased from $\beta = .39$ to $\beta = .27$ (Table 5) with the inclusion of the mediating variable in the model. These results indicated that AtS partially mediated the relationship between FoC and PI.

4.3.2. Moderated Mediation Analyses

As AtS mediated the effect of FoC, the moderating effect of HC on the mediation was tested using PROCESS macro-Model 14. The result provided a significant moderated mediation effect of HC. The results suggested that the interaction between attitudes toward supplements and purchase intention (AtS×HC) [Table 5]) was substantial for purchase intention ($p = 0.098$).

Table 6. Moderated Mediation Effect of Health-Consciousness

Outcome variable: Purchase Intention				
Variables	B	SE	t	P
Fear of Covid	.15	.04	3.36	.0010
Attitude	.76	.04	17.16	.0000
Interaction (AtS*HC)	.11	.04	2.6	.0098
R ²	.565			

As seen in Table 6, in the high health consciousness condition, the effect of attitudes toward supplements was significant on purchase intention (indirect effect: .84, $p = .0000$, 95% CI= (.7405, .9580). Moreover, it was significant in the low health conscious (indirect effect: .67, $p = .0000$, 95% CI= (.5608, .7834), supporting H3. Thus, it can be concluded that health consciousness alters the mediation effect of AtS between FoC and purchase intention (Table 7).

Table 7. Bootstrap Analysis of Significance Test on Moderation–Mediation Effects.

Outcome variable: Purchase Intention						
Moderator: Health Councious	Indirect effect	SE	t	p	LL 95% CI	UL 95% CI
Higher Health Councious	.8493	.0553	15.36	.0000	.7405	.9580
Mean	.7607	.0443	17.16	.0000	.6735	.8479
Lower Health Councious	.6721	.0565	11.88	.0000	.5608	.7834

When the moderated mediation (Process model 14) is examined in the slope plot, the effect of AtS on PI changes according to the level of health consciousness. These results indicate that consumers exposed to the advertising of food supplements and with higher levels of health consciousness could intend to buy the food supplements more than those with lower levels of health consciousness. These results suggest that the more health-conscious consumers care about their health, the more likely they are to purchase food supplements. As a result, it is seen that a high level of health consciousness further strengthens the relationship between the variables. The final moderated mediation model is displayed in Fig 2.

Figure II: Moderating Effect.

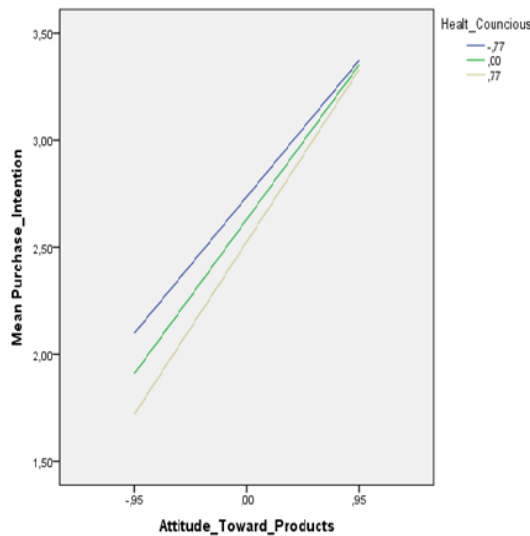


Table 8.Hypothesis Testing

Hypothesis	Result
H ₁ Fear of COVID-19 positively impacts the attitude toward the food supplement.	Supported
H ₂ Attitudes towards supplements positively affect purchase intention.	Supported
H ₃ Attitude toward supplements is a mediator in the relationship between fear of Covid and purchase intention.	Supported
H ₄ Health consciousness is moderate in the indirect relationship between attitudes toward supplements and purchase intention through fear of COVID-19.	Supported

5. Discussion

This study analyzed the impacts of fear of COVID on attitudes toward food supplements, which further led to purchase intention. Moreover, the study investigated the fear of Covid-19 on purchase intention via the attitudes toward food supplements according to consumers' health consciousness (low vs. high).

First, this research found that the fear of COVID significantly impacted attitudes toward food supplement advertising. Accordingly, hypothesis H1 was accepted. Therefore, it can be asserted that the fear created by COVID-19 in a consumer increased the person's interest in messages about vitamins/supplements, which converts to attitude. Previous studies conducted in different contexts also reported similar results for advertising of indoor fitness products (Choi and Chiu, 2021) and protection in virus-themed advertising (e.g., detergent, disinfectant, mask, wet wipes) (Aydın, 2021).

Second, in the context of the COVID-19 pandemic, this study discovered that attitudes toward the food supplement positively impacted purchase intention. Thus, hypothesis H2 was approved. The results concur with a comparative investigation in the pertinent literature (Can and Teli, 2016), which claimed that the attitude toward the food supplement significantly suggested that the consumer intends to purchase the product.

Thirdly, in the context of the COVID-19 pandemic, this study discovered that attitudes toward the food supplement positively impacted purchase intention. Thus, hypothesis H2 was approved. Furthermore, the results concur with a comparative investigation in the pertinent literature (Can and Teli, 2016), which claimed that the attitude toward the food supplement significantly suggested that the consumer intends to purchase the product.

Finally, it was observed that health consciousness moderated the indirect relationship between attitudes toward supplements and purchase intention through fear of COVID-19. Therefore, we found differences in the influence of fear of COVID on purchase intention via attitudes toward supplements by the higher and lower health-conscious consumers. In other words, there were differences between the higher and lower health-conscious customers in AtS and PI. Accordingly, hypothesis H4 was accepted. The result shows that people who are more concerned about their health and have a positive attitude toward food supplements are more likely to buy products to maintain or improve their health and quality of life during Covid-19.

5.1. Theoretical and managerial implications

The COVID-19 pandemic significantly changed consumers' decision-making processes (Kayabaşı, 2020). We discovered a substantial effect of COVID-19 fear on attitudes toward supplements. These results show consistency with the previous studies. Cho and Chio (2021) examined COVID perception's impact on attitudes toward indoor exercise products from an ELM theoretical approach. Because of this study's findings, consumers cared about supplement product advertisements during the pandemic, adopted attitudes towards supplements, and found this helpful knowledge to improve their immune system and resist the disease.

Second, the attitude toward food supplements influences the purchase intention for food supplement products. According to planned behavior theory, a positive attitude towards a subject is positively reflected in the individual's behavior (Ajzen, 1991). This study shows that individuals developed a positive attitude towards vitamin advertising and were willing to buy

these products against a disease such as COVID-19, which is of great interest to them. This study's findings are also consistent with prior studies about people's views of diseases that concern them. Having the virus causes people to develop a good and pleasant attitude and conduct toward specific products that can improve their life (Lee et al., 2012; Wu et al., 2010).

Thirdly, as a result of the analyses to determine the mediating effect, it was determined that attitude towards food supplements partially mediated between fear of Covid-19 and product purchase intention. In other words, the impact of Covid-19 fears on purchasing intent varied depending on consumer attitudes toward food supplements. Aydın (2021) confirms this study. In addition, Aydın's investigation observed that virus protection-themed advertisements on television during the Covid-19 period mediated consumers' attitudes toward protection products (e.g., detergent, disinfectants, masks, wet wipes), and this attitude mediated their purchase intentions. As a mediator, attitudes towards food supplements between fear of Covid-19 and purchase intention considering that it is not sufficiently covered in the literature, in this study, the finding of the mediating effect of attitude toward supplements is essential to the literature.

Finally, it was observed that health consciousness moderates the strength of the relationships between fear of Covid and purchase intention mediated by positive coping styles. This means there were differences between the higher and lower health-conscious consumers in terms of fear of Covid, attitudes toward supplements, and purchase intention. Individuals are motivated to respond in a self-protective manner to a perceived health threat, according to Rogers' (1975) protection motivation theory. In the context of fear of COVID-19, the results reveal that more health-conscious consumers are more aware of their health behaviors, have a more positive attitude toward the food supplements, and intend to purchase them.

The conclusions also include several recommendations for marketing and brand managers. First, we found that the variables included in our research model differed according to high and low-health-conscious consumers. High health-conscious customers favor supplementary products during the pandemic, are more interested in them, and regard them as sensible options. As a result of the study's findings, marketers should target lower health-conscious consumers when selling food supplement goods.

In addition, we found that the attitude toward food supplement positively and strongly affected people's intention to purchase these products during the COVID-19 pandemic. Therefore, it has been observed that it would be beneficial to carry out more communication activities that emphasize sensitivities towards the preference of food supplements in markets where individuals in the eastern provinces of Turkey, such as Muş, where attitudes towards food supplements are predicted to be low. Particularly during the ongoing COVID-19 period, consumers increasingly use various social media platforms to receive, exchange, and share information; marketers could explore leveraging social media as a platform for advertising and selling products. Marketers must pay closer attention to the quality of internet product marketing since they might influence consumer views and purchasing intentions.

Moreover, although health-conscious customers are more likely to utilize food supplements to improve their quality of life, they may be unaware that such items are not entirely natural, frequently contain ingredients found in prescription pharmaceuticals, and may not be adequately regulated (Quinones et al., 2013). In this regard, it is critical to consider what supplements are, if they are indispensable, their advantages and drawbacks,

and what degree of awareness consumers have about them (Özbekler, 2019). Marketers should consider this issue and give more importance to communication efforts for informational purposes. Especially in provinces such as Muş, information about product content can be shared by placing advertisements on billboards and opening stands in limited central living, streets, and recreational areas. In addition, through local radio programs, marketers can share information about the content and benefits of the product to raise awareness about food supplements. The majority of advertised food supplement products are available from pharmacies in Turkey. Therefore, more sales of these products can be realized by establishing one-to-one communication with consumers through local pharmacies, eliminating these concerns.

5.2. Limitations and future research

This study has certain limitations that point to possible avenues for more investigation. First, the end of the study is that the sample does not equally cover consumer groups with different demographic characteristics. Moreover, the study's target population comprises people residing in a city in eastern Turkey called Muş who were exposed to food supplement product advertisements during the COVID-19 pandemic. Consumers living in the east and west of Turkey may differ regarding socio-demographic characteristics and their level of health consciousness. Thus, future studies might recruit research participants from other cities in Turkey to improve the external validity and generalize the research results.

Second, this study investigated the effects of attitude towards advertising and purchase intention. In future studies, the results of attitude towards the reliability of the advertisement and the attitude towards the advertiser brand can be investigated. Thus, the most preferred supplementary brand in Turkey can be included within the scope of the research. The attitude and purchase intentions of consumers based on advertising could be measured in terms of these supplement brands.

Thirdly, it is critical to emphasize that the relationship between attitudes and actions is complex and that positive attitudes may not always translate into innate behaviors. Future studies should thus expand our findings to consider attitude behavior. A few food supplements that are highly advertised and more visible in media communication tools can be included in the scope of future research, and new studies can be conducted with different variables (product satisfaction, commitment vs.).

References

- Addo, P.C.; Jiaming, F.; Kulbo, N.B.; Liangqiang, L. (2020), "Covid-19: Fear appeal favoring purchase behavior towards personal protective equipment", *Serv. Ind. J.*, 40, 471–490.
- Aguirre-Urreta, M. I., & Hu, J. (2019), "Detecting common method bias: performance of the Harman's single-factor test", *ACM SIGMIS Database: The Database for Advances in Information Systems*, 50(2), 45-70.
- Ahorsu, D. K., Lin, C. Y., Imani, V., Saffari, M., Griffiths, M. D., & Pakpour, A. H. (2020), "The fear of COVID-19 scale: development and initial validation", *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-9.
- Alyami, H. S., Orabi, M. A., Aldhabbah, F. M., Alturki, H. N., Aburas, W. I., Alfayez, A. I., & Alsuhaibani, N. A. (2020), "Knowledge about COVID-19 and beliefs about and use of herbal products during the COVID-19 pandemic: A cross-sectional study in Saudi Arabia", *Saudi Pharmaceutical Journal*, 28(11), 1326-1332.
- Bakioğlu F, Korkmaz O, Ercan H. (2020) "Fear of COVID-19 and positivity: mediating role of intolerance of uncertainty, depression, anxiety, and stress", *Int J Ment Health Addict.*;1-14.
- Bailey, R.L.; Gahche, J.J.; Miller, P.E.; Thomas, P.R.; Dwyer, J.T. (2013), *Why US Adults Use Dietary Supplements*. *JAMA Intern. Med.* 173, 355–361.
- Batra, R., & Ray, M. L. (1986), "Affective responses mediating acceptance of advertising", *Journal of Consumer Research*, 13(2), 234-249.
- Calder, P.C.; Carr, A.C.; Gombart, A.F.; Eggersdorfer, M. (2020) "Optimal nutritional status for a well-functioning immune system is an important factor to protect against viral infections", *Nutrients*, 12, 1181.
- Cho, H., & Chiu, W. (2021), "COVID-19 pandemic: consumers' purchase intention of indoor fitness products during the partial lockdown period in Singapore" *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 34(10), 2299-2313.
- Çimke S, Yıldırım Gurkan D. (2021) "Determination of interest in vitamin use during covid-19 pandemic using google trends data", *Infodemiology study. Nutrition*, 85:1-6.
- Demir, G., Kılıçkalkan, B., & Takak, M. K. (2021) "Investigation of adults' use of dietary supplements during the COVID-19 pandemic" *General Medical Journal*, 31(4), 430-439.
- Demirgüneş, B. K. (2015), "Effects of attitudes towards social responsibility projects on purchasing behavior and purchase intention" *Hacettepe University Journal of Economics and Administrative Sciences*, 33(3), 47-74
- Dutta-Bergman, M. J. (2004), "An alternative approach to social capital: exploring the linkage between health consciousness and community participation" *Health Communication*, 16(4), 393-409.
- Gould, S. J. (1988), "Consumer attitudes toward health and health care: a differential perspective" *The Journal of Consumer Affairs*, 22(1), 96–118.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Babin, B.J. and Black, W.C. (2010), *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*, Vol. 7, Pearson, Upper Saddle River, NJ.
- Hayes AF. *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*: Guilford Press; 2013.
- Hwang, J. H., Cho, H. J., Im, H. B., Jung, Y. S., Choi, S. J., & Han, D. (2020) "Complementary and alternative medicine use among outpatients during the 2015 MERS outbreak in South Korea: a cross-sectional study", *BMC Complementary Medicine and Therapies*, 20(1), 1-10.
- Hwang, J., & Cranage, D. (2010) "Customer health perceptions of selected fast-food restaurants according to their nutritional knowledge and health consciousness", *Journal of Foodservice Business Research*, 13(2), 68-84.

Jayawardena R, Sooriyaarachchi P, Chourdakis M, Jeewandara C, Ranasinghe P. (2020), "Enhancing immunity in viral infections, with special emphasis on COVID-19: A review", *Diabetes & Metabolic Syndrome: Clinical Research & Reviews*, 14(4):367-82.

Kaya S, Uzdil Z, Cakiroğlu FP. (2021), "Evaluation of the effects of fear and anxiety on nutrition during the COVID-19 pandemic in Turkey", *Public Health Nutr.*;24(2):282-9.

Kayabaşı, E. T. (2020), "The effect of covid-19 on markets and consumer behavior", *Eurasian Journal of Research in Social and Economics*, 7(5), 15-25.

Lee, C.-K., Song, H.-J., Bendle, L.J., Kim, M.-J. and Han, H. (2012), "The impact of non-pharmaceutical interventions for 2009 H1N1 influenza on travel intentions: a model of goal-directed behavior", *Tourism Management*, 33(1), 89-99.

Lee, K., Conklin, M., Cranage, D. A., & Lee, S. (2014) "The role of perceived corporate social responsibility on providing healthful foods and nutrition information with health-consciousness as a moderator", *International Journal of Hospitality Management*, 37, 29-37.

Lipsitch, M.; Swerdlow, D.L.; Finelli, L. (2020), Defining the epidemiology of Covid-19 studies needed", *N. Engl. J. Med.*, 382, 1194–1196.

Liu, C., Sun, C. K., Chang, Y. C., Yang, S. Y., Liu, T., & Yang, C. C. (2021) "The impact of the fear of covid-19 on purchase behavior of dietary supplements: integration of the theory of planned behavior and the protection motivation theory", *Sustainability*, 13(22), 12900.

Lutz, R. J., MacKenzie, S. & Belch, G. (1983), "Attitude toward the ad as a mediator of advertising effectiveness: determinants and consequences", *Advances in Consumer Research*, 10(01), 532-539.

Macit, M.S. (2020) "Evaluation of Changes in the nutritional habits of adults after covid-19 outbreak", *Mersin University Journal of Health Science*, 13(3), 277-88.

Mackenzie, Sou B., (1986), "The role of attitude toward the ad as a mediator of advertising effectiveness: a test of competing explanations", *Journal of Marketing Research*, 2 130-143.

Maggini S, Pierre A, Calder PC. (2018), Immune function and micronutrient requirements change over the life course. *Nutrients*, 10(10):1531.

Özbekler, T. M. (2019), "The perspective of changing nutritional habits through supplementary foods: how conscious are consumers?", *International Social Sciences Studies Journal*, 5(51), 6866-6882.

Öztürk, M., & Savas, A. (2014), "The effects of cause related marketing ads on the attitude towards the brand and purchase intention: an application on the academic staff of Anadolu University", *Journal of Yaşar University*, 9(35), 6109-6128.

Pakpour, A. H., & Griffiths, M. D. (2020), "The fear of covid-19 and its role in preventive behaviors", *Journal of Concurrent Disorders*, 2(1), 58-63.

Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y., & Podsakoff, N. P. (2003), "Common method biases in behavioral research: a critical review of the literature and recommended remedies", *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879.

Quinones, R.L., Winsor, R.D., Patino, A. and Hoffman, P. (2013), "The regulation of dietary supplements within the United States: flawed attempts at mending a defective consumer safety mechanism", *Journal of Consumer Affairs*, 47(2), 328-357.

Republic of Turkey Ministry of Health (2019), *Turkey Nutrition and Health Survey*, 69-195. Ankara.

Rogers, R.W. (1975), "A protection motivation theory of fear appeals and attitude change", *The Journal of Psychology*, 91(1), 93-114.

Samar E. (2021), "Investigation of adults' use of dietary supplements during the covid-19 pandemic", *ISPEC International Journal of Social Sciences & Humanities*. 5(2):189-203.

Suprpto, B., ve Wijaya, T. (2012) "Model of consumer's buying intention towards organic food: A study among mothers in Indonesian", International Conference on Economics, Business and Marketing Management, IPEDR vol.29, IACSIT Press, Singapore.

Taşer, Polat, S., Ayar, B., & Erdil, T. S. (2020), "The effect of audience perception components on attitude toward advertisement and purchase intention", International Journal of Economic & Administrative Studies, (27),


Tsang, M. M., Ho, S. C., & Liang, T. P. (2004), "Consumer attitudes toward mobile advertising: An empirical study", International Journal of Electronic Commerce, 8(3), 65-78.


Uysal, A., & Okumuş, A. (2019) "Impact of religiosity on ethical judgement: a study on preference of retail stores among consumers", Journal of Islamic Marketing, 10(4), 1332-1350

Willis, E. and Royne Stafford, M. (2016), "Health consciousness or familiarity with supplement advertising: What drives attitudes toward dietary supplements?", International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing, 10 (2), 130-147.

Wu, E.H.C., Law, R. and Jiang, B. (2010), "The impact of infectious diseases on hotel occupancy rate based on independent component analysis", International Journal of Hospitality Management, 29(4), 751-753.

Analysis of Publications in the Field of Accounting Auditing with Traditional Bibliometric Methods and CiteSpace Based Visual Mapping Techniques

Feden Koç¹ 

Osman Bayri² 

Muhasebe Denetimi Alanındaki Yayınların Geleneksel Bibliyometrik Yöntemler ve CiteSpace Tabanlı Görsel Haritalama Teknikleri ile Analizi	Analysis of Publications in the Field of Accounting Auditing with Traditional Bibliometric Methods and Citespace Based Visual Mapping Techniques
Öz Bu çalışmanın amacı, Web of Science Core Collection veri tabanında "Muhasebe Denetimi" alanında 2017-2021 yılları arasında yayınlanmış 1.655 yayının, CiteSpace analiz tekniği ve geleneksel bibliyometrik analiz yöntemi olmak üzere iki farklı analiz yöntemi ile analiz edilmesidir. Çalışmada, CiteSpace kullanılarak bibliyografik verilere dayalı muhasebe denetimi konusunu analiz etmek için atıf patlama modeli, bindirme harita modeli, en büyük kümelerin zaman çizelgesi, ana kümeler (majör uzmanlıklar) analiz teknikleri ve carrot2 kümeleme modeli kullanılmıştır. Çalışma kapsamında elde edilen bulguların muhasebe denetimi konusunda gelecekte yapılacak çalışmalara yol göstermesi amaçlanmaktadır.	Abstract The aim of this study is to analyze 1,655 publications published between 2017-2021 in the field of "Accounting Auditing" in the Web of Science Core Collection database, with two different analysis methods, CiteSpace analysis technique and traditional bibliometric analysis method, within the scope of modern visual mapping techniques. The study used the citation explosion model, overlay map model, timeline of the largest clusters, major clusters (major specializations) analysis techniques and carrot2 clustering model to analyze the accounting auditing subject based on bibliographic data using CiteSpace visual mapping techniques. It is aimed that the findings obtained within the scope of the study will guide future studies on accounting auditing.
Anahtar Kelimeler: Muhasebe Denetimi, Görsel Haritalama Teknikleri, CiteSpace, Bibliyometrik Analiz, Veri Madenciliği	Keywords: Accounting Auditing, Visual Mapping Techniques, CiteSpace, Bibliometric Analysis, Data Mining
JEL Kodları: M40, M42	JEL Codes: M40, M42

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı	Bu çalışma bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmıştır.
Yazarların Makaleye Olan Katkıları	İki yazarın makaleye olan katkısı eşittir.
Çıkar Beyanı	Yazarlar açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.

¹ Öğr. Gör., Uşak Üniversitesi Karahallı Meslek Yüksekokulu, Büro Hizmetleri ve Sekreterlik, feden.koc@usak.edu.tr

² Prof. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, osmanbayri@sdu.edu.tr

1. Introduction

Being able to evaluate the development and trend of scientific studies in a particular field in the literature over time and the direction in which scientific studies have evolved is essential not only in terms of the emergence of new findings from different scientific fields, but also in terms of the fact that new findings can fundamentally change the scientific knowledge in a particular field as a whole (Chen, 2011: 431-449). In this context, researchers can use traditional analysis methods such as meta-analysis or literature review in order to determine the most important studies in a particular scientific field and the dynamics of these fields of study. However, obtaining various inferences from scientific studies with these traditional methods used in data analysis is exceptionally troublesome for researchers and data analysis requires a long process. At this point, bibliometrics is an analysis method that examines the research on a specific subject in the scientific discipline and enables the determination of the most productive research as a result of this review, making comparisons between countries and Institutions and examining interdisciplinary scientific communication (Al, 2008: 18). Therefore, this analysis method can provide significant benefits to researchers by making it possible to identify the prominent features of scientific studies in a certain field and the trends of these studies over time. According to the literature, the first bibliometric study was carried out by Cole and Eales in 1917 by comparing the studies published in the field of anatomy between 1550-1850 and analyzed with a statistical method (Lawani, 1981: 295). It is accepted that the first bibliometric study carried out in Turkey was the study titled 'Growth in Turkish Positive Basic Sciences' by Özinönü in 1970, which aimed to determine the scientific productivity in the fields of astronomy, biology, physics, chemistry and mathematics. The work of Gross P.L.K and Gross E.M., published in the Journal of The American Chemical Society in 1927 and in which they analyzed their bibliography, is considered to be the first study in which citation analysis was performed (Al, 2008: 10).

It is possible to collect bibliometric analysis methods under two separate headings: traditional bibliometric parameters and analyzes performed through modern visual techniques. The bibliometric analysis method, which is carried out through traditional bibliometric parameters, is a basic information science field that allows the data to be analyzed by classifying, summarizing, and restricting with certain criteria, to determine the basic dynamics of the field and to quantitatively handle the material in the scientific discipline (Merigó and Yang, 2017). It is possible to count software such as Citespace, VOSviewer HistCite, Action Science Explorer (iOpener), Carrotssearch, Sci2, SciMAT among the software that allows researchers to analyze the value of scientific outputs in a particular field with modern visual techniques. CiteSpace, which is the software that researchers find the most complex among this different software that allows the value of scientific outputs to be analyzed with modern visual techniques, is a citation explosion model of scientific outputs in a specific field, overlay map model, scientific landscape, timeline, major clusters (major specializations) allow analysis with analyzes related to the carrot2 clustering model. In this way, the researcher can evaluate scientific outputs in a particular field on the basis of citations, co-citations, bibliographic matching, strongly linked authors, documents, sources, Institutions and countries, and identify closely related data. While performance analysis with the bibliometric analysis method is used to measure the scientific publication performance of Institutions or countries, the CiteSpace analysis technique is used as a basis for determining the basic dynamics of any scientific field, creating timelines for the citation explosion,

developments in the scientific field, mapping and visualizing the data obtained. Within the scope of this study, data obtained from databases related to accounting auditing were analyzed with the help of certain patterns with the CiteSpace analysis technique.

When the accounting audit field, which is discussed within the scope of the study, is examined, it is possible to say that accounting is one of the most important pillars of auditing. Auditing also evaluates accounting according to certain laws and standards. In this context, the audit may be inconclusive without accounting and accounting data, and the accounting data may not reflect the truth without auditing, and the reliability of the accounting data can be discussed. Therefore, it is possible to say that an accounting audit, which consists of the concepts of accounting and auditing that complement one of them, is of great importance for finding the errors in the accounting system and adapting to the innovations (Güney and Sarı, 2015: 62-80). In general, terms, accounting auditing is a process based on the determination of the degree of compliance of the opinions put forward about economic activities and events with the predetermined criteria, the collection of evidence and the evaluation of the evidence in order to present this information to the parties who need the results of the audit (Güredin, 1995: 3).

2. Literature Review

Some studies in the domestic and foreign literature on the CiteSpace analysis technique, studies dealing with accounting auditing with the bibliometric analysis method, and the results obtained from these studies are listed in Table 1 below.

Table 1: CiteSpace Analysis Technique and Some Studies in The Literature in which Accounting Auditing is Handled with Bibliometric Analysis Technique and The Results Obtained From These Studies

Authors	Year	Purpose of Study	Results Obtained from the Study	Identification of the Study
Keleş, D.	2022	The aim of this study is to analyze 1,089 studies on internal audit, which were scanned in the SCOPUS database and limited according to certain criteria, using VOSviewer mapping techniques.	According to the findings obtained from the study, the first study on the internal audit was conducted in 1958. Most work in this field has been done by "Gerrit Sarens" from the "Université Catholique de Louvain". The author with the highest number of authorship relations and the highest number of citations was also determined as "Gerrit Sarens". The country with the most cooperation with each other was determined as the USA. The most used keyword was "Internal Audit". It has been understood that the most cited source is the journal named "Managerial Auditing Journal" and the most cited institution is "Brigham Young University". In addition, the highest number of studies on internal audits were made in the fields of business, management and accounting, with 657 publications.	(Keleş, 2022: 42-58)

Gao, Y. & Ning, M.	2021	In the study, it was aimed to determine the trends of the studies on environmental accounting, and in this context, 1191 articles in the Web of Science Core Collection database were examined by CiteSpace analysis.	As a result of the analysis carried out in the Web of Science Core Collection database within the scope of the study, it was concluded that the studies on environmental accounting focused on long-term forest inventory data, green cost, international flow, Austrian livestock system and carbon accounting tool. In the study, it was also concluded that the authors most cited by the researchers were Daily et al., Süleyman et al., Costanza et al., Luyssaert and Schulze and Maler.	(Gao and Ning, 2021: 99-113)
Du, Y. & Chen, S. & Tang, L.	2021	The study aims to investigate the development in the field of carbon accounting and to determine the future research trend with CiteSpace, the data provided from the Web of Science database regarding carbon accounting for the years 2015-2020.	The results obtained from the study reveal that the number of studies on carbon accounting has increased in recent years. In addition, Institutions such as the Chinese Academy of Sciences, Leeds University and Beijing have been identified as major contributors to carbon accounting publications. It was determined that the authors who contributed the most to scientific studies on carbon accounting were Geoffrey P. Hammond, Paul W. Griffin, Connor C. Turvey, Jiahui Hong. In addition, it was concluded that the current issues in the reviewed literature focused on climate change and carbon emissions.	(Du, et al., 2021: 185-201)
Kurbanova, M. & Cavlak, H.	2021	The study aims to analyse with vosviewer program 381 studies written in the blockchain and audit field and scanned in the Scopus database, limited to certain criteria.	According to the findings obtained from the study, the most cited study on blockchain and auditing is 457. "MeDShare: Trust-Less Medical Data Sharing among Cloud Service Providers via Blockchain". The journal that published the most articles in the related field was determined as "IEEE Access", and the branch of science that published the most articles in this field was determined as "Computer Science". In addition, the highest number of articles published in this field The country is designated as China. The most prolific author is Sheldon, M.D. has been determined. In addition, within the scope of the study, the most studied topics in the related field are business, management and accounting.	(Kurbanova and Cavlak, 2021: 213-246)

Xue, Wuzhao & Li, Hua & Ali, Rizwan & Rehman, Ramiz Ur	2020	This study aims to determine the theoretical development of research on corporate financial performance and the trend of empirical studies. In this context, 875 scientific studies from Web of Science, ACM and Scopus databases for 2005-2019 were used for a visual analysis using Cite Space and Ucinet.	The results from the study revealed future research trends on corporate financial performance. In this context, it has been concluded that a green and sustainable corporate environment and corporate social responsibility are potential research areas in the future.	(Xue et al., 2020: 1-21)
Xia, Dongyan & Wang, Liansheng	2020	In the study, it is aimed to analyze the hot topics of the research carried out in the field of accounting between the years 2000-2020 with the CiteSpace analysis technique.	Results from the study show that information disclosure, earnings management, and executive compensation are hot topics in accounting research. In addition, the results obtained from the study have found that the research in the field of accounting has not changed significantly in the last ten years, and some classical subjects are still the subject of research in the field of accounting.	(Xia and Wang, 2020: 305-309)
Zhou, W. & Chen, Q. & Meng, S.	2019	In the study, a total of 2,384 scientific studies provided from the Web of Science database for the years 1998-2017 were analyzed with CiteSpace in order to determine the development of research on credit risk and to discover hidden connections in the literature.	The results obtained from the study reveal that research on credit risk has become an interdisciplinary subject, and these studies concentrate on business finance, economics, management science, and mathematics. It is among the results obtained from the study that the largest contribution to the literature in this field is provided by the USA, Europe and Asia, and there is a large number of cooperation between countries. In addition, the results obtained from the study are that the key researchers in the literature on credit risk are Merton Robert Cox and Jarrow Robert Alan and that the existing literature It reveals that it focuses on monetary policy, Counterparty risk, and Systemic risk.	(Zhou, et. al., 2019: 3451-3478)
Maia, Saulo Cardoso & de Benedicto, Gideon Carvalho & do Prado, José Willer & Robb, David Alastair & de Almeida Bispo, Oscar Neto & de Brito, Mozar José	2019	In this study, it is aimed to present a comprehensive analysis of scientific studies on credit unions using CiteSpace. In this context, the literature provided by Elsevier's, Scopus and Clarivate Analytics' Web of Science database was searched.	Networks of co-authorship, co-citations, and common keywords were mapped with the results from the study. In addition, the trend of future research on credit unions has also been determined. The results show that the research subjects focus on economic performance, corporate governance and accounting explanations.	(Maia et al., 2019: 929-960)

Mou, J. & Cui, Y. & Kurcz, K.	2019	In the study, it is aimed to analyze 6 different e-commerce focused journals related to the years 1999-2016 both quantitatively and with CiteSpace.	The results obtained from the study reveal that e-commerce studies focus on social media, social commerce, word of mouth communication and online reviews. It is also among the results obtained that scientific studies on e-commerce are mostly carried out by Zwass. In addition, it is aimed to provide guidance to researchers in future studies on e-commerce.	(Mou, et. al., 2019: 219-237)
Öztürk, S. & Yılmaz, C.	2018	The aim of the study is to analyze 2,599 international publications related to auditing and forensic accounting, which are restricted according to certain criteria, with the traditional bibliometric analysis method.	According to the findings obtained from the study, the publications related to audit and forensic accounting were mostly made in the field of business finance. Most studies in this field have been published as articles. Most studies in this area have been done in the USA and then in Australia. The most used keywords in the studies in this field were audit, fraud and forensic accounting concepts.	(Öztürk and Yılmaz, 2018: 173-188)

Within the scope of the study, the contributions of this study, which is aimed to examine the publications on accounting auditing published in the Web of Science Core Collection database between 1975 and 2021, with the CiteSpace analysis technique and bibliometric analysis technique, are presented below:

- In the Web of Science Core Collection database, publications on accounting auditing published between 1975 and 2021 were analyzed using the citation explosion model, overlay map model, timeline, major clusters (major specializations), carrot2 clustering model techniques, and the results were interpreted.
- In the Web of Science Core Collection database, the publications on accounting auditing, leading disciplines, the most cited publications on accounting auditing, the authors with the most publications, the journals with the most publications, the publications of Turkish origin and the most It was analyzed with the bibliometric analysis method in order to determine the countries with many publications.
- With the Google Books Ngram online analysis program, the numerical trend of the online books published on accounting auditing between the years 2000-2019 was analyzed.
- Since the scientific outputs prepared in the study on accounting auditing and scanned in the Web of Science Core Collection database were evaluated from a broad perspective between 1975-2021, the study will provide preliminary information and guide researchers to future scientific studies on accounting auditing.

3. Materials and Methodology

3.1. Data Collection

Within the scope of the study, 7,193 records were found in the Web of Science Core Collection database according to the search result made under the title "Topic" with the word "Accounting Audit" on 23/11/2021. When these records were restricted in terms of 2017-2021, a total of 3,065 records were reached. Within the scope of the Web of Science index, 2,714 records were obtained when restricted to the studies within the Science Citation Index Expanded (SCI- Expanded), Social Sciences Citation Index (SSCI), and Emerging Sources Citation Index (ESCI). As the last restriction, when the records were restricted to business finance, management, business, economics, and multidisciplinary sciences in terms of Web of Science categories, 1,655 records were obtained. Apart from this, no other sub-classification has been made among the auditing studies in accounting. In this context, 1,655 publications, which were obtained as a result of the search made with the word "Accounting Auditing" in the Web of Science Core Collection database and were limited to the criteria explained above, were analyzed in terms of certain criteria with two different analysis methods, CiteSpace analysis techniques and bibliometric analysis method. And the obtained results are visualized. In this context, the citation explosion model, overlay map (detailed map) model, scientific landscape, timeline, major clusters (major specializations), carrot2 clustering model were used in the analysis performed using the CiteSpace analysis technique. Therefore, in the analysis of publications with the CiteSpace analysis technique based on bibliographic data, citations, co-citations, bibliographic matching, authors, documents, sources, Institutions and countries with strong links were determined. In the analysis of the publications in the Web of Science database, using the bibliometric analysis method, the leading disciplines in the publications on accounting auditing, the most cited publications in the field of financial accounting, Turkish origin publications, the authors with the most publications, the journals with the most publications and the countries with the most publications were determined. Within the scope of the study, the trend of online books published on accounting auditing between 2000-2019 was analyzed with the Google Books Ngram online analysis program.

3.2. Examining the CiteSpace Analysis Technique

Today, there is some software that can be used for data analysis related to scientific studies in a certain field by using more modern visual mapping techniques, the characteristics of the data can be revealed more clearly, and in this direction, there is some paid or free software offered to researchers in practice. In order to perform data analysis more efficiently, there is some software offered to researchers free of charge or paid in the application. It is possible to count software such as Citespace, VOSviewer HistCite, Action Science Explorer (iOpener), Carrotssearch, Sci2, SciMAT among these software where data analysis is visualized with science mapping tools (Cobo et al., 2011: 1382-1402). Citespace analysis, which is freely available to researchers and found quite complex, is a Java application used to identify emerging trends in the literature and visualize scientific trends (Chen, et al., 2010: 1386-1409). Citespace is superior to other software in terms of statistical cluster inference analysis, creating its own KML file, overlay map, and detecting citation explosions (Chen, 2006, CiteSpace, 2018). In addition, CiteSpace also provides the opportunity to detect sudden changes in the scientific literature in a particular field (Chen et al., 2012: 593-608).

Within the scope of this study, citation, co-citation, bibliographic matching, authors, documents, sources, universities and countries with the strongest connection were

determined with the bibliometric analysis method used in data analysis and the data provided from the web of Science database on accounting auditing. In addition to this, data obtained from Web of Science databases on accounting auditing were analyzed with the help of CiteSpace analysis technique in data analysis, and the basic dynamics of the field and citation explosions were determined. In addition, timelines related to developments in the scientific field and charts related to major clusters were created, and the data obtained were visualized and interpreted. Within the scope of the study, the selection criteria (selection criteria) in all images created from Figure 2 to Figure 10 using the CiteSpace analysis method were accepted as Top N 100%.

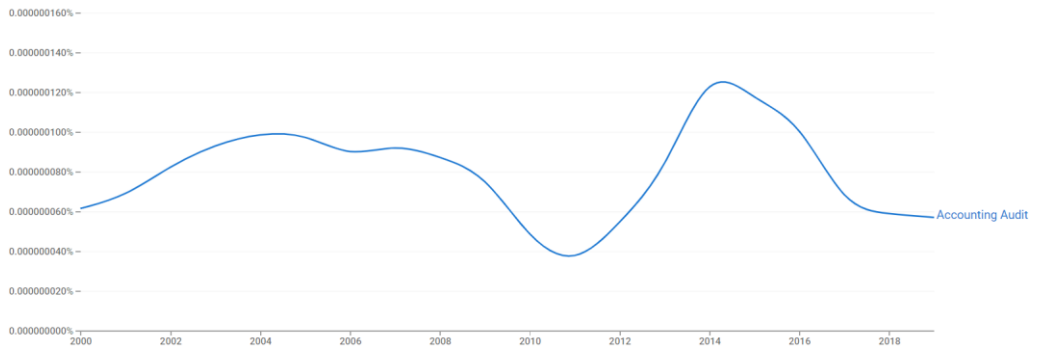
The Overlay Map model in CiteSpace, which is one of the analyzes handled within the scope of the study, enables the analysis of the citations made from one science field to another science field. In the map created with the Detailed Prepared Map model, there are science fields that are cited on the left and cited on the right. The Detailed Prepared Map model not only provides information on which science field is cited more and which science field is cited more heavily but also shows which science field has more scientific studies.

Carrot2 is free software that the Google search engine makes available to online researchers, contributing to open source by developing innovative text mining and visualization products. In this context, Carrot2 is able to cluster the topics in which the search term is included in the open-access sources and categorize them into thematic categories and present the total number of sources (Carrot Search, 2021).

4. Analysis of Publications on Accounting Auditing in Web of Science Database with Bibliometric Analysis Method

Within the scope of bibliometric analysis, according to the data provided by the Google Books Ngram Viewer program, the frequencies of the books published online on accounting auditing between 2000 and 2019 the years 2000-2019, are presented in Chart 1 below.

Figure 1. Online Books Published Between 2000-2019 on Accounting Auditing



Reference: (Google Books Ngram Viewer, 2021)

Table 2: Top 10 Disciplines in Publications on Accounting Auditing in The Web of Science Database

Research Area	Registration Number	Total Enrollment Rate (%1,655)
Business Finance	1.182	71.420
Management	258	15.589
Business	196	11.843
Economics	171	10.332
Multidisciplinary Sciences	42	2.538
Ethics	27	1.631
Environmental Studies	17	1.027
Public Administration	16	0.967
Operations Research Management Science	12	0.725
Green Sustainable Science Technology	5	0.302

When the data presented in Table 2 is examined, it is seen that the subject of accounting auditing is used in many disciplines. When the publications are evaluated in terms of research areas, it is concluded that the word accounting auditing is mostly used by the branches of science in the field of business finance (71.420). Other disciplines in which the phrase accounting auditing is used the most can be listed as management (15.589), Business (11.843), and economics (10.332), respectively, when expressed as a percentage of total publications.

Table 3: Information on the Top Five Publications on Accounting Auditing in the Web of Science Database Between 2017-2021

Author Names	Publication Name	Release Year	Number of Citations	Google Scholar Citations
Vasarhelyi, Miklos A.	Toward Blockchain Based Accounting and Assurance	2017	157	302
O'Leary, Daniel E.	Configuring blockchain architectures for transaction information in blockchain consortiums: The case of accounting and supply chain systems	2017	82	143
DeFond, Mark & Erkens, David H. & Zhang, Jieying	Do Client Characteristics Really Drive the Big N Audit Quality Effect? New Evidence from Propensity Score Matching	2017	77	124
Talbot, David & Boiral, Olivier	GHG Reporting and Impression Management: An Assessment of Sustainability Reports from the Energy Sector	2018	75	82
Rinaldi, Leonardo & Unerman, Jeffrey & de Villiers, Charl	Evaluating the integrated reporting journey: insights, gaps and agendas for future research	2017	74	114

When the data presented in Table 3 is examined, it is seen that the most cited publication on accounting auditing was published by Vasarhelyi, Miklos A. in 2017 with 157 (Google academic citations: 302) citations.

In Table 4 below, some information about 5 Turkish publications on accounting auditing in the Web of Science Core Collection database is presented.

Table 4: Information on Publications of Turkish Origin Written on the Subject of Accounting Auditing in the Web of Science Database Between 2017-2021

Author Names	Publication Name	Release Year	Number of Citations	Google Scholar Citations
Kara, Suat & Sakarya, Sakir & Ozcan, Pelin	Benford Law and Accounting Manipulations: A Sample Application	2021	-	-
Erdogan, Murat & Oruc Erdogan, Eda	Analysis of Income-Creating/Expense Reducing Activities Under Fraudulent Financial Reporting	2021	-	-
Kiyimik, Hakki	Comparative Investigation Of Stock According to TAS, FRS for Lmes and TPL and Accounting Practices	2021	-	-
Tuan, Koray & Borak, Metin	Earnings Management and Financial Performance: An Empirical Investigation of the Istanbul Stock Exchange	2020	-	-
Cigerci, Ismail & Egmir, Rabia Tugba	Evaluation of Possible Block Chain Technology in Public Financial Audit in terms of Audit Efficiency	2019	-	-

Based on the data presented in Table 4, it is possible to say that the number of Turkish-origin publications written on accounting auditing in the Web of Science database is limited. In addition, when the data in the table is examined, it is seen that Turkish origin publications are not cited at all.

Table 5: Information on the Top Five Authors with the Most Publications on Accounting Audit in the Web of Science Database Between 2017-2021

Author Names	Country	Release Year	Average Number of Citations Per Post
Vasarhelyi, M.A.	USA	10	23.5
Bhuiyan, M.B.U.	New Zealand	9	16.3
Dickins, D.	USA	8	1.6
Habib, A.	New Zealand	8	5.4
Hussainey, K.	England	7	3.9

In Table 5 above, information on the top five authors with the most publications on accounting auditing is presented. As seen in the table, the author with the most publications on accounting auditing and the most cited is Vasarhelyi, M.A., with 10 scientific studies and an average of 23.5 citations per publication. Although the number of publications of the authors is close to each other, the most cited authors per publication are Vasarhelyi, M.A., and Bhuiyan M.B.U.

Table 6: Information on the Top Five Journals with the Most Publications on Accounting Auditing Between 2017-2021 in the Web of Science Database

Journal Name	Number of Publications	Journal's Impact Factor *	Journal's Web of Science Category *
Emerald Group Publishing	390	1.905	Business, Finance & Management
Wiley	245	1.672	Business, Finance
Amer Accounting Assoc	231	4.301	Business, Finance
Elsevier	184	7.55	Business
Taylor & Francis	126	3.063	Business, Finance

* The impact factors of the publications presented in Table 4 and the Web of Science category of the journal were taken from the Web of Science according to the year 2020.

In Table 6 above, the information of the first five journals with the most publications on accounting auditing in the Web of Science database is presented. According to the table, the highest number of publications on accounting auditing was published in the Emerald Group Publishing magazine, with an impact factor of 1,905 in the category of business, finance and management, with 390 publications. The least number of publications was published in Taylor & Francis magazine in the field of Business and Finance, which has 126 publications and an impact factor of 3.063.

Table 7: Information on the Top Five Universities with the Most Publications on Accounting Audit in the Web of Science Database Between 2017-2021

University	Number of Registrations	Total Enrollment Rate (%1,655)
State University System of Florida	40	2.417
University System of Georgia	37	2.236
Ministry of Education Science of Ukraine	34	2.054
California State University System	32	1.934
Rutgers State University New Brunswick	25	1.511

In Table 7 above, the information of the top five universities that have the most publications on accounting auditing in the Web of Science database is presented. According to the table, the most publications on accounting auditing were made in the State University System of Florida, with 40 publications.

Table 8: Index Information of Publications Between 2017-2021 in the Web of Science Database on Accounting Auditing

Index of Web of Science	Number of Registrations	Total Enrollment Rate (%1,655)
ESCI	858	51.843
SSCI	783	47.311
SCI-Expanded	46	2.779

In Table 8, the index information of the publications in the Web of Science database on accounting auditing is presented. Based on this information, it is possible to say that most of the publications are included in the ESCI Index. In addition, it can be said that the number of publications on accounting auditing in the SSCI Index is high.

Table 9: Classification of Publications in the Web of Science Database on Accounting Auditing Between The Years 2017-2021 in Terms of The First Four Document Types

Document Types	Number of Registrations				
	2017	2018	2019	2020	2021
Articles	247	290	317	424	358
Early Access	-	-	-	-	102
Review Articles	19	12	20	15	18
Editorial Materials	8	6	7	5	2

In Table 9, information on the document types of the publications in the Web of Science database on accounting auditing is presented. Based on this information, it is noteworthy that from 2017 to 2021, research articles were more numerous than review articles. In addition, the increase in research articles over the years has been at a higher level than the increase in review articles.

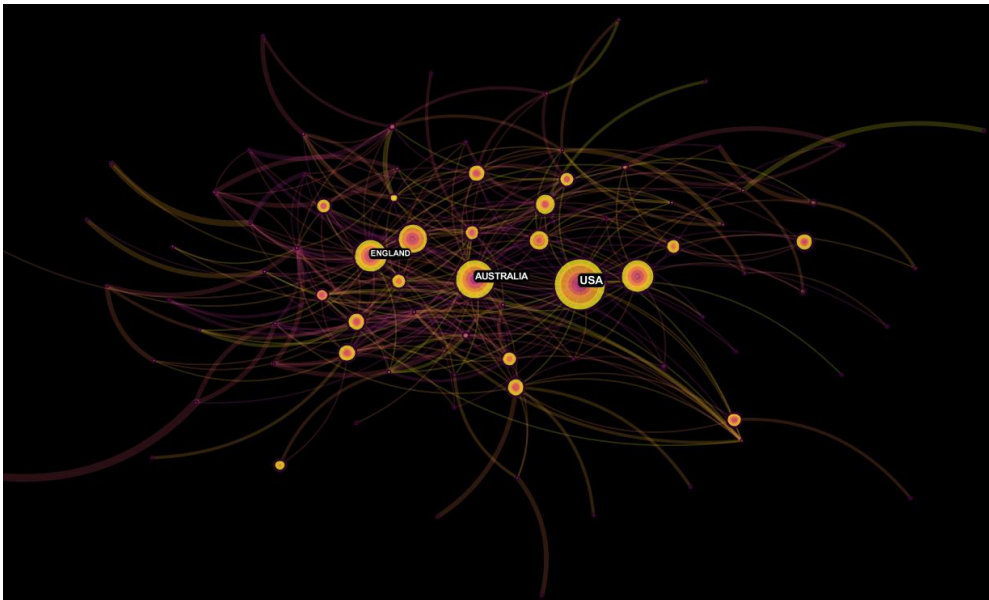
5. Analysis of Publications on Accounting Auditing in Web of Science Database with CiteSpace Method

Under this title, Co-Authorship Network (COA), Author Co-Citation Analysis (ACA), Document Co-Citation Analysis (DCA), and Journal Co-Citation Analysis (JCA) analyzes are discussed.

5.1. The Collaboration Network of Accounting Auditing research

5.1.1. Country Collaboration Network

Figure 2: A Visualization of the Country Collaboration Network



In Figure 2 above, the cooperation of countries that published accounting auditing in the Web of Science database between 2017-2021 is shown. The cooperation network of countries consists of 349 countries and 98 cooperation links between them. In addition, the selection

criteria Top N%, 100 percent, were accepted in the creation of the map. According to the map, the country that has the most cooperation with other countries on accounting auditing is the USA. The USA is followed by Australia and England respectively. In Table 10 below, information on the top 10 countries that show the contribution of the countries where scientific studies on accounting auditing are made to establishing connections with other countries is also presented.

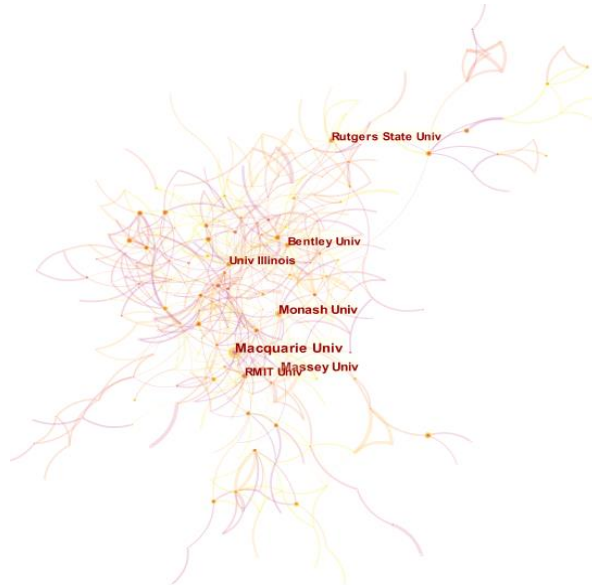
Table 10: The Top 10 Countries That Show the Contribution of the Countries Where Scientific Studies Are Carried Out in the Field of Accounting Auditing to Connecting with Other Countries

Country	Frequency
USA	689
Australia	266
England	178
China	175
Canada	134
New Zealand	92
Malaysia	85
Italy	77
Germany	74
France	57

According to the data presented in Table 10, the first three countries that contributed the most in establishing connections with other countries where scientific studies on accounting auditing are carried out are the USA, Austria and England, respectively.

5.1.2. Institution Collaboration Network

Figure 3. A Visualization of the Institution Collaboration Network



In Figure 3 above, the cooperation of Institutions that publish on accounting auditing is shown. The cooperation network of Institutions consists of 668 Institutions and 388 cooperation links between them. In addition, the selection criteria Top N%, 100 percent, were

accepted in the creation of the map. According to the map, it is seen that there are clusters of many Institutions that cooperate with other Institutions on accounting auditing. The institution that has the most cooperation with other countries is Macquarie University. Other Institutions that cooperate with other countries with high intensity are Monash University, Massey University, Rutgers State University and RMIT University, respectively. In Table 11 below, information about the top 10 Institutions that show the contribution of the Institutions where scientific studies on accounting auditing are made to establish connections with other Institutions is also presented.

Table 11: The Top 10 Institutions That Show the Contribution of the Institutions where Scientific Studies are Carried Out in the Field of Accounting Auditing in Establishing Connections with Other Institutions

Institution	Country	Frequency
Macquarie University	Australia	52
Monash University	Australia	39
Massey University	New Zealand	36
Rutgers State University	New Jersey	29
RMIT University	Australia	29
Bentley University	USA	27
Illinois University	USA	26
Essex University	England	22
Utara Malaysia University	Malaysia	22
Peking University	Chinese	22

According to the data presented in Table 11, the first three Institutions that contributed the most in establishing connections with other Institutions where scientific studies on accounting auditing are carried out are Macquarie University, Monash University and Massey University, respectively.

5.2. Co-Authorship Network (COA)

Figure 4: Co-Authorship Network (COA) Timeline View



In Figure 4, a visual of the collaboration network of authors who published jointly on accounting auditing in the Web of Science database between 2017-2021 is presented. The authors' collaboration network consists of 4,069 authors and 2,955 collaboration links between them. In addition, the selection criteria Top N%, 100 percent, were accepted in the creation of the map. According to the map, in the scientific studies carried out in the relevant field, Roush, P.B., Doxey, M. M., Nolder, C., Dickins, D. and Higgs J.L. It is seen that there is a strong direct and indirect connection between them. In addition, in Figure 4, it is noteworthy that Dickins, D. was the author with the highest connection strength in 2018.

5.3. The Co-Citation Network of Accounting Auditing Research

5.3.1. Author Co-Citation Analysis (ACA)

Figure 5: A Visualization of The Author Co-Citation Network



In Figure 5 above, a map of the common citation network of the cited publications on accounting auditing between 2017-2021 in the Web of Science database is presented. Unified author co-citation network that contributes to the accounting auditing literature,

It consists of 108 nodes and 324 co-quote connections. In addition, the selection criteria Top N%, 100 percent, were accepted in the creation of the map. When Figure 5 is examined, it is seen that there are three different clusters in yellow, pink and burgundy colors on the map, and there is a complex relationship between citation sources. The sizes of the circles on the map represent the degrees of density. Accordingly, the clusters with the highest density power and the most commonly cited scientific studies are Defon, M.L. and Francis J.R. clusters. In addition, information on the ten most cited authors regarding the common citation frequency is presented in Table 12 below.

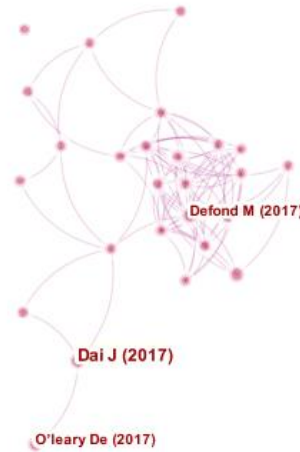
Table 12: Most Cited Authors with Common Citation Frequency

Citation Counts	References
74	Defond M.L.
73	Francis J.R.
59	Dechow, P.M.
58	Carcello J.V.
58	Defond, M.
53	Jensen M.C.
53	Kothari S.P.
52	Knechel W.R.
52	KPMG
48	Public Company Accounting Oversight Board (PCAOB)

According to the data presented in Table 12, the top three most cited authors regarding common citation frequency are Defond M.L. with 74 citations, Francis J.R. with 73 citations, respectively and Dechow, P.M., with 59 citations.

5.3.2. Document Co-Citation Network (DCN)

Figure 6: Merged Network of Citing Articles by Bibliographic Coupling



In Figure 6 above, a map of the combined network of the documents cited in the Web of Science database on accounting auditing between 2017-2021 and the articles cited via the bibliographic link is presented. In the creation of the map, the selection criteria Top N%, 100 percent were accepted. When Figure 6 is examined, it is seen that the first three authors most cited in scientific publications on accounting are Dai, J. & Vasarhelyi, O’Leary, D. E. and DeFond, M. & Erkens, D. H. & Zhang, J. In addition, in Table 13 below, information on the top ten most cited authors in the documents on accounting audit is presented.

Table 13: Information on the Top 10 Most Cited Authors in Documents on Accounting Auditing Via Bibliographic Link

Web of Science Citation Counts	Google Scholar Citation Counts	References
157	302	Dai, J. & Vasarhelyi, M. A. (2017)
82	143	O’Leary, D. E. (2017)
77	124	DeFond, M. & Erkens, D. H. & Zhang, J. (2017)
75	82	Talbot, D. & Boiral, O. (2018)
74	114	Rinaldi, L. & Unerman, J. & de Villiers, C. (2017)
73	200	Karpoff, J.M. & Koester, A. & Lee, D.S. & Martin, G.S. (2017)
69	149	Gull, A.A. & Nagati, H. & Chtioui, T. (2018)
62	154	Defond, M.L. & Lennox, C.S. (2017)
62	154	Kornberger, M. & Pflueger, D. & Mouritsen, J. (2017)
60	432	Alstadsaeter, A. & Johannesen, N. & Zucman, G. (2019)
58	123	Boiral, O. & Heras-Saizarbitoria, I. & Brotherton, M.C. (2019)

According to the data presented in Table 13, the top three most cited authors in scientific studies on accounting auditing are Dai, J and Vasarhelyi, M. A. with their studies of 2017, O’Leary, D. E. with their studies of 2017, and DeFond, M., Erkens, with their studies of 2017, respectively, D. H. and Zhang, J.

5.3.3. Journal Co-Citation Network (JCN)

Figure 7: A Visualization of the Journal Co-Citation Network



In Figure 7 above, a map of the common citation network for the most cited journals in scientific studies on accounting is presented. In the creation of the map, the selection criteria Top N%, 100 percent were accepted. When the map is examined, it is seen that there are many clusters of journals with the highest citation network in the relevant field. However, the largest cluster was observed in Accounting Review and subsequently in Contemporary

Accounting Research. In Table 14 below, information on the top ten most cited journals, and over 599 scientific studies on accounting auditing is presented.

Table 14: Top 14 Most Cited Journals Regarding Scientific Studies on Accounting Auditing

Journal	Frequency
Accounting Review	1.297
Contemporary Accounting Research	1.131
Journal of Accounting and Economics	1.043
Accounting Horizons	1.022
Accounting Practice Journal	889
Accounting Research Journal	890
Social Accounting	845
Journal of Financial Economics	775
The Journal of Finance	683
Journal of Accounting and Public Policy	599

According to the data presented in Table 14, the top three journals most cited in scientific studies on accounting auditing are Accounting Review, Contemporary Accounting Research and Journal of Accounting and Economics, respectively.

5.4. Emerging Trends of Accounting Auditing Research

5.4.1. References with Bursts of Citation on Accounting Auditing Research

Information on the authors whose scientific publications were between 2017-2021 in the Web of Science database on accounting auditing have bursts of citations tabulated below.

Table 15: Top 10 Cited Authors with the Strongest Citation Bursts

Cited Author	Strength	Begin	End	2017 – 2021*
Defond, M. (2017)	11.4	2018	2019	
Gul, F.A. (2017)	9.52	2017	2018	
Carson, E. (2017)	6.33	2017	2018	
Francis, J.R. (2017)	6.2	2017	2018	
Dumay, J. (2017)	6.09	2018	2019	
Knechel, W.R. (2017)	6.09	2017	2018	
Badolato, P.G. (2017)	5.17	2018	2019	
Abbott, L.J. (2017)	4.87	2017	2018	
Barth, M.E. (2017)	4.51	2017	2018	
Chen, X. (2017)	4.51	2017	2018	

*In the last column depict their dark blue color representing the years that articles have received slight increases in citations while red shows citations have risen dramatically.

In Table 15 above, information on the top 10 authors who have scientific studies on accounting auditing in the Web of Science database and who have the strongest citation explosions in this context are presented. In the creation of the map, selection criteria Top N%, 100 percent were accepted. When Table 15 is examined, it is seen that the citation explosions in the relevant field take 1 year, and the author with the strongest citation explosion between 2018-2019 is Defond, M., with a citation strength of 11.4. Subsequently, among the authors with the highest citation explosion between 2017 and 2018, Gul, F.A. and Carson, E., with a citation strength of 6.33.

5.4.2. Keyword Analysis

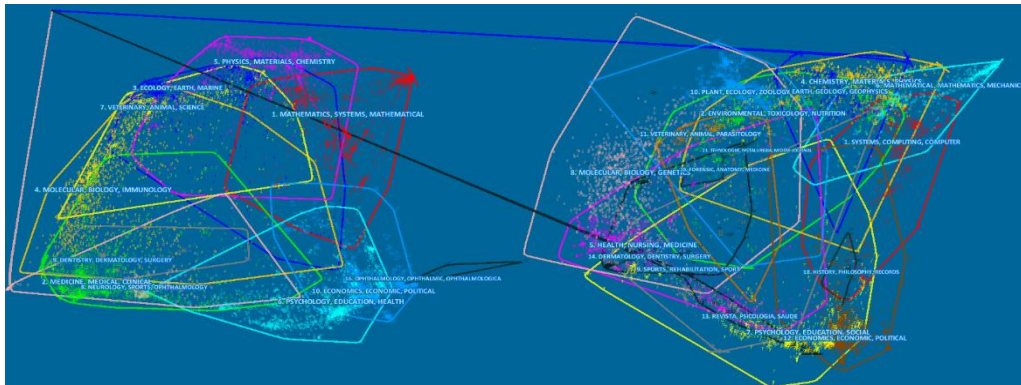
Figure 8: A Visualization of The Keywords Network



In Figure 8 above, a map of the keyword network is presented to explore the direction of scientific research on accounting. In the creation of the map, selection criteria Top N%, 100 percent were accepted. When Figure 8 is examined, it is seen that there are six different clusters on the map. Corporate government, audit quality, real earning management, audit committee, data analytics, audit free, financial reporting, auditors and public sector are among the keywords used extensively in scientific publications on accounting auditing, according to the map.

5.4.3. Overly Map

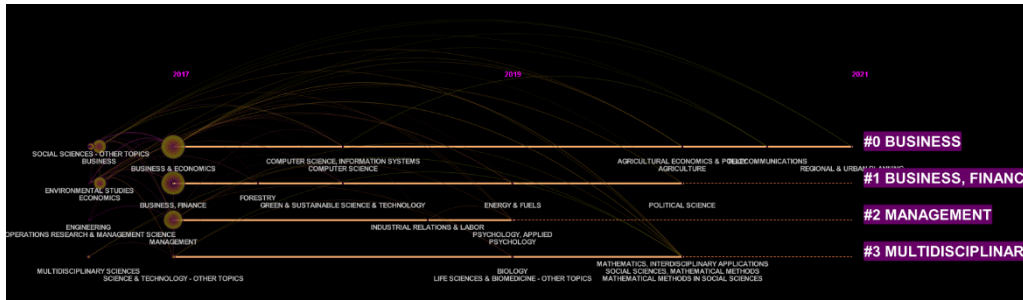
Figure 9: A Detailed Map of Cited Science Fields and Referenced Science Fields on Accounting Auditing



In Figure 9 above, a map of the citing and citing disciplines related to the studies on accounting auditing obtained with the Overly Map (detailed map) model in Web of Science is presented. When the data presented on the map is examined, it is noteworthy that scientific studies on accounting auditing are associated with many fields of science and that there is more than one cluster on the map. In addition, it is seen that the most cited science field is economics, which is clustered with light blue color on the left, and the most cited science fields are mathematics, mechanics, computer and computing, which are clustered with light blue color on the right.

5.4.4. Timeline of Scientific Studies within the Scope of Accounting Auditing

Figure 10. Timeline of Largest Clusters of Scientific Studies Covered by Accounting Auditing



In Figure 10 above, in the timeline of scientific studies within the scope of accounting, the largest clusters are numbered starting from 0. Cluster #0 represents the largest cluster. When the chart for the largest cluster is examined, it is seen that the #0 business cluster remained alive for five years. It is seen that the #1 business and finance cluster, which represents the second largest cluster, remains alive until 2020. According to the timeline, the third largest cluster is the #2 management cluster, which remained alive until 2019. The fourth largest cluster consists of cluster #3, which includes interdisciplinary scientific studies and remained alive until 2020. Therefore, when the timeline of the largest clusters of scientific studies within the scope of accounting auditing is examined, it is noteworthy that the business cluster #0, which constitutes the largest cluster, is still active.

5.4.5. CiteSpace Major Clusters (Major Specializations) of Scientific Studies Covered in Accounting Auditing

Table 16. Information on the Common Citation of the Three Largest Clusters in Scientific Studies on Accounting Auditing Found in the Reference Network

Cluster ID	Centrality	Silhouette	Mean (Cite Year)	References	Citation Counts
0	43	0,8568	2019	Business (201)	2.108
1	25	0,8023	2018	Business Finance (2017)	1.556
2	24	1	2018	Management (2017)	313

In Table 16 above, information on the common citation of the three largest clusters in the reference network in scientific studies on accounting auditing is presented. When the data presented in Table 2 is examined, it is seen that cluster #0, which constitutes the largest cluster, has 17 members and a silhouette value of 0.8568. The most actively cited author in #0 is Dong, W. (2018). In addition, the top item in terms of citation counts is in the business category in cluster #0, with 2,108 citations. The top item by centrality is also in the business category in cluster #0, with 43 centralities. Information on the common citation of the other two clusters is also presented in Table 16.

6. Carrot2 Clustering Model

Figure 11. Visualization of The Most Frequently Used Terms in Studies on Accounting Auditing



In Figure 11 above, a treemap and a pie-chart image obtained as a result of a search with the term accounting auditing in the Carrot2 clustering model are presented. When these images are examined, it is seen that a total of 119 results have been reached and the term occupies more space and is used more intensely than the others. In this context, it is seen that the term accounting auditing is the most used subject, with 22 usages in the subject of "audit standard" in both images. This term is followed by the terms accountants and auditors, audit services, audit assurance, and independent and audit committee, respectively.

7. Conclusion

In this study, which aims to examine the literature in the field of accounting and its trend over time, CiteSpace analysis, one of the visual mapping techniques, was used in the bibliometric analysis. In this context, in the Web of Science Core Collection database between 2017-2021, 7,193 records were found as a result of the search made under the title "Topic" with the word "Accounting Audit" and as a result of restricting the records to certain criteria, a total of 1,655 records, some bibliometric criteria and CiteSpace mapping were found technique, Co-Authorship, Co-Citation, Bibliographic Coupling and Co-Citation analysis. In addition, scientific studies within the scope of accounting auditing scanned in the Web of Science database were examined in terms of citation explosion model, the timeline of the largest clusters, major clusters and overlay map within the scope of CiteSpace analysis. In the study, science mapping techniques such as Google Ngram, Carrot2 Clustering Model were also used in the examination of scientific studies within the scope of accounting auditing. Therefore, in the analysis of the literature on accounting auditing with the CiteSpace analysis technique based on bibliographic data, citation, co-citation, bibliographic matching, authors, documents, sources, Institutions and countries with strong connections were determined.

The data obtained with the Google Ngram program within the scope of the study shows that the number of books published online in the field of accounting auditing reached the highest level in 2014 and that the books published in the related field decreased continuously from 2014 to 2018 and followed a stagnant course after 2018. However, in the study, according to the results of the traditional bibliometric analysis method, it was concluded that the author with the most publications in the publications prepared on accounting auditing in

the Web of Science database is Vasarhelyi, Miklos A., with an average of 23.5 citations per publication. Vasarhelyi, Miklos A. (2017) was found to be the most cited author on accounting auditing, again with his study titled "Toward Blockchain Based Accounting and Assurance". Although there are three publications of Turkish origin written on accounting auditing in 2021, it is among the results obtained within the scope of the study that no references were made to these studies. In addition, the results obtained from the study show that the university with the highest number of publications in the related field is the State University System of Florida, and the main discipline in accounting auditing is business finance. However, it is also among the results obtained from the study that the studies in the ESCI index are more numerous than the studies in other indexes and that the number of research articles is more than the articles based on the literature review.

In the study, as a result of the analysis of the bibliographic data related to the accounting audit from the Web of Science Core Collection database with the CiteSpace visual mapping technique, the cooperation network results of the countries show that the country with the strongest cooperation network is the USA. In the studies carried out by Keleş (2022) and Öztürk and Yılmaz (2018), the country with the strongest cooperation network in the publications on auditing was determined as the USA. The results of the cooperation network of the Institutions publishing on the accounting auditing show that the institution that has the most cooperation with other Institutions is Macquarie University. In addition, according to the co-authorship (COA) analysis result, Dickins, D. had the highest link strength. According to the result of the author co-citation (ACA) analysis, the most commonly cited scientific study belongs to Defon, M.L., with 74 common citations. According to the document co-citation (DCN) analysis result, Dai, J. & Vasarhelyi (2007) is the most cited author in scientific publications on accounting auditing. According to the results of the Journal co-citation (JCN) analysis, the most cited source was Accounting Review. In addition, as a result of the analysis performed with the CiteSpace visual mapping technique, it was determined that the author with the strongest citation explosion in scientific studies in the field of accounting auditing was Defond M. (2017), with a citation power of 11.4. The results of the keyword network, which plays an important role in discovering the direction of scientific studies on accounting auditing, the keywords corporate government, audit quality, real earning management, audit committee, data analytics, audit free, financial reporting, auditors assets and public sector are used extensively in scientific publications. The results obtained from the Overly Map model reveal that the most cited science fields in scientific studies in the field of accounting auditing are mathematics, mechanics, computer and computing, and the most cited science field is economics. The results obtained from the timeline of the largest clusters reveal that the largest cluster and the only cluster that survived between 2017-2021 consisted of the #0 business cluster. When the information on the common citation of the largest cluster was examined, it was determined that the most active citation author was Dong, W. (2018), with 2,108 citations in the #0 business cluster. Finally, according to the results obtained from the Carrot2 clustering model, a total of 119 results were obtained in which the term accounting auditing was included, and it was determined that the related term was used in the audit standard field with a maximum of 22 uses.

In this context, it is possible to say that the trend in the field of accounting auditing could be evaluated from a very broad perspective in terms of analyzing the literature on accounting auditing in the Web of Science between 2017-2021 with the CiteSpace visual mapping

technique. Therefore, it is anticipated that this study, which presents a comprehensive analysis of the field of accounting auditing, will guide researchers in future scientific studies in the related field. In addition, in the studies to be carried out in the following period, modern visual mapping techniques such as Action Science Explorer (iOpener), Carrotssearch, Sci2, SciMAT, which can be described as the continuation of this study and will expand the study, will be analyzed with different criteria and the results obtained will be analyzed in this research compared with the results is planned.

References

- Al, U. (2008). "Scientific Publication Policy of Turkey: A Bibliometric Approach Based on Citation Indexes". Hacettepe University, Institute of Social Sciences, Department of Information and Records Management, Doctoral Thesis.
- Carrot Search (2021). "Carrot Search: Document Clustering and Visualization Software". retrieved from <https://carrotsearch.com/>, (Access: 10.12.2021).
- 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*. Vol. 57, No. 3: 359–77. doi: <https://doi.org/10.1002/asi.20317>.
- Chen, C. (2011). 'Predictive Effects of Structural Variation on Citation Counts'. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*. Vol. 63, No. 3: 431–49. doi: [10.1002/asi.21694](https://doi.org/10.1002/asi.21694).
- Chen, C., Hu, Z., Shengbo L. and Teseng, H. (2012). "Emerging Trends in Regenerative Medicine: A Scientometric Analysis in CiteSpace". *Expert Opinion on Biological Therapy*. Vol. 12, No. 5: 593–608. doi: [10.1517/14712598.2012.674507](https://doi.org/10.1517/14712598.2012.674507).
- Chen, C., Ibekwe-Sanjuan, F. and Hou, J. (2010). "The Structure and Dynamics of Co-Citation Clusters: A Multiple-Perspective Co-Citation Analysis". *Journal of the American Society for Information Science and Technology*. Vol. 61, No. 7: 1386–1409. doi: [10.1002/asi.21309](https://doi.org/10.1002/asi.21309).
- CiteSpace, (2018). "CiteSpace".
- Cobo, M., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E. Herrera, F. (2011). "Science Mapping Software Tools: Review, Analysis, and Cooperative Study Among Tools". *Journal of the American Society for Information Science and Technology*. Vol. 62, No. 7: 1382–1402. doi: [10.1002/asi.21525](https://doi.org/10.1002/asi.21525).
- Du, Y., Chen, S. and Tang, L. (2021). "The Research Progress and Development Trend of Carbon Accounting: An Analysis Based on CiteSpace". *China-USA Business Review* Vol. 20, No. 4: 185–201. doi: [10.17265/1537-1514/2021.04.004](https://doi.org/10.17265/1537-1514/2021.04.004).
- Gao, Y. and Ning, M. (2021). "A Visualization Analysis of Environmental Accounting Research Based on CiteSpace". Pp. 99–113 in *IEIS 2020*, edited by M. Li, G. Bohács, G. Hua, D. Gong, and X. Shang. Singapore: Springer.
- Google Books Ngram Viewer (2021). "Google Books Ngram Viewer". retrieved from <https://books.google.com/ngrams>, (Access: 11.11.2021).
- Güney, S., Sarı, S. S. (2015). "Internal in Ensuring The Efficiency Of Accounting Audit The Role of Control". *Journal of Social Sciences Institute*. No. 5: 62-80.
- Güredin, E. (1995). *Accounting Audit and Financial Analysis*, Anadolu University Publications, 2th Ed, No: 835, Turkey: Eskişehir.
- Keleş, D. (2022). "Visual Network Mapping Aid Bibliometric Analysis of International Studies on Internal Audit". *Journal of Uşak University Faculty of Applied Sciences*. Vol. 2, No. 1: 42-58.
- Kurbanova, M. and Cavlak, H. (2021). "Bibliometric Analysis of Articles in The Field of Blockchain and Audit. *TİDE Academia Research*. Vol. 3, No. 2: 213-246.
- Lawani, S. M. (1981). "Bibliometrics: Its Theoretical Foundations, Methods and Applications". *International Journal of Libraries and Information Services*. Vol. 31, No. 4: 294–95. doi: <https://doi.org/10.1515/libr.1981.31.1.294>.
- Maia, S. C., de Benedicto, G. C., do Prado, J. W., Robb, D. A., de Almeida Bispo, O. N., de Brito, M. J. (2019). "Mapping the Literature on Credit Unions: A Bibliometric Investigation Grounded in Scopus and Web of Science". *Scientometrics*. Vol. 120, No. 3: 929–60. doi: [10.1007/s11192-019-03165-1](https://doi.org/10.1007/s11192-019-03165-1).

Merigó, J. M. and Yang, J.-B. (2017). "Accounting Research: A Bibliometric Analysis: Accounting Research: A Bibliometric Analysis". *Australian Accounting Review* 27(1):71–100. doi: 10.1111/auar.12109.

Mou, J., Cui, Y. and Kurcz, K. (2019). "Bibliometric and Visualized Analysis of Research on Major E-Commerce Journals Using Citespace". *Journal of Electronic Commerce Research* Vol. 20, No. 4: 219–37.

Öztürk, S. and Yılmaz, C. (2018). "Investigation of Studies in Audit and Forensic Accounting with Bibliometric Analysis Technique". *Black SEA International Scientific Journal*. Vol. 39, No. 39: 173-188. <https://doi.org/10.17498/kdeniz.406270>

Xia, D. and Wang, L. (2020). "Hot Topics and Frontier Analysis of International Accounting Research Based on CiteSpace". pp. 305–9 in *2020 International Conference on Computer Science and Management Technology (ICCSMT)*.

Xue, W., Li, H., Ali, R. and Ramiz, Ur Rehman, R. (2020). "Knowledge Mapping of Corporate Financial Performance Research: A Visual Analysis Using Cite Space and Ucinet". *Sustainability*, Vol. 12, No. 9 :1–21. doi: 10.3390/su12093554.

Zhou, W., Chen, Q. and Meng, S. (2019). "Knowledge Mapping of Credit Risk Research: Scientometrics Analysis Using CiteSpace". *Economic Research- Ekonomska Istraživanja*, Vol. 32, No. 1: 3451–78. doi: 10.1080/1331677X.2019.1660202.

Taşımacılık, İnşaat, Seyahat ve Finansal Hizmetler Sektörü İhracatının Ekonomik Büyüme Etkisi: Türkiye Örneđi¹

Aylin Koca² 

Taşımacılık, İnşaat, Seyahat ve Finansal Hizmetler Sektörü İhracatının Ekonomik Büyüme Etkisi: Türkiye Örneği	The Effect of Transportation, Construction, Travel and Financial Services Exports on Economic Growth: The Case of Türkiye
Öz Bu çalışmanın amacı, Türkiye ekonomisinde hizmet sektörü ihracatının (alt sektörler itibariyle) ekonomik büyüme üzerindeki etkisini incelemek ve mal ihracatının etkileriyle karşılaştırmaktır. 1992-2020 dönemi için ARDL Modelleri kullanılarak analizler gerçekteştirilmiştir. Analiz bulguları kısa dönemde taşımacılık, seyahat ve finansal hizmetler ihracatının ekonomik büyüme üzerinde pozitif etkisi olduğunu göstermektedir. İnşaat hizmetleri ihracatının kısa dönemde ekonomik büyüme üzerinde anlamlı etkisi yoktur. Uzun dönemli sonuçlar hizmet alt sektörlerindeki ihracatın ekonomik büyüme üzerinde etkisi olmadığını açığa çikarmıştır. Mal ihracatının, ekonomik büyüme üzerinde hem kısa hem de uzun dönemde pozitif etkiye sahip olduğu görülmüştür. Türkiye ekonomisinde İhracata Dayalı Büyüme Hipotezi uzun dönemde yalnızca mal ihracatı üzerinden değerlendirilebilmektedir.	Abstract This study examines the effect of services sector exports (in terms of subsectors) on economic growth in the Turkish economy and compares it with the effects of goods exports. Analyses were conducted using ARDL Models from 1992 to 2020. Analysis findings show that exports of transportation, travel and financial services positively affect economic growth in the short term. Construction services exports do not affect economic growth in the short term. Long-term results show that services subsector exports have no significant effect on economic growth. Goods exports positively affect economic growth in both the short and long term. We can only evaluate the Export-led Growth Hypothesis in the Turkish economy based on exports of goods in the long term.
Anahtar Kelimeler: Ekonomik Büyüme, Hizmet Sektörü İhracatı, ARDL Modeli	Keywords: Economic Growth, Services Sector Exports, ARDL Model
JEL Kodları: F43, C32, O1	JEL Codes: F43, C32, O1

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı	Bu çalışma bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmıştır.
Yazarların Makaleye Olan Katkıları	Çalışmanın tamamı yazar tarafından oluşturulmuştur.
Çıkar Beyanı	Yazar açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.

¹ Bu çalışma "EconAnadolu 2022-The Sixth International Conference on Economics" kongresinde özet bildiri olarak sunulmuştur.

² Arş. Gör., Anadolu Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, aylin_koca@anadolu.edu.tr

1. Giriş

İhracat-ekonomik büyüme ilişkisi, İhracata Dayalı Büyüme Hipotezi (İDBH) ve uzun dönemde ihracatın ekonomik büyüme destekleyebileceğini ileri süren İçsel Büyüme Teorisi bağlamında teorik literatürde (Kaldor, 1957; Haberlar, 1959; Arrow, 1962; Hicks, 1963; Beckerman, 1965; Vernon, 1966; Helpman ve Krugman, 1985; Romer, 1986; Lucas, 1988; Romer, 1990; Grossman ve Helpman, 1991; Krugman; 1994) ve ampirik literatürde (Haring ve Humphrey, 1964; Emery, 1967; Krueger, 1978; Balassa, 1978; Chow, 1987; Dollar, 1992) uzun süredir tartışılmaktadır. Hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerin nihai hedefi olan ekonomik büyümenin sağlanması açısından İDBH, politika yapıcılar ve araştırmacılar tarafından odak noktası haline gelmiştir. İDBH; uzun dönemde ihracatın Gayrisafi Yurtiçi Hasıla (GSYİH)'yi pozitif yönde etkileyeceğini ileri sürmektedir. Bu durum, ülkelerin ithal ikameci stratejilerinden vazgeçip ihracatı teşvik eden politikalar izlemesi gerektiği anlamına gelmektedir. Bu hipoteze göre ekonomik büyüme, sadece emek ve sermaye miktarındaki artışlara bağlı değil aynı zamanda çarpan etkisiyle ihracattaki artışlara da bağlıdır (Onose ve Aras, 2021). Ekonomistler, ihracattaki artışların karşılaştırmalı üstünlük derecelerini artırarak ölçek ekonomilerinin ve üretimdeki teknik ilerlemelerin önünü açtığını belirtmektedir. Ekonomik büyüme, arz ve talep kaynaklı olmak üzere iki şekilde incelenmektedir. Arz kaynaklı faktörler (üretim faktörlerindeki miktar ve verimlilik artışları ile teknolojik gelişmeler) ekonomik büyüme üzerinde etkilidir. Diğer yandan iç ve dış talep (ihracat) kaynaklı bileşenler de ekonomik büyüme üzerinde etkilidir. Gelişmekte olan ülkelerde, sınırlı iç talep sorununun olumsuz etkilerini azaltma amacıyla dış talep (ihracat) odaklı üretim yapılmaktadır (Günsoy ve Erdinç, 2017). Diğer yandan ihracat, sermaye mallarının ve girdilerin ithalatını da arttırmaktadır (Priyankara, 2018). Gabriele (2006), 1990'lı yıllardan sonra ihracatın ekonomik büyüme artırıcı etkisinin azaldığını ancak bu durumun mal ihracatı bileşenlerinden kaynaklandığını ifade etmiştir.

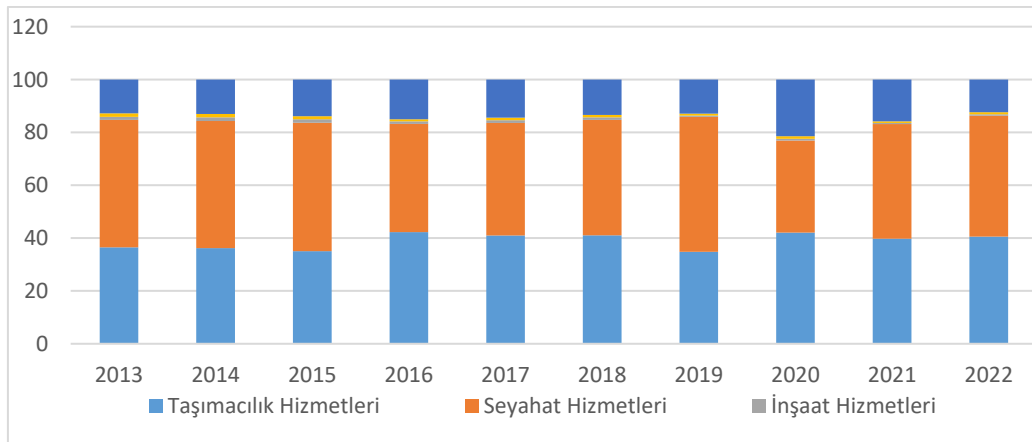
Teknolojik gelişmelerin hız kazanması ve ticaretin önündeki engellerin azalmasıyla hizmet sektörü ticareti kolaylaşmış ve hizmetler uluslararası ticarete daha sık konu olmaya başlamıştır. Hizmet ticaretindeki gelişmeler, mal ticaretindeki gelişmelerden farklı olarak bir hedef olarak değil ekonomik ve sosyal kalkınmaya katkıda bulunmanın bir aracı olarak değerlendirilmektedir (Gabriele, 2006). Hizmet sektörü ticareti, gelişmekte olan ekonomiler için büyümenin temel itici gücü olarak değerlendirilmektedir (Kaliappan vd., 2017; Mishra vd., 2011). Literatürdeki çalışmalarda hizmet ticaretinin ileri ve geri bağlantılar yoluyla diğer endüstrileri canlandırdığı, bilgi yayılımını hızlandırdığı, araştırma ve geliştirme faaliyetlerini teşvik ettiği, nitelikli beşerî sermayeyi ve döviz kazançlarını artırdığı, yeni altyapı yatırımlarını teşvik ettiği ve ölçek ekonomileri gibi kanallar yoluyla ekonomik büyüme üzerinde etkili olduğu ifade edilmektedir.

Hizmet sektörü ticareti, 1995 yılında Dünya Ticaret Örgütü üye ülkeleri tarafından imzalanan Hizmet Ticareti Genel Anlaşması (GATS) sonrası yaşanan, hizmet sektörü katma değerinin dünya GSYİH içerisindeki payının artışı, hizmet sektörü ticaretindeki artışlar, ülke ekonomilerinin hizmet ekonomisine dönüşümü, her ülkenin karşılaştırmalı üstünlük yakalayabileceği geleneksel hizmet sektörlerinin bulunması gibi gelişmelerden dolayı politika yapıcılar ve akademisyenler tarafından yakın merceğe alınmıştır. GATS Anlaşması, hizmet ticaretine dair temel anlam, ilke ve usulleri düzenlemek amacıyla imzalanan ilk çok taraflı anlaşma metnidir. GATS'a kadar ülkeler kendi mevzuatlarına göre uluslararası hizmet ticaretini şekillendirmiştir. Mal ticaretine yönelik bir anlaşma olan Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel

Anlaşması'nda tek arz biçimi; "sınır ötesini geçen mallar"dır. Ancak hizmetlerin farklı karakteristik özellikleri nedeniyle GATS'da hizmet ticaretine ilişkin dört farklı arz şekli tanımlanmıştır. Uluslararası hizmet ticaretindeki serbestleşme adımlarının beraberinde ekonomik büyüme ve kalkınma, tüketici tasarruflarında artış, şeffaflık ve öngörülebilirliğin artması, firmalar düzeyinde verimlilik artışları gibi olumlu gelişmeler yaşanmaktadır. Hizmet sektörü ticaretindeki ilerlemeler (miktar ve çeşitlilik açısından) ekonomik büyümenin göstergesi olarak değerlendirilmekte, aynı zamanda ekonomik büyüme için ön koşul olarak ifade edilmektedir (Kaliappan vd., 2017).

Her ülkede olduğu gibi Türkiye ekonomisinde de hizmet sektörü ticaretine yönelik gelişmeler son 20 yılda hız kazanmıştır. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) Ödemeler Dengesi Analitik Sunumu'na göre; Türkiye ekonomisinde 2022 yılında toplam hizmet ihracatı geliri 89,989 Milyar ABD doları olarak gerçekleşirken, toplam hizmet ithalatı 40,185 Milyar ABD doları olarak ölçülmüştür. Aynı yıl, mal ticareti kaleminde ihracat 253,379 Milyar ABD doları, ithalat ise 343,098 Milyar ABD doları olarak ölçülmüştür. Türkiye ekonomisinde kriz yıllarında dahi (1994,1998,2001 ve 2008) hizmet ticareti kalemi fazla vermeye devam etmiştir. Buradan kıyasla; Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde kronikleşen cari açık probleminin üstesinden gelmek için hizmet ticaretine odaklanılması gerektiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Ancak burada önemli olan husus, uzmanlaşma gereken hizmet alt sektörlerinin doğru belirlenmesidir. Grafik 1'de Türkiye ekonomisinde hizmet sektörü ihracatının hangi alt sektörler itibarıyla yoğunlaştığı 2013-2022 yılları itibarıyla gösterilmektedir. Buna göre 2013 yılında Türkiye ekonomisinde seyahat hizmetleri toplam hizmet ihracatı içerisinde %48,22'lik payıyla öncü sektör konumundayken, 2022 yılında bu payı %45,75'e gerilemiştir. 2022 yılında, taşımacılık sektörünün toplam hizmet ihracatı içerisindeki payı %40,55'lik payıyla öncü sektörlerden biri haline gelmiştir.

Grafik 1: Türkiye Ekonomisinde Hizmet Alt Sektörleri İhracatının Toplam Hizmet İhracatı İçerisindeki Payı (% , 2013-2022)



Kaynak: TCMB Ödemeler Dengesi Analitik Sunumu'ndan alınan verilerle hazırlanmıştır.

Literatürde, İDBH'nin araştırıldığı çalışmalar genellikle mal ticaretine yönelik toplulaştırılmış verilerle yapılmıştır. Sınırlı sayıda çalışma, klasik ticaret görüşünden ayrılarak (hizmet sektörü ticaretinin kısır faaliyet olduğunu savunan) hizmet sektörü verileriyle yürütülmüştür. Bu çalışmada, Türkiye ekonomisi ele alınarak hizmet alt sektörleri ihracatının

ekonomik büyüme üzerindeki etkisi incelenmiştir. Mal ihracatının ekonomik büyüme üzerindeki etkisi de analiz edilmiş ve analiz bulguları yorumlanmıştır. Çalışma, Türkiye ekonomisinde İDBH'nin hizmet alt sektörlerinde ayrı ayrı değerlendirilmesi ve karşılaştırmalı üstünlüklerin hangi sektörde elde edilebileceğinin belirlenmesi açısından önem kazanmaktadır. Çalışmanın temel hipotezi; "hizmet sektörü ihracatının ekonomik büyüme üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır." olarak kurulmuştur. Literatürde, Türkiye ekonomisinde ihracat-ekonomik büyüme ilişkisine hizmet ticareti açısından odaklanan çalışmaların sayısı azdır. Mevcut çalışmaların (Gabriele, 2006; Mishra vd., 2011; Çestepe vd., 2012; Ahmad vd., 2017; Kaliappan vd. 2017; Shieh, 2020) çoğu, Türkiye'nin de aralarında bulunduğu panel veri setleri kullanılarak analiz edilmiştir. Türkiye ekonomisine ait zaman serileriyle gerçekleştirilen bu çalışmanın literatüre katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

Çalışmanın devam eden kısmında ilk olarak, ihracat-ekonomik büyüme ilişkisini araştıran literatürdeki çalışmalar detaylı olarak incelenmiştir. Sonraki bölümde çalışmada kullanılan ekonometrik model ve veri tanıtılmış, izleyen bölümde ampirik analiz bulguları ve yorumlarına yer verilmiştir. Sonuç bölümünde çalışmanın ampirik bulguları genel bir çerçeveden değerlendirilmiş ve politika önerilerinde bulunulmuştur.

2. Literatür Taraması

İhracatın ekonomik büyüme üzerindeki etkisi, ekonomik büyüme literatüründe uzun yıllardır süregelen bir tartışmanın kaynağı olmuştur. Uluslararası ticaret, dış ticaret fazlasından (Smith, 1776), karşılaştırmalı üstünlüklerden (Ricardo, 1817) ve faktör donanımlarına dayalı uzmanlaşmadan (Heckscher ve Ohlin, 1991) yararlanarak ekonomik büyümeyi teşvik etmektedir. Bu teorilerin altında yatan esas fikir, artan dış ticaretin kaynakların etkin dağılmasına, rekabet gücünün artmasına, verimlilik artışlarına ve ekonomik büyümeye katkıda bulunmasıdır. Ancak bu teoriler, uluslararası ticaretin ekonomik büyümeyi uzun dönemde neden ve nasıl yönlendirdiğini açıklamamaktadır (Saleem vd., 2022).

İDBH'yi savunan öncüler (Balassa, 1978; Kravis, 1970; Krueger, 1978), ihracatın ekonomik büyümenin itici gücü olduğu görüşünü ortaya koymuşlardır. İDBH hipotezi; ihracat ile ekonomik büyüme arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu ifade etmektedir. İDBH, ihracattaki artışların ekonomik büyümeyi çeşitli yollarla artırabileceğini varsaymaktadır. İhracatın büyüme üzerindeki etkisi politika yapımcılar ve araştırmacılar arasında sıkça tartışılan konular arasında yer almaktadır. Ancak, bu çalışmaların sonuçlarında görüş birliği bulunmamaktadır. Ampirik çalışmaların bazılarında İDBH'yi destekler şekilde ihracat ve ekonomik büyüme arasında pozitif yönlü ilişki keşfedilirken (Balassa, 1978; Dar vd., 2013; Herrerias ve Orts, 2010; Parida ve Sahoo, 2007; Tang ve Abosedra, 2019), diğer çalışmalarda değişkenler arasında negatif yönlü ilişki bulunmuştur (Akbar vd., 2000; Choong vd., 2005; Dreger ve Herzer, 2013). Literatürdeki çalışmaların bazılarında iki değişken arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. İki değişken arasındaki nedensellik ilişkisini inceleyen çalışmalarda ihracatın ekonomik büyümenin nedeni olduğu (Dash, 2009; Kalaitzi ve Chamberlain, 2020:kısa dönemde; Saad, 2012), ekonomik büyümenin ihracatın nedeni olduğu (Abbas, 2012; Baharumshah ve Rashid, 1999; Popovici ve Călin, 2016), çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğu (Dinç ve Gökmen, 2019; Shan ve Sun, 1998; Awokuse, 2005) ve iki değişken nedensellik ilişkisi olmadığı (Kalaitzi ve Chamberlain, 2020:uzun dönemde; Tang, 2006) sonucuna ulaşan çalışmalar mevcuttur. Literatürde, ihracat ve ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisi hakkında da görüş birliği bulunmamaktadır. Ee (2016), ihracat-ekonomik büyüme ilişkisini inceleyen çalışmalardaki görüş ayrılığının kullanılan farklı ekonometrik yöntemlerden, analiz dönemlerinin farklı

olmasından, değişkenlerdeki ölçüm farklılıklarından, farklı alternatif varsayımlardan kaynaklanabileceğini belirtmiştir.

1995 yılında imzalanan GATS anlaşması sonucunda, hizmet ticareti önündeki engeller görece azalmış ve hizmet sektörü ticaretinde liberalizasyon adımları atılmaya başlanmıştır. Hizmet ticaretindeki rakamsal artışların beraberinde literatürde İDBH'yi hizmet ihracatı üzerinden araştıran çalışmalarda (Gabriele, 2006; Mishra vd., 2011; Kaliappan vd., 2017; Priyankara, 2018; Sermcheep, 2019; Aigheyisi, 2020; Shieh, 2020; Onose ve Aras 2021; Inançlı ve Torusdağ, 2022) artış yaşanmaya başlamıştır. Gabriele (2006), gelişmekte olan ülkeler ve geçiş ülkelerinde uzun dönemde hizmet ihracatı-ekonomik büyüme ilişkisinin gelişmiş ülkelerle karşılaştırıldığında daha zayıf olduğunu ifade etmiştir. Mishra vd. (2011), düşük ve orta gelirli ülkelerde, hizmet ihracatındaki uzmanlaşma ve çok yönlü üretim dinamiklerinin ekonomik büyüme için önemli bir itici güç olduğunu ifade etmişlerdir. Kaliappan vd. (2017), gelişmekte olan Asya ülkelerinde hizmet ihracatının ekonomik büyüme üzerindeki etkisini Panel Dinamik OLS Modeli'ni kullanarak araştırmışlardır. Çalışma bulguları Gabriele (2006)'yı destekler şekilde uzun dönemde hizmet ihracatının ekonomik büyüme üzerinde pozitif etkisi olduğunu göstermiştir. Araştırmacılar analiz bulgularından hareketle, gelişmekte olan Asya ülkelerinde politika yapıcıların hizmet sektörüne ve hizmet sektörü ticaretine odaklanması gerektiğini belirtmişlerdir. Priyankara (2018) ve Shieh (2020) İDBH'yi hizmet ihracatı üzerinden değerlendirmeyi amaçlamış, nedenselliğin hizmet ihracatından ekonomik büyümeye doğru tek yönlü olduğunu ifade etmişlerdir. Sermcheep (2019) İDBH'nin ASEAN ülkeleri için geçerli olduğunu göstermiştir. Ayrıca, mal ihracatının ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin hizmet ihracatına kıyasla daha zayıf kaldığını ifade etmiştir. Aigheyisi (2020), Nijerya ekonomisinde hizmet ihracatının ekonomik büyümeyi etkilemediğini ve İDBH'nin hizmet ihracatı açısından Nijerya'da geçerli olmadığını göstermiştir. Benzer şekilde Onose ve Aras (2021), gelişmekte olan beş ülkede İDBH'nin hizmet ihracatı açısından yalnızca kısa dönemde geçerli olduğunu belirlemişlerdir. Kısa dönemde, hizmet ihracatında yaşanan %1'lik bir artışın ekonomik büyüme üzerinde %0,1148'lik bir artış sağladığını ifade etmişlerdir.

Literatürde hizmet ihracatı-ekonomik büyüme ilişkisini alt sektörler itibarıyla inceleyen çalışmalar (Lorde vd., 2011; Bacovic vd., 2020; Narayan vd., 2010: seyahat sektörü, El Khoury ve Savvides, 2006; Francois ve Schuknecht, 2000: finans sektörü; Park vd., 2019; Michail vd., 2021; Hakim ve Merkert, 2016: taşımacılık sektörü; Alagidede ve Mensah, 2018: inşaat sektörü) da bulunmaktadır. Bu çalışmalardan birinde Lorde vd. (2011), Barbados ekonomisinde turizm hizmetleri ihracatı ve ekonomik büyüme arasında eşbütünleşme ilişkisinin mevcut olduğunu belirtmiştir. Bacovic vd. (2020) kısa dönemde ve Narayan vd. (2010) hem kısa hem de uzun dönemde turizm hizmetleri ihracatının ekonomik büyümeyi olumlu etkilediğini ortaya çıkarmıştır. El Khoury ve Savvides (2006), gelişmiş ülkelerde finansal hizmetler ticaretinin ekonomik büyümeyi olumlu etkilediğini ifade etmişlerdir. Francois ve Schuknecht (2000), finansal sektör açıklığıyla ekonomik büyüme arasında pozitif ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Park vd. (2019) ve Michail vd. (2021), deniz yolu ihracatının ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilediğini ifade etmişlerdir. Hakim ve Merkert (2016) Güney Asya ülkelerinde hava yolu ihracatının ekonomik büyümenin Granger nedeni olduğunu göstermiştir. Alagidede ve Mensah (2018), Afrika ülkelerinde inşaat hizmetlerinin ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilediğini göstermektedir.

Tablo 1’de hizmet (alt sektörler dahil olmak üzere) ihracatı-ekonomik büyüme ilişkisini inceleyen çalışmalardaki analiz ülkeleri, kullanılan değişkenler, analiz dönemleri, analiz yöntemleri ve temel bulguları görülmektedir.

Tablo 1: Hizmet (Alt Sektörler Dahil Olmak Üzere) İhracatı ve Ekonomik Büyüme İlişkisi Konusunda Yapılan Çalışmalar

Yazar	Ülke(ler)	Değişkenler	Dönem	Yöntem	Temel Bulgular
Mattoo vd., (2001)	60 ülke	GSMH (büyüme oranı), hizmet ticaretinde ticari açıklık oranı	1990-1999	Yatay kesit regresyon analizi	Hizmet ticaretindeki liberalizasyon adımlarının uzun dönemde ekonomik büyüme üzerinde pozitif etkisi vardır.
Anaman ve Osei-Amponsah, 2007	Gana	Reel GSYİH, deflatör, inşaat sektörü katma değeri, askeri darbeleri ifade eden kukla değişken	1968-2004	Granger nedensellik testi	İnşaat sektöründe yaratılan katma değer ekonomik büyümenin Granger nedenidir.
Arslanturk vd., 2011	Türkiye	GSYİH, turizm ihracat gelirleri	1963-2006	VECM, Granger nedensellik analizi	Turizm ihracat gelirleri ve ekonomik büyüme arasında Granger nedensellik ilişkisi yoktur.
Karam ve Zaki, 2015	MENA ülkeleri	Reel GSYİH, ekilebilir arazi, beşerî ve fiziksel sermaye, mal ve hizmet ticareti, petrol ihracatçısı ülkeler için kukla değişken	1960-2011	Panel sabit ve rassal etkiler yöntemi	Mal ve hizmet ihracatı ekonomik büyüme pozitif etkilemektedir.
Alege ve Ogundipe, 2015	Sahra Altı ülkeleri	Kişi başı GSYİH, taşımacılık, turizm ve hizmet ihracatı, sabit sermaye yatırımları, işgücü	1990-2010	Panel havuzlanmış, sabit ve rassal etkiler yöntemi	Hizmet sektörü ticareti ekonomik büyüme pozitif etkilemektedir.
Adeve, 2016	Togo	Reel GSYİH büyüme oranı, sabit sermaye yatırımları, işgücü, mal ve hizmet ihracatı	1970-2010	Eşbütünlüşme ve ECM Analizi	Mal ve hizmet ihracatı ekonomik büyüme pozitif etkilemektedir.
Briggs ve Sheehan, 2019	Gelir gruplarına göre ayrılmış toplam 83 ülke	Kişi başı GSYİH, hizmet ticareti kısıtlayıcılık endeksi, işgücü, fiziksel sermaye yatırımları, okullaşma oranı, devlet harcamaları, mal ve hizmet ihracatı, nüfus	2008-2014	Panel OLS ve Sıralı Lojistik Regresyon Yöntemi	Telekomünikasyon ve finansal hizmetler ticaretindeki serbestleşme adımları ekonomik büyüme olumlu etkilemektedir.
Kollie,2020	Batı Afrika Devletleri Ekonomik Topluluğu Ülkeleri	Kişi başı GSYİH, mal ve hizmet ihracatı, işgücü, sabit sermaye yatırımları, döviz kuru	2000-2017	Panel ARDL Modeli	Uzun dönemde, hizmet ihracatı mal ihracatının aksine ekonomik büyüme pozitif etkilemektedir.
Dixit ve Parveen, 2020	Hindistan	GSYİH, sabit sermaye yatırımları, ihracat, ihracat ürün çeşitliliği endeksi, sosyal ve ekonomik hizmetlere yapılan genel devlet harcamaları	1960-2018.	ARDL Modeli	Hizmet ihracatı ekonomik büyüme üzerinde kısa dönemde pozitif etkilidir.

Literatürde hizmet sektörü ihracatının ekonomik büyüme üzerindeki etkisini Türkiye ekonomisi için ele alan çalışmaların sayısı oldukça azdır. Konuyla ilgili çalışmalarda (Kar ve Pentecost, 2000: finans sektörü; Katircioglu, 2009; Çoban ve Özcan, 2013; Kızılkaya vd., 2016; İşleyen vd., 2018: seyahat sektörü; Çınar, 2018; Berk ve Biçen, 2017: inşaat sektörü; Işık, 2009; Usta ve Sarı, 2021: taşımacılık sektörü), çoğunlukla alt sektörler ele alınarak analizler gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmalardan birinde Kar ve Pentecost (2000) finans sektörü ihracatının ekonomik büyüme üzerinde pozitif yönde etkili olduğunu belirtmiştir. Katircioglu (2009) turist sayısının ekonomik büyüme üzerinde uzun dönemde etkili olmadığını göstermiştir. Buna karşın Çoban ve Özcan (2013) turizm ihracat gelirleri ve ekonomik büyüme arasında çift taraflı nedensellik ilişkisi olduğunu, Kızılkaya vd. (2016) kısa ve uzun dönemde turizm ihracat gelirlerinin ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilediğini, İşleyen vd. (2018) ise turizm harcamalarının ve hizmet ihracatının ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilediğini savunmuşlardır. İnşaat sektörü için yapılan çalışmalarda Çınar (2018), kısa dönemde inşaat sektörünün ekonomik büyüme üzerinde olumlu etkisi olduğunu uzun dönemde ise istatistiksel olarak anlamlı bir etki olmadığını savunurken, nedensellik analizine dayandırdığı çalışmasında Berk ve Biçen (2017) inşaat sektörüne yapılan yatırımlarla ekonomik büyüme arasında çift taraflı nedensellik ilişkisi bulmuştur. Taşımacılık sektörü için yürütülen çalışmalardan birinde Işık (2009) taşımacılık sektörü ihracatının ekonomik büyümeyi pozitif etkilediğini ifade etmiştir. Usta ve Sarı (2021) deniz yolu taşımacılığı ihracatına odaklanmış, deniz yolu ihracatının ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilediğini belirtmiştir. Hizmet ihracatını bir bütün olarak ele alan çalışmalardan birinde Çakmak vd. (2011), hizmet ihracatının ekonomik büyümeyi negatif yönde etkilediğini, yakın dönemde yürütülen bir diğer çalışmada İnançlı ve Torusdağ (2022) hizmet ihracatından ekonomik büyümeye doğru nedensellik ilişkisi olduğunu ifade etmişlerdir.

Kısaca özetlenecek olursa, hizmet ihracatı-ekonomik büyüme ilişkisini Türkiye ekonomisi için araştıran çalışmalarda da görüş birliği bulunmamaktadır. Bu durum Türkiye ekonomisinde hizmet alt sektörlerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin analiz edilmesi gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Aynı zamanda Türkiye'nin mal ihracatında ithalata bağımlılığının yüksek olması nedeniyle, ithalata bağımlılığı görece düşük olan hizmet alt sektörleri ihracatının ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin incelenmesi ve analiz bulgularının yorumlanması da önem taşımaktadır. Bilindiği kadarıyla, Türkiye ekonomisinde hizmet alt sektörleri ihracatını çoklu olarak ele alan ve mal ticaretiyle karşılaştırmasını sunan bir çalışma bulunmamaktadır. Bu nedenle, çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3. Veri, Model ve Yöntem

Bu çalışmada, mal ve hizmet ihracatının ekonomik büyüme üzerindeki kısa ve uzun dönemli etkileri ARDL (Autoregressive Distributed Lag) Modeli kullanılarak araştırılmaktadır. Hizmet sektörünün ekonomik büyüme üzerindeki etkisi taşımacılık, inşaat, seyahat ve finansal hizmetler ihracatı olmak üzere alt sektörler itibarıyla analiz edilmiştir. Hizmet sektörlerinin etkileriyle karşılaştırılması amacıyla mal ihracatının ekonomik büyüme üzerindeki etkisi de analiz edilmiştir. Bu doğrultuda öncelikle birim kök testleri kullanılarak değişkenlerin I(2) olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ardından ARDL Sınır Testi analiziyle tüm modellerde eşbütünleşme ilişkisi elde edilmiştir. Son olarak, değişken katsayıları kısa ve uzun dönem için elde edilmiştir.

3.1. Veri ve Model

Bu çalışmada, Türkiye ekonomisine ait 1992-2020 dönemini kapsayan yıllık verilerle analizler gerçekleştirilmiştir. Analiz döneminin bu yıllarla kısıtlı olmasının nedeni finansal hizmetler ihracatı verilerinin 1992 yılından sonra elde edilebilmesidir. Tablo 2’de analizde kullanılan değişkenlere ait kısaltmalar, birim özellikleri ve veri kaynakları gösterilmektedir.

Tablo 2: Değişkenlere Ait Betimsel Özellikler

	Değişken Adı	Kısaltması	Birim	Kaynak
Bağımlı değişken (Tüm modeller için)	Gayri Safi Yurtiçi Hasıla	loggdp	Logaritmik, Milyon ABD Doları, 2015 Sabit Fiyatlarla	Dünya Bankası
Bağımsız değişken (Tüm modeller için)	Brüt sabit sermaye oluşumu	loggfcı	Logaritmik, Milyon ABD Doları, 2015 Sabit Fiyatlarla	Dünya Bankası
Bağımsız değişken (Tüm modeller için)	İstihdamın nüfusa oranı	logemp	15 yaş ve üstü	Dünya Bankası
Bağımsız değişken (Model 1)	Taşımacılık sektörü ihracatı	logtransp	Logaritmik, Milyon ABD Doları	TCMB- Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS)
Bağımsız değişken (Model 2)	İnşaat sektörü ihracatı	logcons	Logaritmik, Milyon ABD Doları	TCMB-EVDS
Bağımsız değişken (Model 3)	Seyahat sektörü ihracatı	logtrav	Logaritmik, Milyon ABD Doları	TCMB-EVDS
Bağımsız değişken (Model 4)	Finansal hizmetler sektörü ihracatı	logfin	Logaritmik, Milyon ABD Doları	TCMB-EVDS
Bağımsız değişken (Model 5)	Mal ihracatı	loggexp	Logaritmik, Milyon ABD Doları	TCMB-EVDS

Değişkenlerin aynı düzeyde ifade edilebilmesi ve paralelliğin sağlanabilmesi için tamamının logaritması alınmış ve analize dahil edilmiştir. Tablo 3’te 1992-2020 dönemi için logaritması alınmış değişkenlerin tanımlayıcı istatistikleri görülmektedir. Buna göre, değişkenlerin tamamının ortalama değeri pozitifdir. Mal ihracatının ortalama değeri, analize dahil edilen bütün hizmet alt sektörleri ihracatından daha büyük olarak gözlemlenmektedir. Jarque-Bera normallik test sonuçlarına göre serilerin tamamı normal dağılmaktadır.

Tablo 3: Tanımlayıcı İstatistikler

	loggdp	loggfcı	logemp	logtransp	logcons	logtrav	logfin	loggexp
Ortalama	13,215	11,752	3,819	8,655	6,781	9,469	5,881	11,154
Maksimum	13,830	12,551	3,936	10,099	7,745	10,303	6,739	12,112
Minimum	12,629	10,909	3,717	7,035	5,826	8,199	4,595	9,596
Standart Sapma	0,390	0,567	0,066	1,035	0,471	0,702	0,552	0,862
Jarque-Bera	2,148	2,747	1,474	2,341	0,242	3,039	2,218	2,980
Olasılık Değeri	0,341	0,253	0,478	0,310	0,885	0,218	0,329	0,225
Basıklık	1,707	1,492	1,899	1,608	3,123	1,687	3,035	1,667
Çarpıklık	0,163	-0,001	-0,048	0,018	0,215	-0,444	-0,677	-0,415
Gözlem Sayısı	29	29	29	29	29	29	29	29

Bu çalışmada, 1992-2020 dönemini kapsayan yıllık verilerle Türkiye ekonomisinde hizmet alt sektörleri ihracatının ekonomik büyüme üzerindeki kısa ve uzun dönemli etkileri incelenecektir. Bu amaç doğrultusunda seçilen hizmet alt sektörleri taşımacılık hizmetleri, inşaat hizmetleri, seyahat hizmetleri ve finansal hizmetler olarak sıralanmaktadır. Bu sektörler, Türkiye ekonomisinin toplam hizmet ihracatı içerisinde en fazla payı alan sektörler

olduğu için analize dahil edilmiştir. Son olarak mal ticaretinin kısa ve uzun dönemli etkileri incelenerek, mal ve hizmet sektörü arasındaki farklılıkların analiz edilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, hizmet alt sektörleri ihracatı ve mal ticareti ihracatı değişkenleri üretim fonksiyonuna ek bir faktör olarak eklenmiştir. Bu çalışmada ekonomik büyümeyi etkileyen brüt sabit sermaye oluşumu ve işgücü gibi arz yönlü değişkenlerinin yanında dış talebe bağlı olarak şekillenen mal ve hizmet sektörü ihracatı değişkenleri bağımsız değişken olarak eklenmiş, arz ve talep yönlü faktörlerin ekonomik büyüme üzerindeki etkileri bir arada incelenmiştir. Üretim fonksiyonu; Y fiziksel çıktıyı, K brüt sabit sermaye oluşumunu, L işgücünü, E ise ek faktörleri temsil etmek üzere aşağıdaki gibi ifade edilebilir:

$$Y=f(K, L, E)$$

Çalışmada değişen varyans probleminden kaçınmak için 5 farklı model tahmin edilmiştir. Tahmin edilecek modellerin hepsinde brüt sabit sermaye oluşumu ve istihdamın nüfusa oranı kontrol değişkeni olarak eklenmiştir. Brüt sabit sermaye oluşumu ve istihdamın nüfusa oranı değişkenlerinin yanına bağımsız değişken olarak Model 1’de taşımacılık hizmetleri ihracatı, Model 2’de inşaat hizmetleri ihracatı, Model 3’te seyahat hizmetleri ihracatı, Model 4’te finansal hizmetler ihracatı, Model 5’te mal ihracatı eklenmiştir. Çalışmada tahmin edilecek ekonometrik modellerin denklemleri aşağıdaki gibidir:

$$\begin{aligned} \text{loggd}p_t &= \beta_1 + \beta_2 \text{loggfci}_t + \beta_3 \text{logemp}_t + \beta_4 \text{logtransp}_t + \varepsilon_t & \text{Model 1} \\ \text{loggd}p_t &= \beta_1 + \beta_2 \text{loggfci}_t + \beta_3 \text{logemp}_t + \beta_4 \text{logcons}_t + \varepsilon_t & \text{Model 2} \\ \text{loggd}p_t &= \beta_1 + \beta_2 \text{loggfci}_t + \beta_3 \text{logemp}_t + \beta_4 \text{logtrav}_t + \varepsilon_t & \text{Model 3} \\ \text{loggd}p_t &= \beta_1 + \beta_2 \text{loggfci}_t + \beta_3 \text{logemp}_t + \beta_4 \text{logfin}_t + \varepsilon_t & \text{Model 4} \\ \text{loggd}p_t &= \beta_1 + \beta_2 \text{loggfci}_t + \beta_3 \text{logemp}_t + \beta_4 \text{loggexp}_t + \varepsilon_t & \text{Model 5} \end{aligned}$$

3.2. ARDL Modeli Yaklaşımı

Zaman serilerinin uzun dönemli ilişkilerini analiz etmek için eşbütünleşme teknikleri kullanılmaktadır. Literatürde Engle ve Granger (1987) tarafından artıklara dayanan ve Phillips ve Hansen (1990) tarafından modifiye edilmiş sıradan en küçük kareler prosedürüne dayanan metodolojiyi kullanan çalışmalar vardır. Johansen (1988,1996) ve Johansen ve Juselius (1990) tarafından ileri sürülen birden fazla değişkenli eşbütünleşme analizi yöntemleri de literatürde sıklıkla kullanılmaktadır. Bahsi geçen eşbütünleşme tekniklerindeki en önemli kısıtlama, tüm serilerin aynı dereceden bütünlük olması zorunluluğudur (Bölük ve Mert, 2015). Pesaran vd. (2001) tarafından geliştirilen ARDL sınır testi yaklaşımı, değişkenlerin durağanlık derecelerine bakılmaksızın, kısa ve uzun dönemli ilişkilerin araştırılabileceğini ileri sürmektedir (Yamak ve Erdem, 2017).

ARDL Sınır Testi’nin avantajları aşağıdaki gibi sıralanabilir (Yamak ve Erdem, 2017):

- Küçük örneklerde daha etkindir.
- İçsellik sorunları çözülmüş olur.
- Kısıtsız Hata Düzeltme Modeli kullanılarak kısa ve uzun dönem katsayıları aynı anda elde edilebilir.
- Serilerin bütünlüşme dereceleri hakkında önsel bilgiye ihtiyaç duymaz.

ARDL Sınır Testi yaklaşımı üç kısımdan oluşmaktadır. İlk aşamada değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin olup olmadığı Sınır Testi yaklaşımı kullanılarak analiz edilmektedir. Sınır Testi yaklaşımında kullanılan denklemler aşağıdaki gibi ifade edilmektedir:

Model 1:

$$\Delta \log \text{gdp}_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^k \alpha_{1i} \Delta \log \text{gdp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \alpha_{2i} \Delta \log \text{gfc}_t + \sum_{i=0}^k \alpha_{3i} \Delta \log \text{emp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \alpha_{4i} \Delta \log \text{transp}_{t-i} + \alpha_{5i} \log \text{gdp}_{t-1} + \alpha_{6i} \log \text{gfc}_{t-1} + \alpha_{7i} \log \text{emp}_{t-1} + \alpha_{8i} \log \text{transp}_{t-1} + \varepsilon_t$$

Model 2:

$$\Delta \log \text{gdp}_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^k \alpha_{1i} \Delta \log \text{gdp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \alpha_{2i} \Delta \log \text{gfc}_t + \sum_{i=0}^k \alpha_{3i} \Delta \log \text{emp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \alpha_{4i} \Delta \log \text{cons}_{t-i} + \alpha_{5i} \log \text{gdp}_{t-1} + \alpha_{6i} \log \text{gfc}_{t-1} + \alpha_{7i} \log \text{emp}_{t-1} + \alpha_{8i} \log \text{cons}_{t-1} + \varepsilon_t$$

Model 3:

$$\Delta \log \text{gdp}_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^k \alpha_{1i} \Delta \log \text{gdp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \alpha_{2i} \Delta \log \text{gfc}_t + \sum_{i=0}^k \alpha_{3i} \Delta \log \text{emp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \alpha_{4i} \Delta \log \text{trav}_{t-i} + \alpha_{5i} \log \text{gdp}_{t-1} + \alpha_{6i} \log \text{gfc}_{t-1} + \alpha_{7i} \log \text{emp}_{t-1} + \alpha_{8i} \log \text{trav}_{t-1} + \varepsilon_t$$

Model 4:

$$\Delta \log \text{gdp}_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^k \alpha_{1i} \Delta \log \text{gdp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \alpha_{2i} \Delta \log \text{gfc}_t + \sum_{i=0}^k \alpha_{3i} \Delta \log \text{emp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \alpha_{4i} \Delta \log \text{fin}_{t-i} + \alpha_{5i} \log \text{gdp}_{t-1} + \alpha_{6i} \log \text{gfc}_{t-1} + \alpha_{7i} \log \text{emp}_{t-1} + \alpha_{8i} \log \text{fin}_{t-1} + \varepsilon_t$$

Model 5:

$$\Delta \log \text{gdp}_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^k \alpha_{1i} \Delta \log \text{gdp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \alpha_{2i} \Delta \log \text{gfc}_t + \sum_{i=0}^k \alpha_{3i} \Delta \log \text{emp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \alpha_{4i} \Delta \log \text{exp}_{t-i} + \alpha_{5i} \log \text{gdp}_{t-1} + \alpha_{6i} \log \text{gfc}_{t-1} + \alpha_{7i} \log \text{emp}_{t-1} + \alpha_{8i} \log \text{exp}_{t-1} + \varepsilon_t$$

Eşbütünleşme analizinin yapılması için yukarıdaki denklemlerden elde edilen parametrelerle aşağıdaki hipotezler sınanmaktadır:

$$H_0: \alpha_5 = \alpha_6 = \alpha_7 = \alpha_8 = 0 \text{ Eşbütünleşme yoktur.}$$

$$H_1: \alpha_5 = \alpha_6 = \alpha_7 = \alpha_8 \neq 0 \text{ Eşbütünleşme vardır.}$$

Hipotez testinin sonuçlarının belirlenmesi için hesaplanan F istatistikleri, Pesaran vd. (2001)'de belirlenen alt sınır $I(0)$ ve üst sınır $I(1)$ kritik değerleriyle karşılaştırılır. Test istatistiklerinin hesaplanan değeri üst sınır $I(1)$ kritik değerinden büyükse, değişkenler arasında eşbütünleşme yoktur olarak ifade edilen sıfır hipotezi reddedilir ve değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin olduğu sonucuna varılır. Küçük örneklerde Narayan (2005)'te öngörülen kritik değerler, büyük örnekler için Pesaran vd. (2001) tarafından hesaplanan kritik değerler kullanılmaktadır. Bu yaklaşımın ardından, ARDL Modeli'nden türetilen bir Hata Düzeltme Modeli (ECM) oluşturularak bilgi kaybı olmadan kısa ve uzun dönemli etkilerin aynı anda tahmin edilmesine izin verilmektedir. Değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin tespit edilmesi halinde, kısa dönem katsayıları aşağıdaki denklemler yardımıyla elde edilmektedir:

Model 1:

$$\Delta \log \text{gdp}_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^k \alpha_{1i} \Delta \log \text{gdp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \alpha_{2i} \Delta \log \text{gfc}_t + \sum_{i=0}^k \alpha_{3i} \Delta \log \text{emp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \alpha_{4i} \Delta \log \text{transp}_{t-i} + \alpha_5 \text{ECM}_{t-1} + \varepsilon_t$$

Model 2:

$$\Delta \log \text{gdp}_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^k \alpha_{1i} \Delta \log \text{gdp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \alpha_{2i} \Delta \log \text{gfc}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \alpha_{3i} \Delta \log \text{emp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \alpha_{4i} \Delta \log \text{cons}_{t-i} + \alpha_5 \text{ECM}_{t-1} + \varepsilon_t$$

Model 3:

$$\Delta \log \text{gdp}_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^k \alpha_{1i} \Delta \log \text{gdp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \alpha_{2i} \Delta \log \text{gfc}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \alpha_{3i} \Delta \log \text{emp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \alpha_{4i} \Delta \log \text{trav}_{t-i} + \alpha_5 \text{ECM}_{t-1} + \varepsilon_t$$

Model 4:

$$\Delta \log \text{gdp}_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^k \alpha_{1i} \Delta \log \text{gdp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \alpha_{2i} \Delta \log \text{gfc}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \alpha_{3i} \Delta \log \text{emp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \alpha_{4i} \Delta \log \text{fin}_{t-i} + \alpha_5 \text{ECM}_{t-1} + \varepsilon_t$$

Model 5:

$$\Delta \log \text{gdp}_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^k \alpha_{1i} \Delta \log \text{gdp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \alpha_{2i} \Delta \log \text{gfc}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \alpha_{3i} \Delta \log \text{emp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \alpha_{4i} \Delta \log \text{gexp}_{t-i} + \alpha_5 \text{ECM}_{t-1} + \varepsilon_t$$

Bu denklemde ECM_{t-1} değişkenine ait olan α_5 katsayısı (hata düzeltme terimi), kısa dönemde oluşan bir dengesizliğin ne kadarının uzun dönemde düzeltilebileceğini ifade etmektedir. Bu katsayının işaretinin negatif ve istatistiksel olarak anlamlı olması gerekmektedir (Bölük ve Mert, 2015).

Uzun dönemli katsayılar ise aşağıdaki denklemler yardımıyla elde edilir:

Model 1:

$$\log \text{gdp}_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^k \beta_{1i} \log \text{gdp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \beta_{2i} \log \text{gfc}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \beta_{3i} \log \text{emp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \beta_{4i} \log \text{transp}_{t-i} + \varepsilon_t$$

Model 2:

$$\log \text{gdp}_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^k \beta_{1i} \log \text{gdp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \beta_{2i} \log \text{gfc}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \beta_{3i} \log \text{emp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \beta_{4i} \log \text{cons}_{t-i} + \varepsilon_t$$

Model 3:

$$\log \text{gdp}_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^k \beta_{1i} \log \text{gdp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \beta_{2i} \log \text{gfc}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \beta_{3i} \log \text{emp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \beta_{4i} \log \text{trav}_{t-i} + \varepsilon_t$$

Model 4:

$$\log \text{gdp}_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^k \beta_{1i} \log \text{gdp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \beta_{2i} \log \text{gfc}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \beta_{3i} \log \text{emp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \beta_{4i} \log \text{fin}_{t-i} + \varepsilon_t$$

Model 5:

$$\log \text{gdp}_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^k \beta_{1i} \log \text{gdp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \beta_{2i} \log \text{gfc}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \beta_{3i} \log \text{emp}_{t-i} + \sum_{i=0}^k \beta_{4i} \log \text{gexp}_{t-i} + \varepsilon_t$$

Tüm aşamalardan sonra diyagnostik testler yardımıyla modelde değişen varyans, otokorelasyon, model kurma hatası, hata terimlerinin normal dağılıma sahip olup olmadığı, değişkenlerin istikrarlı olup olmadığı tespit edilmektedir.

4. Ampirik Sonuçlar

Değişkenlere ait tanımlayıcı istatistiklerin ve zaman serisi grafiklerinin incelenmesinden ardından ARDL Modeli'nin ilk adımı olan birim kök analizine geçilmektedir. Birim kök testleri, değişkenlerin bütünleşme derecesinin belirlenmesi amacıyla yapılmaktadır. ARDL Modeli'nin tahmin edilebilmesi için serilerin I(0) veya I(1) olması gerekmektedir. Çalışmada yer alan değişkenlerin bütünleşme derecesinin belirlenmesi için Augmented Dickey-Fuller (ADF) birim kök testi (Dickey ve Fuller, 1981) ve Phillips-Perron (PP) birim kök testi (Phillips ve Perron, 1988) uygulanmıştır. Bu iki testin sıfır hipotezi seride birim kök vardır olarak ifade edilmektedir. Hesaplanan t değeri, kritik değerden büyükse sıfır hipotezi reddedilir ve seride birim kök yoktur sonucuna ulaşılır. Tablo 4'te ADF ve PP birim kök testinin sonuçları görülmektedir.

Tablo 4: Birim Kök Test Sonuçları (ADF ve PP Birim Kök Testleri)

Değişken	Sabitli		Trend ve Sabitli					
	t-istatistiği		Olasılık değeri		t-istatistiği		Olasılık değeri	
	ADF	PP	ADF	PP	ADF	PP	ADF	PP
loggdp	-0,096	0,132	0,940	0,962	-2,629	-2,484	0,271	0,332
Δ loggdp	-5,210***	-5,210***	0,000	0,000	-5,150***	-5,150***	0,001	0,001
loggfci	-0,888	-0,850	0,776	0,788	-2,487	-2,553	0,331	0,302
Δ loggfci	-5,744***	-5,744***	0,000	0,000	-5,615***	-5,615***	0,000	0,000
Logemp	-1,060	-1,761	0,716	0,390	-1,317	-1,698	0,861	0,725
Δ Logemp	-4,438***	-4,580***	0,001	0,001	-4,083**	-4,316***	0,017	0,010
logtransp	-1,252	-1,252	0,636	0,636	-1,499	-1,710	0,805	0,719
Δ logtransp	-4,184**	-4,104**	0,003	0,003	-4,224**	-4,133**	0,012	0,015
logcons	-0,830	-0,952	0,794	0,755	-2,613	-2,728	0,277	0,233
Δ logcons	-5,659***	-5,665***	0,000	0,000	-5,747***	-5,747***	0,000	0,000
logtrav	-1,870	-1,881	0,340	0,335	-0,122	1,363	0,991	0,999
Δ logtrav	-3,628**	-3,419**	0,011	0,019	-4,197**	-3,448*	0,013	0,065
logfin	-2,336	-2,273	0,168	0,187	-2,353	-2,179	0,394	0,481
Δ logfin	-5,675***	-5,774***	0,000	0,000	-5,859***	-6,749***	0,000	0,000
loggexp	-1,936	-1,973	0,311	0,296	-0,650	-0,713	0,967	0,962
Δ loggexp	-3,636**	-3,636**	0,011	0,011	-4,091**	-4,077**	0,017	0,017

Not: *, **, *** sırasıyla %10, %5, %1 düzeylerinde serilerin durağan olduğunu ifade etmektedir.

Tablo 4'te görülen sonuçlara göre, tüm değişkenler birinci farkında durağan yani I(1)'dir. ADF ve PP testi sonuçları, ARDL Modeli'nin ön koşulu olan değişkenlerin I(2) olmaması gerekliliğini sağlandığını göstermektedir. Perron (1989), yapısal kırılmalar olan zaman serilerinde geleneksel birim kök testlerinin güvenilir sonuçlar vermeyeceğini ifade etmiştir. Lee ve Strazicich (2003), Zivot ve Andrews (1992) yapısal kırılmalı birim kök testinde kullanılan ADF test tipi yerine LM tipi stratejisine dayanan iki kırılmalı birim kök testini ortaya koymuşlardır (Lee, Strazicich, 2003). Lee ve Strazicich testinde elde edilen test istatistiği kritik değerden büyükse yapısal kırılmalı birim kökü ifade eden sıfır hipotezi reddedilir (Lee ve Strazicich, 2003; Lee ve Strazicich, 2004). Tablo 5'te Lee ve Strazicich yapısal kırılmalı birim kök testi sonuçları verilmektedir.

Tablo 5: Lee ve Strazicich Yapısal Kırılmalı Birim Kök Test Sonuçları

Değişken	Sabitli	Kırılma Tarihi	Trend ve Sabitli	Kırılma Tarihi
loggdp	-2,696	1998-2010	-4,083	1999-2013
Δ loggdp	-4,805***	1994-2002	-5,804*	1994-2001
loggfci	-3,320*	2003-2010	-4,353	1999-2003
Δ loggfci	-5,745***	1994-2002	-6,272**	1994-2001
logemp	-1,455	1999-2010	-4,773	2003-2014
Δ logemp	-5,013***	2003-2009	-5,791	1994-2007
logtransp	-2,120	2003-2006	-4,574	2000-2013
Δ logtransp	-4,615***	2003-2005	-6,633**	2001-2014
logcons	-2,897	2000-2015	-5,003	1998-2008
Δ logcons	-7,266***	1997-2000	-11,720***	1996-2000
logtrav	-2,238	2002-2015	-5,584	2002-2015
Δ logtrav	-3,313*	2001-2016	-6,681**	1998-2016
logfin	-3,617**	1995-2007	-4,817	1995-2006
Δ logfin	-6,741***	1994-2006	-7,355***	1997-2009
loggexp	-2,979	1996-2009	-4,784	1998-2005
Δ loggexp	-4,628***	1996-1998	-5,210	1994-1999

Not: *, **, *** sırasıyla %10, %5, %1 düzeylerinde serilerin durağan olduğunu ifade etmektedir.

Lee ve Strazicich yapısal kırılmalı birim kök testi sonuçlarına göre de tüm değişkenler birinci farkında durağandır. Kırılma tarihlerinin genellikle Türkiye ekonomisinde yaşanan krizlerin ardından (1994-1998-2001-2008) geldiği görülmektedir.

Bu aşamadan sonra, modellerin gecikme uzunluğunun belirlenmesi gerekmektedir. Tablo 6'da bilgi kriterlerinin modeller için önerdiği uygun gecikme uzunlukları görülmektedir. Buna göre tüm bilgi kriterleri (LR test istatistiği: LR, son öngörü hatası kriteri: FPE, Akaike bilgi kriteri: AIC, Schwarz bilgi kriteri: SC ve Hannan-Quinn bilgi kriteri: HQ) tahmin edilecek modeller için "1" gecikme sayısını önermektedir.

Tablo 6: Uygun Gecikme Uzunluğu

Model	Gecikme Uzunluğu	Bilgi Kriteri
Model 1	1	LR, FPE, AIC, SC, HQ
Model 2	1	LR, FPE, AIC, SC, HQ
Model 3	1	LR, FPE, AIC, SC, HQ
Model 4	1	LR, FPE, AIC, SC, HQ
Model 5	1	LR, FPE, AIC, SC, HQ

Eşbütünleşme analizine geçilmeden önce, tahmin edilen modellerin diyagnostik test sonuçları Tablo 7'de verilmiştir. Buna göre, tahmin edilen modellerde otokorelasyon veya değişen varyans sorunu bulunmamaktadır. Ayrıca hata terimleri normal dağılıma sahiptir ve model kurma hatası bulunmamaktadır. Model parametrelerinin dengesini ve yapısal kırılma olup olmadığını kontrol etmek için kullanılan CUSUM grafikleri Ek 1'de verilmiştir. CUSUM grafikleri incelendiğinde %5 güven aralığında kritik sınırların aşılmadığı görülmektedir. Buna göre model parametreleri durağandır ve yapısal kırılma yoktur.

Tablo 7: Diyagnostik Test Sonuçları

	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4	Model 5
	ARDL(1, 1, 0, 1)	ARDL(1, 1, 0, 0)	ARDL(1, 0, 1, 0)	ARDL(1, 0, 1, 0)	ARDL(1, 0, 1, 0)
Breusch-Godfrey Otokorelasyon Testi	0,761 (0,480)	1,078 (0,359)	1,262 (0,304)	1,168 (0,331)	2,035 (0,156)
Ramsey RESET Testi	1,017 (0,325)	3,139 (0,090)	0,0006 (0,980)	1,197 (0,286)	0,120 (0,732)
Jarque-Bera Normallik Testi	1,567 (0,456)	0,175 (0,916)	0,346 (0,847)	0,750 (0,687)	0,318 (0,852)
ARCH	0,002 (0,963)	1,978 (0,171)	0,314 (0,579)	1,120 (0,300)	0,107 (0,746)
CUSUM	Durağan	Durağan	Durağan	Durağan	Durağan
CUSUM-Square	Durağan	Durağan	Durağan	Durağan	Durağan

ARDL Sınır Testi sonuçları Tablo 8’de görülmektedir. Tüm modeller için hesaplanan Wald F-istatistiği Pesaran vd. (2001)’in çalışmasında yer alan kritik değerlerden büyük olduğu için “değişkenler arasında eşbütünlüşme yoktur” olarak ifade edilen sıfır hipotezi reddedilir. Buna göre tahmin edilen modellerin hepsinde değişkenler arasında eşbütünlüşme ilişkisi bulunmaktadır.

Tablo 8: Sınır Testi Sonuçları

	k	I(0)	I(1)	Wald F İstatistiği
Model 1	3	3,65	4,66	24,881***
Model 2	3	3,65	4,66	25,075***
Model 3	3	3,65	4,66	37,474***
Model 4	3	3,65	4,66	27,671***
Model 5	3	3,65	4,66	32,222***

Not*, **, *** sırasıyla %10, %5, %1 düzeylerinde eşbütünlüşme ilişkisini ifade etmektedir.

Modellerdeki değişkenlerin kısa ve uzun dönem katsayıları ise Tablo 9’da görülmektedir.

Tablo 9: Kısa ve Uzun Dönem Katsayıları

Kısa Dönem Katsayıları					
	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4	Model 5
ECM (-1)	-0,047***	-0,042***	-0,053***	-0,072***	-0,085***
logtransp	0,043***				
logcons		0,009			
logtrav			0,023***		
logfin				0,010*	
loggexp					0,031**
loggfci	0,288***	0,307***	0,294***	0,309***	0,288***
logemp	0,079**	0,067	0,168***	0,093**	0,174***
Uzun Dönem Katsayıları					
	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4	Model 5
logtransp	0,325				
logcons		0,214			
logtrav			0,445		
logfin				0,149	
loggexp					0,365*
loggfci	0,373	1,079*	0,507**	0,749***	0,338
logemp	1,681	1,574	3,144	1,289	2,038**

Not: *, **, *** sırasıyla %10, %5, %1 düzeyinde katsayıların istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ifade etmektedir.

Kısa dönemde taşımacılık hizmetleri ihracatı, seyahat hizmetleri ihracatı, finansal hizmetler ihracatı ve mal ihracatı ekonomik büyüme üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde etkilidir. İnşaat hizmetleri ihracatının kısa dönemde ekonomik büyüme üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi gözlemlenmemiştir. Tüm modellerde hata düzeltme terimi negatif ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Uzun dönemde, yalnızca mal ihracatının ekonomik büyüme üzerinde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı etkisi vardır. Hizmet alt sektörleri ihracatının uzun dönemde ekonomik büyüme üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi yoktur.

5. Sonuç

Bu çalışma, Türkiye ekonomisinde hizmet alt sektörleri ihracatının ekonomik büyüme üzerindeki etkisini 1992-2020 dönemini kapsayan yıllık verilerle ARDL Modeli'ni kullanarak analiz etmeyi amaçlamaktadır. Kısa dönemli analiz bulguları taşımacılık, finansal hizmetler ve seyahat sektörlerindeki ihracatın ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilediğini açığa çıkarmıştır. İnşaat sektörü ihracatının ekonomik büyüme üzerinde anlamlı bir etkisi yoktur. Kısa dönemde taşımacılık sektörü ihracatındaki %1'lik artış ekonomik büyüme üzerinde %0,4'lük bir artış sağlamaktadır. Mal ihracatındaki %1'lik artış ise ekonomik büyüme üzerinde %0,3'lük bir artışa yol açmaktadır. Taşımacılık sektörü ihracatı mal ticaretine kıyasla ekonomik büyüme üzerinde daha etkilidir. Uzun dönemli sonuçlar hizmet alt sektörlerindeki ihracatın ekonomik büyüme üzerinde etkisi olmadığını açığa çıkarmıştır. Mal ve hizmet sektörü ihracatının ekonomik büyüme üzerindeki etkisini karşılaştırmak amacıyla tahmin edilen modelin analiz bulguları, mal ihracatının hem kısa hem de uzun dönemde ekonomik büyüme üzerinde pozitif etkiye sahip olduğunu açığa çıkarmıştır. Bu durum, Türkiye ekonomisinde İDBH'nin uzun dönemde mal ihracatı üzerinden değerlendirilebileceğini göstermiştir. Analiz bulguları Aigheysi (2020), Dixit ve Parveen (2020) ve Onose ve Aras (2021)'in çalışmalarında elde ettikleri İDBH'nin hizmet ihracatı açısından yalnızca kısa dönemde geçerli olduğu sonucunu desteklemektedir.

Çalışmanın ampirik bulguları, Türkiye ekonomisinde uzun dönemde hizmet sektörü ihracatının büyüme için itici güç olmadığı ve ödemeler dengesindeki döviz kazandırıcı kalem potansiyelinden yararlanılamadığı sonucunu açığa çıkarmıştır. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler, hizmet ihracatının ekonomik potansiyellerinden yararlanmak için öncelikli olarak teknolojik gelişmeleri yakalamayı ve yerli endüstrilere aktarmayı amaçlamalıdır. Ancak bu tür gelişmeler fiziksel ve beşerî sermayenin nicelik ve nitelik açısından geliştirilmesine bağlıdır. Özellikle beşerî sermaye kalitesinin artırılması, teknoloji transferinin kolaylaşmasına ve inovasyon adımlarının daha güçlü atılmasına yardımcı olacaktır. Bu adımların beraberinde gelişmekte olan ülkeler küresel pazarda hizmet ihracatından aldıkları payı artırma ve ekonomik büyüme yolunda kaynaklarını artırma imkanına sahip olacaklardır. Burada önemli olan husus tüm sektörlerin özendirilmesine yönelik politikalar izlemek yerine rekabet gücü yüksek sektörlerin belirlenmesi ve kaynak aktarımının uluslararası talep tarafından belirlenmesine izin verilmesidir. Uluslararası ticarete karşılaştırmalı üstünlüklere sahip olunan hizmet sektörlerinin belirlenmesi, ardından yerli ve yabancı yatırımların ilgili sektörlere teşvik edilmesi gerekmektedir. İhracat üzerindeki teşvik miktarlarının doğru sektörler belirlenerek yapılması, ihracat hacminin artmasına ve ülkenin uluslararası pazarda daha rekabetçi hale gelmesine yardımcı olacaktır. Politika yapıcılar, hizmet ticaretinin daha liberal hale getirilmesi için yasal düzenlemelerle firmaların önündeki görünür ve görünmez ticaret engellerini azaltmayı amaçlamalıdır. İhracatı çeşitlendirme amaçları doğrultusunda, özellikle bilgiye dayalı hizmet alt sektörlerinde uzmanlaşmaya ve bilgi birikiminin artırılmasına yönelik adımların

atılması gerekmektedir. Ayrıca, finansal sistemin bilgiye dayalı sektörlerde kredi verme kapasitesinin artırılmasına yönelik çalışmaların teşvik edilmesi ve yasal süreçlerin etkin biçimde tekrar gözden geçirilmesi gerekmektedir.

Gelecek çalışmalarda Türkiye ekonomisinde hizmet ihracatı-ekonomik büyüme ilişkisi asimetrik etkiler de ele alınarak incelenebilir. Aynı zamanda bilgiye dayalı diğer hizmet sektörlerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi araştırılabilir.

Kaynakça

- Abbas, S. (2012), "Causality between Exports and Economic Growth: Investigating Suitable Trade Policy for Pakistan", *Eurasian Journal of Business and Economics*, Vol. 5, No. 10: 91-98.
- Adeve, K. A. (2016), "Theoretical and Empirical Analysis on the Contribution of Goods and Services Exports in Economic Growth in Togo from 1970-2010", *Global Journal of Economics and Business Administration*, Vol. 1, No. 4: 27-40.
- Ahmad, S. A.; Kaliappan, S. R.; Ismail, N. W. (2017), "Determinants of Service Export in Selected Developing Asian Countries", *International Journal of Business and Society*, Vol. 18, No. 1: 113-132.
- Aigheyisi, O. (2020), "Does the Export-Led Growth (ELG) Hypothesis Hold for Services Exports in Nigeria?", *West African Financial and Economic Review*, Vol. 20, No. 12: 25-60.
- Akbar, M.; Naqvi; Z. F.; Din, M. (2000), "Export Diversification and the Structural Dynamics in the Growth Process: The Case of Pakistan [with comments]", *The Pakistan Development Review*, Vol. 39, No. 4: 573-589.
- Alagidede, P.; Mensah, J. O. (2018), "Construction Institutions and Economic Growth in Sub-Saharan Africa", *African Review of Economics and Finance*, Vol. 10, No. 1:136-163.
- Alege, P. O.; Ogundipe, A. (2015), "The Role of Services Trade in Economic Development", *British Journal of Economics, Management & Trade*, Vol. 5, No. 3: 350-365.
- Anaman, K. A.; Osei-Amponsah, C. (2007), "Analysis of the Causality Links between the Growth of the Construction Industry and the Growth of the Macro-Economy in Ghana", *Construction Management and Economics*, Vol. 25, No.9: 951-961.
- Arrow, K. J. (1962), "The Economic Implications of Learning by Doing", *Review of Economic Studies*, Vol. 29:155-173.
- Arslanturk, Y.; Balcilar, M.; Ozdemir, Z. A. (2011), "Time-Varying Linkages between Tourism Receipts and Economic Growth in a Small Open Economy", *Economic Modelling*, Vol. 28, No. 1-2: 664-671.
- Awokuse, T.O. (2005), "Exports, Economic Growth and Causality in Korea", *Applied Economics Letters*, Vol. 12, No. 11: 693-696.
- Bacovic, M.; Jacimovic, D.; Cerovic Smolovic, J. (2020), "Impact of Export of Travel Services on Current Account Balance and Growth in Mediterranean Countries", *Prague Economic Papers*, Vol. 29, No.6: 710-728.
- Baharumshah, A.Z.; Rashid, S. (1999), "Exports, Imports and Economic Growth in Malaysia: Empirical Evidence Based on Multivariate Time Series", *Asian Economic Journal*, Vol. 13, No. 4: 389-406.
- Balassa, B. (1978), "Exports and Economic Growth: Further Evidence", *Journal of Development Economics*, Vol. 5, No. 2: 181-189.
- Beckerman, W. (1965), Demand, Exports and Growth, in *The Britain Economy in 1975*, (Eds) W. Beckerman and Associates, The National Institute of Economic and Social Research, Series 23, Cambridge University Press, Cambridge, UK, 44-72.
- Berk, N.; Biçen, S. (2017), "Causality between the Construction Sector and GDP Growth in Emerging Countries: The Case of Turkey", *Athens Journal of Mediterranean Studies*, Vol. 4, No. 1:19-36.
- Bölük, G.; Mert, M. (2015), "The Renewable Energy, Growth and Environmental Kuznets Curve in Turkey: An ARDL Approach", *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, Vol. 52, 587-595.
- Briggs, K.; Sheehan, K. M. (2019), "Service Trade Liberalization and Economic Growth", *Journal of Developing Areas*, Vol. 53, No.4: 101-115.
- Choong, C. K.; Yusop, Z.; Liew, V. K. S. (2005), "Export-Led Growth Hypothesis in Malaysia: An Investigation Using Bounds Test", *Sunway Academic Journal*, Vol. 2: 13-22.
- Chow, P.C.Y. (1987), "Causality Between Exports Growth and Industrial Development: Empirical Evidence from the NICs", *Journal of Development Economics*, Vol. 26, No.1: 55-63.

Çakmak, E.; Bozkurt, E.; Aksu, H.; Emsen, Ö. (2011), "Türkiye'de Hizmet Ticareti ve Ekonomik Büyüme İlişkisi", *Sosyoekonomi*, C. 16, S. 16.

Çeştepe, H.; Vergil, H.; Ergun, H. (2012), "Hizmet Ticaretinin Büyümeye Etkisi: Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkeler Üzerine Bir Panel Veri Analizi", *Business and Economics Research Journal*, C. 3, S. 4: 91-105.

Çınar, M. C. (2018), *Türk İnşaat Sektörü ve Türk İnşaat Sektörünün Ülke Ekonomisine Etkileri. (Yüksek Lisans Tezi)*, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.

Çoban, O; Özcan, C. C. (2013), "Türkiye'de Turizm Gelirleri-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Nedensellik Analizi (1963-2010)", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, C. 8, S. 1: 243-261.

Dar, A. B.; Bhanja, N.; Samantaraya, A.; Tiwari, A. K. (2013), "Export Led Growth or Growth Led Export Hypothesis in India: Evidence Based on Time-Frequency Approach", *Asian Economic and Financial Review*, Vol. 3, 869-880.

Dash, R.K. (2009), "Revisited Export-Led Growth Hypothesis: An Empirical Study on India", *South Asia Economic Journal*, Vol. 10, 2305-2324.

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.

Diñç, D.T.; Gökmen, A. (2019), "Export-Led Economic Growth and the Case of Brazil: An Empirical Research", *Journal of Transnational Management*, Vol. 24, No. 2: 122-141.

Dixit, V.; Parveen, S. (2020), "Revisiting the Export-Growth Nexus for India: An Empirical Exercise", *International Journal of Economic Policy in Emerging Economies*, Vol. 13, No.5: 526-554.

Dollar, D. (1992), "Outward-Oriented Developing Economies Really Do Grow More Rapidly: Evidence from 95 LDCs, 1976-1985", *Economic Development and Cultural Change*, Vol. 40, No.3: 523-544.

Dreger, C.; Herzer, D. (2013), "A Further Examination of the Export-Led Growth Hypothesis", *Empirical Economics*, Vol. 45, No. 1: 39-60.

Ee, C. Y. (2016), "Export-Led Growth Hypothesis: Empirical Evidence from Selected Sub-Saharan African Countries", *Procedia Economics and Finance*, Vol. 35: 232-240.

El Khoury, A. C.; Savvides, A. (2006), "Openness in Services Trade and Economic Growth", *Economics Letters*, Vol. 92, No.2: 277-283.

Emery, R.F. (1967), "The Relation of Exports and Growth", *Kyklos*, Vol. 20, No.4: 470-486.

Engle R.; Granger C. (1987), "Cointegration and Error Correction Representation: Estimation and Testing", *Econometrica*, Vol. 55: 251-276.

Francois, J.F.; Schuknecht, L. (2000), *International Trade in Financial Services, Competition, and Growth Performance*, Centre for International Economics Studies, Working Paper No. 6.

Gabriele, A. (2006), "Exports of Services, Exports of Goods, and Economic Growth in Developing Countries", *Journal of Economic Integration*, 294-317.

Grossman G.M.; Helpman E. (1991), *Innovation and Growth in the Global Economy*, England, Massachusetts Institute of Technology.

Günsoy, G., & Erdinç, Z. (Eds.) (2013), *İktisadi Büyüme*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Haberlar, G. (1959), *International Trade and Economic Development*, National Bank of Egypt, Fiftieth Anniversary Commemoration Lectures, Cairo.

Hakim, M. M.; Merkert, R. (2016), "The Causal Relationship between Air Transport and Economic Growth: Empirical Evidence from South Asia", *Journal of Transport Geography*, Vol. 56: 120-127.

Haring, J. E.; Humphrey, J. F. (1964), "Simple Models Of Trade Expansion", *Economic Inquiry*, Vol. 2, No.2: 173-174.

Heckscher, E.F.; Ohlin, B. (1991), Heckscher-Ohlin Trade Theory. Translated edited, and introduced Harry Flam and M. June Flanders. MIT Press, Cambridge.

Helpman E.; Krugman P. (1985), Market Structure and Foreign Trade, MIT Press, Cambridge, MA.

Herrerias, M. J.; Orts, V. (2010), "Is the Export-Led Growth Hypothesis Enough to Account for China's Growth?", *China & World Economy*, Vol. 18, No.4: 34-51.

Hicks, J. R. (1963), *The Theory of Wages*, 2nd edition, London, Macmillan and Co.

Işık, E. (2009), Türkiye'de Lojistik Hizmetlerinin Gelişiminin İhracat Odaklı Büyümeye Etkileri. (Yüksek Lisans Tezi). Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.

İnançlı, S.; Torusdağ, M. (2022), "Uluslararası Hizmet Ticaretinin Cari Denge ve Ekonomik Büyüme Üzerine Etkileri: Türkiye Örneği", *Journal of Original Studies*, Vol. 3, No. 1: 31-42.

İşleyen, Ş.; Altun, Y.; Görür, Ç. (2018), "Hizmet İhracatı ve Turizm Harcamalarının Ekonomik Büyümeye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Analiz: 1996-2017 Türkiye Örneği", *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C. 6, S. 6: 953-960.

Johansen, S. (1988), "Statistical Analysis of Cointegration Vectors", *Journal of Economic Dynamics and Control*, Vol. 12, No. 2-3: 231-254.

Johansen, S. (1996), *Likelihood-Based Inference in Cointegrated Vector Auto-regressive Models*. 2nd ed., Oxford: Oxford University Press.

Johansen, S.; Juselius, K. (1990), "Maximum Likelihood Estimation and Inference on Cointegration with Applications to the Demand for Money", *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, Vol. 52, No.2: 169-210.

Kalaitzi, A.S.; Chamberlain, T.W. (2020), "Merchandise Exports and Economic Growth: Multivariate Time Series Analysis for the United Arab Emirates", *Journal of Applied Economics*, Vol. 23, No. 1: 163-182.

Kaldor, N. (1957), "A Model of Economic Growth", *The Economic Journal*, Vol. 67, No. 268: 591-624.

Kaliappan, S. R.; Ahmad, S. A.; Ismail, N. W. (2017), "Service Export and Economic Growth in the Selected Developing Asian Countries", *International Journal of Economics & Management*, Vol. 11, No.2.

Kar, M.; Pentecost, E. J. (2000), Financial Development and Economic Growth in Turkey: Further Evidence on the Causality Issue. Economic Research Paper No: 00/27, Department of Economics, Loughborough University.

Karam, F.; Zaki, C. (2015), "Trade Volume and Economic Growth in the MENA Region: Goods or Services?", *Economic Modelling*, Vol. 45: 22-37.

Katircioglu, S. T. (2009), "Revisiting the Tourism-Led-Growth Hypothesis for Turkey Using the Bounds Test and Johansen Approach for Cointegration", *Tourism Management*, Vol. 30, No. 1: 17-20.

Kızılkaya, O.; Sofuoğlu, E; Karaçor, Z. (2016), "Türkiye'de Turizm Gelirleri-Ekonomik Büyüme İlişkisi: ARDL Sınır Testi Yaklaşım", *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, C.23, S.1: 203-215.

Kollie, G. B. (2020), "Export-Led Growth Hypothesis in ECOWAS: A Panel Data Analysis", *African Journal of Economic Review*, Vol. 8, No. 2: 258-275.

Kravis, I. B. (1970), "Trade as a Handmaiden of Growth: Similarities between the Nineteenth and Twentieth Centuries", *The Economic Journal*, Vol. 80, No. 320: 850-872.

Krueger, A. O. (1978), *Foreign Trade Regimes and Economic Development: Liberalization Attempts and Consequences*. Cambridge, MA: Ballinger.

Krugman, P. R. (1994), *Rethinking International Trade*, Cambridge, Massachusetts: MIT Press.

Lee, J., M.C. Strazichic (2003), "Minimum Lagrange Multiplier Unit Root Test With Two Structural Breaks", *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 85, No. 4: 1082-1089.

- Lee, J.; M.C. Strazicich (2004), Minimum LM Unit Root Test with One Structural Break, Appalachian State University Working Papers, 04-17, 1-15.
- Lorde, T.; Francis, B.; Drakes, L. (2011), "Tourism Services Exports and Economic Growth in Barbados", *The International Trade Journal*, Vol. 25, No.2: 205-232.
- Lucas, R. (1988), "On the Mechanics of Economic Development", *Journal of Monetary Economics*, Vol. 22:3-42.
- Mattoo, A.; Rathindran, R.; Subramanian, A. (2001), *Measuring Services Trade Liberalization and Its Impact on Economic Growth: An Illustration*. World Bank Policy Research Working Paper no. 2655, World Bank, Washington.
- Michail, N.; Melas, K. D.; Batzilis, D. (2021), "Container Shipping Trade and Real GDP Growth: A Panel Vector Autoregressive Approach", *Economics Bulletin*, Vol. 41, No. 2.
- Mishra, S.; Gable, S. L.; Anand, R. (2011), *Service Export Sophistication and Economic Growth*, World Bank Policy Working Paper no. 5606, The World Bank, Washington.
- Narayan, P. K. (2005), "The Saving and Investment nexus for China: Evidence from Cointegration Tests", *Applied Economics*, Vol. 37, No. 17: 1979-1990.
- Narayan, P. K.; Narayan, S.; Prasad, A.; Prasad, B. C. (2010), "Tourism and Economic Growth: A Panel Data Analysis for Pacific Island Countries", *Tourism Economics*, Vol. 16, No. 1: 169-183.
- Onose, O. L.; Aras, O. N. (2021), "Does the Export-Led Growth Hypothesis Hold for Services Exports in Emerging Economies?", *Eurasian Journal of Business and Economics*, Vol. 14, No. 27: 63-75.
- Parida P.C.; Sahoo P. (2007), "Export-Led Growth in South Asia: A Panel Cointegration Analysis", *International Economic Journal*, Vol. 21, No. 2: 155-175.
- Park, J. S.; Seo, Y. J.; Ha, M. H. (2019), "The Role of Maritime, Land, and Air Transportation in Economic Growth: Panel Evidence from OECD and non-OECD Countries", *Research in Transportation Economics*, 78, 100765.
- Perron, P. (1989), "The Great Crash, the Oil Price Shock, and the Unit Root Hypothesis", *Econometrica*, Vol. 57: 1361-1401.
- Pesaran, M. H.; Shin, Y.; Smith, R. J. (2001), "Bounds Testing Approaches to the Analysis of Level Relationships", *Journal of Applied Econometrics*, Vol. 16, No. 3: 289-326.
- Phillips, P. C.; Hansen, B. E. (1990), "Statistical Inference in Instrumental Variables Regression with I (1) Processes", *The Review of Economic Studies*, Vol. 57, No. 1: 99-125.
- Phillips, P. C.; Perron, P. (1988), "Testing for a Unit Root in Time Series Regression", *Biometrika*, Vol. 75, No. 2: 335-346.
- Popovici, O.C.; Călin, A.C. (2016), "Economic Growth, Foreign Investments and Exports in Romania: A VECM Analysis", *The Romanian Economic Journal*, Vol. 61: 95-122.
- Priyankara, E. A. C. (2018), "Services Exports and Economic Growth in Sri Lanka: Does the Export-Led Growth Hypothesis Hold for Services Exports?", *Journal of Service Science and Management*, Vol. 11, No. 04: 479.
- Ricardo, D. (1817), *The Works and Correspondence of David Ricardo*, Vol. 1: Principles of political economy and taxation. USA: Online Library of Liberty.
- Romer, P. M. (1986). "Increasing Returns and Long-run Growth", *Journal of Political Economy*, Vol. 94, No. 5: 1002-1037.
- Romer, P. M. (1990). "Endogenous Technological Change", *The Journal of Political Economy*, Vol. 98, No. 5: 71- 101.
- Saad, W. (2012), "Causality between Economic Growth, Export, and External Debt Servicing: The Case of Lebanon", *International Journal of Economics and Finance*, Vol. 4, No. 11: 134-143.

Saleem, A.; Sial, M. H.; Cheema, A. R. (2022), "Does an Asymmetric Nexus Exist between Exports and Economic Growth in Pakistan? Recent Evidence from A Nonlinear ARDL Approach", *Economic Change and Restructuring*, 1-30.

Sermcheep, S. (2019), "Services Export and Economic Growth in ASEAN Countries", *Journal of Asian Economic Integration*, Vol. 1, No. 2: 163-182.

Shan, J.; Sun, F. (1998), "On the Export-Led Growth Hypothesis: The Econometric Evidence from China", *Applied Economics*, Vol. 30, No. 8: 1055-1065.

Shieh, C. H. (2020), "Services Export and Economic Growth: A Panel Cointegration Approach", *International Journal of Business and Economics*, Vol. 5, No. 2: 66-82.

Smith, A. (1776). *The Wealth of Nations*. New York, NY: The Modern Library.

Tang, C. F.; Abosedra, S. (2019), "Logistics Performance, Exports, and Growth: Evidence from Asian Economies. *Research in Transportation Economics*, Vol. 78, 100743.

Tang, T. C. (2006), "New Evidence on Export Expansion, Economic Growth and Causality in China", *Applied Economics Letters*, Vol. 13, No. 12: 801-803.

Usta, G.; Sarı, A. (2021), "Denizyolu Ticareti, Ekonomik Büyüme ve Dış Ticaret Haddi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Türkiye için ARDL Yaklaşımı", *Nazilli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C. 2, S. 31: 31-44.

Vernon, R. (1966), "International Investment and International Trade in the Product Cycle". *he Quarterly Journal of Economics*, Vol. 80, No. 2: 190-207.

Yamak, R.; Erdem, H. F. (2017), *Uygulamalı Zaman Serisi Analizleri*, 1. Baskı, Trabzon: Celepler Matbaacılık.

Zivot, E.; Andrews D.W.K. (1992), "Further Evidence on the Great Crash, The Oil Price Shock and Unit Root Hypothesis", *Journal of Business and Economic Statistics*, Vol. 10, No.3: 251-270.

<https://data.worldbank.org/indicator/SL.EMP.TOTL.SP.ZS> (Erişim:03.03.2022)

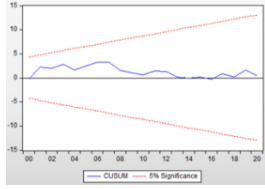
<https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD> (Erişim:03.03.2022)

<https://data.worldbank.org/indicator/NE.GDI.TOTL.KD> (Erişim:03.03.2022)

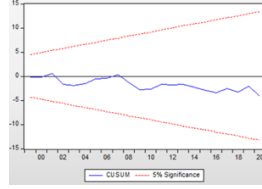
<https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket> (Erişim:04.03.2022)

Ek 1: CUSUM Grafikleri

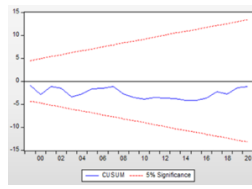
Model 1



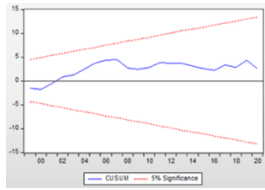
Model 2



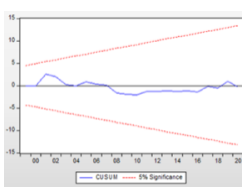
Model 3



Model 4



Model 5



Extended Summary

The Effect of Transportation, Construction, Travel and Financial Services Exports on Economic Growth: The Case of Türkiye

The relationship between exports and economic growth has been widely discussed in the theoretical and empirical literature within the context of the Export-led Growth Hypothesis (ELGH) and Endogenous Growth Theory. These theories suggest that exports positively affect long-term economic growth. According to this hypothesis, economic growth is dependent on increases in the amount of labor and capital, as well as on increases in exports due to the multiplier effect (Onose and Aras, 2021). Economists have argued that exports can increase a country's comparative advantage, paving the way for economies of scale and the technical progress in production. Furthermore, exports also increase the import of capital goods and inputs because they provide foreign currency for the country (Priyankara, 2018). Gabriele (2006) stated that exports' positive effect on economic growth decreased after the 1990s, but this was due to the components of goods exports.

With the acceleration of technological developments and the reduction of trade barriers, the trade of services has become more accessible, and services have become the subject of international trade more frequently. Services sector trade has been taken into close focus by policymakers and academics since the GATS agreement signed by the member countries of the World Trade Organization in 1995. Services trade has various channels that affect a country's economic situation. These channels include stimulating other industries through forward and backward linkages, disseminating knowledge, promoting research and development, human capital, foreign exchange earnings, job creation, promoting new infrastructure investments, and economies of scale. The services sector trade is the main driving force of economic growth in developing economies (Kaliappan et al., 2017; Mishra et al., 2011).

As in any country, developments in the services sector in the Turkish economy have gained momentum, especially in the last 20 years. According to the Balance of Payments Analytical Presentation, the total services export revenue in the Turkish economy in 2022 was 89.989 billion US dollars, while the total service imports were measured as 40.185 billion US dollars. Services trade provides a surplus in the balance of payments. In the same year, goods export revenue was 253.379 billion US dollars and imports as 343.098 billion US dollars. From this point of view, developing countries such as Türkiye should focus on services trade to overcome the chronic current account deficit problem.

The importance of exports as an engine of economic growth has been a source of ongoing debate in economic growth literature. Policymakers and researchers have frequently discussed the effect of exports on economic growth. While some empirical studies have found a positive relationship between exports and economic growth, supporting IDBH (Balassa, 1978; Dar et al., 2013; Herrerias and Orts, 2010; Tang and Abosedra, 2019; Parida and Sahoo, 2007), other studies found a negative relationship between variables (Akbar et al., 2000; Choong et al., 2005; Dreger and Herzer, 2013). In some studies, there was no significant relationship between these two variables.

Studies examining the causality relationship between exports and economic growth have concluded that exports are the cause of economic growth (Dash, 2009; Kalaitzi and Chamberlain, 2020: short term; Saad, 2012), economic growth is the cause of exports (Abbas, 2012; Baharumshah and Rashid, 1999; Popovici and Călin, 2016), there is a bidirectional causality relationship (Awokuse, 2005; Ding and Gökmen, 2019; Shan and Sun, 1998), and there is no causality relationship (Kalaitzi and Chamberlain, 2020: long term; Tang, 2006). There is no consensus in the literature regarding the relationship between exports and economic growth. Ee (2016) stated that the difference in the analysis periods, measurement differences in the variables, and different alternative assumptions could cause different study results.


In the literature, the effect of services exports on economic growth in the Turkish economy has been analyzed mainly by considering sub-sectors. There is no consensus regarding these studies. To the best of our knowledge, no study deals with the export of services subsectors in the Turkish economy and compares them with the trade of goods. This study contributes to the existing literature.


This study examines the effect of services sector exports (in terms of subsectors) on economic growth in the Turkish economy and compares it with the impact of goods exports. For this purpose, the effects of transportation, construction, travel, and financial services exports and goods exports on economic growth were analyzed using five different ARDL Models for the 1992-2020 period. In this direction, it was concluded that the series is not I(2) using ADF and PP unit root tests. Subsequently, a cointegration relationship was obtained in all models established by the ARDL Bounds Test analysis. Finally, the variable coefficients in the models were obtained for the short and long terms.

Analysis findings show that exports of transportation, travel and financial services have a positive and statistically significant effect on economic growth in the short term. Construction services exports do not significantly affect economic growth in the short term. The long-term results reveal that exports in the services subsectors have no significant effect on economic growth. Goods exports have a positive and statistically significant impact on economic growth in the short and long terms. In conclusion, the analysis findings show that we can only evaluate the Export-led Growth Hypothesis in the Turkish economy based on exports of goods in the long term. The results support the findings of Aigheysi (2020), Dixit and Parveen (2020), and Onose and Aras (2021).

The empirical findings of this study have revealed that, in the long term, the services sector export in the Turkish economy has yet to be able to take advantage of its potential as a driving force for growth and a source of foreign exchange earnings in the balance of payments. Developing countries such as Türkiye should catch up with technological developments and transfer technology to domestic industries to take advantage of the economic potential of services exports. However, such developments depend on improving both the quantity and quality of the physical and human capital. Improving the quality of human capital will help increase technology transfer and take more decisive steps towards innovation. By adopting these steps, developing countries can increase their share of services exports in the global market and enhance their economic growth.

Türkiye Dış Ticaretinde Ülke Bazlı Yoğunlaşma (Çeşitlendirme) Analizi: Şanghay İşbirliği Örgütü

Zeynep Çimen¹ 

Didem Kutlu² 

Türkiye Dış Ticaretinde Ülke Bazlı Yoğunlaşma (Çeşitlendirme) Analizi: Şanghay İşbirliği Örgütü	Country-Based Concentration (Diversification) Analysis in Turkey's Foreign Trade: Shanghai Cooperation Organization
Öz Çalışmanın amacı, Türkiye dış ticaretinde ülke bazlı yoğunlaşmayı (çeşitliliği) Şanghay İşbirliği Örgütü üyesi Rusya, Çin, Kazakistan, Kırgızistan, Tacikistan, Özbekistan, Pakistan, Hindistan ve İran ülkeleri temelinde ölçmektir. 2012-2021 dönemini kapsayan çalışmada Gini-Hirschman İndeksi kullanılmıştır. Veriler, Uluslararası Ticaret Merkezi veri tabanından elde edilmiştir. Çalışmanın bulguları Türkiye'nin İran ve Çin'e yaptığı ihracatta ürün çeşitliliğini arttırmada oldukça başarılı olduğunu; İran, Hindistan, Özbekistan, Tacikistan ve Rusya'dan yaptığı ithalatta ise ürün çeşitliliğini ciddi olarak arttırdığını göstermektedir.	Abstract The aim of the study is to measure the country-based concentration (diversity) in Turkey's foreign trade on the basis of the Shanghai Cooperation Organization members Russia, China, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Tajikistan, Uzbekistan, Pakistan, India and Iran. The Gini-Hirschman Index was used in the study covering the period 2012-2021. Data were obtained from the International Trade Center database. The findings of the study suggest that Turkey is quite successful in increasing the product variety in Turkey's exports to Iran and China; it shows that Turkey has seriously increased the product variety in the imports from Iran, India, Uzbekistan, Tajikistan and Russia.
Anahtar Kelimeler: Dış Ticaret, Yoğunlaşma, Gini-Hirschman İndeksi, Şanghay İşbirliği Örgütü	Keywords: Foreign Trade Concentration, Gini-Hirschman Index, Shanghai Cooperation Organization
JEL Kodları: B27, F13	JEL Codes: B27, F13

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı	Bu çalışma bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmıştır.
Yazarların Makaleye Olan Katkıları	Yazar 1'in makaleye katkısı %60, Yazar 2'nin makaleye katkısı %40'tır.
Çıkar Beyanı	Yazarlar açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.

¹ Öğr. Gör. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık, zaktas@akdeniz.edu.tr

² Dr. Öğr. Üyesi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Seyahat-Turizm ve Eğlence Hizmetleri, didemkutlu76@yahoo.com

1. Giriş

Gelişmekte olan ülkelerin büyük oranda katılımıyla, 1980 sonrası ticari entegrasyonlar artmıştır. 1980'li yılların ortalarından itibaren gelişmekte olan ülkeler liberalleşmeye yönelmiş, hızlı büyüme yoluyla küresel pazarlara entegre olmaya çalışmışlardır. 1980'li yıllarda hızlanan küreselleşme olgusuyla Dünya'da ülkeler arası sınırlar önemini kaybederken ülkelerin karşılıklı bağımlılığı artmış ve teknolojik ilerlemelerle birlikte küresel bir değişim sürecine giren Dünya hızla bütünleşmiştir (Kaya ve Aydemir, 2011: 15; Sarıçoban ve Kösekahyaoglu, 2017: 425). Bu süreçte gelişmekte olan ülkelerin 1980'li yılların ortalarından itibaren liberal politikalara yönelmeleri, dış ticarete artışa bağlı olarak hızlı büyümelerine ve dünya pazarları ile bütünleşmesinin yolunu açmıştır. Küresel ekonominin dinamiklerinin değişmesine bağlı olarak gelişmekte olan ülkeler, bugün dünya gelirinin yarısından fazlasını oluşturmaktadırlar (Reddy, 2018). Sovyet Sosyalist Cumhuriyet Birliği (SSCB)'nin 1991 yılında dağılması, küresel ekonomide ve Avrasya bölgesinde dengelerin değişmesine yol açtığı gibi küresel ekonominin kontrolünün Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'ne geçmesine neden olmuştur. SSCB'nin çöküşü ile bölgede Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Tacikistan ve Türkmenistan bağımsızlıklarını kazanmıştır. 1991 yılında SSCB'nin çöküşü ile bölgede ABD ve Çin'in yavaş yavaş etkin olmaya başlamasıyla (uyuşturucu üretimi ve ticareti, aşırı dini faaliyetler, vs.) ekonomik bunalımlar, siyasi gerginlikler ve güvenlik sorunları artmıştır. SSCB'nin varisi olan Rusya, Avrasya'da hakimiyetini kaybetmek istememektedir (Frost, 2009: 83). Küresel ekonomideki gelişmelere uyum sağlama ve menfaatler Rusya ve Çin'i, Avrasya'da rekabetten daha çok iş birliğine yöneltmiştir (Aydoğan, 2021: 137). Orta Asya'nın 1990'lı yıllardan itibaren diğer Asya ülkeleriyle olan ticari ilişkileri istikrarlı bir şekilde artmış, hatta bazı durumlarda, karşılaştırmalı olarak, Batı ile olan ticari ilişkilerde birbirlerine rakip olmuşlardır (Contessi, 2016: 3-4). Bu çerçevede Rusya ve Çin, enerji kaynakları açısından zengin olan bölgede aralarında barış ve güvenliği sağlamak, iş birliğini teşvik etmek için Rusya, Çin, Kazakistan, Kırgızistan ve Tacikistan'ın bir araya gelmesiyle 1996 yılında "Şanghay Beşlisi'nin" kurulmasında etkin rol oynamıştır (Örmeci ve Kısacık, 2021: 5). Bu beşli temel de Çin ve Rusya arasındaki ilişkileri geliştiren bir oluşum olup, bölgede güvenliği arttırıcı ve karşılıklı güvene dayanan, silahsızlanma ve iş birliğine dayalı yeni bir küresel bakış ortaya koymaktadır (Al-Qahtani, 2006: 129). ŞİÖ, Avrasya'da yeni bir bölgeselcilik biçimi yaratmış, bölgesel özel bir örgüttür (Alberto, 2012: 3). Örgütün, ortaya çıkışını daha iyi anlamak için örgütün kuruluşunda yer alan Çin ve Rusya'nın tarihi geçmişini iyi anlamak gerekir (Eren, 2017: 79). Beşli, Avrasya'da yer alan hükümetler arası bir kuruluş olup, temel amacı, Rusya'nın eski devletleri ile Çin arasındaki sınır anlaşmazlıklarını çözmektir (Alberto, 2012: 2). 2001 yılında Özbekistan'ın katılımıyla üye sayısı 6 olan beşli, ŞİÖ'ye dönüşmüştür. Rusya, SSCB dağılmasından sonra Avrasya'da hakimiyeti isterken, tek küresel güç olan ABD'ye karşı hızlı büyüyen ekonomisi ile rakip olmak isteyen Çin, enerji kaynakları açısından zengin olan bölgede var olmak istemektedir (Aydın, 2015: 1-2). ABD, bölge ülkeleri ile askeri, politik ve ticari bağlantılar geliştirerek, Çin'in "Kuşak Yol Girişimi'nin güzergahı üzerinde yayılmacılığını engellemeye çalışmaktadır (Demir, 2021). Çin ve Rusya gibi iki büyük gücün Avrasya kıtasında, ABD'nin liderliğindeki tek kutuplu dünya düzenine karşı ŞİÖ, önemli bir iş birliği olarak kabul edilmektedir. Temeli 1996'da atılan örgüt, geçen zaman içerisinde bölgedeki bazı devletlerin üye olmasıyla sayısal ve coğrafi olarak genişlemiş ve küresel sistemde bilinirliği arttırmıştır (Aydoğan, 2021: 147). 2004 yılında Moğolistan'a, 2005 yılında İran, Pakistan ve Hindistan'a gözlemci ülke statüsü ve Beyaz Rusya ve Sri Lanka'ya diyalog ortağı statüsü verilmiştir. 2012 yılında ise, Afganistan ve Türkiye, gözlemci ülke ve diyalog ortağı statüsü kazanmıştır. Verilen gözlemci ve diyalog ortağı statüleri

ile ŞİÖ, ABD'ye karşı Çin-Rusya iş birliği görünümünden uzaklaşarak, kıtanın geneline yayılan bir görünüm sergilemektedir. ŞİÖ liderliğinde Çin'in Rusya, Kazakistan, Tacikistan sınırlarında tarihi sınır anlaşmazlıkları çözüme kavuşmuştur (İstikbal, 2022). Örgüt, günümüzde Çin'in ekonomik büyümesinin bir yansıması gibi görünmektedir. Jeo-stratejik, politik ve ekonomik etkileri olan örgüte, 2017'de Pakistan ve Hindistan, 2021 yılında ise İran katılmıştır. Örgüt, bugün yaklaşık 36 milyon km yüzölçümü ile Avrasya'da topraklarının büyük bir kısmına ve 3,3 milyar nüfusu ile dünya ekonomisinde 22,5 milyon dolar ekonomik büyüklüğe sahiptir (Joobani, 2013: 1-2; INSAMER). Ortaya çıkış gerekçesi bölgede barış ve güvenliği sağlamak olan örgüt, günümüzde siyasi, kültürel ve ekonomik iş birliklerinde de önemli bir görev üstlenmektedir. Bu doğrultuda diyalog ortağı ve gözlemci ülkeler ile ŞİÖ, büyümektedir.

ABD'de 2007 yılında başlayan ve daha sonra ABD sınırları dışında etkili olan küresel finans krizi, uluslararası ticarete ciddi talep daralmasına yol açmıştır. Bu krizden, Türkiye'nin ihracatında yaklaşık %50 gibi yüksek bir paya sahip olan Avrupa Birliği (AB)'in de yaşanan talep azalması nedeniyle Türkiye dış ticareti olumsuz etkilenmiştir. Bu durum Türkiye'yi, ihrac ürünleri ve ihracat pazarlarında ülke, ülke grupları ve bölgesel yeni pazarlar arayışlarına sürüklemiştir (Çimen, 2022: 87-88; Özkardeş, 2016: 30-31). Batıyla ilişkilerinde sıkıntılı günler yaşayan Türkiye, ŞİÖ'ye üye olarak dış politikada kendisine yeni bir alan açmak istemektedir. 2016 yılında AB ilişkilerinde sıkıntı yaşayan Türkiye, dış ticarete yeni pazar arayışlarına yönelmiş ve benzer kültüre, tarihe ve soy açısından aynı bağlara sahip olması Türkiye'nin ŞİÖ'ye ilgisini arttırmıştır. 2008 yılında Duşanbe Zirvesi'nde, "ŞİÖ Diyalog Ortaklığı Statüsü" alan Türkiye, Haziran 2012 tarihinde Pekin'de gerçekleştirilen ŞİÖ Devlet Başkanları Zirvesi'nde de oybirliğiyle Türkiye'nin Diyalog Ortaklığı kabul edilmiştir. Türkiye'nin ŞİÖ'nün Diyalog Ortağı Statüsü Tanınmasına İlişkin 2013 tarihli Muhtırası, Mayıs 2017'de Resmî Gazete'de yayımlanmış ve iç hukuk onay süreci tamamlanmıştır. Diyalog Ortağı Statüsü, ŞİÖ ile Türkiye arasında başta bölgesel güvenlik, terörle mücadele, uyuşturucu kaçakçılığı ve organize suçların önlenmesi; kültürel ve ekonomik konular başta olmak üzere çeşitli alanlarda iş birliğinin geliştirmesi esasına dayanmaktadır (T.C. Dışişleri Bakanlığı). Bölgedeki ülkelerle tarih, kültür ve soy bağı olan Türkiye için ŞİÖ ülkeleri, sahip oldukları petrol-doğalgaz rezervleri ile Türkiye için önemli fırsatlar yaratmakta birlikte, kaynak ve pazar bakımından Türkiye dış ticaretini olumlu etkileyecek görünmektedir. Türkiye'nin Avrasya'da benzer kültüre, tarihe ve soya sahip olduğu ülkelerle ilişkilerini kuvvetlendirmesi aynı zamanda söz konusu coğrafyada yer alan Çin ve Rusya ile ilişkilerinde istikrarı sağlayabilmesi açısından da büyük önem arz etmektedir (Abdullah, 2019: 109-110).

2. Dış Ticarete Yoğunlaşma ve Gini-Hirschman İndeksi

Ülkelerin ekonomik güçlerinin göstergesi olan ticari ilişkiler, geçmişten günümüze kadar farklı şekiller ve ürünler ile yapılmaktadır (Tunalı ve AYTEKİN, 2017: 103; AYDINER, 2018: 91). Dış ticarete yoğunlaşma, ülkelerin ticari ilişki içerisinde olduğu ülkelerin sayısına ve bu ülkeler ile ticaretinin hacmine bağlı görünmektedir (HIRSCHMAN, 1945: 98). Trade Map 2021 yılı verilerine göre Türkiye'nin ihracatında ilk 10 sırada yer alan ülkelerin (sırasıyla Almanya, ABD, Birleşik Krallık, İtalya, Irak İspanya, Fransa Hollanda, İsrail ve Rusya Federasyonu) toplam ihracat içerisinde payı %47,95'tir. Türkiye'nin ithalatında ilk on sırada yer alan ülkelerin (sırasıyla Çin, Rusya Federasyonu, Area Nes-Bilinmeyen Bölge, Almanya, ABD, İtalya, Hindistan, Fransa, Kore Cumhuriyeti, İspanya) toplam ithalat içerisinde payı %59,63'tür (Trade Map).

Ticarete belirli bir ürün veya ülke/ülke grubunun hâkim olması anlamına gelen yoğunlaşma, bir ülkenin başka bir ülke veya ülke topluğu ile yaptığı ticaretin yoğunluğunu

göstermektedir (Ayrancı, 2009: 8). Dış ticaret analizlerinde önemli bir gösterge olarak kabul edilen “yoğunlaşma değerleri”, bir ülkenin dış ticaretinde sektör ve ülke düzeyinde çeşitliliğini göstermektedir (Erkan ve Sunay, 2016: 1824). Yoğunlaşma değerlerinin yüksek olması, o ülkenin dış ticaretinin az sayıda sektör ve ülke ile yaptığını ve dış ticarete ilgili ülkelerin payının yüksek olduğu anlamına gelmektedir (Soyyigit ve Doğan, 2019: 167).

Geçmişten bugüne dış ticarete yoğunlaşma ile ilgili Yoğunlaşma Oranı, Hirschman-Herfindahl İndeksi, GH İndeksi gibi çeşitli indeksler geliştirilmiş olup, bu çalışmada yoğunlaşma derecesinin belirlenmesinde genel kabul gören GH İndeksi kullanılmıştır. GH İndeksi anlaşılır olması ve etkinliği nedeniyle bilimsel araştırmalarda sıkça kullanılmaktadır (Bashimov, 2020:47-48). Ayrıca dış ticarete konu tüm sektörleri içeriyor olması nedeniyle GH İndeksi, Yoğunlaşma Oranları İndeksine göre daha güvenilir kabul edilmektedir (Saraçoğlu, 2017: 162). GH İndeksine göre dış ticarete yoğunlaşma, İhracat ve İthalat Yoğunlaşma İndeksi olarak iki farklı şekilde hesaplanabilmektedir. İhracat Yoğunlaşma İndeksi matematiksel olarak aşağıdaki gibi gösterilmektedir (Sarıçoban ve Kösekahyaoglu, 2017: 436);

$$C_{tx} = 100 \sqrt{\sum_{k=1}^n \left(\frac{X_{kt}}{X_t}\right)^2}$$

C_{tx} , t dönemindeki ihracat yoğunlaşma indeksini,

X_{kt} , t dönemindeki k malı ihracatını,

X_t , t dönemindeki toplam ihracat değerini göstermektedir.

İthalat Yoğunlaşma İndeksi matematiksel olarak aşağıdaki gibi gösterilmektedir (Sarıçoban ve Kösekahyaoglu, 2017: 436);

$$C_{tm} = 100 \sqrt{\sum_{k=1}^n \left(\frac{M_{kt}}{M_t}\right)^2}$$

C_{tm} , t dönemindeki ithalat yoğunlaşma indeksini,

M_{kt} , t dönemindeki k malı ithalatını,

M_t , t dönemindeki toplam ithalat değerini göstermektedir.

İndeks, “0-100” arasında bir değer almaktadır. İndeks “100”e yaklaştıkça ihracatın/ithalatın sadece birkaç sektörde yoğunlaştığı (çeşitliliğin azaldığı) ve “0”a yaklaştıkça ihracat/ithalatın daha fazla sektörde yoğunlaştığı (çeşitliliğin arttığı) anlamları çıkarılmaktadır (Sarıçoban ve Kösekahyaoglu, 2017: 437).

3. Literatür Taraması

Gelişmekte olan ülkelerin çoğunluğu 1980’li yıllardan sonra liberalleşmeye yönelerek küresel ekonomi ile bütünleşmeye çalışırken dış dünyadaki gelişmelerden olumsuz etkilenmemek için ticari ilişkilerinde çeşitliliğe yönelmişlerdir. Ülkelerin ihracat ve ithalatlarında belli ürün ve pazarlara bağlı kalması yaşanacak dış şoklarda ekonomilerinin zayıflamasına yol açacaktır. Literatürde bir ülkenin dış ticaretinde (ihracat ve ithalat) ürün ve ülke bazlı yoğunlaşmasında ortaya çıkan değişimi değerlendirmede genellikle GH İndeksi kullanılmaktadır. Türkiye’nin dış ticaretindeki değişimleri incelemek için GH İndeksi kullanılarak çok sayıda çalışma yapılmıştır.

Ergün (1991) ve Yavuz Çil (2000), ihracatta mal çeşitliliğinin arttığı ancak coğrafi çeşitliliğin değişmediği bulgusuna Togan (1994) bu kez ithalat için ulaşmıştır. Ancak 1980’li yıllarda liberal ekonomiye geçişle birlikte ihracatın yapısında ortaya çıkan değişime bağlı olarak ürün çeşitliliğindeki artışın, Yıldız ve Delice (2001) 1990’lı yıllarda azaldığı bulgusuna ulaşmıştır. Türkiye, dış ticaretinde çok önemli bir yere sahip olan AB ile 1995’te Gümrük Birliği (GB) Anlaşması imzalamıştır. 1 Ocak 1996’da yürürlüğe giren GB Anlaşması sonrası Kösekaahyaoglu (2007), Türkiye’nin 1980’lerden itibaren ithalatında ürün çeşitliliğinin az olduğunu gösterirken ihracatın yapısında çok önemli değişikliklerin yaşandığını ortaya koymaktadır. Yaşanan yapısal değişimlerin bir sonucu olarak Seymen, Bilici ve Şanlısoy (2009), dış ticarete ülke çeşitliliğinin arttığı bulgusuna ulaşmışlardır.

1980’li yıllarda hızlanan küreselleşme olgusuyla birlikte ülkeler arası sınırlar kaybolmuş ve Dünya hızla bütünleşmiştir. ABD’de 1998 başlayan ve diğer ülkelere de yayılan küresel finans krizi, 1999’da Türkiye’yi de etkilenmiştir. Azgün ve Takım (2015) Türkiye’nin dış ticaretinde mal çeşitliliğinin ve dış ticaretinin oldukça durağan bir seyir izlediği sonucuna ulaşmıştır. Dış ticarete ürün ve ülke bazında çeşitliliğe yönelen Türkiye’nin, Erkan ve Sunay (2016) ürün ve pazar çeşitliliğinin arttığını ortaya koymaktadır. Bashimov (2017), Türkiye’nin Orta Asya ülkelerine yaptığı ihracatta ürün ve ülke bazlı çeşitliliğinin düşük olduğu bulgusuna ulaşırken 2020 yılında yapmış olduğu çalışmada Baltık ülkelerine yapılan ihracatta ürün bazında yoğunlaşma düzeyinin orta derecede olduğu ve çeşitliliğin giderek arttığını göstermektedir. Şahin ve Çukuryurt (2022), Rusya’ya yapılan ihracatta ürün çeşitliliğinin son yıllarda arttığını ortaya koymaktadır.

Türkiye’nin ŞİÖ ile dış ticaretini incelemek için çok sayıda çalışma yapılmıştır. Öz ve Erasa (2013), Türkiye’nin dış ticaretinde ŞİÖ’nün AB’ye bir alternatif olmaktan çok Türkiye’nin dış politikada çeşitliliğe yönelişi olarak değerlendirmektedir. Ülkeler arası ticari ilişkilerde uzaklık etkili olup Işık (2016), Türkiye ve ŞİÖ ülkeleri arasındaki dış ticarete gayrisafi yurtiçi hâsıla, nüfus, ortak dil, ortak ekonomik entegrasyona üyelik değişkenlerinin taraflar arasındaki dış ticareti olumlu etkilerken uzaklığının olumsuz etkilediğini göstermektedir. Hepaktan (2017) ve Özalp (2019), Türkiye ile ŞİÖ ülkeleri arasındaki dış ticaretin gelişmesinin hem Türkiye hem de bölge ekonomileri için önemine dikkat çekmektedir. Ancak Mere ve Göksu (2022), Türkiye için ŞİÖ’nün AB’nin alternatifi olamayacağı sonucuna ulaşmışlardır.

Bu çalışma, Türkiye ile ŞİÖ ülkeleri arasındaki dış ticareti GH İndeksi ile inceleyen ilk çalışma olma özelliğine sahiptir. Anlaşılır ve etkin olması, dış ticarete konu olan tüm sektörleri içermesi nedeniyle bilimsel araştırmalarda sıkça tercih edilen GH İndeksinin kullanıldığı bu çalışmada, Türkiye ile ŞİÖ ülkeleri arasındaki dış ticarete yoğunlaşma (çeşitlilik) sektörel bazda ayrıntılı olarak incelenmektedir.

4. Uygulama ve Bulgular

Bu çalışmada Türkiye’nin ŞİÖ ülkeleri ile dış ticaretinde yoğunlaşma değerlerinin ölçümünde literatürde genel kabul gören GH İndeksi kullanılmıştır. Türkiye’nin ŞİÖ ülkeleri ile ihracat ve ithalatının yoğunlaşma (çeşitlenme) değerleri 2012-2021 dönemi için incelenmiştir. Çalışmada, Trade Map³ istatistikleri kullanılmış olup, Harmonised System (HS)’e göre iki haneli ürün sınıflandırması esas alınmıştır. Trade Map veri tabanında yer alan 99 ürün grubunun

³“Dünya Ticaret Örgütü ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) aracılığıyla Birleşmiş Milletler’in teknik iş birliği kuruluşu olan Uluslararası Ticaret Merkezi (International Trade Center- ITC) tarafından 2001 yılında, dış ticaret ile ilgili kurum ve firmalara yardım etmek amacıyla geliştirilmiş web tabanlı bir hizmet sağlayıcıdır” (Boğa, 2021: 1).

sınıflandırılması sonucu oluşturulan, 41 ürün grubu için ihracat ve ithalat yoğunlaşma katsayıları Tablo 1 ve Tablo 2’de yer almaktadır. Türkiye’nin örgüte üye olan her bir ülke ile dış ticaretinin ürün bazlı yoğunlaşması (çeşitlenmesi) incelenmektedir. GH katsayısındaki artışlar ürün yoğunlaşmasının arttığını (çeşitlenmenin azaldığını) gösterirken, katsayıdaki düşüşler ise yoğunlaşmanın azaldığını (çeşitlenmenin arttığını) göstermektedir.

Tablo 1, Türkiye’nin ŞİÖ ülkelerine ihracatında ülke bazlı yoğunlaşma katsayılarını göstermektedir. Tablodan, Türkiye’nin ŞİÖ ülkelerine ihracatında 2021 yılı GH İndeks değerlerine göre ürün çeşitliliğinde birinci sırada İran (25,78), ikinci sırada Tacikistan (27,49), üçüncü sırada Hindistan (28,26), dördüncü sırada Rusya (29,03), beşinci sırada Kazakistan (33,07), altıncı sırada Çin (34,43), yedinci sırada Pakistan (38,16), sekizinci sırada Özbekistan (39,54) ve dokuzuncu sırada Kırgızistan’ın (44,72) yer aldığı anlaşılmaktadır. 2012-2021 döneminde Çin’e yapılan ihracatta GH İndeks değerindeki büyük bir düşüş izlenmekte olup, bu durum ürün çeşitliliğinin zaman içerisinde önemli derecede arttığını göstermektedir. Türkiye’nin Tacikistan’a yaptığı ihracatta GH İndeks değeri ufak dalgalanmalar gösterse de 2018-2021 yılları arasında istikrarlı bir şekilde azalmış olup ihracatta ürün çeşitliliğinin arttığını göstermektedir. Türkiye’nin Rusya, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Hindistan ve Pakistan’a yaptığı ihracatta GH İndeks değeri 2012-2021 döneminde küçük artış ve azalışlar göstererek, dalgalı bir seyir izlemektedir.

Tablo 1: Türkiye’nin ŞİÖ Ülkelerine İhracatının Ülke Bazlı Yoğunlaşma Katsayıları

Ülkeler	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Çin	46,88	48,04	44,89	44,13	43,69	43,96	40,25	37,77	34,45	34,43
Rusya	30,80	30,73	30,02	34,20	29,38	31,38	30,10	29,30	30,97	29,03
Kazakistan	28,87	26,94	27,38	27,77	28,01	29,76	32,00	29,92	29,85	33,07
Kırgızistan	36,29	34,52	34,56	40,58	47,78	45,80	43,74	45,18	43,40	44,72
Tacikistan	27,81	27,46	27,67	27,51	29,50	28,10	30,48	29,17	28,17	27,49
Özbekistan	31,00	30,62	32,60	36,14	34,36	37,09	38,08	37,48	38,24	39,54
Hindistan	33,56	26,25	25,84	32,12	27,45	29,27	28,16	27,46	27,33	28,26
Pakistan	29,80	36,20	39,42	30,73	31,06	33,51	32,39	30,65	31,30	38,16
İran	66,67	41,21	29,85	32,50	39,54	28,86	28,01	26,84	29,21	25,78

Tablo 2, 2012-2021 döneminde Türkiye’nin ŞİÖ ülkelerine ihracatının temel sektöre göre dağılımını göstermektedir. Türkiye’nin Çin, Rusya, Kazakistan, Kırgızistan, Tacikistan, Özbekistan, Hindistan, Pakistan ve İran’a yaptığı ihracatta sanayi sektörü ilk sırada yer almaktadır. Çin’e yapılan ihracatta mineral maddeler sektörünün payı giderek azalırken sanayi sektörünün payı artış eğilimi göstermektedir. Sanayi sektörünün payı ise 2012 yılında %32,78’den 2021 yılında %45,40’a çıkarken mineral maddeler sektörünün payı 2012 yılında %64,61’den 2021 yılında %44,76’ya gerilemiştir. Türkiye mineral maddeler ihracatında Çin pazarını kaybediyor görünmektedir. Rusya ve İran’a yapılan ihracatta tarımsal ürünler sektörünün payı artarken, sanayi sektörünün payı giderek azalmıştır. 2021 yılı itibarıyla Çin, Rusya ve İran dışında kalan ŞİÖ ülkelerine yapılan ihracatta sanayi sektörünün payı ise %90’ın üzerindedir.

Tablo 2: Türkiye'nin ŞİÖ Ülkelerine İhracatının Sektörlere Göre Dağılımı (%)

	Sektörler	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ÇİN	Tarımsal Ürün.	2,61	1,85	2,64	5,01	5,28	5,22	4,77	8,57	7,62	9,85
	Mineral Madd.	64,61	66,28	60,73	58,13	57,16	57,05	50,71	48,76	44,55	44,76
	Sanayi	32,78	31,87	36,64	36,85	37,56	37,73	44,52	42,66	47,83	45,40
	Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
RUSYA	Tarımsal Ürün.	15,43	16,42	20,69	30,89	28,74	30,22	26,20	25,62	30,55	28,56
	Mineral Madd.	5,45	4,41	4,32	3,36	2,93	4,15	3,71	4,28	3,68	3,02
	Sanayi	79,12	79,17	74,99	65,76	68,33	65,63	70,09	70,10	65,77	68,42
	Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
KAZAKİSTAN	Tarımsal Ürün.	3,43	4,19	4,45	4,28	8,45	5,18	5,91	5,22	5,08	4,70
	Mineral Madd.	1,62	2,35	1,82	1,97	1,49	1,27	0,65	0,90	0,50	0,64
	Sanayi	94,95	93,46	93,72	93,75	90,06	93,55	93,44	93,88	94,42	94,66
	Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
KIRGIZİSTAN	Tarımsal Ürün.	6,27	4,05	4,01	3,49	3,41	2,78	2,65	4,23	3,13	3,28
	Mineral Madd.	0,20	1,16	0,65	0,56	0,38	0,49	0,58	0,40	0,67	0,53
	Sanayi	93,53	94,78	95,34	95,94	96,21	96,73	96,76	95,36	96,20	96,19
	Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
TACİKİSTAN	Tarımsal Ürün.	15,38	12,57	12,22	10,13	8,97	10,15	5,50	5,95	5,12	5,47
	Mineral Madd.	1,26	1,00	1,17	1,62	1,14	1,22	1,46	1,75	0,81	1,07
	Sanayi	83,36	86,43	86,61	88,25	89,90	88,63	93,04	92,30	94,07	93,46
	Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
ÖZBEKİSTAN	Tarımsal Ürün.	4,60	4,02	4,00	2,70	3,72	3,95	3,25	3,33	3,38	4,08
	Mineral Madd.	2,39	1,91	1,65	1,67	0,96	0,92	1,05	1,33	0,93	0,71
	Sanayi	93,02	94,07	94,35	95,63	95,32	95,13	95,70	95,34	95,69	95,21
	Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
HİNDİSTAN	Tarımsal Ürün.	8,01	14,05	11,79	8,04	12,31	5,39	8,55	13,60	12,89	15,47
	Mineral Madd.	17,30	16,93	21,61	14,43	13,90	19,99	22,08	15,23	13,95	14,29
	Sanayi	74,69	69,02	66,60	77,53	73,79	74,62	69,37	71,17	73,16	70,24
	Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
PAKİSTAN	Tarımsal Ürünler	5,96	4,17	3,97	6,18	9,01	7,75	8,63	10,13	8,10	5,22
	Mineral Madd.	5,60	1,12	1,02	1,67	2,41	3,89	1,79	2,15	2,28	2,63
	Sanayi	88,44	94,71	95,01	92,15	88,58	88,35	89,58	87,72	89,63	92,15
	Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
İRAN	Tarımsal Ürün.	2,96	7,76	9,92	8,24	6,12	6,78	9,99	14,69	14,81	21,59
	Mineral Madd.	0,22	0,61	0,68	0,64	0,67	2,45	3,38	2,59	2,19	2,93
	Sanayi	96,82	91,63	89,40	91,12	93,21	90,77	86,63	82,72	82,99	75,48
	Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Tablo 3: Türkiye'nin ŞİÖ Ülkelerine İhracatının Temel Alt Sektörlere Göre Dağılımı (%), (2021)

	SEKTÖRLER	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ÇİN	1-TARIMSAL ÜR.	2,61	1,85	2,63	4,80	4,81	4,81	4,79	8,53	7,67	10,91
	i-Gıda Mad.	0,93	0,66	1,14	2,31	2,24	2,34	2,40	3,98	4,29	7,40
	ii-Tarımsal Ham.	1,68	1,19	1,49	2,49	2,57	2,47	2,39	4,55	3,38	3,52
	2-MİNERAL MA.	64,61	66,28	60,73	58,26	57,45	57,30	50,70	48,79	44,53	44,23
	i-Madeni Cevh. ...	32,92	36,36	28,36	22,82	20,95	20,36	19,00	19,43	22,34	23,85
	iii-Tuz; Kükürt; ...	30,63	29,06	32,04	34,88	36,26	36,88	31,65	28,99	21,40	19,68
	3- SANAYİ	32,78	31,87	36,64	36,93	37,75	37,89	44,52	42,68	47,80	44,86
	i-Adi Metaller ...	2,58	3,60	3,42	2,47	4,96	4,17	4,75	6,51	14,13	11,78
	ii-Kimya Sanayi ...	12,77	9,43	10,95	11,49	9,35	10,25	13,36	10,44	7,94	8,77
RUSYA	1-TARIMSAL ÜR.	15,43	16,42	20,69	30,89	28,74	30,22	26,20	25,62	30,55	28,56
	i-Gıda Mad.	14,52	15,31	19,46	29,73	27,56	28,94	24,74	24,17	29,25	27,18
	ii-Tarımsal Ham.	0,92	1,11	1,23	1,16	1,17	1,28	1,46	1,46	1,30	1,38
	2-MİNERAL MA.	5,45	4,41	4,32	3,36	2,93	4,15	3,71	4,28	3,68	3,02
	ii-Mineral Yak. ...	2,39	2,30	2,59	1,79	0,90	2,49	2,08	2,76	2,55	2,10
	iii-Tuz; Kükürt ...	2,66	2,05	1,73	1,44	2,01	1,63	1,31	1,21	1,12	0,90
	3- SANAYİ	79,12	79,17	74,99	65,76	68,33	65,63	70,09	70,10	65,77	68,42
	ix- Makinalar...	14,78	16,58	15,98	12,70	16,13	15,93	16,64	17,18	18,17	18,88
	x- Nakil Vasıt. ...	12,21	13,54	10,59	6,71	11,24	10,21	10,02	9,96	10,96	12,54
KAZAKİSTAN	1-TARIMSAL ÜR.	3,43	4,19	4,45	4,28	8,45	5,18	5,91	5,22	5,08	4,70
	i-Gıda Mad.	1,46	2,11	2,26	2,20	4,74	3,34	3,94	3,00	2,72	2,60
	ii-Tarımsal Ham.	1,97	2,08	2,19	2,07	3,72	1,84	1,97	2,22	2,36	2,10
	2-MİNERAL MA.	1,62	2,35	1,82	1,97	1,49	1,27	0,65	0,90	0,50	0,64
	ii-Mineral Yak. ...	1,56	2,27	1,75	1,93	1,47	1,24	0,64	0,89	0,46	0,61
	iii-Tuz; Kükürt; ...	0,06	0,08	0,07	0,04	0,02	0,04	0,02	0,01	0,04	0,03
	3- SANAYİ	94,95	93,46	93,72	93,75	90,06	93,55	93,44	93,88	94,42	94,66
	vi- Dokumaya Elv.	18,92	13,07	12,03	17,24	21,50	21,96	28,52	24,89	28,94	34,64
	ix- Makinalar...	22,63	23,63	27,28	25,73	24,89	23,42	23,90	25,77	21,03	20,88
KIRGIZİSTAN	1-TARIMSAL ÜR.	6,27	4,05	4,01	3,49	3,41	2,78	2,65	4,23	3,13	3,28
	i-Gıda Mad.	2,90	2,35	2,38	1,66	1,70	1,54	1,53	2,33	1,61	1,73
	ii-Tarımsal Ham.	3,38	1,71	1,63	1,83	1,71	1,24	1,12	1,90	1,52	1,55
	2-MİNERAL MA.	0,20	1,16	0,65	0,56	0,38	0,49	0,58	0,40	0,67	0,53
	ii-Mineral Yak. ...	0,16	1,15	0,63	0,56	0,22	0,49	0,58	0,39	0,67	0,52
	iii-Tuz; Kükürt; ...	0,02	0,02	0,02	0,01	0,16	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
	3- SANAYİ	93,53	94,78	95,34	95,94	96,21	96,73	96,76	95,36	96,20	96,19
	vi- Dokumaya Elv.	35,22	31,63	30,88	40,00	53,81	53,85	48,78	43,55	41,83	33,44
	iv- Tabii veya Kül.	7,38	14,08	17,79	18,10	10,51	12,40	16,42	21,64	20,17	31,92
TACİKİSTAN	1-TARIMSAL ÜR.	15,38	12,57	12,22	10,13	8,97	10,15	5,50	5,95	5,12	5,47
	i-Gıda Mad.	7,80	7,42	7,79	7,45	5,88	6,80	2,51	2,82	1,54	1,91
	ii-Tarımsal Ham.	7,57	5,15	4,43	2,68	3,09	3,35	2,99	3,13	3,58	3,56
	2-MİNERAL MA.	1,26	1,00	1,17	1,62	1,14	1,22	1,46	1,75	0,81	1,07
	ii-Mineral Yak. ...	1,17	0,94	1,12	1,53	1,08	1,16	1,39	1,67	0,73	0,98
	iii-Tuz; Kükürt; ...	0,09	0,05	0,05	0,09	0,05	0,05	0,07	0,08	0,08	0,09
	3- SANAYİ	83,36	86,43	86,61	88,25	89,90	88,63	93,04	92,30	94,07	93,46
	ix- Makinalar ...	10,63	12,25	12,14	17,56	16,56	11,88	14,41	19,35	17,57	19,03
	vi- Dokumaya Elv.	22,56	21,47	18,59	16,36	22,68	19,44	17,60	14,68	17,90	17,31

Tablo 3 (Devamı): Türkiye'nin ŞİÖ Ülkelerine İhracatının Temel Alt Sektörlere Göre Dağılımı (%), (2021)

	SEKTÖRLER	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ÖZBEKİSTAN	1-TARIMSAL ÜR.	4,60	4,02	4,00	2,70	3,72	3,95	3,25	3,33	3,38	4,08
	i-Gıda Mad.	2,92	2,31	2,26	1,43	1,19	1,39	0,96	1,72	1,68	2,56
	ii-Tarımsal Ham.	1,68	1,70	1,74	1,27	2,54	2,56	2,29	1,60	1,69	1,52
	2-MİNERAL MA.	2,39	1,91	1,65	1,67	0,96	0,92	1,05	1,33	0,93	0,71
	ii-Mineral Yak. ...	2,27	1,80	1,56	1,58	0,91	0,87	1,00	1,25	0,88	0,65
	iii-Tuz; Kükürt; ...	0,12	0,11	0,09	0,09	0,05	0,06	0,05	0,08	0,05	0,05
	3- SANAYİ	93,02	94,07	94,35	95,63	95,32	95,13	95,70	95,34	95,69	95,21
	ix- Makinalar ...	25,39	25,29	27,91	32,11	30,94	36,19	39,04	37,57	36,70	43,26
	ii-Kimya Sanayi ...	15,74	20,79	21,20	17,37	15,82	13,39	12,37	14,56	20,77	16,62
HİNDİSTAN	1-TARIMSAL ÜR.	8,01	14,05	11,79	8,04	12,31	5,39	8,55	13,60	12,89	15,47
	i-Gıda Mad.	6,49	12,57	10,20	6,44	10,67	3,70	7,38	12,34	11,45	14,07
	ii-Tarımsal Ham.	1,52	1,48	1,59	1,60	1,64	1,69	1,17	1,26	1,44	1,40
	2-MİNERAL MA.	17,30	16,93	21,61	14,43	13,90	19,99	22,08	15,23	13,95	14,29
	iii-Tuz; Kükürt; ...	7,63	9,39	12,25	12,81	12,00	15,54	11,72	11,73	10,73	11,16
	ii-Mineral Yak. ...	1,14	4,21	3,33	0,39	1,23	3,25	10,32	2,67	2,59	3,02
	3- SANAYİ	74,69	69,02	66,60	77,53	73,79	74,62	69,37	71,17	73,16	70,24
	ix- Makinalar ...	17,42	20,08	17,54	17,10	21,67	22,54	20,36	23,85	22,90	22,53
	i-Adi Metaller ...	6,79	7,02	13,41	8,08	11,81	12,57	11,06	8,05	11,68	12,81
PAKİSTAN	1-TARIMSAL ÜR.	5,96	4,17	3,97	6,18	9,01	7,75	8,63	10,13	8,10	5,22
	i-Gıda Mad.	4,00	2,84	2,07	4,16	6,93	4,81	6,76	8,42	6,27	3,89
	ii-Tarımsal Ham.	1,96	1,33	1,91	2,02	2,08	2,94	1,87	1,71	1,82	1,33
	2-MİNERAL MA.	5,60	1,12	1,02	1,67	2,41	3,89	1,79	2,15	2,28	2,63
	iii-Tuz; Kükürt; ...	0,42	0,28	0,35	0,78	1,05	1,25	1,06	1,04	1,05	1,35
	ii-Mineral Yak. ...	5,18	0,84	0,66	0,89	1,36	2,64	0,73	1,11	1,22	1,28
	3- SANAYİ	88,44	94,71	95,01	92,15	88,58	88,35	89,58	87,72	89,63	92,15
	vi-Dokumaya Elv.	8,34	7,79	7,15	14,74	12,53	13,27	18,72	18,76	19,89	30,50
	ix-Makinalar ...	32,91	37,95	31,42	30,55	31,59	33,11	27,32	21,44	19,24	24,29
İRAN	1-TARIMSAL ÜR.	2,96	7,76	9,92	8,24	6,12	6,78	9,99	14,69	14,81	21,59
	i-Gıda Mad.	2,24	6,33	7,65	5,79	4,42	4,40	7,10	11,88	11,59	18,93
	ii-Tarımsal Ham.	0,72	1,43	2,27	2,45	1,70	2,38	2,89	2,81	3,23	2,65
	2-MİNERAL MA.	0,22	0,61	0,68	0,64	0,67	2,45	3,38	2,59	2,19	2,93
	i-Madeni Cev. ...	0,01	0,25	0,37	0,46	0,52	2,20	3,08	2,05	1,95	2,72
	ii-Mineral Yak. ...	0,16	0,27	0,23	0,08	0,06	0,09	0,15	0,42	0,15	0,14
	3- SANAYİ	96,82	91,63	89,40	91,12	93,21	90,77	86,63	82,72	82,99	75,48
	ix- Makinalar ...	6,03	12,75	16,92	15,84	12,41	22,07	17,30	16,30	25,02	21,05
	ii-Kimya San. ...	3,64	9,85	8,85	7,91	6,37	9,62	11,76	14,15	15,14	15,43

Tablo 3, Türkiye'den ŞİÖ ülkelerine yapılan ihracatın temel alt sektörler göre dağılımını göstermektedir. 2021 yılı itibariyle Çin'e yapılan ihracatta tarımsal ürünler içerisinde %7,40 ile *gıda maddeleri*, mineral maddeler içinde %23,85 ile *madeni cevherler, kırıntıları ve külleri*, sanayi içinde %11,78 ile *adi metaller ve adi metallere eşyalar* öne çıkmaktadır. Rusya'ya yapılan ihracatta tarımsal ürünler içerisinde %27,1 ile *gıda maddeleri*, mineral maddeler içinde %2,10 ile *mineral yakıtlar, mineral yağlar vd.*, sanayi içinde %18,88 ile *makinalar ve mekanik cihazlar vd.* ilk sırada yer almaktadır. Kazakistan'a yapılan ihracatta tarımsal ürünler içerisinde

%2,60 ile *gıda maddeleri*, mineral maddeler içinde %0,61 ile *mineral yakıtlar, mineral yağlar vd.*, sanayi içinde %34,64 ile *dokumaya elverişli maddeler vd.* öne çıkmaktadır. Kırgızistan'a yapılan ihracatta tarımsal ürünler içerisinde %1,73 ile *gıda maddeleri*, mineral maddeler içinde %0,52 ile *mineral yakıtlar, mineral yağlar vd.*, sanayi içinde %33,44 ile *dokumaya elverişli maddeler vd.* öne çıkmaktadır. Tacikistan'a yapılan ihracatta tarımsal ürünler içerisinde %3,56 ile *tarımsal hammaddeler*, mineral maddeler içinde %0,98 ile *mineral yakıtlar, mineral yağlar vd.*, sanayi içinde %19,03 ile *makinalar ve mekanik cihazlar vd.* öne çıkmaktadır. Özbekistan'a yapılan ihracatta tarımsal ürünler içerisinde %2,56 ile *gıda maddeleri*, mineral maddeler içinde %0,65 ile *mineral yakıtlar, mineral yağlar vd.*, sanayi içinde %43,26 ile *makinalar ve mekanik cihazlar vd.* öne çıkmaktadır. Hindistan'a yapılan ihracatta tarımsal ürünler içerisinde %14,07 ile *gıda maddeleri*, mineral maddeler içinde %11,16 ile *tuz; kükürt; toprak ve taş; siva malz.*, sanayi içinde %22,53 ile *makinalar ve mekanik cihazlar vd.* öne çıkmaktadır. Pakistan'a yapılan ihracatta tarımsal ürünler içerisinde %3,89 ile *gıda maddeleri*, mineral maddeler içinde %2,63 ile *tuz; kükürt; toprak ve taş; siva malz.*, sanayi içinde %30,50 ile *dokumaya elverişli maddeler vd.* ilk sırada yer almaktadır. İran'a yapılan ihracatta tarımsal ürünler içerisinde %18,93 ile *gıda maddeleri*, mineral maddeler içinde %2,72 ile *madeni cevherler, kırıntılı ve külleri*, sanayi içinde %21,05 ile *makinalar ve mekanik cihazlar vd.* öne çıkmaktadır.

Tablo 4, Türkiye'nin ŞİÖ ülkelerinden ithalatının ülke bazlı yoğunlaşma katsayılarını göstermektedir. Tablodan, Türkiye'nin ŞİÖ ülkelerinden ithalatında 2021 yılı GH indeks değerlerine göre ürün çeşitliliğinde birinci sırada Hindistan (32,77), ikinci sırada Çin (38,94), üçüncü sırada İran (42,40), dördüncü sırada Kırgızistan (51,45), beşinci sırada Rusya (53,80), altıncı sırada Kazakistan (59,03), yedinci sırada Özbekistan (66,82), sekizinci sırada Tacikistan (69,67) ve dokuzuncu sırada Pakistan'ın (70,60) yer aldığı anlaşılmaktadır. 2012-2021 döneminde Pakistan'dan yapılan ithalatta ürün çeşitliliğinin giderek azaldığı; İran, Özbekistan, Rusya, Tacikistan ve Hindistan yapılan ithalatta ürün çeşitliliğinin artış gösterdiği; Çin, Kazakistan ve Kırgızistan'dan yapılan ithalatta ürün çeşitliliğinin önemli bir değişiklik göstermediği anlaşılmaktadır.

Tablo 4: Türkiye'nin ŞİÖ Ülkelerinden İthalatının Ülke Bazlı Yoğunlaşma Katsayıları

Ülkeler	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Çin	38,27	39,31	36,95	37,68	42,37	39,02	37,67	37,46	41,73	38,94
Rusya	72,37	70,92	66,43	65,32	58,40	61,58	62,64	65,21	50,67	53,80
Kazakistan	59,50	65,22	58,88	71,40	73,23	75,77	66,50	60,81	60,35	59,03
Kırgızistan	52,83	66,51	59,33	53,38	70,51	70,56	48,12	57,04	46,85	51,45
Tacikistan	84,29	77,52	74,35	81,67	80,54	68,03	78,16	67,42	68,25	69,67
Özbekistan	81,03	76,31	79,55	87,00	66,39	67,25	67,59	70,86	68,08	66,82
Hindistan	46,04	47,83	42,38	37,96	39,72	38,46	42,01	37,50	31,31	32,77
Pakistan	55,44	56,36	59,80	58,90	61,34	71,76	68,01	68,27	74,00	70,60
İran	89,57	86,72	83,85	80,93	76,79	81,84	82,69	61,20	37,26	42,40

Tablo 5, 2012-2021 döneminde Türkiye'nin ŞİÖ ülkelerinden yaptığı ithalatının temel sektöre göre dağılımını göstermektedir. Türkiye'nin ŞİÖ ülkelerinden yaptığı ithalatta sanayi sektörü, Rusya dışında tüm ülkelerde ilk sırada yer almaktadır. 2021 yılı verilerine göre Çin, Tacikistan, Özbekistan, İran ve Pakistan'dan yapılan ithalatta sanayi sektörünün payı %90'ın üzerindeyken Kazakistan'ın %77, Hindistan'ın %76, Kırgızistan'ın %62, Rusya'nın %35'tir. Türkiye'nin Rusya'dan yaptığı ithalatta sanayi sektörünün payı istikrarlı bir şekilde artarken mineral maddeler sektörünün payı azalmıştır. Ayrıca Kazakistan, Kırgızistan, Hindistan'dan yapılan ithalatta sanayi sektörünün payı artış göstermektedir. Ancak Türkiye'nin İran'dan

yaptığı ithalatta sanayi sektörünün payı incelenen dönemde istikrarlı ve ciddi bir şekilde artış göstermiş olup 2012 yılında %10,16'dan 2021 yılında %90,54'e çıkmıştır.

Tablo 5: Türkiye'nin ŞİÖ Ülkelerinden İthalatının Sektörlere Göre Dağılımı (%)

	Sektörler	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ÇİN	Tarımsal Ürün.	0,74	0,71	0,74	0,74	0,52	0,71	1,14	2,02	1,91	1,12
	Mineral Madd.	0,25	0,22	0,24	0,31	0,28	0,61	1,01	0,68	0,32	0,40
	Sanayi	99,02	99,07	99,02	98,95	99,21	98,68	97,85	97,30	97,77	98,48
	Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
RUSYA	Tarımsal Ürün.	7,66	7,15	11,48	10,46	12,26	9,44	9,48	11,31	17,76	14,94
	Mineral Madd.	71,79	70,19	65,73	64,08	56,69	59,51	60,12	63,47	47,44	50,30
	Sanayi	20,55	22,66	22,79	25,46	31,05	31,05	30,41	25,22	34,80	34,76
	Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
KAZAKİSTAN	Tarımsal Ürün.	13,10	3,82	7,83	1,47	3,03	5,44	9,58	6,76	4,03	4,87
	Mineral Madd.	27,41	28,99	36,77	20,76	18,56	14,31	17,51	14,18	15,95	17,97
	Sanayi	59,49	67,19	55,40	77,77	78,41	80,25	72,91	79,06	80,02	77,17
	Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
KIRGIZİSTAN	Tarımsal Ürün.	50,16	68,12	54,89	33,63	15,56	13,86	34,01	51,79	26,09	33,79
	Mineral Madd.	0,00	1,25	0,16	0,00	0,08	1,26	17,77	7,93	6,47	4,38
	Sanayi	49,84	30,63	44,95	66,36	84,36	84,87	48,22	40,28	67,44	61,83
	Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
TACİKİSTAN	Tarımsal Ürün.	0,01	0,29	2,60	0,13	0,14	4,37	0,18	2,02	1,73	1,71
	Mineral Madd.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,02
	Sanayi	99,99	99,71	97,40	99,87	99,86	95,63	99,82	97,98	98,27	98,27
	Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
ÖZBEKİSTAN	Tarımsal Ürün.	3,24	3,98	4,20	4,43	6,30	6,90	2,81	5,30	3,74	1,99
	Mineral Madd.	6,58	8,49	2,82	0,75	0,14	0,46	0,24	0,03	0,01	0,64
	Sanayi	90,19	87,53	92,98	94,82	93,56	92,64	96,96	94,67	96,25	97,37
	Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
HİNDİSTAN	Tarımsal Ürün.	3,04	4,19	5,94	4,05	3,05	3,32	2,51	2,89	3,63	2,02
	Mineral Madd.	42,65	44,91	38,07	31,92	34,18	32,22	38,20	30,76	20,48	22,28
	Sanayi	54,32	50,89	55,99	64,04	62,77	64,46	59,29	66,35	75,89	75,70
	Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
PAKİSTAN	Tarımsal Ürün.	8,20	13,13	15,08	11,11	4,34	7,34	9,22	9,54	6,48	5,84
	Mineral Madd.	1,67	0,54	0,69	0,81	0,93	0,85	0,49	0,52	1,33	2,28
	Sanayi	90,13	86,33	84,24	88,08	94,73	91,82	90,29	89,94	92,19	91,88
	Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
İRAN	Tarımsal Ürün.	0,35	0,90	1,22	0,84	1,04	1,02	0,52	2,96	13,44	6,94
	Mineral Madd.	89,49	86,58	83,67	80,53	76,11	81,56	82,45	59,39	4,84	2,51
	Sanayi	10,16	12,52	15,12	18,63	22,85	17,42	17,03	37,65	81,73	90,54
	Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Tablo 6: Türkiye'nin ŞİÖ Ülkelerine İthalatının Temel Alt Sektörlere Göre Dağılımı (%), (2021)

	SEKTÖRLER	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ÇİN	1-TARIMSAL ÜR.	0,74	0,71	0,74	0,74	0,52	0,71	1,14	2,02	1,91	1,12
	i-Gıda Mad.	0,64	0,59	0,60	0,64	0,44	0,00	1,06	1,71	1,66	0,86
	ii-Tarımsal Ham.	0,09	0,12	0,15	0,10	0,08	0,00	0,08	0,31	0,25	0,26
	2-MİNERAL MA.	0,25	0,22	0,24	0,31	0,28	0,00	1,01	0,68	0,32	0,40
	ii-Mineral Yak. ...	0,01	0,03	0,06	0,16	0,12	0,00	0,60	0,35	0,11	0,23
	iii-Tuz; Kükürt; ...	0,19	0,14	0,14	0,11	0,12	0,00	0,34	0,26	0,15	0,12
	3- SANAYİ	99,02	99,07	99,02	98,95	99,21	0,00	97,85	97,30	97,77	98,48
	ix-Makinalar ...	49,95	52,09	47,83	49,00	56,25	0,00	49,23	48,12	56,59	51,57
	ii-Kimya San. ...	5,71	5,22	6,74	6,35	5,73	0,00	9,79	10,82	9,69	13,74
RUSYA	1-TARIMSAL ÜR.	7,66	7,15	11,48	10,46	12,26	9,44	9,48	11,31	17,76	14,94
	i-Gıda Mad.	7,65	7,14	11,46	10,41	12,19	9,37	9,42	11,26	17,67	14,85
	ii-Tarımsal Ham.	0,01	0,02	0,02	0,05	0,08	0,08	0,05	0,05	0,08	0,08
	2-MİNERAL MA.	71,79	70,19	65,73	64,08	56,69	59,51	60,12	63,47	47,44	50,30
	i-Madeni Cev. ...	0,38	0,44	0,73	0,66	0,95	0,84	0,63	0,40	0,80	0,89
	ii-Mineral Yak. ...	71,41	69,75	65,00	63,43	55,73	58,67	59,44	63,07	46,60	49,35
	3- SANAYİ	20,55	22,66	22,79	25,46	31,05	31,05	30,41	25,22	34,80	34,76
	i-Adi Metaller ...	15,27	16,38	16,59	18,96	22,76	24,03	24,58	20,28	24,94	26,70
	ii-Kimya San. ...	3,03	3,71	3,37	2,94	3,99	3,12	3,22	2,86	3,14	2,88
KAZAKİSTAN	1-TARIMSAL ÜR.	13,10	3,82	7,83	1,47	3,03	5,44	9,58	6,76	4,03	4,87
	i-Gıda Mad.	12,85	3,56	7,57	1,27	2,91	5,35	9,49	6,65	3,94	4,69
	ii-Tarımsal Ham.	0,25	0,27	0,26	0,20	0,12	0,09	0,09	0,11	0,09	0,18
	2-MİNERAL MA.	27,41	28,99	36,77	20,76	18,56	14,31	17,51	14,18	15,95	17,97
	ii-Mineral Yak. ...	27,28	28,93	36,58	20,38	18,45	13,82	16,76	13,72	15,87	17,60
	iii-Tuz; Kükürt; ...	0,13	0,05	0,19	0,37	0,11	0,48	0,74	0,45	0,06	0,35
	3- SANAYİ	59,49	67,19	55,40	77,77	78,41	80,25	72,91	79,06	80,02	77,17
	i-Adi Metaller ...	57,73	65,93	52,96	75,34	76,24	78,75	71,89	73,02	74,03	72,91
	vi-Dokumaya Elv.	0,04	0,06	0,11	0,72	0,77	0,43	0,24	0,70	1,61	2,48
KIRGIZİSTAN	1-TARIMSAL ÜR.	50,16	68,10	54,89	33,63	15,56	13,86	34,01	51,78	26,09	33,77
	i-Gıda Mad.	46,74	64,00	50,66	30,66	14,20	12,51	29,31	49,32	24,29	30,63
	ii-Tarımsal Ham.	3,42	4,11	4,22	2,97	1,36	1,35	4,69	2,46	1,80	3,13
	2-MİNERAL MA.	0,00	1,25	0,16	0,00	0,08	1,26	17,77	7,93	6,47	4,38
	i-Madeni Cev. ...	0,00	1,25	0,16	0,00	0,08	1,26	17,77	7,93	6,46	4,38
	iii-Tuz; Kükürt; ...	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00
	3- SANAYİ	49,84	30,64	44,95	66,36	84,36	84,87	48,22	40,29	67,45	61,85
	vi-Dokumaya Elv.	13,33	7,95	7,14	9,30	9,51	9,49	32,20	27,41	27,61	38,75
	i-Adi Metaller ...	23,79	19,66	34,21	15,27	5,33	6,33	5,78	3,40	2,49	13,51
TACİKİSTAN	1-TARIMSAL ÜR.	0,01	0,29	2,60	0,13	0,14	4,37	0,18	2,02	1,73	1,71
	i-Gıda Mad.	0,00	0,25	2,59	0,05	0,06	4,36	0,17	2,01	1,71	1,60
	ii-Tarımsal Ham.	0,01	0,05	0,01	0,08	0,08	0,00	0,00	0,01	0,01	0,10
	2-MİNERAL MA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,02
	i-Madeni Cev. ...	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,02
	.*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	3- SANAYİ	99,99	99,71	97,40	99,87	99,86	95,63	99,82	97,98	98,27	98,27
	vi-Dokumaya Elv.	14,59	25,08	26,66	18,63	17,94	33,20	22,42	41,41	57,82	60,14
	i-Adi Metaller ...	83,22	73,49	69,37	79,51	78,95	60,00	74,99	53,12	36,09	35,50

*Tacikistan'dan yapılan mineral madde ithalatında sadece madeni cev. ürün grubu yer aldığı için ikinci satır boş bırakılmıştır.

Tablo 6 (Devamı): Türkiye'nin ŞİÖ Ülkelerine İthalatının Temel Alt Sektörlere Göre Dağılımı (%), (2021)

	SEKTÖRLER	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ÖZBEKİSTAN	1-TARIMSAL ÜR.	3,24	3,98	4,20	4,43	6,30	6,90	2,81	5,30	3,74	1,99
	i-Gıda Mad.	3,06	3,83	4,06	4,38	6,24	6,79	2,66	5,20	3,67	1,90
	ii-Tarımsal Ham.	0,17	0,15	0,14	0,06	0,05	0,12	0,15	0,10	0,07	0,08
	2-MİNERAL MA.	6,58	8,49	2,82	0,75	0,14	0,46	0,24	0,03	0,01	0,64
	ii-Mineral Yak. ...	6,58	8,48	2,82	0,73	0,13	0,45	0,16	0,02	0,00	0,40
	iii-Tuz; Kükürt; ...	0,00	0,02	0,00	0,01	0,01	0,01	0,08	0,01	0,01	0,20
	3- SANAYİ	90,19	87,53	92,98	94,82	93,56	92,64	96,96	94,67	96,25	97,37
i-Adi Metaller ...	80,42	75,10	78,68	86,70	63,11	64,25	64,03	67,86	62,85	61,20	
vi-Dokumaya Elv.	7,25	10,43	11,22	5,91	11,53	14,64	16,29	19,08	25,26	27,98	
HİNDİSTAN	1-TARIMSAL ÜR.	3,04	4,19	5,94	4,05	3,05	3,32	2,51	2,89	3,63	2,02
	i-Gıda Mad.	2,55	3,59	5,30	3,06	2,22	2,03	1,68	2,23	2,89	1,63
	ii-Tarımsal Ham.	0,48	0,60	0,65	0,98	0,83	1,30	0,83	0,66	0,74	0,39
	2-MİNERAL MA.	42,65	44,91	38,07	31,92	34,18	32,22	38,20	30,76	20,48	22,28
	ii-Mineral Yak. ...	42,55	44,84	38,00	31,81	34,12	32,13	38,10	29,72	20,39	22,21
	iii-Tuz; Kükürt; ...	0,09	0,08	0,06	0,09	0,06	0,09	0,09	0,06	0,07	0,06
	3- SANAYİ	54,32	50,89	55,99	64,04	62,77	64,46	59,29	66,35	75,89	75,70
i-Adi Metaller ...	5,35	5,05	5,15	6,96	6,45	7,35	11,57	4,50	4,75	25,29	
ii-Kimya San. ...	11,32	9,98	9,94	11,19	10,91	10,60	9,55	12,75	20,22	13,37	
PAKİSTAN	1-TARIMSAL ÜR.	8,20	13,13	15,08	11,11	4,34	7,34	9,22	9,54	6,48	5,84
	i-Gıda Mad.	7,92	12,72	14,71	10,90	4,24	6,88	8,54	8,71	5,69	4,60
	ii-Tarımsal Ham.	0,27	0,41	0,37	0,21	0,10	0,45	0,68	0,83	0,80	1,23
	2-MİNERAL MA.	1,67	0,54	0,69	0,81	0,93	0,85	0,49	0,52	1,33	2,28
	iii-Tuz; Kükürt; ...	0,21	0,54	0,69	0,80	0,87	0,85	0,49	0,52	1,30	2,25
	ii-Mineral Yak. ...	1,46	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,02
	3- SANAYİ	90,13	86,33	84,24	88,08	94,73	91,82	90,29	89,94	92,19	91,88
vi-Dokumaya Elv.	52,81	55,89	61,91	63,40	66,62	77,00	71,80	73,57	78,36	74,57	
iii-Plastikler ...	20,17	18,85	10,60	9,77	8,55	5,34	7,66	8,02	2,51	5,01	
İRAN	1-TARIMSAL ÜR.	0,35	0,90	1,22	0,84	1,04	1,02	0,52	2,96	13,44	6,94
	i-Gıda Mad.	0,25	0,71	1,07	0,70	0,95	0,95	0,49	2,61	11,54	5,50
	ii-Tarımsal Ham.	0,10	0,19	0,14	0,14	0,09	0,07	0,03	0,35	1,89	1,45
	2-MİNERAL MA.	89,49	86,58	83,67	80,53	76,11	81,56	82,45	59,39	4,84	2,51
	ii-Mineral Yak. ...	89,41	86,51	83,56	80,39	75,97	81,44	82,33	59,09	4,42	2,24
	iii-Tuz; Kükürt; ...	0,05	0,05	0,05	0,13	0,13	0,11	0,12	0,21	0,40	0,20
	3- SANAYİ	10,16	12,52	15,12	18,63	22,85	17,42	17,03	37,65	81,73	90,54
i-Adi Metaller ...	3,97	3,95	5,08	6,11	9,77	6,54	6,82	21,56	38,58	48,19	
iii-Plastikler ...	3,96	5,08	5,20	7,69	8,73	6,63	6,33	6,39	20,70	27,73	

Tablo 6, Türkiye'nin ŞİÖ ülkelerinden yaptığı ithalatın temel alt sektörler göre dağılımını göstermektedir. 2021 yılı itibariyle Çin'den yapılan ithalatta tarımsal ürünler içerisinde %0,86 ile *gıda maddeleri*, mineral maddeler içinde %0,23 ile *mineral yakıtlar, mineral yağlar vd.*, sanayi içinde %51,57 ile *makinalar ve mekanik cihazlar vd.* öne çıkmaktadır. Rusya'dan yapılan ithalatta tarımsal ürünler içerisinde %14,85 ile *gıda maddeleri*, mineral maddeler içinde %49,35 ile *mineral yakıtlar, mineral yağlar vd.*, sanayi içinde %26,70 ile *adi metaller ve adi metallerden eşya* ilk sırada yer almaktadır. Kazakistan'dan yapılan ithalatta tarımsal ürünler içerisinde %4,69 ile *gıda maddeleri*, mineral maddeler içinde %17,60 ile *mineral yakıtlar, mineral yağlar vd.*, sanayi içinde %72,91 ile *adi metaller ve adi metallerden eşya* öne çıkmaktadır. Kırgızistan'dan yapılan ithalatta tarımsal ürünler içerisinde %30,63 ile *gıda maddeleri*, mineral maddeler içinde %4,38 ile *madeni cevherler, kırıntıları ve külleri*, sanayi içinde %38,75 ile *dokumaya elverişli maddeler vd.* önde gelmektedir. Tacikistan'a yapılan ithalatta tarımsal ürünler içerisinde %1,60 ile *gıda maddeleri*, mineral maddeler içinde %0,02

ile *madeni cevherler, kırıntıları ve külleri*, sanayi içinde %60,14 ile *dokumaya elverişli maddeler vd.* öne çıkmaktadır. Özbekistan'dan yapılan ithalatta tarımsal ürünler içerisinde %1,90 ile *gıda maddeleri*, mineral maddeler içinde %0,40 ile *mineral yakıtlar, mineral yağlar vd.*, sanayi içinde %61,20 ile *adi metaller ve adi metallerden eşya* ilk sırada yer almaktadır. Hindistan'dan yapılan ithalatta tarımsal ürünler içerisinde %1,63 ile *gıda maddeleri*, mineral maddeler içinde %22,21 ile *mineral yakıtlar, mineral yağlar vd.*, sanayi içinde %25,29 ile *adi metaller ve adi metallerden eşyalar* öne çıkmaktadır. Pakistan'dan yapılan ithalatta tarımsal ürünler içerisinde %4,60 ile *gıda maddeleri*, mineral maddeler içinde %2,25 ile *tuz; kükürt; toprak ve taş; siva malz.*, sanayi içinde %74,57 ile *dokumaya elverişli maddeler vd.* önde gelmektedir. İran'dan yapılan ithalatta tarımsal ürünler içerisinde %5,50 ile *gıda maddeleri*, mineral maddeler içinde %2,24 ile *mineral yakıtlar, mineral yağlar vd.*, sanayi içinde %48,19 ile *adi metaller ve adi metallerden eşyalar* ilk sırada yer almaktadır.

5. Sonuç

Hızlanan küreselleşme ve ticari entegrasyonlar nedeniyle küresel piyasalarda rekabet giderek artmaktadır. Küresel ekonomik sistem içerisinde ekonomik gücünü arttırmak ve rekabetçi olmak isteyen ülkeler dış ticarete ürün ve pazar (ülke/ülke grupları) bazında çeşitlenmeye yönelmektedirler. Dış ticarete istikrarı yakalamak ve sürdürülebilirliği sağlamak açısından ihracat ve ithalatta, ürün ve pazar çeşitliliği büyük önem arz etmektedir.

2012-2021 dönemini kapsayan bu çalışmada GH İndeksi kullanılarak Türkiye'nin ŞİÖ ülkelerine dış ticarete yoğunlaşma dereceleri hesaplanmıştır. Türkiye'nin ŞİÖ ülkelerine ihracatında hesaplanan ülke bazlı yoğunlaşma katsayısı değerleri 2012-2021 yılları arasında İran ve Çin için ciddi olarak azalış göstermekte (başka bir ifadeyle ürün çeşitliliği artmakta), Rusya, Tacikistan ve Hindistan için katsayı değerleri küçük artış ve azalışlar göstermekle birlikte dönemin sonunda azalmaktadır. Ancak Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Pakistan için hesaplanan yoğunlaşma katsayı değerleri artış göstermektedir (başka bir ifadeyle ürün çeşitliliği azalmaktadır). Hesaplanan indeks değerleri 2012-2021 döneminde İran ve Çin'in ihracatta ürün çeşitlendirmesini çok iyi gerçekleştirdiğini; Rusya, Tacikistan ve Hindistan'ın ihracatta ürün çeşitliliğinin dönemin sonunda artmakla birlikte çok değişmediğini ve Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan ve Pakistan'a yapılan ihracatta ürün çeşitliliğini başaramadığını göstermektedir. Türkiye'nin İran, Hindistan, Özbekistan, Tacikistan ve Rusya'dan yaptığı ithalatta ürün çeşitliliğini arttırmakta oldukça başarılı olduğunu; Çin, Kazakistan, Kırgızistan'dan yapılan ithalatta indeks değerlerinin küçük artış ve azalışlar göstermekle birlikte ürün çeşitliliğinde istikrarlı olmasına karşın Pakistan'dan yapılan ithalatta ürün çeşitliliğinin giderek ciddi olarak azaldığını göstermektedir.

2021 yılı verilerine göre Çin, Rusya ve İran dışında kalan Kazakistan, Kırgızistan, Tacikistan, Özbekistan, Hindistan ve Pakistan ülkelerine yapılan ihracatta sanayi sektörünün payı ise %90'ın üzerindedir. Türkiye'den ŞİÖ ülkelerine yapılan ihracatta makinalar ve mekanik cihazlar sektörü öne çıkmaktadır. Türkiye, sanayi sektörü ihracatında Rusya ve özellikle İran pazarındaki rekabet üstünlüğünü kaybediyor görünmektedir. ABD'nin, Rusya ve İran'a karşı uyguladığı yaptırımlar karşısında Türkiye'nin ABD, Rusya ve İran arasında dengeli bir politik yaklaşım içinde olmasının Türkiye'nin lehine olacağı düşünülmektedir. Türkiye'nin ŞİÖ ülkelerinden yaptığı ithalatta ise Rusya dışındaki ŞİÖ ülkelerinde sanayi sektörünün payı ilk sırada yer almaktadır. Türkiye'nin Çin, Tacikistan, Özbekistan, İran ve Pakistan'dan yaptığı ithalatta sanayi sektörünün payı %90'ın üzerindedir. Rusya'dan yapılan ithalatta mineral maddeler sektörünün payı azalmasına rağmen ilk sırada yer almaktadır. Ayrıca Kazakistan,

Kırgızistan, Hindistan'dan yapılan ithalatta sanayi sektörünün payı artış gösterirken Türkiye'nin İran'dan yaptığı ithalatta sanayi sektörünün payı yaklaşık %91'dir. Türkiye'nin ŞİÖ ülkelerinden yaptığı ithalata ise adi metaller ve adi metallerden eşyalar sektörü öne çıkmaktadır. Türkiye'nin ithalat ve ihracat pazarlarını çeşitlendirilmesi dış şokları önleme, risk ve istikrarsızlığın engellenmesi ve ekonomik büyümede istikrarın sağlanması bakımından büyük önem arz etmektedir.

Trade Map 2021 yılı verilerine göre Türkiye toplam ihracatının %47,96'sını AB-28'e yaparken ithalatının %33,55'ini ise AB-28'den yapmaktadır. Türkiye'nin ŞİÖ ülkeleri ile dış ticaretinde ürün çeşitlenmesi açısından olumlu işaretler olmasına rağmen, ihracat ve ithalat yapılan ülkelerin toplam dış ticaretteki payları incelendiğinde, ŞİÖ ülkelerinden en büyük orana sahip üç ülkenin [Rusya (10.)-Çin (17.)-İran (21.); ithalatında Çin (1.), Rusya (2.) ve Hindistan (7.)] Türkiye'nin toplam ihracatından %5,42, ithalatından %25,47 pay aldığı görülmektedir. Bu bulgu, Türkiye'nin ithalatında önemli bir yere sahip olan AB-28 pazarına karşı ŞİÖ'nün, iyi bir alternatif ve güçlü bir rakip olarak küresel piyasalarda var olduğunu düşündürmektedir. Ayrıca Çin'in Türkiye'nin ihracatında ve özellikle de ithalatında büyük öneme sahip olması nedeniyle ticari ilişkilerde çatışmadan uzak, uzlaşmacı bir yaklaşım içinde olmanın daha doğru olacağı düşünülmektedir. Türkiye'nin ŞİÖ'ye üyeliği ülkenin lehine sonuçlanabilir.

Kaynakça

- Abdullah, E. (2019), Küresel Sistemde Çok Kutupluluk ve Şangay İşbirliği Örgütü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Alberto, G. (2012), "The legitimacy of the Shanghai Cooperation Organization", https://www.academia.edu/4395552/The_legitimacy_of_the_Shanghai_Cooperation_Organization, (Erişim: 06.12.2022).
- Al-Qahtani, M. (2006), "The Shanghai Cooperation Organization and Law of International Organizations", *Chinese Journal of International Law*, Vol. 5, No.1: 129–147.
- Aydın, A. (2016), "Küresel Mücadele Politikaları: Orta Asya'da Rusya, ABD ve Çin", *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, C. 6, S. 13: 1-11.
- Aydiner, M. (2018), "Export Diversification And Extensive Margin-Intensive Margin / İhracatta Çeşitlendirme ve Yaygın Ticaret-Yoğun Ticaret", *Current Debates in Economics*, Vol. 18, (Ed. A. Cebeci, E. Torres, H. G. Beken), IJOPEC Publication No: 2018/09: Londra: 91-100.
- Aydoğan, S. (2021), "Rusya ve Çin'i Şangay İşbirliği Örgütü'nün Oluşumuna Götüren Sebepleri", *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C. 22, S. 3: 135-149.
- Ayrancı, E. (2009), "Türkiye'nin Ekonomik Açından Küreselleşmesinin Yoğunlaşma Vasıtasıyla Ölçülmesi ve Konu Hakkında Bir Araştırma", *Anadolu Bil Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, C. 16: 50-64.
- Azgün, S.; Takım, A. (2015), "Türkiye'nin Dış Ticaretinde Mal ve Ülke Yoğunlaşması", <https://ulk.ist/media/kitap/II-UKODTLK/turkiyenin-dis-ticaretinde-mal-ve-ulke-yogunlasmasi.pdf>, (Erişim: 26.12.2022).
- Bashimov, G. (2020), "İhracatta Ürün Çeşitlendirme ve Yoğunlaşma Analizi: Baltık Ülkeleri Örneği", *Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C. 10, S. 21: 45-53.
- Bashimov, G. (2017), "Dış Ticarete Ürün Bakımından Yoğunlaşma: Orta Asya Ülkeleri Örneği". *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C. 7, S. 12: 37-50.
- Boğa, Y. (2021), "TRADEATLAS: Hedef Pazar Tespiti ve TRADE MAP Kullanım Kılavuzu", <https://www.tradeatlas.com/tr/download/hedef-pazar-tespiti-ve-trademap-kullan%C4%B1m-kilavuzu>, (Erişim: 08.12.2022).
- Contessi, N. P. (2016), "Central Asia in Asia: Charting Growing Trans-Regional Linkages", *Journal of Eurasian Studies*, Vol. 7, No. 1: 3-13.
- Çimen, Z. (2022), "Türkiye ve BRICS Ülkeleri Üzerine Sektörel Bir Yoğunlaşma ve İhracat Benzerliği Analizi", Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Şahin, S.; Çukuryurt, Y. (2022), "İhracatta Ürün Çeşitlendirme ve Yoğunlaşma Analizi: Rusya Örneği (2001-2020)", *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C. 11, S. 1: 26-51.
- Demir, M. (2021), "Avrasya'nın Kalbi Orta Asya: Jeopolitika ve Bölge Sorunları Üzerine Bir Bakış", <https://www.stratejikortak.com/2021/06/avrasyanın-kalbi-orta-asya-jeopolitika-ve-bolge-sorunlari-uzerine-bir-bakis.html>, (Erişim: 06.12.2022).
- Eren, E. (2017), "Şangay İşbirliği Örgütü Ve Türk Dış Politikasında Gelecek Perspektifi", *Strategic Public Management Journal*, Vol. 3, No. 5: 77-94.
- Ergün, N. (1991), "Mal ve Ülke Çeşitliliği Açısından İhracattaki Yapısal Değişim", DPT Uzmanlık Tezi, Yayın No: DPT:2282 - İPGM:430, Ankara.
- Erkan, B.; Sunay, Z. F. (2016), "Türkiye'nin İhracatının Yoğunlaşma Perspektifinde Analizi", *İnsan ve Toplum, Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, C. 5, S. 7: 1823-1842.
- Frost, A. (2009). "The Collective Security Treaty Organization the Shanghai Cooperation Organization and Russia's Strategic Goals in Central Asia", *China & Eurasia Forum Quarterly*, Vol. 7, No. 3: 83-102.
- Hepaktan, C. (2017), "Şangay İşbirliği Örgütü (ŞİÖ) Ve Türkiye'nin ŞİÖ İle Gerçekleştirdiği Dış Ticaretin Analizi", *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C. 15, S. 4: 395-410.

Hirschman, A. D. (1945), "National Power and Structure of Foreign Trade", <https://dspace.gipe.ac.in/xmlui/bitstream/handle/10973/29303/GIPE-026809.pdf?sequence=2&isAllowed=y>, (Erişim: 25.06.2022).

INSAMER, <https://www.insamer.com/tr/sanghay-isbirligi-orgutu.html>, (Erişim: 07.12.2022).

Işık, N. (2016), "Türkiye ile Şanghay İşbirliği Örgütü Arasındaki Ticaret Akımlarının Panel Çekim Modeli İle Tahmini", *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, C. 17: 151-174.

İstikbal, D. (2022), "Küresel Yönetişim ve Şanghay İşbirliği Örgütü", <https://kriterdergi.com/dosya-kuresel-ekonomideki-donusum/kuresel-yonetisim-ve-sanghay-isbirligi-orgutu>, (Erişim: 07.12.2022).

Kaya, M.; Aydemir, C. (2011), "Küreselleşmenin Tarihsel Gelişimi", *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C. 1, S. 1: 14-36.

Kösekahyaoğlu, L (2007), "Türkiye Dış Ticaretinde Ürün ve Ülke Bazında Yoğunlaşma: 1980–2005 Dönemi Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz", *I.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, No: 36: 15-34.

Joobani, H. A. (2013), "The Shanghai Cooperation Organization in Light of Organization Theory", <https://www.e-ir.info/pdf/33718>, (Erişim: 06.12.2022).

Mere, M.; Göksu, S. (2022), "Türkiye Açısından Şanghay İşbirliği Örgütü Avrupa Birliğinin Alternatifi Olabilir Mi? Panel Çekim Modeli Yaklaşımı ile Analizi", *Ekonomi Maliye İşletme Dergisi*, C.5, S. 1: 89-103.

Örmeci, O.; Kısacık, S. (2021), "Şanghay İşbirliği Örgütü'nün Enerji Güvenliği Politikaları Çerçevesinde Çin-Rusya İlişkilerini Anlamak", *İstanbul Kent Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, C. 2, S. 1: 1-24.

Öz, E.; Erasa, İ. (2013), "Avrupa Birliği'ne Alternatif Şanghay İşbirliği Örgütü ve Türkiye İlişkisi", *Gümrük & Ticaret Dergisi*, S. 1: 35-48.

Özalp, M. (2019), "Türkiye'nin Şanghay İşbirliği Örgütü'ne Olası Üyeliğinin Avrasya Politikasına Etkileri", *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, C. 8, S. 4: 3439-3469.

Özkardeş, L. (2016), "2008 Krizinin Türkiye'nin İhracat Ürünleri ve Pazar Konfigürasyonuna Etkisi", *Gümrük ve Ticaret Dergisi*, S. 8: 30-37.

Reddy, S. (2018), "The Growing BRICS Economies: An INET Series", <https://www.ineteconomics.org/perspectives/blog/the-growing-brics-economies-an-inet-series>, (Erişim: 05.12.2022).

Saraçoğlu, D. Ş. (2017), "Çin Halk Cumhuriyeti ile Türkiye Arasında Dış Ticaretin Gelişimi ve Türkiye'de İmalat Sanayinde Sektörel İstihdama Etkisi", *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, C. 72, S. 1: 151-182.

Sarıçoban, K.; Kösekahyaoğlu, L. (2017), "Ticaret Sonrası Verilerle Rekabet Gücünün Ölçülmesinde Kullanılan İndeksler Üzerine Bir Literatür Taraması", *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, C. 5, S. 47: 424-444.

Seymen, D.; Bilici, Ö.; Şanlısoy, S. (2009), "Türk Dış Ticaretinin Yönü Dış Ticaret Politikası Perspektifinden Bir Değerlendirme", <https://silo.tips/download/trk-d-ticareti-nin-yn-d-ticaret-politikas-perspektifinden-bir-deerlendirme>, (Erişim: 26.02.2023).

Soyyığıt, S.; Doğan, S. (2019), "Türkiye'nin Avrupa Birliği Ülkeleri ile Dış Ticaretinin Yapısal Analizi: Artan Rekabet Mi Yoksa Yoğunlaşma Mı?", *Journal of Management and Economics Research*, C. 17, S. 3: 164-180.

T.C. Dışişleri Bakanlığı, "Şanghay İşbirliği Teşkilatı (ŞİÖ)", <https://www.mfa.gov.tr/sanghay-isbirligi-orgutu.tr.mfa>, (Erişim: 08.12.2022).

Togan, S. (1994), *Foreign Trade Regime and Trade Liberalization in Turkey During the 1980s*, Aldershot, Brookfield: Avebury.

Trade Map,
https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c792%7c%7c%7c7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1, (Erişim: 17.11.2022).

Tunalı, D.; Aytekin, A., (2017), "Türkiye'nin Dış Ticaretinin Kümeleme Analizi İncelemesi", Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, C. 12, S. 3: 103-114.

Yavuz Çil, N. (2000), "Türkiye'nin Dış Ticaretinin Mallar ve Ülkeler Açısından Konsantrasyon Analizi (1975-1998)", Çimento İşveren Dergisi, C. 14, S. 5: 3-12.

Yıldız, R.; Delice, G. (2001), "1990 Sonrasında Türkiye İhracatındaki Yapısal Değişimler Üzerine Gözlemler", Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi Dergisi, C. 2, S. 2: 101-127.

Extended Summary

Country Based Concentration (Diversification) Analysis in Turkey's Foreign Trade: Shanghai Cooperation Organization


In an environment of increasing global competition, Turkey has turned to diversity in the countries with which it has commercial relations and became a dialogue partner of the Shanghai Cooperation Organization (SCO) in 2012. Russia and China played an active role in the establishment of the "Shanghai Five" in 1996, with Kazakhstan, Kyrgyzstan and Tajikistan coming together to ensure peace and security and encourage cooperation in the Eurasian region, which is rich in energy resources (Örmeci and Kisacık, 2021:5). This quintet is basically a formation that develops relations between China and Russia, and reveals a new global outlook based on Decontamination and cooperation, enhancing security in the region and based on mutual trust (Al-Qahtani, 2006: 129). The Five is an intergovernmental organization located in Eurasia, and its main purpose is to resolve border disputes between the former states of Russia and China (Alberto, 2012: 2). With the participation of Uzbekistan in 2001, the five members, which had 6 members, turned into the SCO. While Russia wants dominance in Eurasia after the collapse of the USSR, China, which wants to compete with the only global power, the USA, with its fast-growing economy, wants to exist in the region rich in energy resources (Ayдын, 2015: 1-2). With the numerical and geographical expansion of the SCO, it has increased its awareness in the global system (Aydoğan, 2021: 147). Mongolia was granted observer status in 2004, Iran, Pakistan, and India in 2005, and dialogue partner status to Belarus and Sri Lanka. Afghanistan and Turkey gained the status of observer countries and dialogue partners in 2012. With the status of observer and dialogue partner, the SCO moves away from the appearance of China-Russia cooperation against the USA and displays an appearance that spreads across the continent. The organization appears to be a reflection of China's economic growth today. Pakistan and India joined the organization in 2017, and Iran in 2021, which has geo-strategic, political and economic effects. Today, the organization has a large part of its lands in Eurasia with an area of approximately 36 million km and an economic size of 22.5 million dollars in the world economy with a population of 3.3 billion (Joobani, 2013: 1-2; INSAMER). The organization, whose reason for its emergence was to ensure peace and security in the region, also plays an important role in political, cultural, and economic cooperation. In this direction, the SCO, with its dialogue partner and observer countries, is growing.


The aim of the study is to measure product-based concentration (diversification) in Turkey's foreign trade based on SCO member Russia, China, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Tajikistan, Uzbekistan, Pakistan, India and Iran. In the study, the Gini-Hirschman (GH) Index, which shows the intensity (diversity) of a country's trade with another country and country group, based on products and sectors, was used. The study covers the period of 2012-2021 and the data used were obtained from the Trade Map database of the International Trade Center. The findings of the study are quite successful in increasing the product diversity of Turkey in export, in Iran and China; it shows that it was not very successful in Russia, Tajikistan and India and failed in Kazakhstan, Kyrgyzstan, Uzbekistan and Pakistan. Turkey's imports from Iran, India, Uzbekistan, Tajikistan, and Russia have seriously increased the product variety; it shows that the product variety in imports from China, Kazakhstan and Kyrgyzstan has not changed and that the product variety in imports from Pakistan has decreased seriously.

According to the data of 2021, the share of the industrial sector in exports to Kazakhstan, Kyrgyzstan, Tajikistan, Uzbekistan, India, and Pakistan other than China, Russia and Iran is over 90%. Machinery and mechanical devices sector stand out in exports from Turkey to SCO countries. Turkey seems to be losing its competitive advantage in the export of the industrial sector in Russia and especially in Iran. It is thought that Turkey's balanced political approach between the USA, Russia and Iran will be in favor of Turkey in the face of the sanctions imposed by the USA against Russia and Iran. In Turkey's imports from SCO countries, the share of the industrial sector is in the first place in SCO countries other than Russia. The share of the industrial sector in Turkey's imports from China, Tajikistan, Uzbekistan, Iran, and Pakistan is over 90%. Despite the decrease in the share of the mineral substances sector in imports from Russia, it ranks first. In addition, while the share of the industrial sector in imports from Kazakhstan, Kyrgyzstan and India has increased, the share of the industrial sector in Turkey's imports from Iran is approximately 91%. On the other hand, base metals and articles made of base metals are prominent in Turkey's imports from SCO countries. Diversification of Turkey's import and export markets is of great importance in terms of preventing external shocks, preventing risk and instability, and ensuring stability in economic growth.

According to Trade Map 2021 data, while 47.96% of Turkey's total exports are to the EU-28, 33.55% of its imports are from the EU-28. Although there are positive signs in terms of product diversification in Turkey's foreign trade with SCO countries, when the shares of export and import countries in total foreign trade are analyzed, the three countries with the highest ratio among SCO countries [Russia (10th)-China (17th)-Iran (21.); it is seen that China (1st), Russia (2nd) and India (7th)] has a 5.42% share in Turkey's total exports and a 25.47% share in its imports. This finding suggests that the SCO exists in global markets as a good alternative and a strong competitor to the EU-28 market, which has an important place in Turkey's imports. In addition, since China has a great importance in Turkey's exports and especially in imports, it is thought that it would be more accurate to take a conciliatory approach away from conflict in commercial relations. Turkey's membership to the SCO may result in the country's favor.

Hayır Kurumu Ürünlerine Yönelik İstediyin Kadar Öde Fiyatlandırma Stratejisi ile Özgeçililik İlişkisi*

Esra Koç¹ 

Meltem Erdoğan² 

Hayır Kurumu Ürünlerine Yönelik İstediyin Kadar Öde Fiyatlandırma Stratejisi ile Özgeçililik İlişkisi	The Relationship between Pay What You Want Pricing Strategy and Altruism for Charitable Products
Öz Bu çalışmanın amacı, istediğın kadar öde (PWYW) fiyatlandırma stratejisini kullanarak, X, Y ve Z kuşakları açısından duygusal ve rasyonel mesajlarla hayır kurumu (LÖSEV) ürünlerinin satın alınmasında "özgeçililik" etkisini incelemektir. Analiz için gerekli olan veriler, tesadüfi örnekleme yöntemi ile Türkiye'nin çeşitli illerinde yaşayan X, Y ve Z kuşağına ait 1135 kişiden çevrimiçi ve yüz yüze anket yöntemi ile elde edilmiştir. Araştırma kapsamında geliştirilen hipotezler t-testi, DFA ve YEM analiziyle test edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre bireylerin PWYW durumunda duygusal ve rasyonel mesajlar aracılığıyla daha fazla ödemelerde bulunduğu ve özgeçililik motivasyonlarından sadece mutluluk faktörünün PWYW üzerinde anlamlı bir etki bulunmuştur.	Abstract The purpose of this work is, by using the pay what you want (PWYW) pricing strategy, to examine the "altruism" effect on purchasing charity (LÖSEV) products through emotional and rational messages from the perspective of generations X, Y and Z. The data required for the analysis was obtained using a random trial method through 1135 users from X, Y and Z generations living in various provinces of Turkey with a face-to-face survey method. Hypotheses within the scope of the research were tested with t-test, CFA and SEM analysis. According to the results obtained, individuals pay more through emotional and rational messages in the case of PWYW, and only the happiness factor has an effect on PWYW from altruism motivations.
Anahtar Kelimeler: İstediyin Kadar Öde (PWYW), Özgeçililik, Rasyonel Birey, Duygusal Mesaj, Rasyonel Mesaj	Keywords: Pay What You Want (PWYW), Altruism, Rational Person, Emotional Messages, Rational Messages
JEL Kodları: D01, D91, D64	JEL Codes: D01, D91, D64
Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı	Bu çalışma 24.02.2022 ve 256768 sayılı Anadolu Üniversitesi Bilimsel Araştırma Yayın Etiği Kurulu Onay Belgesi ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmıştır.
Yazarların Makaleye Olan Katkıları	Yazar 1'in makaleye katkısı %50, Yazar 2'nin makaleye katkısı %50'dir.
Çıkar Beyanı	Yazarlar açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.

* Bu çalışma Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı'nda Doç. Dr. Meltem Erdoğan danışmanlığında Esra KOÇ tarafından yazılan "Özgeçililiğın Hayır Kurumu Ürünlerine Yönelik İstediyin Kadar Öde Fiyatlandırma Stratejisi Üzerindeki Etkisi" başlıklı doktora tezinden ve Anadolu Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Komisyonu tarafından desteklenen 2203S058 numaralı projeden türetilmiştir.

¹ Anadolu Üniversitesi, esrakoc93@icloud.com

² Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, melteme@anadolu.edu.tr

1. Giriş

İstedğin Kadar Öde (PWYW), bir ürünün (mal veya hizmetin) fiyatını satıcının değil alıcının belirlediği bir fiyatlandırma yaklaşımıdır. Alıcı, sıfırın üzerinde veya sıfıra eşit bir fiyat belirlemekte ve satıcı, alıcının bu teklifini kabul etmek zorundadır (Kim vd., 2009). PWYW fiyatlandırma yaklaşımı, özellikle hizmetler (restoranlar, hayvanat bahçeleri, müzeler) ve dijital ürünler (video oyunu ve müzik indirmeleri) için gerçek dünya uygulamalarında giderek daha popüler hale gelmektedir. Ayrıca iktisat ve pazarlama akademisyenleri bu yeni fiyatlandırma kavramını daha iyi anlamak için araştırmalar yürütmektedirler (Gneezy vd., 2012, Jang ve Chu, 2012, Kim vd., 2009).

Bazı araştırmacılar, PWYW ödemelerinde müşterileri yönlendiren motivasyonlarının neler olduğuyla ilgili araştırmalar yapmıştır (Kim vd., 2009; Marett vd., 2012; Kunter 2015). Bu araştırmalar neticesinde PWYW fiyatlamasında tüketicileri etkileyen faktörler olarak fiyat bilinci ve gelir (Kim vd., 2009; Marrett vd., 2012), adalet, bağlılık, fedakârlık, müşteri memnuniyeti (Kim vd., 2009; Kunter 2015; Marrett vd., 2012), cömertlik (Regner, 2015) ve alıcı ve satıcı arasındaki samimiyet (Gravert, 2017) olarak bulunmuştur. Ancak şimdiye kadar PWYW fiyatlandırması, özgecilik dürtülerinin sosyal yardım gibi faaliyetlerde nasıl etkilediğine dair geniş bir araştırma yapılmamıştır.

Özgecilik, bireylerin kendi çıkarını düşünmeden, başka birine yardım etmesi veya kendinden bir şeyler kaybetmeyi göze alarak başkasının faydasını artıracak şekilde davranması olarak tanımlanabilir (Çetin, 2019, s. 5). Ana akım iktisada göre bireyler kendi çıkarını düşünen bencil kişilerdir ve bu yüzden her zaman rasyonel davranışlar sergilemektedirler. Buna karşın davranışsal iktisat psikoloji ve diğer birçok bilimden aldığı yardımla bireylerin her zaman bencil olmadığı başkalarını düşünerek hareket ettiğini ve bu nedenle sınırlı rasyonel olduğunu savunmaktadırlar. Bu sebeple bireylerin neden sınırlı rasyonel davrandığını açıklayan kavramlardan biride, başkasının çıkarını düşünen, özgecilik kavramıdır. Sosyoloji kökenli olan bu kavram, bireylerin davranışlarına yansımada mutluluk, empati, inanç ile itibar ve gösteriş etkisi önemli birer dürtü olarak görülmektedir.

Bireylerin davranışlarını etkileyen bir diğer önemli faktör reklamlardır. Reklamlar, ürün veya hizmetlerin satışını sağlamak amacıyla kullanılmasının yanı sıra bir örgüt veya fikri içeren mesajlarla, bir iletişim formu olarak kullanılmaktadır (Odabaşı ve Barış, 2007). Şirketler ve kuruluşlar büyük pazar ve endüstri rekabetini görmezden gelmeyi giderek daha zor bulmaktadır. Bu nedenle sürekli olarak artan rekabetle mücadelelerde şirketler ve kuruluşlar reklam içeriğiyle tüketicilere ulaşmak ve böylece rekabet avantajlarını yaratmak için reklam uyarlamak zorundadırlar. Rekabet avantajları, sadık müşterileri elde tutmanın ve yeni müşteriler yaratmanın önemli bir parçasıdır (Breda vd., 2008). Rekabet ticari şirketler arasında olduğu kadar kar amacı gütmeyen kuruluşlar arasında da geçerlidir (Dolnicar ve Lazarevski, 2009). Reklamların bir ürün, hizmet, örgüt veya bir fikre ait mesajlar şeklinde kullanılması, bireylerin belli bir yönde duygu, düşünce ve davranışlarını ürün ve marka lehine etkilemek üzere yapılmaktadır. Bu noktada işletmeler tüketicileri etkilemek için reklam çekiciliğini kullanmaktadır. Reklam çekiciliği, bir tüketicinin reklam mesajlarını gördükten sonra istek ve ihtiyaçları ile ürün arasında bağ kurup satın almaya teşvik edilme çabası olarak ifade edilir (Bovee, vd., 1995, s. 232). Reklamlarda kullanılan çekicilikler insanların duygu, düşünce ve davranışlarını etkileyecek şekilde reklamın konusuna göre hazırlanmaktadır (Elden ve Bakır, 2010). Konusuna göre oluşturulan çekicilik türlerinden, en çok rasyonel ve duygusal mesaj çekicilikleri kullanılmaktadır (Belch ve Belch, 2007). Reklamlarda kullanılan rasyonel mesajlar,

bireylerin marka algılarını şekillendirmek için bilgi ve mantıksal argümanlara dayanırken, duygusal mesajlar duygu ve görüntülere dayanarak tüketicileri etkilemeye çalışılır (Panda vd., 2013, s. 18). Duygusal mesajlar genellikle sıcak hisler ifade etmekte ve olumlu marka tutumu oluşturmaktadır ancak duygusal mesajlar az bilgi barındırdığından tüketiciler doğru bilgilendirilememektedir. Doğru bilgilendirilemeyen tüketici, ürün ve hizmet yönelik risk algısı azaltılamamakta bu da tüketicinin satın alma davranışını kısıtlayabilmektedir (Chandy vd, 2001). Buna karşın rasyonel mesajların ise içerik kullanımı, bilgilendirici olma eğilimindedir. Örneğin bu reklamlarda kalite, ekonomiklik, konfor, dayanıklılık, performans, kullanılabilirlik, vb. (Belch ve Belch, 2012) ile ürün ve hizmet fiyatı, marka ismi, istatistiksel araştırma sonuçları gibi verilerden faydalanılmakta (Main vd., 2004) ve bu sayede mantıklı bilgiler aracılığıyla hedef kitle motive edilmeye çalışılmaktadır. Sonuç olarak literatürdeki çalışmalara göre rasyonel mesajlar duygusal mesajlardan daha fazla tüketicileri ikna etme gücüne sahiptir.

Tüketicilerin satın alma davranışları yaşadıkları zaman diliminin sosyal, kültürel ve tarihsel olaylarına bağlı olarak tüketim alışkanlıklarını şekillendirmekte (Sarı ve Harta, 2018) ve buna bağlı olarak istek ve arzuları da sürekli değişmektedir. Bu nedenle belli aralıktaki yaş gruplarına ait kuşaklar oluşmuş ve aynı kuşaktaki bireylerin benzer iktisadi davranışları söz konusudur. Örneğin genel olarak ebeveynlerden oluşan X kuşağı, gençlerden farklı ürün ve hizmetlere ihtiyaç duymakta ve talep etmektedirler. Y kuşağı satın alma davranışlarına bakıldığında, dönemin gelişmiş teknolojilerine paralel olarak çevrimiçi alışverişi alışkanlık haline getiren bir kuşaktır. Z kuşağı ise, sosyal medyayı aktif şekilde kullanmakta ve bundan dolayı modayı yakinen takip ederek imaja dayanan tüketime yönelmektedir (Altuntuğ, 2012, s. 208-210). Sonuç olarak her bir kuşağın farklı ihtiyaç ve istekleri söz konusudur.

Sonuç olarak özgecilik, duygusal ve rasyonel mesajlar ile kuşak farkının her biri, tüketici satın alma davranışlarını etkilemekte ve şekillendirmektedir. Farklı sektörlerde kullanılan PWYW fiyatlama stratejisinin, hayır kurumu ürünlerinin satışında kullanılması durumunda rasyonel ve duygusal mesajlar özelinde bir etkisi var mı ya da hangi mesaj iletişimi daha etkilidir, kuşak farkının bir etkisi var mı ve ayrıca özgecilik faktörlerinden olan empati, inanç, sosyal etki faktörü ile mutluluk etkilerinin ne olduğuyla ilgili sorulara verilecek cevaplar, PWYW fiyatlama stratejisinin hayır kurumu ürünlerine yönelik neden başarılı olduğunu açıklayacağı düşünülmektedir. Ayrıca PWYW fiyatlama stratejisinde bireylerin neden sınırlı rasyonel olduğunu, kuşak kavramı, özgecilik dürtüleri ve duygusal ve rasyonel mesaj motivasyonları yardımıyla açıklanacağı düşünülmektedir.

Bu bağlamda çalışmanın asıl amacı, X, Y ve Z kuşağının PWYW fiyatlanma durumunda, LÖSEV ürünleri arasında belirlenen bardağa neden daha fazla ödeme yapmaya niyetli olduklarını özgecilik (empati, inanç, sosyal etki faktörü, mutluluk) ve rasyonel ve duygusal mesajlar perspektifinden incelemektir.

2. Yöntem

2.1. Çalışmanın Amacı ve Deney Kurgusu

Çalışmanın amacı, istediğin kadar öde (PWYW) fiyatlandırma stratejisinin duygusal ve rasyonel mesajlarla hayır kurumu (LÖSEV) ürünlerinin satın alınmasında özgecilik motivasyonlarından olan empati, sosyal etki faktörü, inanç ve mutluluk etkisinin ne olduğunu X (43-57 yaş), Y (27-42 yaş) ve Z (17-26 yaş) kuşağı perspektifinden incelemektir. Bu amaç çerçevesinde nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modelinden nedensel karşılaştırmalı model tercih edilmiştir. Birden çok değişken arasındaki ilişkisinin

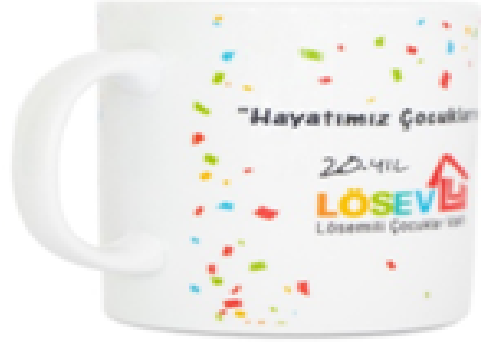
belirlenmesinde ilişkisel tarama modeli tercih edilmektedir. Çünkü bu modelde ilişkilerin belirlenmesinde varyans analizi, t-testi, regresyon, korelasyon ve diğer istatistiksel teknikler kullanılmakta ve grup ortalamalarının karşılaştırmasını mümkün kılmaktadır (Şimşek, 2012). Nedensel karşılaştırmalı modelin kullanım alanı ise, araştırmacının kontrolü dışında oluşabilecek bir faktörün, araştırmacının temel ilgisini oluşturan bağımlı değişken üzerindeki etkisini test eder (Şimşek, 2012). Nedensel karşılaştırmalı yöntem için yarı deneysel iki anket tercih edilmiş ve bu anket formların ilki duygusal mesajı içerirken, ikincisi ise rasyonel mesaj resmini içermektedir. Her bir anket formu üç kısımdan oluşmaktadır. İlk kısım demografik sorulardan, ikinci kısım 5'li Likert ölçeğine göre (kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum, kararsızım, katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum) hazırlanmış 20 yargıya yer verilmiştir. Üçüncü kısımda ise, PWYW fiyatlama yönteminin test edilmesi için 3 farklı deneysel soruya yer verilmiştir. Deneysel soruların arasında, LÖSEV derneğine ait reklamlar kullanılmış ve burada nitel bir araştırma yöntemi olan göstergebilimsel analiz tekniğinden yararlanılmıştır. Bu analiz yöntemi, iletişim amacıyla oluşturulan görsellerin yapısal bir yaklaşımla, algılanması ve yorumlanmasını sağlar (Parsa, 2007, s. 1149).

Üçüncü bölümünde yer alan ilk görsel olarak resimsiz bir kupa (şekil 1) seçilmiştir ve katılımcılara bu kupayı almak istemeleri durumunda ne kadar bir ödeme yapmak istedikleri bildirmeleri için boş bir alan bırakılmıştı. Bu resimsiz kupa manipülasyonun çalışıp çalışmadığını test etmek için kullanılmıştır. Ardından ankete, LÖSEV'in topladığı bağışlarla neler yaptığına dair kısa bir bilgi koyulmuştur. Anketin devamında bir anket grubuna duygusal mesaj görseli (Şekil 3), başka bir anket grubuna ise rasyonel mesaj görseli (Şekil 4) yerleştirilmiş ve ardında bu iki gruba LÖSEV dükkanında satılan ürünler arasından seçilen resimli kupa (Şekil 2) ankete yerleştirilerek, katılımcılara kupaya ne kadar ödeme yapmak isteyeceklerine yönelik soru sorulmuştur.

Şekil 1: Resimsiz kupa görseli



Şekil 2: LÖSEV'e ait Kupa görseli



Sonuç olarak anket, duygusal ve rasyonel mesaj görselinin yer aldığı iki farklı anket formu şeklinde hazırlanmıştır.

Ankette alan rasyonel ve duygusal mesaj görsellerinin belirlenmesi için 400 kişilik bir örneklem grubuna ön test yapılmıştır. Bu örneklem grubuna 3 adet rasyonel ve 3 adet duygusal mesaj görseli olmak üzere 6 adet görsel gösterilmiş ve katılımcılardan ilgili resimleri ne kadar duygusal veya rasyonel algıladıklarına yönelik 7'li Likert ölçek (1 çok duygusal, 7 çok rasyonel) üzerinde işaretlemeleri istenmiştir. Elde edilen veriler için t-testi sonrası duygusal mesaj görseli için Şekil 3, rasyonel mesaj görseli içinse Şekil 4 seçilmiştir. Ayrıca, duygusal ve

rasyonel mesajların ne kadar duygusal ve rasyonel algılandığı her üçüncü bölümün son sorusu olarak 7'li Likert ölçeği olarak hazırlanmıştır.

Şekil 3: Duygusal mesaj görseli



Şekil 4: Rasyonel mesaj görseli



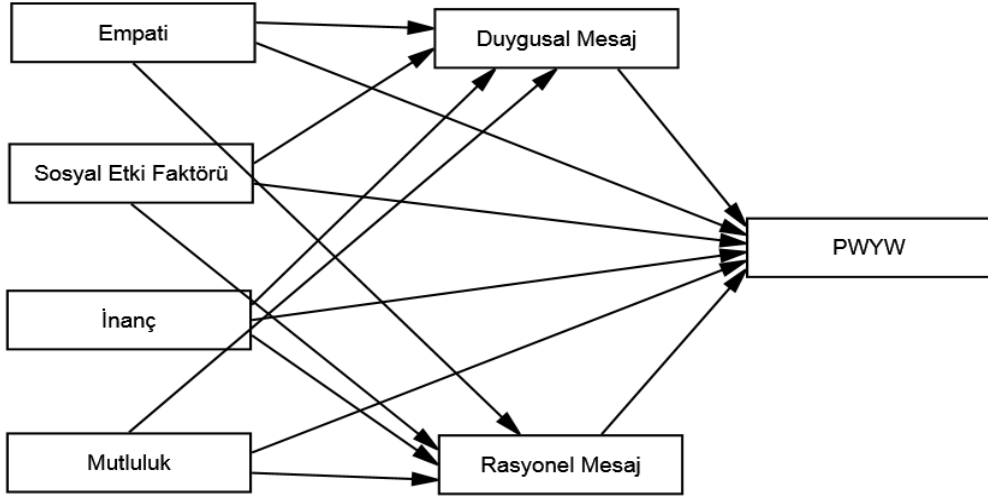
Çalışmada kullanılan reklam mesajları ve hediyelik ürün, çalışmanın amacı çerçevesinde LÖSEV derneğine ait reklam mesajı ve hediyelik ürün tercih edilmiştir. LÖSEV'in reklamlarının seçilmesinin nedeni, kurumun kampanyalarında farklı mesaj içerikleri ile farklı reklam stratejilerini kullanıyor olması ve bu reklamların hem güncelliği hem de hedef kitlesi açısından araştırmacının amacına uygun olması belirleyici olmuştur. Hediyelik ürün ile Mesajların temini LÖSEV'e ait olan <https://www.losev.org.tr/v6> internet adresinden elde edilmiştir. Ayrıca, bu ürün ve mesajların çalışmada kullanılmasına yönelik LÖSEV'den gerekli izinler alınmıştır.

Anket formu, Microsoft Word ile Google Form Web sitesinde iki farklı şekilde hazırlanmış ve Instagram, Facebook ve Twitter gibi sosyal medya araçları ile yüz yüze olarak tesadüfi örnekleme yolu ile elde edilmiştir. Çalışmanın ana kütlesini Türkiye de yaşamakta olan X, Y ve Z kuşağından oluşmaktadır. Anket verileri 17 Mart 2022 ile 31 Mayıs 2022 tarihleri arasında yüz yüze ve çevrimiçi olarak katılımcılardan toplanmıştır. Toplamda 1200 kişiden anket formu elde edilmiş ancak çalışmanın örnekleme için 1135'i uygun bulunmuştur. Katılımcıların 567'si rasyonel anket formunu, 568 kişisi ise duygusal mesaj anket formunu doldurtmuştur.

Çalışmanın ikinci bölümünde yer alan ölçekler ve ifadeler için şu çalışmalardan yararlanılmıştır: Empati ölçeği Schlegelmilch vd. (1997)'nin çalışmasında; İnanç ölçeği Worthington vd. (2003)'nin çalışmasında; Sosyal etki ölçeği Bennett ve Choudhury'nin (2009) çalışmalarından; mutluluk ölçeği Doğan ve Çötök'un (2011) çalışmalarından yararlanılmıştır. Bu ölçeklere ait geçerlilik, güvenilirlik ve anlaşılabilirlikleri daha önce araştırmacılar tarafından test edilmiş olmasıyla beraber bu çalışmada da gerekli analizler yapılmıştır.

Çalışmanın bağımlı değişkeni istediğin kadar öde (PWYW), ılımlı değişken (düzenleyici değişken) duygusal ve rasyonel mesaj, bağımsız değişken ise özgeciktir (empati, inanç, mutluluk, sosyal etki faktörü). Bu doğrultuda çalışmanın modeli Şekil 5'te gösterildiği gibidir.

Şekil 1: Araştırmanın Kavramsal Modeli



X, Y ve Z kuşağın her biri için araştırma modelinin hipotezleri ise aşağıdakiler gibidir:

H1: Duygusal ve rasyonel mesajlara yönelik tutumun PWYW fiyat stratejisi üzerinde olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahiptir.

- H1x: X kuşağı katılımcıları için duygusal ve rasyonel mesajlara yönelik tutumun PWYW fiyat stratejisi üzerinde olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahiptir.
- H1y: Y kuşağı katılımcıları için duygusal ve rasyonel mesajlara yönelik tutumun PWYW fiyat stratejisi üzerinde olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahiptir.
- H1z: Z kuşağı katılımcıları için duygusal ve rasyonel mesajlara yönelik tutumun PWYW fiyat stratejisi üzerinde olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H2: PWYW fiyat stratejisi için duygusal ve rasyonel mesaj arasında anlamlı bir farklılık söz konusudur.

- H2x: X kuşağı katılımcıları için PWYW fiyat stratejisi için duygusal ve rasyonel mesaj arasında anlamlı bir farklılık söz konusudur
- H2y: Y kuşağı katılımcıları için PWYW fiyat stratejisi için duygusal ve rasyonel mesaj arasında anlamlı bir farklılık söz konusudur.
- H2z: Z kuşağı katılımcıları için PWYW fiyat stratejisi için duygusal ve rasyonel mesaj arasında anlamlı bir farklılık söz konusudur.

H3: Özgeçelik motivasyonlarının PWYW fiyat stratejisi üzerinde duygusal ve rasyonel mesajlara göre olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahiptir.

- H3x1: X kuşağı katılımcıları için empati faktörünün PWYW fiyat stratejisi üzerinde duygusal mesaja göre olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahiptir.
- H3x2: X kuşağı katılımcıları için empati faktörünün PWYW fiyat stratejisi üzerinde rasyonel mesaja göre olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahiptir.
- H3y1: Y kuşağı katılımcıları için empati faktörünün PWYW fiyat stratejisi üzerinde duygusal mesaja göre olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahiptir.
- H3y2: Y kuşağı katılımcıları için empati faktörünün PWYW fiyat stratejisi üzerinde rasyonel mesaja göre olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahiptir.

- H3_{z1}: Z kuşağı katılımcıları için empati faktörünün PWYW fiyat stratejisi üzerinde duygusal mesaja göre olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahiptir.
- H3_{z2}: Z kuşağı katılımcıları için empati faktörünün PWYW fiyat stratejisi üzerinde rasyonel mesaja göre olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahiptir.
- H3_{x3}: X kuşağı katılımcıları için artan dindarlık faktörünün PWYW fiyat stratejisi üzerinde duygusal mesaja göre olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahiptir.
- H3_{x4}: X kuşağı katılımcıları için artan dindarlık faktörünün PWYW fiyat stratejisi üzerinde rasyonel mesaja göre olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahiptir.
- H3_{y3}: Y kuşağı katılımcıları için artan dindarlık faktörünün PWYW fiyat stratejisi üzerinde duygusal mesaja göre olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahiptir.
- H3_{y4}: Y kuşağı katılımcıları için artan dindarlık faktörünün PWYW fiyat stratejisi üzerinde rasyonel mesaja göre olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahiptir.
- H3_{z3}: Z kuşağı katılımcıları için artan dindarlık faktörünün PWYW fiyat stratejisi üzerinde duygusal mesaja göre olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahiptir.
- H3_{z4}: Z kuşağı katılımcıları için artan dindarlık faktörünün PWYW fiyat stratejisi üzerinde rasyonel mesaja göre olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahiptir.
- H3_{x5}: X kuşağı katılımcıları için sosyal etki faktörünün PWYW fiyat stratejisi üzerinde duygusal mesaja göre olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahiptir.
- H3_{x6}: X kuşağı katılımcıları için sosyal etki faktörünün PWYW fiyat stratejisi üzerinde rasyonel mesaja göre olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahiptir.
- H3_{y5}: Y kuşağı katılımcıları için sosyal etki faktörünün PWYW fiyat stratejisi üzerinde duygusal mesaja göre olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahiptir.
- H3_{y6}: Y kuşağı katılımcıları için sosyal etki faktörünün PWYW fiyat stratejisi üzerinde rasyonel mesaja göre olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahiptir.
- H3_{z5}: Z kuşağı katılımcıları için sosyal etki faktörünün PWYW fiyat stratejisi üzerinde duygusal mesaja göre olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahiptir.
- H3_{z6}: Z kuşağı katılımcıları için sosyal etki faktörünün PWYW fiyat stratejisi üzerinde rasyonel mesaja göre olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahiptir.
- H3_{x7}: X kuşağı katılımcıları için mutluluk faktörünün PWYW fiyat stratejisi üzerinde duygusal mesaja göre olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahiptir.
- H3_{x8}: X kuşağı katılımcıları için mutluluk faktörünün PWYW fiyat stratejisi üzerinde rasyonel mesaja göre olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahiptir.
- H3_{y7}: Y kuşağı katılımcıları için mutluluk faktörünün PWYW fiyat stratejisi üzerinde duygusal mesaja göre olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahiptir.
- H3_{y8}: Y kuşağı katılımcıları için mutluluk faktörünün PWYW fiyat stratejisi üzerinde rasyonel mesaja göre olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahiptir.
- H3_{z7}: Z kuşağı katılımcıları için mutluluk faktörünün PWYW fiyat stratejisi üzerinde duygusal mesaja göre olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahiptir.
- H3_{z8}: Z kuşağı katılımcıları için mutluluk faktörünün PWYW fiyat stratejisi üzerinde rasyonel mesaja göre olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahiptir.

2.2. Çalışmada Kullanılan Analiz Yöntemi

Çalışmanın yöntemi olarak anket tercih edilmiş ve t-testi, DFA ve YEM analizi yapılmıştır. Veriler SPSS 26 ve AMOS 24 programıyla test edilmiştir. Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) çok sayıda istatistiksel tekniği içinde barındıran ve çeşitli paket programlar üzerinden işlem yapılan bir

kavramdır. YEM analiziyle uygun bir model bulmak yerine kuramsal bir temele dayanmakta olan bir modelin geçerli olup olmadığı araştırılmaktadır (Çokluk vd., 2012) ve ayrıca hipotez testi olarak da kullanılmaktadır (Bagozzi ve Yi, 1988). Bu sebeple araştırmada örtük değişkenlerle oluşturulan modelin geçerli bir model olup olmadığı ve kurulan hipotezlerin desteklenip desteklenmediğini belirlemek için kullanılmaktadır.

YEM analizi yapılmadan önce verilerin analize uygun hale getirilmesi için verilerin normallik testleri incelenmiştir. Normallik verileri, normal dağılıma uygun olmasını ifade eder ve parametrik testler için bir zorunluluk taşımaktadır. Verilerin normalliği hem istatistiksel hem de grafiksel yöntemlerle değerlendirilebilmektedir (Hair vd., 2010; Tabachnick and Fidell, 2011).

YEM analizi yapılmadan önce modelin uyumunu gösteren Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) yapılmıştır. Doğrulayıcı Faktör analizi, daha önce tanımlanmış ve sınırlandırılmış bir yapının, bir model olarak doğrulanıp doğrulanmadığının test edildiği bir analiz tekniği olarak belirtilir (Çokluk vd., 2012). Yapılan testler neticesinde model uyumun yeterli olması neticesinde YEM analizi yapılmıştır.

3. Bulgular ve Genel Değerlendirme

Bu çalışmada, özgeciliğin istediğin kadar öde fiyat stratejisi üzerindeki etkisi duygusal ve rasyonel mesaj çerçevesinde X, Y, Z kuşağına göre incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç çerçevesinde X kuşağı anketine katılanların % 48,7 (163) oranındaki kısmı kadınlardan, %51,3 (172) oranındaki kısmı ise erkeklerden oluşmaktadır. Y kuşağı katılımcıların % 50 (200) oranındaki kısmı kadınlardan, %50 (200) oranındaki kısmı ise erkeklerden oluşmaktadır. Aynı şekilde Z kuşağı anketinin % 50 (200) oranındaki kısmı kadınlardan, %50 (200) oranındaki kısmı ise erkeklerden oluşmaktadır.

Diğer demografik özelliklerden de bahsedecek olursak; katılımcıların X kuşağında en fazla sahip olunan gelir grubu 5001 TL-7500 TL (98)'dir ve devamında 75001-10,000 TL (86) gelir sahipleri gelmektedir. Y kuşağında gelir grubu en fazla olan kişiler ise, 7501-10.000 TL (129) kişidir. Z kuşağında ise, 2500 TL ve altı (241) gelir grubuna sahip kişilerdir. X, Y ve Z kuşağına göre çevresinde lösemili hasta sayısı sırasıyla 22, 45 ve 63'tür. Duygusal ve rasyonel anket cevaplayan katılımcı sayısı Y ve Z kuşağında duygusal ve rasyonel mesajın her birinde 200 kişi, X kuşağında ise duygusal ankette 168 kişi katılırken, rasyonel ankete 167 kişi katılmıştır.

Tablo 1: X, Y ve Z kuşağına ait demografik özellikler

Değişkenler		Kategoriler	N	%
Cinsiyet	X	Kadın	163	48,7
		Erkek	172	51,3
		Toplam	335	100,0
	Y	Kadın	200	50
		Erkek	200	50
		Toplam	400	100,0
	Z	Kadın	200	50
		Erkek	200	50
		Toplam	400	100,0
Yaş	X	(43-57)	335	100,0
	Y	(27-42)	400	100,0
	Z	(17-26)	400	100,0
Aylık Gelir	X	2500 TL ve altı	32	9,6
		2501 TL-5000 TL	46	13,7
		5001 TL-7500 TL	98	29,3
		7501-10.000 TL	86	25,7
		10. 001 TL ve üstü	73	21,8
		Toplam	335	100,0
	Y	2500 TL ve altı	84	21,0
		2501 TL-5000 TL	63	15,8
		5001 TL-7500 TL	70	17,5
		7501-10.000 TL	129	32,3
		10. 001 TL ve üstü	54	13,5
		Toplam	400	100,0
	Z	2500 TL ve altı	241	60,3
		2501 TL-5000 TL	96	24,0
		5001 TL-7500 TL	22	5,5
		7501-10.000 TL	19	4,8
		10. 001 TL ve üstü	22	5,5
		Toplam	400	100,0
Duygusal ve rasyonel anket katılımcı sayısı	X	Duygusal anket	168	50,1
		Rasyonel anket	167	49,9
		Toplam	335	100,0
	Y	Duygusal anket	200	50,0
		Rasyonel anket	200	50,0
		Toplam	400	100,0
	Z	Duygusal anket	200	50,0
		Rasyonel anket	200	50,0
		Toplam	400	100,0

Araştırma da kullanılan rasyonel ve duygusal mesajlar (7’li Likert ölçeği) arasında, anlamlı bir fark olup olmadığına dair X, Y ve Z kuşağına ayrı ayrı t-testi yapılmıştır. X, Y ve Z kuşaklarının her biri için yapılan t-testi sonucuna göre (Tablo 2), rasyonel ve duygusal mesaj arasında p (0,001<0,05) değerine göre anlamlı bir farklılık söz konusudur. Bu anlamlı farklılığa göre duygusal mesaj görselini cevaplayan katılımcıların duygusal mesajı doğru algıladıkları, rasyonel mesaj görselini cevaplayan katılımcıların da rasyonel mesaj görselini doğru algıladıkları elde edilen ortalamalardan tespit edilmiştir. Sonuç olarak, X, Y ve Z kuşağı bireyleri duygusal ve rasyonel mesajları doğru algılamışlardır.

Tablo 2: Mesajların Algılanan Duygusal ve Rasyonel Düzeylerinin X, Y ve Z Kuşağına Göre Karşılaştırılması

	Gruplar	N	Ortalama	S.S	t	df	p
Değerler	Duygusal	168	3,10	1,85	-9,46	333	0,001*
	Mesaj						
X	Rasyonel	167	4,98	1,79	-9,47	398	0,001*
	Mesaj						
Y	Duygusal	200	3,67	1,97	-6,98	398	0,001*
	Mesaj						
Z	Rasyonel	200	4,86	1,51	-6,98	398	0,001*
	Mesaj						

*p<.05

Araştırmada tüketicilerin hayır kurumu ürününe yönelik ödeme (PWYW) testinde X, Y ve Z kuşağı için resimsiz kupa (boş Kupa) ve Lösev kupasına eşleştirilmiş örneklem t-testi (Tablo 3) yapılmıştır. Eşleştirilmiş örneklem t-testine göre X, Y ve Z kuşaklarının her biri için boş kupa ve Lösev kupasının p değeri 0,05'den küçük bulunmuş ve bu değer Boş kupa ve Lösev kupası arasında anlamlı bir farklılık olduğunu göstermektedir. Boş kupanın ortalaması X, Y ve Z kuşakları için sırasıyla, (19,7), (17,17) ve (13,59) olarak bulunurken, Lösev kupasının ortalaması X, Y ve Z kuşakları içinse sırasıyla, (87,70), (70,81), (52,22) olarak bulunmuştur. Lösev kupasının ortalamaları boş kupanın ortalamalarından büyük çıkmıştır. Bu bulgular, X, Y ve Z kuşağı bireylerinin rasyonel ve duygusal mesajlardan etkilenecek LÖSEV (Lösev kupası) için ekstra ödeme niyetlerinin oluştuğunu göstermektedir. Bu netice, H1 hipotezinin kabul edildiğini göstermektedir.

Tablo 3: X, Y Ve Z Kuşacağına Göre Resimsiz Kupa Ve Lösev Kupası İçin Eşleştirilmiş Örneklem T-Testi

Değerler	Gruplar	N	Ortalama	S.S	t	df	p
X	Boş Kupa	335	19,07	17,76	-4,50	334	0,001*
	LÖSEV Kupası	335	87,70	282,61			
Y	Boş Kupa	400	17,17	14,57	-8,68	399	0,001*
	LÖSEV Kupası	400	70,81	125,25			
Z	Boş Kupa	400	13,59	10,38	-8,05	399	0,001*
	LÖSEV Kupası	400	52,22	96,23			

*p<.05

X, Y ve Z kuşacağı katılımcıların hayır kurumu ürünlerine yönelik ödeme (PWYW) testinde, duygusal ve rasyonel mesajların hangisinin daha fazla ödeme istekliliği oluşturduğuna yönelik, boş kupa ve Lösev kupası için ödemeye razı olunan fiyat farkı alınarak, bağımsız örneklem t-testi yapılmıştır (Tablo 4). Yapılan bu test neticesinde X, Y ve Z kuşakları için p değeri 0,05'den büyük bulunmuştur. Bu sonuç, rasyonel ve duygusal mesaj arasında anlamlı bir farklılık olmadığını göstermektedir. Bu nedenle, X, Y ve Z kuşacağı bireyleri PWYW için ödeme istekliliği hem duygusal ve hem de rasyonel mesajlar için aynı derece gerçekleşmektedir. Bu netice, H2 hipotezinin reddedildiğini göstermektedir.

Tablo 4: X, Y Ve Z Kuşaklarına Göre Resimsiz Kupa İle Lösev Kupasının Farkı İçin Bağımsız Örneklem T- Testi

Değerler	Gruplar	N	Ortalama	S.S	t	df	p
X	Duygusal	168	58,54	69,29	-,683	333	0,495
	Mesaj						
	Rasyonel	167	79,37	389,17			
Y	Duygusal	200	56,66	135,37	,488	398	0,626
	Mesaj						
	Rasyonel	200	50,63	110,78			
Z	Duygusal	200	37,56	84,42	-,223	398	0,824
	Mesaj						
	Rasyonel	200	39,70	106,70			

*p<.05

Çalışmanın ifadelerine yönelik basıklık ve çarpıklık değerleri Tablo 5'te belirtilmiştir. Verilerin normal dağılımı ölçen çarpıklık (Skewness) değerinin +1.0-1.0 değerleri arasında kalması verilerin normalden aşırı sapmadığının bir işareti olarak yorumlanmaktadır (Büyüköztürk, 2018 s.40). Ayrıca alan yazınında çarpıklık (Skewness) katsayısı +2.0 -2.0 aralığın da yer alması halinde verilerin normal dağıldığını göstermektedir (George ve Mallery, 2010) ve çalışmanın bu değerleri de +2.0 -2.0 aralığın da yer aldığı için verinin normal dağıldığı ve ilgili parametrik analizlerin yapılabilmesi için uygun olduğu bulunmuştur.

Tablo 5: Özgeçilik Motivasyonları İçin Anket Ölçeği Öğelerine Ait Genel Veriler

Ölçekler	Ortalama	Standart Sapma	Varyans	Çarpıklık	Basıklık
Başkalarının başına gelen kötü şeylerden derinden etkileniyorum. (B1)	3,90	1,042	1,086	-,764	,047
Olaylara başkalarının bakış açısıyla kolaylıkla bakabiliyorum. (B2)	4,05	,951	,905	-,991	,799
Benzer durumlara başkalarının verdiği tepkileri daha iyi anlıyorum. (B3)	4,03	,874	,765	-,875	,803
Kötü durumda olan birini tanımıyor olsam da ona yardım ettiğimde mutlu olurum. (B4)	4,51	,766	,587	-1,852	1,800
İhtiyacı olanlara bağış yapma sebebim büyük ölçüde başkalarının da aynı dönemde bağış yapıyor olmasıdır. (C1)	2,16	1,283	1,647	,848	-,442
İhtiyacı olanlara bağış yapma sebebim ailem, arkadaşlarım ve iş arkadaşlarımın bağış yaptığını onaylıyor olmalarıdır. (C2)	1,87	1,184	1,403	1,252	,494
İhtiyacı olanlara bağış yapma sebebimin altında yatan temel neden tanıdıklarımın da bağış yaptığını biliyor olmamın beni iyi hissettirmesidir. (C3)	2,22	1,371	1,881	,765	-,762
İhtiyacı olanlara bağış yapma sebebim ailem, arkadaşlarım ve iş arkadaşlarımın bağış yapmam konusunda beklenti içinde olmalarıdır. (C4)	1,71	1,095	1,199	1,558	1,554
Hayata bakışımın temelinde dini inançlarım yatmaktadır. (D1)	3,36	1,429	2,042	-,402	-1,159
İnancımı anlamak için zaman harcarım. (D2)	3,47	1,284	1,650	-,569	-,689
Zamanımı dini düşünce ve tefekkür içinde geçirmek benim için önemlidir. (D3)	3,12	1,380	1,906	-,157	-1,177
Dini inançlarım hayattaki tüm ilişkilerimi etkiler. (D4)	2,88	1,435	2,061	,088	-1,327
Din benim için özellikle önemli çünkü hayatın anlamı hakkında birçok soruyu yanıtlıyor. (D5)	3,42	1,400	1,961	-,446	-1,072
Kendimden memnun değilim. (E1)	2,35	1,262	1,593	,578	-,742
Hayatın çok ödüllendirici olduğunu hissediyorum. (E2)	3,23	1,261	1,592	-,264	-,885
Hayatımdaki her şeyden oldukça memnunum. (E3)	3,10	1,165	1,359	-,171	-,811
Çevremdeki güzelliklerin farkına varırım. (E4)	3,97	,984	,969	-,952	,674
Yapmak istediğim her şeye zaman bulabilirim. (E5)	3,21	1,198	1,436	-,159	-,860
Zihinsel olarak kendimi tamamen zinde (dinç) hissederim. (E6)	3,14	1,163	1,353	-,209	-,801
Geçmişle ilgili mutlu anılara sahip değilim. (E7)	2,35	1,252	1,570	,633	-,600

3.1. Doğrulayıcı Faktör Analiz Bulguları

Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA), gözlenebilen ve gözlenemeyen değişkenler arası ilişkiler ve oluşturulan teorinin yapısal geçerliliklerin test edilmesinde kullanılmaktadır (Mueller, 1996, s. 62; Schreiber vd., 2006, s. 323; Field, 2000, s. 636; Çokluk vd., 2014, s. 275; Gürbüz ve Şahin,

2015, s. 326). DFA için en sık kullanılan etmenlerden biri uyum iyiliği istatistikleridir. Bu uyum iyiliği istatistikleri modelin uyumunu yorumlamak amacıyla kullanılan yöntemlerden biridir (Tabachnick ve Fidell, 2011). Bunlar; iyi uyum olarak $\chi^2/df < 3$, SRMR<0,05, AGFI>0,95, CFI>0,95, RMSEA<0,05'tir. Kabul edilebilir uyum için, $3 \leq \chi^2/df \leq 5$, SRMR<0,08, AGFI>0,90/0,85, CFI>0,90, RMSEA<0,08'dir (Gürbüz ve Şahin, 2016; Meydan ve Şeşen, 2015; Çokluk vd., 2010).

Tablo 6: Doğrulayıcı Faktör Analiz Sonuçları

Kuşaklar	DFA	χ^2	<i>df</i>	χ^2/df	<i>p</i>	RMSEA	CFI	SRMR	AGFI	Uyum Düzeyi
X	İlk analiz	539,678	131	4,120	,000	,097	,856	,103	,798	Zayıf uyum
	Modifikasyon sonrası	385,922	126	3,063	,000	,079	,909	,094	,853	Kabul edilebilir uyum
Y	İlk analiz	323,901	131	2,473	,000	,061	,941	,087	,891	Kabul edilebilir uyum
	İlk analiz	446,027	131	3,405	,000	,078	,894	,111	,843	Zayıf uyum
Z	İlk analiz	446,027	131	3,405	,000	,078	,894	,111	,843	Zayıf uyum
	Modifikasyon sonrası	344,211	127	2,710	,000	,065	,927	,089	,879	Kabul edilebilir uyum

X, Y ve Z kuşakları için ikinci düzey doğrulayıcı faktör analizinde yapılan modifikasyonlara yönelik bilgiler tablo 6'da verilmiştir. Yapılan analizler neticesinde mutluluk faktöründe güvenilirlik değerini düşük çıkaran E1 (Kendimden memnun değilim) ve E7 (Geçmişle ilgili mutlu anılara sahip değilim) ifadeleri ölçekten çıkarılarak DFA yapılmıştır. Yapılan DFA sonucunda elde edilen bilgilere göre Y kuşağında herhangi bir modifikasyona ihtiyaç duyulmamıştır. X kuşağın da 5, Z kuşağında ise 4 modifikasyon yapılmıştır. Modifikasyonlar sonrası tüm modellerde kabul edilebilir uyum elde edilmiştir.

Tablo 7: X, Y Ve Z Kuşakları İçin Yapılan DFA İçin Yapının Geçerlilik Ve Güvenirlik Değerleri

Kuşaklar	Faktörler	SFL	CR	AVE	MVS	AVS	α	
X	Empati	B1	,70	0,80	0,51	0,045	0,027	0,67
		B2	,64					
		B3	,80					
		B4	,69					
	Sosyal Etki Faktörü	C1	,56	0,81	0,52	0,042	0,018	0,79
		C2	,85					
		C3	,69					
		C4	,74					
	İnanç	D1	,86	0,91	0,69	0,042	0,027	0,91
		D2	,72					
		D3	,92					
		D4	,78					
	Mutluluk	D5	,87	0,87	0,58	0,045	0,021	0,78
		E2	,62					
		E3	,78					
E4		,79						
Y	Empati	E5	,73	0,81	0,52	0,025	0,014	0,69
		E6	,87					
		B1	,62					
		B2	,82					
	Sosyal Etki Faktörü	B3	,80	0,862	0,612	0,063	0,038	0,85
		B4	,62					
		C1	,65					
		C2	,85					
	İnanç	C3	,75	0,916	0,688	0,077	0,051	0,91
		C4	,86					
		D1	,85					
		D2	,64					
	Mutluluk	D3	,85	0,865	0,563	0,077	0,052	0,80
		D4	,85					
		D5	,93					
E2		,67						
Z	Empati	E3	,74	0,81	0,51	0,059	0,036	0,67
		E4	,77					
		E5	,78					
		E6	,78					
	Sosyal Etki Faktörü	B1	,56	0,88	0,65	0,062	0,048	0,81
		B2	,78					
		B3	,78					
		B4	,74					
	İnanç	C1	,71	0,92	0,71	0,094	0,065	0,90
		C2	,86					
		C3	,78					
		C4	,86					
	Mutluluk	D1	,90	0,84	0,51	0,094	0,064	0,77
		D2	,65					
		D3	,91					
D4		,87						
	D5	,89	0,84	0,51	0,094	0,064	0,77	
	E2	,71						
	E3	,76						
	E4	,73						
	E5	,66	0,84	0,51	0,094	0,064	0,77	
	E6	,75						

SFL: Standartlaştırılmış Faktör Yükleri, CR: Birleşik Güvenilirlik, AVE: Açıklanan Varyans Ortalamaları, MVS: Maksimum Paylaşılan Varyans, AVS: Ortalama Paylaşılan Varyans, α : Cronbach's Alpha Katsayısı

X, Y ve Z kuşağı verilerine uygulanan ikinci düzey DFA için geçerlilik ve güvenilirlik sonuçları tablo 7’de belirtilmiştir. Tabloda yer alan AVE (Ortalama Açıklanan Varyans), MSV (Maksimum Paylaşılan Varyans), ASV (Ortalama Paylaşılan Varyans) ve CR (Bileşik Güvenirlik) değerleri yakınsak ve ıraksak geçerliliklerin değerlendirilmesini sağlamaktadır. Bu değerlerden AVE’nin 0,5’ten büyük olması ve tüm CR değerlerinin AVE değerlerinden ve 0,70’ten büyük olması yakınsak geçerliliği sağlamaktadır. ıraksak geçerliliğin sağlanması içinse $AVE > MSV$; $MSV > ASV$ olmalı ve AVE’nin karekökünün boyutlar arası korelasyonlardan büyük olması gerekmektedir (Yaşlıoğlu, 2017). Tablo 7’de görüldüğü üzere X, Y ve Z kuşaklarının tüm AVE değerleri 0,5’ten büyüktür ve CR değerlerinden küçüktür. Dolayısıyla yakınsak geçerliliğin sağlandığı söylenebilir. Diğer bir ifadeyle, değişkenlere ilişkin ifadelerin birbirleriyle ve oluşturdukları faktör ile ilişkili oldukları söylenebilir. X, Y ve Z kuşağının her biri için ıraksak geçerliliğine bakıldığında ise dört boyutta da tüm AVE değerleri MSV değerlerinden, tüm MSV değerleri de ASV değerlerinden büyüktür. Ayrıca dört boyut içinde AVE değerlerinin karekökleri en yüksek paylaşılan varyanstan büyüktür. Ek olarak, Cronbach’s Alpha değerlerinden sadece empati faktörün değeri 0,70 değerinin altında bulunmuştur. Ancak bu değer 0,67 ve üzerinden bulunması sebebiyle kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmüştür (Kılıç, 2016). Mutluluk, sosyal etki faktörü ve inanç ölçeklerine ait Cronbach’s Alpha değerleri ise 0,70’den büyük bulunarak modelin geçerlilik ve güvenilirlik değerleri anlamlı bulunmuştur. Bu değerler, modelin YEM analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

3.2. Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM)

YEM analizi sayesinde kurgulanan modelin uyum değerleri üzerinden geçerli olup olmadığı ve hipotezler test edilebilmektedir (Bagozzi ve Yi, 1988). Çalışmanın modelinin YEM analiziyle ölçülebilmesi için önceden bazı şartların sağlanması gerekir. Bunlar; KFA ve DFA gibi istatistik testler ile AVE, CR, ASV, MSV ve Cronbach’s Alpha değerleri ile ölçülen güvenilirlik ve geçerlilik değerleridir. Bu çalışmada yapılan DFA, geçerlilik ve güvenilirlik değerleri neticesinde modelin YEM analiziyle test edilmesi için uygun olduğu bulunmuştur. YEM analizi AMOS 24 programı ile yapılmış ve elde edilen uyum değerleri tablo 8’de belirtilmiştir. Analizde verinin bütününe ait uyum değerleri ile mesaj türlerine ait (duygusal ve rasyonel) verilerin uyum değerleri ayrı ayrı X, Y ve Z kuşağına göre test edilmiştir. Tablo 8’e bakıldığında bütün veri türlerinde uyum indekslerinin kabul edilebilir uyum düzeylerine sahip olduğu görülmektedir. Sonuç olarak, bütün veri türlerinde model uyumu anlamlı bulunmuştur.

Tablo 8: Yem’de X, Y Ve Z Kuşağının Veri Türüne Bağlı Uyum Değerleri

Kullanılan Veri Türü ve Uyum Değeri	X ²	df	X ² /df	p	RMSEA	CFI	AGFI	Uyum Düzeyi	
X	Duygusal mesajlara ait uyum değerleri	225,121	138	1,966	,000	,076	,904	,855	Kabul edilebilir
	Rasyonel mesajlara ait uyum değerleri	225,121	138	1,631	,000	,062	,939	,878	Kabul edilebilir
	Bütün veriye ait uyum değerleri	330,115	138	2,827	,000	,074	,911	,850	Kabul edilebilir
Y	Duygusal mesajlara ait uyum değerleri	227,819	143	1,593	,000	,055	,948	,857	Kabul edilebilir
	Rasyonel mesajlara ait uyum değerleri	178,312	143	1,247	,024	,035	,978	,887	İyi uyum
	Bütün veriye ait uyum değerleri	333,959	143	2,328	,000	,058	,942	,892	İyi uyum
Z	Duygusal mesajlara ait uyum değerleri	226,972	139	1,633	,000	,056	,943	,851	Kabul edilebilir
	Rasyonel mesajlara ait uyum değerleri	230,115	139	1,656	,000	,057	,936	,852	Kabul edilebilir
	Bütün veriye ait uyum değerleri	426,266	143	2,981	,000	,070	,905	,856	Kabul edilebilir

Araştırmada duygusal ve rasyonel mesaj türüne ait veriler üzerinden X, Y ve Z kuşağına göre hipotezler test edilmiş ve sonuçlar tablo 9’da belirtilmiştir. Tablo 9 incelendiğinde X kuşağının mutluluk faktörünün PWYW fiyatlandırma stratejisi üzerinde rasyonel mesaja göre ($p: ,033 < 0,05$) anlamlı bir farklılık bulunmuşken, ancak empati, sosyal etki faktörü ve inanç faktörlerinin PWYW fiyatlandırma stratejisi üzerinde anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Tablo 9: X, Y Ve Z Kuşağına ve Mesaj Türüne Göre Hipotez Sonuçları

	Hipotezler	Mesaj Türü	B	p	Sonuç	
X kuşağı	H3x1:	Empati ----> PWYW	Duygusal	-,588	,405	Desteklenmedi
	H3x2:		Rasyonel	,620	,105	Desteklenmedi
	H3x3:	İnanç ----> PWYW	Duygusal	-,562	,910	Desteklenmedi
	H3x4:		Rasyonel	-,033	,928	Desteklenmedi
	H3x5:	Sosyal Etki Faktörü ----> PWYW	Duygusal	-,074	,369	Desteklenmedi
	H3x6:		Rasyonel	-,345	,331	Desteklenmedi
	H3x7:		Duygusal	-,462	,492	Desteklenmedi
	H3x8:		Rasyonel	-,819	,033*	Desteklendi
Y kuşağı	H3y1:	Empati - ----> PWYW	Duygusal	,452	,119	Desteklenmedi
	H3y2:		Rasyonel	,617	,059	Desteklenmedi
	H3y3:	İnanç ----> PWYW	Duygusal	,173	,780	Desteklenmedi
	H3y4:		Rasyonel	-,528	,095	Desteklenmedi
	H3y5:	Sosyal Etki Faktörü ----> PWYW	Duygusal	-,074	,780	Desteklenmedi
	H3y6:		Rasyonel	,053	,859	Desteklenmedi
	H3y7:		Duygusal	,496	,008*	Desteklendi
	H3y8:		Rasyonel	,634	,060	Desteklenmedi
Z kuşağı	H3z1:	Empati ----> PWYW	Duygusal	,950	,224	Desteklenmedi
	H3z2:		Rasyonel	,228	,575	Desteklenmedi
	H3z3:	İnanç ----> PWYW	Duygusal	,179	,799	Desteklenmedi
	H3z4:		Rasyonel	,444	,265	Desteklenmedi
	H3z5:	Sosyal Etki Faktörü ----> PWYW	Duygusal	-,495	,429	Desteklenmedi
	H3z6:		Rasyonel	,238	,505	Desteklenmedi
	H3z7:		Duygusal	,110	,891	Desteklenmedi
	H3z8:		Rasyonel	,612	,146	Desteklenmedi

*p<.05

Y kuşağına göre mutluluk faktörünün PWYW fiyatlandırma stratejisi üzerinde duygusal mesaja göre (p: ,008<0,05) anlamlı bir farklılık bulunmuştur ancak empati, sosyal etki faktörü ve inanç ölçeğine göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Z kuşağına göre ise, empati, mutluluk, sosyal etki faktörü ile inanç faktörlerinin PWYW üzerinde anlamlı bir etkisi bulunamamıştır.

4. Sonuç

Ana akım iktisatta göre bireyler, her zaman seçimlerinde kendisine optimal kazanç ve fayda sağlayacak şekilde davranarak akılcı davranmaktadır. Bu sebeple, günlük hayatında sürekli karar vermek zorunda olan birey, kararını vermeden önce maliyetini ve faydasını en doğru şekilde hesaplar ve bu iki hesaplamayı da karşılaştırarak faydasının en yüksek olduğu seçeneği tercih etmektedir. Bu varsayıma karşın, günümüzde bireylerin satın alma davranışlarında ve diğer kararlarında her zaman rasyonel davranmadığı varsayılmaktadır. Bu varsayımlardan biri de istediğin kadar öde (PWYW) fiyatlandırma stratejisidir. PWYW fiyatlandırma stratejisi, bireylerin sıfır veya daha fazla ödemeye izin veren fiyatlandırma stratejilerinden biridir (Kim vd., 2009). Bu strateji de ana akımın savunduğu gibi bireylerin rasyonel olarak sayılabilmeleri için sıfır veya çok az miktarda bir ödeme gerçekleştirmeleri gerekirken, yapılan

çalışmalar bireyin sıfırdan çok daha yüksek bir ödeme yaptığını göstermektedir (Johnson ve Cui, 2013; Soule ve Madrigal, 2015). Bu yüksek ödemelerinin sebebi olarak gelir bilinci, adalet, müşteri memnuniyeti (Kunter, 2015; Marrett vd., 2012), alıcı ve satıcı arasındaki samimiyet (Gravert, 2017), cömertlik ve fedakârlık (Regner, 2015) gibi birçok faktörün etkisi bulunmuştur. Ancak alan yazınındaki çalışmalar içerisinde, özgecilik motivasyonları ile duygusal ve rasyonel mesajların PWYW fiyatlandırma stratejisi üzerindeki etkilerine dair bir çalışma yapılmamıştır.

Bu nedenle çalışmanın amacı, X, Y ve Z kuşağı tüketicilerinin özgecilik motivasyonlarının (empati, inanç, sosyal etki faktörü, mutluluk), LÖSEV ürünlerine yönelik, istediğın kadar öde fiyatlandırma stratejisi üzerindeki etkisinin duygusal ve rasyonel mesajlar bazında test etmektir. Bu amaç çerçevesinde anket yöntemiyle yarı deneysel bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, PWYW fiyatlandırma stratejisinin duygusal ve rasyonel mesajlar aracılıyla hayır kurumu ürünlerine yönelik uygulanması durumunda tüketicilerin daha fazla ödeme niyetlerinin oluştuğuna dair sonuçlara ulaşılmıştır. Bununla birlikte, özgeciliğın motivasyonlarından olan mutluluk faktörünün PWYW fiyatlandırma stratejisi üzerindeki etkisi anlamlı bulunmuştur. Bu bulgular, ana akım iktisatın savunduğuu rasyonel bireyin aksine bireylerin sınırlı rasyonel olduğunu göstermekte ve literatürdeki çalışmalarını da destekler niteliktedir (Kim vd., 2009; Soule ve Madrigal, 2015; Johnson ve Cui, 2013).

Bulgular, X, Y ve Z kuşağı tüketicilerinin rasyonel ve duygusal mesaj aracılıyla PWYW fiyatlandırma stratejisi üzerinde önemli ölçüde anlamlı sonuçları bulunmuştur (H1x, H1y, H1z). Bu noktada alıcılar sıfır ve daha düşük bir ödeme gerçekleştirebilecekken, duygusal ve rasyonel mesajlar etkisiyle sıfırdan büyük ödemelerde bulunarak sınırlı rasyonel davranmışlardır. Ancak X, Y ve Z kuşağının her biri için, duygusal ve rasyonel mesajlardan hangisinin bireyleri daha fazla ödeme yapmaya ittiğine yönelik yapılan karşılaştırmada anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (H2x, H2y, H2z). Bu nedenle duygusal ve rasyonel mesajlar LÖSEV ürünleri için X, Y ve Z kuşağı tüketicilerini aynı derece de etkilemektedir. Literatürdeki çalışmalara göre rasyonel mesajlar duygusal mesajlardan daha fazla bireyi ikna etme noktasında etkilidir (Chandy vd, 2001). Bu noktada, çalışmanın literatürden farklılaşarak hem duygusal hem de rasyonel mesajların hayır kurumu ürünlerine yönelik X, Y ve Z kuşağını aynı derece ikna ettiğii tespit edilmiştir.

Sonuçlar, mutluluk faktörünün X kuşağında rasyonel mesajlar (H3_{x8}), Y kuşağında duygusal mesajlar (H3_{y7}) aracılıyla PWYW fiyatlandırma stratejisi üzerinde anlamlı etkileri olduğunu tespit etmekle birlikte, empati (H3_{x1}, H3_{y1}, H3_{x2}, H3_{y2}), inanç (H3_{x3}, H3_{y3}, H3_{x4}, H3_{y4}) ve sosyal etki (H3_{x5}, H3_{y5}, H3_{x6}, H3_{y6}) boyutlarının PWYW fiyatlandırma stratejisi üzerinde anlamlı bir etkisi tespit edilememiştir. Ayrıca, Z kuşağı için empati (H3_{z1}, H3_{z2}), inanç (H3_{z3}, H3_{z4}), sosyal etki faktörü (H3_{z5}, H3_{z6}) ile mutluluk (H3_{z7}, H3_{z8}) boyutlarının PWYW fiyatlandırma stratejisi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunamamıştır. Bu neticeler, X ve Y kuşağı tüketicilerinin mutluyken daha fazla ödemelerde bulunduğuu, Z kuşağı tüketicilerinin ise mutluluk faktöründen etkilenecek ekstra ödemelerde bulunmadığı sonucuna varılmasına yol açmıştır. Literatürdeki çalışmalar mutlu bireylerin daha fazla özgeci davranışlarda bulunduğuu göstermekte (Myers, 2000; Diener ve Seligman 2002; Caprara 2005; Dovidio, 2001; Ricard, 2017) ve çalışmanın sonuçları da mutlu olan tüketicilerin daha fazla ödeme yapma niyetinde olduğı argümanının X ve Y jenerasyonu içinde geçerli olduğunu göstermiştir. Ancak X, Y ve Z kuşağı tüketicilerinin empati, sosyal etki faktörü ile inanç faktöründen etkilenmeden yüksek ödeme niyetlerinin oluştuğuu söylenebilir.

Elde edilen sonuçlara göre tüketicilerin ödemelerinin bir hayır kurumuna fayda sağlamak amacıyla yapılması durumunda, kullanılan manipülasyonlar aracılığıyla daha fazla ödeme yapma niyetinde oldukları gözlenmiştir. Bu sonuç, bireylerin kendisine bir fayda sağlamasa da başkasının çıkarını düşünen özgeci bireyler olduğunu göstermektedir. Araştırma, hayır kurumuna yönelik bir uygulamaya sahip olduğundan PWYW fiyatlaması LÖSEV ve ürünleri söz konusu olduğunda kullanılan duygusal ve rasyonel manipülasyonlar sayesinde başarılı bir şekilde çalışmıştır. Bu yüzden, bu çalışmadaki manipülasyonlar ve uygulanmış dünya örneklerinin önerdiği gibi, PWYW fiyatlama stratejisinin hayır kurumları ürün satışına dahil edilerek kullanılması bu tür kurumların gelirini arttıracaktır.

Bu çalışmanın en önemli kısıtları olarak, LÖSEV imajının ölçülmemiş olması, çalışmanın sadece anket yöntemiyle test ediliyor olması ve gerçek dünyada (uygulamalarda) bireylerin davranışlarının daha farklı olma ihtimalinin olması ve deneyin sadece bir hediye ürüne yönelik ölçülmüş olması, gösterilebilir. Bu yüzden gelecek çalışmalarda anket uygulanmadan önce LÖSEV veya başka kurumların imajına yönelik düşünceleri ölçümü yapılarak tekrar test edilebilir. Çalışmada satışı gerçekleştirilen ürün çeşidi değiştirilerek veya çeşitlendirilerek deneysel tasarım geliştirilebilir. Ayrıca yeni yapılacak çalışmaların özellikle hizmet sektörüne yönelik yapılması bu alanın daha iyi anlaşılmasını sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Altuntuğ, N. (2012). Kuşaktan kuşağa tüketim olgusu ve geleceğin tüketici profili. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(1), 203-212.
- 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.
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the academy of marketing science*, 16, 74-94.
- Belch, G. E. ve Belch, M. A. (2007). *Advertising and Promotion. An Integrated Marketing Communication Perspective (Seventh Edition)*.
- Belch, G.E., Belch, M.A. (2012). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. New York: Mc-Graw Hill. Ninth edition.
- Bennett, R., & Ali-Choudhury, R. (2009). Second-gift behaviour of first-time donors to charity: an empirical study. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 14(3), 161-180.
- Bovee, C. L., Thill, J. V., Dovel, G. P., & Wood, M. B. (1995). *Advertising Excellence McGraw-Hill. New York, NY*.
- Bréda, C., Delattre, M. och Ocler, R. 2008. The Story behind Identities: from corporate discourse to individual recognition. *Tamara Journal of Critical Organisation Inquire* 7: 82-90.
- Büyükoztürk, Ş. (2018). Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı. *Pegem Atıf İndeksi*, 001-214.
- Caprara, G. V., & Steca, P. (2005). Affective and social self-regulatory efficacy beliefs as determinants of positive thinking and happiness. *European psychologist*, 10(4), 275.
- Chandy, R. K., Tellis, G. J., MacInnis, D. J., & Thaivanich, P. (2001). What to saywhen: Advertising appeals in evolving markets. *Journal of marketing Research*, 38(4),399-414.
- Cohen, L. Manion, L. Morrison, K. (2007). *Research Methods in Education (6th Ed.)*. New York: Routledge/Taylor and Francis Group.
- Çetin, H. (2019). Özgeçelik, Toplumsal İşbirliği ve Rekabet. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyükoztürk, Ş. (2014). Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve Lisrel Uygulamaları. (3. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyükoztürk, Ş. (2012). Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve LISREL uygulamaları (Vol. 2). Ankara: Pegem Akademi.
- Diener, E. ve Seligman, M. E. (2002). Very Happy People. *Psychological Science*, 13(1), 81-84.
- Doğan, T., & Çötök, N. A. (2011). Oxford mutluluk ölçeği kısa formunun Türkçe uyarlaması: geçerlik ve güvenilirlik çalışması. [Adaptation of the Short Form of the Oxford Happiness Questionnaire intoTurkish: A Validity and Reliability Study]. *Türk psikolojik danışma ve rehberlik dergisi*, 4(36), 165-172.
- Dolnicar, Sara och Lazarevski, Katie. 2009. Marketing in non-profit organizations: an international perspective. *International Marketing Review*. 26 (3): 275 – 291.
- Dovidio, J. F., & Penner, L. A. (2001). Helping and altruism. In M. Brewer & M. Hewstone (Eds.), *Blackwell international handbook of social psychology: Interpersonal processes* (pp. 162–195). Cambridge, MA: Blackwell.
- Elden, M. ve Bakır, U. (2010). *Reklam Çekicilikleri: Cinsellik, Mizah, Korku. İletişimYayınları*.
- Field, A. (2000). *Discovering Statistics Using SPSS for Windows: Advanced Techniques for the Beginner*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
- George, D., ve Mallery, M. (2010). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference, (10a ed.)* Boston: Pearson.

- Gneezy, A., Gneezy, U., Riener, G., & Nelson, L. D. (2012). Pay-what-you-want, identity, and self-signaling in markets. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 109(19), 7236-7240.
- Gravert, C. (2017). Pride and patronage-pay-what-you-want pricing at a charitable bookstore. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 67, 1-7.
- Gürbüz, S. & Şahin, F. (2016). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri felsefe-yöntem-analiz, Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Gürbüz, S. Şahin, F. (2015). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Felsefe-Yöntem-Analiz (2. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hair, J.F. Black, W.C. Babin, B.J. Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th Ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Jang, H., & Chu, W. (2012). Are consumers acting fairly toward companies? An examination of pay-what-you-want pricing. *Journal of Macromarketing*, 32(4), 348-360.
- Joreskog, K.G. (1974). *Analysing Psychological Data by Structural Analysis of Covariance Matrices*. In Krantz, D.H., Atkinson, R.C., Luce, R.D., and Suppes, P. (Eds) *Contemporary Developments in Mathematical Psychology*, 2, (pp. 1-56), San Francisco: Freeman.
- Kılıç, S. (2016). Cronbach's alpha reliability coefficient. *Psychiatry and Behavioral Sciences*, 6(1), 47.
- Kim, J. Y., Natter, M., & Spann, M. (2009). Pay what you want: A new participative pricing mechanism. *Journal of Marketing*, 73, 44-58. <https://doi.org/10.1509/jmkg.73.1.44>
- Kunter, M. (2015). Exploring the Pay-What-You-Want Payment Motivation. *Journal of Business Research*. c.68. s.1: 2347-2357.
- Main, K.J., Argo, J., Huhmann, B.A. (2004). "Pharmaceutical advertising in the USA: Information or Influence?", *International Journal of Advertising*, 23: 119-142.
- Marett, K., Pearson, R., & Moore, R. S. (2012). Pay what you want: an exploratory study of social exchange and buyer-determined prices of iProducts. *Communications of the Association for Information Systems*, 30.
- Meydan, C. H., & Şeşen, H. (2011). *Yapısal eşitlik modellemesi AMOS uygulamaları*. Detay Yayıncılık.
- Mueller, R.O. (1996). *Basic Principles of Structural Equation Modeling: An Introduction to LISREL and EQS*. New York: Springer Texts in Statistics Springer.
- Myers, D. G. (2000). *The American Paradox: Spiritual Hunger in an Age of Plenty*. Yale University Press.
- Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2007). *Tüketici Davranışı*. (7. Baskı). İstanbul: MediaCat.
- Panda, T. K., Panda, T. K. Ve Mishra, K. (2013). "Does Emotional Appeal Work inAdvertising? The Rationality Behind Using Emotional Appeal to Create FavorableBrand Attitude". *The Iup Journal Of Brand Management*, 10(2), 7-23.
- Parsa, A. F. (2007). Göstergenin gücü/gücün göstergesi: imge reklam bildirimlerinde göstergebilimsel yaklaşımla durağan imgeleri çözümlmek. VIII. Uluslararası Görsel Göstergebilim Kongresi-AISV'nde sunulan bildiri, İstanbul, 29.
- Regner, T., 2015. Why consumers pay voluntarily: evidence from online music. *J. Behav. Exp. Econ.* 57, 205-214.
- Ricard, M. (2017). Altruism and happiness. *Happiness*, 156.
- Sarı, E., & Harta, G. (2018). Kuşakların Tüketim ve Satın Alma Davranışları Üzerine Bir Araştırma. *Journal of International Social Research*, 11(61).
- Schlegelmilch, B. B., Diamantopoulos, A., & Love, A. (1997). Characteristics affecting charitable donations: empirical evidence from Britain. *Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science*.

Schreiber, J.B. Stage, F.K. King, J. Nora, A. Barlow E.A. (2006). Reporting Structural Equation Modeling and Confirmatory Factor Analysis Results: A Review. *The Journal of Educational Research*, 99(6), 323-337.

Şimşek, A. (2012). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Tabachnick, B.G. Fidel, L.S. (2007). *Using Multivariate Statistics* (5th Ed.). Boston: Allyn and Bacon Inc.

Tabachnick, B. G., ve Fidell, L. S. (2011). *Using Multivariate Statistics*. New York: Harper Collins College Publishers

Worthington, E. L., Wade, N. G., Hight, T. L., McCullough, M. E., Berry, J. T., Ripley, J.S., Berry, J. W.; Schmitt, M. M., Bursley, K. H. & O'Connor, L. (2003), "The 6 Religious Commitment Inventory-10: Development, Refinement, and Validation of A Brief Scale For Research and Counseling", *Journal of Counseling Psychology*, 50(1), 84-96.

Yaşloğlu, M.M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: Keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, 74-85.

Extended Summary

The Relationship between Pay What You Want Pricing Strategy and Altruism for Charitable Products

According to mainstream economic theory, individuals focus on obtaining optimal gains from their decisions by acting rationally in all circumstances. For this reason, individuals prefer the option with the highest benefit by calculating the benefit and cost in the most accurate way before making a decision. Despite this assumption, it is assumed that individuals do not always act rationally in their purchasing behaviors and other decisions. Pay what you want (PWYW) pricing strategy is one of the pricing strategies that allow individuals to pay zero or more (Kim et al., 2009). While buyers can perform rational behaviors by making zero or fewer payments in this strategy as the mainstream advocates, studies show that individuals pay much higher than zero (Johnson & Cui, 2013; Soule & Madrigal, 2015). In the PWYW pricing strategy, many factors such as fairness, customer satisfaction, income awareness (Kunter 2015; Marrett et al., 2012), sincerity between buyers and sellers (Gravert, 2017), altruism and generosity (Regner, 2015) have been found to affect individuals' limited rational behavior. However, among the studies in the literature, there is no study on the effects of altruism motivations and emotional and rational messages on the PWYW pricing strategy.

Altruism can be expressed as a person helping another person without taking care of his own interests or acting in a way that will "benefit" others by risking losing something from himself (Çetin, 2020, p. 5). In the realization of altruism, empathy, happiness, prestige, and beliefs are important motivations. The concept of altruism, which is rooted in sociology, has become an important concept in economics with the existence of behavioral economics, and it has been tried and studied to explain why the individual behaves with limited rationality within the framework of this concept.

Consumers' purchasing behaviors shape their consumption habits depending on the social, cultural and historical events of the time period they live in (Sari & Harta, 2018), and accordingly, their wishes and desires are constantly changing. For this reason, generational differences have occurred, and each generation has similar economic behaviors. For example, generation X, this generally consists of parents, needs and demands different products and services from young people. Considering the purchasing behaviors of the Y generation, it is a generation that makes online shopping a habit in parallel with the advanced technologies of the period. Generation Z, on the other hand, uses social media actively and therefore follows fashion closely and tends towards image-based consumption (Altuntuğ, 2012, pp. 208-210).

Another important factor affecting the purchasing behavior of individuals is advertisements. Because many companies and non-profit organizations have to use factors such as advertising and advertising attractiveness in order to shape the emotions, thoughts and attitudes of their target audiences and to enable them to act in line with their own goals. Advertising is expressed as providing information and awareness to consumers in the target market for a certain fee to ensure the sale of products and services (Cooper, 1993). Advertising attractiveness, on the other hand, is expressed as an effort to encourage a consumer to purchase by linking their wants and needs with the product after seeing the advertising messages (Bovee, et al., 1995, p. 232). Attractions used in advertisements are prepared according to the subject of the advertisement in a way that will affect people's feelings, thoughts and behaviors (Elden and Bakır, 2010). Rational and emotional message appeals are used the most among the appeal types created according to the subject (Belch & Belch, 2007). While rational messages used in advertisements rely on information and logical arguments to shape individuals' brand perceptions, emotional messages are tried to influence consumers based on emotions and images (Panda et al., 2013, p. 18). Since rational messages provide information, they persuade more individuals than emotional messages (Chandy et al., 2001).

The aim of the study is to examine the pay what you want (PWYW) pricing strategy and the "altruism" effect on the purchase of charity (LÖSEV) products through emotional and rational messages from the perspective of generations X, Y and Z. As the method of the study, the causal comparative model from the relational screening model, which is one of the quantitative research methods, was preferred. The population of the study consists of people aged 43-57 (X), 27-56 years (Y) and 26-17 years (Z) living in Turkey. The questionnaire was chosen as the method of the study, and it consists of two different quasi-experimental questionnaires containing emotional message and rational message. As a result of the field research conducted by applying the quasi-experimental survey technique, data were collected from a total of 1135 people, including 335 members of the X generation, 400 members of the Y generation and 400 members of the Z generation. The collected data were tested with t-test, exploratory factor analysis (EFA), confirmatory factor analysis (CFA) and Structural Equation Modeling (SEM) analysis.

The results of the study have reached conclusions that consumers are more willing to pay if the PWYW pricing strategy is implemented through emotional and rational messages for charity products. However, there was no significant difference in which of their emotional and rational messages persuaded them to pay more. Among the altruism motivations, only the happiness factor was found to have a significant effect on PWYW pricing. These results, contrary to the mainstream, support the studies in the literature that individuals are not rational, but limited rational (Kim et al., 2009; Johnson & Cui, 2013; Soule & Madrigal, 2015).

Pay what you want (PWYW) pricing method has worked successfully if applied to charity (LÖSEV) products. As suggested by the manipulations and applied world examples in this study, it is thought that the use of PWYW pricing strategy by including the sale of charity products will increase the income of such institutions.

Türkiye'de Enflasyonun Dinamikleri ve Döviz Kurunun Yurtiçi Fiyatlara Geçiş Etkisi

Mustafa Karabacak¹ 

Türkiye'de Enflasyonun Dinamikleri ve Döviz Kurunun Yurtiçi Fiyatlara Geçiş Etkisi	Dynamics of Inflation and Exchange Rate Pass-Through to Domestic Prices in Turkey
Öz 1980'li yıllardan beri popüler bir araştırma konusu olan döviz kuru geçiş etkisi hem enflasyonu öngörmek açısından önemli bir enformasyon kaynağı olmakta hem de çeşitli kanallardan enflasyonu tetiklemekte, hatta beslemektedir. Dolayısıyla, politika yapımcılar için önemli bir sinyal görevi görmektedir. Bu bağlamda Türkiye için yapılan çalışmalarda, 2001 krizinin ardından değişen kur rejimi ve para politikası stratejisinin etkisiyle geçiş etkisinin azaldığı görülse de 2016'dan itibaren kurdaki ve enflasyondaki hızlı artış döviz kuru geçiş etkisini yeniden gündeme getirmiştir. Bu nedenle bu çalışmada 2003Q1-2022Q3 döneminde, Türkiye'de döviz kuru geçiş etkisinin tahmin edilmesi amaçlanmıştır. Bulgular Enflasyon Hedeflemesine geçiş ile birlikte geçiş etkisinin de azaldığı yönündedir.	Abstract The exchange rate pass-through (ERPT), a popular topic since the 1980s, is an important source of information for forecasting inflation and can trigger or even fuel inflation through various channels. Therefore, it is an important signal for policymakers. In this context, although studies for Turkey show that ERPT declined after the 2001 crisis due to the change in the exchange rate regime and monetary policy strategy, the rapid increase in exchange rates and inflation since 2016 has put the ERPT back on the agenda. Therefore, this study aims to estimate ERPT in Turkey for the period 2003Q1-2022Q3. The results suggest that ERPT has decreased with the transition to inflation targeting.
Anahtar Kelimeler: Döviz kuru geçiş etkisi, Enflasyon, ARDL modeli	Keywords: Exchange rate pass-through, Inflation, ARDL model
JEL Kodları: F31, O24, E52	JEL Codes: F31, O24, E52

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı	Bu çalışma bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmıştır.
Yazarların Makaleye Olan Katkıları	Tamamı yazar tarafından hazırlanmıştır.
Çıkar Beyanı	Yazarlar açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.

¹ Doç. Dr., Uşak Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, mustafakarabacak26@gmail.com

1. Giriş

Döviz kuru geçiş etkisi son yılların değil belki de son 40 yılın en çok ilgi gören konularından biri konumundadır. Zira döviz kuru ihracat, ithalat dolayısıyla dış ticaret açığı ve cari açık başta olmak üzere pek çok makro değişkeni etkileyen bir değişkendir. Pek çok makro değişken üzerinde etkisi olması sebebiyle de döviz kurundaki değişimler hem piyasa için hem de politika yapıcılar için son derece önemli bir sinyal görevi görmektedir. Özellikle fiyatlar genel seviyesi üzerindeki etkisi hem enflasyonu öngörmek açısından önemli bir enformasyon kaynağı olmakta hem de çeşitli kanallardan enflasyonu tetiklemekte, hatta beslemektedir. Fiyatlar üzerindeki bu etkisi nedeniyle özellikle para politikası ve para otoriteleri açısından kur değişimlerinin etkisi yakından takip edilmekte ve politika kararlarını yönlendirebilmektedir.

Para politikasının temel amacı istikrarlı enflasyonu ya da düşük seviyede fiyat değişimini desteklemektir. Döviz kurundaki dalgalanmalar, ticari mallar için fiyat değişiminin ana etkenlerinden biridir ve tüketici fiyat endeksinde (TÜFE) ve üretici fiyat endeksinde (ÜFE) değişikliklere yol açar (Kassi vd., 2019:357; Phuc ve Duc 2021:5). Bu nedenle uluslararası ticaret ve yatırımın önündeki engelleri azaltan çeşitli bölgesel entegrasyon anlaşmaları ve uluslararası üretim ağlarının koordinasyonunu kolaylaştıran telekomünikasyon ve bilgi teknolojilerindeki önemli teknik yenilikler sayesinde ülkeler arasındaki ekonomik sınırlar hızla aşınmaya devam ederken, döviz kuru geçiş etkisinin derecesi şokların aktarımı ve yeterli politika tepkileri açısından giderek daha kritik hale gelmektedir (Beladi, vd., 2010:493).

Özellikle de nispeten esnek döviz kuru rejimi uygulayan gelişmekte olan ekonomilerde enflasyonu kontrol etme çabaları genellikle döviz kuru hareketlerinden etkilenmektedir. Esasen, döviz kurlarındaki dalgalanmalar, gelişmiş ekonomiler için bile yurtiçi fiyat hareketlerini etkileyen önemli bir faktördür. Bu nedenle döviz kurundaki hareketlerin fiyatlara nasıl yansıdığını anlamak, enflasyonu daha iyi tahmin etmek ve dolayısıyla para politikasını tasarlamak için kritik öneme sahiptir. Bu ilişki ise döviz kuru değişimlerinin yurtiçi enflasyona yansıma boyutunu ölçen “döviz kuru geçiş etkisi” kavramı ile ifade edilir. Politika perspektifinden bakıldığında, bir ülkedeki döviz kuru geçiş etkisinin derecesi, bir ekonominin iç ve dış dengesinin korunmasına katkıda bulunan bir şok emici bir faktör görevi gören döviz kurunun etkinliğini etkiler. Ayrıca, döviz kuru geçiş etkisinin büyüklüğü merkez bankasının döngüsel olmayan bir para politikası yürütme ve enflasyonu kontrol etme kabiliyetini sınırlar. Bu nedenle döviz kuru geçiş etkisinin tahmin edilmesi para politikasının tasarımı için kritik öneme sahiptir ancak ölçülmesi oldukça zordur (Cuitiño, vd., 2022:1; Veigh, vd., 2017:5).

Bu durum, döviz kurunu etkileyen şokların eş zamanlı olarak ekonomik aktiviteyi, fiyat artışlarını, verimliliği, fiyat oluşumunu ve enflasyon beklentilerini şekillendiren diğer bazı faktörleri de etkilediği gerçeğini yansıtmaktadır. Bu nedenle, çoğu ampirik çalışmanın dikkate almadığı bir olasılık olarak, tahmin edilen geçiş etkisinin boyutunun, kendisini tetikleyen şoka bağlı olarak büyük ölçüde değişmesi muhtemeldir. Örneğin, para politikası değişiklikleriyle tetiklenen geçiş etkisi diğer şok türleriyle ilişkili olandan daha yüksekse, merkez bankasının döviz kuru kanalını hafife alması ve dolayısıyla da enflasyonu ve çıktıyı istikrara kavuşturmak için gerekenden aşırı sıkı (veya gevşek) bir para politikası izlemesi riski vardır. Bu durum ekonomik aktivitede gereksiz dalgalanmalara yol açabilir ve enflasyon beklentilerinin çıpalandırılmasını zaman içinde daha zor hale getirebilir. Ayrıca, para birimi hareketlerini tetikleyen bu şoklar, ülkenin karakteristik özellikleriyle (örneğin, merkez bankası kredibilitesi, ticari açıklık vb.) etkileşime girerek tüketici fiyatları üzerindeki etkilerini artırabilir ve ülkeye

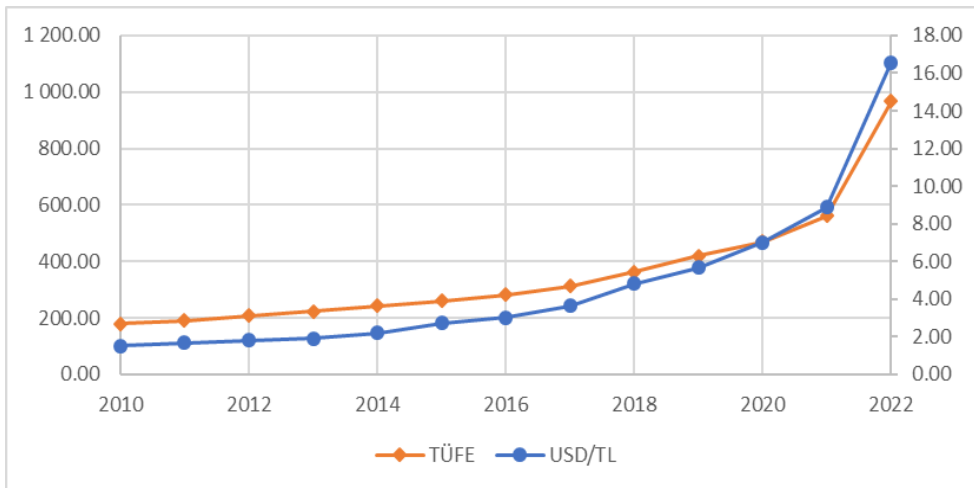
özgü özelliklerin bilgisine dayalı alternatif para politikası tepkilerine sebep olabilir (Ha vd., 2020:1-2).

Serbest dalgalanan döviz kuru rejiminin uygulandığı ülkelerde döviz kurunun yurtiçi fiyatlara geçiş etkisinin zayıfladığı görülmektedir. Özellikle 90'lı yıllardan itibaren serbest dalgalanan kur rejimi uygulamasına geçen birçok ülke kur ve yurtiçi fiyatlar arasındaki bu bağın kopması ya da zayıflamasından faydalanarak modern bir para politikası stratejisi olan "enflasyon hedeflemesi" stratejisi uygulamaya başlamıştır. Zira enflasyon hedeflemesi stratejisi ancak ve ancak döviz kuru geçiş etkisinin zayıf olduğu ülkelerde başarılı olabilmektedir. 80'li ve 90'lı yıllar boyunca sabit ve yarı sabit döviz kurlarına dayalı para politikası stratejileri uygulayan Türkiye de 2001 yılında yaşanan krizin ardından serbest dalgalanan kur rejimine geçiş yapmak zorunda kalmış ve zamanla döviz kuru geçiş etkisinin zayıfladığı görülmüştür. Döviz kuru geçiş etkisinin zayıflamasıyla birlikte önce örtük enflasyon hedeflemesi uygulamaya başlamış, 2006 yılı itibarı ile ise açık enflasyon hedeflemesi rejimine geçilmiştir.

Özellikle 80'li yıllardan beri kronik enflasyon problemi yaşayan Türkiye'de zaman zaman üç haneli enflasyon rakamları görülmüş, IMF desteğiyle uygulanan para politikası stratejilerinden ise sonuç alınamamıştır. Ancak enflasyon hedeflemesi rejimine geçilmesiyle birlikte, her ne kadar enflasyon hedeflerine genel olarak ulaşılamasa da Türkiye'de dikkate değer bir dezenflasyonist süreç yaşanmış ve enflasyon tek haneli rakamlara kadar düşmüştür. Ancak 2016 yılından itibaren yeniden iki haneli rakamlara ulaşan enflasyon, Covid-19 pandemisi ve TCMB'nin faiz oranını düşürme çabaları sonucunda 2021 yılında %20'ye 2022 yılında ise %72'ye ulaşmıştır.

2016 yılı ve sonrasında benzer şekilde döviz kurunda da hızlı bir artış meydana gelmiş ve Türk Lirası tüm ülke paraları karşısında önemli ölçüde değer kaybı yaşamıştır. Tıpkı enflasyon gibi döviz kurunda da özellikle 2021 yılında daha keskin ve belirgin bir artış yaşanmıştır. Öyle ki TCMB verilerine göre, Türk Lirası 2021 yılında Amerikan Doları karşısında %76,8 değer kaybederken, 2022 yılında, 2021 yılı 31 Aralık'taki seviyesine göre %44,06 değer kaybetmiştir.

Grafik 1. USD/TL Kuru ve TÜFE'nin Seyri



Kaynak: TCMB Elektronik veri dağıtım sistemi

Grafik 1’de sağ ekseninde USD/TL kurunun değerleri, sol ekseninde ise TÜFE değerleri verilmiştir. Grafikten de anlaşıldığı gibi hem kur hem de TÜFE’de 2016 yılından itibaren artış eğiliminin hızlandığı görülmektedir. İki değişken arasındaki bu ortak hareket incelemeye değer bir görünüm sergilemekte ve kur ve enflasyon arasındaki ilişkinin yeniden güçlenip güçlenmediği yani döviz kuru geçiş etkisinin yeniden artışa geçip geçmediği sorusunu gündeme getirmektedir. Bu nedenle bu çalışmada Türkiye’de döviz kuru geçiş etkisinin tahmin edilmesi amaçlanmıştır. Zira döviz kuru geçiş etkisinin tahmin edilmesi, Türkiye’de uygulanan para politikası açısından son derece önemli çıkarımlar yapılabilmesine olanak taniyacaktır.

2. Teorik Çerçeve

Tek bir tanımı olmamakla birlikte döviz kuru geçiş etkisi, döviz kurlarındaki hareketi ithalat fiyat endeksine ve ardından üretici fiyat endeksine ve tüketici fiyat endeksine yansıtan mekanizmayı ifade eder (Phuc ve Duc, 2021). Döviz kurunun ithalat ve ihracat fiyatlarına ya da petrol fiyatlarına geçiş etkisi gibi farklı kavramlar da olmakla birlikte, bu çalışmada döviz kurundaki yüzde 1’lik değer kaybıyla ilişkili olarak fiyatlar genel seviyesindeki yüzde artış olarak tanımlanan, yurtiçi tüketici ve üretici fiyatlarına yönelik döviz kuru geçiş etkisi ele alınmaktadır. Döviz kuru geçiş etkisi direkt ve dolaylı olmak üzere iki kanaldan gerçekleşmektedir. Direkt etki, döviz kuru değişimlerinin ithal ürün, ara malı ya da hammadde gibi girdi fiyatları aracılığıyla yurtiçi üretim maliyetleri üzerinden yurtiçi fiyatları etkilemektedir. Döviz kurundaki bir artış nedeniyle ithal girdi fiyatlarının artması, üretim maliyetlerini arttıracak ve maliyetlerdeki bu artış ise ürün fiyatlarına yansıtılacaktır (Bal ve Yetiz, 2016:14). Sonuç olarak direkt geçiş etkisi ithal malların üretici ve tüketici fiyatları sepetindeki ağırlıkları oranında yurtiçi fiyatlara yansıyacaktır. Dolaylı geçiş etkisi ise net ihracat üzerinden işleyecek bir mekanizma ortaya koymaktadır. Zira yerli paradaki değer kaybı, ihracat mallarının yurtdışı alıcılar açısından ucuzlamasına sebep olarak yurtdışı talebi artırırken, diğer taraftan ithalat fiyatlarının artmasına sebep olarak ithal talebinin azalmasına ve böylelikle bir net ihracat artışına yol açacaktır. Net ihracattaki bu artış ile birlikte ithal malların pahalı olması sebebiyle ithal ikame mallara kayan talep de toplam talebi arttırarak fiyatlar genel seviyesi üzerinde yukarı yönlü bir baskı oluşturacaktır (Akdemir ve Özçelik, 2018:36; Hyder ve Shah, 2004:3).

Özetlemek gerekirse döviz kuru geçiş etkisinin iki önemli makroekonomik sonucu vardır. Birincisi, döviz kuru hareketlerinin yurtiçi enflasyon oranı üzerindeki etkisini ve dolayısıyla döviz kuru dalgalanmalarının merkez bankalarının nihai hedeflerine ulaşmalarında ne ölçüde engel teşkil ettiğini belirler. Diğer taraftan, Döviz kuru geçiş etkisi tüketici ve üretici fiyat endeksleri arasında önemli ölçüde farklılık gösterebileceğinden, reel döviz kurunu etkileyebilmektedir. Bu nedenle devalüasyonun dış şokları absorbe etmek için kullanılıp kullanılmayacağını değerlendirmek açısından son derece önemlidir (Marques ve García-Solanes 2010:1).

1990'larda birçok ülke, yurtiçi enflasyonda önemli artışlara yol açmayan büyük reel döviz kuru değer kaybı dönemleri yaşamıştır. İsveç ve Birleşik Krallık'ın 1992'deki deneyimleri yaygın olarak atıfta bulunulan iki örnektir. Reel döviz kurunda meydana gelen ve yurtiçi fiyatlarda ciddi boyutta bir artışa yol açmayan değer kayıpları, bu ülkelerdeki merkez bankalarının 1990'ların başından itibaren enflasyonu düşük tutma taahhüdünü resmi olarak dile getirmiş olmaları ile açıklanabilmektedir. Böyle bir ortamda yani yerli para biriminin değer kaybettiği bir ortamda firmalar girdi fiyatlarındaki dalgalanmaları çıktı fiyatlarına yansıtmamaları esasen bir tercihten ziyade merkez bankalarının toplam talep üzerinde eşzamanlı olarak dengeleyici

baskı uygulamasından ve firmaların merkez bankasının gelecekte enflasyonu dengelemede başarılı olacağına dair inançlarından kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla para otoritesinin anti-enflasyonist eylemlerinin ve kredibilitésinin, döviz kuru değışikliklerinin tüketici fiyat enflasyonuna geçiş etkisini azalttığı söylenebilir (Gagnon ve Ihrig, 2004:316).

Ancak gelişmekte olan ülkelerde durum gelişmiş ülkelerden oldukça farklıdır. Zira ithal ara malına dayalı ihraç malı üreten ve yurtiçi fiyat endeksi hesaplamalarında sepette ithal mal oranı daha fazla olan gelişmekte olan ülkelerde döviz kurunun yurtiçi fiyatlara etkisinin daha yüksek olması, dolayısıyla döviz kuru geçiş etkisinin de yüksek olması beklenmektedir. Dahası, ithal malların yurtiçinde ikamesinin sınırlı olması da yurtiçi fiyatlara kur değışimlerinin direkt ve hızlı bir şekilde yansımaya neden olmaktadır (Kara vd., 2005:5). Diğer taraftan yüksek enflasyon süreci yaşanan ekonomilerde kurun artacağı yönündeki beklentiler de döviz kuru geçiş etkisini arttıracaktır (Taylor, 2000:1389). Zira önemli krizler, devalüasyonlar yaşayan, uzun süre yüksek enflasyona maruz kalan ekonomilerde paranın değer saklama, hesap birimi olma fonksiyonları aşındığından nakit ikamesinin artması geçiş etkisini yükselten önemli faktörler olarak öne çıkmaktadır (Ho ve McCauley, 2003:7).

Elbette ki döviz kurları enflasyonu etkileyen tek güç değildir. Örneğin, enflasyon ekonomideki durgunluk seviyesinden de etkilenir. Bu, döviz kuru geçiş etkisini analiz ederken hatırlanması gereken önemli bir noktadır. Ekonomideki durgunluğun derecesini kontrol etmemek, durgunluğun dezenflasyonist etkilerini geçiş etkisindeki düşüş dönemleriyle (veya canlanma evresinin enflasyonist etkilerini geçiş etkisindeki artış dönemleriyle) karıştırılmasına yol açabilir. Bununla birlikte iç şoklar ve döviz kuru ile birlikte petrol fiyatlarındaki değışim gibi dışsal şoklar ve üretim maliyetleri de enflasyonu etkileyen faktörlerdir. Ancak özellikle döviz kurlarının sermaye akımlarına duyarlı olduğu küçük, açık ve gelişmekte olan ekonomilerde, döviz kuru şokları genellikle enflasyon hedeflerinin tutturulamamasının ana nedenidir. Zira Düşük döviz kuru geçiş etkisi enflasyon hedeflemesi politikası için bir ön koşuldur. Bu nedenle döviz kuru geçiş etkisini anlamak ve ölçmek, açık ya da örtülü fiyat istikrarı hedefi olan tüm parasal otoriteler için büyük önem taşımaktadır (Kara ve Ögünç, 2005:1; Takhtamanova, 2010:1119; Ho ve McCauley, 2003:4).

3. Literatür İncelemesi

Döviz kuru geçiş etkisinin büyüklüğünün farklı ülkeler ve kurumsal bağlamlar için geniş çapta araştırılmış olması şaşırtıcı değildir. İlk nesil ampirik çalışmalar -1980'lerden önce- döviz kuru geçiş etkisini makroekonomik bir olgu olarak ele alarak toplu verileri kullanmıştır. 1980'ler ve 1990'lar boyunca makroekonomik odaklı çalışmalar analiz alanını diğer mikro temelli yaklaşımlarla paylaşmıştır. Yüksek gelirli ülkelere ilişkin sonuçlar birtakım hususları vurgulamaktadır. Öncelikle döviz kuru değışikliklerinin ihracat fiyatları üzerinde küçük bir etkisi vardır, bu da ihracatçı firmaların bir miktar piyasa gücünü ortaya koymakta ve ithalatçı ülkelerin ticarete konu olan fiyatları üzerinde nispeten büyük bir geçiş etkisi yaratmaktadır. Diğer taraftan döviz kuru geçiş etkisi son yıllarda azalan bir eğilim göstermektedir ve döviz kuru geçiş etkisi fiyatlandırma zinciri boyunca azalmaktadır. Son zamanlarda, yukarıda belirtilen üç özelliğin yükselen piyasa ekonomileri için de geçerli olup olmadığını ve bu ülkelerdeki döviz kuru geçiş etkisi kapsamının temel belirleyicilerinin neler olduğunu tespit etmeye çalışan ve giderek büyüyen bir döviz kuru geçiş etkisi literatürü bulunmaktadır. Genel olarak, bulgular daha önce gelişmiş ülkeler için elde edilenlerle aynı yönde ilerlemekte veya daha da yoğun bir şekilde takip etmektedir (Marques ve García-Solanes 2010:1). Bu bağlamda yapılan literatür taraması tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Döviz Kuru Geçiş Etkisine İlişkin Literatür İncelemesi

Çalışma	Veri	Yöntem	Bulgu
Altnay (1996)	1981-1994, Türkiye	Granger Nedensellik	1981-1993 alt döneminde fiyat endekslerinden döviz kuruna doğru tek yönlü nedensellik söz konusudur. 1993-1994 alt döneminde çift yönlü nedensellik söz konusudur.
Ca' Zorzi, Hahn, ve Sanchez (2007)	Ülkelere göre Farklı yıllara ait zaman serisi, 12 Yükselen Piyasa Ekonomisi Ülkesi	VAR	Tek haneli enflasyona sahip yükselen piyasa ekonomileri için düşük ve gelişmiş ülkelerle oldukça benzer seviyelerde geçiş etkisi tespit edilmiştir. Yükselen piyasa ekonomilerinde gelişmiş ülkelere göre daha yüksek geçiş etkisi söz konusuyken Arjantin ve Türkiye'de istisnai olarak oldukça düşük geçiş etkisi gözlemlenmiştir.
Leigh ve Rossi (2002)	1994-2002, Türkiye	VAR	ÜFE'de TÜFE'ye göre daha büyük bir geçiş etkisi tespit edilmiştir.
Billmeier ve Bonato (2004)	1994-2001, Hırvatistan	VAR	Oldukça dolarize bir ekonomi olmasına rağmen Hırvatistan için çok düşük geçiş etkisi tespit edilmiştir.
(Bowe ve Saltvedt 2004)	1988-1999, Norveç Balıkçılık Sektörü	VECM	Mikro verilerin kullanıldığı bu çalışmada ürünler arasında geçiş etkisinin 0,07 ile 0,98 arasında değiştiği, ayrıca faturalama yapılan para birimi tercihinin ihracatçı firmalar tarafından ayrımcı fiyatlandırmayı kolaylaştıran önemli bir stratejik değişken olabileceği sonucuna ulaşılmıştır.
Kara ve Ögünç (2005)	1994-2004, Türkiye	VAR	Serbest dalgalanan döviz kuruna geçilmesi ile birlikte geçiş etkisi azalmıştır.
Gaulier, Lahrière ve Méjean (2005)	Seçilmiş 130 Ülke	Mikro veri	Geçiş etkisinin sektörler arasında farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.
Kara vd. (2007)	1995-2004, Türkiye	Zamanla Değişen Parametreler	Ampirik sonuçlar, yurtdışı fiyatlara geçiş etkisinin önemli ölçüde değiştiğini ortaya koymaktadır. Geçiş etkisi katsayılarında, tamamı para/döviz kuru rejimindeki bir değişiklik dönemi ile çıkan üç farklı kırılma tespit edilmiştir.
(Bouakez ve Rebei 2008)	1973-2006, Kanada	DSGE	Enflasyon hedeflemesine geçişle birlikte Kanada'da geçiş etkisi düşmüştür.
Bhattacharya vd. (2008)	1983-2002, Sektörel veriler, Birleşik Krallık, ABD, Japonya	VAR	ABD'de geçiş etkisi sektörlere göre %30 ile %50 arasında değişmektedir. İmalat ve gıda sektörü içinde, Japon Gıda, Metal ve Tekstil endüstrileri, Birleşik Krallık'ın Demir ve Çelik endüstrisi ve ABD Kauçuk ve Mobilya endüstrilerinde, ihmal edilebilir geçiş etkisi söz konusudur. ABD Gıda ve Makine ve Taşıma Ekipmanı endüstrisi ile Birleşik Krallık Tütün ve Demir Dışı Metal endüstrisi için daha yüksek geçiş etkisi katsayıları elde edilmiştir.
Beirne ve Bijsterbosch (2011)	AB'ye üye ülkeler	VAR, VECM	VAR sonuçlarına göre tüketici fiyatlarına geçiş etkisi 0,6 iken, VECM sonuçlarına göre 0,5 bulunmuştur.
Lin ve Wu (2012)	1981-2008, Tayvan	TAR	Deflasyonist ortamda döviz kuru geçiş etkisi derecesi artmakta, Petrol fiyatları modelden çıkarıldığında artış azalmaktadır.

Maertens Odria vd. (2012)	1994-2007, Peru	DSGE, TV- VAR	DSGE modeli, Enflasyon Hedeflemesinin döviz kuru oynaklığında bir artışa neden olduğunu göstermektedir. Bu nedenle, Enflasyon hedeflemesinin benimsenmesi geçiş etkisinin azalmasını sağlamaktadır. TV-VAR modeli sonuçları da Enflasyon hedeflemesi ile birlikte geçiş etkisinin azaldığını ortaya koymaktadır.
Kara ve Ögünç (2008)	1994-2004, Türkiye	VAR	Türkiye'de enflasyon hedeflemesine geçilmesiyle ithal enflasyondan iç enflasyona geçiş önemli ölçüde zayıflamış ve yavaşlamıştır.
(Dedeoglu ve Kayab 2014)	1995-2012	VAR	Enflasyon hedeflemesi rejimine geçişle, geçiş etkisi keskin bir düşüş göstermiştir. Ek olarak, döviz kurunun üretici fiyatları üzerindeki etkisinin TÜFE üzerindeki etkisinden daha fazla olduğu ve enflasyon hedeflemesi ile iki etki arasındaki farkın önemli ölçüde arttığı tespit edilmiştir.
Özkan ve Erden (2015)	1980-2013, 88 ülke	Panel DCC-GARCH	Geçiş etkisinin zamanla değiştiği ve 1997'den itibaren önemli ölçüde düşüş gösterdiği gözlemlenmiştir. 2008 küresel krizi ile birlikte geçiş etkisi sifıra çok yaklaşmıştır.
Donayre ve Panovska (2016)	2001-2013, Meksika ve Kanada	Bayesyen TVAR	Döviz kuru geçiş etkisi ekonominin durumuna bağlıdır. Özellikle, geçiş etkisi büyüme hızı yüksek olduğunda daha yüksektir ve bu fark, her iki ülke için de rejimler arasında istatistiksel olarak anlamlıdır.
Jiménez-Rodríguez ve Morales-Zumaquero (2016)	1970-2014, G-7 ülkeleri	VAR, Zamanla değişen parametreler	Taylor'ın hipotezi geçerlidir; Geçiş etkisi ile enflasyon oynaklığı arasında sağlam ve pozitif anlamlı bir bağlantı vardır; Geçiş etkisi döviz kuru rejimlerine bağlıdır.
Çatık vd. (2016)	1984-2015, Türkiye	Zamanla değişen parametreler-VAR	Geçiş etkisinin büyüklüğü 1994 mali krizi sırasında maksimum değerine ulaştığı için, bulgular zamanla değişen modeli doğrulamaktadır. Geçiş etkisinin büyüklüğündeki düşüş, 2001 krizinden sonra, enflasyon hedeflemesine geçiş sonucunda daha belirgin hale gelmiştir.
Karamelikli ve Korkmaz (2016)	2003-2015, Türkiye	NARDL	Döviz kurundaki artış TÜFE'yi yükseltirken, düşüş TÜFE'yi düşürmemektedir. Döviz kurundaki herhangi bir düşüş kısa vadede fiyatların artmasına neden olacaktır. Ayrıca kısa ve uzun dönemde gayri safi yurtiçi hasıla ile fiyat endeksi arasında asimetric ve negatif bir ilişki vardır.
López-Villavicencio ve Mignon (2017)	1994-2015, 14 Yükselen piyasa ekonomisi	Panel Regresyon	Daha istikrarlı ve anti-enflasyonist bir ortamla TÜFE'ye geçiş etkisinin azaldığı görülmektedir. Para politikası rejimleri, azalan geçiş etkisinin açıklanmasında kilit bir rol oynamaktadır. Para politikası kararlarının şeffaflığı, geçiş etkisini azaltmaktadır. Yurtiçi para politikasına ilişkin belirsizlik, ithalat fiyatlarına geçiş etkisini güçlü bir şekilde etkilememektedir.
Karahan (2017)	1995-2014, Türkiye	VECM	Çalışmanın bulguları, enflasyon hedeflemesi sonrası dönemde döviz kuru geçiş etkisinin, öncesine göre azaldığını göstermektedir. Buna göre Türkiye'de enflasyon hedeflemesi rejiminin yansımalarının geçiş etkisini azalttığı söylenebilir.

Tunç ve Kılınç (2018)	2006-2015	SVAR	Geçiş etkisi Türkiye'de yüzde 18'e yakındır. Böylesine yüksek bir geçiş etkisi ile Türkiye'de fiyat istikrarı hedefine kalıcı olarak ulaşmak, dalgalı bir küresel finans piyasasında oldukça zordur.
Kotil (2020)	2005-2019, Türkiye	VAR	Döviz kurundaki değişimin etkisinin ÜFE'de TÜFE'ye göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Geçiş etkisinin kısa sürede tamamlandığı görülmüştür.
Ha, vd. (2020)	1998-2017, 54 ülke	FAVAR	Para politikası şokları diğer yurt içi şoklara kıyasla daha yüksek geçiş etkisi yaratmaktadır. Geçiş etkisi esnek döviz kuru rejimlerini ve güvenilir enflasyon hedeflerini birleştiren ülkelerde daha düşük olma eğilimindedir; burada merkez bankası bağımsızlığı, döviz kurunu dış şoklara karşı bir tampon olarak kullanarak enflasyonu istikrara kavuşturma görevini büyük ölçüde kolaylaştırabilmektedir.
Nasir, vd. (2020)	1999-2018, Çekya	Nonlineer ARDL	Çekya örneğinde (küçük, açık bir Enflasyon hedeflemesi ekonomisi) enflasyon beklentilerinin geçiş etkisinden önemli ölçüde etkilendiği tespit edilmiştir. Reel döviz kurunun enflasyon beklentileri üzerindeki asimetrik ve doğrusal olmayan etkisine dair önemli kanıtlar bulunmuştur
Gayaker vd. (2021)	2002-2020, Türkiye	Threshold regresyon	Türkiye'de enflasyon son yıllarda hız kazanmıştır ve geçiş etkisi dinamikleri bu hikâyede çok önemli bir rol oynamaktadır. Enflasyon, bazı göstergelerdeki değişimin büyüklüğüne bağlı olarak asimetrik tepki verebilmektedir. Geçiş etkisi Türkiye'de özellikle 2013 yılından itibaren son dönemlere yaklaştıkça artış göstermiştir. Bu artışın nedeni, TCMB'nin kredibilitesindeki bozulma ve kur belirsizliğinin artmasıdır.
Bilgili vd. (2021)	1998-2019, Türkiye	Markov Regime Switching Model	Döviz kuru, her iki rejimde de TÜFE ile anlamlı, pozitif ve doğrusal olmayan bir ilişki izlemektedir. Döviz kurundaki artış, TÜFE artışında artışa neden olmaktadır. Toplam harcamalardaki genişlemeyi temsil eden GSYİH büyümesi, Türkiye'de enflasyonun yükselmesine neden olmaktadır.
Kaytancı ve Kaytancı (2021)	2002-2021, Türkiye	ARDL	Türkiye'de döviz kurları ve ithalat fiyatlarını ve TÜFE'yi 2002M01-2010M12 ve 2011M01-2019M12 dönemlerinde pozitif etkilemiştir.
Özdoğan (2022)	2002-2022, Türkiye	VAR	Bulgular, geçiş etkisinin dalgalı döviz kuru döneminde farklı bir örüntüye sahip olduğunu göstermektedir. 2001'den 2017'ye geçiş etkisi azalmış, 2017'den sonra ise bu dönemdeki çok yüksek enflasyon ve yüksek kur oynaklığı nedeniyle büyük ölçüde dramatik bir artış göstermiştir.

Türkiye için yapılan çalışmalar özelinde literatür incelendiğinde, elde edilen bulguların genellikle sabit döviz kuru uygulanan dönemlerde döviz kuru geçiş etkisinin oldukça yüksek olduğu ancak serbest dalgalanan döviz kuruna geçişle birlikte özellikle de enflasyon hedeflemesine geçişle birlikte zayıfladığı yönündedir. Bununla birlikte son dönemde yapılan

çalışmalarda 2017 sonrasında döviz kuru geçiş etkisinin yükselme eğiliminde olduğu da görülmektedir.

4. Çalışmanın Yöntemi ve Kullanılan Veriler

Analizde kullanılan verilerin tamamı TCMB elektronik veri dağıtım sisteminden alınmıştır. Analizde Leigh ve Rossi (2002)'nin çalışması örnek alınmış ve değişkenler bu temelde seçilmiştir. Kullanılan veriler Türkiye ekonomisi için 2003Q1-2022Q3 dönemini kapsayan çeyreklik veriler olup petrol fiyat endeksindeki yüzde değişim hariç tüm değişkenler logaritmik seviyelerinde modele dahil edilmiştir. Bu bağlamda LCPIK özel kapsamlı tüketici fiyat endeksini (TÜFE-C), LPPI üretici fiyat endeksini (ÜFE), LEX USD/TL efektif döviz kurunu, OILC Avrupa Brent Petrol Fiyat endeksindeki yüzde değişimi, LGDP ise gayri safi yurtiçi hasılayı temsil etmektedir. Çalışmaya uygulanacak yöntemi ve serilerin durağanlığını sınamak amacıyla birim kök testleri ile başlanmıştır.

Tablo 2. Birim Kök Testi Sonuçları

LCPIK								
Düzye				Birinci Fark				
	Sabit		Sabit ve Trend		Sabit		Sabit ve Trend	
ADF	1,724412	[0,9996]	3,662003	[1,0000]	1,827625	[0,9997]	0,770811	[0,9997]
PP	4,085001	[1,0000]	5,047810	[1,0000]	-4,79821	[0,0002]	-5,81270	[0,0000]
ERS-POI	7,696737	(4,0608)	1936,332	(6,7816)	45,38026	(4,0556)	87,35104	(6,7812)
LEX								
Düzye				Birinci Fark				
	Sabit		Sabit ve Trend		Sabit		Sabit ve Trend	
ADF	4,346543	[1,0000]	0,895923	[0,9998]	-1,47519	[0,5405]	-4,17363	[0,0082]
PP	5,135155	[1,0000]	0,271321	[0,9982]	-6,87467	[0,0000]	-8,31457	[0,0000]
LGDP								
Düzye				Birinci Fark				
	Sabit		Sabit ve Trend		Sabit		Sabit ve Trend	
ADF	1,771351	[0,9997]	2,748077	[1,0000]	1,216299	[0,9980]	0,751347	[0,9996]
PP	1,745145	[0,9997]	-0,61979	[0,9749]	-8,65797	[0,0000]	-9,15314	[0,0000]
ERS-POI	86,87100	(4,0608)	1202,431	(6,7816)	536,6279	(4,0556)	1314,219	(6,7812)
LPPI								
Düzye				Birinci Fark				
	Sabit		Sabit ve Trend		Sabit		Sabit ve Trend	
ADF	2,794019	[1,0000]	3,881423	[1,0000]	-0,75947	[0,8244]	-3,79871	[0,0218]
PP	4,250474	[1,0000]	7,185668	[1,0000]	-3,00616	[0,0387]	-3,79871	[0,0218]
ERS-POI	154,1825	4,060800	3217,141	6,781600	4,628519	(4,0556)	5,336562	(6,7812)
OILC								
Düzye				Birinci Fark				
	Sabit		Sabit ve Trend		Sabit		Sabit ve Trend	
ADF	-11,4600	[0,0001]	-11,4134	[0,0001]	-	-	-	-
PP	-11,4941	[0,0001]	-11,4487	[0,0001]	-	-	-	-

* Parantez içindeki değerler %10 test kritik değerleri iken köşeli parantezdeki değerler olasılık değerleridir.

Zaman serisi analizlerinde, analize birim kök sınamaları ile başlamak son derece büyük önem arz etmektedir. Zira serilerin durağan olmaması sahte regresyon sorununa yol açabilmekte ve elde edilen bulguların güvenilirliğini olumsuz etkilemektedir. Uygulanan ekonometrik teknikler genellikle durağanlık varsayımına dayanmaktadır. Ancak zaman serileri ile yapılan çalışmalarda tüm serilerin durağan olması nadir karşılaşılan bir durumdur. Serilerin durağan olmaması durumunda ise analize serilerin bu özelliklerini dikkate alan metotların kullanılması gerekmektedir. Dolayısıyla birim kök testleri bir bakıma uygulanacak yöntemin seçimi açısından bir ön sınama niteliği taşımaktadır. Bu bağlamda analize dahil olan değişkenlere ait çeşitli birim kök testleri uygulanmış ve öncelikle Augmented Dickey-Fuller ve Phillips-Perron testleri gibi geleneksel birim kök sınamaları gerçekleştirilmiştir. Ancak iki testten elde edilen bulguların çelişkili sonuçlar vermesi nedeniyle üçüncü bir test olarak ERS-Point Optimal birim kök testi uygulanmıştır. Uygulanan birim kök testi sonuçları Tablo 2’de verilmiştir.

ADF testi sonuçlarına göre LCPIC değişkeni seviyesinde de birinci farkında da durağan değildir. Tablo 2’de verilmemekle birlikte seri ikinci farkında sabitli modelde durağan iken, sabitli ve trendli modelde durağan değildir. PP testi sonuçlarına göre ise seri birinci farkında durağandır yani birinci dereceden bütünleşiktir I(1). İki test arasındaki çelişkili sonuçların giderilmesi için yapılan ERS Point Optimal testi de ADF testi ile benzer sonuçlar vermektedir. Dolayısıyla elde edilen bulgular çerçevesinde LCPIC serisinin durağanlığına dair bir karar vermek mümkün değildir. LEX değişkeni ise hem ADF hem de PP testlerine göre birinci farkında durağandır. LDGP serisi ADF testine göre ikinci farkında dahi durağan değil iken PP testine göre 1. farkında durağandır. ERS-POI testi sonuçları ise yine ADF testi sonuçlarını desteklemektedir. LPPI serisi her iki teste göre de birinci farkında durağanken OILC seviyesinde durağandır. Buradan da anlaşılacağı gibi bazı serilerin durağanlığı konusunda karar vermek mümkün görünmemektedir. Bu çelişkili sonuçlar serilerdeki yapısal değişim nedeniyle H_0 hipotezinin yanlış olarak kabul veya reddedilmesinden kaynaklanıp kaynaklanmadığı sorusunu gündeme getirmektedir. Bu nedenle serilerdeki yapısal değişimi de dikkate alan Fourier birim kök testleri uygulanmıştır.

Tablo 3. Kesirli Fourier ADF birim Kök Testi Sonuçları

Değişken	Frekans	Min. KKT	F Kısıt test ist.	F Tablo	Optimal Gecikme Sayısı	FADF Test ist.	Kritik Değerler
LCPIC	0,30000	0,039359	8,601719	6,35	11	0,87891	-3,60862
DLCPIC	0,10000	0,040362	16,84936	6,35	11	-5,04989	-4,49046
LEX	0,10000	0,312262	10,85956	6,35	3	-4,26804	-3,88278
LGDP	0,10000	0,856488	2,425086	6,35	4	1,04355	-4,49046
LPPI	0,50000	0,100956	12,61891	6,35	11	3,84218	-3,63629
OILC	1,40000	56842,88	2,976186	6,35	1	-7,96077	-3,19159

Enders ve Lee (2012) tarafından geliştirilen ve önce Omay (2015), sonra da Bozoklu vd., (2020) tarafından genişletilen Fourier ADF (FADF) testi sonuçları Tablo 3’te verilmiştir. Tablo 3’te verilen F kısıt testi sonuçlarına göre Fourier terimler LGDP ve OILC serileri için anlamlı değildir. Dolayısıyla bu seriler için yapısal değişim söz konusu değildir ve bu nedenle Fourier ADF (FADF) testi yerine ADF testi sonuçları dikkate alınmalıdır. Diğer serilere bakıldığında ise

Fourier terimlerin anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Dolayısıyla bu serilerin durağanlığı için FADF testi sonuçları değerlendirilecektir.

LCPIC için hesaplanan F kısıt testi değeri (8,601719) F tablo değerinden (6,35) büyük olduğu için trigonometrik terimler anlamlıdır. Dolayısıyla seride yapısal değişim söz konusudur ve bu nedenle FADF testi sonuçları dikkate alınmalıdır. FADF test sonucuna göre ise FADF test istatistiği (0,878910) test kritik değerinden (-3,60862) küçük olduğu için LCPIC seviyesinde durağan değildir ancak birinci farkında durağanlaşmaktadır. Fourier terimlerin anlamlı olduğu diğer değişkenlere bakıldığında ise FADF sonuçlarına göre LEX ve LPPİ değişkenlerinin seviyelerinde durağan olduğu görülmektedir. LGDP ve OILC serileri için ise ADF ve PP testi sonuçlarına göre serilerinin birinci farkında durağan olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Elde edilen bulgular serilerin farklı derecelerden bütünleşik olduğunu göstermektedir. Bu durum Johansen metodu ile bir eşbütünleşme sınaması yapılmasına ve VECM modeli çerçevesinde bir uzun dönem eşitliği elde edilmesine olanak tanımamaktadır. Bu metodun uygulanabilmesi için tüm serilerin birinci dereceden bütünleşik yani I(1) olması ve aynı zamanda da eşbütünleşik olmaları gerekmektedir. Diğer taraftan eşbütünleşme koşulunu gerektirmeyen bir VAR modeli tahmin etmek mümkün olmakla birlikte tüm değişkenlerin seviyesinde durağan olmaması nedeniyle VAR modeline dahil edilecek değişkenlerin farkı alınarak durağanlaştırılması gerekmektedir. Zira VAR modeli tahmini için tüm değişkenler durağan olmalıdır. Ancak durağanlığın sağlanması için fark alınması işlemi geçmişe dönük bilgi kaybına yol açmakta ve uzun dönem ilişkilerinin anlamlandırılmasında güçlük yaratmaktadır. Tüm bu faktörler göz önüne alındığında farklı bütünleşme seviyelerine sahip olan seriler arasında eşbütünleşmenin sinanmasına olanak tanıyan ARDL modeli ile analize devam etmek uygun görülmüştür.

Pesaran, vd., (2001) tarafında geliştirilen ARDL modeli ve Sınır Testi (Bounds Test) yaklaşımı diğer eşbütünleşme tekniklerinde mümkün olmayan, farklı bütünleşme derecelerine sahip değişkenler arasında eşbütünleşmenin varlığını sinanmasına ve uzun dönem eşitliğinin tahmin edilmesine olanak tanımaktadır. Dolayısıyla ARDL modeli ve sınır testi yaklaşımı aracılığıyla sıfıncı dereceden bütünleşik I(0) ve birinci dereceden bütünleşik I(1) seriler arasında eşbütünleşme ilişkisi sinanabilmektedir. Bu nedenle analizde kullanılan I(0) ve I(1) seriler arasında eşbütünleşmenin varlığını test etmek amacıyla öncelikle sınır testi uygulanmıştır. Sınır testinden elde edilen bulgular tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Sınır Testi Sonuçları

Test İstatistiği	Değer	k
F-istatistiği	8,824588	4
Kritik Değer Sınırları		
Anlamlılık	I0 Bound	I1 Bound
10%	3,03	4,06
5%	3,47	4,57
2.50%	3,89	5,07
1%	4,4	5,72

Sınır testi sonuçlarına göre hesaplanan F istatistiği 8.824588 bulunmuştur ve %1 anlamlılık seviyesinde bu değer I0 ve I(1) sınırlarının üzerinde kalmaktadır. Dolayısıyla Seriler arasında bir eşbütünleşme ilişkisi söz konusudur. Elde edilen bu bulgular ARDL (2,12,3,12)² modeli

² ARDL (2,12,3,12) modeline ait sonuçlar Ek-1'de verilmiştir.

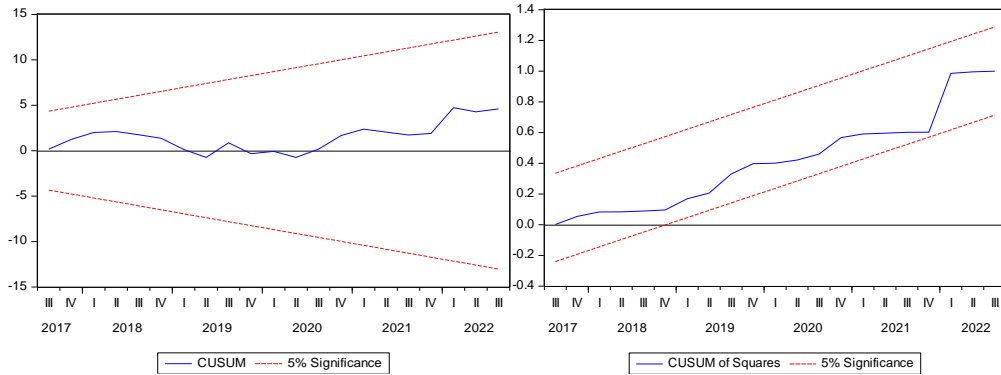
çerçevesinde bir kısa dönem hata düzeltme modelinin ve bir uzun dönem eşitliğinin tahmin edilmesine olanak tanımaktadır. Eşbütünlük eşitliği ve uzun dönem katsayıları Ek-2’de özetlenmiştir. Uzun dönem katsayıları incelenmeden önce modelin herhangi bir varsayımı ihlal edip etmediğini incelemek amacıyla tanımlayıcı testler yapılmış olup sonuçlar Tablo 5 ve şekil 1’de özetlenmiştir.

Tablo 5. Tanımlayıcı testler

Breusch – Godfrey Serial Otokorelasyon LM test			
F-ist,	0,677776	Prob. F(4,17)	0,6167
N*R ²	9,215317	Prob. Chi-Square(4)	0,0559
White Değişen Varyans Testi			
F-ist	0,872781	Prob. F(45,21)	0,6589
N*R ²	43,65704	Prob. Chi-Square(45)	0,5289
Ramsey Reset Test			
F-ist	1,914894	Olasılık	0,1314
Jarque-Bera Normal Dağılım Testi			
JB ist,	0,803440	Olasılık	0,669168

Tablo 5’teki sonuçlar, otokorelasyon, değişen varyans ya da normal dağılmama gibi herhangi bir sorunun olmadığını dolayısıyla modelin herhangi bir varsayımı ihlal etmediğini göstermektedir. Ayrıca yapılan Ramsey Reset testi ve Şekil 1’de verilen CUSUM testlerine göre modeldeki değişkenler istikrarlıdır.

Şekil 1. CUSUM ve CUSUM of Squares Test Sonuçları



Bu noktadan hareketle Ek-2’de verilen uzun dönem katsayılarına bakıldığında, tüm katsayıların istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Bu bağlamda yurtiçi talebi temsil eden gayrisafi yurtiçi hasılanın Türkiye’de enflasyonun en önemli belirleyicisi olduğunu söylemek mümkündür. Zira GSYH’deki %1’lik artışın TÜFE’yi yaklaşık olarak %0,55 arttırdığı görülmektedir. Bu durum yurtiçi talep şoklarının etkisini ortaya koymasından önemlidir. Petrol fiyatlarının TÜFE üzerindeki etkisi ise beklentilerin tersine negatif yönde olmakla birlikte neredeyse göz ardı edilebilecek bir seviyededir. Diğer taraftan USD/TL döviz kurundaki %1’lik artış TÜFE’yi %0,15 arttırırken, ÜFE’deki Yüzde birlik artış ise TÜFE’yi yine %0,15 civarında arttırmaktadır. Bu noktada üretim maliyetlerindeki artışın TÜFE üzerindeki etkisinin döviz kurundaki değişimlerle hemen hemen aynı oranda olması dikkat çekicidir. Türkiye’de üretimin

ithalata bağımlılığı dikkate alındığında döviz kurunun üretim maliyetlerini arttırıcı etkisinin de bu noktada önem kazandığı söylenebilir.

5. Sonuç

1980'li yıllardan beri popüler bir araştırma konusu olan döviz kuru geçiş etkisi politika yapımcılar için son derece önemli bir sinyal görevi görmektedir. Döviz kurunun fiyatlar genel seviyesi üzerindeki etkisi hem enflasyonu öngörmek açısından önemli bir enformasyon kaynağı olmakta hem de çeşitli kanallardan enflasyonu tetiklemekte, hatta beslemektedir. Fiyatlar üzerindeki bu etkisi nedeniyle özellikle para politikası ve para otoriteleri açısından kur değişimlerinin etkisi yakından takip edilmekte ve politika kararlarını yönlendirebilmektedir. Bu bağlamda ilgili literatür tarandığında Türkiye için yapılan pek çok çalışmaya rastlamak mümkündür. Her ne kadar 2001 krizinin ardından değişen kur rejimi ve para politikası stratejisi ile birlikte Türkiye'de döviz kuru geçiş etkisinin azaldığı görülse de 2016'dan itibaren kurdaki sert yükseliş ve onu takiben enflasyondaki hızlı artış döviz kuru geçiş etkisini yeniden gündeme getirmiştir. Bu nedenle bu çalışmada 2003Q1-2022Q3 döneminde Türkiye'de döviz kuru geçiş etkisinin tahmin edilmesi amaçlanmıştır.

Elde edilen bulgular, döviz kurunun TÜFE üzerindeki direkt etkisinin geçmiş dönemlerle kıyaslandığında, çok yüksek olmadığını gözler önüne sermektedir. Enflasyon hedeflemesi rejimine geçiş öncesi Türkiye'de için yapılan çalışmalarda, %50-66 bandında bir geçiş etkisi hesaplandığı (Dedeoğlu ve Kayab, 2014; Kara vd., 2007; Karahan, 2017; Çatık vd., 2016; Kara ve Ögünç, 2005) (Leigh ve Rossi, 2002) göz önüne alındığında ele alınan dönem için elde edilen geçiş etkisi katsayısının düşük kaldığı görülmektedir. Ele alınan dönem bakımından Türkiye'de döviz kuru geçiş etkisinin azalmış olması esasen Taylor (2000)'un hipotezinin geçerli olduğunun da bir göstergesidir. Taylor (2000)'a göre düşük enflasyonist ortamda geçiş etkisi düşük olurken, yüksek enflasyonist ortamda geçiş etkisi artmaktadır. 2003-2022 yılları arasında, serbest dalgalanan döviz kuru rejimine geçiş yapan ve Enflasyon Hedeflemesi stratejisi uygulayan Türkiye ekonomisinde enflasyonun tek haneli rakamlara kadar düştüğü bir süreç yaşanmıştır. Her ne kadar 2016 yılından sonra enflasyon yeniden çift haneli rakamlara ulaşsa da çalışmada ele alınan dönem genelinde nispeten düşük enflasyonist bir süreç yaşanmıştır. Diğer taraftan serbest dalgalanan döviz kuru rejimine geçişin, döviz kuru geçiş etkisini azalttığı farklı ülke deneyimleri ile kanıtlanmıştır. Dolayısıyla hem serbest dalgalanan döviz kuru rejimine geçiş hem de Enflasyon Hedeflemesi uygulanmasının etkisiyle düşen enflasyon oranları sebebiyle Türkiye'de döviz kuru geçiş etkisinin 2001 krizi öncesindeki seviyelerine göre azalmış olması son derece doğaldır. Ancak yine de döviz kuru değişimlerinin yurtiçi enflasyon üzerindeki etkisinin göz ardı edilemeyecek seviyelerde olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Bu noktada resmi olarak halen serbest dalgalanan döviz kuru rejimi uygulanmasına rağmen, özellikle 2021 Aralık ayında Kur Korunmalı Mevduat Hesapları gibi yeni araçların ilan edilerek kura dolaylı da olsa müdahale ediliyor olması, bir dalgalanma korkusuna da işaret etmektedir. Ayrıca geçmişle kıyaslandığında düşen ancak diğer ülke deneyimleri ile kıyaslandığında yüksek olan geçiş etkisi sebebiyle, kur değişimlerinin halen para politikasına yön verecek kadar güçlü bir faktör olduğunu göstermektedir.

Ekler

Ek-1 ARDL Modeli

ARDL (2,12,3,12,11) Modeli				
Değişken	Katsayı	Std, Hata	t istatistiği	Olasılık
LCPIC(-1)	0,489080	0,098900	4,945217	0,0001
LCPIC(-2)	-0,677047	0,074622	-9,073017	0,0000
LGDP	0,095109	0,028197	3,372998	0,0029
LGDP(-1)	-0,057417	0,016130	-3,559718	0,0019
LGDP(-2)	0,071293	0,030722	2,320593	0,0305
LGDP(-3)	0,060800	0,023491	2,588283	0,0172
LGDP(-4)	0,093527	0,023854	3,920893	0,0008
LGDP(-5)	0,053188	0,025466	2,088615	0,0491
LGDP(-6)	0,078469	0,024081	3,258516	0,0038
LGDP(-7)	-0,112296	0,019039	-5,898364	0,0000
LGDP(-8)	0,039579	0,026094	1,516767	0,1442
LGDP(-9)	0,017825	0,024041	0,741431	0,4666
LGDP(-10)	0,154125	0,035575	4,332372	0,0003
LGDP(-11)	0,089568	0,030430	2,943384	0,0078
LGDP(-12)	0,069548	0,025867	2,688714	0,0137
LEX	0,058760	0,012351	4,757454	0,0001
LEX(-1)	0,014188	0,016882	0,840440	0,4101
LEX(-2)	-0,004557	0,016167	-0,281834	0,7808
LEX(-3)	0,110253	0,006939	15,88878	0,0000
OILC	-4,14E-05	2,97E-05	-1,394237	0,1778
OILC(-1)	-1,00E-05	3,84E-05	-0,260609	0,7969
OILC(-2)	9,58E-05	3,49E-05	2,741913	0,0122
OILC(-3)	0,000130	4,01E-05	3,240637	0,0039
OILC(-4)	7,27E-05	4,30E-05	1,691075	0,1056
OILC(-5)	-4,31E-06	4,92E-05	-0,087725	0,9309
OILC(-6)	-0,000135	4,42E-05	-3,065125	0,0059
OILC(-7)	-8,00E-05	4,46E-05	-1,792709	0,0874
OILC(-8)	-0,000274	4,04E-05	-6,778259	0,0000
OILC(-9)	-6,10E-05	1,83E-05	-3,328574	0,0032
OILC(-10)	-0,000162	4,15E-05	-3,915124	0,0008
OILC(-11)	-5,90E-05	3,31E-05	-1,781933	0,0892
OILC(-12)	-0,000171	4,39E-05	-3,899860	0,0008
LPPI	0,213735	0,051816	4,124914	0,0005
LPPI(-1)	0,053337	0,072740	0,733254	0,4715
LPPI(-2)	0,039180	0,058818	0,666114	0,5126
LPPI(-3)	-0,103856	0,063890	-1,625540	0,1190
LPPI(-4)	0,260606	0,057997	4,493437	0,0002
LPPI(-5)	-0,082286	0,049522	-1,661623	0,1114
LPPI(-6)	-0,018725	0,031717	-0,590379	0,5612
LPPI(-7)	0,128236	0,053642	2,390590	0,0263
LPPI(-8)	-0,061069	0,049932	-1,223052	0,2349
LPPI(-9)	-0,057021	0,056382	-1,011334	0,3234
LPPI(-10)	-0,029305	0,053875	-0,543950	0,5922
LPPI(-11)	-0,155256	0,045474	-3,414207	0,0026
C	-7,441784	0,840392	-8,855136	0,0000
@TREND	-0,008163	0,000965	-8,463160	0,0000

Ek-2 Eşbütünlüşme Eşitliği ve Uzun Dönem Katsayıları

Eşbütünlüşme Eşitliği				
Değişken	Katsayı	Std. Hata	t-ist.	Olasılık
C	-7,441784	1,026100	-7,252492	0,0000
@TREND	-0,008163	0,001178	-6,930501	0,0000
D(LCPIC(-1))	0,677047	0,139159	4,865269	0,0001
D(LGDP)	0,095109	0,029970	3,173480	0,0046
D(LGDP(-1))	-0,615626	0,081120	-7,589094	0,0000
D(LGDP(-2))	-0,544333	0,071497	-7,613324	0,0000
D(LGDP(-3))	-0,483532	0,074709	-6,472178	0,0000
D(LGDP(-4))	-0,390005	0,069819	-5,585970	0,0000
D(LGDP(-5))	-0,336817	0,061342	-5,490784	0,0000
D(LGDP(-6))	-0,258348	0,056475	-4,574541	0,0002
D(LGDP(-7))	-0,370644	0,052501	-7,059761	0,0000
D(LGDP(-8))	-0,331065	0,053973	-6,133913	0,0000
D(LGDP(-9))	-0,313240	0,055686	-5,625095	0,0000
D(LGDP(-10))	-0,159116	0,052801	-3,013492	0,0066
D(LGDP(-11))	-0,069548	0,041898	-1,659953	0,1118
D(LEX)	0,058760	0,019846	2,960807	0,0075
D(LEX(-1))	-0,105696	0,024913	-4,242672	0,0004
D(LEX(-2))	-0,110253	0,021771	-5,064305	0,0001
D(OILC)	-4,14E-05	3,87E-05	-1,071069	0,2963
D(OILC(-1))	0,000648	0,000150	4,321632	0,0003
D(OILC(-2))	0,000744	0,000187	3,985055	0,0007
D(OILC(-3))	0,000874	0,000219	3,987641	0,0007
D(OILC(-4))	0,000947	0,000241	3,928614	0,0008
D(OILC(-5))	0,000942	0,000241	3,912959	0,0008
D(OILC(-6))	0,000807	0,000206	3,913286	0,0008
D(OILC(-7))	0,000727	0,000155	4,702667	0,0001
D(OILC(-8))	0,000453	0,000114	3,965643	0,0007
D(OILC(-9))	0,000392	9,55E-05	4,110733	0,0005
D(OILC(-10))	0,000230	6,82E-05	3,371789	0,0029
D(OILC(-11))	0,000171	4,77E-05	3,584996	0,0017
D(LPPI)	0,213735	0,051927	4,116093	0,0005
D(LPPI(-1))	0,079497	0,064330	1,235763	0,2302
D(LPPI(-2))	0,118677	0,067617	1,755135	0,0938
D(LPPI(-3))	0,014821	0,063911	0,231894	0,8189
D(LPPI(-4))	0,275427	0,058125	4,738561	0,0001
D(LPPI(-5))	0,193141	0,059654	3,237664	0,0039
D(LPPI(-6))	0,174416	0,061002	2,859190	0,0094
D(LPPI(-7))	0,302652	0,062701	4,826939	0,0001
D(LPPI(-8))	0,241583	0,057052	4,234461	0,0004
D(LPPI(-9))	0,184562	0,057993	3,182472	0,0045
D(LPPI(-10))	0,155256	0,051404	3,020298	0,0065
CointEq(-1)*	-1,187967	0,163912	-7,247572	0,0000
Uzun Dönem Katsayıları				
Değişken	Katsayı	Std. Hata	t-ist.	Prob.
LGDP	0,549946	0,032955	16,68801	0,0000
LEX	0,150378	0,004269	35,22473	0,0000
OILC	-0,000589	0,000199	-2,955055	0,0076
LPPI	0,157896	0,023302	6,775917	0,0000

Kaynakça

- Akdemir, S.; Özçelik, M. (2018), "Döviz Kurlarının Yurtiçi Fiyatlara Geçiş Etkisi: Türkiye Ekonomisi 2003-2017 Dönemi Uygulaması", *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Vol.14, No.1:35-50.
- Altınay, G. (1996), "Exchange Rates and Domestic Prices: A Test of Causality", *Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi*, Vol.11:175-190.
- Bal, H.; Yetiz, F. (2016), "Döviz Kurunun Yansıma Etkisi ve Yansıma Etkisinin Ölçülmesi: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme", *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Vol. 20, No.1: 11-26.
- Beirne, J.; Bijsterbosch, M. (2011), "Exchange Rate Pass-through in Central and Eastern European EU Member States", *Journal of Policy Modeling*, Vol.33, No.2: 241-54. doi: 10.1016/j.jpolmod.2010.11.001.
- Beladi, H.; Chakrabarti, A.; Marjit, S. (2010), "Exchange Rate Pass-through: A Generalization". *Journal of Mathematical Economics*, Vol. 46, No.4: 493-504. doi: 10.1016/j.jmateco.2010.03.003.
- Bhattacharya, P. S.; Karayalcin, C.A; Thomakos, D.D. (2008), "Exchange Rate Pass-through and Relative Prices: An Industry-Level Empirical Investigation", *Journal of International Money and Finance*, Vol. 27, No.7: 1135-60. doi: 10.1016/j.jimonfin.2008.05.004.
- Bilgili, F.; Ünlü, F.; Gençoğlu, P; Kuşkaya, S. (2021), "Modeling the Exchange Rate Pass-Through in Turkey with Uncertainty and Geopolitical Risk: A Markov Regime-Switching Approach", *Applied Economic Analysis*, Vol. 30, No.88: 52-70. doi: 10.1108/AEA-08-2020-0105.
- Billmeier, A.; Bonato, L. (2004), "Exchange Rate Pass-through and Monetary Policy in Croatia", *Journal of Comparative Economics*, Vol. 32, No.3: 426-44. doi: 10.1016/j.jce.2004.03.004.
- Bouakez, H.; Rebei, N. (2008), "Has Exchange Rate Pass-through Really Declined? Evidence from Canada", *Journal of International Economics*, Vol.75, No.2: 249-67. doi: 10.1016/j.jinteco.2007.12.004.
- Bowe, M.; Saltvedt, T.M. (2004), "Currency Invoicing Practices, Exchange Rate Volatility and Pricing-to-Market: Evidence from Product Level Data", *International Business Review*, Vol.13, No.3: 281-308, doi: 10.1016/j.ibusrev.2004.01.003.
- Bozoklu, Ş.; Yılandı, V.; Görüş, M.Ş. (2020), "Persistence in per Capita Energy Consumption: A Fractional Integration Approach with a Fourier Function", *Energy Economics*, Vol. 91:2-12, doi: 10.1016/j.eneco.2020.104926.
- Ca' Zorzi, M.; Hahn, E.; Sanchez, M. (2007), "Exchange Rate Pass-Through in Emerging Markets". *SSRN Electronic Journal*. doi: 10.2139/ssrn.970654.
- Cuitiño, M. F.; Medina, J.P.; Zacheo, L. (2022), "Conditional Exchange Rate Pass-through and Monetary Policy Credibility: Insights from Uruguay and Chile", *Economic Modelling*, Vol .114, No. 105926, doi: 10.1016/j.econmod.2022.105926.
- Çatık, A. N.; Karaçuka, M.; Gök, B. (2016), "A Time-Varying Parameter VAR Investigation of the Exchange Rate Pass-Through in Turkey", *Panoeconomicus*, Vol. 63, No.5: 563-79. doi: 10.2298/PAN140307005C.
- Dedeoğlu, D.; Kayab, H. (2014), "The Evolution of Exchange Rate Pass-Through in Turkey: Does Inflation Targeting Matter?", *Afro Eurasian Studies*, Vol. 3, No.1: 26-33.
- Donayre, L.; Panovska, I. (2016), "State-Dependent Exchange Rate Pass-through Behavior", *Journal of International Money and Finance*, Vol. 64: 170-95. doi: 10.1016/j.jimonfin.2016.02.018.
- Enders, W.; Lee, J.; (2012), "The Flexible Fourier Form and Dickey–Fuller Type Unit Root Tests", *Economics Letters*, Vol.117, No.1: 196-99.
- Gagnon, J. E.; Ihrig, J. (2004), "Monetary policy and exchange rate pass-through". *International Journal of Finance & Economics*, Vol. 9 No. 4: 315-38. doi: 10.1002/ijfe.253.

Gayaker, S.; Ağaslan, E.; Alkan, B.; Çiçek, S. (2021), "The Deterioration in Credibility, Destabilization of Exchange Rate and the Rise in Exchange Rate Pass-through in Turkey", *International Review of Economics & Finance*, Vol. 76: 571-87. doi: 10.1016/j.iref.2021.07.004.

Ha, J.; Stocker, M.M.; Yilmazkuday, H. (2020), "Inflation and Exchange Rate Pass-Through". *Journal of International Money and Finance*, Vol. 105:102187. doi: 10.1016/j.jimonfin.2020.102187.

Ho, C.; McCauley, R.N. (2003), "Living with Flexible Exchange Rates: Issues and Recent Experience in Inflation Targeting Emerging Market Economies", *SSRN Electronic Journal*. doi: 10.2139/ssrn.845487.

Hyder, Z.; Shah, S. (2004), "Exchange Rate Pass-Through to Domestic Prices in Pakistan", *SBP Working Paper Series*, State Bank of Pakistan, Research Department.

Jiménez-Rodríguez, R.; Morales-Zumaquero, A. (2016), "A New Look at Exchange Rate Pass-through in the G-7 Countries", *Journal of Policy Modeling*, Vol.38, No.5: 985-1000. doi: 10.1016/j.jpolmod.2016.06.007.

Kara, H.; Küçük Tuğer, H.; Özlale, Ü.; Tuğer, B.; Yavuz, D.; Yucel, E.M. (2005), "Exchange Rate Pass-Through in Turkey: Has It Changed and to What Extent?" *Working Papers*.

Kara, H.; Küçük Tuğer, H.; Özlale, Ü.; Tuğer, B.; Yücel, E.M. (2007), "Exchange Rate Regimes and Pass-Through: Evidence from the Turkish Economy", *Contemporary Economic Policy*, Vol. 25, No. 2: 206-25. doi: 10.1111/j.1465-7287.2007.00037.x.

Kara, H.; Öğünç, F. (2005), "Exchange Rate Pass-Through in Turkey: It Is Slow, but Is It Really Low?", *Working Papers 0510*, Research and Monetary Policy Department, Central Bank of the Republic of Turkey.

Kara, H.; Öğünç, F. (2008), "Inflation Targeting and Exchange Rate Pass-Through: The Turkish Experience", *Emerging Markets Finance and Trade*, Vol. 44, No. 6: 52-66. doi: 10.2753/REE1540-496X440604.

Karahan, Ö. (2017), "Exchange Rate Pass-Through in Turkey before and after the Adoption of Inflation Targeting Regime", *Financial Assets and Investing*, Vol. 8, No. 2: 37-48. doi: 10.5817/FAI2017-2-3.

Karamelikli, H.; Korkmaz, S. (2016), "The Dynamics of Exchange Rate Pass-Through to Domestic Prices in Turkey", *Journal of Business Economics and Finance*, Vol.5, No. 1: 39-48. doi: 10.17261/Pressacademia.2016116552.

Kassi, D. F.; Sun, G.; Ding, N.; Rathnayake, D. N.; Assamoi, G.N. (2019), "Asymmetry in Exchange Rate Pass-through to Consumer Prices: Evidence from Emerging and Developing Asian Countries", *Economic Analysis and Policy*, Vol. 62: 357-72. doi: 10.1016/j.eap.2018.09.013.

Kaytanci, U. B.; Kaytanci, B. G. (2021), "Exchange Rate Pass-Through in Turkey: ARDL Bounds Testing Approach", *Equinox Journal of Economics Business and Political Studies*, Vol. 8, No. 1: 77-97. doi: 10.48064/equinox.877879.

Kotil, E. (2020), "Exchange Rate Pass-Through Investigation for Turkish Economy", *Frontiers in Applied Mathematics and Statistics*, Vol.5: 1-6.

Leigh, D.; Rossi, M. (2002), "Exchange Rate Pass-Through in Turkey", *IMF Working Paper*, WP/02/2004.

Po-Chun, L.; Chung-Shu W. (2012). "Exchange Rate Pass-through in Deflation: The Case of Taiwan", *International Review of Economics & Finance*, Vol. 22, No. 1: 101-11. doi: 10.1016/j.iref.2011.10.010.

López-Villavicencio, A.; Mignon, V. (2017), "Exchange Rate Pass-through in Emerging Countries: Do the Inflation Environment, Monetary Policy Regime and Central Bank Behavior Matter?", *Journal of International Money and Finance*, Vol. 79: 20-38. doi: 10.1016/j.jimonfin.2017.09.004.

Maerten, O.; Ricardo, L.; Castillo, P.; Rodriguez, G. (2012), "Does the Exchange Rate Pass-through into Prices Change When Inflation Targeting Is Adopted? The Peruvian Case Study between 1994 and 2007", *Journal of Macroeconomics*, Vol. 34, No. 4: 1154-66. doi: 10.1016/j.jmacro.2012.07.001.

Marques, H.; García-Solanes, J. (2010), "Exchange Rate Pass-through and Exchange Rate Dynamics", *International Review of Economics & Finance*, Vol.19, No.1: 1-2. doi: 10.1016/j.iref.2009.02.011.

Nasir, M. A.; Huynh, T. L. D.; Vo, X.V. (2020), "Exchange Rate Pass-through & Management of Inflation Expectations in a Small Open Inflation Targeting Economy", *International Review of Economics & Finance*, Vol. 69: 178-88. doi: 10.1016/j.iref.2020.04.010.

Omay, T. (2015), "Fractional Frequency Flexible Fourier Form to Approximate Smooth Breaks in Unit Root Testing", *Economics Letters*, Vol. 134(C): 123-26.

Özdoğan, Z. (2022). "An Analysis of Exchange Rate Pass-Through to Domestic Prices: Evidence from Turkey", *Eurasian Journal of Business and Economics*, Vol. 15, No. 29: 67-86. doi: 10.17015/ejbe.2022.029.05.

Özkan, İ.; Erden, L. (2015), "Time-Varying Nature and Macroeconomic Determinants of Exchange Rate Pass-Through", *International Review of Economics & Finance*, Vol. 38: 56-66. doi: 10.1016/j.iref.2015.01.007.

Pesaran, M. Ha.; Shin, Y.; Smith, R.J. (2001), "Bounds Testing Approaches to the Analysis of Level Relationships", *Journal of Applied Econometrics*, Vol. 16, No. 3: 289-326. doi: 10.1002/jae.616.

Phuc, N. V.; Duc, V.H. (2021), "Macroeconomics Determinants of Exchange Rate Pass-Through: New Evidence from the Asia-Pacific Region", *Emerging Markets Finance and Trade*, Vol. 57, No. 1: 5-20. doi: 10.1080/1540496X.2018.1534682.

Taylor, J. (2000), "Low Inflation, Pass-Through, and the Pricing Power of Firms", *European Economic Review*, Vol. 44, No. 7:1389-1408.

Tunç, C.; Kilinc, M. (2018), "Exchange Rate Pass-Through in a Small Open Economy: A Structural Var Approach", *Bulletin of Economic Research*, Vol. 70, No. 4: 410-22. doi: 10.1111/boer.12162.

Vegh, C. A.; Morano, L.; Friedheim, D.; Rojas, D. (2017), *LAC Semiannual Report October 2017: Between a Rock and a Hard Place: The Monetary Policy Dilemma in Latin America*. Washington, DC: World Bank.

Extended Summary

Dynamics of Inflation and Exchange Rate Pass-Through to Domestic Prices in Turkey

The exchange rate pass-through effect, which has been a popular research topic since the 1980s, serves as an extremely important signal for policymakers. The effect of the exchange rate on the general level of prices is not only an important source of information for forecasting inflation but also triggers and even feeds inflation through various channels. Due to this effect on prices, especially for monetary policy and monetary authorities, the impact of exchange rate changes is closely monitored and can guide policy decisions.


In summary, the exchange rate pass-through effect has two important macroeconomic implications. First, it determines the impact of exchange rate fluctuations on the domestic inflation rate and, thus, the extent to which exchange rate fluctuations prevent central banks from achieving their ultimate objectives. Second, the effect of exchange rate pass-through can affect the real exchange rate, as it can differ substantially between consumer and producer price indexes. Therefore, it is crucial to assess whether devaluation can be used to absorb external shocks (Marques and García-Solanes 2010:1).


In this context, it is possible to find many studies on Turkey in the related literature. A review of the literature for Turkey shows that the results are generally in the direction that the exchange rate pass-through is quite high during the period of fixed exchange rates but weakens with the transition to a floating exchange rate regime, especially with the transition to inflation targeting. However, recent studies also show that the exchange rate pass-through effect tends to increase after 2017. Turkey, which has been suffering from chronic inflation since the 1980s, has recorded triple-digit inflation figures from time to time, and monetary policies implemented with the support of the IMF have failed to yield results. However, with the introduction of the inflation targeting regime, Turkey experienced a remarkable disinflation process and inflation dropped to single digits, even though inflation targets were generally not met. However, since 2016, inflation has returned to double digits, reaching 20% in 2021 and 72% in 2022, as a result of the Covid-19 pandemic and the CBRT's efforts to lower the interest rate. Although it is observed that the exchange rate pass-through effect has decreased in Turkey with the changing exchange rate regime and monetary policy strategy after the 2001 crisis, the sharp rise in the exchange rate since 2016 and the subsequent rapid increase in inflation have brought the exchange rate pass-through effect back to the agenda. Therefore, this study aims to estimate the exchange rate pass-through in Turkey for the period 2003Q1-2022Q3.

The long-run coefficients obtained from the analysis show that all coefficients are statistically significant. In this context, it is possible to say that gross domestic product, which represents domestic demand, is the most important determinant of inflation in Turkey. This is because a 1% increase in GDP increases CPI by about 0.55%. This is important in terms of revealing the impact of domestic demand shocks. Contrary to expectations, the impact of oil prices on CPI was negative but almost negligible. On the other hand, a 1% increase in the USD/TL exchange rate increases CPI by 0.15%, while a 1% increase in the PPI increases the CPI by about 15%. At this point, it should be noted that the increase in production costs affects CPI almost at the same rate as the changes in the exchange rate. Considering the import dependency of production in Turkey, it can be said that the increasing effect of the exchange rate on production costs becomes more significant at this point.

The results show that the direct effect of the exchange rate on CPI is not very high when compared to past periods. Considering the fact that the studies conducted in Turkey before the transition to the inflation targeting regime found exchange rate pass-through in the range of 50-66% (Dedeoğlu and Kayab, 2014; Kara et al., 2007; Karahan, 2017; Çatık et al., 2016; Kara and Ögünç, 2005) (Leigh and Rossi, 2002), the coefficient of the exchange rate pass-through obtained for the period under consideration is low. The fact that the exchange rate pass-through effect has decreased in Turkey during the period under consideration is essentially an indication that Taylor (2000)'s hypothesis is valid. According to Taylor (2000), while the exchange rate pass-through is small in a low-inflationary environment, it increases in a high-inflationary environment. Between 2003 and 2022, the Turkish economy, which switched to a floating exchange rate regime and implemented the inflation targeting strategy, experienced a period in which inflation fell to single digits. Although inflation reached double-digit figures again after 2016, a relatively low inflationary process was experienced throughout the period analyzed in this study. On the other hand, the experience of various countries has shown that the transition to a floating exchange rate regime reduces the exchange rate pass-through. Therefore, it is quite natural that the exchange rate pass-through effect in Turkey has decreased compared to the levels before the 2001 crisis, both due to the transition to a floating exchange rate regime and due to the decreasing inflation rates as a result of the introduction of inflation targeting. However, it remains an indisputable fact that the impact of exchange rate changes on domestic inflation cannot be ignored. Although officially a floating exchange rate regime is still in effect, the announcement of new instruments such as exchange rate-hedged deposit accounts in December 2021, although indirectly intervening in the exchange rate, points to a fear of floating. Moreover, the exchange rate pass-through, which is low compared to the past but high compared to the experience of other countries, shows that exchange rate changes are still a strong enough factor to steer monetary policy.

Factors Affecting Green Ready-made Products Purchase Intention: An Integrated Model

Leyla Gödekmerdan Önder¹ 

Arzu Deniz Çakıroğlu² 

Yeşil Hazır Giyim Ürünleri Satın Alma Niyetini Etkileyen Faktörler: Bütünleştirilmiş Bir Model	Factors Affecting Green Ready-made Products Purchase Intention: An Integrated Model
Öz Bu çalışmanın temel amacı tüketicilerin yeşil ürün satın alma niyetini etkileyen risk, değer, kalite, güven ve viral iletişim değişkenlerini bütünleştirilmiş bir model çerçevesinde değerlendirmektir. Bu amaçla Ankara ilinde bir anket çalışması yürütülerek veriler analiz edilmiştir. Uygulama alanı olarak hazır giyim ve tekstil sektörü ele alınmıştır. Elde edilen sonuçlara göre yeşil algılanan değer, kalite ve risk tüketicilerin yeşil hazır giyim ürünleri satın alma niyeti üzerinde etkilidir. Öte yandan viral iletişim ve güvenin yeşil hazır giyim ve tekstil ürünleri satın alma niyetini etkilemediği tespit edilmiştir. Ek olarak yeşil hazır giyim ürünleri satın alma niyeti satın alma davranışı üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.	Abstract Within the framework of an integrated model, the primary objective of this study is to identify how risk, value, quality, trust, and viral communication influence green purchase intentions. In order to achieve this objective, a survey study was carried out in Ankara, and the resulting data were evaluated. As an application area, the ready-made apparel and garment sector is picked. The results indicate that perceived value, quality, and risk are effective on consumers' intents to purchase green ready-made apparel products. On the other hand, it has been determined that viral communication and trust do not influence consumers' intentions for these products. Moreover, purchasing intentions for green ready-to-made clothing have a positive influence on purchasing behavior.
Anahtar Kelimeler: Algılanan Yeşil Risk, Algılanan Yeşil Değer, Algılanan Yeşil Kalite, Algılanan Yeşil Güven, Yeşil Viral İletişim	Keywords: Green Perceived Risk, Green Perceived Value, Green Perceived Quality, Green Perceived Trust, Green Viral Communication (Green WOM)
JEL Kodları: M30, M31, M39	JEL Codes: M30, M31, M39

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı	Bu çalışma 01.07.2022 tarih ve 2022/05 sayılı Ufuk Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma Etik Kurulu Başkanlığı Etik Kurul Onay Belgesi ile bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmıştır.
Yazarların Makaleye Olan Katkıları	Yazar 1'in makaleye katkısı %50, Yazar 2'nin makaleye katkısı %50'dir.
Çıkar Beyanı	Yazarlar açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Ufuk Üniversitesi, Meslek Yüksek Okulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, leyla.godekmerdan@ufuk.edu.tr

² Dr. Öğr. Üyesi, Giresun Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, arzdnaof@gmail.com

1. Introduction

Influencing all nations around the world, the idea of "green transformation," has become a concept that is closely related to a variety of industries. Known as the New Green Deal in the United States, the Green Deal in the European Union, and the Green Energy Revolution in China, this transformation refers to the reorganization of the entire economic system within the scope of a road map and not only specific industries. Green transformation is a model for performing business that does not only promote the maximization of profits but also the reduction of carbon footprints, sustainable use of resources, development of production methods, recycling and reuse. Furthermore, being conscious of consumption and changing consumption habits in a way that does not harm the environment are accepted as the final link in the chain. The Green Reconciliation Action Plan, published in our country in 2021, is intended to regulate production, trade, and other activities in accordance with certain standards. It has resulted in problem-solving innovations as well as steps toward green transformation in all sectors. These sectors also include ready-to-wear and garment industries. In order to meet customers' environmental expectations and adapt to this transformation, businesses in this industry have begun modifying their systems to avoid using fossil fuels in energy and reduce water consumption towards friendly production.

Within the context of an integrated model, the factors that influence consumers' decisions to buy eco friendly ready-to-wear products were investigated in this particular research project. Some studies analyze a specific product product group, brand, or industry, such as green label detergents (Isa et al., 2017), energy-saving products (Wasaya et al., 2021), green food products (Tarabieh, 2021), ecofriendly electronic products (Bozbay et al., 2019), green packaged products (Apaydın, 2022), cosmetics (Urkut and Cengiz, 2021), low-cost green cars (Dhewi et al., 2018), bottled water, notebooks (Guerreiro and Pacheo, 2021), air conditioners (Bokko et al. 2021) whilst others examine green product purchase behaviour in general. Numerous factors, including value, risk, trust, communication, brand loyalty, brand equity, brand awareness, brand involvement, greenwashing, green advertising, environmental concern, and environmental consciousness, have been linked to green product purchasing behavior (Vazifedoust et al., 2013, Yapraklı and Yıldız, 2018, Uzundal, 2019, Baran et al., 2017, Akturan, 2018, Kurniawan and Diryana, 2015, Rizwan et al., 2014, Güsan et al., 2016, Zhang et al., 2018, Rahim et al., 2015, Al-Gasawneh and Al-Adamat, 2020, Chang, 2015, Chen and Chang, 2012). Some of these factors relate to the product, brand, or industry, while others relate to purchasing behavior in general. In summary, the literature is unclear about which variables should be considered when analyzing the purchasing behavior and intention of consumers for a specific product group. In order to fill this gap in the literature, variables frequently and commonly used in product-oriented studies (perceived risk, quality, trust, value, viral communication) were evaluated in a single model and a general model proposal was presented for future research. In addition, the lack of such research for ready-to-wear products is presumed to contribute to the literature.

Initially, the theoretical concepts of green perceived risk, perceived quality, perceived value, trust, viral communication, and green purchase intention were discussed, and hypotheses demonstrating the relationships between the concepts were developed. Afterwards, an analysis of the data obtained from the survey of consumers in Ankara who had recently purchased environmentally friendly ready-to-wear products was analyzed. In data analysis, descriptive statistics, confirmatory factor analysis, and least squares path analysis

(PLS-SEM) were utilized. The most important reason for selecting this method is that it emphasizes variance-based forecasting through structural equation modeling (Ramayah et al., 2018). For data analysis, SPSS 21 and Smart PLS 3.0 statistical package programs were utilized.

2. Theoretical Framework and Hypotheses Development

Examining purchase intention is essential for measuring the likelihood of making a purchase and assessing consumer behavior (Toor et al., 2017). In the marketing literature, the term "purchase intention" refers to the possibility that a consumer will make a purchase of a product or service in the future (Kim and Ko, 2012). It is a situation that indicates a consumer is ready to buy after evaluating the product (Bhaskar & Kumar, 2016) and is a type of decision regarding why a consumer purchases a specific brand (Isa et al., 2017). In terms of green products, "green purchase intention" is expressed as the consumer's probability of purchasing a product due to environmental needs (Chen and Chang, 2012). Another definition of green purchasing intention describes it as the capability and propensity to prefer environmentally friendly products over conventional ones (Cheunga et al., 2015). Green purchasing intent is influenced by numerous variables. One of them is the variable of perceived risk. It is argued by Peter and Ryan (1976) that a person's perception of risk is determined by their fear of the consequences of making the wrong purchase. Aaker (1996) claims that consumers' purchasing decisions and behaviors are influenced by this concept, which combines uncertainty and negative consequences (Chen and Chang, 2012). According to the theory of perceived risk, consumers tend to minimize perceived risk rather than maximize expected outcomes. Purchasers will avoid buying when they perceive high risk. For this reason, they will prefer purchasing brands that will reduce perceived risk (Chang and Cheng, 2014). The subjective perception of consumers about the potential consequences of purchasing environmentally friendly products is expressed as perceived risk in terms of green products (Juliana et al., 2020). When making a purchase decision, green consumers consider if the product is environmentally friendly and if it harms the environment (Rizwan et al., 2014; Dhewi et al., 2018). Consumers' perceptions of green risk are related to their purchase intentions, perceptions of trust, levels of satisfaction, etc., and affect a variety of issues (Chen and Chang, 2012; Rizwan et al., 2014; Bokko et al., 2018; Juliana et al., 2020). According to research, there is a negative relationship between perceived green risk and green purchase intention (Chen and Chang, 2012; Juliana et al., 2020; Isa et al., 2017; Kim and Lennon, 2013; Lin et al., 2017). The following hypothesis was developed as a result of this:

H₁: Green perceived risk has a negative impact on green purchase intention.

Perceived value is another factor that influences the purchasing decisions of consumers. Consumers are interested in the expected benefits of a product (Leunget al., 1998). Perceived value is the accumulated perceptual evaluation of the consumer's efforts to acquire a product (Zeithaml, 1998). Consumers seek to maximize value by comparing perceived cost to perceived value and prefer products that provide more value (Dhewi et al., 2018). Perceived value plays an essential role in the environment. The definition of perceived value in terms of green products is a consumer's evaluation of all expected benefits of a green product (Patterson and Spreng, 1997; Bolton and Drew, 1991; Rizwan et al., 2014). Green perceived value is critical in understanding consumers (Lien et al., 2015). This concept is effective not only for maintaining long-term relationships with customers, but also for influencing their purchasing intentions (Zhuang et al., 2010; Beneke et al., 2013). The higher the perceived value is, the more positive comments will spread through word of mouth and more people

will want to purchase (Chen and Chang, 2012). According to research, there are positive relationships between green perceived value and green purchase intention, (Eid, 2011; Dehghanan and Bakhshandeh, 2014; Chen and Chang, 2012; Yadav and Pathak, 2017; Mahmood et al., 2014). Consequently, the following hypothesis was formed:

H₂: Green perceived value influences green purchase intention positively.

In order to convert a consumer's purchase intention into a purchase decision, it has become increasingly important for businesses to provide consumers with a compelling reason to buy their product. Today, perceived quality is recognized as a powerful competitive tool for differentiating a product or brand from its rivals, creating a reason to purchase, and providing value to customers. Businesses utilize superior product quality to attract more customers and expand market share (Chen et al., 2014; Chang and Chen, 2014). According to Mohseni et al., (2018), the perceived quality of a brand or product is its expected characteristics or overall performance as judged by consumers as a whole. When considered in terms of environmentally friendly products, the impression of environmentally friendly quality raises consumers' awareness of the brand. The factors influencing perceived quality are that the brand's quality is reliable on environmental issues, durable in terms of environmental performance, excellent in terms of environmental image, and professional in terms of environmental reputation (Yıldız and Kirmızıbiber, 2019). By creating products with both eco-friendly and high-quality attributes, businesses influence consumers' purchasing decisions and gain competitive advantages (Zulfanizy and Wahyono, 2019). According to previous studies green perceived quality has a positive effect on green purchase intention (Diryana et al., 2015; D'Souza et al., 2007; Ariffin et al., 2016; Bozbay et al., 2019; Isa et al., 2017). Accordingly the following hypothesis was developed:

H₃: Green perceived quality influences green purchase intention positively.

Trust is one of the most influential determinants of consumer purchase intent, perception, and behavior (Harris and Goode, 2010; Morrow et al., 2004). Trust refers to one party's anticipation that the other will keep their word (Rotter, 1971). It is one of the most essential aspects of marketing a product or service since it fosters a long-term partnership between the business and the customer (Chairy and Alam, 2019). Increasing consumer trust decreases anxiety and uncertainty while maintaining a strong relationship with the brand (Baran et al., 2017). There is a correlation between confidence in green products and their dependability, competence, environmental performance, and etc. It is the desire to have confidence in the product based on expectations about the product (Trott and Sople, 2016). In other words, what matters most is the consumer's perception of the brand's environmental performance; the extent to which it fulfills its environmental promises and commitments; whether the products are truly environmentally friendly or not; and the satisfaction of consumers' environmental concerns (Cheunga et al., 2015). Green trust has a substantial effect on consumer purchasing behavior in environmental settings (Chen, 2010). Numerous studies in the academic literature have examined the positive effect of green trust on green purchase intention (Akturan, 2018; Doszhanov and Ahmad, 2015; Rahbar and Wahid, 2011; Tarabieh, 2021; Kurniawan, 2014; Imaningsih, 2019). On this basis, the following hypothesis was developed:

H₄: Green trust effects green purchase intention positively.

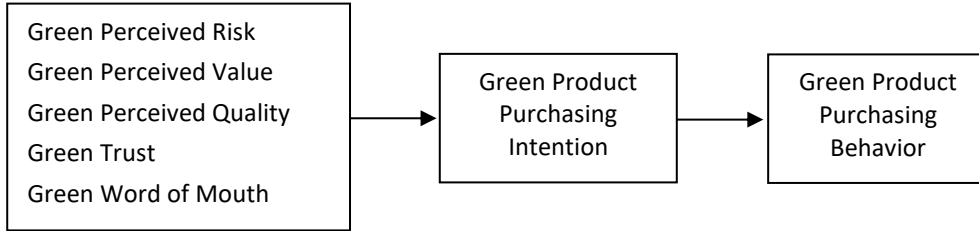
According to Zhao and Xie (2011), one of the most influential factors on the choices and preferences of consumers in today's markets is the opinions of others. Word-of-mouth (WOM) communication is more effective than conventional marketing strategies and is a dynamic form of interpersonal communication that transcends the exchange of commercial information (Martin and Leug, 2013). Many enterprises utilize word of mouth communication as a marketing strategy to influence consumer decisions (Chen et al., 2015; Yang et al., 2012). WOM is defined as verbal communication between actual or potential consumers and others such as product providers, experts, family and friends, and includes ideas, opinions, and experiences related to post-purchase satisfaction or dissatisfaction with a product or brand (Hameedet al., 2021; Chaniotakis and Lympelopoulos, 2009). Chen et al. (2014) have proposed the concept of green word of mouth (GWOM) communication after developing the concept of word-of-mouth communication in the environmental field. Green viral communication refers to the extent to which consumers spread positive environmental messages about a company's product or brand to their friends, family, and colleagues (Chen et al., 2014). Consumers view green viral communication as a trustworthy source for mitigating risks and uncertainties associated with green products (Chaniotakis and Lympelopoulos, 2009; Liao et al., 2020; Guerreiro and Pacheco, 2021; Hameed et al., 2021). As one of the persuasive daily communication tools among consumers, green word of mouth has a significant influence on consumers' product evaluations and final purchase intentions (Chaniotakis and Lympelopoulos, 2009; Chang, 2015; Hayat and Ahmed, 2017; Liao et al., 2020). When potential buyers hear positive feedback about a product from other people, their likelihood of making a purchase increases. Better green word-of-mouth instills confidence in green products and influences purchase intent favorably (Keller and Fay, 2012). Numerous studies in the scientific literature support this association (Guerreiro and Pacheco, 2021; Zhang et al., 2018; Mansoor and Noor, 2019; Juliana et al., 2020; Liao et al., 2020; Chang, 2015; Yan et al., 2018; Hayat and Ahmed, 2017; Rahim et al., 2017). Therefore, the following hypothesis was developed:

H₅: Green word of mouth or green viral communication has a positive effect on the intention to purchase green products.

The marketing success of businesses that offer green products on the market is contingent on the conversion of purchase intention into actual purchasing behavior. Therefore, green purchasing behavior is evaluated based on consumers' desire and intention to purchase green products. This conscious behavior or intent transforms the desire to purchase environmentally sustainable products into a purchase decision (Jaiswal and Kant, 2018). Green purchasing behavior refers to the purchase of recyclable and eco-friendly products and the avoidance of products that are harmful to the environment and society (Jaiswal and Kant, 2018). In other words, it is the purchase of environmentally friendly products by consumers who act in accordance with their values. These consumers avoid using plastic shopping bags, prefer products with biodegradable packaging, purchase detergents with natural ingredients, and refuse to purchase products from brands that harm the environment (Akehurst et al., 2012). In conclusion, in order to protect the ecosystem, individuals give preference to products that they perceive to be less harmful to the environment and are even willing to pay more for these products (Rizwan et al., 2014; Mansoor and Noor, 2019; Ansu-Mensah, 2021). Accordingly the following final study hypothesis was developed:

H₆: Green purchasing behavior is positively influenced by green purchasing intentions.
Research model in light of the hypotheses developed is shown in Figure 1.

Figure 1: Research model



3. Method

Thirty participants were polled using an early version of the research questionnaire before the final version was created and data collecting began. Based on the feedback of the focus group, the questionnaire form was refined.

Data was collected using the survey method in the research. The survey form consists of three sections. The first section includes questions aimed at determining consumers' purchasing behavior of green ready-to-wear products. The second section includes statements on green perceived risk, green trust, green perceived quality, green perceived value, green word of mouth communication, green purchasing intention and green purchasing behavior. Table 1 presents the sources utilized to establish the scales for the research. 5-point Likert scale was used to determine attitudes to the statement included in the survey (1= Strongly disagree, 5=Strongly agree). The last section of the survey includes questions oriented at the demographics of the participants.

Table 1: Research Variables

Variables	Sources	Items
Green Perceived risk	Chen & Chang (2012)	5
Trust	Chen & Chang (2012)	5
Green Perceived Value	Chen & Chang (2012)	5
Green Perceived Quality	Chen, Lin & Sui Weng (2015)	5
Green WOM	Jalilvand & Samiei (2012)	6
Green Purchasing Intention	Chen & Chang (2012)	3
Green Purchasing Behavior	Kim & Choi (2005)	9

Research population consists of consumers aged 18 years and over, living in the province of Ankara, Türkiye and purchasing green ready-to-wear products. Convenience sampling method was used as the sampling method. An online survey was used to gather data. A total of 385 questionnaires were performed, erroneous and incomplete questionnaires were eliminated, leaving 361 to be analyzed. The questionnaires were conducted between the dates August 15 and 30, 2022.

4. Findings

4.1. Demographic Characteristics of Respondents

According to Table 2 demonstrating demographic characteristics of the study participants, majority of the participants were female consumers aged 25-32 years with an income of 5.000 TL and lower and a bachelor's degree. According to professions, majority included students, private sector employees and housewives.

Table 2: Demographic Characteristics of Participants

Gender	f	%
Female	270	74.8
Male	91	25.2
Profession	f	%
Civil servant	65	18.0
Housewife	94	26.0
Student	107	29.6
Private Sector	94	26.3
Income	f	%
5000 TL and lower	218	60.4
5001-8000 TL	90	24.9
8001-11.000 TL	36	10.0
11.001 TL+	17	4.7
Education	f	%
Primary school	16	4.4
Secondary school	80	22.2
Associate's degree	70	19.4
Bachelor's degree	179	49.6
Graduate degree	16	4.4
Age (years)	f	%
18-24	131	36.3
25-31	142	39.3
32-38	66	18.3
39-45	22	6.1
Total	361	100

4.2. Testing the Reliability and Validity of the Scales

Having constructed a measurement model to the reliability and validity of the scales, internal consistency reliability, convergent validity and discriminant validity coefficients were investigated. Cronbach alpha and composite reliability (CR) coefficients were calculated to detect internal consistency reliability. Factor loads and average variance extracted (AVE) values were used to investigate convergent validity (Yıldız, 2020). Cronbach alpha, CR, and AVE values of the values are shown in Table 3.

Table 3: Results of the Measurement Model

	Factor Loads	AVE	CR	α
Risk		0.606	0.884	0.886
R1	0.703			
R2	0.819			
R3	0.688			
R4	0.851			
R5	0.816			
Value		0.844	0.942	0.941
V3	0.876			
V4	0.923			
V5	0.955			
Quality		0.770	0.909	0.909
Q3	0.839			
Q4	0.880			
Q5	0.912			
Trust		0.661	0.906	0.906
T1	0.680			
T2	0.810			
T3	0.871			
T4	0.766			
T5	0.916			
GWOM		0.774	0.945	0.945
WOM1	0.880			
WOM2	0.932			
WOM3	0.885			
WOM4	0.817			
WOM6	0.882			
P. Intention		0.745	0.854	0.854
PI1	0.860			
PI2	0.867			
P. Behaviour		0.526	0.885	0.885
PB1	0.664			
PB3	0.677			
PB4	0.670			
PB5	0.675			
PB6	0.785			
PB8	0.842			
PB9	0.745			

It is expected that the Cronbach Alpha values of the scales be over 0.70, factor loads be over 0.70, values of average variance extracted (AVE) be over 0.50, and recommended composite reliability (CR) coefficients be over 0.70 (Yıldız, 2020). Taking these values into consideration, inappropriate WOM5, PI3, PB2, and PB7 expressions were eliminated from the measurement model.

It can be pointed out that the internal consistency reliability was provided since Cronbach alpha coefficients and CR coefficients were calculated between 0.854 to 0.945 and 0.854 to 0.945 respectively. Necessary conditions for convergent validity were provided since factor loads and AVE values were found between 0.664 to 0.955 and 0.526 to 0.844, respectively.

The criterion proposed by Fornell and Larcker (1981) was used to test if the scales provided discriminant validity, and the square root of average variance of each variable and correlation values between the variables were compared. The square root of the mean residual variance for a dimension must be greater than the square of the correlation between this dimension and other dimensions (Cooper and Zmud, 1990). Cross-loads were examined to determine if discriminant validity had already been attained. It was determined that V1, V2, Q1, and Q2 expressions overlapped, hence these expressions were eliminated from the measurement model. According to Table 4 while values in the corner show averagesquare of the variance of each dimension, values off-diagonal demonstrate the square of the correlation values of the dimensions with other dimensions. The square root of the mean residual variance was obtained greater than the square of the correlations, and thus discriminant validity was provided.

Table 4: Convergence and Discriminant Validity

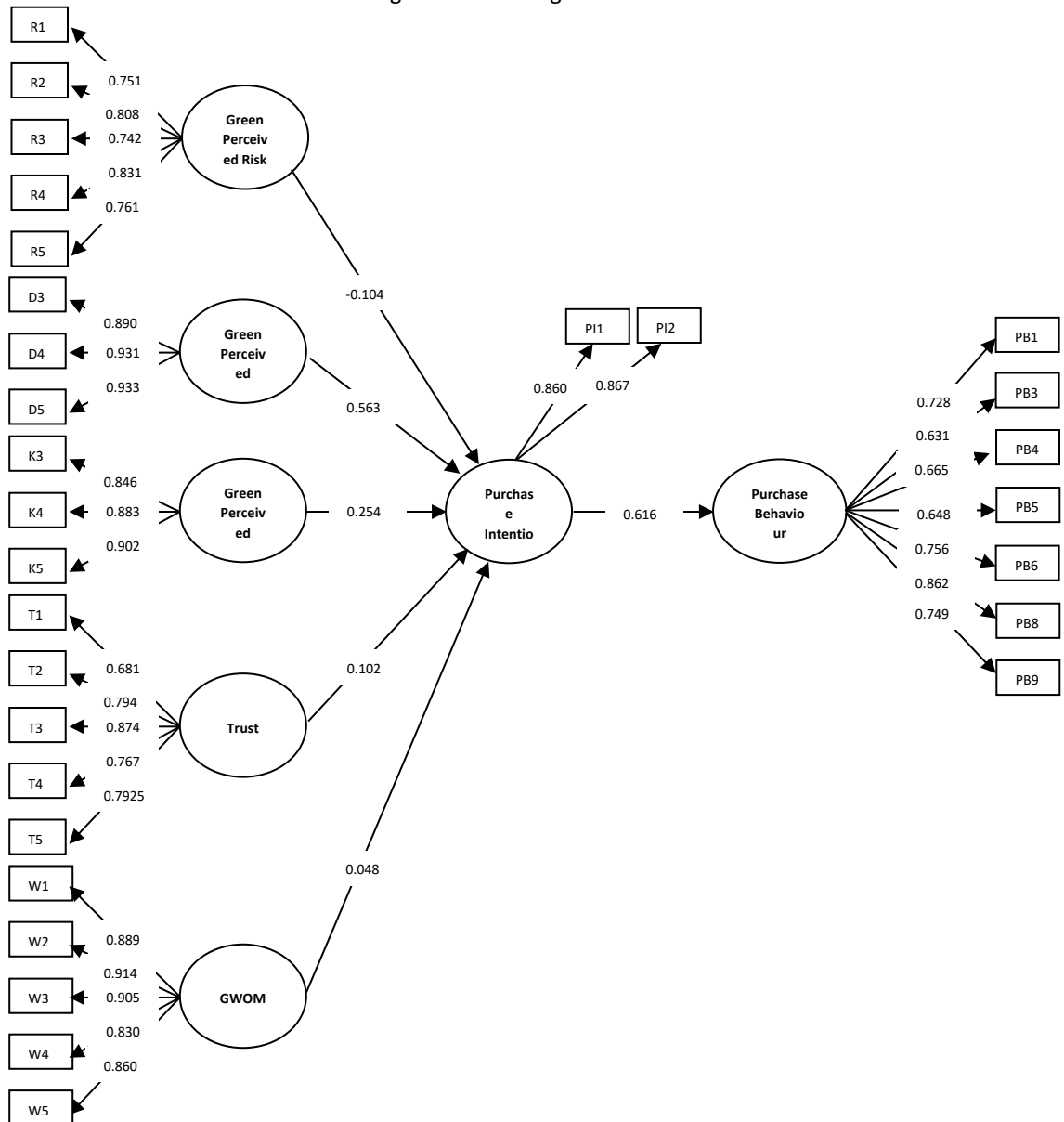
	Purchasing	Value	GWOM	Trust	Quality	Intention	Risk
Purchasing	0.725						
Value	0.551	0.919					
GWOM	0.659	0.492	0.880				
Trust	0.538	0.629	0.420	0.813			
Quality	0.490	0.669	0.413	0.737	0.878		
Intention	0.615	0.857	0.493	0.716	0.769	0.863	
Risk	-0.312	-0.357	-0.198	-0.500	-0.420	-0.474	0.778

4.3. Testing Research Hypotheses

Before proceeding to SEM (Structural Equation Modeling), the model's fit values were analyzed. For an acceptable model fit, the SRMR value should be less than 0.10. The calculated SRMR value for the model was 0.077. An NFI value must accept values between 0 and 1. A NFI value close to 1 indicates that the model fits the data well. The model's NFI value was calculated to be 0.856.

Following acceptable levels of prerequisites of the measurement model, Partial Least Squares (PLS-SEM) was used to test the hypotheses. Figure 2 shows the Structural Equation Model.

Figure 2: Path Diagram



R^2 , f^2 , Q^2 and VIF values regarding analysis results are given in Table 5.

Table 5: Research Model R^2 , f^2 , Q^2 and VIF values

VARIABLES		R^2	Q^2	f^2	VIF
Risk				0.046	1.350
Value				0.844	2.129
GWOM	Intention	0.824	0.165	0.009	1.361
Trust				0.022	2.627
Quality				0.141	2.605
Intention	Purchasing Behavior	0.380	0.584	0.612	1.000

When variance inflation factor (VIF) between the variables was examined, there was no collinearity problem between the variables since the values were under 5, which is the cut-off value (Hair et al., 2014).

As for R^2 values, it was determined that the intention to purchase green products was 82% and purchasing behavior in green products was 38%.

Effect size coefficient is evaluated small if it is 0.02 and over, medium if it is 0.15 and over and large if it is 0.35 and over. When effect size coefficients were investigated (f^2), it was seen that perceived green risks, perceived green quality and trust had a small effect on the intention to purchase green products. It was determined that green perceived value had a large effect on the intention to purchase green products. Finally, the intention to purchase green products had a large effect on green product purchasing behavior.

Due to the fact that Q^2 values obtained were larger than zero, the research model can be indicated to have the power to anticipate the variables of green perceived risk, quality, trust, green viral communication, intention to purchase green products, and green product purchasing behavior.

Table 6 shows the result of hypotheses tests regarding the research model.

Table 6: Results of Hypotheses Test

	Routes	Standardized β	Standard Deviation	t Value	p Value	Result
H ₁	Risk	-0.104	0.047	2.218	0.027	Supported
H ₂	Value	0.563	0.060	9.431	0.000	Supported
H ₃	Quality	0.254	0.062	4.075	0.000	Supported
H ₄	Trust	0.102	0.062	1.641	0.101	Not supported
H ₅	GWOM	0.048	0.044	1.086	0.277	Not supported
H ₆	Intention → P. Behavior	0.616	0.048	12.892	0.000	Supported

According to the results of the hypotheses, it was found that green perceived value ($\beta=0.563$; $p<0.01$), and green perceived quality ($\beta=0.254$; $p<0.01$) had a positive impact on the intention to purchase green products. Green perceived risk ($\beta=-0.104$; $p<0.01$) had a negative impact on the intention to purchase green products. Accordingly, H₁, H₂ and H₃ hypotheses of the research were supported. It was also established that the intention to

purchase green products ($\beta=0.616$; $p<0.01$) positively affected green product purchasing behavior. Accordingly, H_6 hypothesis was supported. On the other hand, it has been determined that green viral communication (GWOM) ($\beta=-0.048$; $p>0.277$) and green perceived trust ($\beta=0.102$; $p>0.100$) have not an impact on green purchasing intention. So H_4 and H_5 hypotheses were rejected.

4. Discussion and Conclusion

The success of marketing activities of businesses heavily depends on the fact that the products put on the market are preferred by the consumers. Behaviors of the consumers before, during and after purchasing are under various variables. Purchasing intention of the consumers must be evaluated in order to understand and assess these behaviors. The following results were reached in this research in which factors affecting the intention to purchase green products were addressed as a whole;

- Perceived risk, value and quality for green ready-to-wear products effect the consumers' purchasing intention.
- Perceived trust and for green ready-to-wear products and GWOM are not effective on purchasing intention.
- The intention to purchase green ready-to-wear products has a positive effect on the consumers' purchasing behavior.

The key to global competition for businesses in the ready-to-wear and textile sectors is to keep up with digitization, sustainability and green transformation that takes place at the heart of green production. Therefore, businesses in the sector have begun taking concrete steps in many significant issues such as wastewater recycling, decreasing energy consumption, recycling, and etc. In addition to being green in all functions of a business, meeting environmentally friendly expectations of customers has also gained importance. Thus, strategies must be developed analyzing factors having an impact on the behaviors of consumers purchasing green products in the ready-to-wear sector.

According to the results of the research, the perceived risk factor has a negative impact on the intention to purchase green ready-to-wear products. This result is consistent with the findings of previous studies conducted on various product categories (Wasaya et al., 2021, Juliana et al., 2020, Bozbay et al., 2019, Dhewi et al., 2018, Bokko et al., 2018, Chen and Chang, 2012, Chang and Chen, 2014, Gifford and Bernard, 2006, Papista and Krystallis, 2013). Consumers who purchase green clothes are concerned about the environmental performance and design of the products they purchase. Firms operating in this industry have a duty to lessen the impact of any potential risks. According to Fang et al. (2016), performance risk and financial risk are the two most influential categories of risk on the purchasing decision process for green products. In other words, consumers are concerned about the impact of purchasing green products on the environment. This perceived risk can be mitigated by increasing the product's value by providing more benefits than the consumer anticipates, communicating the product's environmental performance through promotional activities, and strengthening the product's green image. Strategies such as using recycled materials in production, rewarding customers for returning old clothing, etc., can help a business appear greener. Moreover, the higher price of green products relative to other products may cause consumers to perceive a financial risk associated with these products. Effectively mitigating this risk can be accomplished by convincing consumers that they will earn more in the long run if they pay higher prices.

This research determined that one of the factors affecting consumers' intention to purchase green products was perceived value, which supports the results of theoretical studies on the same subject (Eid, 2011; Chen and Chang, 2012; Mahmood et al., 2014). This concept has a significant place for the environment in relation to understanding consumers. Green perceived value is the consumers' assessments of all related benefits expected of a green product. The consumer compares variables including the time, money and effort spent on the product and product-associated quality and suitability while purchasing the product itself. If the benefits obtained from the product outweigh the cost, then a high perceived value is constructed. The price of green products is higher than those that are not. Moreover, specific amount of time and effort has to be spent on finding products that are genuinely green. Consumers who prefer these products make up a specific consumer group. Businesses in the ready-to-wear sector aiming at these consumers may meet expectations by offering high-quality products in view of costs and may positively affect the intention to purchase a product by generating high perceived value. This requires designing a completely green product which is sustainable, organic and composed of quality raw material (cotton, yarn, etc.) and offering it to the consumer. Additionally, direct communication with these consumers and offering personalized services may improve perceived value of the product. Forming high perceived value will imply having loyal customers who are willing to pay more for green products.

Perceived quality is another factor that has an impact on the consumers' intention to purchase in the green ready-to-wear sector. This result obtained supports those of other studies (Diryana et al., 2015; D'Souza et al., 2007; Ariffinet al., 2016; Bozbayet al., 2019; Isa et al., 2017, Bozbay vd., 2019). Consumers believe that green products may protect the environment. Generating a strong green brand image and offering some form of value to consumers in order to meet this expectation will positively affect the consumers' intention to purchase. Strategies such as supporting non-governmental organizations that work for the protection of the environment, conducting social responsibility projects related to the environment, emphasizing in advertisement campaigns that the firm runs an environmentally friendly and sustainable business respecting the nature, and forming long term relations with green consumers through personal sales endeavors may help create an environmentally friendly image. A strong, environmentally friendly brand image may affect perceived quality of the consumers related to the products.

Another result obtained in the research was the positive effect the intention to purchase green products had on the behavior to purchase green products. Along with the awareness of green consumers regarding the protection of the environment, their intention to purchase green products transforms into the behavior to purchase green products. These consumers generally prefer organic products manufactured by recycled materials, which do not harm the environment and people and have an environmentally friendly label. They are, in fact, willing to pay more for these products.

This research was conducted on consumers aged 18 years and over living in the Ankara province of Türkiye and purchasing green ready-to-wear products. The results can be compared in future studies by determining a different product group. The research can be reconducted on a different study sample. In this research, risk, value, quality, trust, and communication were addressed as factors affecting the intention to purchase green products. The relations can be analyzed adding other variables into the model.

References

- Aaker, D. A. (1996), *Building Strong Brands*, New York: Free Press.
- Akehurst, G., Afonso, C., & Gonçalves, H.M. (2012), "Re-examining Green Purchase Behaviour and The Green Consumer Profile: New Evidences", *Management Decision*, Vol: 50, No. 5: 972-988.
- Akturan, U. (2018), "How Does Greenwashing Affect Green Branding Equity and Purchase Intention? An Empirical Research", *Marketing Intelligence and Planning*, Vol: 36, No. 7: 809–824.
- Al-Gasawneh, J., & Al-Adamat, A. (2020), "The Mediating Role of E-Word of Mouth on The Relationship Between Content Marketing and Green Purchase Intention", *Management Science Letters*, Vol.10, No.8: 1701-1708.
- Ansu-Mensah, P. (2021), "Green Product Awareness Efect on Green Purchase Intentions of University Students': An Emerging Market's Perspective", *Future Business Journal*, Springer, Vol: 7, No. 1: 1-13.
- Apaydın, İ.Z. (2022), "Yeşil Ambalajlı Ürünlerin Satın Alma Niyetini Etkileyen Faktörler: Materyalizm ve Fiyat Hassasiyetinin Düzenleyici Rolü", *Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı: Ankara.*
- Ariffin, S., Yusof, J. M., Putit, L. & Shah, M. I. A. (2016), "Factors Influencing Perceived Quality and Repurchase Intention Towards Green Products", *Procedia Economics and Finance*, Vol.37, 391-396.
- Baran, A., Söylemez, C. & Yurdakul M. (2017). "AlgılananYeşil Kalite, AlgılananYeşil Risk ve Yeşil Marka İmajının Yeşil Marka Değeri Üzerindeki Etkisinde Yeşil Güvenin Aracılık Rolü", *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Vol.13, No.5: 1- 11.
- Beneke, J., Flynn, R., Greig, T., & Mukaiwa, M. (2013), "The Influence of Perceived Product Quality, Relative Price and Risk on Customer Value and Willingness to Buy: A Study of Private Label Merchandise", *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 22, No.3: 218-228.
- Bhaskar, P. P., & Kumar, D. P. (2016), "Customer Loyalty on e-commerce", *International Journal of Management Research and Reviews*, Vol. 6, No. 12: 1661-1668.
- Bokko, S., Worang, F. & Rumokoy, F. (2018), "The Importance-Performance Analysis of Green Perceived Value and Green Perceived Risk on Air Conditioner Product in Manado", *Journal EMBA*, Vol. 6, No. 1: 171-180.
- Bolton, R.N. & Drew, J.H. (1991), "A Multistage Model of Consumers' Assessment of Service Quality and Value", *Journal of Consumer Research*, Vol.17, No.4: 375-84.
- Bozbay, Z., Güleç M. & Zulfugarova, N. (2019), "Çevre Dostu Ürün Satın Alma Niyetinde Algılanan Kalite, Algılanan Risk ve Güvenin Rolü", *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Vol. 21, No. 4: 1147-1171.
- Chairy, C. & Alam, M. E. N. (2019), "The Influence of Environmental Concern, Green Perceived Knowledge, and Green Trust on Green Purchase Intention", *Journal Manajement*, Vol. 10, No. 2: 131-145.
- Chang, C. & Chen. Y. (2014), "Managing Green Brand Equity: The Perspective of perceived Risk Theory", *Qual Quant*, Vol. 48, 1753-1768.
- Chang, S-H. (2015), "The Influence of Green Viral Communications on Green Purchase Intentions: The Mediating Role of Consumers' Susceptibility to Interpersonal Influences", *Sustainability*, Vol. 7, No. 5: 4829-4849.
- Chaniotakis, I.E & Lymperopoulos, C. (2009), "Service Quality Effect on Satisfaction and Word of Mouth in the Health Care Industry", *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 19, No. 2: 229-242.
- Chen, Y.S. (2010), "The Drivers of Green Brand Equity: Green Brand Image, Green Satisfaction, and Green Trust", *Journal of Business Ethics*, Vol. 93, No. 2: 307–319.

Chen, Y.S., & Chang C.H. (2012), "Enhance Green Purchase Intentions: The Roles of Green Perceived Value, Green Perceived Risk, and Green Trust", *Management Decision*, Vol. 50, No. 3: 502-520.

Chen, Y.S., Lin, C.L. & Chang, C.H. (2014), "The Influence of Greenwash on Green Word-of-Mouth (Green WOM): The Mediation Effects of Green Perceived Quality and Green Satisfaction", *Qual Quant*, Vol. 48, 2411-2425.

Chen, Y.S., Lin, C-Y., & Weng, C-S. (2015), "The Influence of Environmental Friendliness on Green Trust: The Mediation Effects of Green Satisfaction and Green Perceived Quality", *Sustainability*, Vol.7, No. 8: 10135-10152.

Cheung, R., Lam, A.Y.C., & Lau, M. M. (2015), "Drivers of Green Product Adoption: The Role of Green Perceived Value, Green Trust and Perceived Quality", *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, Vol. 25, No. 3: 232-245.

Cooper, R. B., & Zmud, R. W. (1990), "Information Technology Implementation Research: A Technological Diffusion Approach", *Management Science*, Vol.36, No.2: 123-139.

Dehghanan H., &Bakhshandeh G. (2014), "The Impact of Green Perceived Risk on Green Purchase Behavior of Iranian Consumers", *International Journal of Management and Humanly Sciences*, Vol. 3, No.2: 1349-1357.

Dhewi, T. S., Putra, I.W.J., Soeharto, &Wahyudi H. D., (2018), "The Influence of Green Perceived Value and Green Perceived Risk Perceptions on the Green Product Purchase Intention", *The First International Research Conference on Economics and Business, KnE Social Sciences*, 411-425.

Diryana, I., &Kurniawan, G.I. (2015), "Brand Equity of Green Products Through Customer Trust and Customer Value", *First International Conference on Economics and Banking (ICEB-15)*, 372-379

Doszhanov, A., & Ahmad, Z. A. (2015), "Customers' Intention to Use Green Products: The Impact of Green Brand Dimensions and Green Perceived Value", *In SHS Web of Conferences*, Vol. 18.

D'Souza, C., Taghian, M. & Khosla, R. (2007), "Examination of Environmental Beliefs and Its Impact on the Influence of Price, Quality and Demographic Characteristics with Respect to Green Purchase Intention", *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, Vol.15, No.2: 69-78.

Eid, M. I. (2011), "Determinants of e-commerce Customer Satisfaction, Trust, and Loyalty in Saudi Arabia", *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol.12, No. 1: 78- 93.

Fang, J., Wen, C., George, B., & Prybutok, V. R. (2016), "Consumer Heterogeneity, Perceived Value, And Repurchase Decision-Making in Online Shopping: The Role of Gender, Age, and Shopping Motives", *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol.17, No.2:116.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981), "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error", *Journal of Marketing Research*, Vol.18, No. 1: 39-50.

Gifford, K., & Bernard, J. C. (2006), "Influencing Consumer Purchase Likelihood of Organic Food", *International Journal of Consumer Studies*, Vol.30, No.2:155-163.

Guerreiro, J., & Pacheco, M. (2021), "How Green Trust, Consumer Brand Engagement and Green Word-of-Mouth Mediate Purchasing Intentions", *Sustainability*, Vol. 13, No. 14: 7877.

Gusan, G., Aktas, E. &Güvendik, Ö. (2016), "Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Tüketici Farkındalığı", *Istanbul Journal of Social Sciences*, Vol.13.

Hair, J., Hult, T., Ringle, C. & Sarstedt, M. (2014), *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*, Thousands Oaks, CA: Sage Publications Inc.

Hameed I., Hussain H., & Khan K. (2021), "The Role of Green Practices Toward the Green Word-of-Mouth Using Stimulus-Organism-Response Model", *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, Vol. 5, No.5: 1046-1061.

Harris, L.C., & Goode, M.M.H. (2010), "Online Servicescapes, Trust, and Purchase Intentions", *Journal of Services Marketing*, Vol. 24, No. 3: 230-43.

Hayat, R., & Ahmed, A. (2017), "Impact of Environmental Concern, Advertisement and Word of Mouth on Green Purchase Behavior: An Analysis from Pakistan", *Case Studies Journal*, Vol.6, No.1: 72-79.

Imaningsih, E. S. (2019), "The Effect of Green Perceived Quality, Green Perceived Risk on Green Satisfaction And Green Trust On The Body Shop Product", *Journal of Marketing And Consumer Research*, Vol. 55, 71–78.

Isa, S.M, Lim, C.K, Chin, P.N. (2017) "Green Purchase Intention of Laundry Detergent Powder in Presence of Eco-Friendly Brand", *Global Business and Management Research: An International Journal*, Vol.9, No. 4: 128143.

Jaiswal, D., & Kant, R. (2018), "Green Purchasing Behaviour: A Conceptual Framework and Empirical Investigation of Indian Consumers", *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 41, 60-69.

Jalilvand, M. R., & Samie, N. (2012), "The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention: An Empirical Study in the Automobile Industry in Iran", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 30, No. 4: 460-476.

Juliana, J., Djakasaputra, A., & Pramono, R. (2020), "Green Perceived Risk, Green Viral Communication, Green Perceived Value Against Green Purchase Intention Through Green Satisfaction", *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, Vol. 1, No. 2: 124-139.

Keller, Ed., & Fay, B. (2012), "Word-of-Mouth Advocacy: A New Key to Advertising Effectiveness", *Journal of Advertising Research*, Vol.52, No. 4: 459-464.

Kim, A.J., & Ko, E. (2012), "Impacts of Luxury Fashion Brand's Social Media Marketing on Customer Relationship and Purchase Intention", *Journal of Global Fashion Marketing*, Vol.1, No. 3: 164-171.

Kim, J., & Lennon, S. J. (2013), "Effects of Reputation and Website Quality on Online Consumers' Emotion, Perceived Risk and Purchase Intention", *Journal of Research In Interactive Marketing*, Vol.7, 33-56.

Kim, Y., & Choi, S. M. (2005), "Antecedents of Green Purchase Behavior: An Examination of Collectivism, Environmental Concern, and PCE", *Advances in Consumer Research*, Vol. 32, 592.

Kurniawan, G.I. &Diryana, I. (2015), "Impact on Green Purchase Intention by Brand Equity Dimension", *First International Conference on Economics and Banking (ICEB-15)*, pp. 380-386, Atlantis Press.

Kurniawan, S. (2014), "The Influence of Green Marketing on Green Satisfaction Mediated by Perceived Quality and Its Impact to Green Trust in Injection Motorcycle", *Journal The Winners*, Vol.15, No.2: 85-94.

Leung, K., Li, W. K., & AU, Y. F. (1998), "The Impact of Customer Service and Product Value on Customer Loyalty and Purchase Behavior", *Journal of Applied Social Psychology*, Vol. 28, No. 18: 1731-1741.

Liao Y-K., Wu W-Y., & Pham T-T. (2020), "Examining the Moderating Effects of Green Marketing and Green Psychological Benefits on Customers' Green Attitude, Value and Purchase Intention", *Sustainability*, Vol. 12, No. 18: 7461.

Lien, C., Wen, M., Huang, L., & Wu, K. (2015), "Online Hotel Booking: The Effects of Brand Image, Price, Trust and Value on Purchase Intentions", *Asia-Pacific Management Review*, Vol. 20, 210-218.

Lin, J., Lobo, A., & Leckie, C. (2017), "The Role of Benefits and Transparency in Shaping Consumers' Green Perceived Value, Self-Brand Connection and Brand Loyalty", *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 35, 133-141.

Mahmood U., Siddiqui H., & Tahir A. (2014), "An Empirical Study about Green Purchase Intentions", *Journal of Sociological Research*, Vol. 5, No. 1: 290-305.

Mansoor M., & Noor U. (2019), "Determinants of Green Purchase Intentions: Positive Word of Mouth as Moderator", *Journal of Business & Economics*, Vol. 11, No. 2: 143-160.

Martin W.C, & Lueg, J. E. (2013), "Modeling Word-of-Mouth Usage", *Journal of Business Research*, Vol. 66, No. 7: 801-808.

Mohseni, S., Jayashree, S., Rezaei, S., Kasim, A., & Okumus, F. (2018), "Attracting Tourists to Travel Companies' Websites: The Structural Relationship Between Website Brand, Personal Value, Shopping Experience, Perceived Risk and Purchase Intention", *Current Issues in Tourism*, Vol. 21, No. 6: 616-645.

Morrow, J. L. J., Hansen, M. H., & Pearson, A. W. (2004), "The Cognitive and Affective Antecedent of General Trust within Cooperative Organisations", *Journal of Managerial Issue*, Vol.16, No. 1: 48-64.

Papista, E., & Krystallis, A. (2013), "Investigating the Types of Value and Cost of Green Brands: Proposition of a Conceptual Framework", *Journal of Business Ethics*, Vol.115, No.1: 75-92.

Patterson, P. G., & Spreng, R. A. (1997), "Modelling the Relationship Between Perceived Value, Satisfaction and Repurchase Intentions in A Business-to-Business, Services Context: An Empirical Examination", *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 8, No. 5: 414-434.

Peter, J.P., & Ryan, M.J. (1976), "An Investigation of Perceived Risk at The Brand Level", *Journal of Marketing Research*, Vol. 13, No. 2: 184-9.

Rahbar, E., & Wahid, N. A. (2011), "Investigation of Green marketing Tools' Effect on Consumers' Purchase Behavior", *Business Strategy Series, Green Purchase Intention of Laundry Detergent Powder in Presence of Eco-Friendly Brand, Global Business and Management Research* Vol.12, No. 2: 73-83.

Rahim, R.A., Sulaiman, Z., Chin, T.A. & Zaidin, N. (2015), "E-WOM Review Adoption and Green Purchase Intention: The Application of Source Credibility Theory (SCT)", *Journal of Computational and Theoretical Nanoscience*, Vol.21, No.6: 2150-2154.

Rahim, R.A., Sulaiman, Z., Chin, T.A., MohdArif, M.S., & Abdul Hamid, M.H. (2017), "E-WOM Review Adoption: Consumers' Demographic Profile Influence on Green Purchase Intention", *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 215.

Ramayah, T., Cheah, J., Chuan, F., Ting, H. ve Memon, M. A. (2018), "Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using SmartPLS 3.0: An updated and practical guide to statistical analysis", Kuala Lumpur, Pearson Limited.

Rizwan M., Mahmood U., Siddiqui H., & Thair A., (2014), "An Empirical Study About Green Purchase Intentions", *Journal of Sociological Research*, Vol. 5, No. 1: 290-305.

Rotter, J.B. (1971), "Generalized Expectancies for Interpersonal Trust", *America Psychologist*, Vol. 26, No. 5: 443-450.

Tarabieh, S.M.Z.A., (2021), "The Impact of Greenwash Practices Over Green Purchase Intention: The Mediating Effects of Green Confusion, Green Perceived Risk, and Green Trust", *Management Science Letters*, 11: 451-464.

Toor A., Husnain M., & Hussain T. (2017), "The Impact of Social Network Marketing on Consumer Purchase Intention in Pakistan: Consumer Engagement as a Mediator", *Asian Journal of Business and Accounting*, Vol. 10, No. 1: 167-199.

Trott, S. & Sople, V. V. (2016), *Brand Equity: An Indian Perspective*. New Delhi: PHI Learning Pvt. Ltd.

Urkut S. & Cengiz, E. (2021), "Yeşil Pazarlamanın Tüketicilerin Çevre Dostu Kozmetik Ürünleri Satın Alma Niyetine Etkisi", *Journal of Research Business*, Vol.6, No.2:470-492.

Uzundal, E. (2019), "Yeşil Ürün Farkındalığının Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisinde Yeşil Güvenin Aracılık Rolü", *Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı: Düzce*.

Vazifehdoust, H., Taleghani, M., Esmaeilpour, F., Nazari, K. & Khadang, M. (2013), "Purchasing Green to Become Greener: Factors Influence Consumers' Green Purchasing Behavior", *Management Science*

Letters, Vol.3: 2489-2500.

Wasaya, A., Saleem, M. A., Ahmad, J., Nazam, M., Khan, M. M. A., & Ishfaq, M. (2021), "Impact of Green Trust and Green Perceived Quality on Green Purchase Intentions: A Moderation Study", *Environment, Development and Sustainability*, Vol. 23, No.9: 13418-13435.

Yadav, R., & Pathak, G. S., (2017), "Determinants of Consumers' Green Purchase Behaviour in A Developing Nation: Applying and Extending the Theory of Planned Behaviour", *Ecological Economics*, Vol.134: 114-122.

Yan, X., Shah, A. M., Zhai, L., Khan, S., & Shah, S. A. A. (2018, January). "Impact of Mobile Electronic Word of Mouth (EWOM) on Consumers Purchase Intentions in the Fast-Causal Restaurant Industry in Indonesia", *Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences*.

Yang, J., Kim, W., Amblee, N., & Jeong, J. (2012). "The Heterogeneous Effect of WOM on Product Sales: Why the Effect of WOM Valence is Mixed?", *European Journal of Marketing*, Vol. 46, No. 11/12: 1523-1538.

Yapraklı, T.Ş. & Yıldız, T. (2018), "Yeşil Aklamanın Algılanan Risk, Kalite ve Memnuniyet Üzerindeki Etkisi", *Kafkas Üniversitesi İİBF Dergisi*, Vol.9, No.18:359-378.

Yıldız, E. (2020), "Müşteri Vatandaşlığı Davranışlarının Müşteri İlgisi ve Algılanan Müşteri Değeri Üzerindeki Etkileri: İnternet Servis Sağlayıcı Firmalar Üzerine Bir Araştırma", *International European Journal of Managerial Research Dergisi*, Vol. 4, No. 6: 91-113.

Yıldız, E., & Kırmızıbiber A., (2019), "Yeşil Aklamanın Marka Değeri Üzerindeki Etkileri: Otomobil Markaları Üzerine Bir Uygulama", *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, Vol. 7, No. 2: 566-584.

Zeithaml, V.A., (1998), "Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence", *Journal of Marketing*, Vol. 52, No. 3: 2-22.

Zhang, L., Li, D., Cao, C., & Huang, S. (2018), "The Influence of Greenwashing Perception on Green Purchasing Intentions: The Mediating Role of Green Word-of-Mouth and Moderating Role of Green Concern", *Journal of Cleaner Production*, Vol.187, 740-750.


Zhao, M., & Xie, J. (2011), "Effects of Social and Temporal Distance on Consumers' Responses to Peer Recommendations", *Journal of Marketing Research*, Vol. 48, No. 3: 486-496.

Zhuang, W., Cumiskey, K. J., Xiao, Q., & Alford, B. L. (2010), "The Impact of Perceived Value on Behavior Intention: An Empirical Study", *Journal of Global Business Management*, Vol. 6, No. 2: 1-7.

Zulfanizy, K., & Wahyono W. (2019), "The Influence of Green Perceived Value, Risk and Quality Toward Green Purchase Intention Through Green Trust", *Management Analysis Journal*, Vol. 8, No. 1: 79-89.

Yerel Yönetimlerde Finansal Performans Yönetimi: İstanbul ve Kocaeli Büyükşehir Belediyeleri Örneği

Abdullah Kılıçarslan¹ 

Alper Özmen² 

Yerel Yönetimlerde Finansal Performans Yönetimi: İstanbul ve Kocaeli Büyükşehir Belediyeleri Örneği	Financial Performance Management in Local Governments: Example of Istanbul and Kocaeli Metropolitan Municipalities
Öz <p>Bu çalışmada yerel yönetimlerin finansal performansı büyükşehir belediyesi örneği üzerinden ele alınmıştır. Normalize Edilmiş Maksimum Değerler yöntemi ile kriterler ağırlıklandırılmış; Bulut Endeksi yöntemi, Topsis yöntemi ve Aras yöntemleriyle de alternatifler sıralanmıştır. İlgili yöntemlerin sıralama sonuçları Copeland yöntemiyle bütünlük hale dönüştürülmüştür. Finansal performans sıralama sonuçları arasındaki ilişkiler Spearman Rho ile analiz edilmiş ve sonuçları değerlendirilmiştir. Çalışmada, Copeland bütünlük sıralama sonuçlarına göre İstanbul ve Kocaeli Büyükşehir Belediyeleri için en yüksek performans düzeylerinin 2016 ve 2021 yıllarında gerçekleştiği, bununla birlikte en düşük performans düzeylerinin ise 2011 ve 2012 yıllarında gerçekleştiği tespit edilmiştir. Çalışma sonuçları performans sıralamalarının kullanılan yöntemlere göre farklılaşabileceğini ortaya koymaktadır.</p>	Abstract <p>In this study, the financial performance of local governments was evaluated through the example of the metropolitan municipality. Criteria were weighted by the Normalized Maximum Values method. Alternatives were ranked by the Bulut Index method, TOPSIS method and the ARAS methods. The ranking results of the related methods have been converted to integrated with the Copeland method. The relationships between the financial performance ranking results were analyzed with Spearman Rho and the results were evaluated. The Copeland integrated ranking results show that the highest performance levels for the metropolitan municipalities of Istanbul and Kocaeli are in 2020 and 2021, while the lowest are in 2011 and 2012. Study results show that rankings may vary according to the methods used.</p>
Anahtar Kelimeler: İstanbul Büyükşehir Belediyesi, Kocaeli Büyükşehir Belediyesi, Finansal Performans	Keywords: İstanbul Metropolitan Municipality, Kocaeli Metropolitan Municipality, Financial Performance
JEL Kodları: C02, C44, C61	JEL Codes: C02, C44, C61

Araştırma ve

Yayın Etiği Beyanı

Bu çalışma bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmıştır.

Yazarların

Makaleye

Olan Katkıları

Yazar 1'in makaleye katkısı %50, Yazar 2'nin makaleye katkısı %50'dir

Çıkar Beyanı

Yazarlar açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.

¹ Dr., KTO Karatay Üniversitesi, abdullah.kilicarslan@outlook.com

² Prof. Dr., ESOGÜ, İİBF, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, aozmen@ogu.edu.tr

1. Giriş

Yerel ve ortak nitelikli kamusal hizmetleri görev sınırları içerisinde yaşayan halka sunan yerel yönetimler için etkinlik ve verimlilik kavramları önemlidir. Bilindiği gibi hizmetlerin beklenen düzeyde sunulması, yerel ihtiyaçların gözetilerek görevlerin icrası kaynak yeterliliğiyle yakından ilgilidir. Bilindiği gibi 5779 sayılı “İl Özel İdarelerine Ve Belediyelere Genel Bütçe Vergi Gelirlerinden Pay Verilmesi Hakkında Kanun” kapsamında, “genel bütçe vergi gelirleri tahsilâtı toplamının yüzde 1,50’si büyükşehir dışındaki belediyelere, yüzde 4,50’si büyükşehirlerdeki ilçe belediyelerine ve yüzde 0,5’i il özel idarelerine” aktarılmaktadır. Maliye Bakanlığı tarafından aylık olarak hesaplanan paylar söz konusu bakanlık tarafından büyükşehir ve ilçe belediyelerine ilgili kanun çerçevesinde paylaştırarak doğrudan; il özel idareleri ve diğer belediyelerin paylarını ise ilgili idarelere aktarılmak üzere tahsil edilen ayı takip eden ayın sonuna kadar İller Bankasına aktarmak suretiyle gerçekleştirmektedir. Yerel yönetimlerin bunun dışında almış oldukları vergi ve harçlar gibi kaynaklar da bulunmaktadır. Bunlarla kamusal işlerin finansmanını daha nitelikli bir şekilde harcamak hedeflenmektedir. Yeni Kamu İşletmeciliği anlayışının gelişimiyle birlikte yönetimlerin daha fazla disiplin ve tasarrufa önem vermesi, performans hedefleri oluşturmaları önemli hale gelmiştir. Bu çerçevede yerel yönetimlerin kurumsal idari performansları kadar finansal performansları da önem arz etmektedir.

Belediyelerin sürdürülebilir hizmet sunma kabiliyeti kapsamında, mevcut durumda ve gelecekte yükümlülükleri karşılayabilmesi finansal durumunu göstermektedir (Chaney vd., 2002; Wang vd., 2007; Dinapoli, 2016). Belediyelerin finansal performansı, önemli ölçüde içerisinde bulunduğu ülke ekonomisinin performansından etkilenmektedir (Lindermüller vd., 2020). Finansal durum, bütünsel bir perspektifle hem kısa vadeli hem de uzun vadeli bir çerçevede gelir ve harcama dengesini ortaya koyarken, finansal performans, finansal duruma nazaran kısa vadeli bakış açısına sahiptir (Wang vd., 2007)

Finansal performans, bir organizasyon yapısının kalitesi, verimliliği ve etkinliği ile ilgili verilerin değerlendirilmesine ve raporlanmasına imkan sunmaktadır (Carmeli, 2002). Bu nedenle, belediyelerin potansiyel gelir ve mali kaynaklarını ölçmek, mali durumu ve yükümlülükleri yerine getirme kabiliyetini belirlemek ve bütçelerin yasalara uygun olarak kullanılıp kullanılmadığını değerlendirmek için finansal performans güvenle kullanılabilir. (Wonda, 2016). Bir belediyenin yerel yönetim faaliyetleri kapsamındaki ekonomik ve sosyal performansı, finansal performans açısından tetikleyici güç konumundadır (Gomes vd., 2013). Belediyelerin finansal performanslarının belirlenmesi ve karşılaştırılmasında, standart bir performans ölçütü olarak genel kabul görmüş bir yöntem bulunmamaktadır (Drew ve Dollery, 2015). Özel şirketler için kullanılan performans standartlarının kamu sektörü kurum ve kuruluşlarına da uygulanabileceğini gösteren araştırmalar bulunduğu gibi (Mead, 2006; Zafra-Gomez vd., 2009; Whitney, 2013; Ritonga, 2014; Turley vd., 2015; Fisher vd., 2015; Uzunali ve Görmez, 2019) spesifik olarak salt kamu kurumlarının performansının tespitinde, kar amacı gütmeyen sektör için finansal olmayan göstergeler ışığında uygulanabilecek yöntemlerin bulunduğunu ortaya koyan çalışmalar da (Kloot, 1999) literatürde yer almaktadır.

Belediyelerin finansal durumlarının tespit edilmesi ve finansal performanslarının varlık ve yükümlülükler açısından açıklanması, belediyelerin etkin, verimli ve sürdürülebilir performansını tüm katılımcılara ve paydaşlara göstermesi açısından önemlidir (Hendrick, 2004; Kloha vd., 2005; Jones ve Walker, 2007).

Bu çalışmada, 2004 tarihli 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu kapsamında; 2004 yılı itibarıyla büyükşehir belediye sınırları, il mülkî sınırı sayılan iki il olan Kocaeli ve İstanbul büyükşehir belediyelerinin 2011-2021 yılları verileri üzerinde Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) yöntemlerinden Bulut Endeksi, Topsis ve Aras yöntemleri kullanılarak performans değerlendirmesi yapılmış olup, sıralama sonuçları Copeland yöntemi ile bütünleşik sıralama sonuçlarına dönüştürülmüş, sıralama sonuçları arasındaki ilişkiler Spearman Rho ile analiz edilmiş ve sonuçları değerlendirilmiştir. Çalışmanın, ÇKKV yöntemleriyle büyükşehir belediyelerinin finansal performansının analizine odaklanan araştırmaların sınırlı sayıda olması ve Bulut Endeksinin belediyelerin performans analizinde ilk defa bu çalışmada diğer ÇKKV yöntemleriyle birlikte kullanılıyor olması bakımından literatüre katkı sağlayabileceği değerlendirilmektedir.

2. Literatür

Belediyelerin finansal performanslarının analizi konusunda ÇKKV yöntemleriyle yapılmış çalışmaların sayısı sınırlı olmasına karşın, panel veri analizi ve finansal oran analizi gibi çeşitli analitik tekniklerin kullanıldığı çalışmaların sayısı literatürde geniş yer tutmaktadır. Belediyelerin finansal performansının tespitine yönelik çalışmalardan önemli bir kısmı, mali tablo ve yıllık rapor verileri üzerinden yapılan performans kriterleri odaklı iken, bir kısmı, sosyal ve çevresel ölçütler üzerinden gerçekleştirilen sosyal faktörlere ve makroekonomik değişkenlere odaklanmış olup, literatürde her iki karma kriterin kullanıldığı çalışmalar da mevcuttur. Ayrıca bazı çalışmalarda sadece mali yön vurgulanmakla birlikte, belediyelerin mali durumunun sosyoekonomik göstergeler bazında değerlendirildiği durumlar da bulunmaktadır.

Belediyelerin finansal performansları referans alınarak gerçekleştirilen bazı çalışmalara aşağıda yer verilmektedir.

Cohen (2008), 277 Yunan belediyesinin performansını 2002-2004 yılı verileri kapsamında 9 finansal rasyo ve 5 makroekonomik değişken üzerinden incelemiştir. Çalışmada, geleneksel finansal oranlar aracılığıyla finansal performansın değerlendirilmesinin makroekonomik faktörlerden etkilendiği tespiti yapılmıştır. Bu bağlamda makro değişkenlerin belediyelerin finansal oranlarının kesitsel farklılaşmasına katkıda bulunduğu değerlendirilmiştir. Çalışma sonuçlarından, standart olmayan n farklı faktörün etkisi nedeniyle tüm belediyeler için finansal rasyolar bağlamında standart bir ölçütün söz konusu olamayacağı, bununla birlikte oran analizlerinin ilgili belediyelerin özellikleri çerçevesinde performans analizinde kullanılabilmesi anlaşılmaktadır.

Sohl vd. (2009) çalışmalarında, belediyelerin finansal performanslarının analizinde genel kabul gören birkaç standardın bulunduğunu, buna karşın ilgili belediyeler için finansal durum değerlendirmesinde genel kabul gören bir metodolojinin bulunmadığını belirtmişlerdir. Çalışmada, orta ölçekli bir şehrin finansal durumuna ilişkin bir araştırma üzerinden belediyelerin finansal durumunu değerlendirmek amacıyla, sorular ve kriterler belirlenmiştir. Nüfus büyüklüğü, belediye organizasyon yapısı ve hizmet kapsamı, gelir ve giderler, hizmet hinterlandı, vergi matrahı ve nüfus özelliklerinden oluşan altı boyutlu bir model kapsamında metodolojik bir yaklaşım geliştirilmeye çalışılmıştır. Çalışmada, trend analiziyle belirli bir zaman diliminde bir şehir veya birden fazla şehirde meydana gelen anormalliklerin tespit edilebileceği, muhasebesel farklılık ve politika tercihlerinin demografik farklılıklar kadar önemli kabul edilmesi gerektiği, kilit siyasi aktörlerin finansal performans değerlendirme

sürecine dahil edilmelerinin önem arz ettiği ve çalışma ekiplerinde akademik çeşitliliğin büyük değer katabileceği değerlendirilmiştir.

Ngwenya (2010), 2004-2008 yılı verilerinden hareketle cari oran, borç/varlık oranı, sürekli hizmet oranı, merkezi bütçeden elde edilen gelir, tüketici borcunun toplam gelire oranı ve toplam varlıklardaki yüzde değişimden oluşan altı oran üzerinden Gauteng'deki 3 büyükşehir belediyesinin performans analizini gerçekleştirmiştir. Çalışma ile ilgili oranların ve istatistiksel analizlerin nasıl kullanılacağına ortaya konulduğu ifade edilerek, iyileştirilmesi gereken alanların tespit edildiği belirtilmiştir. Ayrıca belediyelerin finansal performanslarının mukayesesinde, mukayese edilemez yönlerin kıyasından kaçınılması gerekliliği vurgulanmıştır.

Schatteman (2010), zorunlu performans ölçüm programını uygulayan Ontario'daki 445 belediyenin performans raporlarının kalitesini, anket yöntemiyle elde etmiş olduğu veriler üzerinden incelemiştir. Çalışmada, aynı mevzuat ve standartları uygulayan ve ankete katılım sağlayan 136 belediyenin yıllık raporlarının kalitesinin farklılaştığı tespit edilmiştir. Belediyelerin performans raporlarının, vatandaşların ilgili belediyeler hakkında daha iyi bilgi sahibi olmalarını ve ödedikleri vergiler karşılığında aldıkları değer hakkında fikir sahibi olmalarını sağlamak için olduğu vurgulanmıştır. Ayrıca geleneksel belediye performans raporlarının 1920'lerden 1940'lara kadar revaçta olduğu, sonrasında ise belediyelerin gündeminin dışında kaldığı ve 2000'li yıllardan sonra tekrar belediyelerin gündeminde yer aldığı ifade edilmiştir (Lee, 2006). Zorunlu performans ölçüm programı kapsamında yer alan belediyelerin faaliyet raporlamalarında farklılığa yol açan faktörlerin başında belediye yöneticilerinin yer aldığı, ilgili performans raporlamalarının vatandaşa karşı hesap verilebilirlik kriterini karşılayamadığı ve belediyelerin esas itibarıyla zorunlu performans ölçüm programının amacı hakkında net bir fikre sahip olmadığı değerlendirilmiştir.

Kilic, (2012), Vikor yöntemiyle 8 değişken üzerinden İstanbul'un altı büyük ilçesinin 2006 yılı performansını mukayeseli olarak incelemiştir. Çalışmada, her bir belediyenin performansının bireysel olarak önemli olduğu vurgulanmış olup, belediyelerin mukayeseli olarak performanslarının analiz edilmesinin de performans değerlemesi açısından önemli olduğu değerlendirilmiştir. İlçelerin performans sıralaması, ilk sırada Kadıköy olmak üzere, sırasıyla, Ümraniye, Bakırköy, Üsküdar, Şişli ve Bayrampaşa olarak tespit edilmiştir.

Gomes vd. (2013), Brezilya belediyeleri özelinde 2005-2008 verileri üzerinden yerel yönetimlerin mali performansını inceledikleri çalışmada, büyük şehirlerin belediyelerinin diğer belediyelere göre finansal kaynaklarını daha iyi yönetebileceklerini ve gelirlerini artıracabileceklerini değerlendirmişlerdir. Küçük ölçekli belediyelerin gelir artışı ve gider azaltımında, büyük ölçekli belediyelere nazaran daha az elverişli imkânlarla sahip oldukları için dış kaynaklara daha fazla bağımlı oldukları belirtilmiştir. Dış kaynak bağımlılığının belediye başkanlarının takdir yetkisini azalttığı ölçüde zayıf finansal performansın nedeni olarak görülebileceği tespiti yapılmıştır.

Papcunova (2013), belediye iştiraklerinin 2003-2009 yılı verilerini kullanarak finansal performans analizini yapmıştır. Çalışmada, 2003, 2004 ve 2007 yılları için faaliyet karlarının ana faaliyet kayıplarını karşılamadığı, 2009 yılı için elde edilen karın kayıpları karşıladığı tespiti yapılmış ve 2003-2006 yılı toplam maliyet dinamiklerinin toplam gelir dinamiklerine eşit olduğu ifade edilerek, elde edilen sonuçların genelleştirilemeyeceği vurgulanmıştır.

Çiçek vd. (2015), Türkiye'nin 81 ilinde mevcut bulunan belediyelerin performanslarını, kişi başı harcama miktarı kriterini kullanarak Gri İlişkisel Analiz (GRA) yöntemiyle incelemişlerdir. Çalışma kapsamında, kişi başı harcama miktarının yüksek olduğu 10 şehir belirlenmiştir. İlgili şehirlerde yer alan belediyelerin 2007-2011 verileri üzerinden GRA yöntemiyle performans analizi gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, kişi başı harcama miktarı en yüksek olan düşük performanslı belediyelerin Kocaeli ilindeki belediyeler olduğu, İstanbul ilindeki belediyelerin ise yüksek performansa sahip oldukları tespit edilmiştir. Çalışmada, düşük ve orta düzeyli performansa sahip belediyelerin harcama kalemlerinin yeniden gözden geçirilmesi önerilmiştir.

Drev ve Dollery (2015), belediyelerin sürdürülebilirliğine yönelik endişelerin düzenleyici otoritelerin finansal oran analizlerine olan güvenini artırdığını, bununla birlikte her belediyenin kendine özgü durumu nedeniyle tek tiplendirilmiş bir performans ölçütü üzerinden değerlendirme yapılamayacağını Yeni Güney Galler yerel düzenleyici otorite verileri üzerinden örnek olay çalışması yoluyla ortaya koymuşlardır.

Urtağ ve Girginer (2015), veri zarflama analizi yöntemiyle 14 büyükşehir belediyesinin etkinliğini tespit ettikleri çalışmalarında, elde edilen sonuçlar üzerinde GRA yöntemini kullanarak finansal performans analizi gerçekleştirmişlerdir. Yüksek etkinlik puanına sahip 8 belediyenin etkinlik sonuçları için GRA yöntemi uygulanmıştır. Veri zarflama analizi kapsamında en düşük etkinlik puanına sahip belediye Bursa olarak tespit edilmiştir. İzmir, Mersin, Konya, Sakarya ve Kocaeli belediyeleri de düşük etkinlik puanına sahip belediyeler arasında yer almıştır. Çalışmada en iyi performans gösteren belediye İstanbul, en düşük performans gösteren belediye ise Ankara olarak tespit edilmiştir.

Ersöz (2017), çalışmasında, mali tablo analizinin kamu kurumları üzerinde uygulanabilirliğini, bir büyükşehir belediyesi bağlamında test etmiştir. Çalışmada, mali tablo analizinin özellikle gelir ve gider oranları kapsamında kamu sektörü açısından kullanılabilir olduğu tespit edilmiş olup, görev ve faaliyetler kapsamında bazı özel oranların da geliştirilmesi gerekliliği üzerinde durulmuştur. Çalışmada, büyükşehir belediyesi örneği üzerinden kamu kurumlarının temel amacının özel şirketlerde olduğu gibi kar maksimizasyonu olmadığı, hizmetlerin etkin, ekonomik ve verimli bir şekilde sunulması temelinde, yani değer maksimizasyonu çerçevesinde olduğu vurgulanmıştır.

McDonald (2017), panel veri analizi yöntemiyle, 150 belediyenin 1977-2012 dönem aralığı verilerini kullanarak, bir belediyenin iflas durumu üzerinde oran analizi yönteminin, Brown'un 10 nokta testinin ve ödeme gücü testlerinin belirgin bir etkisi bulunup bulunmadığını test etmiştir. 2008 krizi sonrası, başta işsizlik olmak üzere, sağlık ve barınma gibi alanlarda artan talebe nazaran gelirleri azalan ve 2010-2015 yılları arasında iflas başvurusunda bulunan 50'den fazla belediyenin sunmuş olduğu hizmetlerin üzerindeki kısıtlamaların nelere yol açabileceğine değinilmiştir. Çalışmanın temel bulgusu olarak, mevcut yaklaşımların, belediyelerin finansal sağlıkları üzerindeki etkisini önceden tahmin edebilmede öncü bir göstere rolünü oynayamadığı ifade edilmiş, oran analizlerine güvenin araştırmacılar ve yöneticiler açısından yanıltıcı sonuçlara yol açabileceği belirtilmiştir. Oran analizlerinin belediye iflasları üzerindeki etkisine yönelik yapılan analizde, oranların yarısına yakınının belediye iflasları üzerinde anlamlı etkisinin bulunduğu tespiti yapılmıştır. Ödeme gücü testi açısından bazı boyutlarda belediye iflasları üzerinde anlamlı etkiler bulunmuştur. Brown'un 10 nokta testinin belediye iflasları üzerinde belirli bir etkisi olmadığı değerlendirilmiştir.

Myskova ve Hajek (2017), yıllık faaliyet raporlarında yer alan veriler ile raporlarda verilere yönelik değerlendirmelerin finansal performans sonuçlarını tam olarak yansıtmadığını analiz etmek amacıyla, dilbilimsel perspektiften konu sözlüklerinin katkısını incelemiştir. İlgili kurumlar tarafından hazırlanan raporlarda yer alan ve finansal sonuçları doğrulayan ek bilgilerin yapısının ve kapsamının iyi veya kötü performans sergileyen kurumlar açısından farklılaşabileceği, bu durumun faydalanıcılar açısından olumlu veya olumsuz duygulara odaklanmayı sınırlayıcı etkisinden bahsedilerek, finansal sonuçların doğru yorumlanması açısından raporlarda yer alan değerlendirmelerin önemine değinilmiştir. Çalışmada, finansal performansı geniş bir yelpazede değerlendirmek amacıyla, tüm finansal gösterge kategorilerinde kaliteli bilgi yeteneğini sağlayacak bir sözlük belirlemenin mümkün olmadığı tespiti yapılmış olup, her bir finansal analiz kategorisi için özel olarak tasarlanmış yeni konu sözlükleri önerilmiş, konu sözlüklerinin özellikle nakit akışı ve kaldıraç oranlarının değerlendirilmesinde faydalı olabileceği vurgulanmıştır.

Özkul ve Alkan (2017), yapmış oldukları çalışmada, Amerikan Devlet Muhasebe Standartları Kurumu (GASB) Modeli üzerinden, oran analiziyle İstanbul Büyükşehir Belediyesinin 2006-2014 verileri kullanılarak belediyenin mali durumunu, nakit ödeme gücünü, bütçe yapısını, uzun vadede borç ödeme gücünü ve hizmet sürdürülebilirliğini incelemiştir. Oran analizlerinin belediyenin finansal tablolarının daha kolay ve daha iyi bir şekilde anlaşılmasını sağladığı tespiti yapılmıştır. 2008 Mortgage krizinin etkisiyle 2009 yılında belediyenin finansal performansının düştüğü saptanmıştır. Nakit esaslı muhasebe kaydından tahakkuk esaslı muhasebe kaydına geçiş sonrası etkilerin de incelendiği çalışmada, ilgili dönemler için nakit pozisyonunun iyi seviyede olduğu tespit edilmiştir. Ulaşım giderleri kaynaklı artan borçlanma düzeyinin iyi bir likidite yönetimiyle sürdürülebilir kılındığı ve kaynakların verimli kullanıldığı belirtilmiştir. Çalışmada belediyenin net varlık oranının yeterli düzeyde olduğu ve ilgili dönemler için hizmet sürdürülebilirliğinde oldukça istikrarlı olduğunun altı çizilmiştir.

Pallis vd. (2018), Kenneth Brown'un 10 maddelik testini kullanarak, Monte Carlo simülasyonu ve regresyon analizi tekniği ile 2014 yılı verileri üzerinden Yunan belediyelerinin finansal risklerini ve finansal performanslarını inceleyerek bir model geliştirmiştir. Geliştirilen model kapsamında Yunan belediyelerinin kısa vadeli yükümlülüklerinin finansal açıdan kırılabilirliği tetiklediği ve finansal başarıyı sağlayan temel unsurun dış devletlerin finansal desteklemelerinden bağımsızlık olduğu değerlendirilmiştir.

Kleynhans ve Coetzee (2019), Güney Afrika Bölgesi Şehirlerinden KwaZulu-Natal (KZN) ilindeki 51 belediyenin 2009-2015 yılı verileri üzerinden mali durumlarını inceledikleri çalışmada, çalışmayan nüfusun toplam nüfus içerisindeki oranı ile belediyeye özgü gizil faktörlerin belediyelerin mali durumunu önemli ölçüde etkilediğini ortaya koymuşlardır.

Otrusino va Kulleova (2019), yapmış oldukları çalışmada, Çek Cumhuriyeti belediyelerinde belediyelerin likidite değerlerinin özel sektör şirketlerine göre nispeten yüksek olduğunu tespit etmişlerdir. Belediyelerin likidite yönetimini sınırlı bir kapsamda kullandığı değerlendirilmiştir. Kar amacı taşımayan kuruluşların likiditelerini genel kurallara göre kontrol etmeleri tavsiye edilirken, belediyeler için cari oran ve nakit oranını kullanmanın avantajlı olduğu belirtilmiştir. Ayrıca belediyelerin kendilerine özgü durumlar kapsamında, kısa vadeli varlık ve yükümlülük dengesini belirleyebilecekleri ifade edilmiştir.

Uzunali ve Görmez (2019), Türkiye'deki büyükşehir belediyelerinin 2014-2017 verileri üzerinden oran analiziyle finansal yapı ve bütçe sürdürülebilirliğini analiz etmiştir. Çalışmada,

Muğla, Diyarbakır, Denizli ve Aydın belediyeleri hariç diğer belediyelerin ilgili dönemlerde yükümlülüklerini yerine getirme seviyelerinin düşük olduğu tespiti yapılmıştır.

Kablan (2020), Türkiye'deki 30 büyükşehir belediyesinin 2012-2017 verileri üzerinden Altman Z skorunu kullanarak iflas risk haritasını oluşturmuş ve belediyelerin iflas risklerini ortaya koymuştur. Dört belediyenin muhtemel iflas riski içerisinde bulunduğu, ortalama değerler dikkate alındığında ise iflas riski taşıyan belediye sayısının ikiye düştüğü belirlenmiştir. İflas riski açısından gri bölgede bulunan belediye sayısının 10 olduğu, diğer belediyelerin ise güvenli alan içerisinde yer aldığı tespiti yapılmıştır. Çalışmada, belediyelerin mali performanslarının beklentilerin üzerinde performans sergilediği değerlendirilmiştir.

Lukac vd. (2021) çalışmalarında, Slovakya'daki belediyeler mali göstergelerine göre küme analizine tabi tutulmuştur. Çalışmada, kümelerin benzer özellikleri taşıdığı, bununla birlikte farklı kümelerde yer alan belediyelerin özelliklerinin farklılaştığı saptanmıştır. Organizasyonel ve çevresel şartların belediyelerin mali performansını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte mali performanstaki önemli miktarda değişimin sadece bu faktörlerle açıklanamadığı belirtilmiştir. Mali performanstaki değişimde yönetim, sağlıklı bir mali performans ve bütçe gibi faktörlerin etkisinin de bulunduğu değerlendirilmiştir.

Öncü (2021), demografik verileri bir kıyaslama olarak kullanarak, Türkiye'nin merkezi olarak yönetilen en büyük beş şehrinin finansal performansını analiz etmiştir. İlgili belediyelerin 2015-2018 yılı verileri kapsamında, cari oran, faaliyet oranı, uzun vadeli kişi başına düşen borçlanma oranı, kişi başına gelir oranı ve gider oranını kullanarak GRA yöntemi üzerinden ilgili belediyelerin etkinliği ve performansı araştırılmıştır. Söz konusu belediyelerin etkinlik eğilimlerinin ilgili yıllar bazında pozitif olduğu değerlendirilmiştir. Etkinlik düzeyi en iyi olan belediyenin Ankara, en düşük olan belediyenin Bursa olduğu tespit edilmiştir. İstanbul ve Antalya belediyelerinin gider artışı kaynaklı performanslarının düşüş trendinde olduğu ifade edilmiştir.

Reisi ve Gavalas (2021), Kerpe, Patmos ve Kalimnos belediyelerinin 2008 ekonomik krizden etkilenip etkilenmediklerini sürdürülebilirlik, esneklik ve yükümlülüklerini karşılayabilme derecesi kapsamında tespit etmek amacıyla, ilgili belediyelerin mali performansını bilançoları kullanarak incelemişlerdir. Çalışmada, belediyelerin likidite oranlarının farklılaştığı, özellikle 2012 yılından sonra Patmos ve Kalimnos belediyelerinde önemli düzeyde iyileşme sergilendiği, ekonomik kriz sonrası üç belediyenin de merkezi hükümete bağımlılık endeksinin istikrarını koruduğu, fakat bu durumun ilgili belediyelerin merkezi hükümete bağımlılığının arttığı veya azaldığı varsayımını haklı çıkarmayan seviyelerde olduğu değerlendirilmiştir.

Mubarok vd. (2022), 2014-2018 verileri çerçevesinde Endonezya'nın Güney Sumatra bölgesindeki belediyelerin mali performansına sermaye harcaması ve idari gelirin etkisini belirlemeye çalışmışlardır. Çalışmada, belediyelerin sermaye harcamalarının finansal performans üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu, idari gelirlerin ise olumsuz bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

3. Veri ve Yöntem

İstanbul ve Kocaeli büyükşehir belediyelerinin finansal performanslarının belirlenmesi için, literatürde finansal performansı belirlemek üzere yapılmış çalışmalar incelenmiş olup, Tablo 1'de yer alan göstergeler çalışmada dikkate alınmıştır.

Tablo 1: Göstergeler

	Formül	Kod	Kriter Yönü
Bütçe Dengesi Göstergesi	Bütçe dengesi / Bütçe gelirleri	B1	Maksimum
Kaldıraç Oranı	Toplam Borçlar / Toplam Aktifle	F1	Minimum
Faaliyet Dengesi Göstergesi	Faaliyet dengesi / Faaliyet gelirleri	F2	Maksimum
KVB Aktif Karşılama Oranı	Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar / Toplam Aktif	F3	Minimum
Özsermaye Çarpanı (Kaldıraç Oranı)	Toplam Aktif / Özsermaye	F4	Maksimum
Aktif Karlılığı	Net Kâr / Toplam Aktif	K1	Maksimum
Cari Oran	Dönen Varlıklar / Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar	L1	Maksimum
Net İşletme Sermayesi Oranı	Dönen Varlıklar- Kısa Vadeli Yabancı Yabancı Kaynaklar)/Kısa Vadeli Yabancı Yabancı Kaynaklar	L2	Maksimum
Kişi Başına Düşen Gelir Göstergesi	Gerçekleşen Kişi Başı Gelir Oranı Toplam Gelirler / Nüfus	S1	Maksimum
Kişi Başına Düşen Gider Göstergesi	Kişi Başı Gider Oranı Toplam Giderler / Nüfus	S2	Minimum
Sürdürülebilirlik Oranı	Kişi Başı Uzun Vadeli Borç Oranı Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar / Nüfus	S3	Maksimum
Yükümlülük Göstergesi	Toplam yükümlülükler / Faaliyet gelirleri	Y1	Minimum

Bu çalışmada, İstanbul ve Kocaeli büyükşehir belediyelerinin 2011-2021 yıllarına ait Tablo 2'de yer alan verileri kullanılmıştır. İlgili verilere Kocaeli ve İstanbul büyükşehir belediyelerinin kurumsal internet siteleri ile Sayıştay raporları üzerinden erişim sağlanmıştır.

Tablo 1: Çalışma Verileri

İstanbul	B1	F1	F1	F2	F3	K1	L1	L2	S1	S2	S3	Y1
2011	0,01	0,15	0,37	0,05	1,18	0,06	2,25	0,56	526,5	522,02	353,65	1
2012	0,03	0,14	0,45	0,05	1,16	0,07	2,39	0,58	535,84	518,1	319,21	0,88
2013	0,04	0,14	0,42	0,04	1,16	0,07	2,7	0,63	631,06	607,07	374,45	0,87
2014	0,02	0,13	0,45	0,04	1,15	0,07	2,52	0,6	853,89	868,97	355,63	0,79
2015	0,06	0,14	0,3	0,05	1,17	0,05	2,24	0,55	722,28	762,89	412,09	0,85
2016	0,29	0,17	0,23	0,05	1,21	0,03	1,88	0,47	791,51	1.017,85	629,06	1,17
2017	0,34	0,23	0,23	0,08	1,29	0,04	1	0	972,14	1.299,95	820,08	1,3
2018	-0,2	0,27	0,11	0,08	1,37	0,02	1,12	0,11	1.222,81	1.469,90	1.233,37	1,36
2019	-0,1	0,29	0,08	0,11	1,4	0,01	0,92	0,09	1.258,91	1.380,09	1.255,60	1,71
2020	0,09	0,35	0,02	0,12	1,53	0	1,16	0,14	1.278,49	1.398,21	1.863,38	2,03
2021	0,05	0,42	-0,13	0,13	1,71	-0,03	1,12	0,1	1.900,31	1.798,31	2.508,81	1,73
Kocaeli	B1	F1	F1	F2	F3	K1	L1	L2	S1	S2	S3	Y1

2011	-	0,07	0,35	0,4	0,05	1,55	0,03	0,87	0,15	530,08	566,29	1920,47	5,14
2012	-	0,06	0,36	0,33	0,05	1,57	0,02	0,89	0,13	683,34	643,14	2461,72	4,68
2013	-	0,09	0,36	0,42	0,04	1,55	0,03	0,99	0,01	831,01	756,71	2538,93	4,43
2014	-	0,06	0,5	0,22	0,05	2,01	0,03	1,13	0,11	743,74	696,88	2446,91	3,86
2015	-	0,14	0,5	0,2	0,06	2,01	0,03	1,14	0,12	847,61	729,57	2431,94	3,38
2016	-	0,19	0,46	0,35	0,03	1,85	0,06	2,6	0,62	978,89	794,44	2402,88	2,83
2017	-	0,03	0,62	0,15	0,06	2,61	0,03	0,95	0,05	1197,06	1.231,17	3485,01	3,19
2018	-	0,07	0,58	0,32	0,1	2,38	0,06	0,28	2,59	1.366,29	1.461,61	3.193,26	2,86
2019	-	0,03	0,54	0,3	0,1	2,16	0,06	0,17	4,81	1.218,01	1.176,18	2.917,18	2,92
2020	-	0,32	0,37	0,47	0,09	1,58	0,09	0,52	0,93	1.563,80	1.063,51	2.362,26	1,96
2021	-	0,17	0,26	0,31	0,08	1,35	0,12	0,8	0,24	2.409,14	2.011,05	1.936,67	1,17

Kaynak: <https://www.kocaeli.bel.tr/tr/main/pages/faaliyet-raporlari/33>, <https://www.ibb.istanbul/icerik/faaliyet-raporlari>, <https://www.sayistay.gov.tr/reports>

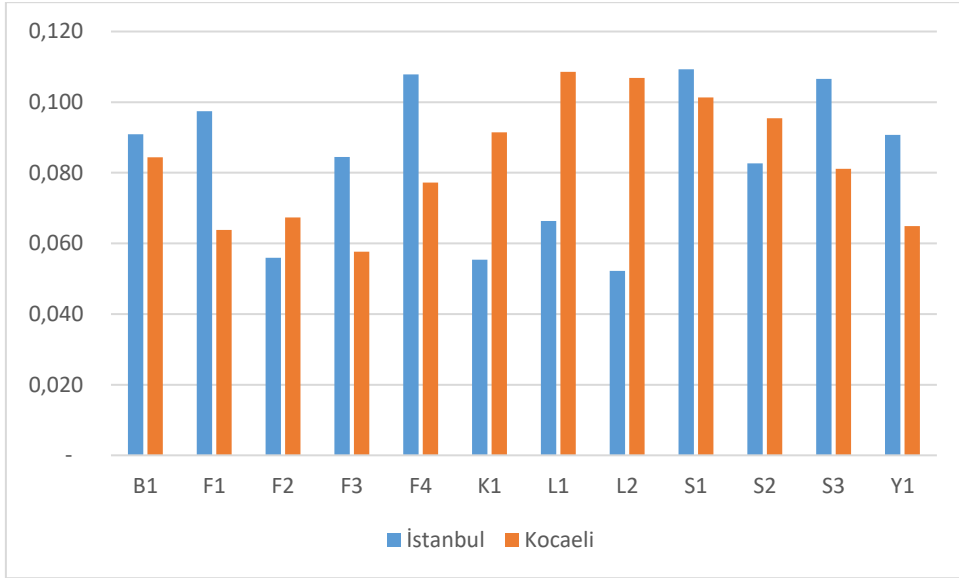
Normalize Edilmiş Maksimum Değerler (NMD) yöntemi kullanılarak hesaplanan kriter ağırlık değerleri, Tablo 3'te yer aldığı şekildedir.

Tablo 3: Kriter Ağırlıkları

Gösterge	İstanbul	Kocaeli
B1	0,091	0,084
F1	0,097	0,064
F2	0,056	0,067
F3	0,084	0,058
F4	0,108	0,077
K1	0,055	0,091
L1	0,066	0,109
L2	0,052	0,107
S1	0,109	0,101
S2	0,083	0,095
S3	0,107	0,081
Y1	0,091	0,065

Kriterlerin ağırlıklarına ilişkin grafik Şekil 1’de verilmektedir.

Şekil 1: İstanbul ve Kocaeli Belediyelerinin Kriter Ağırlıkları



NMD yöntemi kapsamında, ilgili yıllar için kriterler konusunda elde edilen ağırlıklarda Şekil 1’de görüleceği üzere, S3, F4, Y1, F3 ve F1 göstergeleri açısından İstanbul Kocaeli belediyesinden farklılaşırken, Kocaeli belediyesi ise L2, K1, L1, F2 ve S2 göstergeleri açısından farklılaşmaktadır. B1 ve S1 göstergeleri her iki belediye açısından yakın değerlidir.

3.1. Bulut Endeksi Yöntemi

ÇKKV problemlerinin çözümüne yönelik olarak Bulut (2022a) tarafından geliştirilen yöntem, karar vericiler açısından dinamik ve kolay uygulanabilir bir yapıda, üç farklı düzeyde (genel, orta ve çekirdek) diğer ÇKKV yöntemlerinden farklı olarak dinamik ve statik çıktı üretme özelliği taşımaktadır (Top ve Bulut, 2022). Çalışmada genel düzey kullanılmıştır. Bulut Endeksi Yöntemi aşağıdaki adımlar kullanılarak uygulanmaktadır (Bulut, 2017):

- **Adım 1:** Karar matrisi (X_{ij}) oluşturulur, kriter değerlerinin ortalaması olarak alınmış olan ideal değerler dikkate alınarak fayda veya maliyet durumu açısından farkları belirlenir ve matris normalize (S_{ij}) edilir.

$$X_{ij} = \begin{cases} x_{1,1} & x_{1,2} & \dots & x_{1,r} \\ x_{2,1} & x_{2,2} & \dots & x_{2,r} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ x_{c,1} & x_{c,2} & \dots & x_{c,r} \end{cases} \quad X_{ij} - X_j^-, \quad X_j^- - X_{ij} \quad (1)$$

$$F_{ij} = \begin{cases} f_{1,1} & f_{1,2} & \dots & f_{1,r} \\ f_{2,1} & f_{2,2} & \dots & f_{2,r} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ f_{c,1} & f_{c,2} & \dots & f_{c,r} \end{cases} \quad (2)$$

- **Adım 2:** Elde edilen matris değerleri kapsamında normalizasyon (S_{ij}) işlemi gerçekleştirilir.

$$S_{ij} = \frac{F_{ij}-F_j}{\sqrt{\sum_{i=1}^k (F_{ij}-F_j)^2}} \quad (i=1k \text{ ve } j=1.n) \quad (3)$$

$$S_{ij} \begin{pmatrix} S_{1,1} & S_{1,2} & \dots & S_{1,r} \\ S_{2,1} & S_{2,2} & \dots & S_{2,r} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ S_{c,1} & S_{c,2} & \dots & S_{c,r} \end{pmatrix} \quad (4)$$

- **Adım 3:** En küçük negatif değerlerin mutlak değerleri alınır ve minimum olması istenen değerler tersine çevrilerek ağırlık değerleri ile çarpılır. Bu fonksiyon ile her satırdaki kriter değerlerinin en küçük negatif değeri sıfır, diğer tüm negatif değerler pozitif olur. Elde edilen veriler üzerinden ağırlıklı karar matrisi oluşturulur.

$$X^-_j = \{s_{11}^-, s_{12}^-, \dots, s_{1n}^-\}, \quad X^+_j = \{|s_{11}^-, s_{12}^-, \dots, s_{1n}^-|\} \quad (5)$$

$$P_{ij} = \begin{pmatrix} s_{1,1}+x^+ & s_{1,2}+x^+ & \dots & s_{1,r}+x^+ \\ s_{2,1}+x^+ & s_{2,2}+x^+ & \dots & s_{2,r}+x^+ \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ s_{c,1}+x^+ & s_{c,2}+x^+ & \dots & s_{c,r}+x^+ \end{pmatrix} \quad \min p_{ij} \leftrightarrow \max p_{ij} \quad (6)$$

- **Adım 4:** Ağırlıklı karar matrisi sonuçları doğrultusunda endeks referans değerleri belirlenerek endeks puanı hesaplanır.

$$\dot{I} = \sum R_{di} \quad O = \sum_{i=1}^n P_{ij} \quad BE_t = \frac{O}{i} \times 100 \quad (7)$$

3.2. Topsis Yöntemi

ÇKKV yöntemlerinin farklı bir varyasyonu olarak geliştirilen ‘İdeal Çözüme Dayalı Sıralama Tekniği’ (Topsis) yöntemi, pozitif ideale en yakın ve negatif idealden uzak olan çözüm kapsamında en iyi alternatifin seçilmesi temel alınarak, Hwang ve Yoon tarafından (1981) oluşturulmuştur. Topsis yönteminde; her bir kriter göre alternatifler değerlendirilerek pozitif ve negatif ideal çözümler tanımlanır. Kriterler ağırlıklandırılarak her bir alternatif için pozitif ve negatif ideal değerler arasındaki ağırlıklı mesafe belirlenerek yakınlık katsayıları bulunur ve alternatifler bu yakınlık katsayılarına göre sıralanır (Deng ve Chen, 2022). TOPSIS yönteminin adımları (Al ve Demirel, 2022) aşağıda yer aldığı şekildedir.

- **Adım 1:** Karar matrisi oluşturulur ve matris normalize edilir. Karar matrisinin satırlarında karar noktaları (i), sütunlarında ise faktörler (j) yer almaktadır.

$$r_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sqrt{\sum_{j=1}^m x_{ij}^2}}, \quad j = 1,2, \dots, m, i = 1,2, \dots, n \quad (8)$$

- **Adım 2:** Normalize matrisin her bir değerinin ağırlık değerleri (w_i) belirlenir ve ağırlıklı normalleştirilmiş standart karar matrisi (v_{ij}) oluşturulur.

$$\sum_{i=1}^n w_i = 1 \quad v_{ij} = w_i \times r_{ij}, \quad j = 1,2, \dots, m, i = 1,2, \dots, n \quad (9)$$

- **Adım 3:** İdeal çözümler (+A) ve negatif ideal (-A) çözümler oluşturulur. I' fayda (maksimizasyon), I'' ise kayıp (minimizasyon) değeridir.

$$A^* = \{v_1^*, v_2^*, \dots, v_i^*\} = \left\{ \left(\max_j v_{ij} \mid i \in I' \right), \left(\min_j v_{ij} \mid i \in I'' \right) \right\} \quad (10)$$

$$A^- = \{v_1^-, v_2^-, \dots, v_i^-\} = \left\{ \left(\min_j v_{ij} \mid i \in I' \right), \left(\max_j v_{ij} \mid i \in I'' \right) \right\} \quad (11)$$

- **Adım 4:** Pozitif (S_i^+) ve Negatif (S_j^-) ideal ayırım değerleri bulunur.

$$S_i^+ = \sqrt{\sum_{j=1}^n \{v_{ij} - v_j^+\}^2}, \quad S_j^- = \sqrt{\sum_{i=1}^n \{v_{ij} - v_j^-\}^2} \quad (12)$$

- **Adım 5:** İdeal çözüme göreli yakınlık (C_i^+) hesaplanarak sıralama ($0 \leq C_i^+ \leq 1$) yapılır.

$$C_i^+ = \frac{S_j^-}{S_i^- + S_i^+} \quad i = 1, 2, \dots, m \quad (13)$$

3.3. Aras Yöntemi

Alternatifler arasından en iyi alternatifin seçilmesi, tüm alternatiflerin sıralanması veya alternatiflerin kategorize edilmesi problemlerinde etkili ve kolay bir çözüm elde etme kapsamında Zavadskas vd.(2010) tarafından geliştirilen Katkı Oranı Değerlendirme (Additive Ratio Assessment /ARAS) yöntemi, aşağıdaki adımlar kullanılarak uygulanmaktadır (Stanujkic ve Jovanovic, 2012:

- **Adım 1:** m seçenekli ve n kriterli Bir karar matrisi (X_{ij}) oluşturulur, ideal değerlere göre fark belirlenir ve matris normalleştirilir (S_{ij}).

$$X = \begin{bmatrix} X_{01} & X_{0j} & X_{0n} \\ X_{i1} & X_{ij} & X_{in} \\ X_{m1} & X_{mj} & X_{mn} \end{bmatrix} \quad i = 0, 1, \dots, m \text{ ve } j = 1, 2, \dots, n \quad (14)$$

- **Adım 2:** Her bir kriter için optimal performans derecelendirmeleri hesaplanır. X_{0j} , J kriterine göre optimal performans değerini, Ω max fayda yönünü, Ω min maliyet yönünü ifade etmektedir.

$$X_{0j} = \begin{cases} \max x_{ij} & j \in \Omega_{max} \\ \min x_{ij} & j \in \Omega_{min} \end{cases} \quad (15)$$

- **Adım 3:** Normalize karar matrisi (r_{ij}) oluşturulur, her bir kriter için hesaplanan ağırlık değerleriyle (w_j) ağırlıklandırılır (v_{ij}).

$$r_{ij} = \begin{cases} x_{ij} / \sum_{i=0}^m x_{ij} & j \in \Omega_{max} \\ 1/x_{ij} / \sum_{i=0}^m x_{ij} & j \in \Omega_{min} \end{cases} \quad v_{ij} = w_j * r_{ij}, \quad i = 1, 2, \dots, m, \quad (16)$$

- **Adım 4:** Her bir alternatif için ağırlıklandırılmış normalize performans derecelendirmelerinin toplamı kullanılarak optimalite fonksiyonunun (S_i) değerleri tespit edilir ve alternatif fayda dereceleri (Q_i) hesaplanır.

$$S_i = \sum_{j=1}^n v_{ij} \quad i = 0, 1, \dots, m. \quad Q_i = \frac{S_i}{S_0} \quad i = 1, 2, \dots, m. \quad (17)$$

- **Adım 5:** Karar matrisi (X_{ij}) oluşturulur, ideal değerlere göre fark belirlenir ve matris normalize (S_{ij}) edilir. Karar matrisi m alternatif ve n sayıda kriter ile oluşturulur ve matris normalize edilir. Alternatifler artan Q_i değerlerine göre sıralanarak en uygun alternatif (A^*) tespit edilir.

$$(A^*) = \{A_i | \max Q_i\} \quad i = 1, 2, \dots, m \quad (18)$$

3.4. NMD Yöntemi

Literatür araştırmalarında Entropi, CRITIC ve AHP gibi birçok matematiksel olarak tasarlanmış standart ağırlıklandırma yöntemi kullanılmaktadır. Bu yöntem, kriterin anlamlılık bağlamında önem derecelerinin belirlenemediği durumlar için güvenilir bir şekilde kullanılabilir (Bulut, 2022b). Ayrıca, uygulama açısından yöntem, diğer yöntemlere göre kısa ve kullanım uygunluğu taşımaktadır. Bu yönleriyle yöntem diğer ağırlıklandırmada kullanılan

yöntemlerden farklılaşmaktadır. NMD yöntemi aşağıdaki adımlar kullanılarak uygulanmaktadır (Bulut, 2022b).

- **Adım 1:** Karar matrisi (X_{ij}) oluşturulur.

$$X_{ij} = \begin{pmatrix} X_{1,1} & X_{1,2} & X_{1,3} & X_{1,c} \\ X_{2,1} & X_{2,2} & X_{2,3} & X_{2,c} \\ X_{3,1} & X_{3,2} & X_{3,3} & X_{3,c} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ X_{r,1} & X_{r,2} & X_{r,3} & X_{r,c} \end{pmatrix} \quad (19)$$

- **Adım 2:** Bir oran matrisi oluşturulur. Bu noktada karar matrisindeki her kriter kendi kriterinin toplamına göre ağırlıklandırılır ve her sütunun toplam değerlerinin toplamı hesaplanır. Daha sonra oran matrisini (R_{ij}) elde etmek için her bir kriter değerini ait olduğu kriterin ara toplam miktarına (t_i) bölünür.

$$T = \sum_{j=1}^c X_{ij} \quad t = \{c_1, c_2 \dots c_c\} \quad R_{ij} = \begin{pmatrix} r_{1,1} & r_{1,2} & r_{1,c} \\ r_{2,1} & r_{2,2} & r_{2,c} \\ \dots & \dots & \dots \\ r_{r,1} & r_{r,2} & r_{r,c} \end{pmatrix} \quad (20)$$

- **Adım 3:** Normalleştirilmiş değerler, kriterlerin maksimum değeri üzerinden hesaplanır. Kriterlere ait değerlerinin ortalaması (A) ve standart sapması (S) üzerinden kriterlerin standart değerleri (N) hesaplanır.

$$\max = \{\max_1, \dots, \max_c\} \quad A = \frac{\sum_{j=1}^c r_{ij}}{r} \quad S = \frac{r_{ij} - a_i}{\sqrt{\sum (r_{ij} - a_i)^2}} \quad N = \frac{\max_i - a_i}{s_i} \quad (21)$$

- **Adım 4:** Kriterler bazında hesaplanmış olan normalleştirilmiş kriter değerleri, kriter değer toplamlarına bölünerek ağırlık katsayıları (w) hesaplanır.

$$W = \frac{n_i}{\sum_{i=1}^c n_i} \quad (22)$$

3.5 Copeland Yöntemi

Copeland yöntemi, Saari ve Merlin (1996) tarafından geliştirilmiş olup, farklı yöntemlerle elde edilen sonuçlar, tutarlı bir çerçevede, bütünleşik olarak sunulmaktadır. Yöntem, alternatiflerin birbirlerine olan üstünlüklerinin, eşitliklerinin ve mağlubiyetlerinin referans alınması ile puanlarının hesaplanması ve elde edilen puanlara bağlı olarak sıralanmasını esas almaktadır. Copeland yöntemi, aşağıdaki adımlar kullanılarak uygulanmaktadır (Saari ve Merlin 1996: 51-76).

- **Adım 1:** İkili karşılaştırma matrisleri kapsamında alternatifler (A_i ve A_j), birbirlerine olan durumlarına göre kazanma durumu için "1", yenilgi durumu için "0" şeklinde değer almaktadır.

$$F_k(i, j) = \begin{pmatrix} 1 & \text{rk}(A_i) < \text{rk}(A_j) \text{ ve } i \neq j \\ 0 & \text{rk}(A_i) > \text{rk}(A_j) \text{ ve } i \neq j \\ \text{Boş}(-) & \text{rk}(A_i) = \text{rk}(A_j) \text{ ve } i \neq j \end{pmatrix} \quad (23)$$

- **Adım 2:** Alternatiflerin (A_i ve A_j), elde etmiş oldukları değerler toplamı alınır.

$$S(i, j) = \sum_{k=1}^m f_k \text{ ve } i \neq j \quad (24)$$

- **Adım 3:** Alternatiflerin $S(i,j)$ değerleri üzerinden her bir alternatifin diğer alternatife göre durumu bağlamında kazanma durumu için "1", eşitlik için "1/2" ve yenilgi durumu için "0" puanları verilir.

$$G(i,j) = \begin{cases} 1 & S(i,j) > (m - S(i,j)) \quad i \neq j \\ 1/2 & S(i,j) = (m - S(i,j)) \quad i \neq j \\ -1 & S(i,j) < (m - S(i,j)) \quad i \neq j \end{cases} \quad (25)$$

- **Adım 4:** Alternatiflerin $G(i,j)$ değerleri üzerinden her bir alternatifin negatif ve pozitif değerleri kendi içerisinde toplanarak kazanma durumu (G_{Pi}) ve yenilgi durumu (Y_{Pi}) puanları hesaplanır. G_{Pi} 'den Y_{Pi} çıkarılarak Copeland puanı (CP_i) bulunur. CP_i puanı da sıralamaya tabi tutularak düzeltilmiş bütünlük alternatif sıralama puanı ele edilir.

$$G_{Pi} = \sum_{i=1}^n G(i,j) \quad G(i,j) > 0, \quad Y_{Pi} = \sum_{i=1}^n G(i,j) \quad G(i,j) < 0, \quad CP_i = G_{Pi} + Y_{Pi} \quad (26)$$

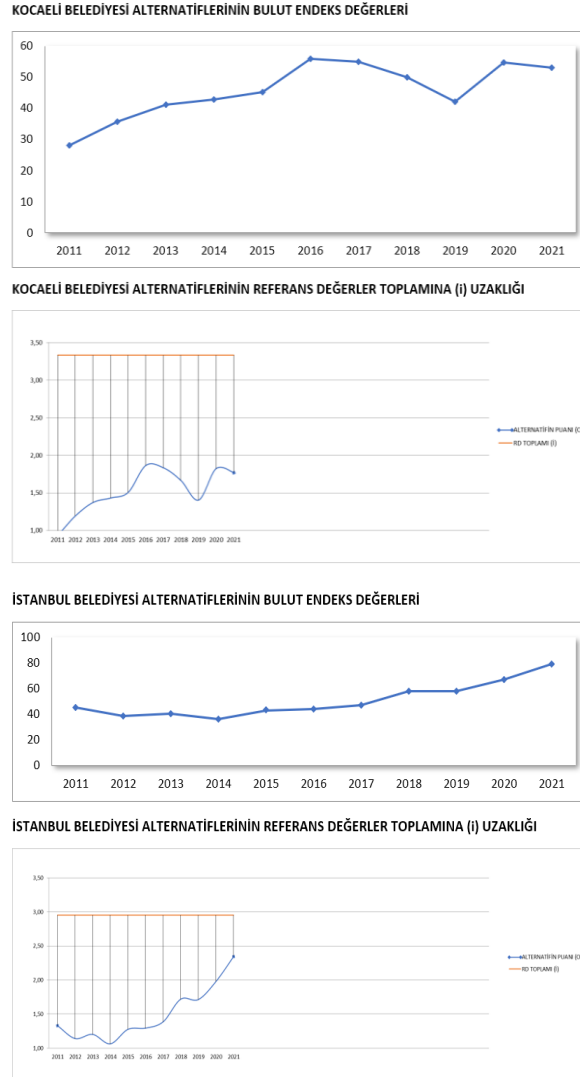
4. Bulgular

Tablo 4'te Bulut Endeksi yöntemi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4: Bulut Endeks Sıralama Sonuçları

İstanbul Alternatifler	Alternatifin Puanı (O_i)	RD Toplamı (i)	BE _i Puanı	Sıralama	Sıralama Ölçeği
2011	1,33	2,95	45,01	6	
2012	1,14	2,95	38,62	10	
2013	1,20	2,95	40,69	9	
2014	1,06	2,95	36,02	11	
2015	1,28	2,95	43,19	8	
2016	1,29	2,95	43,80	7	
2017	1,39	2,95	46,95	5	
2018	1,72	2,95	58,21	3	
2019	1,71	2,95	58,01	4	
2020	1,98	2,95	66,98	2	
2021	2,34	2,95	79,36	1	
Kocaeli Alternatifler	Alternatifin Puanı (O_i)	RD Toplamı (i)	BE _i Puanı	Sıralama	Sıralama Ölçeği
2011	0,93	3,33	28,02	11	
2012	1,19	3,33	35,81	10	
2013	1,37	3,33	41,17	9	
2014	1,43	3,33	42,96	7	
2015	1,51	3,33	45,19	6	
2016	1,86	3,33	55,93	1	
2017	1,83	3,33	55,03	2	
2018	1,66	3,33	49,95	5	
2019	1,40	3,33	42,14	8	
2020	1,82	3,33	54,70	3	
2021	1,77	3,33	53,04	4	

Şekil 2: İstanbul ve Kocaeli Belediyelerinin Bulut Endeks Değerleri



Tablo 4'te yer alan bilgiler çerçevesinde, İstanbul büyükşehir belediyesinin en başarılı performansı yakaladığı yılın 2021 yılı olduğu görülmektedir. 2014 yılından sonra sürdürülebilir bir şekilde performans artışı yaşadığı gözlemlenmektedir.

Kocaeli büyükşehir belediyesinin performansı açısından bakıldığında ise en başarılı performansın ortaya konulduğu yıl 2016 yılıdır. Her iki belediyenin 2019-2021 yıllarını kapsayacak şekilde Covid-19 sürecinde performans artışı yaşadığı görülmektedir.

Bulut endeksi yöntemi bulgusu kapsamında Covid-19 pandemisi sürecinde şirketlerin, hükümetlerin ve devletlerin başta gıda olmak üzere zorlu bir süreç yaşadığı göz önünde bulundurulduğunda ilgili iki belediyenin bu süreci bir başarı performansına dönüştürdükleri söylenebilir.

Tablo 5'te ilgili belediyelere ilişkin hesaplanmış olan pozitif (Si+) ve negatif (Si-) ideal ayırım değerleri ile ideal çözüme göreli yakınlık (Ci+) değerleri yer almaktadır.

Tablo 5: Topsis Yöntemi Sıralama Sonuçları

İstanbul	Si+	Si-	Ci+	Sıra
2011	0,0764	0,0965	0,5582	5
2012	0,0761	0,1042	0,5778	3
2013	0,0731	0,1047	0,5887	1
2014	0,0715	0,0994	0,5816	2
2015	0,0746	0,0877	0,5404	6
2016	0,0918	0,0626	0,4054	10
2017	0,0996	0,0508	0,3380	11
2018	0,0794	0,0559	0,4134	9
2019	0,0769	0,0626	0,4485	8
2020	0,0750	0,0695	0,4811	7
2021	0,0801	0,1033	0,5635	4
Kocaeli	Si+	Si-	Ci+	Sıra
2011	0,1129	0,1016	0,4738	9
2012	0,0974	0,1037	0,5158	7
2013	0,0887	0,1081	0,5492	5
2014	0,0916	0,1084	0,5421	6
2015	0,0834	0,1125	0,5744	4
2016	0,0552	0,1420	0,7201	1
2017	0,1017	0,1011	0,4985	8
2018	0,1264	0,0581	0,3150	10
2019	0,1455	0,0424	0,2258	11
2020	0,0769	0,1174	0,6043	3
2021	0,0774	0,1213	0,6103	2

Tablo 5'te yer alan bilgiler çerçevesinde, İstanbul büyükşehir belediyesinin en başarılı performansı yakaladığı yılın 2013 yılı olduğu görülmektedir. 2016 ve 2017 yılları için art arda en düşük performansın ortaya konulmuş olması dikkat çekicidir.

Kocaeli büyükşehir belediyesinin performansı açısından bakıldığında ise en başarılı performansın ortaya konulduğu yıl 2016 yılıdır. Kocaeli büyükşehir belediyesinin en düşük performansı yaşadığı yıl 2019 yılıdır. 2020 ve 2021 yıllarında kademeli olarak performans sıralamasının artmış olduğu görülmektedir.

Tablo 6'da ilgili belediyelere ilişkin hesaplanmış olan Aras yöntemi sıralama sonuçları yer almaktadır.

Tablo 6: Aras Yöntemi Sıralama Sonuçları

Kocaeli	Sİ	Qi	Sıra	İstanbul	Sİ	Qi	Sıra
2011	0,0545	0,4082	11	2011	0,0792	0,6604	8
2012	0,0631	0,4731	8	2012	0,0831	0,6929	6
2013	0,0682	0,5111	6	2013	0,084	0,7002	5
2014	0,0599	0,4493	9	2014	0,0902	0,7523	3
2015	0,0652	0,489	7	2015	0,0843	0,703	4
2016	0,0854	0,64	5	2016	0,0984	0,8205	1
2017	0,056	0,4201	10	2017	0,0921	0,7676	2
2018	0,0899	0,6737	4	2018	0,0802	0,6683	7
2019	0,1255	0,9412	1	2019	0,0633	0,5281	10
2020	0,104	0,7795	2	2020	0,0684	0,5701	9
2021	0,095	0,7121	3	2021	0,0568	0,4733	11

Tablo 6'da yer alan bilgiler çerçevesinde, İstanbul büyükşehir belediyesinin en başarılı performansı yakaladığı yılın 2016 yılı olduğu görülmektedir. 2020 yılında 2019 yılına göre performans artışı sergilenirken 2021 yılında performansın en düşük seviyede gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Kocaeli büyükşehir belediyesinin performansı açısından bakıldığında ise en başarılı performansın ortaya konulduğu yıl 2019 yılıdır. İzleyen 2 yılda ise performansında nispi düşüş sergilendiği görülmektedir. 2017 ve 2011 yılları, en düşük performans sıralamasının gösterildiği yıllardır.

Tablo 7'de ilgili belediyelere yönelik olarak ÇKKV yöntemleriyle elde edilen değerlerin Copeland yöntemiyle bütünleştirildiği finansal performans sıralama sonuçları yer almaktadır.

Tablo7: Copeland Yöntemi Sıralama Sonuçları

	İstanbul					Kocaeli				
	GPI	YPI	CPi	Sıra	Düzeltilmiş Sıra	GPI	YPI	CPi	Sıra	Düzeltilmiş Sıra
2011	4	-6	-2	8	10	0	-10	-10	11	11
2012	5	-5	0	4	7	2	-8	-6	10	10
2013	7	-3	4	1	3	4	-6	-2	6	6
2014	7	-3	4	1	2	4	-6	-2	6	7
2015	5	-5	0	4	5	6	-4	2	4	5
2016	5	-5	0	4	4	10	0	10	1	1
2017	5	-5	0	4	6	3	-7	-4	8	9
2018	4	-6	-2	8	9	6	-4	2	4	4
2019	2	-8	-6	11	11	3	-7	-4	8	8
2020	4	-6	-2	8	8	9	-1	8	2	2
2021	7	-3	4	1	1	8	-2	6	3	3

Tablo 7’de yer alan bilgiler çerçevesinde, İstanbul büyükşehir belediyesinin en başarılı performansı yakaladığı yılın 2021 yılı olduğu görülmektedir. 2019 yılında performansın en düşük seviyede gerçekleştiği görülmektedir. Kocaeli büyükşehir belediyesinin performansı açısından bakıldığında ise en başarılı performansın ortaya konulduğu yıl 2016 yılıdır. Kocaeli büyükşehir belediyesinin 2011 ve 2012 yılları, en düşük performans sıralamasının gösterildiği yıllardır.

Sıralanabilir niteliği haiz değişkenlerin süreklilik arz edebilecek değişken özelliği taşımaması nedeniyle parametrik olmayan analiz yöntemlerinden Spearman korelasyon katsayısı hesaplanmaktadır (Bursal, 2019). Bu bağlamda, İstanbul (i) ve Kocaeli (k) büyükşehir belediyelerinin yöntemler (Topsis/T, Aras/A, Bulut Endeksi/BEt, Copeland/C, Düzeltilmiş Copeland/DC) kapsamında elde edilen değerlerine ilişkin SPSS 26 programı kullanılarak elde edilen Spearman sıra korelasyonu bulguları aşağıda Tablo 8’de yer almaktadır.

Tablo 8: Yöntemlerin Spearman Sıra Korelasyonu Sonuçları

	T_istanbul	A_istanbul	BEt_istanbul	C_istanbul
T_istanbul	1	-0,191	-0,5	0,427
A_istanbul	-0,191	1	-0,645*	0,355
BEt_istanbul	-0,5	-0,645*	1	-0,282
C_istanbul	0,427	0,355	-0,282	1

	T_kocaeli	A_kocaeli	BEt_kocaeli	C_kocaeli
T_kocaeli	1	0,173	0,509	,709*
A_kocaeli	0,173	1	0,318	0,645
BEt_kocaeli	0,509	0,318	1	,718*
C_kocaeli	,709*	0,645*	,718*	1

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tablo 8’de yer aldığı şekilde, İstanbul için Spearman korelasyonu bulgularında, TOPSIS yöntemi sıralaması ile Aras yöntemi sıralaması arasında negatif yönlü düşük derecede bir ilişki olduğu görülmektedir. TOPSIS yöntemi sıralaması ile Bulut Endeksi yöntemi sıralaması arasında negatif yönlü orta derecede anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Kocaeli için Spearman korelasyonu bulgularında, TOPSIS yöntemi sıralamaları ile Bulut Endeksi yöntemi sıralamaları arasında orta büyüklükte anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. İstanbul için ilgili yöntemlerle bütünlük sıralama sonuçları arasındaki ilişki seviyelerinde pozitif yönlü orta düzeyli anlamlı ilişkiyi üreten yöntemlerin Topsis ve Aras yöntemleri olduğu görülmektedir. Kocaeli için Topsis yöntemi ve Bulut endeksi yöntemleri ile bütünlük sıralama sonuçları arasında 0,01 anlam düzeyinde güçlü ve anlamlı ilişki söz konusu iken, Aras yöntemi ile bütünlük sıralama sonuçları arasında orta düzeyde anlamlı bir ilişki mevcuttur.

5. Sonuç

Yerel yönetimlerin temel bileşenlerinden biri olarak belediyelerin faaliyet ve finansal açılardan sürdürülebilirliğinde sosyo ekonomik çevrenin önemli bir etkisi vardır. Belediyeler mevcut kaynakları ile yükümlülüklerini karşılayabilme noktasında, n sayıda risk faktörü ile

karşı karşıya kalabilmekte ve imkanları ölçüsünde riskleri yönetilebilir kılarak katılımcı ve paydaşlarına yönelik değer üretmektedirler. Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ile ulusal ve uluslararası piyasalarda yaşanan gelişmelere duyarlık seviyesinin artışı, diğer kurumları etkilediği ölçüde belediyeler üzerinde de etkisini göstermektedir. Belediyeler açısından makro ve mikro değişkenlerden etkilenme düzeyi, belediyenin niteliklerine ve hizmet alanının çerçevesine göre farklılaşabilmektedir. Belediyelerin karşılaştıkları riskler veya maruz kalabilecekleri muhtemel risklerin etkin bir şekilde yönetilebilmesi, belediyelerin güçlü ve sürdürülebilir kaynaklarla değer ve hizmet üretimini zorunlu kılmaktadır. Dolayısı ile belediyelerin sağlam ve sağlıklı bir finansal görünümünün, vatandaş ve değer odaklı hizmet üretimi için gerekli olduğu söylenebilir. Bu bağlamda belediyelerin bütünsel bir perspektifle, organizasyonel olarak sahip olduğu kaynak ve varlıklarla üreteceği değer ve hizmetlerin sürdürülebilirliğinde, finansal performans önemli bir gösterge niteliği taşımaktadır. Bu çalışmada, 2004 tarihli 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanununun Geçici 2. Maddesi kapsamında “büyükşehir belediye sınırları, İstanbul ve Kocaeli ilinde, il mülki sınırı olup diğer büyükşehir belediyelerinde, mevcut valilik binası merkez kabul edilmek ve il mülki sınırları içinde kalmak şartıyla, nüfusu bir milyona kadar olan büyükşehirlerde yarıçapı yirmi kilometre, nüfusu bir milyondan iki milyona kadar olan büyükşehirlerde yarıçapı otuz kilometre, nüfusu iki milyondan fazla olan büyükşehirlerde yarıçapı elli kilometre olan dairenin sınırı büyükşehir belediyesinin sınırını oluşturur” hükmü göz önünde bulundurularak ve diğer büyükşehir belediyelerinin görev alanının 2012 tarihli 6360 sayılı kanunla il mülki sınırlarına taşındığı esas alınarak Kocaeli ve İstanbul illeri seçilmiştir. Buna göre 2004 yılı itibarıyla ilin mülki sınırlarının tamamı içerisinde hizmet ve değer üreten İstanbul ve Kocaeli büyükşehir belediyeleri için literatüre uygun olarak belirlenen 12 adet rasyo üzerinden performans kriterleri belirlenmiş ve bahsedilen kriterler ışığında performans sıralamaları hesaplanarak ilgili yöntemlere göre elde edilen sıralama sonuçları arasındaki ilişkiler Spearman korelasyonu analiziyle değerlendirilmiştir. Çalışmanın kapsamı, yerel yönetimlerde büyükşehir yönetimlerinin il mülki sınırlarıyla çevrelediği ilk pilot uygulamanın gerçekleştirildiği iller olması hasebiyle Kocaeli ve İstanbul büyükşehir belediyeleri ile sınırlı tutulmuştur. Belediyelerin 2011-2021 yıllarına ilişkin verilerine sağlıklı erişim imkanı söz konusu olduğu için ilgili yıl verileri baz alınmıştır. Kriter ağırlıklandırma, önem derecesine göre kriter ağırlıklarının belirlenmesinin mümkün olmadığı durumlarda kullanılan NMD yönteminin uygulanması diğer yöntemlere göre daha kolaydır (Bulut, 2022). Bu nedenle, kriter ağırlıklandırma NMD yöntemi tercih edilmiştir. Bulut Endeksi hariç diğer yöntemler, literatürde yer alan farklı alan çalışmalarında finansal performans ölçümünde sıklıkla kullanıldığı için tercih edilmiştir. Bulut Endeksi, Topsis ve Aras yöntemleri ile elde edilen sıralama sonuçlarının rasyonel bir şekilde ve bütünsel olarak karar vericinin kararında sağlıklı bir şekilde değerlendirilebilmesi için Copeland yöntemi kullanılmıştır. Diğer ÇKKV yöntemleri ve kriterlerle yapılacak analizlerde sonuçlar ve değerlendirmeler farklılaşabilir, bu durum çalışmanın yöntem ve kriter bağlamında kısıtını oluşturmaktadır.

İstanbul büyükşehir belediyesi için Topsis yöntemi sıralama sonuçlarında en iyi performans sıralaması 2013 yılında gerçekleşmiştir. 2013 yılından sonra performansın 2017'ye kadar yavaş yavaş gerilediği ve 2017 yılından sonra tekrar iyileşme sürecine girdiği tespit edilmiştir. Aras yöntemi sıralama sonuçları açısından 2011 yılından 2016 yılına kadar performans sıralaması sürecinde iyileşme görüldüğü, 2016 yılından itibaren performans değer düşüklüğü yaşandığı, 2019 yılı için performansın sondan ikinci seviyede gerçekleştiği bununla birlikte 2020 yılında performansta bir önceki yıla göre nispeten bir iyileşme

sıralamasının gerçekleştiği, sonraki yıl için ise performansta en düşük dönemin yaşandığı tespit edilmiştir. 2020 yılındaki iyileşmenin, Covid-19 sürecinin etkilerinin yoğun bir şekilde her alanda kendisini hissettirdiği bir belirsizlik ortamında, belediye hizmetlerine yönelik azalan talebin etkisinin olduğu düşünülmektedir. 2021 yılında yasakların kalkmasıyla birlikte, faaliyet giderlerinde yaşanan artışın doğal bir sonucu olarak finansal performansın en düşük düzeyde gerçekleştiği söylenebilir. Bulut Endeksi yöntemi sıralama sonuçları açısından 2014 yılı, en düşük performans sıralamasının elde edildiği yıl olarak görünmektedir. İlgili yıl verileri analiz edildiğinde bütçe dengesinde yaşanan düşüş dikkati çekmektedir. 2015 yılından itibaren kademeli olarak finansal performansın iyileşme yaşadığı tespit edilmiş olup, 2021 yılında en iyi performans düzeyine erişildiği görülmüştür. Bu yöntem sıralama verileri açısından 2019-2021 döneminde, Topsis yöntemi ile nispeten benzer trendde finansal performans sıralamasında iyileşme, Aras yöntemi ile 2019 ve 2021 yılları açısından oldukça farklı bir finansal performans artışının yaşandığı tespit edilmiştir. Aras yöntemi ile en iyi performansın elde edildiği yıl olan 2016 yılı Öncü (2021)'nın çalışması ile aynı doğrultudadır. İstanbul için bütünlük sıralama sonuçlarıyla elde edilen sıralama sonuçlarının Topsis yöntemiyle 2014 ve 2018 yılları için aynı sıralama sonuçlarını ürettiği diğer yıllar için farklı olduğu, Aras yöntemiyle farklı sonuçlara sahip olduğu, Bulut Endeksi için ise 2021 yılı bağlamında aynı sıralama sonucunu ürettiği görülmektedir. Copeland bütünlük sıralama sonuçları açısından performans sıralamalarının ilgili yıllar için farklı trendler izlediği tespit edilmiştir. Bulut Endeksi yöntemine benzer nitelikte sadece 2021 yılı için performans sıralamasının en iyi performansı gösterdiği görülmektedir.

Kocaeli büyükşehir belediyesi için Topsis yöntemi sıralama sonuçlarında en iyi performans sıralamasının 2016, en düşük performans sıralamasının 2019 yılında gerçekleştiği tespit edilmiş olup, akabinde 2020 ve 2021 yıllarında iyileşmenin sürdüğü görülmüştür. 2016 yılında yükümlülük, faaliyet ve bütçe dengesinde yaşanan pozitif artış ile cari oranın yükselmesinin yüksek performansa neden olduğu görülmektedir. 2019 yılında net işletme sermayesi oranında yaşanan negatif yönlü artış oranı düşük performansı destekleyici niteliktedir. Aras yöntemi sonuçlarında en iyi finansal performans 2019 yılında görülürken, en düşük performans sıralaması 2011 yılında gerçekleşmiştir. Aras yöntemi ile Topsis yöntemi sıralama sonuçlarında sıralamaların birbirinden farklılaştığı, Bulut Endeksi yöntemi ile sadece 2011 yılı için aynı sıralamanın söz konusu olduğu görülmektedir. Bulut Endeksi yöntemi sıralama sonuçlarında en iyi performansın tıpkı Topsis yönteminde olduğu gibi 2016 yılında elde edildiği görülmektedir. En düşük performansın sergilendiği yılların 2011 ve 2012 yılları olduğu tespit edilmiştir. Copeland bütünlük sıralama sonuçlarında da ilgili iki yıl performansının en düşük seviyede gerçekleştiği yıllar olarak görülmektedir. 2011 ve 2012 yıllarında yaşanan düşük performansın net işletme sermayesi oranında yaşanan negatif yönlü artış oranı kaynaklı olduğu değerlendirilmektedir. Topsis ve Bulut Endeksi sıralama sonuçları ile Copeland sonuçlarında en iyi performansın gerçekleştiği yıl 2016 yılıdır. Uzunali ve Görmez (2019) çalışmalarında, 2017 yılı için İstanbul'un borç yönetilebilirliği açısından tedbirler alması gerektiğini belirtmişlerdir. Çalışmanın İstanbul için Topsis yöntemiyle elde edilen sonuçları aynı doğrultudadır. Uzunali ve Görmez (2019) çalışmalarında Kocaeli'nin genel olarak sürdürülebilir bir borçlanma seviyesine sahip olduğunu ifade etmişlerdir. Çalışmanın Kocaeli'ye yönelik yöntem sıralama sonuçları ilgili yazarların bulgularını destekler mahiyettedir.

İstanbul için, ilgili yıllar bazında, çalışma yöntemleri kapsamında elde edilen sıralama sonuçları arasındaki korelasyon ilişkisinde Aras ve Bulut Endeksi arasında negatif yönlü orta düzeyli anlamlı ilişki tespit edilirken, Kocaeli açısından bakıldığında, her üç yöntem sıralama sonuçları ile bütünlük sıralama sonuçları arasında pozitif yönde anlamlı ilişki bulunduğu tespit edilmiştir. Bu tespitler, ÇKKV yöntemleri ile elde edilen sıralama sonuçlarının, ilgili yöntemlerin taşıdığı oldukları özellikler kapsamında, ilgili belediyelere göre farklı sonuçlar üretebildiğini ortaya koymaktadır. Sonuç olarak Copeland bütünlük sıralama sonuçlarına göre İstanbul için en düşük performans düzeyinin 2011 ve 2019 yıllarında gerçekleştiği, bununla birlikte 2014 ve 2021 yıllarının performans düzeylerinin başarılı sonuçlar ortaya koyduğunu göstermektedir. Copeland bütünlük sıralama sonuçlarına göre Kocaeli için en düşük performans düzeyinin 2011 ve 2012 yıllarında gerçekleştiği, bununla birlikte 2016 ve 2020 yıllarının performans düzeylerinin başarılı sonuçlar ortaya koyduğunu göstermektedir.

Çalışmanın sonuçları, kullanılan yöntemler, verilerin zaman çerçevesi ve finansal performans göstergeleri ile sınırlıdır. Çalışmanın bir sonraki aşamasında, büyükşehir belediyelerinin tamamı kapsamında, farklı ağırlıklandırma ve sıralama yöntemlerinin kullanılmasının, rasyonel karar alma açısından katılımcı ve paydaşlara nitelikli katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Kaynakça

- Al, İ. ve Demirel, K.S. (2022), "Türkiye'nin Makroekonomik Performansının Topsis Yöntemiyle Değerlendirilmesi: 2002-2019 Dönemi", Mehmet Akif Ersoy İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C.9, No.1: 202-222.
- Bulut, T. (2017), "Organize Sanayi Bölgeleri (OSB'ler) Tüzel Kişiliklerinin Finansal Performans Analizine Yönelik Endeks Önerisi: Bulut Performans Endeksi", Verimlilik Dergisi, No.3: 29-57.
- Bulut, T. (2022a), "Bulut Endeksi [BE] Simülasyonu", (Erişim <https://rpubs.com/tevfik1461/bulutendeksi>).
- Bulut, T. (2022b), "Normalize Edilmiş Maksimum Değerler [NMD] Metodu", (Erişim <https://rpubs.com/tevfik1461/nmd>).
- Bursal, M. (2019), "SPSS ile Temel Veri Analizi", Ankara: Anı yayıncılık.
- Carmeli, A. (2002), "A conceptual and practical framework of measuring performance of local authorities in financial terms: Analysing the case of Israel". Local Government Studies, Vol.28, No.1: 21-36.
- Chaney, B.A., Mead, D. M. ve Schermann, K. R. (2002), "The New Governmental Financial Reporting Model: What it Means for Analysing Government Financial Condition", The Journal of Government Financial Management, Vol. 51, No, 26:
- Cohen, S. (2018), "Identifying the Moderator Factors of Financial Performance in Greek Municipalities", Financial Accountability & Management, Vol.24, No.3: 265-294.
- Çiçek, Ş.E., Dikmen, S. ve Arslan, P. (2015), "Türkiye'de Belediyelerin Performansının Harcama Yapıları Açısından Analizi", Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi , Vol.11, No.24: 59-74.
- Deng, X. ve Chen, C. (2022), "Novel linear programming models based on distance measure of IFSS and modified TOPSIS method for portfolio selection", Egyptian Informatics Journal, 1-19.
- Dinapoli, T. P. (2016), "Local Government Management Guide, Financial Condition Analysis", <https://www.osc.state.ny.us/files/local-government/publications/pdf/financial-condition-analysis.pdf>, (Erişim 02.09.2022).
- Drew, J ve Dollery, B. (2015), "How High Should They Jump? An Empirical Method for Setting Municipal Financial Ratio Performance Benchmarks", Australian Journal of Public Administration, Vol.75, No.1: 53-64.
- Ersöz, M. (2017), "Kamu Kurumlarında Mali Tablo Analiz Yöntemlerinin Uygulanabilirliği", Sayıştay Dergisi, No.105: 1-40.
- Ertuğ, Z.K. ve Girginer, N. (2022), "Bütünleşik VZA ve GİA Yöntemleriyle Büyükşehir Belediyelerinin Mali Etkinlik Analizi: Türkiye Örneği", Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, No.15: 411-428.
- Fisher, M., Marsh, T.ve Bunn, E. (2015), "Fiscal health analysis of Texas and its municipalities", Journal of Business & Economics Research, Vol.13, No.2: 115-122.
- Gomes, R.C, Alfinito, S. ve Melo Albuquerque, P.H. (2013), "Analyzing Local Government Financial Performance: Evidence from Brazilian Municipalities 2005 2008", RAC, Rio de Janeiro, Vol.17, No. 6: 704-719.
- Hendrick, R. (2004), "Assessing and measuring the fiscal health of local government: Focus on Chicago suburban municipalities", Urban Affairs Review, Vol.40, No.1: 78-114.
- Hwang, C.L. ve Yoon, K. (1981), Multiple Attribute Decision Making (C. 186), Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-48318-9>
- Jones, S. ve Walker, R. (2007), "Explanators of local government distress" Abacus, Vol.43, No.3: 396-418.

Kablan, A. (2020), "Altman's Z"-Score to Predict Accounting Based Financial Distress of Municipalities: Bankruptcy Risk Map for Metropolitan Municipalities in Turkey", *Journal of Business Research-Turk*, Vol.12, No.1: 498-509.

Kilic, H.S. (2012), "The Performance Evaluation of Municipalities with VIKOR: an Application among Municipalities in Istanbul", *International Journal Of Business and Management Studies*, Vol.4, No.1: 43-51.

Kleynhans, E. ve Coetze, C. (2021), "Assessment of Financial Conditions of South African Municipalities: A Unique Model for KwaZulu-Natal", *Southern African Business Review*, Vol. 23, 1-25.

Kloha, P., Weissert, C. S. ve Kleine, R. (2005), "Developing and testing a composite model to predict local fiscal distress", *Public Administration Review*, Vol.65, No.3: 313-323.

Kloot, L. (1999), "Performance Measurement and Accountability in Victorian Local Government", *International Journal of Public Sector Management*, Vol. 12, No.7: 565-584.

Lee, M. (2006), "The History of Municipal Public Reporting", *International Journal of Public Administration*, Vol.29, No.4-6: 453-476.

Lindermüller, David., Sohn, M. ve Hirsch, B. (2020), "Trading off financial and non-financial performance information to evaluate state-owned enterprise performance- A process tracing-experiment", *International Public Management Journal*, Vol. 25, No.5: 1-21.

Lukac, J., Katarína, T., Katarina, C. ve Daniela, H. (2021), "Evaluation of the financial performance of the municipalities in Slovakia in the context of multidimensional statistics", *Journal of Risk and Financial Management*, Vol.14, No.12, 1-10.

McDonald, B.D. (2017). "Measuring the Fiscal Health of Municipalities", Working Paper No. WP17BM1, Lincoln Institute of Land Policy, Cambridge, MA: Cambridge Press.

Mead, D. M. (2006), "A Manageable System of Economic Condition Analysis for Government", *Public Financial Management*, (Ed. Howard A. Frank), Routledge: Boca Raton: 383-419.

Mubarok, H.M., Nasution, A.A. Kesuma, S.A. ve Pangestu,W. (2022), "Local government financial performance: the effects of capital expenditure and intergovernmental revenue (The case of South Sumatra Province, Indonesia)", *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah*, Vol.9, No.6: 503-512.

Myškova, R. ve Hajek, P. (2017), "Comprehensive assessment of firm financial performance using financial ratios and linguistic analysis of annual reports", *Journal of International Studies*, Vol.10, No.4: 96-108.

Ngwenya, S. (2010), "Evaluating Financial Conditions of Local Governments in South Africa - A Case of Metropolitan Municipalities in Gauteng", *International Research Symposium in Service Management*, Le Meridien Hotel, Mauritius, 24-27 August 2010, 1-16.

Otrusínova, M. ve Kulleova, A. (2019), "Liquidity Values in Municipal Accounting in the Czech Republic", *Journal of Competitiveness*, Vol.11, No.1, 84-98.

Öncü, E. (2021), "Büyükşehir Belediyelerinin Finansal Performanslarının Gri İlişki Analizi Yöntemiyle Karşılaştırılması", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, C.16, No.2: 575-593.

Özkul, F. ve Alkan, B. Ş. (2017), "Financial condition analysis in Municipalities: a case of Turkey", *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, C.12, No.48: 153-174.

Pallis, C., Liapis, K. J. ve Spanos, P.M. (2018), "Measuring Financial Strength in the Public Sector:The Case of Greek Municipalities", *Economics World*, Vol.6, No.3: 177-184.

Papcunova, V. (2013), "Evaluation of financial performance of contributory organizations under the jurisdiction of municipalities", *Acta regionalia et environmentalica*, Vol.10, No.1: 13-18.

Reisi, A. ve Gavalas, D. (2021), "Financial Performance of Local Government Organizations: The Case Of Municipalities of the South Aegean Region", *International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR)*, Vol.9, No.4: 96-117.

Ritonga, I.T. (2014), "Developing a Measure of Local Government's Financial Condition", *Journal of Indonesian Economy and Business*, Vol.29, No. 2: 142-164.

Saari, D.G. ve Merlin, V.R. (1996), "The Copeland method", *Economic Theory*, Vol.8, No.1: 51-76.

Schatteman, A. (2010), "The state of Ontario's municipal performance reports: A critical analysis.", *Canadian Public Administration*, Vol.53, No.4: 531-550.

Sohl,S., Peddle, M.T., Thurmaier, K., Wood, C.H. ve Kuhn, G. (2009), "Measuring the Financial Position of Municipalities: Numbers Do Not Speak for Themselves", *Public Budgeting & Finance*, Vol.29, No.3: 74-96.

Stanujkic, D. ve Jovanovic, R. (2012), " Measuring a quality of faculty website using ARAS method", *Contemporary Issues In Business, Management And Education*, 545-554.

Top, M. ve Bulut, T. (2022), "Yeni Bir Çok Kriterli Karar Verme Yöntemi: Bulut Endeks-BETA (BE-β), *Verimlilik Dergisi*, No.3: 393-414.

Turley, G., Robbins, G. ve McNena, S. (2015), "A Framework to Measure the Financial Performance of Local Governments.", *Local Government Studies*, Vol. 41, No.3: 401-420.

Uzunali, E. ve Görmez, A. H. (2019), "Türkiye'de Büyükşehir Belediyelerinin Mali Yapıları ve Bütçe Sürdürülebilirliklerinin Oran Analiz Yöntemiyle Karşılaştırılması",*Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, No.25: 95-118.

Wang, X., Dennis, L. ve Tu, Y. S. (2007), "Measuring financial condition: A study of US states", *Public Budgeting & Finance*, Vol. 27: 1-21.

Whitney, M. (2013), "Fate of the states: the new geography of American prosperity", *New York: Portfolio/Penguin*.

Wonda, W. (2016), " Analysis of Financial Performance During Local Government District Autonomy Nabire Papua", *Emba*, Vol. 4, No. 3: 192-200.

Zafra-Gomez, J. L., Lopez-Hernandez, A. M. ve Hernandez-Bastida, A. (2009). "Developing a Model to Measure Financial Condition in Local Government.", *American Review of Public Administration*, Vol. 39, No. 4: 425-449.

Zavadskas, E.K., Turskis, Z. ve Vilutiene, T. (2010), "Multiple criteria analysis of foundation instalment alternatives by applying Additive Ratio Assessment (ARAS) method", *Arch. Civ. Mech. Eng.*, Vol.10, No.3: 123-141.

Extended Summary

Financial Performance Management in Local Governments: Example of Istanbul and Kocaeli Metropolitan Municipalities

As a key component of local government, the operational and financial sustainability of municipalities has a significant impact on the socio-economic environment. At the point where municipalities can meet their obligations with their existing resources, they face the greatest number of risk factors and, by making the risks manageable, the means by which they are able to produce value for the participants and their stakeholders. Developments in information and communication technologies and the level of sensitivity to developments in national and international markets have an impact on municipalities where it affects other institutions as well. For municipalities, macro- and micro-variables are influenced by factors that differ from municipal attributes to the framework of the service area. Efficient management of risks or potential risks facing municipalities makes strong and sustainable resources imperative for them to produce value and services. Thus, one could argue that a sound and healthy financial outlook for the municipalities is also necessary for citizen and value-oriented service production. In this context, financial performance is an important indicator of the ability of municipalities to generate value and services from a holistic perspective, with the resources and assets they organizationally retain.

The way local governments handle public services in accordance with their principles of effectiveness and efficiency is closely related to the way public resources are managed. In the early 1980s, the New Public Administration approach proposed performance management for public administration to make the concept functional in the public. Financial performance in this context is an important measure of how governments use their resources effectively and efficiently. The study focused on the financial performance of local governments through the example of the metropolitan municipality. When the Metropolitan Municipality Law No. 5216 dated 2004 was first introduced, these municipalities were examined in the study as it provided a task area covering the provincial property boundaries only for Istanbul and Kocaeli provinces.

Identifying the financial situation of the municipalities and explaining their financial performance in terms of assets and liabilities is important for municipalities to demonstrate their effective, efficient and sustainable performance to all participants and stakeholders.

Although the number of studies conducted with MCDM methods for analyzing the financial performances of municipalities is limited, the number of studies using a variety of analytical techniques, such as panel data analysis and financial rate analysis is widely reported in the literature. While a significant portion of the work done to identify municipal financial performance focuses on performance criteria through financial statements and annual report data, some focus on social factors and macroeconomic variables through social and environmental criteria, and studies include studies using both mixed criteria in the literature. Some studies have also highlighted only the financial direction while assessing the state of municipal finances on a socioeconomic basis.

The aim of this study is to rank and evaluate the financial performances of Kocaeli metropolitan municipality and Istanbul metropolitan municipalities, whose boundaries are considered the provincial property boundaries as of 2004, by the Multicriteria Decision Making (MCDM) methods. The scope of the study was limited to the municipalities of Kocaeli and Istanbul, since local governments were the first pilots to be carried out in which the metropolitan government was surrounded by the first property boundaries. The year data for 2011-2021 is based on the corresponding year data because there is healthy access to municipal data. Criteria were weighted by the Normalized Maximum Values method. Alternatives were ranked by the Bulut Index method, TOPSIS method and the ARAS methods. New ranking results were created by integrating the ranking results obtained with the methods used with the Copeland method. The relationships between the financial performance ranking results were analyzed with Spearman Rho and the results were evaluated. The Topsis method ranking for the municipality of Istanbul was best achieved in 2013. After 2013, performance declined gradually until 2017, and it started to recover again after 2017. In terms of the Aras method of ranking results, the year was 2016 when the municipality of Istanbul achieved the most successful performance. In 2020, there was a performance increase compared to 2019 and 2021 was the lowest performing. In terms of the Bulut Index method of ranking results, 2014 was found to be the year of lowest performance ranking. Since 2015, financial performance has gradually improved, and by 2021 it has been shown to be at its best performance. Copeland integrated ranking results for Istanbul had the best performance in 2014 and 2021, with the lowest performance in 2011 and 2019.

The Topsis method ranking for Kocaeli's metropolitan municipality showed the best performance ranking in 2016, with the lowest performance ranking in 2019. The best financial performance in the Aras method results was in 2019, while the lowest performance was in 2011. The best performance in the ranking results of the Bulut Index method was achieved in 2016. Copeland integrated ranking results show that while 2011 and 2012 were the lowest performing years for Kocaeli, 2016 and 2020 were the years of best performance.

For the Istanbul metropolitan municipality, a moderate level of meaningful correlation was established between Aras and the Bulut Index in the correlation between the ranking results obtained through related methods. For the Kocaeli metropolitan municipality, there has been a positive meaningful relationship between the results of the ranking of the respective methods and the results of the Copeland integrated ranking. These findings reveal that the ranking results obtained by the MCDM methods can produce different results according to the relevant municipalities within the scope of the characteristics of these methods.

As a result, the Copeland integrated ranking results show that the highest performance levels for the metropolitan municipalities of Istanbul and Kocaeli are in 2016 and 2021, while the lowest is in 2011 and 2012.



ESKİŞEHİR
OSMANGAZI
ÜNİVERSİTESİ

KİTAP İNCELEMESİ (BOOK REVIEW)



T. C. Melewar ve S. F. Syed Alwi Islamic Marketing and Branding: Theory and Practice

New York: Routledge, 2018, 246 sayfa

Mahmut Sami İşlek¹

İslami Pazarlama (İP) pazarlama konuları içerisinde her geçen gün akademik ve uygulama ilgisinin arttığı bir konu olarak öne çıkmaktadır. Buradan hareketle İP'in pazarlama literatürü içinde son 20 yılda artan bir ilgiyle ele alındığını söylemek yerinde olacaktır. Alanda önde gelen akademik dergiler 2010lu yılların ilk yarısından itibaren yayın hayatına başlamış ve artan ilgiyle paralel bir şekilde sürekli yeni yayınların ortaya çıkışına şahitlik edilmiştir. Bu ilginin elbette uygulayıcı tarafını da belirtmek gerekir. Çok uluslu şirketlerin Müslüman tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamak için pazarlama stratejilerini formüle etmede artan farkındalığı söz konusudur. Günümüzde daha fazla sayıda küresel marka İP yaklaşımını kullanarak ürünlerini, hizmetlerini veya markalarını pazara sunmakta veya benzer şekilde ürün, hizmet veya markalarını pazarda bu yolla farklılaştırmaktadır. Değerlendirmesini yapacağımız ve başlığının "İslami Pazarlama ve Markalama: Teori ve Uygulama" şeklinde Türkçeleştirilebileceği eserin de bu ilginin bir neticesi olarak pazarlama, marka yönetimi ve tüketici davranışı alanlarında çalışan araştırmacıların ortak çabası olarak ortaya çıktığı söylenebilir. Kitabın editörleri olan T. C. Melewar ve S. F. Syed Alwi halihazırda pazarlama ve marka alanlarında çalışan araştırmacılar. Aynı zamanda kökenleri itibarıyla de İslam dünyasına yabancı olmayan editörler pazarlama ve marka yönetimi üzerine olan birikimleri ile özelleşmiş bir alan olan İP konusunu ele almaktadırlar. Bu çalışmada öncelikli olarak İP literatürünün gelişmesini sağlayan temel araştırma ve yayın motivasyonları tartışılacaktır. Daha sonra bu motivasyonlar ışığında elimizdeki eserin alana sunduğu katkı ifade edilmeye çalışılacaktır.

İP alanında önde gelen yayınlar özellikle iki akademik dergide bir araya gelmektedir. Bu dergiler; Journal of Islamic Marketing ve International Journal of Islamic Marketing and Branding dergileridir. Sırasıyla 2010 ve 2016 yıllarında yayın hayatına başlayan dergiler yine sırasıyla Emerald ve Inderscience gibi uluslararası tanınırlığı olan yayınevleri tarafından basılmaktadır. Bunun haricinde yayınlanan ve alandaki tartışmaları şekillendiren başka yayınlardan da bahsetmek mümkündür.² Alandaki çalışmaları oluşturan temel motivasyonun büyük bir pazar bölümünün (genç nüfusun oran olarak yüksek olduğu, nüfus artış oranının diğer gruplara göre daha hızlı olduğu ve ortalama değer olarak 2.3. trilyon dolar olduğu tahmin edilen) büyük markaların dikkatinden kaçması tehlikesinin önüne geçmek ve ortaya çıkan fırsatların iyi bir şekilde kullanılmasına katkı vermek olduğu söylenebilir.³ Bununla beraber İP'in nasıl tanımlandığı da önemlidir. Buna göre İP, Abbas ve arkadaşları tarafından "bu dünyada ve ahirette maddi ve manevi refah elde etmek amacıyla her iki tarafın (yani

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, msislek@ogu.edu.tr

² Temporal, P. (2011). *Islamic Branding and Marketing: Creating A Global Islamic Business*. Wiley

Sandıkçı, Ö., & Rice, G. (2011). *Handbook of Islamic Marketing*. Edward Elgar Publishing.

Jafari, A., & Sandıkçı, Ö. (2016). *Islam, Marketing and Consumption*. Routledge.

Alserhan, B. A. (2016). *The principles of Islamic marketing*. Gower.

³ Shah, S. A., Bhutto, M. H., & Azhar, S. M. (2022). Integrative review of Islamic marketing. *Journal of Islamic Marketing*, 13(6), 1264-1287. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2020-0216>

alıcılar ve satıcılar) karşılıklı rızası ve refahı ile helal ürün ve hizmetler yoluyla ihtiyaçları karşılama süreci ve stratejisi' olarak tanımlanmıştır.⁴ Wilson, İP'ni "İslam'ın etik normlarına ve değerlerine ve Müslümanların bunları farklı kültürel merceklerinden nasıl yorumladıklarına yönelik ahlaki bir pusulaya sahip bir düşünce okulu" olarak tanımlamaktadır.⁵

Yukarıda İP tanımları ile literatürde ortaya konulan çalışmalar bir arada değerlendirildiğinde tanımlar ile literatürdeki tartışmaların aslında iki farklı durumu ortaya koyduğu söylenebilir. İP, pazarlamayı anlamak için İslami bir perspektif ile konuyu ele almak gibi tanımlanırken, İP adı altında literatürü oluşturan çalışmalar analiz edildiğinde aslında ortaya çıkan yekûnu Müslüman tüketicileri anlamak için oluşturulan bir el kitabının farklı bölümleri olarak anlamak yanlış olmayacaktır. Buradan hareketle İP alanındaki çalışmalar temel olarak iki tarafa ayrılır. Alandaki çalışmaların ayrıldığı temel nokta; ya pazarlamanın nasıl İslami olması gerektiğine dair bir tartışma içermesi ya da doğrudan Müslüman tüketicinin anlaşılması için bir çaba ortaya koymasındır. Literatürü böylece ayırtırmak mümkündür ve ne yazık ki ikinci gruptaki çalışmalar ve tartışmalar birincinin oldukça önünde yer almaktadır. İkinci gruptaki çalışmalar genelde Müslüman tüketicilerin harcamaları, dünya nüfusuna oranla ne kadar büyük bir güruhu oluşturduğunu vurgulamaktadır. Bu durum da aslında İP literatüründe neyin İslami olduğu tartışmasını anlamlı ve gerekli kılmaktadır. Din temelli pazarlama konusu olan Müslüman tüketiciler yukarıda da ifade edildiği gibi literatürde daha geniş bir şekilde ele alınmaktadır. Müslüman tüketiciler pazarıyla ilgili olarak İzberk-Bilgin ve Nakata önde gelen şirketlerin en hızlı büyüyen dini pazar segmenti olan Müslüman tüketiciler pazarındaki alıcıları çekmek için Helal/İslami Pazarlamayı kullanarak müşteri tabanlarını zaten oluşturduklarını belirtmektedir.⁶ İP'ye ilginin artmış olmasının sebepleri; dünya nüfusu içinde Müslümanların önemli ve artan payı (ikinci büyük ve en hızlı olan), Müslüman tüketicilerin yüksek ekonomik büyümesi ve Helal ürünlere yönelik artan talep olarak sıralanmaktadır. Sandıkçı ise Müslüman tüketicileri anlamak ve bu en cazip pazar segmentini hedeflemek için stratejiler geliştirmenin pazarlama akademisyenleri ve uygulamacıları için ilgi çekici olduğunu vurgulamaktadır.⁷ Özetle literatüre hakim olan baskın anlayışın İP'nin gerçekte ne olduğu veya ne olması gerektiğine yönelik bir tartışmadan ziyade halihazırdaki cazip pazarın tanımlanması, kimliklendirilmesi ve şirketlerin fayda elde edebileceği bir içeriğin oluşturulması için verilerin analiz edilerek sunulmasını kapsamaktadır. Diğer yandan pazarlamanın teorik ve uygulama tartışmalarına İslami bir katkı veya perspektif sunma çabası yaygın olmasa da literatürde yer alan tartışmalara yansımaktadır. İP, hem alıcının hem de satıcının karşılıklı rızası ile Helal ürünler yoluyla müşterilerin ihtiyaçlarını hem dünyevi hem de uhrevi menfaatleri için karşılama yaklaşımı olarak tanımlanabilir.⁸ Ahmad, İP'yi Tanrı bilinci perspektifi olarak yapılandırmak gerektiğini ifade ederek İP'nin İslam'ın ahlaki değerlerinden türetilen bir etik sınırı içerdiğini

⁴ Abbas, A., Nisar, Q. A., Mahmood, M. A. H., Chenini, A., & Zubair, A. (2019). The role of Islamic marketing ethics towards customer satisfaction. *Journal of Islamic Marketing*, 11, 1001–1018.

⁵ Wilson, J. A. J. (2013). Islamic marketing—A challenger to the classical marketing canon? *Journal of Islamic Marketing*, 4, 7–21

⁶ İzberk-Bilgin, E., & Nakata, C. C. (2016). A new look at faith-based marketing: The global halal market. *Business Horizons*, 59(3), 285–292. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2016.01.005>

⁷ Sandıkçı, Ö. (2011). Researching Islamic marketing: past and future perspectives. *Journal of Islamic Marketing*, 2(3), 246–258

⁸ El-Bassiouny, N. M., Wilson, J. A. J., & Esmat, S. (2017). An Islamic macromarketing perspective on sustainability. *Journal of Islamic Marketing*, 8(2), 187–203.

vurgulamaktadır.⁹ Buna göre pazarlamaya ilişkin tüm faaliyetler Kur'an ve Sünnet'e uygun bir şekilde yürütülmelidir. Bu düsturdan hareketle Abdullah ve İsmail Ahmad; güven, samimiyet, doğruluk, kardeşlik, adalet ve bilimin/teknolojinin İslami bakış açısıyla pazarlama faaliyetlerine uygulanması gerektiğini ifade ederler.¹⁰

Bir kitap değerlendirmesi için uzun bir giriş veya literatür özeti sunmuş olmanın riskini de göze alarak böyle bir giriş yapmamızdaki amaç literatürdeki tartışmaların ve baskın/hâkim olan düşünce veya yaklaşımların ortaya konulması ihtiyacının elimizdeki eseri değerlendirmede önemli bir yer tutmasıdır. Öyle ki söz konusu eser literatürde hâkim olan ve Müslüman tüketicileri anlamak ve bu yolla onları tanımlamak ve kimliklendirmek amacına hizmet etmektedir. Elbette bu amaç pazarlama alanı açısından problemli görülmemektedir. Nitekim pazarlama alanında birçok çalışmanın bu amaçla ortaya konulduğu bilinen bir durumdur. Bu durumu Doğan, pazar araştırması ve pazarlama araştırması zıtlığı ile açıklamaktadır. Pazar araştırması tanımlayıcı özellikte olup belirli bir bağlamda yer alan pazar veya tüketiciyle ilgili özelleşmiş sorulara cevap arayan bir araştırma türüyken pazarlama araştırması teori testlerinin soyut kavramsal ilişki ağları kurgulanarak yanılsamacı yaklaşımla gerçekleşen araştırmalardır. İlkindeki motivasyon pazar ortamında karşılaşılan durum ve/veya sorunların keşfine ve çözümüne yönelik bilgi birikimi sunmak iken, ikincisinde pazarlama bilgi birikimine teorik ve/veya kavramsal katkıları evrensel düzeyde sağlamak olarak ifade edilmektedir.¹¹ Genel anlamda literatürde pazar araştırmalarının pazarlama araştırmalarından daha fazla yer kapladığını ifade eden Doğan, aslında İP alanındaki durum için bir açıklama zemini sunmaktadır. Elimizdeki eserin de muhtevası itibarıyla daha çok bir pazar araştırması çıktısı olduğu değerlendirilmektedir.

Islamic Marketing and Branding: Theory and Practice kitabının İslami pazarlama ve marka ilkelerini anlamak ve uygulamak için kapsamlı bir rehber olduğunu söylemek yine de yanlış olmayacaktır. Kitapta yer alan ünitelerin her biri alanında değerli katkılar sunan araştırmacılar tarafından oluşturulmuştur. Fakat birkaç bölüm haricinde alana teorik bir katkı sunmaktan uzak bir yaklaşım benimsenmiştir. Yazarlar, İP ve markalaşmaya ilişkin açık ve özlü bir genel bakış sunmaktadırlar. Karmaşık teolojik kavramları başarılı bir şekilde pratik iş stratejilerine uyarlayarak içeriği farklı düzeylerden okuyucular için erişilebilir hale getirmektedirler. Ek olarak, eser iyi organize edilmiştir, her bölüm bir öncekinin üzerine inşa edilmiştir ve vaka çalışmaları ve örneklerin dahil edilmesi ile tartışılan kavramlar daha da güçlendirmiştir. Kitabın "Giriş" bölümünde Melewar ve Syed Alwi, son dönemde İP'ye olan ilgi artışına dikkat çekerek bu artışın değişen çevre şartları ile açıklanabileceğini belirtmektedirler. Söz konusu bu çevresel faktör değişiklikleri yine Müslüman tüketicilerin sayısal büyüklüğü, satın alma kapasitelerin artmış olması ve giderek daha fazla küresel tüketici kültürünün parçası olmaya başlamaları ile özetlenmiştir. Yazarlar İP alanında cevaplardan çok soruların olduğunu ve İP'nin gerçekte ne olduğu sorusunun halen tartışılan bir soru olduğuna vurgu yapmakla beraber kitabın amacını İP kavramını tanıtmak ve bu kavramın çeşitli ürün ve hizmetler için pazarlama karması boyunca nasıl uygulandığına dair fikir vermek olarak belirtmişlerdir. Buradan hareketle kitabın üç temel bölümden oluştuğunu

⁹ Ahmad, N. (2018). Toward advancing debates on Islamic marketing: a renewed perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 9(1), 152–166.

¹⁰ Abdullah, K., & İsmail Ahmad, Mohd. (2010). Compliance to Islamic marketing practices among businesses in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 1(3), 286–297.

¹¹ Doğan, V. (2019). Pazar Araştırmacısı ve Pazarlama Araştırmacısı: Ulusal Pazarlama Akademiasında Paradigmatik Dönüşüm Gereksinimi. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 12 (24), 453-482

vurgulamak gerekir. Bunlar; (1) Markalama ve Kurumsal Pazarlama, (2) Din, Tüketim ve Kültür ve (3) Stratejik Küresel Oryantasyon'dur. İlk bölüm, markalaşma ve kurumsal pazarlamayı kapsamaktadır ve üç alt bölümden oluşur. Bunlar; kurumsal markalar ve pazarlama stratejisi (Ünite 1), İslami ürünler ve hizmetler: helal kavramı ve belgelendirme kuruluşları (Ünite 2) ve İslam ve itibar zemini (Ünite 3) olarak sıralanmaktadır. Genel anlamda kitabın ilk bölümü tüm kurumsal marka süreçlerinde şeffaflığı ele almakta ve bunun Müslüman pazarlara pazarlama stratejisi tasarlama ve satın alma kararı üzerindeki önemli etkisini vurgulamaktadır. Ayrıca bu etkinin paydaşlar arasında güvenilirliği artırmanın önemini altını çizmektedir. Helal markalaşma bağlamında markanın nereden güç aldığı (sertifika veya belgelendirme kuruluşları) sorusunun cevabı tüketicilerin satın alma kararlarını büyük ölçüde etkilediği için tüketiciler ve genel olarak paydaşlar için bu konu hayati önem taşımaktadır. İkinci bölümde ise dört farklı alt bölümde ortaya konulan çalışmalar ile dindarlık, tüketim, değerler ve kültür arasındaki ilişki farklı bağlamlarda (Malezya ve Suudi Arabistan'da bankacılık ve turizm gibi sektörler) ele alınmaktadır. Son olarak üçüncü bölümde ise İslami pazarlamanın uygulanabileceği ülkelerdeki çeşitli küresel pazarların kısa bir tanıtımı yapılarak Müslüman pazarlardaki pazarlama stratejisini, marka iletişimini ve tedarik zinciri yönetimi uygulamalarını tanıtmaktadır.

Kitapta yer alan üniteleri daha detaylı ele alacak olursak Wilson ve Lui tarafından yazılan birinci ünite İslami pazarlama ve markalaşma kavramını tanıtmakta ve kültürel ve dini bağlamları anlamının önemini vurgulamaktadır. Yazarlar, Müslüman tüketicilerin çeşitliliğini ve İslami ilkelerin farklı yorumlarını dikkate alarak, İslami pazarlama ve markalaşmaya yönelik incelikli bir yaklaşıma olan ihtiyacı belirtmektedirler. Aslında bu bölümde ifade edilen kavram ve yaklaşımlar çalışmanın Müslüman tüketicileri kimliklendirmek ve tanımlamak motivasyonuna hizmet ettiğini gösterir niteliktedir. Özellikle markalaşma sürecinde Helal veya İslami vurgusunun tüketicileri ikna etmedeki önemi ön plana konularak marka özelliklerinin bunları kapsayacak şekilde oluşturulması salık verilmektedirler.

İkinci ünite Helal kavramı ve sertifikasyon kurumları temelinde Müslüman kimliği ve tüketim konularını ele alan Kooli, işletmelerin ürün ve hizmetlerinin Helal ve Tayyib uyumlu olmasının nasıl sağlanabileceğini açıklamaktadır. İslami markalamanın ancak bu yolla anlaşabileceğini vurgulayan yazar tüketicilerin İslami olarak algılayacakları ürünlerde böylesi bir yaklaşımın gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Üçüncü ünite Jafari, İslami olmanın ne olduğunu derinlemesine tartışarak eserdeki yaygın anlayışın aksine bir içerik sunmaktadır. Yukarıda literatürdeki durumu ortaya koymaya çalıştığımız bölümde ifade edilen İP'nin aslında ne olduğu veya ne olması gerektiğine yönelik değerli bir tartışma sunulan bu bölümde yazar işletmelerin ancak ve ancak İslam'ın ilkelerini takip etme yeteneğine sahipse, İslamilik iddiasında bulunması gerektiğini vurgulamaktadır. Aksi takdirde işletmeler, kendilerini İslam ve İslami olanla ilişkilendirmeden etik olarak piyasa kurallarına uymalıdır.

Çalışmanın giriş bölümündeki eleştirilerin temel dayanağı olan ikinci bölümdeki üniteler genel olarak Müslüman tüketicilerin özellikleri, kültürel, dini veya davranışsal farklılıklarını vurgulayarak bu noktaları anlamının işletmeler için önemi ile beraber Müslüman tüketicileri ve onların ihtiyaç ve tercihlerini anlamının gereği tartışılmaktadır. Yazarlar, Müslüman tüketicilerin çeşitli özelliklerine ilişkin bilgiler paylaşmakta ve satın alma kararlarında kültürel ve dini değerlerin önemini vurgulamaktadırlar. Benzer şekilde beşinci ünite de İslami Bankacılık uygulaması ele alınmaktadır. Gayrimüslimler arasında İslami bankacılık bilincinin, İslami finans sektörlerinde giderek daha önemli hale geldiğini vurgulayan yazarlar İslami

bankacılığın tüketiciler arasında farkındalık yaratırken doğru tanıtım araçlarına odaklanmanın İslami bankacılık için kritik öneme sahip olduğunun altını çizmektedirler.

Al-Makrami ve Yen tarafından yazılan altıncı ünite İslami markalamanın marka değerleri üzerinden bir tartışması yapılmaktadır. Bu bölümde İslam dini, tüketim pratikleri ve marka konularında oldukça doyurucu bir kavramsal tartışmaya yer verilmiştir. Özellikle İslam dini ve markalaşma arasındaki paradoksal ilişki ortaya konularak İslami olanla tüketime konu olan meta arasında her zaman uyum olmayabileceği vurgulanmıştır. Yazarların tüketicilerin markalardaki değer algılamalarını açıkladıkları bu bölümde değer maksimizasyonu sürecinde İslami yaklaşımla olan ilişki çarpıcı bir şekilde sunulmaktadır.

Yedinci ünite İslami Turizm bağlamı ele alınmaktadır. Bu ünite kitabın birçok kısmında olduğu gibi Müslümanların artık tüm dünya için önemli bir tüketici pazarı haline geldiğini ve tüm sektörlerdeki işletmeler için giderek daha önemli bir segment oluşturduğunun farkına varılmasını gerektiği vurgulanmaktadır. Buradan hareketle işletmelerin, uygun İslami yaşam arayışında olan Müslüman tüketicilerin gereksinimlerini karşılayan potansiyel İslami turizm ürün ve hizmetlerini geliştirebilmek için çeşitli aşamalarda İslami turizm ürün ve hizmetlerinin ürün faydalarını anlamalarına ihtiyaç vardır.

Elimizdeki eserin üçüncü bölümünü oluşturan ilk ünite Nestorovic, küresel pazarlama ve İslam ülkelerini ele almaktadır. Hemen her bölümde tekrar edilen geniş Müslüman tüketici pazarını daha detaylı bir şekilde anlamak ve tanımlamak amacıyla yazar Müslüman nüfus çoğunluğuna sahip olan ülkelerin sadece Yurtiçi Gayrisafi Milli Hasıla rakamları üzerinden anlaşılması gerektiğini vurgulamaktadır. Hem satın alma paritesi hem de piramidin en altında yer alan tüketici gruplarını da dikkate alarak küresel bir pazarlama planı oluşturmanın işletmeler için daha faydalı olacağını ifade eden yazar detaylı ekonomik ve ekonometrik analizler ile Müslüman pazar segmentlerini anlamının değeri vurgulamaktadır.

Dokuzuncu ünite Turnbull stratejik düzeyde başarılı iletişim kampanyaları oluşturmak için işletmelerin Müslüman toplulukların ve toplumların kendine haslığını ve eşsizliğini göz ardı etmemek zorunda olduğunu ifade etmektedir. Bununla beraber yazar kritik öneme sahip marka iletişimi unsurlarının Müslüman tüketici toplulukları üzerinden tartışmaktadır. Onuncu bölümde ise Özlem Sandıkçı benzer şekilde Müslüman toplulukların her birinin eşsiz bir örnek olarak ele alınması gerektiğinin altını çizmektedir. Yazara göre evrensel İslami değerler ve normlar söz konusu olmasına rağmen, bunların Müslüman tüketicilerin günlük yaşamlarında nasıl yorumlandığı, müzakere edildiği ve deneyimlendiği bahsi tek tip ve sabit olmaktan uzaktır. Yazarın makro pazarlama bakış açısını yansıttığı bu bölümde başarılı pazarlama stratejileri geliştirebilmek için yöneticilerin basamaklıp ve durağan anlayışlarından uzaklaşmaları, farklılıkla meşgul olmanın ötesine geçmeleri ve Müslüman tüketiciler ve pazarlamacılarla eleştirel, yerleşik ve dinamik bir ilişki geliştirmeleri gerektiği ifade edilmektedir.

Çalışmanın on birinci ünitesinde ise endüstriyel pazar ve lojistik konularını kapsayan tedarik zinciri yönetiminin büyük bir Müslüman nüfusun yer aldığı Ortadoğu pazarındaki durumu ortaya konulmakta ve yine bu bölgede faaliyet göstermek isteyen işletmeler için birtakım öneriler geliştirilmektedir.

Kitabın son bölümü ise Mazia Yassim tarafından yazılan “Sonuç” bölümüdür. Bu bölümde yazar İP'nin karşılaştığı zorlukları ele almakta ve alanın nasıl gelişebileceğine dair bazı içgörüler sunmaktadır. Bunu yaparken de üç alanı tartışmaktadır; araştırma bağlamları, araştırma yaklaşımları ve araştırma çıkarımları. Araştırma bağlamının tartışıldığı kısımda yazar öncelikle İslami tüketicinin kim olduğundan hareket etmektedir. İP bağlamında tam

olarak araştırılmamış olan ve ana akım pazarlama çerçevesinde ortaya çıkan birçok kritik alanın olduğunu belirten yazar bu alanlara yoğunlaşmanın İP uygulamalarını genişletmek için uygun bir zemin ve sağlam bir temel sağladığını ifade etmektedir. Araştırma yaklaşımları bahsinde ise İP kavramını ve Müslüman tüketicileri anlamayı hedefleyen yaklaşımların pozitivizm, yorumsamacılık, realizm ve yapılandırmacılık ile beraber ana akım pazarlamada da kullanılmış olan diğer tüm yaklaşımlara kadar değişebileceği vurgulanmaktadır. Son olarak araştırma çıkarımları veya uygulama önerileri kısmında ise yazarın daha eleştirel bir bakış önerisi ile çıkarımların bağlam ve yaklaşım sınırları ile değerlendirilmesi gerektiğine yönelik uyarısı yer almaktadır.

Elimizdeki eserin İngilizce dilinde yazılmış ve öncelikli olarak İngilizce okuyan ve yazar akademik çevreler için bir pazarlama alt disiplini anlamak ve tanımlamak amacıyla oluşturulmuş olduğunu göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Pazarlama, marka ve tüketici davranışları alanlarında eserler veren araştırmacıların Müslüman tüketicileri ve İP uygulamalarını yerli yerinde değerlendirmesine katkı sunmaya çalışan eserin İP ve marka ilkelerini anlamak ve uygulamak için kapsamlı ve pratik bir rehberlik sağladığı söylenebilir. Bu anlamda eserin iyi organize edildiği ve bununla beraber vaka çalışmaları ve örneklerin dahil edilmesi ile tartışılan kavramların pekiştirildiği görülmektedir. Bu noktada eser, İslami değerler ile iş uygulamalarının kesişimine ilgi duyan akademisyenler, uygulayıcılar ve öğrenciler için değerli bir kaynaktır. Esere katkı veren yazarlar işletmelerin İP ve markalaşma pratiklerinin sahada karşılaştıkları zorluklara ve fırsatlara dair eleştirel bir analiz sunmaktadırlar. İslami ilkeler ve iş hedefleri arasındaki potansiyel gerilimlerin yanı sıra işletmelerin Helal ve Şeriata uygunluk taahhütlerini tüketici talepleri ve pazar rekabeti ile dengeleme ihtiyacı hakkında tartışmalar gerçekleştirmektedirler. Bu yaklaşım, yazarların küreselleşmiş ve ticarileşmiş bir dünyada İP ve marka uygulamalarını uygulamanın karmaşıklığına ilişkin derin anlayışını göstermektedir. Diğer yandan eser en başta belirtilen uygulamayı açıklama ve işletmelere faydalı bilgiler oluşturmadaki başarısını özgün teorik katkı ve tartışmalar gerçekleştirme noktasında gösterememektedir. Bu durum İP'nin ne kadar ve nasıl İslami olduğuna dair daha kurucu tartışmaların iskanlanmış olduğunu ortaya koymaktadır. Batılı ve Batılı olmayan araştırmacıların İP üzerinde temel felsefi ve kuramsal çalışmalar yapması gereği elimizdeki eserin incelenmesi ile desteklenmiş bir görüş olarak belirlemektedir. Alatas'ın Avrupamerkezcilik veya akademik bağımlılık ilişkileri üzerinden kuramsallaştırdığı durumun¹² İP özelinde de geçerli olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Buna göre merkezde oluşturulan teoriler ve kuramsal yapılar çevrede ancak doğrulanma veya yanlışlanma düzeyinde ele alınmaktadır. Özgün veya otantik kuramsal katkılar için önemli bir zihinsel dönüşümün gerekli olduğu aşikardır. Bunu yapmaya çalışırken de “*Batı'dan ilham alarak uluslararası hale gelmenin Batılı sosyal bilimler için genişletilmiş bir pazar arayışı olacağı*” uyarısı¹³ bu alanda çalışacak olanlar için değerli bir uyarı olarak dikkat çekmektedir.

¹² Alatas, S. F. (2003). Academic Dependency and the Global Division of Labour in the Social Sciences. *Current Sociology*, 51(6), 599–613

¹³ Alatas, S. F. (2016). *Sosyal Bilimlerde Alternatif Söylemler: Avrupa Merkeziliğe Cevaplar* (A. Bölükbaşı, Çevirmen). Matbu.