

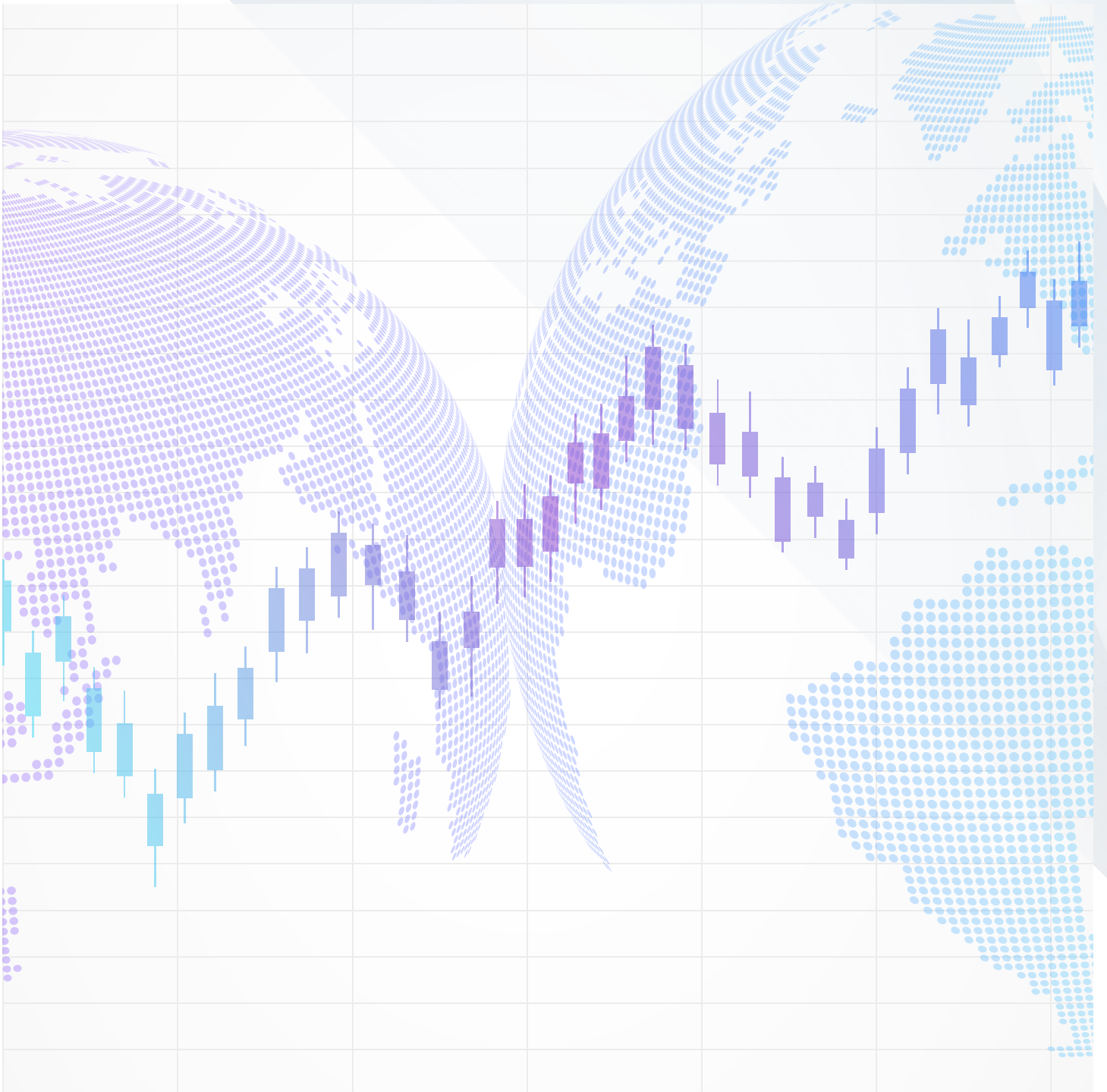


SAKARYA UNIVERSITY
OF APPLIED SCIENCES

JOIN **BAT**

JOURNAL OF BUSINESS AND TRADE

Volume: 4 | Issue: 01 | Year: 2023 | e-ISSN: 2757-6809





JOIN BAT

JOURNAL OF BUSINESS AND TRADE

E-ISSN 2757-6809

Yayın Kurulu Başkanı
Chairman of The Editorial Board
Sinan ESEN

Dil
Language
Türkçe – İngilizce/ *Turkish – English*

Editör
Editor in Chief
Sinan ESEN

Yayın Periyodu
Publication Period
Yılda iki kere yayınlanır / Haziran – Aralık
Published twice a year / June – December

Editör Yardımcısı
Assoc. Editor
Mehmet BAĞIŞ
Metin SAYGILI

Grafik Tasarım
Graphic Design
Çağdaş ATEŞ

Bölüm Editörleri
Section Editors
Selma Kılıç KIRILMAZ
Mustafa YILMAZ
Hilal ALPDOĞAN

Türkçe – İngilizce Redaksiyon
Turkish – English Redaction
Volkan KARACA

İletişim
Contact

SUBU Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Merkez Mah. Şht. F. Azak Cad. No:28/3
Kaynarca/Sakarya, Türkiye

Web: journals.subu.edu.tr



Journal of Business and Trade, finans, pazarlama, insan kaynakları yönetimi, muhasebe, yönetim ve organizasyon, bankacılık konularında türkçe veya ingilizce makaleler kabul etmektedir. Derginin ilgi alanına girmeyen makaleler yayın kurulu tarafından reddedilebilir. Dergi bilimsel makale yayınlarına ek olarak gerekli görüldüğü durumlarda söz konusu alanlarda klasikleşmiş yabancı makale çevirilerine ve kitap tanıtımlarına (book review) yer verebilir.

Journal of Business and Trade finance, marketing, human resources management, accounting, it accepts articles in Turkish or English on management, organization and banking. Articles that are not in the field of interest of the journal may be rejected by the editorial board. In addition to scientific article publications, the journal may include translations of classical foreign articles and book reviews, when deemed necessary.

Yayın Kurulu / Editorial Board

| | |
|----------------------|---|
| Faik elik | Kocaeli University, Turkey |
| Hakan Tunahan | Sakarya University, Turkey |
| Joanna Hernik | West Pomeranian University of Technology, Romania |
| Yasemin Benli | Ankara Hacı Bayram Veli University, Turkey |
| Rashmi Gujrati | Tecnia Institute of Advanced Studies, India |
| Kadir Ardıç | Kırgız-Türk Manas, Kyrgyzstan |
| Shener Bilalli | International Balkan University (Macedonia) |
| Beaneta Vasileva | Technical University of Varna (Bulgaria) |
| Dababrata Chowdhury | Business School at the University of Suffolk (UK) |
| Erdal Aydın | Çanakkale Onsekiz Mart University, Turkey |
| Serkan Şahin | Tarsus University, Turkey |
| Feyyaz Zeren | Yalova University, Turkey |
| Asena Boztaş | Sakarya University of Applied Sciences, Turkey |
| Florin Aliu | Polytechnic Institute of Guarda, Portugal |
| Zekai Şenol | Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan |
| Tayfun Yıldız | Eastern Mediterranean University, KKTC |
| Özgün Çark | Ardahan University, Turkey |
| Mustafa Yılmaz | Sakarya University of Applied Sciences, Turkey |
| Selma Kılıç Kırılmaz | Sakarya University of Applied Sciences, Turkey |
| Nermin Ceren Türkmen | Sakarya University of Applied Sciences, Turkey |
| Hilal Alpdoğan | Sakarya University of Applied Sciences, Turkey |
| Caner Erden | Sakarya University of Applied Sciences, Turkey |
| Liridon Kryeziu | Heimerer College, Turkey |

İÇİNDEKİLER

| | |
|---|----|
| Yapay Sinir Ağları Yöntemiyle Tüketici Güven Endeksi ve Makro Değişkenler Arasındaki İlişki Üzerine Bir Analiz..... | 1 |
| <i>Şeyma Nur GÜNER</i> | |
| Hesap Verilebilirlik ve Örgütsel Adalet İlişkisi Üzerine Bir Araştırma: TÜVASAŞ Örneği..... | 11 |
| <i>M. Emre USLU</i> | |
| İhracatta Rekabet İstihbaratı: Demir-Çelik Profil İhracatçılarına Bir Model Önerisi | 30 |
| <i>Halime Nur METE</i> | |
| Çalışanlar Perspektifinden Liderlik Stilleri ile Narsisizm Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma | 51 |
| <i>Ömer Alperen ONAY, Hasan LATİF</i> | |
| Sınır Ötesi Ticarete E-İhracat İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi | 63 |
| <i>Gökhan BARAL, Yasin TEKDEMİR</i> | |

Yapay Sinir Ağları Yöntemiyle Tüketici Güven Endeksi ve Makro Değişkenler Arasındaki İlişki Üzerine Bir Analiz

Şeyma Nur GÜNER¹ 

¹ Doktora Öğrencisi, Karabük Üniversitesi İİBF İktisat Bölümü, Türkiye.

ÖZ

Tüketici güven endeksi, ekonomik faaliyetteki değişiklikleri işaret etmek için tasarlanmış ve makroekonomik değerlendirme ve tahminlerde yaygın olarak kullanılan birçok göstergeden biridir. Bu makalede, NARX ağı nonlinear sistem modelleme ve zaman serilerinde tahmin uygulamalarında başarılı sonuçlar veren bir geribeslemeli yapay sinir ağı kullanılmıştır. Çalışmada kur, işsizlik, tüketici fiyat endeksi girdi değerleriyle, tüketici güven endeksi hedef değerleri dikkate alınmaktadır. Tüketici Güven Endeksi ve makro değişkenler arasındaki ilişkinin Doğrusal Olmayan Dışsal Girdili Otopregresif Ağ (NARX) Modeli kullanılarak analiz edilmesi amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda, NARX modelinin zaman serisi tahmininde yüksek bir doğruluk elde ettiği sonucuna varılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yapay Sinir Ağları, Doğrusal olmayan dışsal girdili otopregresif ağ, Tüketici güven endeksi.

An Analysis on The Relation Between Consumer Confidence Index and Macro Variables By Artificial Neural Networks Method

ABSTRACT

Consumer confidence index is designed to work changes in economist activities and one of many indicators generally used for macroeconomic assessment and prediction. Feedback artificial neural network which leads to success in NARX neural network nonlinear system modelling, time series, forecasting applications is used in this article. The exchange, unemployment, consumer price index with input values, consumer confidence index with target values is taken notice in this studying. It is aimed at analyzing the relationship between consumer confidence index and macro variables using with the Nonlinear autoregressive model process with exogenous input (NARX). It is deduced that NARX model obtains a high accuracy on prediction of time series as result of the study.

Keywords: Artificial Neural Network, NARX, Consumer confidence index.

¹ Sorumlu yazar: seyma-gnr@hotmail.com

1. Giriş

Tüketici güven endeksi, hanehalklarının beklenen mali durumları, genel ekonomik durum hakkındaki düşünceleri, işsizlik ve tasarruf kapasiteleri hakkındaki cevaplara dayalı olarak, hanehalklarının tüketim ve tasarruflarının gelecekteki gelişmeleri hakkında bir gösterge sağlar (OECD, 2022). Tüketici güveni, ekonomik faaliyetteki değişiklikleri işaret etmek için tasarlanmış ve makroekonomik değerlendirme ve tahminlerde yaygın olarak kullanılan birçok göstergeden biridir. Tüketici tutumlarının bir ölçüsü olan tüketici güven endeksi, tüketicilerin kendi görüşleri ve ekonominin son, mevcut ve beklenen ekonomik koşulları hakkında rapor vererek tüketim tahminini iyileştirebilir (Hamsici Brand).

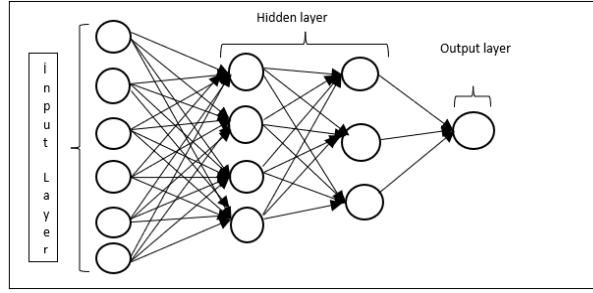
Makine öğrenimi, bilgi teknolojisi, istatistik, olasılık, yapay zekâ, psikoloji, nörobiyoloji ve diğer birçok disiplinde sunulan geniş bir alanı temsil etmektedir. Bilgisayarın öğrenmesine izin veren algoritmalar oluşturmakla ilgilenen makine öğrenimi, denetimli öğrenme, denetimsiz öğrenme, yarı denetimli öğrenme, pekiştirmeli öğrenme gibi öğrenme algoritmalarından oluşmaktadır (Nasteski, 2017). Yapay sinir ağları denetimli öğrenme algoritmasından olup regresyon ve sınıflandırmada kullanılmaktadır. Yapay sinir ağları, insan beyninin öğrenme mantığı düşünülerek oluşturulan hücrelerden ibarettir. YSA, basit işlemci hücrelerden oluşan birbirine paralel ve dağılmış bir düzende çalışan, öğrendiği bilgiyi depolayan ve bilgiyi kullanmak için eğitilerek tasarlanmış bir işlemcidir (Sönmez Çakır, 2020). Denetimli öğrenme algoritmaları içerisinde bulunan yinelenen sinir ağları, zaman serileri analizinde uygulanmaktadır. Çalışmada yinelenen sinir ağlarından doğrusal olmayan otoregresif sinir ağı kullanılarak zaman serilerini gerçekleştirme öngörü yeteneğini incelenmektedir. Makroekonomik değişkenler ile tüketici güven endeksi öngörüsü için daha önce kullanılan tahmin tekniklerinden farklı olarak NARX sinir ağları modeli kullanılmıştır. Bu çalışmada, giriş bölümünden sonra, ikinci bölümde, YSA NARX sinir ağları modeli açıklanmıştır. Üçüncü bölümde literatüre yer verilmiştir. Dördüncü bölümde analiz yapılmış olup son bölümde ise sonuçlara yer verilmiş, değerlendirme ve öneriler yapılmıştır.

2. Yapay Sinir Ağları

Sinir ağları, rollerinin standart doğrusal olmayan regresyon veya küme analizi tekniklerine alternatif olarak algılandığı istatistiksel analiz ve veri modellemesi için sıklıkla kullanılır. Bu nedenle, tipik olarak sınıflandırma veya tahmin açısından çözülebilecek problemlerde tercih edilmektedirler (Gurney, 1997).

2.1. İleri Beslemeli Sinir Ağı

İleri beslemeli sinir ağının temel özelliği nöronlar yalnızca önceki katmandaki birimlerden girdi almasıdır (Biehl, 2019). Şekil 1'de ileri beslemeli sinir ağı modeli gösterilmiştir (Nielsen, 2019)



Şekil 1: İleri Beslemeli YSA Modeli

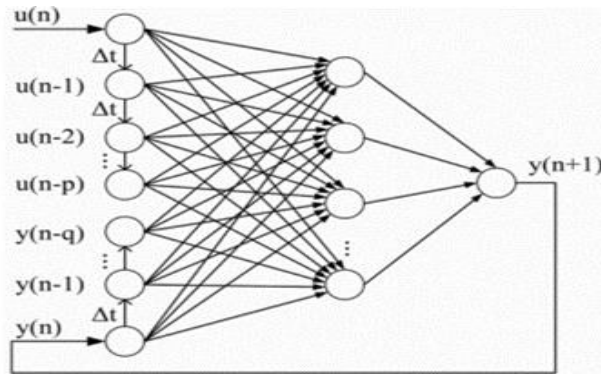
2.2.NARX Ağları

NARX ağları, nonlinear sistem modelleme ve zaman serileri tahmin uygulamalarında başarılı sonuçlar veren bir geribeslemeli yapay sinir ağı modelidir. Geleneksel geribeslemeli ağ yapılarına göre NARX ağları, daha hızlı yakınsamakta ve daha etkili bir öğrenme ortaya koymaktadır (Tatlı & Kahvecioğlu , 2016)

NARX ağlarında, tahmini çıktı, işlemeye geri dönmek için ileri beslemeli ağ girişine geri beslenir. Eğitim aşamasında gerçek çıktı mevcuttur ve gerçek çıktının ağa girdi olarak sağlanması mümkündür. İki avantajı vardır: birincisi, daha temiz bir ileri beslemeli ağ girişi elde edilir; ikincisi, nöral mimari tamamen ileri beslemeli hale gelir ve sadece eğitim aşaması statik bir geri yayılımdan yararlanır (Bile, ve diğerleri, 2022). Bu çalışma sürecinde ağ Levenberg-Marquardt (LM) öğrenme fonksiyonu ile eğitildi. LM, çok iyi yakınsama davranışları nedeniyle en hızlı öğrenme fonksiyonudur. Doğrusal olmayan regresyonlarda yapay sinir ağının en iyi sonuçlarını sağlar (Alkaiem, Keller, & Sternberg, 2016). Şekil 2, iki gizli katmanlı bir NARX ağının bir örneğini göstermektedir. Genel olarak aşağıdaki formda ifade edilebilir:

$$y(n+1) = f(u, y) \quad (1)$$

$u \in (p+1)$ ve $y \in (q+1)$ n zaman adımındaki NARX girdileridir. p ve q , sırasıyla girişlerin ve çıkışların zaman tanım alanı bilgisinin bellek sırasını belirtir. f , çoğu durumda çok katmanlı bir algılayıcı tarafından uygulanan fonksiyon yaklaşımı için doğrusal olmayan haritalamadır (Li, Kawan, Wang, & Zhang, 2017)



Şekil 2: Gecikmeli giriş ve çıkışlara sahip NARX modeli

3. Literatür

Kohzadi vd (1995) Kanada'nın 1950'den 1990'a kadar aylık canlı hayvan ve buğday fiyatlarını ileri beslemeli sinir ağı ve ARIMA ile fiyat tahmin performansı karşılaştırmışlardır. Ortalama hata karelerinde ileri beslemeli sinir ağının ARIMA yöntemine göre daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Junoh (2004), 1995-2000 dönemi için Malezya'da GSYİH büyümesini tahmin etmeye yönelik YSA ve ekonometrik yaklaşımlar üzerine karşılaştırmalı bir çalışma yürütmüştür. Çalışma sonucunda, YSA'nın geleneksel ekonometrik yaklaşıma göre ekonomik göstergelere dayalı GSYİH büyümesini öngörme potansiyelini artırdığı iddia edilmiştir. Stokes ve Abou-Zaid(2012) Bir madeni paranın döviz kurunu diğer üç döviz kuruna göre nöral bir yaklaşım kullanarak tahmin etmiş, ağ sonrası sonuçlar yapay sinir ağının (YSA) etkili bir tahmin yöntemi olduğunu göstermiştir. Ayrıca, doğru gecikmeyi bulma, dışsal girdilere sahip doğrusal olmayan otoregresif ağ için piyasa tahmin yeteneği NARX ağı %99 (en iyi sonuç) ile %47 (en kötü sonuç) arasında değişmektedir.

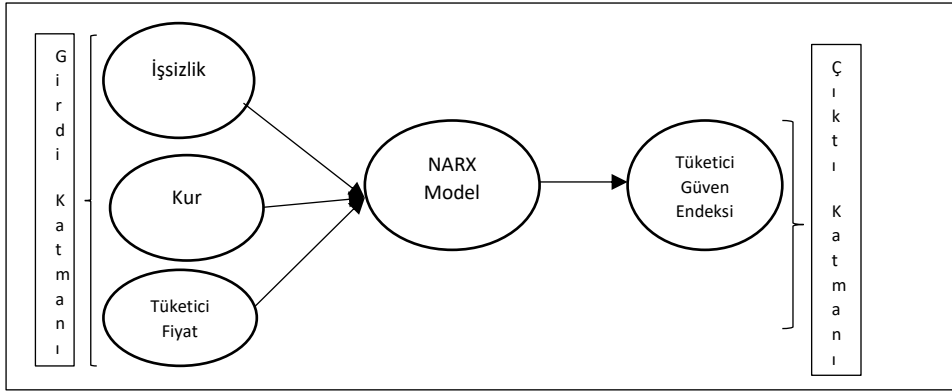
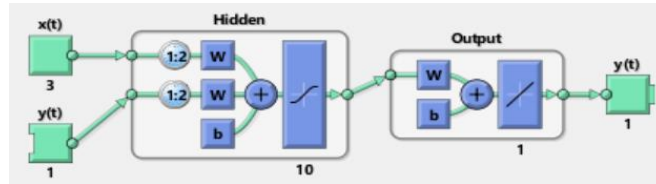
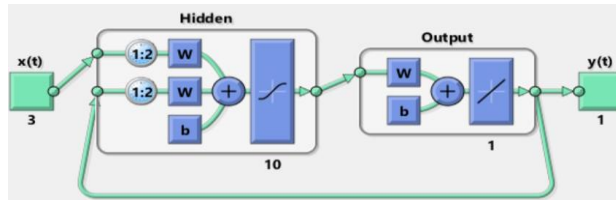
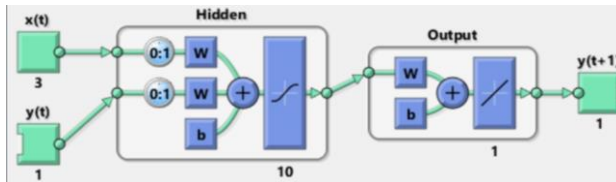
Los ve diğerleri (2019) sinir ağı kullanarak Avrupa ülkesi (Almanya, Macaristan, Polonya, Slovenya) 2007-2018'nin üç aylık değerleri alınarak iş güven endeksinin bir tahminini oluşturulmuştur. Önümüzdeki dönemde işsizlik seviyesinin Almanya'da % 0.41, Macaristan'da % 1.05, Polonya'da % 0.99 azalacağı kanıtlanmış olup Slovenya'da değişmeden kalacağı sonucuna ulaşılmıştır. Kabari vd. (2020) Nijerya Nairası döviz kuru tahminine uygun çeşitli makine öğrenimi algoritmalarını ve mimarilerini tartışmışlardır. Analizler İngiliz Sterlini, ABD Doları ve Euro'nun Naira karşısındaki kurları üzerinde yoğunlaşmıştır. Döviz kuru verileri Nijerya Merkez Bankası'ndan alınmıştır. Algoritmaların performansları MSE, RMSE, MAE ve belirleme katsayısı (R -kare skoru) kullanılarak değerlendirilerek bu algoritmaların döviz kurlarının tahminindeki performansları karşılaştırılmıştır. Shahvaroughi ve Razavi (2021) YSA'yı NSE'de (Ulusal Menkul Kıymetler Borsası, Hindistan) test etmişlerdir. Çok Katmanlı Algılayıcı (MLP) Sinir Ağı tekniği kullanılarak bir tahmin modeli oluşturulmuştur. MLP tahmin modelini eğitmek ve test etmek için 2015, 2016 ve 2017 yılları kullanılmıştır. 0,05995 Medyan Normalleştirilmiş Hatası, 6.39825 Medyan Standart Sapması bulunmuştur. MLP sinir ağının, NSE'nin (Ulusal Menkul Kıymetler Borsası, Hindistan) LIX15 endeksi altında listelenen şirketleri tahmin ettiği kabul edildi.

4. Analiz

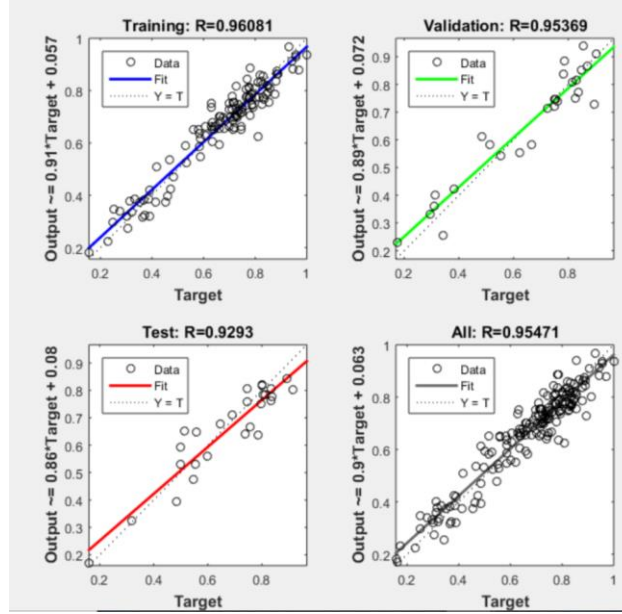
Çalışmada 2005-2021 yılları TÜİK ve Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankasından tüketici güven endeksi, işsizlik, kur ve tüketici fiyat endeksi verileri kullanılmıştır. 2005-2019 yılları arasındaki veriler eğitim için kullanılırken 2019-2021 yılları arasındaki veriler test verileri olarak ayrılmıştır. Verilere normalizasyon yöntemi uygulanmış olup, %70'i test %15'i eğitim %15'i doğrulama olarak ayrılarak Matlab ortamında analiz edilmiştir. Tablo 1'de YSA modelinin parametreleri ve istatistiksel analizi verilmektedir. Şekil 3'de ise tasarlanan sinir ağı modeli verilmektedir.

Tablo 1: YSA Modelinin İstatiksel Analizi

| | Ortalama | Standart sapma | Minimum | Maksimum |
|------------------------|----------|----------------|---------|----------|
| Tüketici Güven Endeksi | 89.072 | 6.70 | 68.9 | 100.72 |
| İşsizlik | 10.523 | 1.90 | 7.00 | 15.1 |
| Kur | 3.04 | 2.24 | 1.17 | 13.54 |
| Tüketici Fiyat | 259.466 | 125.30 | 114.4 | 689.95 |

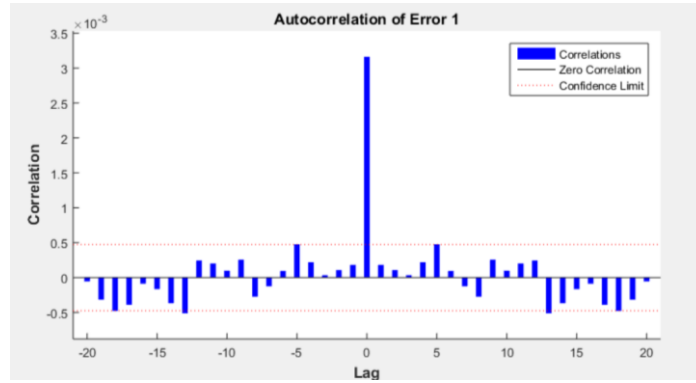
**Şekil 3:** Tasarlanan Sinir Ağı Modeli**Şekil 4:** NARX Ağ Yapısı**Şekil 5:** NARX Sinir Ağı Kapalı Denge Görünümü**Şekil 6:** NARX Sinir Ağı Bir Adım Sonrasının Tahmin Görünümü

Şekil 4'de NARX ağına sunulan model gösterilmektedir. Burada $x(t)$, 3 bağımsız değişken, $y(t)$ ise 1 bağımlı değişkeni göstermektedir. Ayrıca ağın yapısına bakıldığında iki giriş katmanı, bir gizli katman ve bir çıkış katmanından oluştuğu görülmektedir. Çalışmada 10 gizli nöron ve 2 gecikme uzunluğu ile sonuçlar elde edilmiştir. Gizli katmandaki nöron sayısının belirlenmesinde denemeler yapılarak en iyi sonucu veren değer esas alınmıştır.



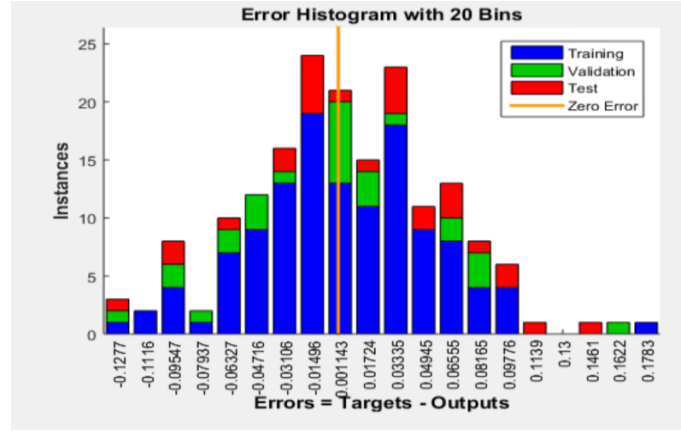
Şekil 7: NARX Regresyon Sonucu

Şekil 7'deki regresyon grafiklerinde, her çizimdeki kesikli çizgi, regresyon grafiklerinde görülebilen mükemmel sonuç çıktılarını (hedeflerini) temsil eder. Her çizimdeki düz çizgi, çıktılar ve hedefler arasındaki en uygun doğrusal regresyon çizgisini göstermektedir. Her grafiğin üstünde, regresyon R değeri, çıktılar ve hedefler arasındaki korelasyonu ölçer. R'nin bire eşit olması, çıktılar ve hedefler arasında kesin bir doğrusal ilişki olduğunu gösterir. R sıfıra yakınsa, çıktılar ve hedefler arasında doğrusal bir ilişki yoktur (Chi & Chi, 2022, s. 265). Benzer şekilde, tüm R değerleri 0.92'nin üzerindeydi, bu nedenle test aşaması perspektifinden kabul edilebilir bir uyum sergiliyor, bu da yeni veri kümeleri için iyi tahmin yetenekleri olduğunu göstermektedir.



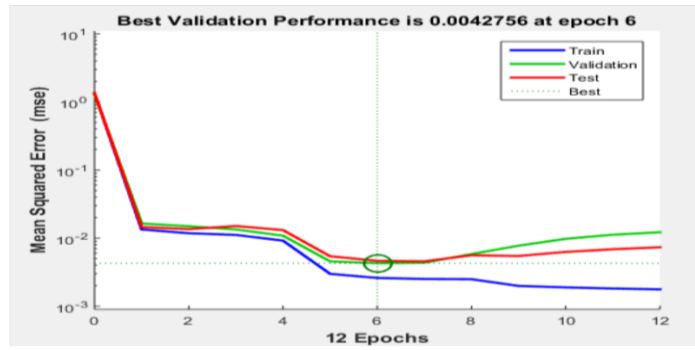
Şekil 8: NARX Tahmin Modeli Hatalarının Otokorelasyonu

Şekil 8'de ağ performansını doğrulamak için hataların otomatik korelasyonunun işlevini açıklar. Hata otokorelasyon işlevi, tahmin hatalarının zamanla nasıl ilişkili olduğunu belirtmektedir.



Şekil 9: Hata Histogramı

Eğitilmiş bir YSA' nın hata değerlerinin histogramının nasıl çizileceğini gösterir. Hedef değerler ile tahmin edilen değerler arasındaki hataların histogramıdır. Mavi çubuklar eğitim, yeşil çubuklar doğrulama, kırmızı çubuklar ise test verilerini göstermektedir. Verilerden çoğu hata 0.001143'lük kısma düşmektedir.



Şekil 10: Doğrulama Performansı

Performans grafiğinin gözlemlenmesine göre, en iyi doğrulama performansının 6 epoch' ta 0.0042756 olduğu bulunmuştur. MSE değeri 10^{-2} den küçük olup test seti hatası ve doğrulama seti hatası, yeterince eğitilmiş ağı gösteren benzer düşük değerlere sahiptir. Eğitim 6 epok' ta durdurulur; aksi takdirde ağımsız gereğinden fazla öğrenecektir. Doğrulama veri seti, aşırı öğrenme durumunu en aza indirmek için kullanılır (Bhatt & Pant, 2015).

YSA' nın performansını bulmak için MSE ve RMSE performans kriteri kullanılmıştır. Kriterler birer hata ölçüsü olması nedeniyle düşük sonuçlar göstermesi önemlidir. Bu çalışmada en iyi ağ yapısını seçmek için kullanılan kriterler Tablo 2'de verilmiştir.

n: Toplam terim sayısı

y_i : Gözlemin gerçek değeri

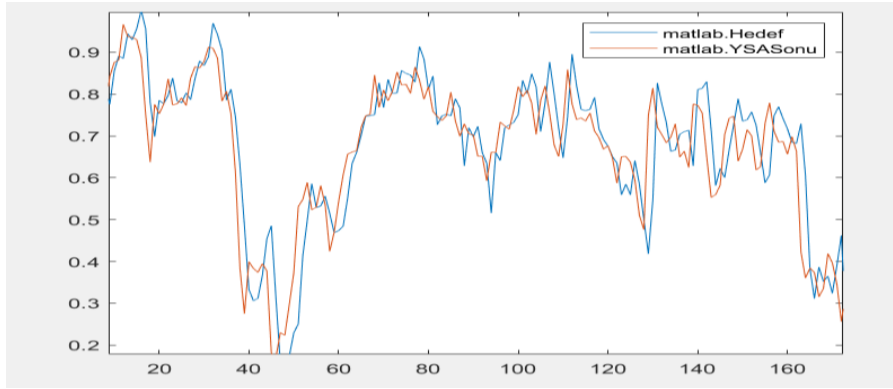
\hat{y}_i : Tahmin edilen değer

$$MSE = \frac{1}{n} = \sum_{i=1}^n (y_i - \hat{y}_i)^2 \quad (2)$$

$$RMSE = \sqrt{\sum_{i=1}^n \frac{(y_i - \hat{y}_i)^2}{n}} \quad (3)$$

Tablo 2: YSA Performans Sonuçları

| Gecikme sayısı | Katman Yapısı | | MSE | RMSE | R |
|----------------|---------------|-----------|--------|--------|--------|
| 2 | 10-2 | Eğitim | 0.0021 | 0,0455 | 0.9608 |
| | | Doğrulama | 0.0022 | 0,0469 | 0.9569 |
| | | Test | 0.0028 | 0,0529 | 0.9293 |
| 3 | 10-8 | Eğitim | 0.0048 | 0,0692 | 0.9490 |
| | | Doğrulama | 0.0062 | 0,0787 | 0.9356 |
| | | Test | 0.0054 | 0,0734 | 0.9417 |
| 4 | 10-10 | Eğitim | 0.0105 | 0,2024 | 0.8789 |
| | | Doğrulama | 0.0097 | 0,0984 | 0.9181 |
| | | Test | 0.0081 | 0,0900 | 0.9268 |

**Şekil 11: YSA Sonuç Grafiği**

5. Sonuç

Çalışmada NARX sinir ağlarını kullanarak tüketici güven endeksi, kur, işsizlik ve tüketici fiyat endeksi gibi zaman serilerini tahmin etmek için bir yaklaşım sunduk. Matlab ortamında normalizasyon uygulanıp en hızlı öğrenme fonksiyonu olan Levenberg-Marquardt algoritması kullanılmıştır. Gecikme ve katman sayıları değiştirilerek ağ tekrar eğitilmiştir. Performansını bulmak için MSE ve RMSE performans kriteri hesaplanmış olup en iyi değer dikkate alınmıştır. Elde edilen sonuçlara göre regresyon grafiklerinde eğitim değeri 0.9608, doğrulama değeri 0.9536, test değeri 0.9293' dir. Bu değerler NARX sinir ağının iyi tahmin yeteneği olduğunu göstermektedir.

6. Beyanname

6.1.Rakip Çıkarlar

Bu çalışmada herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

6.2.Yazarların Katkıları

ŞÜ: Makaleye katkısı: Çalışmada sosyal bilimlerin tahmin çalışmalarında kullanılan YSA modelinden faydalanılarak makro ekonomik değişkenler ile analiz yapılmıştır.

Kaynakça

- Alkaiem, L., Keller, F., & Sternberg, H. (2016). Analysis of inclination measurement by means of artificial neural networks-A comparison of static and dynamic networks. *3rd JISDM*, (s. 29–31). Vienna,Austria.
- Bhatt, A. K., & Pant, D. (2015). Automatic apple grading model development based on back propagation neural network and machine vision, and its performance evaluation. *AI & Soc*, 45-56. doi:<https://doi.org/10.1007/s00146-013-0516-5>
- Biehl , M. (2019). *Machine Learning Reports Supervised Learning - An Introduction*. 12 01, 2022 tarihinde <http://www.techfak.uni-bielefeld.de/~fschleif/mlr/mlr.html> adresinden alındı
- Bile, A., Tari, H., Grinde, A., Frasca, F., Siani, A. M., & Fazio, E. (2022). Novel Model Based on Artificial Neural Networks to Predict Short-Term Temperature Evolution in Museum Environment. *Sensors*, 2(22), 10-16. doi:<https://doi.org/10.3390/s22020615>
- Chi, Y. N., & Chi, O. (2022). Time Series forecasting global price of bananas using Hybrid ARIMA-NARNN model. *Data Science in Finance and Economics*, 2(3), 254–274. doi:10.3934/DSFE.2022013
- Gurney, K. (1997). An introduction to Neural Networks. UCL Press. 10 26, 2022 tarihinde https://www.inf.ed.ac.uk/teaching/courses/nlu/assets/reading/Gurney_et_al.pdf adresinden alındı
- Hamsici Brand, T. (tarih yok). Draft on the Performance of Consumer Confidence Measurement. <https://www.oecd.org/sdd/leading-indicators/49026134.pdf> adresinden alındı
- Junoh, M. Z. (2004). Predicting GDP Growth in Malaysia Using Knowledge – Based Economy Indicators: a Comparison Between Neural Network and Econometric Approach. *Sunway College Journal*(1), 39-50.
- Kabari, L. G., Chigoziri, M. B., & Eneotu, J. (2020). Machine Learning Algorithmic Study of the Naira Exchange Rate. *European Journal of Engineerig Research and Science*, 5(2), 183-186.
- Kohzadi, N., Milton, B. S., Kermanshahi, B., & Kaastra, I. (1996). A Comparison of Artificial Neural Network and Time Series Models for Forecasting Commodity Prices. *Neurocomputing*, 169-181. doi:10.1016/0925-2312(95)00020-8
- Li, G., Kawan, B., Wang, H., & Zhang, H. (2017). Neural-Network-Based Modelling and Analysis for Time Series Prediction of Ship Motion. *Ship Technolog Research (SCHIFFSTECHNIK)*, 67(1), 30-39.

- Los, V., Ocheretin, D., & Kucherova, H. (2019). Neural Network Technology Forecasting the Country's Business Climate. *dvances in Economics, Business and Management Research*(95), 320-324.
- Nasteski, V. (2017). An Overview of the Supervised Machine Learning Methods. *Horizons*(4), 51-62.
- Nielsen, M. (2019). *Neural Network and Deep Learning*. <http://neuralnetworksanddeeplearning.com/> adresinden alındı.
- OECD. (2022). *Consumer Confidence Index*. 10 27, 2022 tarihinde <https://data.oecd.org/leadind/consumer-confidence-index-cci.htm> adresinden alındı
- Shahvaroughi, F. M., & Ravazi, H. S. (2021). Forecasting Stock Price Using Integrated Artificial Neural Networkand Metaheuristic Algorithms Compared to Time Seies Models. *13*(25), 8483-8513.
- Sönmez Çakır, F. (2020). *Yapay Sinir Ağları Matlab Kodları ve Matlab Toolbox Çözümleri*. Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık.
- Stokes, A., & Abou-Zaid, A. S. (2012). Forecasting Foreign Exchange Rates Using Artificial Neural Networks: A Trader's Approach. *International Journal of Monetary Economics and Finance*, 370-394.
- Tatlı, A., & Kahvecioğlu , S. (2016). Zaman Serilerinde NARX Sinir Ağları Modeliyle Uçuşa Elverişlilik Süresinin Kestirimi. *2016 National Conference on Electrical, Electronics and Biomedical Engineering* (s. 130-134). IEEE.



© 2020 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.

HESAP VEREBİLİRLİK VE ÖRGÜTSEL ADALET İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: TÜVASAŞ ÖRNEĞİ

M. Emre USLU¹ 

¹ Sakarya Üniversitesi, İşletme Enstitüsü, Yönetim ve Organizasyon Doktora Öğrencisi,

ÖZ

Bu araştırmanın amacı bir kamu kuruluşu olan TÜVASAŞ içerisinde hesap verebilirlik ve örgütsel adalet ilişkisinin ne düzeyde olduğunu tespit etmek ve değerlendirmektir. Araştırmanın birinci bölümünde hesap verebilirlik kavramı üzerinde durulmuş, ikinci bölümde ise örgütsel adalet kavramı üzerinde durulmuştur. Üçüncü ve son bölümde ise araştırma verileri ve sonuçları üzerinde durulmuştur.

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak Diğdem Doğan (2015) tarafından geliştirilen ve geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiş olan “Yükseköğretim Kurumlarında Hesap Verebilirlik Ölçeği”nin kamu kurumu çalışanlarına yönelik uyarlaması yapılarak kullanılmıştır. Örgütsel adaleti ölçmek amacıyla Nieoff ve Moorman (1993) tarafından geliştirilen “Örgütsel Adalet Ölçeğinin (Justice Scale)” Fatma Yıldırım (2007) tarafından uyarlanan Türkçe formundan yararlanılmıştır. Araştırmada tarama modellerinden ilişkisel bir tarama modeli benimsenmiştir. Araştırmanın evreni TÜVASAŞ’ta çalışan 1103 kişiden oluşmakta ve çalışmamızın örneklemini ise kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen 337 kişiden oluşmaktadır. Elde edilen verilerin analizi için SPSS 20.0 paket programından yararlanılmıştır. Veriler korelasyon analizi ve regresyon analizi yöntemleri ile analiz edilmiş ve araştırma sonuçlarına göre hesap verebilirlik ve örgütsel adalet arasında pozitif yönlü ve istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişkinin olduğu saptanmıştır. Ayrıca hesap verebilirliğin, örgütsel adalet üzerindeki etkisi incelendiğinde istatistiksel açıdan anlamlı olduğu ve hesap verebilirliğin örgütsel adaleti açıklama düzeyinin %50’nin üzerinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bu araştırmanın sonuçları, söz konusu kamu kurumundaki hesap verebilirliğin ve adalet algısının bilimsel yollarla tespit edilerek mevcut olan olumsuz algıların giderilmesi için uygun çözüm yolları ve önerilerin oluşturulması açısından önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Hesap Verebilirlik, Örgütsel Adalet, TÜVASAŞ,

A STUDY ON THE RELATION BETWEEN ACCOUNTABILITY AND ORGANIZATIONAL JUSTICE: THE CASE OF TÜVASAŞ

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine and evaluate the degree of accountability and organizational justice relation withing a public establishment named Tüvasaş. In the first chapter of the study the main focus is on the concept of accountability, and in the second chapter, the focus is on organizational justice. In the third and final chapter, we focused on the research data and the findings.

In this study, “Scale of accountability in Higher Education Institutions” adapted for public officials, which was developed by Diğdem Doğan (2015) and tested for reliability and validity was used as an assesment instrument. In order to measure the Organizational Justice, Justice Scale’s Turkish version which was used by Fatma Yıldırım (2007) was used as an assesment instrument. In this study, Relational Screening Model was used as a screening model.

¹ Sorumlu yazar: uslu.mustafaemre@gmail.com

The population of this research consists of 1103 TÜVASAŞ employees and the sampling of the research consist of 337 people whom were selected by convenience sampling method. For data analysis, SPSS 20.0 package program was used. The data were analysed with regression analysis methods and according to the findings, it was seen that there has been a positive and statistically significant relationship between the accountability and organizational justice. Further, it was clearly seen that when investigating the effect of accountability on organizational justice, it is statistically significant and the degree of statement of accountability for the organizational justice is above % 50.

The findings of this study provide great importance in order to determine the accountability and the perception of justice with scientific means, and help find solutions and suggestions in order to eliminate the existing negative senses on the subject.

Keywords: Accountability, Organizational Justice, TÜVASAŞ

1.Giriş

İster kamu ister özel olsun örgütler ya da kurumlar mal ve hizmet üretmek amacıyla ortaya konulmuş ekonomik ve sosyal sistemlerdir. Bu sistemlerin amaç ve hedefleri doğrultusunda düzenli bir şekilde çalışması, varlıklarını devam ettirebilmesi için astların ve üstlerin belirli bir verimlilik ve uyum içerisinde çalışmaları gerekmektedir. Örgüt içerisinde verimli ve uyumlu bir çalışma ortamının sağlanması için adalet ve hesap verebilirlik kavramları şüphesiz ki büyük önem arz etmektedir. Yöneticiler arasında, yöneticiler ve işçiler arasında veya işçilerin kendi aralarında adaletli bir çalışma ortamı olmadığını düşünmeleri, örgüt içerisinde sorun teşkil etmekte ve çalışma ortamını olumsuz yönde etkilediği görülmektedir. Yapılan çalışmalarda ve iş yaşamında gözlemlenen olaylarda bu gibi olumsuz durumların mevcut kurum ve kuruluşlar için son derece sıkıntılı sonuçlar doğurduğu gözlemlenmektedir. Bu bağlamda örgütsel adalet ve hesap verebilirlik olgusunun örgütler içerisinde ne derece işlevsel olduğu, çalışanların örgüt içerisinde bu kavramların geçerliliğine ne derece inandığı örgütler açısından son derece önemlidir.

Hesap verebilirlik yapılması gereken işleri ne ölçüde ve ne şekilde yerine getirildiğine dair yapılacak açıklamaları ifade etmektedir. Hesap verme işlemi genel olarak üstlere yapılırken, bazı durumlarda astlara veya aynı düzeyde çalışanlara da yapılması gerekebilir. Hesap verebilirlik örgütün geleceğine hitap eder ve ortaya çıkan sonuçların hesap verenlerce üstlenilmesini gerektirir. Genel olarak örgütlerde sorumluluk en alt kademeden en üst kademeye doğru artış göstermektedir. Bu nedenle hesap verebilirlik yöneticiler üzerinde daha büyük bir baskı oluşturmaktadır.

Neo-liberal yaklaşımlar kamu yönetimine dair anlayışlar üzerinde önemli gelişmelere neden oldu. Weberyen tarzı bürokratikleşmiş örgütlenme modellerinin, kurumsal düzeyde çağdaş ekonominin gereksinimlerinin karşılayamayacağı varsayımı, kamu bürokrasisinin hesap verebilirlik çerçevesi içerisinde yeniden yapılanmasını gerekli kıldı. Sosyal, siyasal, ekonomik ve kültürel gelişmeler toplumların yönetim üzerindeki etkinliğinin ve denetiminin artmasına neden olurken, hesap verebilirlik anlayışı önemli bir yönetsel fonksiyon olarak gelişmeye başladı. Bu gelişmelerle birlikte hesap verebilirlik interaktif yönetim anlayışının gereği olarak ortaya çıktı (Tutar ve Altınöz, 2017). Ortaya çıkan hesap verebilirlik olgusu beraberinde örgütsel adalet kavramını da güçlendirmiş bununla birlikte çalışanlarında bir anlamda güçlenmesine, bir anlamda da yönetimin daha da demokratikleşmesine sebep oldu. Değişen yönetim anlayışlarıyla birlikte klasik bürokraside yer alan gizlilik, kapalılık, mahremiyet vb. anlayışlar yerini şeffaflığa, açıklığa ve hesap verebilirlik anlayışına bıraktı. Esasen örgütsel

adalet kavramı da bu değişiklikler ile birlikte daha da ön plana çıktı ve gerçek anlamda adından söz edilebilir bir hale gelmeye başladı.

Hesap verebilirlikte anlayışı içerisinde mevcut kaynakların verimli kullanılması, israf, yolsuzluk, hırsızlık gibi davranışların asgari seviyeye indirilmesi, yönetime olan güvenin artırılması önemlidir. Bu bağlamda yönetiminde hesap verilebilirlik ve şeffaflık anlayışlarının gelişmesi, iyi bir yönetimin temel unsuru olarak görülmeye başlandı. Özellikle 1980'lerden sonra kamu yönetimi üzerindeki hesap verebilirlik alanında yaşanan gelişmeler, yalnızca vatandaşların yaptıklarından dolayı devlete hesap vermeleri gerektiği anlayışının yerine, devletin de yaptıklarından dolayı vatandaşlarına hesap vermesini gündeme getirdi. Bu süreçte gelişen şeffaflık ve hesap verebilirlik anlayışına göre hizmet verenlerin değil, hizmet alanların da paydaş anlayışı ve kamu yararı çerçevesinde sorumluluk yüklenmesi ilkesi benimsendi (Tutar ve Altınöz, 2017). Asıl amacı vatandaşın ihtiyaçlarını karşılamak olan kamu hizmetlerinin sadece mali açıdan değil, fiziksel ve insan kaynaklarının etkin kullanımı bakımından denetiminin sağlanması, örgütsel adalet kavramının gereklerinin yerine getirilmesi açısından hesap verebilirliğin önemini ön plana çıkarttı. Yalnızca kamu kurumlarında değil özel sektörde de kaynak kullanımında tutumluluğun ön plana çıkması, verimliliğin son derece önemli bir hale gelmesi ve demokratik bir yönetim anlayışının benimsenmesinden dolayı hesap verebilirliğin önemi giderek arttı.

2. YAZIN TARAMASI

2.1. Hesap Verebilirlik

Türk Dil Kurumunun web sitesi üzerinden güncel Türkçe sözlüğe baktığımızda hesap verebilirlik kavramının sözlükte yer almadığı görülmektedir. Hesap verebilirlik kavramı ile nispeten benzer anlamlar içeren sorumluluk, mesuliyet kavramları TDK'nın sözlüğünde "*kişinin kendi davranışlarını veya kendi yetki alanına giren herhangi bir olayın sonuçlarını üstlenmesi, sorum, mesuliyet*" olarak karşılık bulmaktadır. Hesap verebilirlik ve sorumluluk kavramları tam olarak birbirini karşılamamakla beraber yakın anlamlar içerdiği söylenebilir. Bununla birlikte yerli ve yabancı literatürde birçok hesap verebilirlik tanımı yer almaktadır.

Uluslararası Sayıştaylar Birliğinin (INTOSAI) denetim standartlarında yer verilen hesap verebilirlik: "Kamu teşebbüsleri ve şirketleri de dâhil olmak üzere, kendilerine kamu kaynakları emanet edilen kişi ve idarelerin mali, idari ve program görevlerinden ötürü açıklama yapma ve bu görevleri kendilerine verenlere durumu bildirme mecburiyetleridir" (Gören, 2000: 117).

Hesap verebilirlik, üzerinde uzlaşmaya varılmış hedefler çerçevesinde belirli bir performansın gerçekleştirilmesine yönelik sorumluluğun üstlenilmesine ve bunun açıklanması yükümlülüğüne dayanan bir ilişkidir (Aktan vd., 2004: 169). Hesap verebilirlik, klasik anlamıyla, yapılanlara ilişkin belli bir otoriteye karşı açıklamalarda bulunulmasına yönelik bir süreci anlatmaktadır (Richard, 2000: 555). Hesap verebilirlik içinde, hesaba çekilme, denetlenme, hesap verme ve açıklama yapma anlamlarını barındırmaktadır. Hesap verebilirlik, herhangi bir sosyal aktörün (gerçek şahıs veya tüzel kişilik), yaptığı davranışın doğruluğunu, kendisinden daha üst bir otoriteye, (gerçek şahıs veya tüzel kişilik), açıklama zorunluluğu hissettiği bir sosyal ilişkiyi anlatır. Hesap verilen otorite, hesap veren tarafı davranışının

meşruluğu ve bilgisinin yeterliliği konusunda sorgulamak, hesap veren de bunlara cevap vermek durumundadır (Parlak B., 2011: 193).

Sorumlu bir yöneticinin ilk gerekliliği hesap verebilirliktir. Bu da yönetsel kararlarda hangi değerlerin yansıtılacağını belirleyen, güç, metot ve yöntemlerdir. Sorumluluk hem dışsal (siyasal) hem de içsel (kişisel ve profesyonel) iki boyuta sahiptir. Sorumlu bir yönetici hem siyasetin hem de profesyonelliğin gerekleri dahilinde hareket eder (Bertelli, 2003: 260-261).

Bir kurumda hesap verebilirliğin var olabilmesi için en alt kademededen en üst kademeye kadar tüm personelin bir üstüne karşı hesap vermek durumunda olması gerekir. Sorumluluk ise, genellikle hiyerarşi yönüyle aksi bir işleyiş içinde olarak her kademedeki personelin kendisinden daha alt seviyedeki personelden sorumlu olmasını ifade eder (Akyüz, 2006: 20). Hesap verebilirlik ve sorumluluk kavramları arasında bir bağlantı olduğu kadar farklılıklar da mevcuttur. Sorumluluk, görev, yapmakla yükümlü olmak (responsibility) ve yetki kullanmanın sonucunda mesul olma veya hesap verme (accountability) olmak üzere iki anlamda karşımıza çıkmaktadır (Aydın A. H., 2009: 209).

Kamu yönetiminde hesap verebilirliğin iki temel amacı vardır: Kamusal yetkilerin yanlış ve kötüye kullanımının önüne geçmek- kamu kaynaklarının hukuka ve kamusal değerlere uygun kullanılmasını güvence altına almaktır (Sözen, 2005: 87).

Aucoin ve Heintzman hesap verebilirliğin amaçlarını şöyle belirtmişlerdir (Akt: Balcı A., 2003: 117);

- Kamusal yetkilerin yanlış kullanımının ve suiistimalinin kontrol altına alınması
- Kamusal kaynakların hukuka ve kamusal değerlere uygun olarak kullanımının güvenceye bağlanması
- Kamu yönetimi ve yönetim alanında sıkça değinilen sürekli öğrenmenin teşvik edilmesi

Vatandaş ve müşteri eksenlilik, katılımcılık, kamu kurumlarının ve yöneticilerinin halka doğrudan hesap vermesinin yolunu açmıştır. Vatandaşa hesap verme faaliyetinin gerçekleşebilmesi için, bireylerin ve örgütlü sivil toplumun, kamu kurumlarına ait her türlü bilgiye ve kamu kaynaklarının harcanmasına dair bilgilere kolayca ulaşabilmesi gerekmektedir. Bu da bilgi edinme hakkının kullanımının kolaylaştırılmasını ve kamu kurumlarında iş süreçlerinin şeffaflığının sağlanmasını gerekli kılmaktadır (Parlak B., 2011: 210).

Hesap verebilirlik kavramı, karar veren ve kararları uygulayanların, verdikleri kararları ve yaptıkları faaliyetleri gerekçelendirebilmelerini ve bu faaliyetlerin sonuçlarından sorumlu olmalarını gerektirmektedir (Doğan M., 2007; 54). Hesap verebilirlik yapılması gereken işleri ne ölçüde ve ne şekilde yerine getirdiğimize dair yapacağımız açıklamaları ifade etmektedir. Hesap verme işlemi genel olarak üstlere yapılırken, bazı durumlarda astlara veya aynı düzeyde çalışanlara da yapılması gerekebilir. Hesap verebilirlik organizasyonun geleceğine hitap eder ve ortaya çıkan sonuçların hesap verenlerce üstlenilmesini gerektirir. Genel olarak örgülerde sorumluluk en alt çalışandan en üst çalışana doğru artış göstermektedir. Bu durumdan dolayı hesap verebilirlik kavramı yöneticiler üzerinde daha büyük bir baskı oluşturmaktadır. Hesap verebilirlik kavramı, daha çok mali konularda gündeme gelmekte ve ön plana çıkmaktadır. Fakat hesap verebilirlik kavramı yalnızca mali konularla sınırlı değil, görevin ne derecede

yerine getirildiği, etik kurallara uyulup uyulmadığı, hakkaniyetin gözetimi, kaynakların nasıl kullanıldığı vb. gibi konuları da kapsamaktadır.

Hesap verebilirlik aynı zamanda örgütsel etkinliği artırmayı amaçlamaktadır. Bunun için performanstan sorumlu tutma ve hizmet verilene karşı duyarlı olma kavramları geliştirilmiştir. Geleneksel yaklaşımlarda personelin kurallara uymaları vurgulanırken, yeni yönetim anlayışında sonuçları elde etmek için yöneticilerin risk almaları üzerinde durulmaktadır. Girdi ve süreç odaklı olmaktan ziyade sonuç temelli hesap verebilirliğe geçilmesi önem kazanmaktadır. Kamu yöneticilerini sonuçlardan sorumlu tutmak için onlara yönetim serbestisi verilmesi, idareci (administrator) değil, yönetici (manager) olmaları sağlanmalıdır. Bunu başarabilmek için, yetkilerin merkezden alt kademelere devredilmesi, örgüt işleyişi ve kaynaklar ile ilgili alanlarda yöneticilere karar alma ve uygulama hakkı tanınması ve sonrasında yöneticilerin sonuçlardan sorumlu tutulması gerekmektedir. (Sözen, 2005: 89)

2.2. Örgütsel Adalet

Adalet kavramı çok eski bir kavram olup üzerine birçok çalışma yapılmış, farklı bakış açıları ve görüşler tarafından birçok kez değerlendirilmiştir üzerine yorumlar yapılmış bir kavramdır. Adalet hem sosyal yaşamda hem iş yaşamında son derece önemli bir yer tutmaktadır. Adalet insanlar arasındaki etkileşimi ve iletişimi ilgilendiren bir kavramdır.

Adalet kavramının TDK web sitesi üzerinde ki güncel Türkçe sözlükte ki tanımlarına bakacak olursak; *“Yasalarla sahip olunan hakların herkes tarafından kullanılmasının sağlanması, türe”, “Herkes kendine uygun düşeni, kendi hakkı olanı verme, doğruluk”* şeklinde tanımlanmaktadır. Adalet sayesinde insanlar arasında düzenli, tutarlı ve sağlıklı ilişkiler geliştirilebilir. Adalet kavramı sosyal yaşamda önemli olduğu kadar iş yaşamında da önemli bir etkiye sahiptir. Kişiler çalışma ortamında üst-üst ilişkisi olsun, çalışma saatleri ve şekilleri olsun vb. adaletli bir dağılım ve yönetim isterler. Bu bağlamda örgütsel adalet kavramı ortaya çıkmaktadır.

Adalet, tatmin, bağlılık gibi kavramların nesnel ölçütlerini bulmak kolay değildir. Bu nedenle adalet, tatmin ve sadakat bir algı sorunudur. Buna göre önemli olan adaletsizliğin olup olmamasından çok, çalışanların yönetim faaliyet işlemlerini nasıl algıladıklarıdır (Tutar, 2007: 98).

Örgütsel adaletle ilgili ilk çalışmaların Adams’ın “eşitlik kuramı” ile başladığı söylenmektedir. Eşitlik kuramına göre, bireylerin işlerindeki başarıları ve doyum sağlama dereceleri, iş ortamına ilişkin algıladıkları eşitlik ya da eşitsizlikle ilişkilidir (Luthans, 1997: 197). Bu sebepten dolayı örgütsel adalet kavramının nesnel bir ölçütü yoktur.

Özer ve Gündüz’e göre çalışanların kişisel doyumunu ve örgütün etkili bir şekilde işlevlerini yerine getirebilmesi için bir gereklilik olan örgütsel adalet, doğruluğun işyerindeki rolü ya da haklılığın korunmasında otoritenin işlevi olarak tanımlanmaktadır (Özer ve Günlük, 2010:460). Yine bir başka tanıma göre örgütsel adalet, “örgüt içerisinde ücretlerin, ödüllerin, cezaların ve terfilerin nasıl yapıldığı, bu tür kararların nasıl alındığı ya da alınan bu kararların çalışanlara nasıl söylendiğinin, çalışanlarca, algılanma biçimi” olarak da açıklanabilir (İçerli, 2010:69). Örgütsel adalet, örgüt içinde çalışanların işyerinde ne kadar adil davranıldığı konusundaki algılarını ve bu algıların örgütsel sonuçlarını nasıl etkilediğini içeren bir kavramdır (Çöp, 2008:

16). Örgütsel adalet, yapılan faaliyetlerden ortaya çıkan maliyet ve yararların bireyler ve gruplar arasında ne ölçüde eşit dağıtıldığı ile ilgili karar ve davranışlar üzerine odaklanmaktadır (İşcan ve Karabey, 2007: 107).

Örgütsel adalet teorisi, çalışanları adalet algılamaları çerçevesinde üç boyutta incelemektedir. Bunlar; dağıtım (distributive justice), süreç (procedural justice) ve etkileşim (interactional justice) adaletidir (Üstünoldu Kandemir, 2012:38). Bir örgütte, ücretlendirme ve terfi kararları gibi kazançların çalışanlara paylaşımı ve bu paylaşımın adilliğinin çalışanlarca algılanışı dağıtım adaletidir (Cohen – Charash ve Spector, 2001: 280). Dağıtım adaleti algısını, çalışanların kendi katkılarına karşılık elde ettikleri kazançlar ile diğerlerinin katkılarına karşılık elde ettikleri kazançlara ilişkin yaptıkları kıyas sonucunda oluşturdukları algılardır (McShane ve Von Glinow, 2009: 101). Süreç adaleti, çalışanların kendi fikirlerini beyan etmek istemelerinden, başka bir ifade ile yönetimin aldığı kararlarda söz sahibi olmak istemelerinden dolayı gelişmiştir (Colquitt, 2001: 386). Süreç adaleti, karar alırken kullanılan politikaların, işlemlerin ve süreçlerin algılanan açıklık ve adilliyedir (Greenberg, 1990: 402). Etkileşim adaletinin süreç adaletinden tamamen ayrı bir yapı olup olmaması konusunda tereddütler bulunmaktadır ve etkileşim adaletinin süreç adaletinin tamamlayıcısı olduğu düşünülmektedir (Greenberg, 1990: 411). Greenberg'e göre etkileşim adaleti yapısı ikiye ayrılmalıdır. Greenberg bunları kişilerarası adalet ve bilgisel adalet şeklinde tanımlamaktadır.

2.3.Örgütsel Adalet ve Hesap Verebilirlik İlişkisi

Hesap verebilirliğin sağlanması ile örgütlerde denetimin sağlanması, verimlilik artışının sağlanması, güven düzeyinin artması gibi etkileri görülmektedir (Frink ve Ferris 1998). Örgütsel adaletin sağlanması ile de örgüt çalışanlarının motivasyonlarının arttığı ve güven düzeylerinin pekiştiği görülmektedir. Yönetimin hesap verme yükümlülüğü geneli kapsamakta ve daha yoğun olmakla birlikte, en az sorumluluğa sahip bir üretim işçisinin de yapması gereken işlere yönelik olarak üstüne hesap verdiği görülmektedir. Bu sebeple hesap verebilirlik daha çok yönetim kademesini ilgilendiren bir kavram olarak görünse de aslında tüm çalışanları ilgilendirmektedir. Aynı şekilde örgütsel adalet kavramı da yöneticiler üzerine yoğunlaşmış olsa da tüm örgütü ilgilendirmektedir. Adalet gibi, hesap verebilirlik de insanların nasıl davranacaklarına ilişkin varsayım ve beklentilerden oluşur. Bu sebepten dolayı bu iki kavramın birbiri ile olan ilişkisinin de göz ardı edilemez bir boyutta olduğu söylenebilir.

Hesap verebilirlik ile örgütsel adalet yönetimin etkin ve sağlıklı bir şekilde işlemesi için gerekli araçlardır. Hesap verebilirlik, adalet ile karşılaştırıldığında adalet kavramına göre daha dar bir kapsama sahip olduğu görülmektedir. Ancak örgütlerin yüksek standartlara erişmesi, haksızlıkların, yozlaşmanın ve yolsuzlukların önüne geçilerek verimliliğin artırılması için adaletli bir yönetimin yanında hesap verebilirlik sisteminin de etkin bir şekilde sağlanması gerekmektedir. Bu durumda örgütsel adaletin yanında sosyal adaletin sağlanması için hesap verebilirlik kavramının gerekliliğini ortaya koymaktadır (Jones, 2004, s.586). Hesap verebilirlik yalın anlamı ile daha çok dışsal inceleme ve yaptırımları, yöneticilerin ve memurların hesaba çekildiği, eylemlerine ilişkin cevaplar verdiği denetim mekanizmasını ifade ederken örgütsel adalet kavramı yöneticilerin örgütte uyguladıkları yönetim politikaları ile ilgili bir kavramdır. Örgütsel adalet kavramını benimsemiş bir yönetici her zaman çalışanlarına karşı

adaletli olacak ve ayrımcılık yapmayacaktır. Ortaya koyduğu işlerde açık ve anlaşılır olmaya özen gösterecektir ve böylece de hesap verme işleminde bir zorluk çekmeyecektir.

Hesap verebilirlik ve örgütsel adalet arasındaki ilişkinin birbirini etkiler nitelikte olduğu söylenebilir. Örgütsel adaletin sağlanmış olması hesap verebilirliği kolaylaştırırken, hesap verebilirlik anlayışını yerleştirmiş kurumlarda örgütsel adaletin üst seviyelerde olması gerekmektedir. Böylece işler düzenli ve sağlıklı bir şekilde yürüyebilir. Hesap verebilirlik ile örgütsel adalet arasında bir ilişkin olduğu literatürde daha önce yapılmış çalışmalarca ortaya konulmuştur. Örneğin Kalman ve Gedikoğlu (2014) tarafından gerçekleştirilen ve okul yöneticilerinin hesap verebilirliği ile örgütsel adalet arasındaki ilişkinin incelendiği çalışmada hesap verebilirlik ile örgütsel adalet arasında yüksek düzeyde, pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişkinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Okullarda şeffaflık üzerine Özgan tarafından 2011 yılında yapılan bir çalışmaya göre ise okuldaki şeffaflığın öğretmenlerin yönetime güven duyması, okula bağlılıklarının artması, motivasyonlarının artması ve performanslarının artması gibi olumlu etkilerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kantos 2010 yılında gerçekleştirdiği “İlköğretim Okulu Yönetici Ve Öğretmenlerinin Görüşlerine Göre Kamu Ve Özel İlköğretim Okulları İçin Bir Hesap Verebilirlik Modeli” çalışmasında okul yöneticilerinin okul yönetiminde demokratik ilkelere önem vermesi, öğrenci başarısına odaklanan öğrenme ortamının oluşturulması, duyarlı bir yönetim anlayışı ve eğitim anlayışının sergilenmesi gibi birçok konuda hesap verebilir olması gerektiği sonucuna ulaşmıştır. Ulaşılan bu sonuçlara bakıldığında düşünüldüğü de hesap verebilirlik ve örgütsel adalet arasında ilişkinin olduğunu söylemek zor olmayacaktır.

Tüm bu örgütsel adalet ve hesap verebilirlik tanımlamaları özellikleri göz önüne alındığında H_1 ve H_2 hipotezi geliştirilmiştir.

H_1 ; Hesap verebilirlik ile örgütsel adalet arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_2 ; Hesap verebilirliğin örgütsel adalet üzerinde istatistiki açıdan anlamlı bir etkisi vardır.

3. Yöntem

Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden yararlanılmıştır. Araştırmada ihtiyaç duyulan veriler anket formları yardımı ile elde edilmiştir. Araştırmada hesap verebilirliği ölçmek için Diğdem Doğan (2015) tarafından geliştirilen hesap verebilirlik ölçeğinin kamu kurumu çalışanlarına yönelik uyarlaması yapılmış ve bu uyarlanan ölçekten yararlanılmıştır. Örgütsel adalet algısı ölçmek için ise Nieoff ve Moorman tarafından geliştirilen örgütsel adalet ölçeğinin Fatma Yıldırım (2007) tarafından kullanılan Türkçe formundan yararlanılmıştır. Araştırmada veriler hesap verebilirlik, örgütsel adalet ve kişilerin demografik özelliklerini ölçen ve üç bölümden oluşan bir anket formu yardımı ile toplanmıştır. Anket formları el ile dağıtılmış ve sonuçta 337 adet kullanılabilir anket formu elde edilmiştir². Araştırma kapsamında elde edilen veriler araştırma hipotezleri ve amacı doğrultusunda nicel analiz teknikleri yardımı ile değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda tanımlayıcı istatistikler ile regresyon ve korelasyon analizleri kullanılarak değerlendirilmiştir.

² Bu çalışmada veri toplama aracı olarak kullanılan anket için Sakarya Üniversitesi Etik Kurulu'ndan (Sayı: 61923333/044/) yazılı etik onay alınmıştır.

3.1.Araştırmanın Önemi

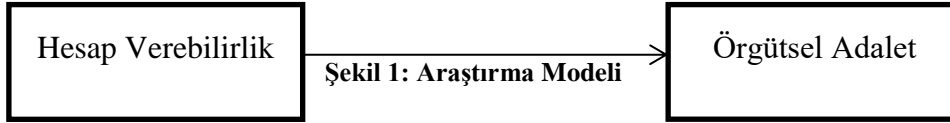
Bu çalışmada Türkiye için önemli kamu kuruluşlarından biri olan TÜVASAŞ üzerinde hesap verebilirlik ve örgütsel adalet kavramlarının karar alıcılar ve uygulayıcılar açısından nasıl algılandığını, ne derece bir geçerliliğe sahip olduğunu ve ne derece önemli olduğunun tespit edilmesi için önemlidir. Türkiye’de yolsuzluk probleminin giderilmesi için 4982 sayılı kanun ile bilgi edinme hakkını yasal hale getirilmiştir. Ülkemizde 2010 yılında yapılan referandum ile bilgi edinme hakkı Türkiye Cumhuriyeti Anayasa’sının 74’ncü maddesine eklenmiştir. Bu çalışmada Türkiye için önemli bir kuruluş olan TÜVASAŞ üzerinde bu kanunun ne derece uygulandığının tespiti için önemlidir.

3.2.Araştırma Problemi

Araştırmada hesap verebilirlik ve örgütsel adalet arasında bir ilişkinin olduğu varsayılmıştır. Bu varsayım doğrultusunda araştırmanın problemi şu şekilde belirlenmiştir: “hesap verebilirlik ve örgütsel adalet arasında nasıl bir ilişki vardır?. Araştırma problemini cevaplandırmak amacıyla araştırma problemi ve teorik çerçeve doğrultusunda çeşitli hipotezler üretilmiş, betimleyici istatistiklerin yanında ilişki ve etki analizleriyle hipotezler test edilmiştir.

3.3.Araştırmanın Modeli

Araştırma kapsamında yer alan araştırma modeli aşağıdaki gibidir:



3.4.Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Bu araştırmanın evrenini 2017 yılının Eylül-Kasım ayları arasında TÜVASAŞ bünyesinde çalışan 1103 kişi oluşturmaktadır. Araştırmada ihtiyaç duyulan veriler bir kamu kuruluşu olan TÜVASAŞ bünyesinde çalışan karar alıcılar ve uygulayıcılardan oluşan örneklem vasıtasıyla elde edilmiştir. Basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile seçilen 400 kişiye ulaşılmış fakat 63 kişiden elde edilen anketlerin tam doldurulmaması, tek seçenekli sorularda birden fazla seçeneğin işaretlenmesi gibi çeşitli sebeplerden dolayı kullanılabilir 337 anket elde edilmiştir.

3.5.Araştırmanın Sınırlılıkları Ve Kısıtları

Araştırmada ihtiyaç duyulan veriler bir kamu kuruluşu olan TÜVASAŞ bünyesinde çalışan karar alıcılar ve uygulayıcılardan oluşan örneklem vasıtasıyla elde edilmiştir. Araştırmada elde edilen bulgular söz konusu kurum içerisinde kendisine ulaşılabilen ve araştırmaya kendi rızaları ile gönüllü olarak katılan çalışanlar ile sınırlıdır. Araştırmaya katılan bireylerin ölçeklerde yer almakta olan soruları, ifadeleri doğru anladığı ve bu soruları gerçeğe uygun bir biçimde başkalarının baskısı veya etkisi altında kalmadan cevaplandığı varsayılmıştır ve örneklemin istatistiksel açıdan analizlerin yapılması için yeterli büyüklükte olduğu varsayılmıştır.

Bu çalışmanın teorik kısmı mevcut literatür taranarak hazırlanmıştır. Bir kurumun hesap verebilirlik ve örgütsel adalet algısını oluşturmak ve yürütmek için kullandığı alt yapı çalışmaları, dokümantasyon bilgileri gibi teknik detaylara girilmemiştir. Araştırmada veri elde

etmek için anket formlarından yararlanıldığı için araştırmaya katılan bireyler önceden yapılandırılmış veri toplama teknikleriyle yanıtlarını veya tepkilerini sınırlamak durumunda kalmıştır. Araştırmada örnekleme yöntemlerinden basit tesadüfi örnekleme yönteminin kullanılması araştırmada elde edilen bulguların genellenebilmesini güçleştirmektedir. Bu kapsamda araştırma sonuçları sadece çalışma evrenine genellenebilir.

3.6.Verilerin Analizi

Araştırmanın verileri SPSS 20.0 paket programı yardımıyla ile tanımlayıcı istatistikler, korelasyon analizi ve regresyon analizi ile gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular, tablolar yardımı izleyen kısımda sunulmuştur.

3.7. Araştırma Bulguları

Bu bölüm içerisinde araştırma kapsamında istatistiksel analize tabii tutulan verilere ilişkin bulgular tablolar yardımı ile gösterilmiştir.

3.7.1.Demografik Özellikler

Araştırma kapsamında yer alan 337 katılımcıya ait özellikler Tablo 1’de sunulmuş ve katılımcıların demografik özellikleri değerlendirilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

| Özellik | Seçenek | f | % |
|---------------------------------|--------------------|-----|------|
| Cinsiyet | Kadın | 14 | 4,2 |
| | Erkek | 323 | 95,8 |
| Medeni Hal | Bekar | 84 | 24,9 |
| | Evli | 253 | 75,1 |
| Eğitim | İlkokul | 5 | 1,5 |
| | Ortaokul | 31 | 9,2 |
| | Lise | 162 | 48,1 |
| | Ön Lisans | 50 | 14,8 |
| | Lisans | 77 | 22,8 |
| | Lisans Üstü | 12 | 3,6 |
| Yaş | 18 – 23 | 19 | 5,6 |
| | 24 – 29 | 61 | 18,1 |
| | 30 – 35 | 84 | 24,9 |
| | 36 – 41 | 56 | 16,6 |
| | 42 – 47 | 66 | 19,6 |
| | 48 ve üzeri | 51 | 15,1 |
| Çalışılan Kategori | Mavi Yaka | 241 | 71,5 |
| | Beyaz Yaka | 96 | 28,5 |
| Bu İşyerindeki Çalışma Deneyimi | 5 Yıl ve daha az | 115 | 34,1 |
| | 6- 10 Yıl | 79 | 23,4 |
| | 11 - 15 Yıl | 27 | 8 |
| | 16 - 20 Yıl | 45 | 13,4 |
| | 21 Yıl ve üzeri | 71 | 21,1 |
| Yönetici Pozisyonu | Evet | 26 | 7,7 |
| | Hayır | 311 | 92,3 |
| Aylık Gelir | 2000 TL ve daha az | 16 | 4,7 |
| | 2001 - 2500 TL | 20 | 5,9 |
| | 2501 - 3500 TL | 133 | 39,5 |
| | 3501 - 4500 TL | 150 | 44,5 |
| | 4501 TL ve üzeri | 18 | 5,3 |

Katılımcıların demografik özelliklerine bakıldığında %95,8'inin erkek, %4,2'sinin ise kadın olduğu görülmektedir. Katılımcıların %24,9'u bekar, %75,1'inin ise evli olduğu görülmektedir. Katılımcıların %48,1'inin lise, %22,8'inin lisans eğitime sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaş dağılımlarına bakıldığında 24-29 yaş kategorisinde %18,1, 30-35 yaş kategorisinde %24,9, 42-47 yaş kategorisinde %19,6 olduğu görülmektedir. Katılımcıların %71,5'i mavi yaka %28,5'i ise beyaz yaka kategorisinde yer almaktadır. Katılımcıların bu işyerindeki çalışma deneyimlerine bakıldığında 5 yıl ve daha az bir zamandır çalışmakta olanların %34,1, 6 - 10 yıl aralığında çalışanların %23,4, 21 yıl ve üzerinde çalışanların ise %21,1 olduğu görülmektedir. Katılımcıların % 7,7'si yönetici pozisyonunda çalışırken %92,3'ünün yönetici pozisyonuna sahip olmadığı görülmektedir. Katılımcıların aylık gelirlerine göre dağılımlarına bakıldığı zaman, %39,5'inin 2501-3500 TL, %44,5'inin 3501-4500 TL, %5,3'ünün ise 4501 TL ve üzeri bir gelire sahip olduğu görülmektedir.

3.7.2.Güvenilirlik Analizleri

Ölçeklerde yer alan ifadeler güvenilirlik analizine tabi tutulmuş ve ölçeklerin içsel tutarlılığına ait analiz sonuçları Tablo 2 ve Tablo 3'de gösterilmiştir.

Tablo 2: Hesap Verebilirlik Ölçeği Güvenilirlik Analizi

| Cronbach's Alpha | Madde Sayısı |
|------------------|--------------|
| ,954 | 21 |

Tablo 3: Örgütsel Adalet Ölçeği Güvenilirlik Analizi

| Cronbach's Alpha | Madde Sayısı |
|------------------|--------------|
| ,953 | 20 |

Hesap Verebilirlik ve Örgütsel Adalet ölçeklerinin güvenilirlik testi (Cronbach alpha) sonuçları kritik değer olan 0,70'in üzerindedir. Bu durum hesap verebilirlik ölçeği ve örgütsel adalet ölçeğinin iç tutarlılıklarının yüksek olduğunu ve ölçeklerin güvenilir olduklarını göstermektedir (Özdamar,2004).

3.7.3.Korelasyon Analizi

Bu bölümde hesap verebilirlik ile örgütsel adalet arasındaki doğrusal ilişkinin yönü ve kuvveti incelenmiştir. Bu amaçla hesap verebilirlik ve örgütsel adalet ilişkisi arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki (korelasyon) olup olmadığı araştırılarak korelasyon analizine ait bulgular Tablo 4'de sunulmaktadır.

Tablo 4: Korelasyon Analizi

| Boyutlar | Örgütsel Adalet |
|--------------------|-----------------|
| Hesap Verebilirlik | ,745** |

**p<0,01 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 8'de yer alan sonuçlar Hesap verebilirlik ve örgütsel adalet arasında istatistiki açıdan anlamlı ve yüksek düzeyde pozitif yönlü doğrusal bir ilişki (korelasyon) olduğunu ortaya koymaktadır. Bu sonuçlara göre H₁ hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.

3.7.4. Regresyon Analizi

Tablo 5’da yer alan regresyon analizi sonuçları değerlendirildiğinde, hesap verebilirlik ve örgütsel adalet değişkenleri arasında pozitif yönlü ve istatistiki açıdan anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir ($R=0,745$; $p<0,000$). Bu ilişki modele ait teorik beklentiyi sağlamaktadır. Modelde yer alan bağımlı değişken “örgütsel adalet” iken bağımsız değişken “hesap verebilirlik” değişkeni olarak belirlenmiştir. Buna göre hesap verebilirlik, örgütsel adalettaki değişimin % 55’ini açıklamaktadır (Düzeltilmiş $R^2=0,554$).

Tablo 5: Regresyon Analizi

| Bağımlı Değişken: Örgütsel Adalet | | | | | |
|-----------------------------------|----------------------------------|---------------|--------------------------------|---------------------------|------|
| $R=,745$ | | $R^2 = ,556$ | Düzeltilmiş $R^2= ,554$ | Tahminin Std. Hatası=,528 | |
| | | F= 418,920 | p< 0,000 | | |
| Değişkenler | Standartlaştırılmamış Katsayılar | | Standartlaştırılmış Katsayılar | t | p. |
| | B | Standart Hata | Beta (β) | | |
| Sabit | ,821 | ,121 | | 6,763 | ,000 |
| Hesap Verebilirlik | ,759 | ,037 | ,745 | 20,468 | ,000 |

Tablo 5’da yer alan sonuçlar; modelin açıklayıcılığının, istatistiksel açıdan anlamlı olduğunu göstermektedir ($F=418,920$; $p<0,000$). Regresyon modelinde yer alan bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisine yönelik sonuçlar değerlendirildiğinde; hesap verebilirliğin ($t=6,763$; $p=,000$), örgütsel adalet üzerinde istatistiki açıdan anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir ($p<0,05$).

3.7.5. Hesap Verebilirlik Ölçeğine Yönelik Cevapların Gruplar Arası Karşılaştırmalar

Araştırmada, katılımcıların hesap verebilirlik ölçeğine verdikleri cevapların ortalamalarının deneyim, yaş ve eğitim açısından farklılık gösterip göstermediğini belirleyebilmek amacıyla One-Way ANOVA (Tek Yönlü Varyans Analizi) testi ile yapılan karşılaştırmalara ait sonuçlar izleyen kısımda sunulmuştur.

3.7.5.1. Hesap Verebilirliğe Yönelik Cevapların Çalışma Deneyimine Göre Karşılaştırılması

Tablo 6: Hesap Verebilirliği Yönelik Cevapların Çalışma Deneyimine Göre Karşılaştırılması

| | Çalışma Deneyimi | N | Ortalama | Std. Sapma | Ort. Std. Hatası | F | p |
|---------------------------|------------------|-----|----------|------------|------------------|-------|------|
| <i>Hesap Verebilirlik</i> | 5 Yıl ve daha az | 115 | 3,270 | ,716 | ,0668 | 2,826 | ,025 |
| | 6- 10 Yıl | 79 | 3,320 | ,726 | ,0816 | | |
| | 11 - 15 Yıl | 27 | 3,100 | ,909 | ,1749 | | |
| | 16 - 20 Yıl | 45 | 3,002 | ,604 | ,0901 | | |
| | 21 Yıl ve üzeri | 71 | 3,000 | ,919 | ,1091 | | |

One-Way ANOVA analizi sonuçlarına göre; katılımcıların hesap verebilirlik ölçeğine verdikleri cevapların çalışma deneyimi açısından istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmüştür ($p<0,05$). Farkın kaynağı incelemek amacıyla gerçekleştirilen Post Hoc Testlerine ait Scheffe sonuçları değerlendirildiğinde; verilen cevapların ortalamalarına göre çalışma deneyimine ait gruplar arasındaki farkın, 5 yıl ve daha az deneyime sahip olanların

hesap verebilirlik ölçeğine verdikleri cevapların ortalamaları ile 16-20 yıl deneyime sahip olanların hesap verebilirlik ölçeğine verdikleri cevapların ortalamaları arasında ve 6-10 yıl arasında deneyime sahip olanların cevaplarının ortalamaları ile 21 yıl ve üzeri deneyime sahip olanların cevaplarının ortalamaları arasındaki farktan kaynaklandığı tespit edilmiştir ($p < 0,05$).

3.7.5.2. Hesap Verebilirliğe Yönelik Cevapların Yaşa Göre Karşılaştırılması

Tablo 7: Hesap Verebilirliği Yönelik Cevapların Yaşa Göre Karşılaştırılması

| | Yaş | N | Ortalama | Std. Sapma | Ort. Std. Hatası | F | p |
|---------------------------|-------------|----|----------|------------|------------------|-------|------|
| <i>Hesap Verebilirlik</i> | 18 – 23 | 19 | 3,123 | ,672 | ,154 | 3,030 | ,011 |
| | 24 – 29 | 61 | 3,342 | ,697 | ,089 | | |
| | 30 – 35 | 84 | 3,311 | ,778 | ,085 | | |
| | 36 – 41 | 56 | 3,270 | ,783 | ,105 | | |
| | 42 – 47 | 66 | 2,977 | ,750 | ,092 | | |
| | 48 ve üzeri | 51 | 2,954 | ,851 | ,119 | | |

One-Way ANOVA analizi sonuçlarına göre; katılımcıların hesap verebilirlik ölçeğine verdikleri cevapların yaşları açısından istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmüştür ($p < 0,05$). Farkın kaynağı incelemek amacıyla gerçekleştirilen Post Hoc Testlerine ait Scheffe sonuçları değerlendirildiğinde; verilen cevapların ortalamalarına göre yaşlara ait gruplar arasındaki farkın, 24-29 yaş aralığında olanların hesap verebilirlik ölçeğine verdikleri cevapların ortalamaları ile 42-47 yaş aralığında olanların hesap verebilirlik ölçeğine verdikleri cevapların ortalamaları arasında ve 24-29 yaş aralığında olanların cevaplarının ortalamaları ile 48 ve üzeri yaş aralığında olanların cevaplarının ortalamaları arasındaki farktan kaynaklandığı tespit edilmiştir ($p < 0,05$).

3.7.5.3. Hesap Verebilirliğe Yönelik Cevapların Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırılması

Tablo 8: Hesap Verebilirliği Yönelik Cevapların Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırılması

| | Eğitim Düzeyi | N | Ortalama | Std. Sapma | Ort. Std. Hatası | F | p |
|---------------------------|---------------|-----|----------|------------|------------------|-------|------|
| <i>Hesap Verebilirlik</i> | İlkokul | 5 | 2,467 | ,418 | ,187 | 3,977 | ,002 |
| | Ortaokul | 31 | 3,155 | ,989 | ,178 | | |
| | Lise | 162 | 3,337 | ,751 | ,059 | | |
| | Ön Lisans | 50 | 2,893 | ,633 | ,090 | | |
| | Lisans | 77 | 3,128 | ,745 | ,085 | | |
| | Lisans Üstü | 12 | 2,948 | ,886 | ,256 | | |

One-Way ANOVA analizi sonuçlarına göre; katılımcıların hesap verebilirlik ölçeğine verdikleri cevapların ortalamalarının eğitim durumuna göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmüştür ($p < 0,05$). Farkın kaynağı incelemek amacıyla gerçekleştirilen Post Hoc Testlerine ait Scheffe sonuçları değerlendirildiğinde; verilen cevapların ortalamalarına göre lise düzeyinde eğitime sahip olanların hesap verebilirlik ölçeğine verdikleri cevapların ortalamaları ile ön lisans eğitimine sahip olanların cevaplarının ortalamaları arasındaki farktan kaynaklandığı tespit edilmiştir ($p < 0,05$).

3.7.6.Örgütsel Adalet Ölçeğine Yönelik Gruplar Arası Karşılaştırmalar³

Araştırmada, katılımcıların örgütsel adalet ölçeğine verdikleri cevapların ortalamalarının deneyim, yaş ve eğitim açısından farklılık gösterip göstermediğini belirleyebilmek amacıyla One-Way ANOVA (Tek Yönlü Varyans Analizi) testi ile yapılan karşılaştırmalara ait sonuçlar izleyen kısımda sunulmuştur.

3.7.6.1.Örgütsel Adalet Yönelik Cevapların Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırılması

Tablo 9: Örgütsel Adalet Yönelik Cevapların Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırılması

| | Eğitim Düzeyi | N | Ortalama | Std. Sapma | Ort. Std. Hatası | F | p |
|------------------------|---------------|-----|----------|------------|------------------|-------|------|
| <i>Örgütsel Adalet</i> | İlkokul | 5 | 2,820 | ,503 | ,225 | 3,622 | ,003 |
| | Ortaokul | 31 | 3,292 | ,848 | ,152 | | |
| | Lise | 162 | 3,397 | ,769 | ,060 | | |
| | Ön Lisans | 50 | 2,948 | ,731 | ,103 | | |
| | Lisans | 77 | 3,130 | ,781 | ,089 | | |
| | Lisans Üstü | 12 | 2,983 | ,923 | ,266 | | |

One-Way ANOVA analizi sonuçlarına göre; katılımcıların örgütsel adalet ölçeğine verdikleri cevapların ortalamalarının eğitim durumuna göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmüştür ($p<0,05$). Farkın kaynağı incelemek amacıyla gerçekleştirilen Post Hoc Testlerine ait Scheffe sonuçları değerlendirildiğinde; verilen cevapların ortalamalarına göre lise düzeyinde eğitime sahip olanların örgütsel adalet ölçeğine verdikleri cevapların ortalamaları ile ön lisans eğitimine sahip olanların örgütsel adalet ölçeğine verdikleri cevaplarının ortalamaları arasındaki farktan kaynaklandığı tespit edilmiştir ($p<0,05$).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Hesap verebilirlik, çalışanların ve yöneticilerin işlem ve faaliyetlerinin sorgulandığı bir süreci belirtirken örgütsel adalet örgüt çalışanlarının örgüte yönelik adaletle olan inançlarını, tutum ve düşüncelerini ifade etmektedir. İster özel sektör olsun isterse kamu sektörü olsun hesap verebilirlik ve örgütsel adalet kavramları örgütlerin hayatlarını devam ettirebilmesi açısından önemli kavramlar olarak ön plana çıkmaktadırlar. Bu nedenle bu çalışmada bu iki kavram arasındaki ilişki incelenmeye çalışılmıştır.

Hesap verebilirlik kişi ya da kurumların görev ve sorumluluklarını yerine getirirken izlemiş oldukları yol, yöntem, kullandıkları kaynakların sorumluluğu, eylemlerinin ortaya çıkarttığı sonuçlar kabul etmeleri ve şeffaf bir şekilde yapmış olduklarına dair hesap vermelerini ifade etmeleri örgütsel adaleti etkilemektedir. Örgütsel adalette hesap verebilirliği etkileyebilmekte hesap verebilirlik kavramının sorgulanmasına yol açabilmektedir. Hesap verebilirliği ve örgütsel adaleti yönetim açısından düşündüğümüzde adil bir işleyiş açısından son derece hayati öneme sahip olan iki kavram olduğu görülmektedir. Bu bağlamda hesap verebilirlik ve örgütsel adalet kavramları birbiri için son derece önemli kavramlardır. Bu araştırmada ve literatürde yapılan benzer araştırmaların sonuçlarına bakıldığında zaman söz konusu kavramların birbiri ile yüksek derecede bağlantılı olduğu görülebilmektedir. Hesap verebilirlik ve örgütsel adalet

³ Örgütsel adalet ölçeğinde verilen cevapların ortalamalarına göre deneyim ve yaş grupları açısından istatistiki olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır ($p>0,05$). Bu sebepten dolayı analiz sonuçları tablolar eşliğinde sunulmamıştır.

literatürlerine ayrı ayrı bakıldığı zaman hesap verebilirlik tanımlanırken tanım içerisinde örgütsel adaletten, örgütsel adalet tanımlanırken hesap verebilirlik kavramından söz edildiği görülmektedir.

Araştırmanın temel amaçlarından biri hesap verebilirlik ve örgütsel adalet ilişkisinin tespit edilmesi olduğundan “*H₁:Hesap verebilirlik ile örgütsel adalet arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.*” hipotezi test edilmiştir. Gerçekleştirilen korelasyon analizi sonucuna göre hesap verebilirlik ve örgütsel adalet ilişkisi açısından anlamlı ve yüksek düzeyde pozitif yönlü doğrusal bir ilişkinin (korelasyon) olduğu sonucuna ulaşılarak H₁ hipotezinin kabul edildiği anlaşılmıştır. Bu çalışmada yer alan korelasyon analizi sonuçları ($r=0,785$; $p<0,01$) da göstermiş olduğu gibi hesap verebilirlik ile örgütsel adaletin istatistiki açıdan anlamlı ve pozitif yönlü kuvvetli bir şekilde ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İlişkinin bu denli kuvvetli çıkması araştırmanın kamu kurumu bünyesinde yapılmış olmasından kaynaklı olduğu düşünülebilir. Bununla birlikte literatürde yapılmış benzer çalışmalara baktığımızda örneğin Kalman ve Gedikoğlu tarafından 2014 yılında gerçekleştirilen ve okul yöneticilerinin hesap verebilirliği ile örgütsel adalet arasındaki ilişkinin incelendiği çalışmada hesap verebilirlik ile örgütsel adalet arasında yüksek düzeyde, pozitif yönlü ve anlamlı ilişkinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Okullarda şeffaflık üzerine Özgan tarafından 2011 yılında yapılan bir çalışmaya göre okuldaki şeffaflığın öğretmenlerin yönetime güven duyması, okula bağlılıklarının artması, motivasyonlarının artması ve performanslarının artması gibi olumlu etkilerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Hesap verebilirlik ve örgütsel adaletin şeffaflık ile ilişkisi düşünüldüğünde bu iki kavram arasında benzer ilişkilere rastlamayı beklemek son derece doğaldır. İster kamu kurumu olsun isterse özel bir kurum olsun hesap verebilirlik sisteminin gerçek anlamda doğru bir biçimde uygulandığı yerlerde çalışanların örgütsel adaletle yönelik tutum ve düşüncelerinde olumlu yönde olacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın temel amaçlarından bir diğeri olan hesap verebilirliğin örgütsel adalet üzerindeki etkisini incelemek üzere geliştirilen “*H₂:Hesap verebilirliğin örgütsel adalet üzerinde istatistiki açıdan anlamlı bir etkisi vardır.*” hipotezi test edilmiştir. Hesap verebilirliğin örgütsel adaleti ne derece etkilediğini belirlemek amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre hesap verebilirliğin örgütsel adalet üzerinde istatistiki açıdan anlamlı ve pozitif yönlü etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılarak H₂ hipotezinin kabul edildiği anlaşılmıştır. Çalışmanın hem kavramsal hem de metodoloji kısmında değinilen hesap verebilirlik ve örgütsel adaletin birbiri ile son derece ilişkili olduğu ve hesap verebilirliğin örgütsel adaleti etkilediği varsayımını doğrulayan bir sonucun ortaya çıktığı görülmektedir ($t=6,763$; $p=,000$).

Bu çalışmada katılımcıların hesap verebilirlik ve örgütsel adalet ölçeklerine yönelik verdikleri cevapların ortalamalarının eğitim, yaş ve deneyim açısından istatistiki açıdan anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Yapılan One-Way ANOVA (Tek Yönlü Varyans Analizi) sonuçları hesap verebilirlik ölçeğine verilen cevapların ortalamalarının hem yaş hem eğitim hem de deneyime göre farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır ($p<0,05$). Hesap verebilirlik açısından yaş gruplarına ait farkın kaynağı incelendiğinde; 24-29 ile 42-47 yaş grupları arasında ve 24-29 ile 48 ve üzeri yaş grupları arasında farkın ortaya çıktığı görülmüştür. Bu sonuçlara göre kişilerin yaşları ilerledikçe hesap vermeye ilişkin düşünceleri değişmekte ve yaş ilerledikçe hesap vermeye ilişkin olumsuz düşüncelerin arttığı yani kişilerin yaşları ilerledikçe kurumun hesap verebilirliğine inançları azalmaktadır. Sonuçlar eğitim grupları

açısından değerlendirildiğinde ise farkın kaynağının lise ve ön lisans eğitim düzeylerine sahip olan katılımcıların verdikleri cevapların ortalamalarından kaynaklandığı görülmüştür.

Katılımcıların hesap verebilirlik ölçeğine verdikleri cevapların ortalamaları deneyim açısından incelendiğinde ise farkın kaynağının 5 yıl ve daha az deneyime sahip olanlar ile 16-20 yıl arasında deneyime sahip olanların ortalamaları arasında, 5 yıl ve daha az deneyime sahip olanlar ile 21 yıl ve üzeri deneyime sahip olanların ortalamaları arasında farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda sonuçları değerlendirecek olursak katılımcıların işyerindeki deneyim süreleri arttıkça kurumun hesap verebilirliğine dair olan inançlarında zayıflama görülmektedir. Söz konusu bu durum kişilerin kurum içerisinde geçirdikleri zaman arttıkça kurum içerisinde karşılaştıkları olumlu durumların yanında olumsuz durumların artması ve zamanla kurulan ve kişiselleşen ilişkilerden, kurumda derin ilişkiler kurdukça olaylara karşı bakış açılarının farklılaşmasından kaynaklı olduğu söylenebilir. Kişi işyerinde deneyim kazanırken yalnızca işiyle alakalı gelişmelerden değil, kurum içerisinde yaşanan bir takım olaylardan da haberdar olur yaşanan bu olaylar kimilerince olumlu ve adaletli olarak yorumlanırken kimilerince olumsuz ve adaletsiz olarak yorumlanır, zaman geçtikçe daha fazla olayla karşılaşılır ve çeşitli görüşler kabul edilir. Kişilerin yaşamış oldukları olumsuz durumlar ve kurum içerisinde yaşanan bazı olaylara olumsuz ve adaletsiz olarak algıladıklarında hesap vermeye olan inançlarının da azalmakta olduğu söylenebilir. -Way ANOVA (Tek Yönlü Varyans Analizi) sonuçları örgütsel adalet ölçeğine verilen cevapların ortalamaları açısından değerlendirildiğinde ise sadece eğitim düzeyine göre farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır ($p < 0,05$). Örgütsel adalet açısından eğitim düzeyine ait farkın kaynağı incelendiğinde; lise ile ön lisans eğitim düzeylerinden kaynaklandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma kapsamında elde edilen verilerden yola çıkılarak kurumların hesap verebilirlik anlayışının yerleşmesi için daha ciddi bir şekilde çalışmasının kurumların menfaatine olacağı söylenebilir. Kurum içinde hesap verebilirlik anlayışının yerleştirilmesi kuruma olan güveni arttırmakta ve adaletli bir yönetimin ortaya çıkmasında yardımcı olmaktadır. İster kamu kurumu olsun isterse özel kurumlar olsun hesap verebilirlik mekanizmasının tam anlamıyla işlevsel bir şekilde kurum içerisine yerleştirilmesi karar alıcılar ve uygulayıcılar arasındaki anlaşmazlıkları ve güç sahiplerinin bir takım baskıcı davranışlarının da kontrol altına alınmasına yardımcı olacaktır. Tüm bunların sonunda örgütsel adalete olan güvende artacak ve çalışanlarında kurumlarına olan bağlılıkları artacak daha istekli ve verimli bir şekilde çalışacaktır. Bu durumda kurumların menfaatine olacaktır. Nihayetinde hesap verebilirlik anlayışının örgütler içerisinde gerçek anlamda uygulanması karar alıcılar, uygulayıcılar ve örgüt arasında çift taraflı bir kazan kazan anlaşması olarak sonuçlanacağını söylemek yanlış olmayacaktır.

Uygulamaya Yönelik Öneriler

Aşağıda hesap verebilirlik ve örgütsel adaletin uygulanmasına yönelik olarak öneriler sunulmuştur.

- Hesap verebilirlik uygulamaları mali denetimlerin yanında, adaletli yönetim ilkeleri açısından da uygulanmasına yönelik çalışmalar yapılabilir.
- Türk kamu yönetimi anlayışı içerisinde nasıl bir hesap verebilirlik modelinin etkin bir şekilde kullanılabilir olduğuna ilişkin çalışmalar yapılabilir.

- Dışsal hesap verebilirlik baskısı kurum içerisinde çalışanların başarılarının artmasına yardımcı olacak ve çalışanların işleri konusunda kendilerini geliştirerek uzmanlaşmalarına yönelik katkı sağlayacaktır.
- Hesap verebilirliğin tam olarak uygulanabilmesi için bağımsız iç denetim firmalarından yararlanılabilir.

İleri Araştırmalara Yönelik Öneriler

Aşağıda hesap verebilirlik ve örgütsel adaletle ilişkin olarak araştırma yapacak olan kişilere yönelik öneriler sunulmuştur.

- Hesap verebilirlik baskılarının ve hesap verebilirliğe yönelik olan zorlukların daha iyi anlaşılması ve belirlenebilmesi için konuya ilişkin nitel araştırmalar yapılmalıdır.
- İçsel hesap verebilirlik baskısının yöneticiler üzerindeki etkisini ortaya koymak için derinlemesine mülakat yapılması gerekmektedir.
- Kamu yönetimine uygun olan ve kamu kuruluşlarında verimi arttıracak hesap verebilirlik uygulamalarının geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapılabilir.

Kaynakça

- AKTAN, C., AĞCAKAYA, S., VE DİLEYİCİ, D., (2004) “Kamu Maliyesinde Hesap Verme Sorumluluğu ve Mali Saydamlık”, Kamu Maliyesinde Çağdaş Yaklaşımlar, Ankara: Seçkin Yayınları, s.169.
- AKYÜZ, K. (2006). Kamusal Hesap Verebilirlik ve Medya, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli.
- AYDIN, A. H. (2009). Türk Kamu Yönetimi, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- BALCI A. (2003), “Kamu Yönetiminde Hesap Verebilirlik Anlayışı”, “Kamu Yönetiminde Çağdaş Yaklaşımlar”, Der. Asım Balcı, Namık Kemal Öztürk, Ahmet Nohutçu ve Bayram Coşkun. Ankara, Seçkin Yayınları.
- BERTELLI, A. M. and LYNN, L. E. (2003). “Managerial Responsibility”, Public Administration Review, 63 (3): 229-268.
- COHEN-CHARASH, Y. ve P. E. SPECTOR. “The Role of Justice in Organizations: A Meta Analysis”, Organizational Behavior and Human Decision Processes, LXXXVI, 2, 2001, 278 – 321.
- COLQUITT J.A. (2001), “On The Dimensionality of Organizational Justice: A Construct Validation of a Measure”, Journal of Applied Psychology, C.86. S. 3.ss.386,400.
- COLQUITT, Jason A. (2001) .“On The Dimensionality of Organizational Justice: A Construct Validation of A Measure”, Journal of Applied Psychology, LXXXVI, 3, 386, 400.
- ÇÖP, S., (2008), “Türkiye’de ve Polonya’da Turizm Sektörü Çalışanlarının Örgütsel Adalet ve Örgütsel Bağlılık Algularına İlişkin Bir Uygulama”, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Y.Lisans Tezi.
- DOĞAN Mustafa, Kurumsal Yönetim, Siyasal Kitabevi, Ankara 2007, s.54.


- DOĞAN, D., (2015), "Türkiye'deki Yükseköğretim Kurumlarında Hesap Verebilirlik Ve Akademik Özgürlük" Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi.
- FRİNK, D. D., Ferris, G. R. (1998), "Accountability, Impression Management, and Goal Setting in the Performance Evaluation Process". *Human Relations*, 51(10), 1259–1283.
- GÖREN, İ. (2000), "Kamu Mâli Yönetiminin Yeniden Yapılandırılması ve Denetim", TESEV Yayınları, İstanbul.
- GREENBERG, J. (1990), "Organizational Justice: Yesterday, Today and Tomorrow", *Journal of Management*, Vol.16(2), ss. 399-432. Akt; İşbaşı, 2000.
- GREENBERG, Jerald. "Organizational Justice: Yesterday, Today and Tomorrow", *Journal of Management*, XVI, 2, 1990, 399 – 432.
- http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts
- İÇERLİ, L. (2010). Örgütsel adalet: kuramsal bir yaklaşım. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5(1), 67-92.
- İŞCAN, Ömer Faruk, KARABEY, Canan Nur; "Örgüt İklimi ile Yeniliğe Destek Algısı Arasındaki İlişki", *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:6, Sayı:2, 2007,103-116.
- JONES, M., (2004), "Social Work Research—Ethical and Political Contexts". London: Sage, ISBN 0-7619-4971-2, Volume 7, No. 3, Art. 17 – May 2006.
- KALMAN M., Gedikoğlu, T., (2014), "Okul Yöneticilerinin Hesap Verebilirliği ile Örgütsel Adalet Arasındaki İlişkinin İncelenmesi", *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi (H. U. Journal of Education)* 29(2), 115-128.
- KANTOS, Z., E., (2010), "İlköğretim Okulu Yönetici Ve Öğretmenlerinin Görüşlerine Göre Kamu Ve Özel İlköğretim Okulları İçin Bir Hesap Verebilirlik Modeli." Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara. Akt: Kalman ve Gedikoğlu (2014).
- LUTHANS, F. (1997). *Organizational Behavior*. New York: McGraw-Hill.
- MCSHANE, S. L. ve M. A. VON GLINOW. *Organizational Behavior*, New York, McGraw-Hill/Irwin, 2009.
- NİEHOFF, B. P., Moorman, R. H. (1993), "Justice as a Mediator of the Relation-ship Between Methods of Monitoring and Organizational Citizenship Behavior", *Academy of Management Journal*, Vol. 36, No. 5, p. 527–556.
- ÖZDAMAR, K. (2004), "Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi". Eskişehir Kaan Kitabevi, 5. Baskı, 633.
- ÖZER, G. VE GÜNLÜK M. (2010). "Örgütsel Adaletin Muhasebecilerin İş Memnuniyeti ve İşten Ayrılma Eğilimine Etkisi." *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 459 - 485.

- ÖZGAN, H. (2011), “Organizational transparency in schools: Effects and obstacles.” *The New Educational Review*, 25(3), 116-127.
- PARLAK, B. (2011). *Kamu Yönetiminde Yeni Vizyonlar*, Alfa Aktüel Yayınları, Bursa.
- RİCHARD, M. (2004),, “Accountability: An Ever – Expanding Concept?”, *Public Administration*, Vol.78, No.3, 2000, p.555.
- SÖZEN, S. (2005). *Teori ve Uygulamada Yeni Kamu Yönetimi*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- TUTAR H., Altınöz M., (2017), "Hesap Verebilirlik Bağlamında İç Denetim ve Sorun Alanları: Eleştirel Bir Analiz", *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 8, Sayı 15. sf 225-248.
- TUTAR, H., (2007) “Erzurum’da Devlet ve Özel Hastanelerde Çalışan Sağlık Personelinin İşlem Adaleti, İş Tatmini ve Duygusal Bağlılık Durumlarının İncelenmesi”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, Cilt 12, Sayı:3, s.97-120.
- ÜSTÜNOLDU KANDEMİR, A. (2012), “Etiğin Kurumsallaşmasının İş Tatminine ve Örgütsel Adalet Olan Etkisi”, *Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu Türkiye Sanayi Sevk ve İdare Enstitüsü*, Sayı: 71, s.34 – 55.
- YILDIRIM, F. (2007), “İş doyumu ile örgütsel adalet ilişkisi”. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Dergisi*, 62(1), 253-278.



© 2020 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.

İhracatta Rekabet İstihbaratı: Demir-Çelik Profil İhracatçılarına Bir Model Önerisi

Halime Nur METE¹ 

¹ Uluslararası Ticaret ve Lojistik, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, KTO Karatay Üniversitesi, Türkiye.

ÖZ

Küreselleşme ile artan rekabet nedeniyle firmaların en temel sorunu pazar payını korumak olmuştur. Firmalar buldukları mevcut pazarda paylarını artırmak, her geçen zaman diliminde daha iyi bir konuma gelmek için çabalamak zorundadır. Pazar araştırmaları için zaman ve bütçe ayırmaları gerekmektedir. Rekabet istihbaratı bu süreci daha da kolaylaştırarak kısıtlı zaman ve kıt kaynaklar ile doğru tüketiciye, en kısa zamanda, en ekonomik ve kolay bir biçimde ulaşılmasını sağlamaktadır. Bu araştırmanın amacı sektörde yer alan işletmelerin, rekabet istihbaratı ile kaynakları en etkin şekilde kullanarak; ihracat için potansiyel hedef pazarlarını belirleyerek ve ihracat planları oluşturarak uluslararası piyasalarda daha kolay rekabet edebilmesini sağlamaktır. Araştırma 7216 Gtip numaralı Demir Çelik sektörünün Dünya Yıllar İthalatı, Dünya İthalat Göstergeleri, Dünya Yıllar İhracatı, Dünya İhracat Göstergeleri, Türkiye Yıllar İhracatı, Dünya Yıllar İthalatı ile Türkiye Yıllar İhracatı Karşılaştırılması başlıklarını içermektedir. Çalışma kapsamında rekabet istihbaratının ihracatta kullanımı ve hedef pazar seçim sürecinden bahsedilmiş, ayrıca stratejik hedef pazar önerilerinde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Rekabet istihbaratı, Hedef Pazar, Demir-Çelik

Competitive Intelligence In Exports: A Model Proposal For Iron And Steel Profile Exporters

ABSTRACT

Due to increasing competition with globalization, the main problem of firms has been to maintain their market share. Firms have to strive to increase their share in their current market and to become better in every passing period of time. They need to allocate time and budget for market research. Competitive intelligence makes this process even easier, enabling the right consumer to be reached in the shortest time, in the most economical and easy way with limited time and scarce resources. The aim of this research is to enable the enterprises in the sector to compete more easily in international markets by using competitive intelligence and resources in the most effective way; determining potential target markets for export and creating export plans. The research includes the titles of World Years Imports, World Import Indicators, World Years Exports, World Export Indicators, Turkey Years Exports, Comparison of World Years Imports and Turkey Years Exports of the Iron and Steel sector with Gtip number 7216. Within the scope of the study, the use of competitive intelligence in exports and the target market selection process were mentioned, and strategic target market suggestions were also made.

Keywords: Competition intelligence, Target Market, Iron and Steel

¹ Sorumlu yazar: halimenurmete@gmail.com

1. Giriş

İşletmeler ulusal pazarda başarı elde ettikten sonra karlılıklarını artırmak ve sürdürülebilirlik için uluslararası pazarlara giriş yapmak istemektedirler. Ancak uluslararası pazarlarda faaliyet göstermek ulusal pazarlara kıyasla daha karmaşık bir yapıya sahiptir. Bu nedenle işletmeler uluslararası pazarlarda faaliyet göstermeye başlamadan önce iyi bir organizasyon yapısı ve planlama yapmak zorundadırlar. Çünkü uluslararası pazarlama karması elemanlarının yurt dışındaki pazarın ihtiyaçları doğrultusunda adapte edilmesi gerekmektedir (Demirtaş, 2020).

D'Aveni ve Gunther (1994) yaptıkları çalışmada, rekabette yeni bir çağ başladığını ve bu çağın Hiper Rekabet Çağı olarak adlandırılacağını vurgulamışlardır (D'Aveni ve Gunther, 1994). Bu dönemde artık rakipler piyasaya kolay ve hızlı girebilmekte dolayısıyla rekabet son derece sert yaşanmaktadır.

Ne olarak isimlendirildiğinden bağımsız olarak rekabetteki bu değişimin şekillendirici gücü önemini her geçen gün artırmaktadır. Değişim hızı artarken, işletmeler refahlarını sürdürebilmek için, alışageldikleri iş yapma yöntemlerine dayanarak çalışmaya devam edemezler (Kotler, 1999).

Rekabetin şiddetinin arttığı böylesi bir ortamda işletmeler kendilerini başarıya ulaştıracak etkin stratejiler oluşturma hususunda baskı hissederler. Bu noktada, stratejik yönetim işletmeler için vazgeçilmez bir araç olarak ön plana çıkmaktadır. “Üstün performans elde etmek için, rakiplere karşı sürdürülebilir avantajlara sahip olmak prensibi günümüz strateji düşüncesinin temelini oluşturmaktadır” (Gençtürk vd., 2010).

Rekabet istihbaratının strateji ile kullanımına örnek olarak Türkiye'nin demir ve çelik sektöründeki başarılı ilerleyişi bu çalışma ile ortaya konmak istenmiştir. Demir çelik sektörü; Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği'nin Mayıs 2021, Demir Çelik Ve Demir Çelikten Eşya Sektör Raporuna göre; yılda yaklaşık 50 milyar dolar civarında bir ciroya sahiptir. 50 bin kişiye doğrudan istihdam sağlar, yatay ve dikey ilişkili olduğu diğer iş kolları ve faaliyet zincirleri dikkate alındığında, yaklaşık 350 bin kişiye istihdam sağlamakta olduğu tahmin edilmektedir.

Demir çelik sektörü ülkemizin sanayileşmesinde stratejik bir öneme sahiptir. Türkiye'nin bu sektörde büyüme beklentilerine sahip olması, rekabet gücünün olması, üretilen ve üretilebilecek ürünlerin uluslararası formları karşılayabilecek düzeyde olması, sektörün uluslararası pazarının geniş ve çeşitli olması ve Türkiye'nin coğrafi konumu gibi güçlü yönleri, bu sektörde Türkiye'nin ileri bir noktada olmasını sağlamıştır. Ayrıca yurtiçi ve yurtdışında sektör ürünlerine talebin çok olması, büyüme ihtimali olan pazarlara Türkiye'nin yatkın olması, otomotiv, inşaat gibi sektörlerde büyüme potansiyeli olması, çelik yapılarının kullanımının hızla yaygınlaşması gibi durumlar da Türkiye'nin uluslararası pazarlarda karşısına çıkan fırsatlardan bazılarıdır (<https://www.demirbirlik.org/TR,1/kurumsal.html>).

Türkiye'nin demir çelik üretimi konusunda küresel piyasadaki ilerlemesi, gelişebilecek bir pazar ve sektör olarak görülmesi, bu araştırmanın yapılmasına sebep oluşturmuştur. 7216 kodunda üretim yapan firmaların rekabet istihbaratı ile kaynaklarını en etkin şekilde kullanarak, ihracat için potansiyel hedef pazarlarını belirleyip, ihracat planı oluşturarak uluslararası piyasalarda daha kolay rekabet edebilmesi amaçlanmıştır.

Bu tarz pazar araştırmaları gerçekleştirildiğinde, bazı pazarlar miktarsal ve oransal açıdan hızla büyürken, bazı pazarlar ise uzun vadede aşamalı bir biçimde büyüme sağlamaktadır. Bununla beraber bazı küresel pazarların ithalat oranları çok azdır fakat hızlı bir Şekilde büyüme potansiyeli taşımaktadır. Bu durum ise bazı işletmeler için cazip bir durum oluşturmaktadır. Yapılan alışma ile hedef pazar önerilerinde bulunulmuş ihracatçı firmalar için uygun koşulların olduğu pazarlar belirtilmiştir. Çalışmadan yararlanacak olan firmalar kendi kriterlerini belirleyip bu doğrultuda hedef pazarlarını seçmelidirler.

Yapılan çalışmada ilk olarak rekabet istihbaratının tanımı, ihracatta kullanımı ve hedef pazar seçimi kullanımı konularına değinilmiş ardından çalışmanın yöntemi ve bulgular sunulmuştur.

2. Rekabet İstihbaratının Tanımı

Rekabet istihbaratı ile ilgili birçok tanım vardır. Kısaca birkaç tanım incelendiğinde; Barndt'a (1996) göre, rekabet istihbaratı sadece bir süreç, disiplin veya sistem değil, aynı zamanda nasıl rekabet ettiğimiz ve karar verdiğimiz hakkında bir düşünce Őeklidir. Rekabet İstihbaratı programlarının amacı, uygun evre hakkında bilgi elde etmek, tehditleri ve fırsatları tanımlamak, planlamayı iyileştirmek, doğru kararların verilebilmesini sağlamak, hem organizasyonel hem de kişisel riskleri azaltmak ya da en aza indirip daha iyi değerlendirmektir (Barndt 1996).

Weiss'a göre rekabet istihbaratı, rekabet avantajı elde etmek için rakipler hakkında bilgi edinme ve analiz etme ile ilgilidir. Rekabet istihbaratı; rakipler ve genel iş ortamı hakkındaki bilgilerin yasal olarak toplanmasını içerir ve kurumların dış çevresi hakkında bilgi edinme sürecine dâhil olan bir bilgi yönetimi olarak görülebilir (Weiss 2002).

3. Rekabet İstihbaratının İhracatta Kullanımı

İhracat; bir ülkeden ürün veya hizmetin yurt dışına döviz karşılığında satılması olarak tanımlanmaktadır. İhracatın gerçekleşebilmesi için izlenmesi gereken belli bir süreç vardır. İhracat sürecinin ilk adımı, işletmenin ihracatçı birliğine ye olmasıdır.

- Buradan ihracatçı sıfatı kazanılır,
- Pazar ve müşteri bulunur,
- Müşteri ile detaylar görüşülür,
- Müşteri ile anlaşma sağlanır,
- Akreditif bildirilir,
- İhracat için mallar hazırlanır,
- İlgili evraklar hazırlanır,
- Gümrükleme yapılır,
- Mallar sevk aracına teslim edilir,
- Sonuç işlemleri yapılır,
- Kambiyo taahhüttü kapanır.

İhracat kavramı daha çok gümrükle ilgili bir konu gibi görünürken, işletmeler açısından bakıldığında pazarlama faaliyetleri ile de ilgili olduğu görülmektedir. Bir nevi uluslararası pazarlama faaliyeti ve öğrenme sürecidir. (Canitez,2017)

Pazarlama, başlı başına bir operasyon olup bu operasyonun yönetiminde ve uygulanma aşamasında belli kararların alınmasında çeşitli tahmin yöntemleri kullanılmaktadır. Bu yöntemlerin çoğu, ilgili pazarlardaki talepleri nitelik ve nicelik açısından tahmin etmeye çalışmaktadır. Tahmine konu talep değişkenleri; toplam pazar talebi, bu talep içerisinde arz yapan işletmenin payı, pazar potansiyeli ile işletmenin potansiyel pazarlardaki payı ve pazarın doyma hacmi gibi faktörlerden oluşmaktadır. Pazarın analizi ve olasılıklara yönelik tahminler, tahminin amacının saptanmasıyla başlar. Burada tahmin döneminin de belirlenmesi gerekmektedir. Daha sonra uygun yöntemin tespit edilmesiyle veriler toplanır ve tahmin oluşturulur. Ancak burada yöntemin geçerliliğinin ve güvenilirliğinin test edilmesi ayrıca bir önem taşımaktadır. Son aşamada uygulanacak olan model çözülür ve tahmin sonuçları uygulanır ve uygulama sonuçları izlenir. Genel hatlarıyla bu sırayla yürütülen bir işlem hem ulusal hem de uluslararası pazarlarda işletmelerin pusulası olacaktır. (Ecer & Canitez, 2004).

Rekabet İstihbaratı ile birlikte işletmeler rakiplere karşı bu pusula ile birlikte stratejik bir üstünlük kazanacaktır. Bu üstünlüğün fark edilebilir şekilde sağlanabilmesi için işletmenin; rakiplerini, müşterilerini, tedarikçilerini, dünyayı, pazarını, teknolojik trendlerini bilerek hedef odaklı olarak strateji belirlemesi ‘Rekabet İstihbaratı’ olacaktır.

Firmalar sektörü ile ilgili bir ürünü satmaya karar verip herhangi bir ülkeye sattığında sadece pazarlama faaliyeti olan ihracat işlemini gerçekleştirmiş olacaktır ama satacağı ürün ile ilgili stratejik bir araştırma yapıp, belli veriler doğrultusunda bir Pazar belirleyip nokta atışı ihracat yaptığında rekabet istihbaratını kullanmış demektir.

“Eğer hem düşmanını hem kendini tanıyorsan katıldığın yüzlerce savaşın sonucundan korku duymaman gerekir. Kendini tanıyor ancak düşmanını tanımıyorsan, o zaman kazandığın her bir savaşın karşılığında bir mağlubiyetin ıstırabını çekmeye hazır olmalısın. Eğer hem düşmanını hem de kendini tanımıyorsan her muharebede boyun eğmeye mahkûmsun.” (Sun Tzu – M.Ö. 500) sözünü söyleyen Sun Tzu gibi, firma hem kendini bilip hem rakibini bilerek bir adım atıyorsa; Pazar ortamını savaş ortamı gibi görüp her adımını stratejik adımlar doğrultusunda atıyorsa rekabet istihbaratı ihracat sürecinde kullanılıyor demektir. Rekabet istihbaratının ihracatta doğru kullanılmasından sonra nokta atışı ihracat neredeyse kaçınılmazdır.

4. Hedef Pazar Seçim Süreci

Herhangi bir firmanın üretmiş olduğu ürüne bağlı olarak belirlemesi gereken pazarlama stratejisidir. İşletmelerin ihracat pazarlamasına yönelik yapılacak hedef pazar araştırmasındaki ilk adım, potansiyel hedef pazar veya pazarların belirlenmesidir. Belirlenmiş olan hedef pazarın yanı sıra hedef pazarın sürekliliğinin sağlanmasını etkileyecek unsurların belirlenmesi de diğer önemli bir husustur. Araştırmanın temel alanları ve amaçları hedef pazar veya pazarların tespit edilmesinin yanı sıra bazı bilgilere de ulaşılmasıdır.

Bu bağlamda işletmeler kendi sektörleri ile ilgili ticaretini yapacağı ürün veya hizmet ile ilgili bir araştırmaya giderler. Verilerin işlenmesi dâhilinde ise hedef pazar analizi gerçekleştirilir ve 6 temel gösterge eklenerek, bunların kesişimlerinden hedef pazarları tespit edilir.

Veri kaynağı olarak Birleşmiş Milletlere ait olan Trade Map adlı veri tabanı kullanılır ve aşağıdaki 6 başlık GTİP numaraları üzerinden ele alınır. Bunlar:

1. Dünya yıllar ithalatı
2. Dünya İthalat göstergeleri
3. Dünya yıllar ihracatı
4. Dünya ihracat göstergeleri
5. Türkiye yıllar ihracatı
6. Türkiye İhracat göstergeleridir (Koç, 2016).

Bu başlıklara ek olarak ithalat ve ihracat tablolarına değişim ve oran kısımları eklenerek belirli filtreler uygulanır. Tüm tablolar birleştirilerek matris oluşturulur. Matris oluşturulma sebebi, 6 farklı başlıkta verilen tabloları tek tabloda görüp, filtreleyip, araştırmayı daha kolay yorumlayabilmektir. Olan verileri ve gelişen verileri bir arada görmek önemlidir. Değişim kısmı son 2 yılın birbirinden farkını ortaya koyar, oran kısmı ise son yılları yüzde (%) oranı olarak okumamızı sağlar.

Gerekli filtreleme işlemleri yapıldıktan sonra, her tablonun sonucuna göre hedef pazar olabilecek ülkeler belirlenmeye başlanır. O ülkeler arasından tekrar bir filtreleme yapıldıktan sonra asıl hedef ülkeler ortaya çıkartılır. Bu işlem hedef pazar seçiminin ilk araştırmasıdır ve genel bazlı bir çalışmadır. Firma ürününü satmak istediği ülkeyi belirledikten sonra, o ülkenin hangi şehrinde hangi firmaya satacağı ile ilgili de ikinci bir araştırma isteyecektir. Bu araştırmalar da hedef pazar seçiminin devamı olacaktır.

5. Çalışma Yöntemi

Yapılan bu çalışma GTİP numarası 7216 olan “7216- Demir veya alaşımsız çelikten profiller” ürün için ikincil veriler kullanılarak elde edilecek olan ticari istihbarata dayalı bir pazar araştırmasıdır. Hedef pazar seçim süreci başlığında bahsedilen araştırma süreci aynı şekilde bu araştırmada da uygulanmıştır. İkincil veri olarak kullanılan Trade Map veri tabanı, dünya genelindeki 220 civarındaki ülkenin dış ticaret verilerinin tamamını rakamsal ve miktarsal olarak veren bir uygulama olup, gelişmekte olan ülkeler için ücretsizdir (İstanbul Sanayi Odası, 2012).

GTIP Kod Numarası belirlendikten sonra, www.trademap.org adresine ücretsiz üyelik gerçekleştirilerek ürüne ait Gümrük Tarife İstatistik Pozisyon numarası (G.T.I.P. numarası) girilerek ülke bazında ve dünya genelinde ithalat ve ihracat rakamlarına ulaşılmaktadır. Buradan elde edilen ithalat ve ihracat istatistikleri “hedef pazar belirlemede” kullanılan birincil bilgi niteliğinde olup, akabinde belirlenen ülkelere ilişkin diğer veri tabanlarından araştırma yapılarak hedef pazarın netleştirilmesi önemlidir. (<https://www.gaib.org.tr/>)

Rekabet istihbaratı kapsamında 7216 GTİP numaralı ürün açısından olası hedef pazarları tespit etme sürecinde Trade Map verileri kullanılarak stratejik bir karar verilmeye çalışılmıştır. GTİP kodu belirlendikten sonra veriler Trade Map üzerinden indirilmiştir. Tüm dünya ülkelerinin ithalat ve ihracat rakamları, ticari göstergeleri bilgilerine ulaşılmıştır. Bu doğrultuda elde edilen veriler, gerekli başlıklar birleştirildikten sonra düşey ara kullanılarak tek bir tablo haline

getirilmiştir. Hedef pazar matrisi adı verilen bu tablo üzerinden gerekli filtreleme işlemleri yapıldıktan sonra belirlenen başlıklar için birincil, ikincil ve üçüncül hedef pazarlar ortaya konmuştur. Hedef pazar olarak çıkan ülkeler tekrardan değerlendirilip Türkiye'nin ilgili ülkenin ithalatında kaçınıcı sırada olduğuna bakılmıştır. Girilebilecek ve girilmesi uygun olmayan pazarlar değerlendirilip hedef pazar önerilerinde bulunulmuştur.

Bu doğrultuda,

Tüm yapılan analiz ve tespit edilen hedef pazarlar;

1. Kur değişimi
2. Politik etkiler
3. Gümrüklerdeki değişiklikler
4. Tarife dışı engeller
5. Lojistikteki değişimler
6. Hedef ülkede ekonomik, politik ve sektörel değişiklikler
7. Hedef ülkedeki rakip yabancı yatırımlar gibi alanlarda değişiklik yaşandığında, tekrar gözden geçirilmelidir.

7. Bulgular

Araştırmada toplanan veriler, mantıksal bir düzen içinde tablolar kullanılarak açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırma yöntemi başlığında belirtildiği üzere, araştırma sürecinde ortaya konulacak olan verileri tek tablo halinde görüp incelemek ve filtrelemek avantaj sağlayacağı için hedef pazar matrisi yapımı tercih edilmiştir.

Ticari göstergeler tabloları hariç diğer tablolar: örneğin Dünya Yıllar İthalatı ya da Türkiye Yıllar İhracatı başlıklı tablolar indirildikten sonra 2 ayrı sütun daha eklenmiştir. İlk sütun değişim, diğer sütun ise oran olarak isimlendirilmiştir. Değişim sütunu, son 2 yıl arasındaki farkı gösterip, oran sütunu ise değişim/sondan bir önceki yıl*100 olarak ayarlanıp yüzdelerle okunması sağlanmıştır. Düzenlenen tabloların birleştirilip tek tablo yapıldığı şekil, Hedef Pazar Matrisi olarak adlandırılmıştır. Bazı tablolar 0'dan büyük olarak filtrelenmiştir. 0'dan büyük filtrelendiğinde büyüyen pazarlar yani artışı 0'dan büyük olan pazarlar ortaya çıkmaktadır.

Tablo 1'de Dünya yıllar ithalat değişimi 0'dan büyük olarak filtrelendiğinde aşağıdaki tablo ortaya çıkmaktadır. Dünya yıllar ithalatı, ihracata konu olan ürünün ithalatının yıllar itibarıyla artış gösterdiği ülkeleri belirlemektedir. Tablo 1'e göre Dünya'da bu ürünün ithalatını yapan ilk üç ülkenin sırasıyla Almanya, ABD ve Fransa olduğu görülmüştür. 2020 değerlerine bakıldığında ise tabloda bulunan tüm ülkelerin değerlerinde düşüş olduğu görülmüş ve dünya genelinde etki gösteren Covid-19 pandemisinin bu durumun temel nedeni olduğu düşünülmektedir.

Covid-19 küresel ekonomiyi ciddi manada etkilemiştir. Salgından dolayı üretimde yaşanan, doğrudan ve dolaylı bozulmalar, dünyanın üretim merkezlerinin çoğunda fabrikaları kapanmaya zorlamış; daha az etkilenen bölgelerde ise, gerekli girdileri sağlayamadığı için arz

tarafındaki tedarik zincirini kırmıştır. Talep perspektifinden bakıldığı zaman gıda, tıbbi ekipman ve sağlık malzemeleri gibi temel mallarda talep yüksekken, hastalığın daha fazla yayılması, yayılmanın durdurulması için tüketiciler evde kaldıkça toplam talepte düşüşler olmuştur. Her hafta hızla değişen gelişmeler, ekonomik tahminleri de zorlaştırmıştır (Şanlı, 2020).

Tablo 1: 7216 Dünya Yıllar İthalatı

| İthalatçılar | 2018'de ithal edilen değer | 2019'da ithal edilen değer | 2020'de ithal edilen değer | 2021'de ithal edilen değer | Değişim | Oran |
|--------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------|------|
| Dünya | 15.166.693 | 13.660.116 | 11.670.973 | 17.277.841 | 5.606.868 | 48 |
| Almanya | 1.087.715 | 956.642 | 804.261 | 1.357.954 | 553.693 | 69 |
| ABD | 612.550 | 553.882 | 499.116 | 948.354 | 449.238 | 90 |
| Fransa | 794.822 | 768.955 | 667.707 | 1.056.877 | 389.170 | 58 |
| İngiltere | 521.913 | 446.450 | 256.398 | 633.676 | 377.278 | 147 |
| Kanada | 665.597 | 491.673 | 484.485 | 861.197 | 376.712 | 78 |
| Hollanda | 634.250 | 578.098 | 498.714 | 789.106 | 290.392 | 58 |
| İtalya | 273.864 | 283.392 | 219.847 | 391.038 | 171.191 | 78 |
| Polonya | 361.555 | 306.787 | 249.544 | 420.162 | 170.618 | 68 |
| Belçika | 339.339 | 306.642 | 260.038 | 405.256 | 145.218 | 56 |

Kaynak: Trade Map Verileri

Yukarıda Tablo 1 Dünya yıllar ithalat artışına göre değerlendirildiğinde (Bin USD); aşağıdaki hedef pazarlar ortaya çıkmaktadır.

Birincil Olası Hedef Pazarlar: Almanya, ABD, Fransa

İkincil Olası Hedef Pazarlar: İngiltere, Kanada, Hollanda

Üçüncül Olası Hedef Pazarlar: İtalya, Polonya, Belçika

Dünya İthalat Göstergeleri yani Tablo 2, Dünyada 7216 ürün kodunu kapsayan demir çelik ürünlerini satın alan ülkelerin 2021 yılındaki ithalat değerlerini, Cari açık rakamlarını, birim fiyatını, yıllar arasındaki büyüme değerlerini ve tedarik için ortalama mesafe bilgisini vermektedir. Tablo 2 incelendiğinde Cari açık eksi veren pazarların, ilgili üründe dışa bağımlı olduğu ve girilebilecek pazarlar arasında olduğu söylenebilmektedir.

Tablo 2: 7216 Dünya İthalat Göstergeleri

| İthalatçılar | 2021'de ithal edilen değer (bin ABD Doları) | 2021 yılı Cari açık (USD) | 2021'de ithal edilen miktar | Miktar Birim | Birim Fiyat (USD/birim) | Arasındaki yıllık değer artışı 2017-2021 (%) | Arasındaki yıllık değer artışı 2020-2021 (%) | Tedarik eden ülkelerin ortalam a uzaklığı (km) |
|---------------------------|---|---------------------------|-----------------------------|--------------|--------------------------|--|--|--|
| Dünya | 17.277.842 | 1.012.324 | 0 | Miktar yok | | 3 | 48 | 2.437 |
| Almanya | 1.357.954 | 577.777 | 1.270.401 | Ton | 1.069 | 6 | 69 | 688 |
| Fransa | 1.056.877 | -794.014 | 931.253 | Ton | 1.135 | 8 | 58 | 780 |
| ABD | 948.354 | -413.152 | 818.433 | Ton | 1.159 | 3 | 90 | 4.297 |
| Kanada | 861.197 | -650.355 | 869.536 | Ton | 990 | 6 | 78 | 5.208 |
| Hollanda | 789.106 | -473.494 | 761.530 | Ton | 1.036 | 6 | 58 | 585 |
| İngiltere | 633.676 | -386.503 | 696.433 | Ton | 910 | 1 | 147 | 1.763 |
| Kore | 514.088 | 185.986 | 660.906 | Ton | 778 | 0 | 31 | 2.129 |
| Polonya | 420.162 | 596.841 | 410.590 | Ton | 1.023 | 5 | 68 | 717 |
| Belçika | 405.256 | -81.962 | 379.475 | Ton | 1.068 | 6 | 56 | 531 |
| Hong Kong | 403.230 | -340.467 | 480.979 | Ton | 838 | 16 | 49 | 1.448 |
| İtalya | 391.038 | 428.967 | 361.419 | Ton | 1.082 | 9 | 78 | 1.128 |
| Çek Cumhuriyeti | 358.009 | -51.851 | 0 | Miktar yok | | 5 | 47 | 465 |
| Malezya | 355.921 | -288.132 | 479.963 | Ton | 742 | -1 | 44 | 4.604 |
| Avusturya | 279.423 | -105.014 | 235.479 | Ton | 1.187 | 3 | 69 | 576 |
| Birleşik Arap Emirlikleri | 278.129 | 103.586 | 359.412 | Ton | 774 | -8 | -3 | 2.360 |
| Macaristan | 251.613 | -206.264 | 0 | Miktar yok | | 7 | 46 | 594 |
| Kazakistan | 235.939 | -222.499 | 257.166 | Ton | 917 | 2 | 47 | 1.736 |
| Filipinler | 232.440 | -230.297 | 312.236 | Ton | 744 | 2 | 75 | 2.661 |
| Rusya | 224.194 | 273.365 | 236.981 | Ton | 946 | -13 | -1 | 1.973 |
| Singapur | 218.463 | -115.954 | 0 | Miktar yok | | 2 | 25 | 4.337 |
| Türkiye | 214.129 | 1.427.378 | 258.556 | Ton | 828 | -4 | 83 | 2.517 |
| Çin | 207.778 | 1.165.210 | 204.886 | Ton | 1.014 | 10 | 29 | 3.757 |

Kaynak: Trade Map Verileri

Tablo 3'de Dünya Yıllar İhracatı başlığı altında, 7216 kodunu kapsayan demir çelik ürünlerinin ihracatını yapan ülkelerin, değişimi büyükten küçüğe filtre yapılarak sıralamasını içermektedir. Dünyada bu ürünün ihracatını yapan ilk üç ülke sırasıyla: İspanya, Almanya ve Türkiye'dir. Üç

ülke de bu üründe belli bir ihracat rakamı yakalanmış Türkiye'de 2018 yılından sonra aynı seyirde devam etmektedir.

Tablo 3: 7216 Dünya Yıllar İhracatı

| İhracatçılar | 2017'de ihraç edilen değer | 2018'de ihraç edilen değer | 2019'da ihraç edilen değer | 2020'de ihraç edilen değer | 2021'de ihraç edilen değer | Değişim | Oran |
|--------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------|------|
| Dünya | 11.818.461 | 14.664.731 | 13.083.326 | 11.444.838 | 18.290.166 | 6.845.328 | 60 |
| İspanya | 1.495.827 | 1.707.054 | 1.494.618 | 1.175.777 | 2.093.973 | 918.196 | 78 |
| Almanya | 1.353.905 | 1.634.097 | 1.424.670 | 1.227.967 | 1.935.731 | 707.764 | 58 |
| Türkiye | 787.160 | 1.116.506 | 1.072.171 | 1.006.329 | 1.641.507 | 635.178 | 63 |
| Çin | 617.299 | 826.686 | 805.534 | 756.959 | 1.372.988 | 616.029 | 81 |
| Lüksemburg | 612.460 | 1.053.464 | 920.105 | 739.431 | 1.298.417 | 558.986 | 76 |
| Polonya | 541.444 | 700.027 | 637.771 | 606.153 | 1.017.003 | 410.850 | 68 |
| İtalya | 575.110 | 679.125 | 597.504 | 508.644 | 820.005 | 311.361 | 61 |
| Tayland | 161.462 | 217.391 | 189.359 | 121.844 | 319.407 | 197.563 | 162 |

Kaynak: Trade Map Verileri

Tablo 4, Dünya İhracat Göstergelerini yani, dünyada 7216 GTİP kodunu kapsayan ürünlerin ihracatını yapan ülkelerin ihracattaki ticari göstergelerini içermektedir. İhracatta ilgili ülkelerin birim fiyatları, yıllar arasındaki değerler tabloda gösterilmektedir.

Tablo 4: 7216 Dünya İhracat Göstergeleri

| İhracatçılar | 2021'de ihraç edilen değer (bin ABD Doları) | 2021'de ticaret dengesi (bin ABD doları) | 2021'de ihraç edilen miktar | Miktar Birim | Birim değer (USD/birim) | 2017-2021 yılları arasında yıllık miktar artışı (%) | 2020-2021 yılları arasında yıllık değer artışı (%) | İthalatçı ülkelerin ortalama uzaklığı (km) |
|--------------|---|--|-----------------------------|--------------|-------------------------|---|--|--|
| Dünya | 18290166 | 1012324 | 0 | Miktar yok | | 5 | 60 | 2663 |
| İspanya | 2093973 | 1967453 | 0 | Miktar yok | | | 78 | 2245 |
| Almanya | 1935731 | 577777 | 1703242 | Ton | 1136 | -2 | 58 | 1430 |
| Türkiye | 1641507 | 1427378 | 2180920 | Ton | 753 | 9 | 63 | 4944 |
| Çin | 1372988 | 1165210 | 964512 | Ton | 1424 | -6 | 81 | 6067 |
| Lüksemburg | 1298417 | 1262920 | 1364126 | Ton | 952 | 4 | 76 | 1945 |
| Polonya | 1017003 | 596841 | 926676 | Ton | 1097 | 2 | 68 | 705 |
| İtalya | 820005 | 428967 | 709822 | Ton | 1155 | -3 | 61 | 1176 |
| Kore | 700074 | 185986 | 835875 | Ton | 838 | -9 | 33 | 7968 |
| ABD | 535202 | -413152 | 460704 | Ton | 1162 | -5 | 48 | 1494 |
| Rusya | 497559 | 273365 | 538098 | Ton | 925 | 2 | 41 | 1761 |

| | | | | | | | | |
|------------------------------|--------|---------|--------|---------------|------|----|-----|------|
| Meksika | 440713 | 235496 | 0 | Miktar yok | | | 85 | 1612 |
| Japonya | 440208 | 396154 | 532863 | Ton | 826 | -2 | 26 | 2078 |
| Birleşik Arap Emirlikleri | 381715 | 103586 | 0 | Miktar yok | | | 40 | 6747 |
| Belçika | 323294 | -81962 | 218394 | Ton | 1480 | 2 | 75 | 1276 |
| Tayland | 319407 | 256187 | 384196 | Ton | 831 | 2 | 162 | 2843 |
| Hollanda | 315612 | -473494 | 211684 | Ton | 1491 | -5 | 54 | 1097 |
| Çek Cumhuriyeti | 306158 | -51851 | 304769 | Ton | 1005 | 0 | 90 | 477 |
| Fransa | 262863 | -794014 | 236698 | Ton | 1111 | -1 | 71 | 957 |

Kaynak: Trade Map Verileri

Tablo 5'te Türkiye Yıllar İhracatı tablosu, ürünün Türkiye'den diğer ülkelere ihracatının yıllar itibariyle artışını inceleyerek, Türkiye'den hangi ülkelere daha fazla ihracat yapıldığını belirlemektedir. Tablo 5'e göre Türkiye'nin en çok ihracatını gerçekleştirdiği ilk üç ülke Peru, İngiltere ve Fas'tır. İhracat oranları 2018'den 2020 yılına kadar değişim göstererek 2021 yılında artmaya devam etmektedir.

Tablo 5: 7216 Türkiye Yıllar İhracatı

| İthalatçılar | 2018'de ihraç edilen değer | 2019'da ihraç edilen değer | 2020'de ihraç edilen değer | 2021'de ihraç edilen değer | Değişim | Oran |
|--------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|---------|------|
| Dünya | 1.116.506 | 1.072.171 | 1.006.329 | 1.641.507 | 635.178 | 63 |
| Peru | 34.228 | 15.549 | 20.413 | 80.808 | 60.395 | 296 |
| İngiltere | 47.534 | 32.130 | 20.745 | 80.872 | 60.127 | 290 |
| Fas | 85.391 | 80.764 | 68.355 | 117.278 | 48.923 | 72 |
| Kolombiya | 22.838 | 27.386 | 21.064 | 60.869 | 39.805 | 189 |
| Malezya | 36.341 | 43.926 | 41.800 | 70.021 | 28.221 | 68 |
| Romanya | 27.678 | 32.799 | 30.155 | 56.685 | 26.530 | 88 |
| Kanada | 28.237 | 17.547 | 14.209 | 39.559 | 25.350 | 178 |
| İtalya | 13.617 | 16.172 | 5.483 | 28.900 | 23.417 | 427 |
| Mısır | 88.612 | 80.271 | 70.296 | 92.873 | 22.577 | 32 |

Kaynak: Trade Map Verileri

Tablo 5'de Türkiye Yıllar İhracatı artışına göre değerlendirme yapıldığında;

Birincil Olası Hedef Pazarlar: Peru, İngiltere, Fas

İkincil Olası Hedef Pazarlar: Kolombiya, Malezya, Romanya

Üçüncül Olası Hedef Pazarlar: Kanada, İtalya, Mısır

Tablo 6, Dünya Yıllar İthalatı ile Türkiye Yıllar İhracatının Karşılaştırma yapıldığı tablodur. Dünya Yıllar İthalatı azalırken, Türkiye Yıllar İhracatı arttığına göre bir değerlendirme yapılmıştır. Dünya Yıllar İthalat değişimi 0'dan büyük ve Türkiye Yıllar İhracat değişimi 0'dan büyük olarak filtrelenmiştir. Dünya Yıllar İthalatı büyüklüğü 1 milyon dolardan büyük olarak belirlenmiştir. Bu filtrelemeler sonucunda aşağıdaki tablo oluşmaktadır. Bu tablo ürünün hem dünya çapında hem de Türkiye'den ithalatının arttığı ülkeleri belirlemektedir. Başka bir deyişle; ürünün dünya çapında artan bir pazarı olduğu ve ürüne en çok ihtiyacı olan ülkeleri göstermektedir.

Tablo 6: 7216 Dünya Yıllar İthalatı ile Türkiye Yıllar İhracatı Karşılaştırılması

| İthalatçılar | Dünya Yıllar İthalatı | | | | | | Türkiye Yıllar İhracatı | | | | | |
|-----------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------|------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|---------|------|
| | 2018'de ithal edilen değer | 2019'da ithal edilen değer | 2020'de ithal edilen değer | 2021'de ithal edilen değer | Değişim | Oran | 2018'de ihraç edilen değer | 2019'da ihraç edilen değer | 2020'de ihraç edilen değer | 2021'de ihraç edilen değer | Değişim | Oran |
| Dünya | 15.166.693 | 13.660.116 | 11.670.973 | 17.277.841 | 5.606.868 | 48 | 1.116.506 | 1.072.171 | 1.006.329 | 1.641.507 | 635.178 | 63 |
| Almanya | 1.087.715 | 956.642 | 804.261 | 1.357.954 | 553.693 | 69 | 34.446 | 28.123 | 14.538 | 32.251 | 17.713 | 122 |
| Fransa | 794.822 | 768.955 | 667.707 | 1.056.877 | 389.170 | 58 | 14.631 | 16.029 | 9.896 | 11.675 | 1.779 | 18 |
| ABD | 612.550 | 553.882 | 499.116 | 948.354 | 449.238 | 90 | 14.841 | 11.575 | 15.941 | 30.394 | 14.453 | 91 |
| Kanada | 665.597 | 491.673 | 484.485 | 861.197 | 376.712 | 78 | 28.237 | 17.547 | 14.209 | 39.559 | 25.350 | 178 |
| Hollanda | 634.250 | 578.098 | 498.714 | 789.106 | 290.392 | 58 | 4.520 | 3.498 | 1.989 | 5.622 | 3.633 | 183 |
| İngiltere | 521.913 | 446.450 | 256.398 | 633.676 | 377.278 | 147 | 47.534 | 32.130 | 20.745 | 80.872 | 60.127 | 290 |
| Kore | 459.679 | 516.029 | 391.676 | 514.088 | 122.412 | 31 | 759 | 55 | 180 | 832 | 652 | 362 |
| Polonya | 361.555 | 306.787 | 249.544 | 420.162 | 170.618 | 68 | 2.121 | 5.267 | 1.565 | 3.687 | 2.122 | 136 |
| Belçika | 339.339 | 306.642 | 260.038 | 405.256 | 145.218 | 56 | 17.283 | 16.266 | 9.096 | 16.810 | 7.714 | 85 |
| Hong Kong | 244.351 | 299.733 | 270.395 | 403.230 | 132.835 | 49 | 1.048 | 914 | 1.125 | 4.909 | 3.784 | 336 |
| İtalya | 273.864 | 283.392 | 219.847 | 391.038 | 171.191 | 78 | 13.617 | 16.172 | 5.483 | 28.900 | 23.417 | 427 |
| Çek Cumhuriyeti | 305.736 | 283.997 | 243.026 | 358.009 | 114.983 | 47 | 57 | 141 | 33 | 360 | 327 | 991 |
| Malezya | 377.65 | 331.48 | 246.99 | 355.92 | 108.9 | 44 | 36.34 | 43.92 | 41.80 | 70.02 | 28.2 | 68 |

| | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|----|--------|--------|--------|--------|-------|------|
| | 9 | 1 | 3 | 1 | 28 | | 1 | 6 | 0 | 1 | 21 | |
| Avusturya | 241.557 | 202.818 | 165.036 | 279.423 | 114.387 | 69 | 356 | 41 | 127 | 388 | 261 | 206 |
| Birleşik Arap Emirlikleri | 376.883 | 263.563 | 287.710 | 278.129 | -9.581 | -3 | 29.452 | 32.898 | 33.587 | 35.857 | 2.270 | 7 |
| Macaristan | 207.049 | 179.469 | 172.482 | 251.613 | 79.131 | 46 | 7 | 620 | 11 | 26 | 15 | 136 |
| Kazakistan | 197.592 | 178.440 | 160.071 | 235.939 | 75.868 | 47 | 232 | 2.138 | 388 | 538 | 150 | 39 |
| Filipinler | 316.138 | 224.141 | 133.140 | 232.440 | 99.300 | 75 | 41 | 10 | 274 | 481 | 207 | 76 |
| Rusya | 304.588 | 283.801 | 225.599 | 224.194 | -1.405 | -1 | 1.848 | 644 | 407 | 413 | 6 | 1 |
| Singapur | 229.664 | 239.593 | 174.085 | 218.463 | 44.378 | 25 | 7.060 | 9.275 | 5.327 | 9.507 | 4.180 | 78 |
| Türkiye | 243.580 | 114.459 | 117.213 | 214.129 | 96.916 | 83 | #YOK | #YOK | #YOK | #YOK | #YOK | #YOK |
| Çin | 155.013 | 152.979 | 161.147 | 207.778 | 46.631 | 29 | 1.904 | 2.263 | 1.941 | 1.804 | -137 | -7 |

Kaynak: Trade Map Verileri

Tablo 6'da Dünya Yıllar İthalatı azalırken, Türkiye Yıllar İhracatının artışına göre değerlendirme yapıldığında;

Birincil Olası Hedef Pazarlar: Almanya, ABD, Fransa

İkincil Olası Hedef Pazarlar: İngiltere, Kanada, Hollanda

Üçüncül Olası Hedef Pazarlar: İtalya, Polonya, Belçika

8. Sonuç

Bilgi toplumunda, üretkenliğin temel kaynağı bilgi ve bilginin kullanımınıdır. Geleneksel ekonomilerde emek, sermaye ve doğal kaynaklar üretim faktörleri olarak öne çıkarken, bilgi toplumunda bu faktörlere ek olarak bilgi faktörü de eklenmektedir. Bilginin üretimi, depolanması, işlenmesi ve kullanımı, modern ekonomik faaliyetlerin çoğunda yer almaktadır (Erkan, 1998). Bilginin etkin bir şekilde kullanımı günümüzde şirketler için büyük bir önem taşımaktadır. Bilginin doğru şekilde kullanımı, şirketlerin daha hızlı, verimli ve etkili bir şekilde karar almasına yardımcı olmaktadır. Bu da rekabet avantajı sağlar ve şirketlerin başarısına katkıda bulunur. Teknolojik gelişmeler, bilginin daha hızlı ve kolay bir şekilde paylaşılmasını

sağlamış, bu da şirketlerin bilgiyi daha verimli bir şekilde kullanmalarına olanak tanımaktadır (Competencies, 2001).

Rekabet istihbaratı da elde edilen bilgilerin eylemsel bilgiye dönüştürülmesidir. Stratejik karar alma sürecinde yardımcı olmaktadır. Stratejik olmayan kararlar firmalara gelecek vaad etmemektedir. İşletmelerin rakiplerine karşı daha güçlü durabilmeleri için eksik yönlerini bularak kendilerini yenilemeleri, stratejik yönetim açısından ciddi önem arz etmektedir. İşletmelerin verimliliklerinin artırılması, kurum vizyonunun oluşturulması, performans artırımı stratejik yönetim ile amaçlanmaktadır (Aktan, 2008: 6).

Uluslararası ticaretin en önemli aşaması; hedef pazarın tespit edilmesidir. Aksi takdirde ihracatçı firmaların hedef pazar belirlemeden başarılı olma ihtimalleri düşüktür (Mykletun, Crofts ve Mykletun, 2001: 494). Hedef pazarı belirlerken, potansiyel müşterilerin coğrafi konumları, ekonomik durumları, demografik özellikleri, tercihleri ve ihtiyaçları gibi faktörler göz önünde bulundurulmalıdır. Bu faktörler, firmaların ürün ve hizmetlerinin hedef pazarda nasıl konumlandırılacağına ve pazarlama stratejilerinin nasıl oluşturulacağına yönelik kararlar verilmesine yardımcı olmaktadır. Hedef pazarın belirlenmesinden sonra potansiyel alıcılar ile iletişim, ürünün pazarlanmasında önemli bir aşamadır. Hedef artık sadece ürün değil, pazardaki potansiyel alıcılar ve müşterilerdir. Böylelikle işletmeler pazardaki potansiyel müşterilerini tanıyarak uygun programlar geliştirmektedir. Bu programlar her kültürde, her ülkede farklılık göstermektedir (Oktav vd. 1990).

Bu araştırmanın, Demir çelik sektöründe hizmet veren firmalara yol gösterici olması amaçlanmıştır. İkincil veriler kullanılarak istatistiksel verilerle hedef ülkeler belirlenmiştir. Dünya Yıllar İthalatı, Dünya İthalat Göstergeleri, Dünya Yıllar İhracatı, Dünya İhracat Göstergeleri, Türkiye Yıllar İhracatı, Dünya Yıllar İthalatı ile Türkiye Yıllar İhracatı Karşılaştırılması tabloları çalışmada yer almaktadır. Bu tabloların incelenmesi doğrultusunda bazı birincil, ikincil ve üçüncül hedef pazarlar ortaya konmuştur. Sonuç kısmında bu hedef ülkelerin ithalatında Türkiye'nin kaçınıcı sırada olduğu incelenmiştir. Yeniden birincil ikincil ve üçüncül pazarlar oluşturulmuştur. Farklı kriterlere göre birincil olarak seçilen pazarların ilki Tablo 7'de gösterilen Peru, Tablo 8'de Fas, Tablo 9'da Romanya ve Tablo 10'da Belçika olmuştur.

Birincil gösterilen pazarlar ilgili sektörde bulunan firmaların öncelik vermesi gereken pazarlardır. Değişim sütunu büyükten küçüğe filtrelenmiştir. Değişim son iki yıl arasındaki farkı gösterdiği için büyükten küçüğe filtrelemek çıkan sonuçları daha açık görmeyi sağlamaktadır.

Trade Map verilerine göre, elde edilen veriler doğrultusunda 2021 yılında dünya genelinde 7250 GTİP kodlu “Demir veya alaşımsız çelikten profiller” ürün sınıfının pazar büyüklüğü 18,2 Milyar USD olup ve söz konusu pazar son 1 sene içerisinde %6 oranında büyüme göstermektedir. Türkiye’nin de ihracatını aynı dönemde %1 artırarak 1,6 milyar USD seviyesinde seyrettiği görülmektedir. Bu pazarın son 1 seneye göre istikrarlı büyümesi olup, en fazla ithalat yapan ilk 5 ülke sırasıyla; Almanya, ABD, Fransa, İngiltere ve Kanadadır. En fazla ihracat yapan ilk 5 ülke ise sırasıyla; İspanya, Almanya, Türkiye, Çin ve Lüksemburg olarak görülmektedir. Rekabet istihbaratı kullanılarak gerçekleştirilen bu araştırma sonucunda hedef pazar önerilesi olabilecek ülkeler ise; Peru, Fas, Romanya, Belçika, İngiltere, Fransa, İtalya, Mısır, Kolombiya’dır.

Peru

Tablo 7’de Peru Yıllar İthalatında değişim yani son iki yılın farkı büyükten küçüğe filtrelendiğinde Türkiye’nin ilk sırada olduğu görülmektedir.

Tablo 7: Peru Yıllar İthalatı

| İhracatçılar | 2018 ithal edilen değer | 2019 ithal edilen değer | 2020 ithal edilen değer | 2021 ithal edilen değer | Değişim | Oran |
|---------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|---------|----------|
| Dünya | 60.745 | 46.351 | 36.077 | 83.654 | 47.577 | 132 |
| Türkiye | 25.615 | 18.958 | 15.276 | 56.051 | 40.775 | 267 |
| Kore | 18.848 | 16.065 | 16.392 | 19.309 | 2.917 | 18 |
| Çin | 3.617 | 1.570 | 1.903 | 4.398 | 2.495 | 131 |
| Lüksemburg | 0 | 31 | 0 | 1.591 | 1.591 | #SAYI/0! |
| Ekvador | 0 | 0 | 0 | 579 | 579 | #SAYI/0! |
| Birleşik Arap Emirlikleri | 0 | 34 | 0 | 175 | 175 | #SAYI/0! |
| Belçika | 1 | 82 | 6 | 75 | 69 | 1.150 |
| Brezilya | 9.333 | 6.467 | 89 | 138 | 49 | 55 |

Kaynak: Trade Map Verileri

Fas

Tablo 8’de Fas Yıllar İthalatında değişim yani son iki yılın farkı büyükten küçüğe filtrelendiğinde Türkiye’nin ilk sırada olduğu görülmektedir.

Tablo 8: Fas Yıllar İthalatı

| İhracatçılar | 2018 ithal edilen değer | 2019 ithal edilen değer | 2020 ithal edilen değer | 2021 ithal edilen değer | Değişim | Oran |
|--------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|---------|--------|
| Dünya | 148.101 | 145.690 | 122.924 | 174.276 | 51.352 | 42 |
| Türkiye | 65.810 | 65.353 | 55.509 | 90.936 | 35.427 | 64 |
| İspanya | 69.667 | 64.522 | 56.988 | 73.553 | 16.565 | 29 |
| Almanya | 532 | 1.447 | 1.357 | 2.193 | 836 | 62 |
| Portekiz | 516 | 1.678 | 724 | 1.378 | 654 | 90 |
| France | 3.960 | 5.016 | 887 | 1.080 | 193 | 22 |
| İngiltere | 1 | 48 | 1 | 151 | 150 | 15.000 |
| Çin | 56 | 66 | 45 | 105 | 60 | 133 |
| Belçika | 663 | 293 | 164 | 204 | 40 | 24 |

Kaynak: Trade Map Verileri

Romanya

Tablo 9’de Romanya Yıllar İthalatında değişim yani son iki yılın farkı büyükten küçüğe filtrelendiğinde Türkiye’nin ilk sırada olduğu görülmektedir.

Tablo 9: Romanya Yıllar İthalatı

| İhracatçılar | 2019 ithal edilen değer | 2020 ithal edilen değer | 2021 ithal edilen değer | 2022 ithal edilen değer | Değişim | Oran |
|---------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|---------|----------|
| Dünya | 152.567 | 136.944 | 205.164 | 247.909 | 42.745 | 21 |
| Türkiye | 28.769 | 21.377 | 42.896 | 76.468 | 33.572 | 78 |
| Çin | 9.724 | 14.901 | 16.369 | 21.781 | 5.412 | 33 |
| İspanya | 13.735 | 6.876 | 23.170 | 28.171 | 5.001 | 22 |
| Almanya | 11.672 | 10.316 | 12.767 | 16.603 | 3.836 | 30 |
| Polonya | 31.551 | 31.218 | 30.765 | 33.142 | 2.377 | 8 |
| Avusturya | 2.975 | 2.552 | 4.259 | 6.454 | 2.195 | 52 |
| Birleşik Arap Emirlikleri | 0 | 0 | | 2.085 | 2.085 | #SAYI/0! |
| Bulgaristan | 4.228 | 3.601 | 5.945 | 6.997 | 1.052 | 18 |

Kaynak: Trade Map Verileri

Belçika

Tablo 10’de Belçika Yıllar İthalatında değişim yani son iki yılın farkı büyükten küçüğe filtrelendiğinde Türkiye’nin ilk sırada olduğu görülmektedir.

Tablo 10: Belçika Yıllar İthalatı

| İhracatçılar | 2019 ithal edilen değer | 2020 ithal edilen değer | 2021 ithal edilen değer | 2022 ithal edilen değer | Değişim | Oran |
|--------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|---------|----------|
| Dünya | 306.642 | 260.038 | 405.256 | 459.606 | 54.350 | 13 |
| Türkiye | 20.605 | 6.810 | 16.004 | 36.359 | 20.355 | 127 |
| İspanya | 22.716 | 23.392 | 43.023 | 61.559 | 18.536 | 43 |
| Hollanda | 52.186 | 45.811 | 59.632 | 71.273 | 11.641 | 20 |
| Almanya | 61.512 | 58.881 | 83.235 | 90.881 | 7.646 | 9 |
| İngiltere | 7.208 | 3.869 | | 1.221 | 1.221 | #SAYI/0! |
| Polonya | 3.026 | 3.779 | 6.082 | 7.249 | 1.167 | 19 |
| Çin | 4.577 | 539 | 1.659 | 2.674 | 1.015 | 61 |
| İrlanda | 59 | 0 | 66 | 1.014 | 948 | 1.436 |

Kaynak: Trade Map Verileri

İkincil derece hedef pazar seçilen ülkeler: İngiltere, İtalya ve Fransa'dır. Ülkelerin ithalatında Türkiye'nin sırası aşağıdaki tablolarda açıklanmıştır. İkincil pazarlar, gelişmekte olan ve girilebilecek pazarlardır.

İngiltere

Tablo 11'de İngiltere Yıllar İthalatında değişim yani son iki yılın farkı büyükten küçüğe filtrelendiğinde Türkiye'nin 6. sırada olduğu görülmektedir.

Tablo 11: İngiltere Yıllar İthalatı

| İhracatçılar | 2019 ithal edilen değer | 2020 ithal edilen değer | 2021 ithal edilen değer | 2022 ithal edilen değer | Değişim | Oran |
|--------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|---------|---------|
| Dünya | 446.450 | 256.398 | 633.676 | 673.779 | 40.103 | 6 |
| Lüksemburg | 15.837 | 15.137 | 16.530 | 51.059 | 34.529 | 209 |
| Hollanda | 2.533 | 1.459 | 4.955 | 22.509 | 17.554 | 354 |
| Polonya | 3.555 | 1.696 | 4.322 | 19.954 | 15.632 | 362 |
| Bahreyn | 2.202 | 0 | 6.658 | 21.706 | 15.048 | 226 |
| Vietnam | 0 | 2 | 2 | 4.330 | 4.328 | 216.400 |
| Türkiye | 36.625 | 18.135 | 72.786 | 76.405 | 3.619 | 5 |
| Belçika | 1.494 | 606 | 711 | 3.407 | 2.696 | 379 |
| Hindistan | 654 | 754 | 15.142 | 16.937 | 1.795 | 12 |

Kaynak: Trade Map Verileri

Fransa

Tablo 13'de Fransa Yıllar İthalatında değişim yani son iki yılın farkı büyükten küçüğe filtrelendiğinde Türkiye'nin 6. olduğu görülmektedir.

Tablo 13: Fransa Yıllar İthalatı

| İhracatçılar | 2019 ithal edilen değer | 2020 ithal edilen değer | 2021 ithal edilen değer | 2022 ithal edilen değer | Değişim | Oran |
|--------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|---------|------|
| Dünya | 768.955 | 667.707 | 1.059.345 | 1.187.373 | 128.028 | 12 |
| İspanya | 278.239 | 261.055 | 443.812 | 521.854 | 78.042 | 18 |
| Lüksemburg | 101.931 | 91.729 | 117.323 | 146.771 | 29.448 | 25 |
| İtalya | 104.143 | 82.486 | 137.935 | 145.157 | 7.222 | 5 |
| İngiltere | 5.485 | 2.956 | 21.681 | 27.564 | 5.883 | 27 |
| Almanya | 141.250 | 107.700 | 136.796 | 141.667 | 4.871 | 4 |
| Türkiye | 18.235 | 8.163 | 11.236 | 14.495 | 3.259 | 29 |
| Avusturya | 2.892 | 2.357 | 2.417 | 4.261 | 1.844 | 76 |
| İsviçre | 6.147 | 5.066 | 6.104 | 7.734 | 1.630 | 27 |

Kaynak: Trade Map Verileri

İtalya

Tablo 12’de İtalya Yıllar İthalatında değişim yani son iki yılın farkı büyükten küçüğe filtrelendiğinde Türkiye’nin 7. sırada olduğu görülmektedir.

Tablo 12: İtalya Yıllar İthalatı

| İhracatçılar | 2019 ithal edilen değer | 2020 ithal edilen değer | 2021 ithal edilen değer | 2022 ithal edilen değer | Değişim | Oran |
|--------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|---------|------|
| Dünya | 283.392 | 219.847 | 416.800 | 506.180 | 89.380 | 21 |
| Almanya | 62.521 | 59.427 | 107.886 | 147.263 | 39.377 | 36 |
| İspanya | 94.587 | 67.924 | 151.886 | 173.174 | 21.288 | 14 |
| İsviçre | 5.274 | 7.886 | 13.069 | 28.343 | 15.274 | 117 |
| Lüksemburg | 33.840 | 26.257 | 39.598 | 51.380 | 11.782 | 30 |
| Polonya | 22.647 | 12.774 | 20.285 | 23.641 | 3.356 | 17 |
| Romanya | 20.567 | 9.406 | 19.243 | 21.387 | 2.144 | 11 |
| Türkiye | 17.466 | 3.984 | 28.735 | 30.668 | 1.933 | 7 |
| Avusturya | 6.205 | 2.235 | 3.925 | 5.427 | 1.502 | 38 |

Kaynak: Trade Map Verileri

Hedef ülke olarak çıkan ama ithalat oranlarına ve sırasına bakıldığında girilmesi riskli olan pazarlar bulunmaktadır. Tablo 13’de gösterilen Mısır ve Tablo 14’de gösterilen Kolombiya bu duruma örnekt gösterilebilmektedir. Farkın belirgin olması açısından her iki ülkenin de değişim kısmı küçükten büyüğe filtre yapılmıştır. Filtre sonucunda son iki yılda ülkeler eksi verdiği görülmektedir.

Mısır

Tablo 13 Mısır'ın yıl içerisindeki ithalat rakamlarını göstermektedir. Değişim sütunu küçükten büyüğe filtre yapılmakta ve aşağıdaki sonuçlar elde edilmektedir.

Tablo 13: Mısır Yıllar İthalatı

| İhracatçılar | 2018 ithal edilen değer | 2019 ithal edilen değer | 2020 ithal edilen değer | 2021 ithal edilen değer | Değişim | Oran |
|---------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|---------|------|
| İspanya | 7.688 | 20.317 | 11.129 | 4.665 | -6.464 | -58 |
| Türkiye | 90.523 | 80.723 | 66.778 | 63.283 | -3.495 | -5 |
| İtalya | 4.432 | 1.072 | 2.977 | 1.215 | -1.762 | -59 |
| Dünya | 154.498 | 139.338 | 121.785 | 120.784 | -1.001 | -1 |
| Avusturya | 50 | 2 | 401 | | -401 | -100 |
| Libya | 5.305 | 0 | 3.214 | 2.841 | -373 | -12 |
| Romanya | 6.049 | 4.083 | 310 | 1 | -309 | -100 |
| Birleşik Arap Emirlikleri | 30.729 | 11.865 | 19.198 | 18.894 | -304 | -2 |
| Belçika | 1.678 | 17 | 239 | | -239 | -100 |

Kaynak: Trade Map Verileri

Kolombiya

Tablo 14 Kolombiya'nın yıl içerisindeki ithalat rakamlarını göstermektedir. Değişim sütunu küçükten büyüğe filtre yapılmakta ve aşağıdaki sonuçlar elde edilmektedir.

Tablo 14: Kolombiya Yıllar İthalatı

| İhracatçılar | 2019 ithal edilen değer | 2020 ithal edilen değer | 2021 ithal edilen değer | 2022 ithal edilen değer | Değişim | Oran |
|---------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|---------|------|
| Kore | 13.860 | 9.894 | 11.061 | 2.838 | -8.223 | -74 |
| Türkiye | 24.063 | 17.076 | 44.455 | 36.236 | -8.219 | -18 |
| Çin | 13.740 | 13.232 | 15.393 | 10.433 | -4.960 | -32 |
| Dünya | 109.973 | 79.887 | 133.423 | 128.696 | -4.727 | -4 |
| Birleşik Arap Emirlikleri | 2.278 | 2.628 | 1.536 | | -1.536 | -100 |
| İspanya | 32.475 | 24.196 | 46.125 | 44.779 | -1.346 | -3 |
| Serbest Bölge | 4.542 | 285 | 505 | | -505 | -100 |
| ABD | 422 | 633 | 981 | 665 | -316 | -32 |
| Hong Kong | 319 | 0 | 209 | 7 | -202 | -97 |

Kaynak: Trade Map Verileri

Dünya Yıllar İthalatı ve Dünya Yıllar İhracatı tabloları karşılaştırıldığında çıkan hedef ülkeler sonucunda Almanya'nın her iki tabloda da hedef pazar olduğu yazmaktadır. Anlaşıldığı üzere Almanya 7216 ürün sektöründeki Demir Çelik ürünlerinin hem ithalatını hem ihracatını

yapmaktadır. Aynı şekilde; Almanya, Fransa, ABD, Hollanda, Fransa ve Kore'nin de ihracat ile birlikte ithalat yaptığı da verilerden anlaşılmaktadır.

Dünya Yıllar İthalatı tablosu incelendiğinde ilk 10 ülke;

Tablo 15: Dünya Yıllar İthalatı

| İthalatçılar | 2019'da ithal edilen değer | 2020'de ithal edilen değer | 2021'de ithal edilen değer | 2022'de ithal edilen değer |
|--------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Dünya | 13.660.149 | 11.681.409 | 17.348.603 | |
| Almanya | 956.642 | 804.261 | 1.372.820 | 1.430.901 |
| Fransa | 768.955 | 667.707 | 1.059.345 | 1.187.373 |
| ABD | 553.882 | 499.116 | 949.119 | 1.320.928 |
| Kanada | 491.673 | 484.485 | 861.243 | 1.064.672 |
| Hollanda | 578.098 | 498.714 | 787.644 | 913.897 |
| İngiltere | 446.450 | 256.398 | 633.676 | 673.779 |
| Kore | 516.029 | 391.676 | 514.088 | 713.875 |
| Polonya | 306.787 | 249.544 | 420.162 | 459.210 |

Kaynak: Trade Map Verileri

Dünya Yıllar İhracatı tablosu incelendiğinde ilk 10 ülke tabloda gösterildiği gibidir.

Tablo 16: Dünya Yıllar İhracatı

| İhracatçılar | 2019'da ihraç edilen değer | 2020'de ihraç edilen değer | 2021'de ihraç edilen değer | 2022'de ihraç edilen değer |
|--------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Dünya | 13.083.400 | 11.445.342 | 18.465.194 | |
| İspanya | 1.494.618 | 1.175.777 | 2.093.973 | 2.296.150 |
| Almanya | 1.424.670 | 1.227.967 | 1.950.278 | 2.062.616 |
| Türkiye | 1.072.171 | 1.006.329 | 1.641.507 | 1.617.649 |
| Çin | 805.534 | 756.959 | 1.372.988 | 3.110.801 |
| Lüksemburg | 920.105 | 739.431 | 1.298.417 | 1.576.774 |
| Polonya | 637.771 | 606.153 | 1.017.003 | 1.056.366 |
| İtalya | 597.504 | 508.644 | 836.667 | 873.743 |
| Kore | 709.918 | 527.342 | 700.074 | 785.872 |

Kaynak: Trade Map Verileri

Araştırma neticesinde, 7216 demir ve çelik sektöründe ticari istihbarat kullanarak hedef pazar seçimleri yapılmıştır. Girilebilecek pazarlar örneklendirilmiştir. Tablolara değişim ve oran sütunları eklenerek verilerin ham olarak kullanılmaması gerektiğine dikkat çekilmiştir. Gerekli filtreleme işlemleri ile de bir neticeye ulaşılmaya çalışılmıştır.

7216 demir çelik sektöründe bu araştırmayı kullanmak isteyen firmalar, izlenen yol çerçevesinde, kendi beklentilerini de göz önünde bulundurmalıdır.



© 2020 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.

ÇALIŞANLAR PERSPEKTİFİNDEN LİDERLİK STİLLERİ İLE NARSİSİZM ARASINDAKİ İLİŞKİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA¹

Ömer Alperen Onay^{1*}, Hasan Latif²

¹ Dr. Bağımsız Araştırmacı, Türkiye. E-Posta: omeralperenonay@gmail.com

² Prof. Dr. Kocaeli Üniversitesi, Türkiye. E-Posta: haslat@gmail.com

ÖZ

Liderlik üzerine yürütülen çalışmalar günümüzde örgütsel manada hızla artmaktadır. Kamu sektörü ve özel sektörde liderliğin etkileri ve öneminin daha belirgin bir şekilde anlaşılması amacıyla yürütülen çalışmalar ile, liderliğe yönelik farklı inceleme alanları da ortaya çıkmaktadır. Ayrıca liderlik kişilik özellikleri ve kişilik bozuklukları özelinde yapılan çalışmalarla örgütsel davranış alanında kendine yer bulmaktadır.

Bu durumdan yola çıkılarak çalışanlar perspektifinden liderlik stilleri ile narsisizm arasında olası bir ilişkinin incelenmesi amacıyla bu çalışma gerçekleştirilmiştir. Çalışmada ihtiyaç duyulan verilerin toplanması için anket tekniği kullanılmıştır. Kamu ve özel sektör çalışanlarından 427 kişi çalışmaya katılım göstermiş, boş ve hatalı formların elenmesinden sonra 381 katılımcının anket formları analize tabi tutulmuştur. Araştırmada Bass (1985) tarafından geliştirilmiş olan ve Akdoğan (2002) tarafından Türkçe uyarlaması gerçekleştirilen Çok Faktörlü Liderlik Ölçeği ve Jonason ve Webster (2010) tarafından geliştirilen, sonrasında Özsoy vd. (2017) tarafından Türkçe uyarlaması gerçekleştirilen Karanlık Üçlü ölçeğinin narsisizmi ölçmek amacıyla hazırlanmış alt maddelerinden faydalanılmıştır.

Liderlik stilleri ile narsisizm arasındaki ilişkinin çalışanlar perspektifinden incelenmesi adına yürütülen bu çalışmada, korelasyon analizi yapılarak liderlik stilleri ile narsisizm arasında bir ilişkinin olup olmadığı belirlenmeye odaklanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre etkileşimci, dönüşümcü ve laissez-faire liderlik stilleri ile narsisizm arasında anlamlı istatistikî ilişkilere ait bulgulara ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Liderlik, Liderlik Stilleri, Narsisizm.

A STUDY ON THE RELATIONSHIP BETWEEN LEADERSHIP STYLES AND NARCICISM FROM THE PERSPECTIVE OF EMPLOYEES

ABSTRACT

Today, studies on leadership are increasing rapidly in organisational terms. With the studies carried out in order to understand the effects and importance of leadership in the public and private sectors more clearly, different fields of study on leadership are emerging. In addition, studies on leadership personality traits and personality disorders find a place in the field of organisational behaviour.

¹ Bu çalışma Prof. Dr. Hasan Latif danışmanlığında Eylül/2018 tarihinde tamamladığımız “Liderlik Stilleri ile Narsisizm Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” başlıklı yüksek lisans tezi esas alınarak hazırlanmıştır (Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sakarya, Türkiye, 2018).

* Sorumlu yazar: omeralperenonay@gmail.com

Based on this situation, this study was carried out in order to address a possible relationship between leadership styles and narcissism from the perspective of employees. The survey method was used to collect the data needed in the study. A total of 427 public and private sector employees participated in the study, and the questionnaire forms of 381 participants were analysed after the elimination of blank and incorrect forms. In the study, the Multifactor Leadership Scale developed by Bass (1985) and adapted into Turkish by Akdoğan (2002) and the sub-items of the Dark Triad scale developed by Jonason and Webster (2010) and adapted into Turkish by Özsoy et al. (2017) were used to measure narcissism.

This study, which was conducted to examine the relationship between leadership styles and narcissism from the perspective of employees, focused on determining whether there is a relationship between leadership styles and narcissism through correlation analysis. According to the findings, significant statistical relationships were found between transactional, transformational and laissez-faire leadership styles and narcissism.

Keywords: Leadership, Leadership Styles, Narcissism.

1. GİRİŞ

Liderlik kavramı sosyolojik manada ilkel dönemdeki insanların varlıklarını devam ettirebilmek için bir araya toplanma ve birlikte hareket etme eğilimlerinden beri varlığını sürdürmektedir. O dönemde temel fizyolojik ihtiyaçların karşılanması amacıyla hayvanlarda mevcut olan sistemle benzerlik gösterir bir yapı söz konusu olmuştur.

Liderlik, toplum yapılarının ortaya çıkması, insanlar arası etkileşim ve ilişkilerin artmasıyla beraber, toplumsal refah ve başarıları insanları yönlendiren bireyler için kullanılan bir kavram haline almaya başlamıştır. Ayrıca eski çağlarda liderlik kavramının kahramanlar ve mitolojik kökenli efsanelerden etkilenecek, bu kahramanlar ve mitolojik figürlerin özellikleri ile anıldığı görülmektedir (Bass ve Bass, 2008).

Liderliğe ait ilk yazılı kaynakların erken dönem Mısır uygarlığına dayandığı, sonrasında devlet adamları ve felsefeciler tarafından da farklı şekillerde tanımlanarak ele alındığı kaynaklarda yer almaktadır (Bass ve Bass, 2008). Bilimsel olarak incelenmeye başlaması ise Sanayi Devrimi sonrasında başlamıştır.

Sanayi Devrimi sonrası kitle üretiminin ve büyük işletmelerin kurulmaya başlaması ile yönetim yaklaşımlarının gelişmeye başlaması, liderlik ve liderliğin tanımlanması adına çok sayıda çalışmayı da yanında getirmiştir. Liderlerin yetenekleri ve liderleri başarıya taşıyan nedenleri tespit etmek adına yürütülen çalışmalar sonucunda liderlik teorileri geliştirilmiş ve liderlerin nasıl olması gerektiği ve liderlik ile çevre faktörleri arasındaki etkileşim düzeyinin açıklanması amaçlanmıştır. Bu çalışmalar sonrasında 1980'li yıllarda Bass ve Burns liderlik stillerini literatüre kazandırmış ve liderlik araştırmalarında yeni çalışmaların önünü açmıştır.

Kavramsal olarak narsisizm ilk olarak 1898 yılında Ellis tarafından bir hastasına ait kendi kendisine dönük cinsel manada arzu ve duygusal bir tutkunluğunu açıklamak amacıyla "Narcissus-like" tanımlamasını kullanmasıyla literatürde yere bulmuş, sonrasında 1914 yılında Freud tarafından bireyin öze yönelik libidal arzu duymasını açıklamak için kullanılmıştır (Freud, 2017; Grenyer, 2013). Narsisim hem bir kişilik bozukluğu olarak klinik hem de kişilik özelliği şeklinde sub-klinik bir formatta çalışmalarda yer bulmaktadır.

Yapılan literatür incelemesinde, çalışanlar perspektifinden liderlik stillerinin narsisizm ile ilişkisi üzerine yürütülen çalışmaya rastlanamamıştır. Narsisizm ve liderlik farklı şekillerde çok sayıda çalışmayla incelenmesine karşın, çalışanların bu konudaki algılarına yönelik literatürde

çalışmalara ve bulgulara ihtiyaç olduğu görülmüştür. Çalışanlar perspektifinden konunun incelenmesi ile, çalışan davranışları ve örgütsel sonuçları üzerine yürütülecek daha sonraki çalışmalara da katkı sağlanması amaçlanmıştır.

Bu çalışmada, Ankara’da ikamet eden kamu ve özel sektör çalışanları bireyler üzerinden liderlik stilleri ile narsisizm arasındaki ilişki incelenmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Liderlik Stilleri

Liderlik kelimesinin kökeni Eski İngilizcede lead kelimesine karşılık gelmekte olan ileri götürmek manasındaki “lædan” ve leader kelimesinin kökenine karşılık gelmekte olan öncülük yapan anlamındaki “lædere” kelimelerine dayanmaktadır (Kelly, 2014, s. 1). Ayrıca Kelly (2014) eski dönem Latince ve Yunanca’da liderlik kelimesine karşılık gelen doğrudan bir kelimenin yer almadığını, bu sebeple “lædan” kelimesinin liderlik kelimesinin kökeni olarak kendisine daha doğru geldiğini belirtmiştir.

Liderlik tarihin başından beri olan bir kavramdır. Hem insanlar hem de hayvan türlerinden pek çoğu için söz konudur. Ancak insanlar için medeniyetin gelişmeye başlamasının ardından liderlik kavramı da farklılaşmaya ve gelişim göstermeye başlamıştır. Tarihte liderlik ile ilgili ilk yazılı kaynaklar M. Ö. 2300’lü yıllarda Mısırda Ptahhotep’in hazırlattığı talimatlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Sonrasında Konfüçyus, Lao-Tzu, Sokrates ve Platon’un da aralarında olduğu farklı düşünürler tarafından lider ve liderlik ile ilgili farklı şekillerde tanımlamalar ve liderliğe dair açıklamalar yapılmıştır. Sanayi devrimi öncesi genellikle askeri ve iktidar tabanlı tanımlamalarla ele alınırken, sanayi devrimi sonrası farklı alanlarda çalışmalarla da incelenmeye başlanmıştır (Bass ve Bass, 2008).

Liderlik kavramı üzerine zaman geçtikçe farklı anlamlar yüklenmiş ve günümüze kadar farklı tanımlamalar yapılmıştır. Özellikle 20. yüzyıl itibariyle liderlik üzerine yapılan çalışmalar artış göstermiş ve önem kazanmıştır. Aşağıda liderlik kavramına ait bazı tanımlamalara yer verilmiştir.

Liderlik; “Bir kişinin, başkalarını bir amacı gerçekleştirmek için etkilediği ve daha uyumlu ve tutarlı olacak şekilde örgütü yönlendirdiği bir süreçtir” (Sharma ve Jain, 2013, s. 311).

“Liderlik; Bir kişinin, ortak bir hedefe ulaşmak için bir birey grubunu etkilediği bir süreçtir” (Northouse, 2007, s. 6).

“Liderlik, grup üyelerinin hedeflere ulaşmaya yönelik faaliyetlerini yönlendirmek ve koordine etmek için zorlayıcı olmayan etkilerin kullanılması olarak tanımlanmaktadır” (McLean ve Smits, 2003, s. 1274).

Liderlik üzerine yürütülen çalışmalarla birlikte, liderlik üzerine teoriler inşa edilmiş sonrasında zaman içerisinde bu teoriler değişikliklere uğrarken yeni liderlik teorilerinin ortaya çıktığı görülmüştür (Nawaz, Khan ve Khan. 2016, s. 2). Liderlik teorileri üzerine yürütülen çalışmalar incelendiğinde bazı çalışmalarda ilk liderlik teorisi olarak “Büyük Adam Teorisi” karşımıza çıkmakta iken, diğer çalışmalarda bu teori kendisine yer bulamamaktadır. Bu çalışmada ise liderlik teorileri içerisinde kronolojik olarak yer verilmiştir. Liderlik teorileri ve tarihsel gelişimi ise aşağıdaki tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Liderlik Teorileri Tarihsel Sıralaması

| | |
|---------------------|-----------------|
| Büyük Adam Teorisi | 1847-1860 |
| Özellikler Teorisi | 1940'lara kadar |
| Davranışsal Teorisi | 1940-1960 |
| Durumsallık Teorisi | 1960-1980 |
| Modern Teoriler | 1980'ler |

Kaynak: (Khan, Nawaz ve Khan, 2016, s. 2; Tutar, 2016, s. 72)

Liderlik teorilerinin gelişimi sürecinde modern teoriler ile birlikte liderlik stilleri de literatürde yerini almıştır. Liderlik stilleri içerisinde Bass ve Burns'un çalışmaları ile şekillenen etkileşimci ve dönüşümcü liderlik ile birlikte laissez – faire liderlik yer almaktadır (Bass, 1985). Bu liderlik stilleri aşağıda ele alınacaktır.

Laissez-Faire Liderlik: Liderin astları konusunda sınırsız düzeyde özgürlük tanıdığı, astlarına müdahale etmediği bir liderlik şeklini ifade eder. Liderin fiziksel olarak organizasyon içerisinde bir yere sahip olduğu ancak görev ve sorumluluklarından belirli bir düzeyde el çektiği bir durumu ifade etmektedir. Bu nedenle liderin yokluğundan ziyade eksikliğini, liderin ast ve üstleri adına beklentileri karşılamakta yetersizliğini belirtmektedir (Lewin, Lippitt ve White, 1939: aktaran, Skogstad vd., 2007).

Ayrıca Kelloway vd. (2005) laissez-faire liderliğinde dahil olduğu zayıf liderlik türleri için, rol çatışması ve belirsizliği gibi strese neden olan faktörler için temel bir unsur ifadesini kullanmaktadır. Dereli (1976) ise laissez-faire liderlik adına yürütülen çalışmalarda grup üyelerinde saldırganlık ve husumet seviyelerinin yüksek olduğunu ve başarı tatmin düzeyinin düşük olduğunu belirtmiştir.

Etkileşimci Liderlik: Burns (1978) liderlik stillerini ele alırken etkileşimci liderliği açıklama sürecinde, yöneticiler ile astlar arasında olan ilişkiyi sosyal bir değiş tokuş olarak ele almış ve koşullu ödüller aracılığıyla takipçilerin motive edilmesi şeklinde açıklamıştır. Bass (1990) ise etkileşimci liderlik içerisinde lideri, astların mental ve fiziksel ihtiyaçlarını karşılayacak bir yapıda, maliyet – fayda tabanlı bir yaklaşımla ekonomik değişim peşinde hareket eden kişi olarak ele almıştır. Etkileşimci liderlikte sistem amaç – sonuç tabanlı olarak çalışmaktadır. Etkileşimci liderlik astın performans düzeyine bağlı olarak pozitif veya negatif değişimi içermektedir (Bass ve Avolio, 1993). Astın gösterdiği performans ve başarı baz alınarak ödül ve ceza söz konusu olmaktadır. Etkileşimci liderlikte, lider amaçlara odaklanmaktadır. Amaçlara ulaşmak için hiyerarşik yapıda bir planlama ve denetim sistemi kullanılmaktadır.

Dönüşümcü Liderlik: Değişime açık ve organizasyon için olumlu değişim sağlayan liderliği ifade etmektedir. Astlar bağlamında da değişimi destekleyici bir yapıdadır. Astların bireysel olarak liderleşmesine odaklanmaktadır. Ayrıca astların istek ve ihtiyaçlarını gözeterek motive edilmesini, yüksek moral seviyelerine ulaşmaları için istek ve ihtiyaçların kullanımını içermektedir (Hinkin ve Schriesheim, 2008; Jones ve Rudd 2008; Xirasagar, 2008). Dönüşümcü liderlikte astların kimlik algısı ve benlik duygusunun örgütün misyonuna ve kolektif kimlik yapısına bağlanması hedeflenmektedir. Astlara ilham verilmesi ve astlar adına rol model

olunması ile örgütsel bağlılıklarının artırılması öncelikli olmaktadır (www.langston.edu, 2018).

Dönüşümcü liderlik ilk olarak Burns (1978) tarafından kavramsallaştırılmıştır. Burns (1978) dönüşümcü liderliği, “Liderler ve astların daha yüksek bir moral ve motivasyon düzeyi için birbirlerine yardım ettikleri bir süreç” olarak ele alır. Burns (1978) etkileşimci ve dönüşümcü liderliğin birlikte uygulanamayacağını dile getirmektedir.

Bass (1990) ise alt mekanizmaları bakımından etkileşimci ve dönüşümcü liderliği ele almış ve Burns’ün yaklaşımını daha geniş bir perspektife taşımıştır. Bass (1990) dönüşümcü liderin astları üzerindeki etkisini olumlu, yüksek saygı ve sevgi tabanlı olacağını belirterek, astların beklenenin üzerinde performans sergileyeceğini beyan etmektedir. Bass (1990) ayrıca etkileşimci ve dönüşümcü liderliğin aynı anda uygulanabileceğini ileri sürmüştür.

Dönüşümcü liderliğin dört alt boyutu bulunmaktadır. Bu boyutlar; ilham verici, telkinle güdüleme, entelektüel uyarım ve bireysel destektir.

2.2. Narsisizm

Narsisizmin kökeni incelendiğinde Narkissos mitine dayandığı görülmektedir. Bilimsel açıdan ilk ele alınışı ise Ellis tarafından 1898 yılında olmuştur. Ellis hastalarından birinin durumunu tanılamak için “narcissus-like” ifadesini kullanmıştır. Sonrasında 1899 yılında Nacke Ellis’in makalesini Almanca olarak özetlemiştir ve cinsel manada bir sapkınlığı ifade eden “Narcissismus” kavramını kullanmıştır (Grenyer, 2013; Kızıltan, 2000). Daha sonraki süreçte “Narsisizm Üzerine” adlı çalışması ile Freud (1914) narsisizm kavramını şizofreni sonrasında ortaya çıkan megalomani ile bağlantılı olarak incelemiş ve nesne ile olan ilişkinin bozulması ve bebeklik döneminin ilk evresinde görülen bir yapıda benliğe dönüş olarak ele almıştır (Freud, 2017). Sonraki süreçte Kernberg ve Kohut’un yürüttüğü çalışmalar ile narsisizmin ikili temel okul ayırımına katkı sağladığı görülmektedir (Russel, 1985).

1979 yılında Raskin ve Hall tarafından narsisizm için bir ölçüm aracı olarak narsisistik kişilik envanteri geliştirilmiştir. Bu çalışmanın sub-klinik olarak narsisizmin ele alınması adına ilk çalışma olduğu kabul edilmektedir (Paulhus ve Williams, 2002).

Amerikan Psikiyatri Birliği’nin Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve İstatistiksel El Kitabı’nda 1980’li yıllarda narsisizmin tanı kriterleri ve tanı kategorisinin tanımlanmasının ardından psikiyatrik manada narsisizmin tanınması sağlanmıştır (Russel, 1985).

Literatür incelendiğinde narsisime yönelik farklı tanımlamalar mevcuttur. Kartopu (2013, s. 627), “narsisizmin psikolojide aşırı öz sevgiyi, kendini olduğundan büyük görme eğilimini ve benmerkezciliği barındırdığını” ifade etmiştir. Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve İstatistiksel El Kitabı’nın 5. versiyonunda ise bir kişilik bozukluğu olarak ele alınmış ve “yaygın bir büyüklencilik (fantezi veya davranışta), hayranlık ihtiyacı ve empati eksikliği örüntüsü” ile ifade edilmiştir (APA, 2013).

Narsisizmin kişilik bozukluğu veya kişilik özelliği şeklinde incelenmesi sürecindeki en temel ayırım pek çok araştırmacı tarafından yürütülen çalışmalarda narsisizmin şiddetiyle ilişkili olarak ele alınmıştır.

Sub-klinik olarak narsisizm örgütsel davranış alanında kişilik özelliği boyutuyla araştırmalara konu olmaktadır. Yapılan araştırmalarda tanı ve tedavi amaçlanmamakta, örgütsel manada etkileri incelenmektedir. Bireyin hayatını olumsuz etkilemeyecek seviyelerde bireye iş süreçlerinde avantajlar sağlayabileceğine değinilirken, aşırı narsisizmin hem birey hem de örgütsel manada yıkıcı sonuçları olabileceği dile getirilmektedir ((Kets de Vris ve Miller, 1985).

Yürütülen çalışmalar sonucunda, büyük liderlerin pek çoğunun narsisistik kişilik yapısı gösterdiği ve narsisistik özellikleri baskın bireylerin yönetsel pozisyonlara ulaşma sürecinde zorluklarla daha istekli mücadele ettikleri ve etkin olarak bu süreçlerin yürütülmesi adına belirli düzeyde narsisimin gereklilik gösterdiği yer almaktadır (Kernberg, 1979; Maccoby, 2000; Maccoby, 2004; (Kets de Vris ve Miller, 1985).

3. METODOLOJİ

Bu bölüm içerisinde araştırmanın amacı, örnekleme ve veri toplama yöntemine dair bilgiler ele alınmaktadır.

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmada, liderlik stilleri ile narsisizm arasındaki ilişkinin kamu sektörü ve özel sektör çalışanları üzerinden incelenmesi amaçlanmaktadır.

3.2. Araştırmanın Kısıtları

Araştırma Ankara ilinde kamu sektörü ve özel sektörde çalışan bireylerin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Bu sebeple diğer şehirlerden elde edilebilecek bulgular ile karşılaştırılması mümkün olamamaktadır. Çalışmanın Türkiye örnekleminde gerçekleştirilmesi sebebiyle araştırmanın uluslararası bulgularla karşılaştırılması olanağı olmamıştır. Kamu ve özel sektörden araştırmaya katılım gösterenlerin dengeli bir şekilde dağılımı hedeflenmesine karşın araştırmaya kamu sektöründen katılım gösterenlerin sayısı daha fazladır. Ayrıca araştırmada kullanılan narsisizm ölçeği dört maddeden oluşması sebebiyle narsisizmin alt boyutlarını ölçmek adına yetersiz kalmaktadır.

3.3. Araştırmanın Örnekleme

Araştırmanın örneklemini Ankara’da kamu ve özel sektörde çalışan bireyler oluşturmaktadır. Araştırmaya ait veriler gönüllülük prensibine göre yüz yüze ve online anket tekniği ile toplanmıştır. Araştırmanın katılımcıları tarafından 427 anket formu doldurulmuştur. Toplanan anket formlarından 46 tanesi hatalı ve eksik doldurulması sebebiyle çıkarılmış, çalışmaya 381 anket dahil edilerek analizler gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılım gösterenlerin anket formlarını gerçeğe uygun şekilde cevapladığı varsayımı ile hareket edilmiştir.

3.4. Veri Toplama Araçları

Çok Faktörlü Kişilik Ölçeği: Araştırmada Bass (1985) tarafından geliştirilmiş olan ve Akdoğan (2002) tarafından Türkçe uyarlama çalışması gerçekleştirilen 36 maddelik ölçek kullanılmıştır. Ölçek 6’lı Likert tipi sıklık ölçeğidir. Yürütülen pilot çalışmada katılımcıların sıklık ölçeğini algılamada problem yaşadıklarını bildirmesi üzerine uzman görüşüne başvurularak ve yapılan literatür incelemesi sonucunda ölçek 5’li Likert katılım ölçeği olarak yeniden düzenlenmiştir (Davis, Golicic ve Marquardt, 2009; Edwart, George ve Sarkar, 2012).

Ardından pilot çalışma tekrarlanmış ve katılımcılar değerlendirme yapma sürecinde zorluk yaşamadıklarını beyan etmiştir.

Narsisizm Ölçeği: Çalışanların yöneticilerine dair narsisizm algılarının ölçülmesi amacıyla Jonason ve Webster (2010) tarafından geliştirilen ve Türkçe uyarlaması Özsoy vd. (2017) tarafından yapılmış olan Karanlık Üçlü ölçeğinin narsisizmi ölçmek adına geliştirilen maddeleri kullanılmıştır. Ölçeğin tam formu 12 maddeden oluşmakta, narsisizmi ölçmek adına ölçekte 4 madde bulunmaktadır. Ölçek 5'li Likert katılım ölçeğidir.

3.5. Araştırmanın Model ve Hipotezleri

Araştırmanın modeline şekil 1'de aşağıda yer verilmiştir.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Yapılan literatür incelemesi sonucunda, liderlik stilleri ile çalışanların yöneticilerine dair narsisizm algıları üzerine kurulan hipotezler şu şekildedir;

H₁: Etkileşimci liderlik ile narsisizm arasında istatistiki açıdan anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H₂: Dönüşümcü liderlik ile narsisizm arasında istatistiki açıdan anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki vardır.

H₃: Laissez-faire liderlik ile narsisizm arasında istatistiki açıdan anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Bu bölümde, gerçekleştirilen istatistiki analizler sonucu elde edilen bulgulara yer verilecektir.

4.1. Güvenilirlik Bulguları ve Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmada kullanılan ölçekler için yapılan iç tutarlılık analizi sonucunda, Çok Faktörlü Liderlik ölçeği için Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı ,84 bulunmuştur. Narsisizm ölçeği için ise Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı ,89 olarak hesaplanmıştır. Hesaplanan Cronbach Alpha katsayıları kullanılan ölçeklerin yüksek derecede güvenilir olduklarına işaret etmektedir (Kalaycı, 2016).

Araştırmanın değişkenlerine ait tanımlayıcı istatistikler ise Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2. Tanımlayıcı İstatistikler

| | Ortalama | S. Hata | S. Sapma |
|-------------------------------|----------|---------|----------|
| <i>Etkileşimci Liderlik</i> | 3,07 | ,025 | ,49 |
| <i>Dönüşümcü Liderlik</i> | 3,31 | ,038 | ,74 |
| <i>Laissez-Faire Liderlik</i> | 2,60 | ,044 | ,85 |
| <i>Narsisizm</i> | 2,93 | ,056 | 1,08 |

Katılımcıların etkileşimci liderlik (3,07), dönüşümcü liderlik (3,31) ve laissez-faire liderlik (2,60) cevap ortalamalarının kararsızlığa yakınsadığı, ayrıca katılımcıların narsisizm cevap ortalamasının 2,93 olması sebebiyle yine kararsızlığa işaret etmekte olduğu görülmektedir.

4.2. Demografik Özellikler

Yürütülen araştırma kapsamında katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek için yaş, cinsiyet, medeni hal, eğitim durumu, çalışılan sektör ve çalışma şeklini ölçmek adına sorulara yer verilmiştir. Aşağıda katılımcıların demografik özelliklerine ait bulgular yer almaktadır.

Katılımcıların yaş aralığı göz önüne alındığında; %11,3'ü 18-25 yaş aralığında, %38,4'ü 26-35 yaş aralığında, %24,7'si 36-45 yaş aralığında, %19,4'ü 46-55 yaş aralığında ve %6,2'si 56-65 yaş aralığındadır. Katılımcıların cinsiyetleri incelendiğinde ise; %51,5'i kadinken, %48,5'i erkektir. Araştırmada yer alan katılımcıların medeni halleri ise; %61,5'i evli, %38,5'i bekar olarak belirlenmiştir. Ayrıca katılımcıların eğitim durumları (mezuniyet) ele alındığında; %23,8'i lise ve altı, %15,1'i ön lisans, %47,4'ü lisans, %13,8'i lisansüstü mezundur. Katılımcıların hangi sektörde çalışmakta olduğuna bakıldığında; %66,1'i kamu, %33,9'u özel sektörde çalışmaktadır. Ayrıca katılımcıların %26,4'ü mavi yakalı, %73,6'sı ise beyaz yakalı çalışanlardır.

4.3. Korelasyon Analizi Bulguları

Liderlik stilleri ile narsisizm ilişkisinin belirlenebilmesi amacıyla gerçekleştirilen Pearson korelasyon analizine ait bulgular aşağıda Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3. Korelasyon Analizi Bulguları

| Liderlik Stilleri | Narsisizm |
|------------------------|-----------|
| Etkileşimci Liderlik | ,252*** |
| Dönüşümcü Liderlik | -,191*** |
| Laissez-Faire Liderlik | ,429*** |

Not: ***p<0,001.

Analiz sonucunda bulgular incelendiğinde şu sonuçlara elde edilmiştir. Etkileşimci liderlik ile narsisizm arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki vardır. Bu ilişki pozitif yönlüdür ve çok zayıf bir ilişkidir. Dönüşümcü liderlik ile narsisizm arasında ise istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki vardır. Bu ilişki negatif yönlüdür ve çok zayıf bir ilişkidir. Ayrıca laissez-faire liderlik ile narsisizm arasında istatistiki açıdan anlamlı vardır. Bu ilişki pozitif yönlüdür ve zayıf bir ilişkidir (Kalaycı, 2016). Bu sonuçlardan yola çıkılarak $H_{0,1}$, $H_{0,2}$, ve $H_{0,3}$ hipotezleri reddedilmiştir.

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışma çalışanların perspektifinden liderlik stilleri ile narsisizm ilişkisinin incelenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Yapılan literatür incelemesinde narsisistik liderlik ve liderlik ve narsisizm üzerine çalışmalara erişilmiş olsa da çalışanlar perspektifinden öz bildirim yoluyla liderlik stilleri ve narsisizm arasındaki ilişkiyi ele alan bir çalışmaya rastlanamamıştır.

Gerçekleştirilen korelasyon analizi bulgularından yola çıkılarak etkileşimci, dönüşümcü ve laissez-faire liderlik ile narsisizm arasında anlamlı istatistiksel ilişkiler elde edilmiştir. Elde edilen bulgular ışığında; H₁, H₂, ve H₃ hipotezleri kabul edilmiştir. Araştırmadan elde edilen sonuçlar incelendiğinde liderlik stilleri ile narsisizm arasında çalışanlar perspektifinden anlamlı bir ilişki olduğu anlaşılmıştır.

Çalışmanın literatüre katkı ve ileride gerçekleştirilecek çalışmalara kaynak oluşturabilecek manada veri sağlaması amaçlanmıştır. Uygulamada ise, organizasyonlara çalışanların yöneticilerine yönelik liderlik stilleri algısı ve yöneticilerini narsisistik olarak değerlendirip değerlendirmedikleri konusunda bilgi sağlamak amaçlanmıştır. Bu bağlamda, yürütülen çalışma organizasyonlardaki farklı yönetim kademelerinde görev alan yöneticilerin çalışanlar perspektifinde narsisist olarak algılanabilirliği ve bu durumun örgütsel etkilerine yönelik katkı sağlayabilecek niteliktedir.

Gelecek Çalışmalar için Öneriler

Gelecek dönemde yapılabilecek çalışmalar için aşağıdaki noktaların göz önüne alınmasının önemli olabileceği düşünülmektedir:

- Liderlik stilleri ile narsisizm ilişkisinin özel sektör bünyesinde farklı alt dallarda gerçekleştirilmesi ile alt sektörlerde çalışanların algıları arasında olabilecek farklar tespit edilebilecek niteliktedir.
- Çalışmadan elde edilen bulguların arttırılabilmesi ve daha kapsamlı bir yapıda ele alınabilmesi adına liderlik stilleri ile diğer karanlık kişilik özellikleri olarak narsisizmle birlikte ele alınan Makyavelizm ve psikopatinin arasındaki ilişkinin çalışanlar perspektifinden incelenmesi literatüre katkı sağlayabilecek bir yapıdadır.
- Yürütülen çalışma nicel bir araştırma desenine sahiptir. Daha sonra gerçekleştirilecek çalışmalarda nitel araştırma yöntemlerinden de faydalanılması konunun daha detaylı bir şekilde anlaşılabilmesi açısından önem arz etmektedir ve mevcut çalışmadan elde edilen bulguların katkısını arttırabilecektir.

Çıkar Çatışması

Makale yazarları arasında herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Yazar Katkıları

Yazarlar, çalışmaya eşit katkıda bulduklarını beyan etmişlerdir.

Kaynaklar

Akdoğan, E. (2002). *Öğretim elemanlarının algıladıkları liderlik stilleri ile iş doyum düzeyleri arasındaki ilişki* (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.


- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (5th ed.). American Psychiatric Publishing, Inc.
- Bass, B. M. (1985). “*Leadership: Good, better, best,*” *organizational dynamics*. Academy of Leadership Press.
- Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1993). Transformational leadership and organizational culture. *Public administration quarterly*, 112-121.
- Bass, B. M., & Bass, R. (2008). *The Bass handbook of leadership: Theory, research, and managerial applications*. Simon and Schuster.
- Bass, B.M. (1990). *Bass & Stogdill’s handbook of leadership, theory, research & managerial applications* (1. Ed). The Free Press.
- Burns, J. M. (1978). *Leadership*. NY.
- Davis, D.F. Golicic, S. L., & Marquardt, A. (2009). “Measuring brand equity for logistics services”. *The International Journal of Logistics Management*. 20(2).201-212.
- Dereli, T. (1976), *Organizasyonlarda Davranış*. İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Edward, M., George, B. P., & Sarkar, S. K. (2012). “The impact of switching costs upon the service quality- perceived value- customer satisfaction service loyalty chain: A study in the context of cellular services in India”. *Services Marketing Quarterly*. 31(2). 151–173.
- Freud, S. (2017). *Narsizm üzerine ve Schreber vakası*. B. Büyükkal ve S. M. Tura (çev.), İstanbul: Metis Yayınları (Orijinal Baskı Tarihi 1914).
- Grenyer, B. F. S. (2013). Historical overview of pathological narcissism. In J.S. Ogrodniczuk (Ed.), *Understanding and treating pathological narcissism*. Washington, DC: American Psychological Association, 15-26.
- Hinkin, T. R., & Schriesheim, C. A. (2008). A theoretical and empirical examination of the transactional and non-leadership dimensions of the Multifactor Leadership Questionnaire (MLQ). *The Leadership Quarterly*, 19(5), 501-513.
- Jonason, P. K., & Webster, G. D. (2010). The dirty dozen: A concise measure of the dark triad. *Psychological assessment*, 22(2), 420.
- Jones, D., & Rudd, R. (2008). Transactional, transformational, or laissez-Faire leadership: An assessment of college of agriculture academic program leaders'(deans) leadership styles. *Journal of Agricultural Education*, 49(2), 88-97.
- Kalaycı, Ş. (2016). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik uygulamaları* (7. Baskı). Ankara: Asil Yayınevi.
- Kartopu, S. (2013). Narsisizmin dindarlık eğilimleriyle ilişkisi: Gümüşhane Üniversitesi örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 6(6), 625- 649.
- Kelloway, E. K., Sivanathan, N., Francis, L., & Barling, J. (2005). Poor leadership. In J. Barling, E. K. Kelloway ve M. R. Frone (Eds.), *Handbook of work stress*. Thousand Oaks, CA: Sage.

- Kelly, R. (2014). *The Root of Leadership*. Erişim Adresi: <http://www.leadershipissues.com/the-root-of-leadership/> (Erişim Tarihi: 18 Temmuz 2018).
- Kernberg, O. F. (1979). Regression in organizational leadership. *Psychiatry*, 42(1), 24- 39.
- Kets de Vries, M. F. R., & Miller, D. 1985. Narcissism and leadership: An object relations perspective. *Human Relations*, 38, 583-601.
- Kızıltan, H. (2000). *Narcissistic Personality Inventory (NPI) ölçeğinin Türkçe formu dil eşdeğerliliği, güvenirlik ve geçerlilik çalışmaları*. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Maccoby, M. (2000). Narcissistic leaders: The incredible pros, the inevitable cons. *Harvard business review*, 78(1), 68-78.
- Maccoby, M. (2004). Why people follow the leader: the power of transference. *Harvard Business Review* (82), 76-85.
- McLean, E. R., & Smits, S. J. (2003). *A role model of IS leadership*. In Proceedings of the Ninth Americas Conference on Information Systems (pp. 1273-1282).
- Khan, A. K., Nawaz, A., & Khan, I. (2016). Leadership theories and styles: A literature review. *Leadership*, 16, 1-7.
- Northouse, P. G. (2007). *Leadership: Theory and practice* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Özsoy, E., Rauthmann, J. F., Jonason, P. K., & Ardiç, K. (2017). Reliability and validity of the Turkish versions of Dark Triad Dirty Dozen (DTDD-T), Short Dark Triad (SD3-T), and Single Item Narcissism Scale (SINS-T). *Personality and Individual Differences*, 117, 11-14.
- Paulhus, D. L., & Williams, K. M. (2002). The dark triad of personality: Narcissism, Machiavellianism, and psychopathy. *Journal of research in personality*, 36(6), 556-563.
- Raskin, R.N., & Hall, C.S. (1979). A Narcissistic Personality Inventory. *Psychological Reports*, 45, 590.
- Russell, G. A. (1985). Narcissism and the narcissistic personality disorder: A comparison of the theories of Kernberg and Kohut. *British Journal of Medical Psychology*, 58(2), 137-148.
- Sharma, M. K., & Jain, S. (2013). Leadership management: Principles, models and theories. *Global Journal of Management and Business Studies*, 3(3), 309-318.
- Skogstad, A., Einarsen, S., Torsheim, T., Aasland, M. S., & Hetland, H. (2007). The destructiveness of laissez-faire leadership behavior. *Journal of occupational health psychology*, 12(1), 80.
- Transformational Leadership. Erişim Adresi: <https://www.langston.edu/sites/default/files/basic-contentfiles/TransformationalLeadership.pdf/> (Erişim Tarihi: 20 Temmuz 2018).
- Tutar, H. (2016). *Örgütsel Davranış* (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Xirasagar, S. (2008). Transformational, transactional and laissez-faire leadership among physician executives. *Journal of Health organization and management*, 22(6), 599-613.



© 2020 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.

Sınır Ötesi Ticarete E-İhracat İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi*

Gökhan BARAL¹ , Yasin TEKDEMİR² 

¹Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Ferizli Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon, Sakarya, Türkiye. baral@subu.edu.tr

² Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Uluslararası İşletme Yönetimi Bölümü, Sakarya, Türkiye. t57.yasin@hotmail.com

ÖZ

E-ihracat muhasebesi ile klasik ihracat muhasebesi tek düzen hesap planı üzerinden yapılmakta ve aracı kurumların dahil olması durumunda muhasebeleştirme açısından birtakım farklılıklar söz konusu olmaktadır. Fakat e-ihracat işlemlerinin muhasebeleştirme süreçlerinde bu farklılıkların çoğunlukla bilinmediği veya meslek mensupları tarafından dikkate alınmadığı görülmektedir. Her geçen gün artmakta olan e-ihracat işlemleri ülkeler açısından önemli bir konuma gelmekte ve buna bağlı olarak e-ihracat muhasebe işlemlerinin de doğru şekilde yapılması önem arz etmektedir.

Bu çalışmanın amacı; sınır ötesi e-ihracat süreçlerini tanımlamak ve sınır ötesi e-ihracat işlemlerinin muhasebe işleyişinde yaşanan problemleri tespit etmek ve çözüm yollarını sunmaktır. Bu kapsamda çalışmada, e-ticaretin bir kolu olan e-ihracat işlemlerinin muhasebeleştirilmesi konusunda muhasebe kaydı uygulamaları örnek olay yöntemi kullanılarak ortaya konulmaktadır. Yapılan araştırma sonucunda muhasebe işlemlerinin uygulamasında, e-ihracat muhasebe işlemlerinin klasik ihracat muhasebe işlemlerinden farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır. Bu farklılıklar şu şekildedir; e-ticaret faaliyetinde bulunan işletmeler yapmış olduğu e-ticaret faaliyetini, e-pazar yerleri üzerinden gerçekleştirirse burada e-pazaryerleri satış yapan firmaya komisyon ve hizmet bedeli faturası kesmesi gerekmektedir. Diğer bir farklılık ise e-ihracat faaliyetleri kapsamında mikro ihracat kurallarına göre yapılan işlemlerde gümrük işlemlerine tabii olmadan satışların yapılabildiğidir. Ayrıca çalışmanın e-ticaret işlemleri ile uğraşan muhasebe meslek mensuplarına ve bu konuda çalışma yapacak araştırmacılara katkı sağlayacağı, güncel muhasebe prosedürlerini takip edebilecekleri bir kaynak olabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sınır ötesi ticaret, e-ihracat, e-ticaret muhasebesi, e-ihracat muhasebesi

Accounting of E-Export Transactions in Cross-Border Trade

ABSTRACT

E-export accounting and classical export accounting are carried out over a uniform chart of accounts and there are some differences in terms of accounting if intermediary institutions are involved. However, in the accounting processes of e-export transactions, it is seen that these differences are mostly unknown or not taken into account by the professionals. E-export transactions, which are

*Bu çalışmada Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü “Uluslararası E-Ticaret İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi” adlı yüksek lisans tezinden yararlanılmıştır.

increasing day by day, have an important position in terms of countries, and accordingly, it is important to perform e-export accounting transactions correctly.

The aim of this study; to define cross-border e-export processes and to identify the problems experienced in the accounting process of cross-border e-export transactions and to offer solutions. In this context, in this study, accounting records practices for the accounting of e-export transactions, which is a branch of e-commerce, are presented using the case study method. As a result of the research, it has been revealed that e-export accounting transactions differ from classical export accounting transactions in the application of accounting transactions. These differences are as follows; If businesses engaged in e-commerce activities carry out their e-commerce activities through e-Marketplaces, they are required to issue a commission and service fee invoice to the company that sells e-marketplaces. Another difference is that within the scope of e-export activities, sales can be made without being subject to customs procedures in transactions made according to micro export rules. In addition, it is thought that the study will contribute to accounting professionals dealing with e-commerce transactions and researchers who will work on this subject, and may be a source where they can follow up-to-date accounting procedures.

Keywords: Cross-border trade, cross-border e-commerce, cross-border e-commerce accounting, cross-border e-commerce accounting

1. Giriş

Ticaret insanlık tarihi boyunca var olan bir kavramdır. İnsanlar ihtiyaçları için farklı alışveriş metotları geliştirmişlerdir. Tarih boyunca ticaret birçok değişikliklere uğrayarak günümüze kadar gelmiştir. Bu gelişmelerin en büyük ayağından bir tanesi yeni nesil ticaret sistemleri oluşturmaktadır. 1995 yılında ortaya çıkan e-ticaret farklı şekillerde gelişerek günümüze kadar gelmiştir.

İlk olarak yerel olarak ortaya çıkan e-ticaret, günümüzde ise sınır ötesi (e-ihracat) ticaret olarak şekillenerek internet aracılığıyla işletmeleri dünya için bir yerel pazar haline getirmiştir. Bu güncel gelişmeler insan hayatını kolaylaştırmasının yanında bazı sorumluluklar, yükümlülükler ve problemler ortaya çıkarmıştır. Ticari faaliyet kapsamında yapılan her türlü alışveriş işlemlerinin kayıt altına alınması gerekmektedir. E-ticaret aracılığıyla ortaya çıkan satıştan doğan gelirinde muhasebeleştirilmesi ve kayıt altına alınması gerekmektedir.

Farklı kurum ve kuruluşların e-ticaret tanımları şu şekildedir;

Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Teşkilatı'na (OECD) göre e-ticaret; metin, ses ve görsel imaj gibi sayısallaştırılabilen verilerin kodlar üzerinden işlenerek açık veya kapalı ağ sistemleri üzerinden iletilmesini sağlayan ticari faaliyetlerinin bütünü olarak tanımlanmaktadır. Dünya Ticaret Örgütü'ne (WTO) göre e-ticaret; ürün ve hizmetlerin üretim, reklam, satış ve dağıtım faaliyetlerinin telekomünasyon ağı üzerinden yapılmasıdır (Akpınar, 2017:20). Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu(ETTK)na göre e-ticaret; fiziki bir ortamda buluşmadan elektronik bir ortam üzerinden gerçekleştirilen çevrimiçi iktisadi ve ticari faaliyetlerin bütünü olarak adlandırılmaktadır (URL-1).

İnternet üzerinden yapılan e-ticaret faaliyetlerinin başlamasıyla birlikte yeni uygulamalar ortaya çıkmıştır. Bu uygulamalarla birlikte hukuka uygun bir şekilde yasal düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. E-ticaretin ortaya çıkmasıyla birlikte ticarete yeni kavramlar ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkan bu yeni kavramlar işletmeler tarafında farklı olarak algılanmıştır(Canbaz,2006: 67).

Bu çalışmada ilk olarak Kavramsal çerçeve üzerinde durulmuştur. Bu başlık altında; e-ticaret, sınır ötesi e-ticaret, e-ihracat kavramları üzerinde durulmuştur. Çalışmada e-ihracat faaliyetinde bulunan bir işletmenin karşılaşacağı ve e-ihracat işlemlerinde yapması gereken muhasebe kaydı örnekleri, örnek olay yönteminden yararlanılarak ele alınmıştır. Son olarak sonuç ve değerlendirme kısmında araştırmadan elde edilen bulgular değerlendirilmiştir.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Literatür Çalışması

Yök tez kataloğu “Dış Ticaret” yazıp arandığında 2011 yılına kadar geri gidilerek arama yapılmış olup 780 adet tez taramaya tabii tutulmuştur. Taranan tezlerden sadece 9 adedi dış ticaret ve muhasebe konularının birlikte işlendiği tezlerdir. Genelde incelenen tezler iktisat, ekonomi, istatistiksel konulardan oluşmuştur. Bunun yanında finansman, krediler ve kur değerlemeleri konularında tezler olsa da e-ihracat konusuyla direkt bağlantıları bulunmamıştır.

Aşağıda dış ticaret ve muhasebe konularının birlikte işlendiği 9 tezin bilgileri verilmiştir:

Çamur (2022) tezinde muhasebe standartlarının dış ticaret işlemlerinde uygulamasını göstermeye çalışmış klasik ihracat ve ithalat konuları ele almıştır.

Ulutaş (2020) tezinde kur değişiminin muhasebe standartlarıyla dış ticaret yapan şirketlerde uygulanması halinde mali tablolara bunun etkisi tartışılmıştır.

Pehlivan (2021) tezinde dış ticaret işlemlerinin Türkiye Muhasebe Standartları çerçevesinde değerlendirilmesi ve muhasebeleştirilmesi ile ihracat ve ithalat işlemlerinde uygulama örneklerine yer verilmiştir.

Yılmaz (2020) Dış Ticaret İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi TMS 2 ve TMS 21 standartlarının VUK ile karşılaştırılması verilmiştir.

İzol (2018) tezinde ihracat ve ithalat işlemlerinin muhasebesi ve bir işletmede uygulaması gösterilmiştir.

Ağsakal (2015) Dış ticaret işlemlerinin UFRS ye göre muhasebeleştirilmesi çalışılmıştır.

Turna (2015) Türkiye Muhasebe Standartları Çerçevesinde Dış Ticaret İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi çalışılmıştır. Model işletmelerde uygulama örnekleri verilmiştir.

Ayhan (2014) Dış Ticaret İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi ve Serbest Bölge Uygulaması konu edilmiş uygulama örneği vardır.

Müderrişoğlu (2013) tezinde Muhasebe Kuramı ve Mevzuat Açısından Dış Ticaret İşlemlerinin İncelemesi yapılmıştır.

Dış ticaret ve muhasebe kelimeleriyle arama yaptığımızda yakın konular bulunsa da e-ihracat ve e-ihracatın muhasebesi konuları ayrı arama gereği duyularak sadece e-ihracat kelimesiyle arama yapılarak aşağıdaki çalışmalar bulunmuştur:

Uzun'un (2021) çalışmasında; Dünya e-ihracat rakamları ile Türkiye rakamları arasında mukayeseli nicel analiz yapılmıştır. Türkiye'nin önündeki engeller belirtilip ve e-ihracatın artırılması için tavsiyelerde bulunulmuştur.

Satıcı'nın (2019) çalışmasında; e-ihracatın temel unsuru olan lojistik konusunu firmalardan örnekler vererek teorik olarak incelemiştir.

Hepyaşar'ın (2019) çalışmasında; e-ihracatın temel unsurlarından e-gümrükleme sorunlarına değinilmiştir. Gümrüklerde bekleyişin marka değerini düşüreceği maliyetleri arttıracığı belirtilmiştir.

Delibal'ın (2019) çalışmasında; elektronik pazaryeri kullanımının avantaj dezavantajları 32 firmadan alınan cevaplarla değerlendirilmiştir. E-ihracatta ödeme alma, lojistik v.b sorunlar tespit edilmiştir. Mikro ihracatın kolaylaştırıcı etkisinden bahsedilmiş olmakla birlikte yeterli olmadığı belirtilmiştir.

Yalçın'ın (2016) çalışmasında; elektronik pazaryeri olan Alibaba.com ile ilgili yazışmalar yapılarak ve literatür incelenerek elektronik pazaryerlerine giriş yöntemleri incelenmiş ve bu yöntemlerle KOBİ'ler için kazanılacak fırsatlara vurgu yapılmıştır.

E-İhracat ile ilgili olarak yapılan literatür çalışmaları ile konunun anlaşılması sağlanmış olup lojistik, gümrükleme, elektronik pazar yerleri konumuzun parçaları olup çalışmamıza katkıları olmuştur.

2.2. E-Ticaret

İnsanlığın var oluşundan itibaren ticarete birçok değişim meydana gelmiştir. Ticaret, mal ve hizmetlerin satılması veya satın alınması şeklinde tanımlanmıştır. İlk olarak insanlar pazar adı verilen bir merkezde konumlanan alıcı ve satıcıların ortak bir noktada buluşarak insanların birbirleriyle yüz yüze gelerek ürünlerini takas etmişlerdir. Yaşanan gelişmeler ışığında paranın ve yazının bulunmasıyla birlikte yaşanan değişimler ticaret alanına da yansımıştır (Gugu, 2020: 1).

Dijital dönüşüm ile birlikte yeni çalışma alanlarının ortaya çıkmış, otomasyon sistemleri gelişmiş, yeni ödeme şekilleri ortaya çıkmış ve geleneksel alışveriş ortamlarının yerini elektronik platformlar almıştır (Bağdat ve Koç, 2020: 214). Bu etki ile ticaret sürekli gelişen ve değişen bir yapıya sahip olmuştur. 20. Yüzyılın sonuna doğru yaşanan bilgi ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler küreselleşme sürecini hızlandırmıştır. Bununla birlikte yaşanan gelişmeler ülkelerin ticari faaliyetlerine de önemli bir katkıda bulunmuştur.

İletişim teknolojilerindeki gerçekleşen gelişmeler, uluslararası ticareti her boyutuyla etkilemiştir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gerçekleşen gelişmeler, ülkelerin ticari faaliyetlerini zaman ve maliyet bakımından önemli ölçüde tasarruf sağlamalarına olanak tanımıştır. (Şeker,2017: 76).

Günümüzdeki rekabetçi iş dünyası işletmelerin devamlılığını sağlayabilmesi ve büyümesi için internet ve iletişim teknolojileri bir ana unsur haline gelmiştir. İnternet sayesinde işletmeler ticari faaliyetlerine genişletmekte ve bilgi alışveriş olanakları sağlamaktadır. İşletmelere iş partnerleri, müşterileri ile iş birliği yapma ve hızlı bir iletişim seçeneği sağlamaktadır. İş yapma biçimleri bakımından önemli bir etkiye sahip olan internet e-ticaretin üzerindeki etkisini günden güne artırmaktadır. (Kalalı, 2021:3).

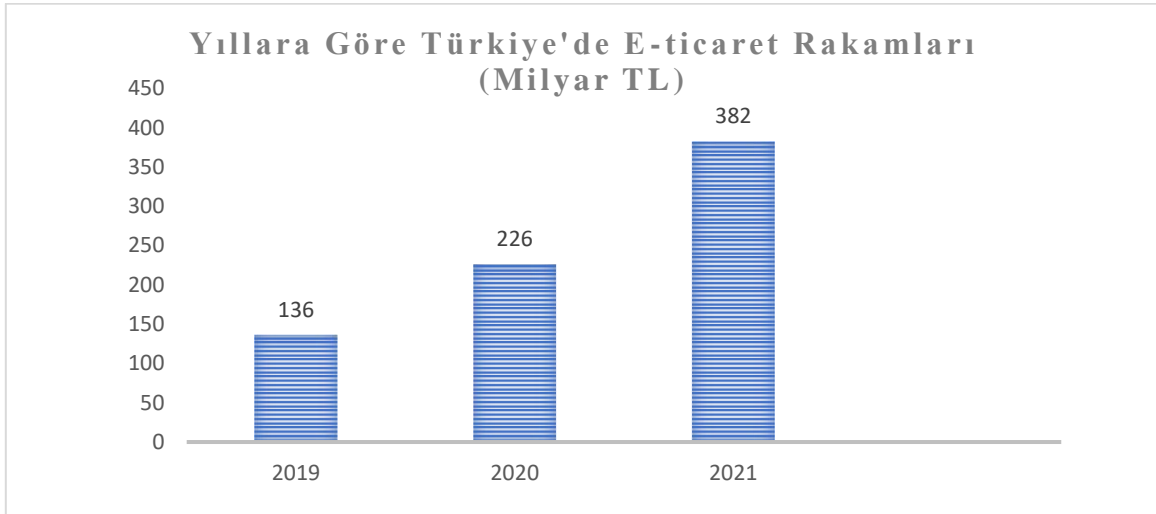
E-ticaret, geleneksek olarak kullanılan bilgi teknolojilerinin imkanlarının kullanılmasıyla internet üzerinden satıcıları, müşterileri, tedarikçileri ve bayileri bir araya getiren bir alışveriş

sistemidir. Ürün veya hizmet satan-alan şirketler dünyanın herhangi bir yerinde internet üzerinden alışveriş işlemlerinin yapılmasıdır (Marangoz, 2011:184).

2.3. Türkiye’de E-ticaretin Gelişimi

Ekonominin küreselleşmesi ile yaşanan gelişmeler, ticarete bazı yeniliklere ve değişimlere yol açmıştır. Bu yenilik ve değişimler Türkiye’de birçok alanı etkilemiştir. Ulusal ve uluslararası alanda faaliyet gösteren firmalar bu etkilenmenin ilk basamaklarını oluşturmaktadırlar. Bu firmalar yaşanan değişimlere uyum sağlama mücadelesi vermektedir (Kandemir vd., 2016:134).

Elektronik ticaret kavramı Türkiye’de 1992 yılında Merkez Bankası ile bankalar arasında meydana gelen Elektronik Fon (EFT) Transferi ile ortaya çıkmıştır (Aydemir, 2004: 21). 1997 yılında Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu’nun (ETTK) kurulmasına, elektronik ticaret ağının oluşturulması için Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu karar vermiştir. ETTK ile birlikte internet üzerinden yapılan işlemlerin güvenliğini sağlama, gizliliğin oluşturulması amacıyla çalışmalar yapılmasına karar verilmiştir (Şanlı, 2005: 212).



Şekil 1: Türkiye’nin Yıllara Göre E-Ticaret Harcamaları (URL-2)(27.11.2022).

Şekil 1’de Türkiye’nin son 3 yılının e-ticaret rakamları yer almaktadır. 2019 yılında 136 milyar TL olan yurtiçi harcamalar göstergeleri, 2021 yılında ise 382 milyar TL olarak karşımıza çıkmaktadır. Son 2 yılda Türkiye’de e-ticaret harcamalarında 246 milyar TL’lik bir artış meydana gelmiştir. 2020 yılında 2019 yılına göre e-ticaret harcamaları %66,17 artmıştır. 2021 yılında ise 2020 yılına bakarak %69,02’lik bir büyüme söz konusu olmuştur.

2.4. Dünya’da E-Ticaretin Gelişimi ve Mevcut Durumu

Günümüzde ülkelerin birbiri ile olan iletişim ağının gelişmesi sonucunda mesafeler ortadan kalkmakta, sanayi ve hizmet üretiminin küresel erişim hızı artmakta ve elektronik ticaretin hacmi her geçen gün büyümektedir (Koç ve Bağdat, 2020: 30). Ancak elektronik ticaretin temelleri 20. Yüzyılın ikinci yarısında Amerika Birleşik Devletleri’nde atılmıştır (Bahçeci, 2022:137). İlk ortak ağ çalışmaları üniversite taban merkezli olmak suretiyle başlatılmıştır. Üniversitelerin ortaklaşa kullandıkları bu ağ yolu ile etkin kaynak kullanımının ortaklaştırılması esas hedef olarak belirlenmiştir. 1970 yılına geldiği İleri Proje Araştırma

Ajansı'nın kurulmasıyla askeri manada meydana getirilen araştırmalar internet ağının ve dolayısı ile e-ticaretin günümüzdeki manası ile bilinen alt yapısının meydana getirilmesini sağlamıştır (Otuzoğlu, 2017).

1980 yılında yaşanan gelişmelere bağlı olarak küresel çapta kendinden söz ettiren e-ticaret insan yaşamında önemli bir konuma gelmiştir. 1982 yılında France tarafından bulunan minitel sistem, bugün ki internet altyapısının temelini oluşturmaktaydı. Minitel sistem içerisinde uzaktan alışveriş yapmayı sağlamasıyla birlikte haberleşme ağlarını da geliştirmekteydi. Bu ağ üzerinden tanımlanan alışverişlerde kredi kartından faydalanılması ve ödemelerin ay sonunda faturayı yansıtması bulunduğu dönem için büyük bir yenilik olarak elektronik ticaretin tarihinde ana unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Yıldırım, 2011: 37).

Elektronik ticaret küresel çapta her geçen büyümektedir. Tablo 1 'de küresel elektronik ticaret satışları verilmektedir. 2021 yılı itibariyle dünya genelinde e-ticaret satışları 4,9 trilyon \$ olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam toplam satışların yaklaşık %19'una karşılık gelmektedir. 2025 yılına ulaşıldığı zaman ise uluslararası e-ticaret satışlarının 7,3 trilyon \$ seviyelerine ulaşarak toplam satışların içerisindeki payının %24'ünü oluşturacağı tahmin edilmektedir.

Tablo 1: Küresel E-Ticaret Satışları (Utku ve Dümenli, 2022:16). (*Tahmini)

| Yıllar | E-Ticaret Satışları | Toplam Satışlar İçerisindeki Payı |
|--------|---------------------|-----------------------------------|
| 2019 | 3.351 | % 13 |
| 2020 | 4.248 | % 17 |
| 2021 | 4.938 | % 19 |
| 2022* | 5.542 | % 21 |
| 2023* | 6.151 | % 22 |
| 2024* | 6.767 | % 23 |
| 2025* | 7.391 | % 24 |

Dünya'da e-ticaretin gelişimi ve büyümesi her geçen gün devam etmektedir. Rekabet kurumunun yayınladığı verilere göre 2020-2024 yılları arasında perakende e-ticaret büyüme tahminleri Tablo 2'de verilmiştir. Tablo 2'de dünyada gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere yer verilmiştir. Gelişmiş bir ülke olan İngiltere'nin 2020-2024 yılları arasında perakende e-ticaret hacmi büyüme oranı %4,7 olarak tahmin edilmektedir. Büyüme tahminlerine baktığımız zaman en dikkat çekici ülkeler Türkiye (%20,2) ve Arjantin'dir (%16,3).

Tablo 2: Perakende e-ticaretin 2020-2024 yılları arasında ülkeler bazında beklenen büyüme oranları (%) (Rekabet Kurumu, Nisan 2021)

| | |
|--------------|------|
| İngiltere | 4,7 |
| Avustralya | 5,8 |
| ABD | 6,2 |
| Fransa | 6,4 |
| Meksika | 6,5 |
| Almanya | 6,5 |
| Brezilya | 9,1 |
| Güney Afrika | 10 |
| Hindistan | 13,1 |
| Arjantin | 16,3 |
| Türkiye | 20,2 |

2.5. Sınır Ötesi E-Ticaret

Dijital platform sistemlerini kullanarak çevrimiçi bir şekilde (online) olarak sipariş edilen, ticarete taraf olan alıcı ve satıcıların farklı ülkelerde bulunduğu geleneksel yöntemler ile teslim edilen malların haiz olduğu işlemler sınır ötesi e-ticaret olarak adlandırılmaktadır (e-ticaret rehberi, 2021:3). Worldef (2022) sınır ötesi e-ticaret fırsatlar ve problemler raporuna göre sınır ötesi e-ticareti etkileyen faktörleri ve sınır ötesi e-ticarete başlıca sorunlarını 7 başlık altında toplamıştır. Bu başlıklar aşağıda gibi ifade edilmektedir.

Sınır ötesi e-ticaretin gelişimi etkileyen faktörler şunlardır;

- Global pazaryerlerinin büyüklüğü,
- Uluslararası ticarete liberalleşme eğilimlerinin ivme kazanması,
- Teknoloji sistemlerinin ödeme sistemlerini geliştirmesi,
- Sınır ötesi e-ticareti teşvik edici düzenlemeler,
- Dünyanın hızlı bir şekilde küreselleşmesi,
- Asya-Pasifik bölgesinin sınır ötesi e-ticaretteki rolü,
- Kadınların e-ticaret ve sınır ötesi e-ticarete katılım sağlaması,

Sınır ötesi e-ticarete başlıca sorunlar

- Sınır ötesi pazara giriş imkanlarının zor olması,
- Büyük e-ticaret firmalarının tekelleşme ve rekabet bozucu uygulamaları,
- Sınır ötesi işlemlerde iade sorunları
- Lojistik sistemleri ve tedarik yönetim zincirlerindeki karışıklıklar,
- Dolandırıcılık ve sahte ürünlerin iade süreçleri,
- Küresel ekonomideki yaşanan enflasyonist süreçler,
- Sınır ötesi ödemeler sistemlerinin altyapı yetersizliği ve vergilendirme sorunları sınır ötesi ticarete en fazla karşılaşılan sorunlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 3’da verilen bilgilere göre küresel e-ticaretin bölgesel dağılımları verilmiştir. Tablodaki bilgilere göre dünya e-ticaretindeki en büyük payla Asya Pasifik bölgesi 2.448 milyar dolar ile ilk sırada yer almaktadır. Asya Pasifik bölgesini ikinci sırada ise Çin Halk Cumhuriyeti takip etmektedir. Küresel ticarete en düşük payı ise Ortadoğu bölgesi almaktadır.

Küresel elektronik ticaret pazarı 3,9 trilyon dolara ulaşmıştır. 2.1 trilyon dolar e-ticaret hacmiyle pazarın %53,3’üne sahip olan Çin en büyük e-ticaret hacmine sahiptir. Çin’i 706 milyar dolar ile takip eden ABD dünyadaki ikinci e-ticaret pazar büyüklüğüne sahiptir. 2020 itibariyle dünya e-ticaret hacminin %71’4’ünü ABD ve Çin oluşturmaktadır. (Dünyada e-ticaretin gelişimi ve Çin’de e-ticaretin incelenmesi raporu, 2021:16).

Tablo 3: *Küresel e-ticaretin bölgesel dağılımı 2020 (Dünyada e-ticaretin gelişimi ve Çin’de e-ticaretin incelenmesi raporu, 2021:16).*

| Bölgeler | Milyar Dolar (\$) |
|-----------------------|-------------------|
| Asya Pasifik | 2.448 |
| Çin | 2.088 |
| Kuzey Amerika | 749 |
| ABD | 709 |
| Avrupa | 591 |
| Batı Avrupa | 498 |
| Merkez ve Doğu Avrupa | 93 |
| Latin Amerika | 84 |
| Ortadoğu | 42 |

Sınır ötesi ticaret işlemleri e-ihracat ve e-ithalat olmak üzere ikiye ayrılmaktadır:

2.5.1. E-İthalat

E-ithalat işlemleri sınır ötesi işlemlerden sayılmaktadır. E-ithalat, online kanallar kullanılarak yurtdışına verilen siparişlerin, hızlı kargo ve posta yöntemi aracılığıyla alıcı ülkedeki müşteriye ulaştırılmasıdır. E-ihracatta, ihracat işlemleri teşvik edilirken e-ithalatta tam tersi bir durum söz konusudur. Ülkedeki üreticilerin korunması için e-ithalatta ilave vergiler konularak ithalat maliyetleri arttırılmaktadır (Gürsoy, 2020:245).

2.5.2. E-ihracat

E-ihracat, yurtdışında bulunan müşterilere online satış kanalları üzerinden satış ile gerçekleştirilen ticari faaliyetlerin tümü olarak tanımlanmaktadır. E-ihracata konu olan ürünlerin satışı için e-ticaret platformlarına gerek duyulmaktadır. Bu işlemlerde e-ticaret platformlarını bireysel müşteriler tarafından seçilmektedir. Seçilen ürünler işletme tarafından KDV’siz satış faturası düzenlenerek (ETGB) Elektronik Ticaret Gümrük Beyanı kapsamında satışı gerçekleştirilmektedir (E-ihracat ortak akıl çalıştay, 2019:10).

Başka bir tanıma göre e-ihracat; farklı bölge veya ülkelerde bulunan tüketicilerin satıcılardan sanal pazaryerleri üzerinden alışveriş yapması ve ürünlerin sınır ötesi taşımacılık-lojistik ile iletilip/alınmasıdır (Saydam,2022:37).

2.5.2.1. Mikro ihracat

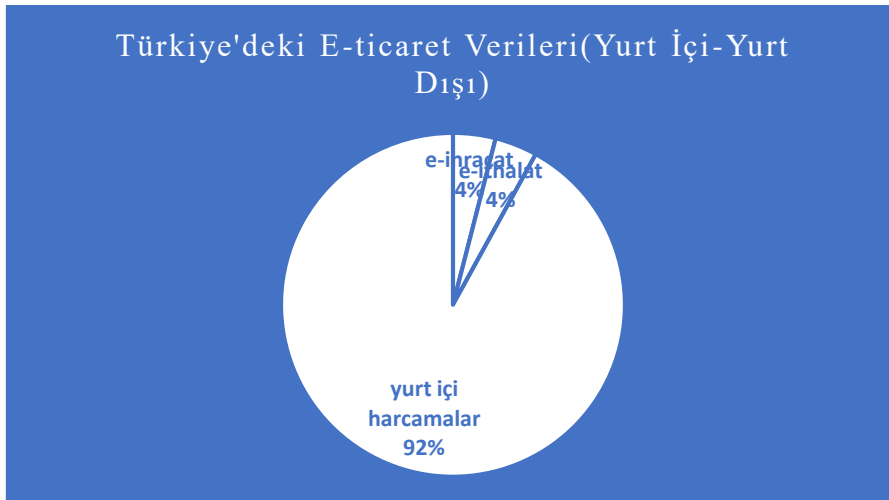
Mikro ihracat, 10/03/2013 tarihli ve 28583 sayılı Gümrük Genel Tebliğine göre, brüt kilogramı 300 ve maddi değeri 15.000 euro'yu geçmeyen ihracata konu olan, e-ticaret pazaryerleri üzerinden satılan ürün ve hizmetlerin bütünüdür (URL-4).

E-ihracat olarak yapılan işlemler yukarıda verilen 300 kg ve 15.000 Euro miktarlarını geçmediği zaman mikro ihracat kuralları geçerli olmaktadır. Ancak yapılacak işlemler bu miktar ve tutarların üzerinde ise burada yapılan işlemler de klasik ihracat koşulları geçerli olacaktır. Mikro ihracat olarak yapılan işlemlerin muhasebesi aynı e-ihracattaki muhasebe işlemleri gibidir. Burada yapılan ihracat işlemleri 102 Bankalar, 601 Yurtdışı satışlar hesaplarla kayıt altına alınmaktadır. E- ihracatta kullanılan hesaplar mikro ihracatta da aynı şekilde kullanılmaktadır. Lojistik giderleri ve Elektronik Ticaret Gümrük Beyanı yetkili firmaların komisyonları gider olarak kaydedilmektedir.

Mikro ihracat işlemleri incelendiğinde, işlemin yapılabilmesi için gerekli olan belgeler aşağıdaki şekilde ortaya çıkmaktadır (URL-6);

- Dolaylı temsil yetki belgesi,
- İhracat bilgi formu,
- E-arşiv fatura veya maliye tarafından onaylanmış fatura,
- İmza sirküleri belgesinin kopyası ve orijinal dolaylı temsil belgesi,
- Nakliye firmasından alınacak konşimento kopyası

2021 Türkiye’de 382 milyar TL e-ticaret harcaması gerçekleşmiştir. Şekil 2’de ise Türkiye’deki e-ticaret verileri verilmektedir. Şekil 2’ye göre Türkiye’de gerçekleşen 382 milyar TL’nin %92’si yani 349 milyar TL yurt içinde gerçekleşmiştir. 382 milyar TL’nin %4’üne denk gelen 16,4 milyar TL ise e-ihracat alanında gerçekleşmiştir. E-ithalat alanında gerçekleşen işlemler 16,5 milyar TL ile %4’lük kısma tekabül etmektedir.



Şekil 2: Türkiye’deki e-ticaret verileri (yurt içi-yurt dışı) (URL-3)

2.5.2.2. E-İhracatta ödeme yöntemleri

Klasik ticarete, alışveriş esnasında tüketici ve müşteri yüz yüze gelerek alışverişini tamamlamaktadır. Yapılan ticari işlemlerde genellikle nakit veya kredi kartı gibi ödeme yöntemleri tercih edilmektedir. Ancak e-ticarete ise böyle bir durum söz konusu değildir ve yapılan ödemeler her iki taraf için de güvenlik kaygısı oluşturmaktadır. Bu yüzden uluslararası alanlarda kullanılan ödeme yöntemleri tercih edilmelidir.

Dünya’da kullanılan en yaygın ödeme araçları şu şekildedir; (URL-5).

- Kredi kartları,
- Banka kartları,
- Dijital cüzdanlar,
- Elektronik para,
- Sanal POS,
- EFT (Elektrik Fon Transferi)
- Online Banka Havalesi

2.5.2.3. E-İhracat ile ihracat arasındaki farklar

Klasik ihracat ile ihracat arasında bir takım farklılık vardır. Bu farklılıkları (Türkiye İhracatçılar Meclisi E-İhracat Ortak Çalışmayı, 2019:11) raporunda şu şekilde ifade edilmektedir.

- Klasik ihracatta standart gümrük işlemleri uygulanmaktadır ve gümrük beyannamesi düzenlenirken, gümrük müşavirine ihtiyaç vardır. Ancak elektronik ihracatta ise taşıyıcı firmanın düzenlemiş olduğu ETGB (Elektronik Ticaret Gümrük Beyannamesi) belgesi yeterlidir,
- Klasik ihracatta alıcı ülkedeki gümrükleme süresi 2-7 iş günü sürerken elektronik ihracatta ise e-gümrükleme sayesinde çoğu işlem 12-48 saat içerisinde çözülmektedir,
- Klasik ihracatta B2C gümrükleme vergi muafiyetleri geçerli değilken, elektronik ihracatta ise B2C gümrükleme vergi muafiyetleri tam geçerlidir,
- Klasik ihracatta gümrükleme ve konsolidasyon imkanları kısıtlı iken, elektronik ihracatta geniş ve kolay uygulanabilmektedir,
- Klasik ihracatta ihracat operasyon hazırlığı detaylı ve zor iken, elektronik ihracatta basit ve kolaydır,
- Klasik ihracatta satış öncesi ve sonrası operasyon maliyetleri yüksek ve genellikle özel araştırma isterken, elektronik ihracatta kurallar şeffaf ve maliyetler düşük şekilde gerçekleşmektedir,
- Klasik ihracatta uçtan uca hizmet alabilme imkanı planlanması zor ve masraflı iken, elektronik ihracatta planlanması kolay ve ekonomiktir,
- Klasik ihracatta marka tescil sertifikası, belgelerin tercümesi veya apostil şerhi, satıcı ve alıcı şirketlerinin karnesi, hijyen sertifikası, laboratuvar analiz çoğunlukla zorunlu iken, elektronik ihracatta çok az bir ürün grubunda istenmektedir.

2.5.2.4. E-ihracatta dikkat edilmesi gerekenler

E-ihracatta dikkat edilmesi gereken konular aşağıdaki şekilde sayılabilir (E-ticaret ve e-ihracat, 2021:20);

- E-ihracatın devamlılığını sağlayabilmek için ihracat yapılan ülkenin kurallarını iyi bilmek ve uygulamak gereklidir,
- E-ticaret ve e-ihracat yapan firmalar ödeme sistemlerini kullanırken temkinli olmalıdır. Bu nedenle yerelde bulunan ödeme sistemleri kullanılmalıdır,
- İhracat işlemlerinde öngörülebilir ve tutarlı lojistik sistemleri kullanılmalıdır,
- İhracat yapılacak ülkelerin vergi ve e-ticaret kanunları ayrıntılı bir şekilde incelenmelidir,
- Sınır ötesi pazarlarda yapılan işlemlerde, e-ticaret firmaları operasyonel süreçlerde yerel unsurlar dışında farklı kanallarla yürüttüğü işlemlerde hükümet müdahaleleri ile karşı karşıya kalma ihtimali vardır. Bu yüzden yapılacak ticari faaliyet işlemlerinde o ülkenin yerel unsurları tercih edilmelidir,
- İhracat işlemlerinde ülkelerin kültürel farklılıkları ve değerleri göz önünde bulundurularak hedef pazar analizi yapılmalıdır.
- Web sitelerinde yerelleştirme işlemleri yapılırken profesyonel tercümanlar kullanılmalıdır. Online tercüme araçları tercüme yapıldığı zaman müşteri açısından yanlış anlaşılabilir durumu ortaya çıkabilmektedir,
- Ülkelerin kendi vergilendirme sistemlerini iyi bilmek ve buna göre ödeme profili iyi tanımlamak gerekmektedir. Çünkü müşteri bir ürünü teslim aldığı zaman kapıda ekstradan bir vergi ödemek zorunda kalabilir. Bu işlem müşteride memnuniyetsizlikle sonuçlanarak satın alma iade ile sonlanabilir ve işletmeye, markaya zarar verebilmektedir.

2.5.2.5. E-ihracatta kullanılan belgeler

E-ihracat işleminde kullanılan belgeler aşağıdaki şekildedir (Gürsoy, 2020:73):

1. Fatura,
2. ETGB- İhracat Bilgi Formu,
3. İhracat Talimat Yazısı,
4. Packing Listesi,
5. Elektronik Ticaret Gümrük Beyannamesi,
6. Kargo Dökümü Belgesi,
7. İhracat Yükleme Formu.

3. Örnek Olay

3.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Yöntemi

Bu çalışmanın amacı; sınır ötesi e-ihracat süreçlerini tanımlamak ve sınır ötesi e-ihracat işlemlerinin muhasebe işleyişinde yaşanan problemleri tespit etmek ve çözüm yollarını sunmaktır. Bu kapsamda çalışmada e-ihracat faaliyetinde bulunan bir işletmenin karşılaştığı ve e-ihracat işlemlerinde yapılması gereken muhasebe kaydı örnekleri, örnek olay yönteminden yararlanılarak ele alınmıştır. Çalışmada, klasik ihracat ve e-ihracat muhasebe işlemlerinin nasıl yapıldığı ortaya konularak, bu işlemler sırasında ortaya çıkması muhtemel problemlerin

çözümü için öneriler sunulmaktadır. Ayrıca çalışmanın e-ihracat muhasebesi alanında yazılan kaynakların kısıtlı olmasından dolayı öncü bir kaynak olarak yerini alacağı düşünülmektedir.

3.2. E-İhracat İşlemlerin Muhasebeleştirilmesi

Aşağıda e-ihracat işlemlerinin muhasebeleştirilmesi gösterilmektedir. E-ihracat işlemlerinde genel olarak kullanılan muhasebe hesapları aşağıdaki gibidir.

102 Bankalar (ödeme ve tahsilatta tercih edilir), 108 Kredi kartı ile satışlarda tercih edilir, 120 Alıcılar, 136 Diğer Çeşitli Alacaklar, 153 Ticari Mallar, 191 İndirilecek KDV, 320 Satıcılar, 329 Diğer Ticari Borçlar, 601 Yurtdışı Satışlar, 610 Satış İadesinde tercih edilir, 611 Satış İskontosunda tercih edilir, 760 Pazarlama Satış Dağıtım Giderleri e-ihracatın muhasebeleştirme işlemlerinde kullanılan hesaplardır (Gürsoy, 2020:113).

Aracı firmaların olması durumunda e-ihracatın klasik ihracat muhasebe işlemlerinden farklılaştığı sorunu ile karşılaşmıştır. Çalışmamızda e-ihracatta aracı firma sorununun tespiti yapılmış ve çözüm yolu aşağıda örnekte verilmiştir.

Eğer aracı kurum olursa e-ihracat sanal pazarlama devir kaydı oluşturularak borç kısmına 136 Diğer Çeşitli Alacaklar hesabına kayıt edilirken, 120 Alıcılar hesabı alacak kısmına kayıt edilmektedir. Daha sonra e-pazaryerleri kendi komisyonunu alarak kalan tutarı işletmenin hesabına aktarmaktadır. Bu işlem e-ihracat sanal pazarlama firması komisyon kaydı hesabı açılarak hesabının borç kısmına 760 Pazarlama Satış Dağıtım Gideri hesabı kullanırken, alacak kısmında ise 329 Diğ. Tic. Borçlar hesabı çalıştırılmaktadır. Yapılan ticari işlemlerinin sonunda e-ticaret satışından kalan tutar ise firmanın hesabına aktarılmaktadır. Bu işlem ise sanal pazarlama firması tarafından yapılmaktadır. Sanal pazarlama firmasının yapması gereken kayıt işlemine göre 102 bankalar hesabı borç tarafında çalıştırılmaktadır. E-Ticaret firması diğer firmaya devir için 136 Diğer Çeşitli Alacaklar hesabının alacak tarafına kayıt yapılması gerekmektedir.

Örnek: Emek e-Ticaret Ltd. Şti tarafından satış fiyatı 2.500 dolar (\$) olan ticari mallar, e-ticaret faaliyeti kapsamında aracı kurum (komisyoncu) ile yurt dışı alıcıya satılmıştır.

E-İhracat ile ilgili alış ve giderler tablosu aşağıdaki gibidir.

| | |
|---|----------|
| Boyabat AG'ye e-ihracat kapsamında satış | 2.500 \$ |
| İmalatçı Serdivan A.Ş, ticari mal alımı; 1.750 \$+ 315 KDV | 2.065 \$ |
| 456.com, Aracı Kurum Komisyonu; 250 \$ +00 KDV | 250 \$ |
| XYZ Kargo, Kargo-Lojistik Gideri : 10 \$ + 00 KDV | 25 \$ |
| Pazarlama ve İşletme Gideri: 50 \$ + 9 KDV | 59 \$ |
| ETGB İşlem Günü 1. dolar \$ =8.000 Türk Lirasıdır. | |
| Not: İhracat yapılmak amacıyla yurtdışı komisyon ve taşımacılık KDV'den muaftır. | |

E-ihracat yurt içi mal alış kaydı:

E-İhracat için İmalatçı Serdivan A,Ş'den "Mal Alış Fatura" kaydı aşağıdaki gibidir.

$$1.750 * 8,000 = 14.000 \text{ TL}$$

$$14.000 * 0,18 = 2.520 \text{ TL}$$

$$14.000 + 2.520 = 16.520 \text{ TL}$$

| 1x.1x.202x | Borç | Alacak |
|---|--------|--------|
| 153 Ticari Mallar | 14.000 | |
| 191 İndirilecek KDV | 2.520 | |
| 320 Satıcılar <i>imalatçı Serdivan A.Ş</i> <i>e-ihracatta imalatçıdan mal satın alma</i> | | 16.250 |


Yukarıdaki yevmiye klasik ihracat ile e-ihracat da aynıdır.

E-ihracat satış kaydı:

E-İhracatta “satış faturası” aşağıdaki gibidir.

$$2.500 \$ * 8,0000 = 20.000 \text{ TL Satış Faturası tutarı olacaktır.}$$

NOT; Elektronik İhracatta, ETGB düzenlenir. Elektronik ihracatta KDV istisnasıdır.

| | | | | |
|--|-----------------|---------------|----------------------|-----------|
|  | Özelleştirme No | TR1.2 | Mal ve Hizmet Bedeli | 20.000 TL |
| | Senaryo | TİCARİ FATURA | | |
| | Fatura Tipi | SATIŞ | KDV %18 | 00 TL |
| | Fatura No | GD152638 | | |
| | Fatura Tarihi | 10.10.2022 | | |
| | İrsaliye No | 000508200 | TOPLAM TUTAR | 20.000 TL |
| | İrsaliye Tarihi | 10.10.2022 | | |

NOT: e-fatura, ETGB ile eşleştirilir.

E-ihracat “ETGB” muhasabe kaydı aşağıdaki gibidir.

| 1x.1x.202x | Borç | Alacak |
|--|--------|--------|
| 120 Alıcılar <i>Boyabat A.G Yurt Dışı Alıcı</i> | 20.000 | |
| 601 Yurt Dışı Satışlar <i>e-ihracatta mal satışı ETGB kaydı</i> | | 20.000 |

Yukarıdaki yevmiye klasik ihracat ile e-ihracat da aynıdır.

E-ihracat sanal pazarlama firmasına devri kaydı:

E-İhracatta satış tutarının, satışı yapan “sanal pazarlama firmaya devri” kaydı aşağıdaki gibidir.

$$\text{XYZ Kargo; } 25 \$ * 8,0000 = 200 \text{ TL}$$

20.000 – 200 = 19.800 Kalan kısım alıcıdan onay alınana kadar sanal pazarlama firmasında kalmaya devam eder.

| 1x.1x.202x | Borç | Alacak |
|--|--------|--------|
| 136 Diğ.Çeş. Alacaklar 456.com | 19.800 | |
| 136 Diğ.Çeş. Alacaklar XYZ Kargo | 200 | |
| 120 Alıcılar Yurt İçi Alıcı e-ihracatta, sanal firmaya cari devri | | 20.000 |

Buradaki farklılık; klasik ihracatta ve şirket kendi internet sitesinden satış yapıyorsa 136 Diğer Çeşitli Alacaklar Hesabının kullanma gereği yoktur. Sanal Pazarlama Firması üzerinden ihracat yapılıyorsa alacağın sanal firmaya devri yapılmaktadır.

E-ihracat sanal pazarlama firması komisyon kaydı:

E-İhracatta “sanal pazarlama firması komisyon” kaydı aşağıdaki gibidir.

456.com, Aracı Kurum Komisyonu : 250 \$ *8, 0000 = 2.000 TL

| 1x.1x.202x | Borç | Alacak |
|---|-------|--------|
| 760 Pazarlama Satış D.Gideri | 2.000 | |
| 329 Diğ.Tic.Borçlar 456.com e-ihracat, sanal firma komisyon gideri | | 2.000 |

Buradaki farklılık; klasik ihracatta ve şirket kendi internet sitesinden satış yapıyorsa 329 Diğer Ticari Borçlar Hesabını kullanma gereği yoktur. Sanal Pazarlama Firması üzerinden ihracat yapılıyorsa sanal firma komisyon gideri sanal firmaya borçlar olarak yazılmaktadır.

E-ihracat kargo firması lojistik gideri kaydı:

E-İhracatta “kargo firması, lojistik gideri ” kaydı aşağıdaki gibidir.

XYZ Kargo ; 25 \$ *8, 000 = 200 TL

| 1x.1x.202x | Borç | Alacak |
|--|------|--------|
| 760 Pazarlama Satış D.Gideri | 200 | |
| 329 Diğ.Tic.Borçlar XYZ Kargo e-ihracat, kargo, lojistik gideri | | 200 |

Buradaki farklılık; klasik ihracatta ve şirket kendi internet sitesinden satış yapıyorsa 329 Diğer Ticari Borçlar Hesabının kullanma gereği yoktur. Sanal Pazarlama Firması üzerinden ihracat yapılıyorsa kargo lojistik giderleri sanal firmaya borçlar olarak yazılmaktadır.

Yevmiyede KDV olmamasının sebebi; Türkiye gümrük bölgesi dışına , serbest bölgeler arasında veya serbest bölgeden sonraki ihracata yönelik taşımacılık işleminde KDV uygulanmamasındandır (Gürsoy, 2020, s.120).

E-ihracatta cari hesaplar arası devir-mahsup kaydı:

E-Ticarete; satış, alıcı tarafından onaylandıktan sonra “ cari hesaplar arasında mahsup” kaydı aşağıdaki gibidir.

| 1x.1x.202x | Borç | Alacak |
|--|-------|--------|
| 329 Diğ. Tic.Borçlar Xyz Kargo | 200 | |
| 329 Diğ. Tic.Borçlar 456.Com | 2.000 | |
| 136 Diğ.Çeş. Alacaklar Xyz Kargo | | 200 |
| 136 Diğ.Çeş. Alacaklar 456.Com <i>e-ihracat, kargo, lojistik gideri</i> | | 2.000 |

Buradaki farklılık; klasik ihracatta ve şirket kendi internet sitesinden satış yapıyorsa 136 Diğer Çeşitli Alacaklar Hesabının ve 329 Diğer Ticari Borçlar Hesabının kullanma gereği yoktur. Sanal Pazarlama Firması üzerinden ihracat yapılıyorsa cari hesaplar arasında mahsup yapma gereği doğmaktadır.

E-ihracatta kalan tutarın e-ticaret firmasına devri kaydı:

E-Ticarete; satış, alıcı tarafından onaylanır. Cari hesaplar arasında yapılan mahsup kaydından sonra “sanal pazarlama firması tarafından kalan tutar e-ihracat firması banka hesabına devir” kaydı aşağıdaki gibidir.

((20.000 – (2.000 +200)) = 17.800 TL ihracatçı firma hesabına devredilir.

| 1x.1x.202x | Borç | Alacak |
|--|--------|--------|
| 102 Bankalar | 17.800 | |
| 136 Diğ.Tic.Alacaklar 456.com <i>e-ihracat, sanal firmadan kalan tahsilat</i> | | 17.800 |

E-ihracatta çeşitli pazarlama-işletme gideri kaydı:

E-ihracatta; satış ile ilgili haberleşme, ulaşım gibi “ pazarlama gideri” kaydı aşağıdaki gibidir.

59 \$ * 8, 0000= 472 TL

472 * 0, 18 = 84,96 TL

472 TL +84,96 TL = 556,96 TL işletme gideri kaydı yapılacaktır.

| 1x.1x.202x | Borç | Alacak |
|------------------------------------|-------|--------|
| 760 Pazarlama Satış Dağıtım Gideri | 472 | |
| 191 İndirilecek KDV | 84,96 | |
| 102 Bankalar | | 556,96 |

E-İhracat işlemlerinde KDV işlemleri ve KDV iadesi:

191 indirilecek KDV hesabında biriken KDV tutarı $2.520+84,96=2.604,96$ TL'dir. Yıl sonunda 190 Devreden KDV çıkması halinde KDV iadesi talep edebilir. KDV iadesi; klasik ihracat ile e-ihracat da aynıdır.

4. Sonuç ve Değerlendirme

E-Ticaret yeni bir satış kanalı olarak karşımıza çıkmıştır. Bugün yerel ve uluslararası alanlarda söz sahibi olan firmaların birçoğu bilişim-ağ sistemlerini kullanarak ürünlerini daha fazla kar etmek, ürünleri tanıtmak ve müşteri portföyünü genişletmek amacıyla elektronik ticaret yapmaktadır. Ulusal ve uluslararası alanda e-ticaret her geçen gün artmaktadır. E-Ticaret diğer bir yandan yerel olan firmalara uluslararası alanlara açılma fırsatı sunmaktadır. Uluslararası alana açılan firmalar küresel düzeyde rekabete ortak olarak tüketiciler için fayda sağlamıştır. E-Ticaret sayesinde tüketiciler, yerelde olmayan ürünler haricinde ürünler ile tanışmıştır. Bu sayede işletmeler tüketicilere maksimum düzeyde fayda sağlayarak tüketicilerin gereksinimleri karşılamıştır. Elektronik ticaret her geçen gün değişen dünya düzeninde gelişmekte ve kendini yenilemektedir. Bu bilgiler ışığında son zamanlarda işletmeler ulusal alandan daha çok uluslararası alanlarda çalışmak istemektedir.

Günümüzün küresel ekonomik trendlerini, uluslararası elektronik ihracat ve ithalat türleri oluşturmaktadır. Her geçen gün büyüyen dünya ekonomisinden e-ticarete kendi payını almaktadır. Yerel e-pazaryeri olarak hizmet veren işletmeler e-ticaret sayesinde uluslararası alana açılma fırsatı bulmuştur. Bu sayede dünyadaki büyük veya küçük ölçekli firmalar, e-ticaret pazaryerleri sayesinde ortak bir pazar haline gelmiştir.

Çalışmada, e-ihracat muhasebe işlemlerinde kullanılan hesaplar ve muhasebe işlemlerinin nasıl uygulandığı farklılıklarıyla birlikte ifade edilmiştir. E-ihracatın bir diğer unsuru mikro ihracatta vergi mevzuatlarından ve mali müşavirlerle yapılan bire bir görüşmelerden 300 kg ve 15.000 Euro'yu geçmeyen satışlarda klasik ihracat kuralları dışında ürünlerin satışının yapıldığı izlenmiştir. Mikro ihracat olarak yapılan işlemlerin muhasebesi aynı e-ihracattaki muhasebe işlemleri gibidir. Burada yapılan ihracat işlemleri 102 Bankalar, 601 Yurtdışı Satışlar Hesapları'nda kayıt altına alınmaktadır. E- ihracatta kullanılan hesaplar mikro ihracatta da aynı şekilde kullanılmıştır.

Çalışmada; yapılan mülakatlarla, klasik ihracat ile e-ihracatın farklılıklar gösterdiği görülmüştür. Şirket kendi internet sitesinden satış yapmışsa klasik ihracat işlemleri ile e-ihracat işlemleri benzerdir. Ancak şirket, e-ticarete aracı bir firma aracılığıyla(sanal pazaryerinde) ürünlerinin satışını gerçekleştirirse farklılıklar görülmektedir. Burada aracı kurum ürünü kendi satmış gibi gösterip ücreti alıcıdan tahsil etmektedir. Daha sonra aracılık faaliyetleri veya hizmet bedeli olarak komisyon ücretleri düşüldükten sonra kalan işletmenin hesabına yatırılmaktadır. Kargo giderleri, pazarlama giderleri, iade masrafları kesintileri yapılmaktadır. Bu süreçler ihracat bedelinin tahsil süresini uzatmakta ihracat bedeli aracı firmada uzun süre kalabilmektedir. Burada gerçekleşen işlemlerdeki kesilen hizmet bedelleri ve komisyonlar e-ihracat ile klasik ihracat muhasebe işlemlerinin farklılık boyutunu oluşturmaktadır. Yapılan araştırmadan, mali müşavirlerle yapılan görüşmelerden bazı meslek mensuplarının bu farklılıkları algılayamadığı, yapılan muhasebe işlemlerinin klasik ihracattaki gibi yapıldığı

tespit edilmiştir. Bunun sonucunda muhasebe kayıtları ve mali tablolar doğru bilgi veremez hale gelebilmektedir.

Yapılan tüm işlemlerinin kayıt edilmesi, muhasebeleştirilmesinin muhasebe kurallarına ve hukuka uygun bir şekilde düzenlenmesi gerekmektedir. Aksi durumda oluşacak yanlışlıklar firmalar için yaptırımlara maruz kalmasına neden olacak, firmaların büyümesine ve güvenilirliğine zarar verecektir.

Çalışma sonucunda sonraki araştırmalar için aşağıdaki önerilerde bulunmaktadır:

- Yapılan çalışma e-ticarete, e-ihracatta yapılan ticaretin anlaşılması uygulanması ve muhasebe işlemlerinin kolaylaşmasını sağlayacaktır.
- Bu çalışma e-ticaret alanında yapılacak nicel çalışmalara öncü doküman olabilir.

Kaynakça

- Ağsakal, A.(2015). Dış ticaret işlemlerinin UFRS ye göre Muhasebeleştirilmesi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.Akpınar, E. N. (2017). Türkiye'de Elektronik Dış Ticaretin Gelişimi ve İstihdam İlişkisi. *Harran Education Journal*, 18-31.
- Aydemir, İ. (2004). Elektronik Ticaret Alanındaki Rekabet Sorunları. Ankara: Rekabet Kurumu.
- Ayhan, E. (2014). Dış Ticaret İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi ve Serbest Bölge Uygulaması, Bülent Ecevit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak.
- Bağdat, A. ve Koç, İ. (2020). Dijital Ekonominin Vergilendirilmesi ve E-Muhasebenin Etkisi. Endüstri 4.0'dan Toplum 5.0'a Güncel Yaklaşımlar, Ed:Çiğdem, S. ve Boztaş, A., Nobel Yayıncılık: Ankara.
- Bahçeci, İ. (2022). Covid- 19 Pandemisinin E-Ticaret Üzerinde Etkisi. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 135-146.
- Canbaz,S.(2006). Türkiye'de Elektronik Ticaret Uygulamasında Karşılaşılan Muhasebe Sorunları(Yüksek Lisans Tezi),Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Çamur, T. (2022). Dış Ticaret İşlemlerinin Türkiye Muhasebe Standartlarına Göre Muhasebeleştirilmesi ve Bir Uygulama, Tarsus Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Tarsus.
- Delibal, Ö.(2019), Türk girişimcilerin e-ihracat faaliyetlerinde global elektronik pazaryerlerinde karşılaştıkları sorunlar ve mikro ihracat uygulaması, Anadolu Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.
- Deliçay, M. (2021, Ocak). Perakende E-Ticaretin Yükselişi (Fırsatlar,Sorunlar,Öneriler). Ankara: T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji Ve Bütçe Başkanlığı.
- Ebru İnce, C. S. (2021). E-Pazaryeri Platformları Sektör İncelemesi Ön Raporu. Ankara: Rekabet Kurumu.
- Gugu, E. (2020). Elektronik Ticaret Ve Uluslararası Ticarete Kullanılan Pazarlama Yöntemleri. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Gürsoy, Y. (2020). E-Ticaret E-İhracat E-İthalat İşlemleri Muhasebe Uygulamaları. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Hepyaşar, H.(2019), E-ihracatın gümrük sorunları ve çözüm önerileri, Marmara Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi,İstanbul.
- İzol, S. (2018).Dış Ticarete İhracat ve İthalat İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi ve Bir Uygulama,İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kalalı, G. (2021). Kalalı, G. (2021). Türkiye'de E-Ticaret Ve İşletmelerin Uluslararası Rekabetçiliğini Geliştirmek İçin Kullandıkları İhracat Odaklı E-Ticaret Uygulamaları (Yüksek Lisans Tezi). Kayseri: Nuh Naci Yazgan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Koç, İ. ve Bağdat, A. (2020). Sosyal Medya Platformlarının Kayıt Dışılık Bağlamında Vergisel Açından Değerlendirilmesi. *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 6 (1), 29-42.
- Marangoz, M. (2011). Girişimciler İçin Sınırsız Ticaret: E-Ticaret. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 181-201.
- Mehmet Utku, Ş. D. (2022). E-Ticarete Devlet Teşvikleri Ve Muhasebeleştirilmesi. Ankara: Paradigma Akademi.
- Müderrişoğlu, K. (2013). Muhasebe Kuramı ve Mevzuat Açısından Dış Ticaret İşlemlerinin İncelemesi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara
- Otuzoğlu, C. (2017). E-Ticaret Ve E-Ticarete İlişkin Yasal Düzenlemeler, Muhasebeleştirilmesi Ve Tfrs 15 Kapsamında İncelenmesi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Pehlivan Ç.Y. (2021). Dış Ticaret İşlemlerinin Türkiye Muhasebe Standartları Çerçevesinde Değerlendirilmesi ve Muhasebeleştirilmesi, Sakarya Üniversitesi, İşletme Enstitüsü, Sakarya.
- Uzun, M. (2021). Türkiye'nin e-ihracatta mevcut durumu ve potansiyeli,İstanbul Ticaret Üniversitesi / Dış Ticaret Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi,İstanbul.
- Satıcı, N. (2019). E-ihracatta lojistik uygulama ve modelleri, Bahçeşehir Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi,İstanbul.
- Saydam, S. G. (2022). Mikro İhracatta Karşılaşılan Sorunlar Ve Mikro İhracat Performans Ölçeğinin Geliştirilmesi (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü.
- Suzan Duygu Bedir Erişti, A. K. (2013). Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Aöf.
- Şanlı, B. (2005). Küreselleşmenin İtici Gücü Yeni Ekonomi, Elektronik Ticaret Ve Türkiye Açısından Bir Değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 201-218.
- Şeker, A. (2017). Uluslararası Ticarete İnternet Kullanımının Rolü: Türkiye Örneği. *Ege Akademik Bakış* , 75-88.

- T.C. Ticaret Bakanlığı. (2021). Sınır Ötesi Elektronik Ticaret (E-Ticaret) Rehberi. Ankara: Ticaret Araştırmaları Ve Risk Değerlendirme Genel Müdürlüğü.
- T.C. Ticaret Bakanlığı . (2021). Dünyada E-Ticaretin Gelişimi Ve Çin’de E-Ticaretin İncelenmesi. Ankara: .C. Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü.
- Tuğrul Kandemir, Z. K. (2016). Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Muhasebe Eğitimine Bakış Açılırları: Afyon Kocatepe Üniversitesi Meslek Yüksekokulları Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 133-151.
- Turna, İ.(2015). Türkiye Muhasebe Standartları Çerçevesinde Dış Ticaret İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi, Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Türkiye İhracatçılar Meclisi. (2019). E-İhracat Ortak Akıl Çalıştayı Nisan 2019. İstanbul: Tim (Türkiye İhracatçılar Meclisi).
- Uludağ İhracatçı Birlikleri. (2021). E-Ticaret Ve E-İhracat. Bursa: Arge Şubesi.
- Ulutaş, H.A. (2020). Türkiye’de Dış Ticaret Sektöründe Kur Değişiminde Uygulanan muhasebe Standartlarının İşletme Finansal Tablolarına Etkisi, İstanbul Okan Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Worldef. (2022). Sınır Ötesi E-Ticaret (E-İhracat) Fırsatlar Ve Problemler. Worldef Yayınları.
- Yalçın, Ö.(2016), Uluslararası pazarlara açılma yöntemleri ve e-ihracat uygulamaları, Gedik Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans, İstanbul.
- Yıldırım, E. (2011). Türkiye’de Perakende Ticaret Yapan Firmalarda Eticaretin Uygulanabilirliği Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Bilişim Enstitüsü.
- Yılmaz, E. (2020). Dış Ticaret İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi TMS 2 ve TMS 21 Kur Değişimin Etkileri standartlarının VUK ile Karşılaştırılması, Işık Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Url-1 < <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.6563.pdf> > Erişim Tarihi, 9.10.2022.
- Url-2 < https://ihracatdestek.org.tr/uploads/e-ticaret-e-ihracat-rehber_1625752409.pdf > Erişim Tarihi, 10.10.2022.
- Url-3 <<https://www.eticaret.gov.tr/istatistikler>> Erişim Tarihi, 27.10.2022.
- Url-4 < <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/07/20110720-16.htm>> Erişim Tarihi, 15.10.2022.
- Url-5 <<https://Worldef.Net/E-İhracat/Sinirotesi-Odeme-Yontemleri/> > Erişim Tarihi, 5.02.2023
- Url-6 < <https://gumruk.dhl.com.tr/mikro-ihracat>> Erişim Tarihi, 11.04.2023