

GAZİ ÜNİVERSİTESİ

Gazi İktisat ve İşletme Dergisi

Gazi Journal of
Economics and Business

Yıl/Year: 2023 Ay/Month: Ekim/October Cilt/Volume: 9 Sayı/Issue: 3

ISSN: 2548-0162



Yıl/Year: 2023 Ay/Month: Ekim/October Cilt/Volume: 9 Sayı/Issue: 3

e-ISSN: 2548-0162

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/gjeb>

Sahibi / Owner

Yayıncı / Publisher

Prof. Dr. Aydın Karapınar

Dergi İletişim / Journal Contact

Elektronik posta / E-mail

editor.gjeb@gmail.com

Web sayfası / Web page

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/gjeb>

Makale Gönderimi / Submit a Manuscript

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/gjeb>

Yayın Merkezi / The Publication Centre

Gazi Akademik Yayıncılık
35. Cad. No:24/8 Bahçelievler,
Çankaya, 06500 Ankara, TÜRKİYE

Tel: +90 312 231 61 11

Fax: +90 312 231 61 16

www.gazipublishing.com

Yayın Türü / The Type of Publication

Uluslararası Süreli Yayın

International Periodical Journal

Hakemli Dergi / Refereed Journal

Yayın Periyodu / Publication Period

Yılda üç sayı (Şubat-Haziran-Ekim)

Tri-annual (February-June-October)

Yayın Dili / Publication Language

Türkçe ve İngilizce / Turkish and English

Tasarım / Designed by

Gazi Kitabevi Tic. Ltd. Şti.

Ankara, Türkiye

Tel: 0312 223 77 73

Faks: 0312 215 14 50

www.gazikitabevi.com.tr



Yıl/Year: 2023 Ay/Month: Ekim/October Cilt/Volume: 9 Sayı/Issue: 3

e-ISSN: 2548-0162

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/gjeb>

Baş Editör / Editor in Chief

Aydın Karapınar (Ph.D., Prof., Ankara HBV University, Türkiye)
aydinkarapinar@gmail.com
aydink.karapinar@hbv.edu.tr

Editörler / Managing Editors

Figen Zaif (Ph.D., Prof., Ankara HBV University, Türkiye)
Belgin Aydıntan (Ph.D., Prof., Ankara HBV University, Türkiye)

İstatistik Editörü / Statistics Editor

Murat Atan (Ph.D., Prof., Ankara HBV University, Türkiye)

Teknik Editör / Technical Editor

Abdulkadir Köroğlu (Ph.D., Asst. Prof., Ankara HBV University, Türkiye)

Yabancı Dil Editörü / Foreign Language Editor

Özge Dinç Cavlak (Ph.D., Asst. Prof., Ankara HBV University, Türkiye)

Editör Yardımcıları / Editorial Assistants

Tuba Yumuşak (Ph.D., Asst. Prof., Ankara HBV University, Türkiye)

Kısım Editörleri / Section Editors

İşletme / Business Administration

Mehmet Yeşiltaş (Ph.D., Prof., Girne American University, Cyprus)

İktisat / Economics

Jülide Yıldırım Öcal (Ph.D., Prof., TED University, Ankara, Türkiye)

Maliye / Public Finance

Fatih Sarıoğlu (Ph.D., Prof., İstanbul Medeniyet University, Türkiye)

Ekonometri / Econometrics

Erginbay Uğurlu (Ph.D., Prof., İstanbul Aydın University, Türkiye)

Yıl/Year: 2023 Ay/Month: Ekim/October Cilt/Volume: 9 Sayı/Issue: 3

e-ISSN: 2548-0162

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/gjeb>

Danışma Kurulu /Advisory Board

- Ceyhun Çağlar Kılıç (Ph.D., Prof., Akdeniz University, Türkiye)
Dilaver Tengilimioğlu (Ph.D., Prof., Atılım University, Türkiye)
Eray Çelik (Ph.D., Prof., Yüzüncü Yıl University, Türkiye)
Erdal Tanas Karagöl (Ph.D., Prof., Yıldırım Beyazıt University, Türkiye)
Esin Cakan (Ph.D., Prof., University of New Haven, USA)
Fatih Sarıoğlu (Ph.D., Prof., İstanbul Medeniyet University, Türkiye)
Fernando Polo Garrido (Ph.D., Prof., Universitat Politècnica De Valencia, Spain)
Francissa Blasco Lopez (Ph.D., Prof., Universidad Complutense de Madrid, Spain)
Jülide Yıldırım Öcal (Ph.D., Prof., TED University, Türkiye)
Latif Öztürk (Ph.D., Prof., Kırıkkale University, Türkiye)
Marino Bonaiuto, (Ph. D., Prof., Sapienza University of Rome, Italy)
Metin Toprak (Ph.D., Prof., İstanbul University, Türkiye)
Mehmet Altınöz (Ph.D., Assoc. Prof., Hacettepe University, Türkiye)
Mehmet Yeşiltaş (Ph.D., Prof., Girne American University, Cyprus)
Murat Atan (Ph.D., Prof., Ankara HBV University, Türkiye)
Veysel Yılmaz (Ph.D., Prof., Osmangazi University, Türkiye)
Yıldız Ayanoglu (Ph.D., Prof., Ankara HBV University, Türkiye)

Gazi İktisat ve İşletme Dergisi / Gazi Journal of Economics and Business

Gazi Akademik Yayıncılık çatısı altında internet ortamında açık erişimli ve yılda üç sayı olarak yayımlanan hakemli bir dergidir. Bu dergide ileri sürülen fikirler makalelerin yazarlarına ait olup Gazi İktisat ve İşletme Dergisinin görüşlerini yansıtmaz.

Gazi Journal of Economics and Business is published by Gazi Academic Publishing and it is a peer reviewed, online and open access journal which is published 3 times a year. The Gazi Journal of Economics and Business does not necessarily agree with the arguments adduced by the authors.

Taranan İndeksler/Indexing



Yıl/Year: 2023 Ay/Month: Ekim/October Cilt/Volume: 9 Sayı/Issue: 3

e-ISSN: 2548-0162

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/gjeb>

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Araştırma makaleleri/ Research articles

1. Kalite yönetimi uygulamalarının departman düzeyinde stratejik yönetime etkisi: Üretim sektöründe bir uygulama

The effect of quality management applications on strategic tendency in department level

Işık Çiçek, İbrahim Şapaloğlu..... 223-255

2. Türkiye ekonomisinde büyüme ile sanayileşme arasındaki ilişkinin birinci Kaldor kanunu kapsamında incelenmesi

Examination of the relationship between growth and industrialisation in the Turkish economy under the first Kaldor law

Mevsim Erdoğan, Cebail Telek..... 256-271

3. Bireylerin demografik ve finansal profillerine göre finansal kapasitelerinin analizine yönelik bir alan araştırması

Analysis of financial capacity of individuals according to demographic and financial profiles

Salih Aydın, Mehmet Serkan Çalı 272-291

4. Aile işletmelerinde iş-aile dengesinin araştırılmasına yönelik bir alan araştırması

A field study to investigate the work-family balance in family businesses

Selçuk Yeke, Hale Eda Akduru..... 292-306

5. Kredi temerrüt takasının ithalat üzerindeki etkisinin incelenmesi

Examining the effect of credit default swap on imports

Güliden Kadooğlu Aydın, Turgay Münyas..... 307-321

6. Orta vadeli program (OVP) tahminlerinin GM (1,1) modeli ve doğrusal trend analizi ile yeniden değerlendirilmesi

Reforecasting the medium-term program (MTP) predictions through the application of grey model (GM) (1,1) and linear trend analysis

Mustafa Gökmenoğlu, Serpil Ağcakaya..... 322-338

7. Sosyal medya pazarlamasının tüketici davranışlarına etkisi ve öğretmenlere yönelik nitel bir araştırma

The effect of social media marketing on consumer behavior and qualitative research for teachers

Emrah Arslan, Behiye Beğendik..... 339-361

8. Kişilik özelliklerinin internet bağımlılığı ve işten sıkılma ile ilişkisinde iş tatmininin ve örgütsel yalnızlığın aracılık rolü

The mediating role of job satisfaction and organizational loneliness in the relationship of personality traits with internet addiction and job boredom

Batuhan Ayan, Alptekin Sökmen..... 362-379

9. Yatırım harcamaları ve dış ticaretin sigortacılık sektörü üzerindeki rolü: Türkiye’den ampirik kanıtlar

The role of investment expenditures and foreign trade on the insurance sector: Empirical evidence from Türkiye

Serkan Göksu..... 380-393



Kalite yönetimi uygulamalarının departman düzeyinde stratejik yönetime etkisi: Üretim sektöründe bir uygulama

Işık Çiçek^{a*}, İbrahim Şapaloğlu^b

^aDr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Havacılık ve Uzay Bilimleri Fakültesi, Havacılık Yönetimi Bölümü. Konya, 42090, Türkiye. E-posta: cicekis@yahoo.com. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0870-3811>

^bAraş. Gör., İstanbul Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Mühendisliği Bölümü, İstanbul, 34353 Türkiye. E-posta: sapaloglu19@itu.edu.tr. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9485-9208>

MAKALE BİLGİSİ

Geliş tarihi: 04.02.2022
Kabul tarihi: 07.08.2023
Çevrimiçi kullanım tarihi: 28.10.2023
Makale Türü: Araştırma makalesi

Anahtar Kelimeler:

Toplam kalite yönetimi, kalite yönetimi araçları, strateji, departman stratejisi.

ÖZ

Günümüzde işletmelerin müşteriye sundukları ürün ve hizmet alanlarında önemi gittikçe artan kalite, maliyet, hız ve memnuniyet kavramlarının bir yönetim anlayışı olarak toplam kalite yönetimi ile daha çok ilişkilendiriliyor olması, bu yönetim anlayışında kalite yönetimi araçlarından daha çok yararlanılması sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Tam Zamanında Üretim (TZÜ)/Kanban, 5S, kalite fonksiyon göçerimi (KFG), kalite çemberleri, altı sigma, toplam verimli bakım (TVB), benchmarking (kıyaslama), ve poke-yoke olarak adlandırılan kalite yönetimi araçlarının departman düzeyinde stratejilerin oluşturulmasında ve uygulanmasında önemi bu nedenle artmaktadır. Bu bağlamda departman düzeyinde stratejilerin oluşturulma ve uygulanması, belirtilen kalite yönetim araçlarının işletmeye sağladığı yarar perspektifinde göz önüne alınacak verilere/bilgilere bağlı olacaktır. Araştırmanın amacı, belirtilen kalite yönetimi uygulamalarının departman düzeyinde stratejilerin oluşturma ve uygulanmasına olan etkisi ve farklılaştırıcı rolünü incelemektir. Araştırmanın örneklemini yönetici konumundaki 150 katılımcı oluşturmaktadır. Nicel araştırma yönteminin benimsendiği çalışmada, verilerin analizinde parametrik ve parametrik olmayan yöntemler kullanılmıştır. Araştırma bulgularına göre, departman düzeyinde stratejik yönelimin ortaya çıkmasında görece en etkili uygulama benchmarking olmuştur. En az etkisi ortaya çıkan uygulama ise Poke-Yoke olarak belirlenmiştir. Stratejik planın oluşturulması sürecinde diğer departmanlar ve işletme sahiplerinin yer alması, kalite yönetim araçlarının uygulanmasını etkilemektedir. Departman düzeyinde stratejik planın oluşturulmasına katkıda bulunan kişiler açısından yarar ve etkinlik farklılığı TZU, KFG, Altısigma ve TVB uygulamaları için ortaya çıkmıştır. Benchmarking ve kalite çemberlerinin kullanılıyor olması stratejik planların uygulanması sürecinde anlamlı bir farklılık ortaya çıkarmıştır. Departman olarak mesainin ne kadarının stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcanması açısından” 5S, AltıSigma ve Benchmarking uygulamalarının yarar ve etkinlik değerlendirmesi istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

* Sorumlu yazar

Doi: <https://doi.org/10.30855/gjeb.2023.9.3.001>

The effect of quality management applications on strategic tendency in department level

ARTICLE INFO

Received: 04.02.2022

Accepted: 07.08.2023

Available online: 28.10.2023

Article type: Research article

Keywords:

Total quality management, quality management tools, strategy, strategy for department.

ABSTRACT

Quality, cost, speed, and satisfaction that are becoming more valuable in the product and service sectors are more associated with total quality management applications with management approach. The importance of quality management tools, which are JIT/Kanban, 5S, quality function deployment (qfd), quality circles, six sigma, total productive maintenance (TPM), benchmarking, and poka-yoke is increasing in the formulation and implementation of department-level strategies. In this context, the implementation of department-level strategies will depend on the data/information to be considered in the perspective of the benefit provided by the quality management tools to the organizations. The research aims to examine the impact and differentiating role of quality management tools on the formulation and implementation of department-level strategies. The sample consists of 150 participants in managerial positions. According to the findings, benchmarking has been the most effective application in the emergence of strategic orientation at the departmental level. The application with the minor effect was determined as Poke-Yoke. In creating the strategic plan, the contribution of other departments and business owners revealed a significant relationship with quality management tools at most. Differentiates in benefits and effectiveness for those who contribute to the formulation of the strategic plan are emerged for JIT, QFD, Sixsigma and TPM. The implementation of benchmarking and quality circles significantly differentiates the executing of strategic plans. The benefit and effectiveness evaluation of 5S, SixSigma and Benchmarking applications differ statistically in terms of how much of the time is spent on strategic analysis and decision-making activities as a department.

1. Giriş

Teknolojideki hızlı değişimin yol açtığı müşteri istek ve beklentilerindeki büyük ölçekli değişim, uluslararası düzlemde rekabet ortamı ve artan ekonomik yükümlülükler işletmeleri kapsamlı ölçüde yeniliğe ve gelişime sürüklemiştir. Proaktif ya da reaktif boyutta gerçekleşen bu değişim, işletmelerin yalnızca büyüme arzularını gerçekleştirmek için değil, bunun yanısıra yaşamlarının devamlılığı için de müşterinin beklendikleri veya beklendiklerinin üzerinde kaliteyi sunmaları gerektiği sonucunu ortaya çıkarmıştır.

Garvin (1988) araştırmasında büyük ölçekli işletmelerin yöneticileri kalitenin kâr ile yakın ilişkili olduğunu anladıklarında, bu farkındalık ile yapılan stratejik planlama sürecinin üst yönetime rekabet konusunda etkin bir güç sağladığını belirtmiştir. Kalitenin stratejiyi etkileyecek şekilde yönetilmesi, işletmenin yönetim felsefesinde değişimi gerektirir. Kârın tanımı müşteri beklentilerini karşılayabilme düzeyini de içerecek şekilde genişler ve işletme stratejilerinde değişim meydana gelir. Kalite ve kâr arasındaki ilişki, kurum stratejilerinin oluşturulması sürecinde göz önüne alınan bir unsur niteliği kazanmış ve müşterilere sunulan ürün ve hizmetler bu perspektifle değerlendirilerek müşteri beklentilerinin izlenmesinde süreklilik sağlanmıştır. Kalite yönetimi uygulamalarının yürütülmesi stratejik yönetim anlayışı ile ilgilidir (Aktan, 2008). Bu bağlamda kalite uygulamalarının işletmenin stratejik yönetim anlayışına nasıl bir katkı sağlayacağı, günümüzde önemi artmış bir boyut kazanmıştır.

Kalite yönetimi uygulamaları, müşteri beklentilerinin gelecekte değişimi ile ilgili yapılması gerekenlerin tespitine yönelik bir öngörme süreci nedeniyle stratejik yönetim anlayışına katkı sağlamaktadır. Kalite Yönetimi Uygulamaları, stratejik yönetimde zaman yönelimi olan “gelecek” için işletmenin proaktif ya da reaktif boyutta değişimi nasıl gerçekleştireceğine yönelik bir bakış açısı sağlar.

Kalite yönetimi bir sistemsel bütünlük içinde organizasyonun formal ve informal yönü için uygulanan yöntem ve tekniklerin ortaya koyduğu verilerle, uygun bir strateji geliştirmeye olanak sağlayacak bir yaklaşımı da beraberinde getirir. Sürekli gelişmeyi hedef alan bu yaklaşım yalnızca şu an değil, ürün ya da hizmet sunulan müşterilerin gelecekteki beklenti ve ihtiyaçlarının doğru tespit edilmesi, bu ihtiyaçlara uygun ürün ya da hizmeti sunmakla müşteri memnuniyeti artırma sürecinde yönetim felsefesi ve iş yapma biçimini tanımlayacak bir araç olarak strateji geliştirmeyi gerekli kılar (İlğan, Erdem, Taşdan ve Memduoğlu, 2008; Özgüner, 2015). Bu bağlamda süreçlerin yönetilmesi, daha yalın bir organizasyon yapısını oluşturmak için hiyerarşik düzeylerin azaltılması, karar alma süreçlerinde işgörenlerin katılımı, sorun çözme aracı olarak kalite çemberlerinin oluşturulması gibi kalite yönetimi ile ilişkilendirilecek düzenlemeler, strateji geliştirme ve uygulamayı da beraberinde getirecektir (Aktan, 2008). Kalite, önemli bir stratejik güç tanımlanmakta ve temel rekabetçi unsur olarak göz önüne alınmaktadır (Wright ve Grant, 1995; Ölmez ve Önen 2019). Kalite uygulamalarını stratejik yönetim için bir veri kaynağı haline getirmek, söz konusu kalite yönetim uygulamalarına stratejik planlar ile süreklilik kazandırmak, kalite yönetimi ve stratejik yönetim anlayışlarının birlikte yürütülmesi açısından yararlı bir bakış açısıdır (Aktan, 2008).

Stratejik yönetim, Toplam Kalite Yönetimi'nin bir boyutu olarak da görülebilecektir (Aktan, 2008). Stratejist bilinç ve stratejistlerin liderliğinde veri ve bilgi toplama, analiz etme, stratejilerin ortaya konması, stratejik karar (seçim), uygulama faaliyetleri ve stratejik kontrol aşamalarından oluşan stratejik yönetim sürecine (Ülgen ve Mirze, 2016) benzer şekilde kalite yönetimi süreci de karar aşamasında önce kalite ile ilgili sorunların nedenlerine yönelik inceleme ve sorun çözme yaklaşımı izlemektedir. Benzer yaklaşımların benimseniyor olması, iki yönetim sürecinin amaca yönelik olarak kullanacağı işlevsel bilgiyi girdi-çıkı ilişkisinde bir süreç olarak göz önüne almayı gerektirecektir.

Müşteri beklentilerinin karşılanmasıyla işletmenin artan rekabet koşullarında varlıklarını sürdürmeleri sağlanmakta, bu sürdürülebilirliği sağlamak ise işletme için amaçlar hiyerarşisinde ana ve departmanlar düzeyinde alt stratejileri geliştirmeyi gerekli kılmaktadır. Stratejik yönetim perspektifinde departmanların amaç ve hedefleri, işletmenin amaçlarını gerçekleştirmeye sağladıkları katkı yönünde bütünlük bir sistem anlayışında etkileşimlidir. Departman ve fonksiyonel alt birimlerin işletmenin amaç ve hedefleri ile uyumlu bir şekilde kendi stratejilerini geliştirme sürecinde, bir fonksiyon olarak kalite yaklaşımı ile ihtiyaçlarını belirleyip problem teşhisi ve çözüm arayışına girmeleri, yararlanılacak kalite yönetimi uygulamalarının girdi niteliğinde ortaya koyduğu verilerden yararlanma yaklaşımını da geliştirecektir. Hedeflenen kaliteye ulaşma ile ilgili çabanın bir sistematığe dayandırılması departman düzeyinde oluşturulacak stratejileri de etkileyecektir. Kalite yönetimi uygulamalarının beklenen yararları çalışanların kararlara katılımlarının artması, iş zenginleştirme, departman içi ve fonksiyonel birimler arası işbirliğinin artması, çatışma düzeyinin azalması olarak ifade edilebilirken, departman için süreklilik arz edecek bu karar ve uygulama süreçleri departman düzeyinde geliştirebilecek stratejilere de yön verebilecektir (İlğan vd., 2008). Bu nedenle, yararlanacak kalite yönetim araçlarının hangilerinin departman düzeyi stratejileri oluşturmada arzu edilen faydayı sağlayacağı bir araştırma sorusu olabilecektir.

Kurumlar arası rekabetin gittikçe artması, müşterilerin beklentileri ve algıladıkları kalite standartlarındaki yükselme kalite yönetimini benimseyen işletme sayısını da artırmıştır. İşletmelerin yer aldığı örgütsel çevrenin artan değişim hızına bağlı olarak işletmeler bir yönetim modası bakış açısı ile birden fazla kalite yönetimi aracını da uygulama eğiliminde olabilecektir. Teknoloji vb. nedenlerle hızlı değişen örgütsel çevrenin etkisi, bir ana strateji olarak benimsenecek farklılaşma, maliyet liderliği ya da odaklanma stratejilerinin esnek bir düzlemde değiştirilebileceği manevra alanı olan departman düzeyinde strateji oluşturmaya dikkatleri çekmektedir. Ana stratejiler başarılı olsa da alt stratejilerin kalite yönetimi uygulamalarından beklenen faydayı ortaya koyamayacak şekilde hedeften uzak içerikle geliştirilebileceği durumlar yaşanabilecektir. Araştırmanın sorunsalı, rekabetçi üstünlük elde etme amacıyla departman düzeyinde strateji oluşturma sürecinde hangi kalite yönetim aracının/araçlarının beklenen yararı ne düzeyde sağlayacağını ortaya çıkarmaktır. Departman stratejileri geliştirme sürecinde hangi kalite yönetimi aracının kullanım etkinliğinin daha yüksek olduğu bu amaçla ortaya konacak araştırma sorusudur. Kalite yönetimi uygulamalarını, kullanılan tekniklerin üzerinde bir yönetim anlayışı çerçevesinde göz önüne almak, departman düzeyinde strateji oluşturma ve uygulama açısından bir girdi niteliği kazandıracaktır (Ölmez ve Önen, 2019). Sektörde kalite yönetim araçlarının

kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte, söz konusu kalite yönetimi araçlarının yararları ve kullanım etkinliğinin departman düzeyinde strateji oluşturmaya etkisi, aralarındaki yarar karşılaştırmasının strateji oluşturmaya katkısı açısından da önemlidir. Bu bağlamda, toplam kalite yönetimi ve strateji ilişkisi literatürde tartışılmış (Ölmez ve Önen, 2019; Alanazi, 2020; Kumar,2020; Yu, Park ve Hong, 2020), ancak kalite yönetimi uygulamalarının (TZÜ/Kanban, 5S, kalite fonksiyon göçerimi (KFG), kalite çemberleri, altı sigma, toplam verimli bakım (TVB), benchmarking (kıyaslama), ve poke-yoke) strateji oluşturma ve uygulanma sürecinde ayrı olarak etkilerinin incelendiği bir araştırmaya rastlanmamıştır. Kalite yönetimi uygulamalarının, fonksiyonel birimler düzeyinde yürütülerek kurum genelinde belirlenen örgütsel hedeflere ulaşma açısından bir etkinlik değerlendirmesi yapılmaktadır (Saffar ve Obeidat, 2020). Ancak söz konusu kalite yönetim araçlarının uygulanma düzeyi departman olunca, kurumsal stratejiler yanında departman düzeyinde stratejileri oluşturma ve uygulamaya katkısının ne olacağını incelemek ayrı bir özgün araştırma niteliğinde olacaktır. Departman stratejilerinin kalite yönetimi ile ilgisi, kurumsal stratejiler yanında görece çok daha az çalışan bir stratejik yönetim konusu niteliğindedir.

Araştırmanın amacı kalite yönetimi uygulamaları olarak ifade edilebilecek olan TZÜ/Kanban, 5S, kalite fonksiyon göçerimi (KFG), kalite çemberleri, altı sigma, toplam verimli bakım (TVB), benchmarking (kıyaslama) ve poke-yokenin yarar ve kullanım etkinliğinin departman düzeyinde strateji oluşturmaya etkisini incelemektir.

2. Kavramsal çerçeve ve hipotezler

2.1. Kalite

Literatürde kaliteye dair birçok farklı tanım vardır. Avrupa Kalite Kontrol Organizasyonu (EOQC) kaliteyi “Bir malın ya da hizmetin tüketicinin isteklerine uygunluk derecesidir.” şeklinde tanımlar. Ishikawa ise kaliteyi şöyle tanımlamaktadır: “Kalite; kalite kontrol uygulamak, en ekonomik, en kullanışlı ve tüketiciyi daima tatmin eden kaliteli ürünü geliştirmek, tasarımı yapmak, üretmek ve satış sonrası hizmetleri vermektir” (Bozkurt, 1994, s.107). Bu tanımlamada kalitenin üretim öncesi, üretim ve sonrası gerçekleştirilen faaliyetler sonucu oluştuğu vurgulanmaktadır. Kalite, üretim ya da hizmet sektörü işletmeleri için tüm paydaşlar nezdinde beklentilerin karşılanması ile ilgili bir bakış açısı da sunar. Tarihsel süreçte kalite kavramı; muayene aşaması, kalite kontrol aşaması, kalite güvencesi ve toplam kalite aşaması olmak üzere dört düzeyde gelişmiştir (Albayrak, 2018).

2.1.1. Ürün kalitesi

İşletme bakış açısı ile iyi ürün kalitesi; yatırımın geri dönüşünün hızlı bir şekilde sağlanması, yüksek düzeyde kâr, pazar payının artması ve maliyetlerin azalmasını beraberinde getirir. Müşteri açısından bakıldığında ise ihtiyaçlarını ve isteklerinin yerine getirildiği ürün kalitelidir. Tanımların ortak noktası ürünün fayda düzeyini ifade etmesidir (Garvin 1988).

2.1.2. Hizmet kalitesi

Hizmet kalitesi, müşterinin satın aldıktan sonra o hizmetten elde ettiği kazanımların kendisinde yarattığı duygunun sonucudur ve memnuniyet ifadesidir. Bu nedenle, hizmet kalitesi, müşterinin istek ve ihtiyaçları doğrultusunda hizmetin içermesi gereken özellikler ve niteliklere sahip olma derecesidir. Kurumların sundukları hizmetlerin kalitesinin müşteri açısından en önemli değerlendirme ölçütlerinden biri olduğu günümüzde, hizmet kalitesi kurumsal başarının birincil göstergelerinden birisidir (Özveren, 2010; Demirelli ve Bayraktar, 2014).

Ürün ya da hizmet sektöründe kalite için ortaya konmuş tanım ve boyutlar, kaliteyi oluşturma sürecinde kalite yönetimi araçlarından yararlanma gerekliliğini ortaya koymaktadır. İşletmeler tarafından benimsenecek olan kalite yönetim araçlarının departman düzeyinde strateji oluşturma ve uygulama sürecindeki yarar ve kullanım etkinliğinin anlaşılması adına söz konusu kalite yönetim araçlarının temel özelliklerinin bilinmesi yararlı olacaktır.

2.2. Kalite yönetimi araçları

İşletmelerin müşteri memnuniyeti, maliyet avantajı, çalışan tatmini, artan finansal getiriler, artan pazar payı gibi üstünlükler elde etmelerinde toplam kalite yönetimi anlayışında yararlanacakları bu araçlar işletmelerce algılanan yarar ve kullanım etkinliklerine göre tercih edilmektedir.

Tam zamanında üretim (JIT)/Kanban; “üretim için gerekli malzeme ve teçhizatın gerektiği anda kullanım için ihtiyaç duyulan yerde olmasını ve sıfır envanteri hedef alan bir malzeme yönetim sistemidir” (Erdem, 2004, s. 43). Japonya’ da ilk kez Toyota tarafından uygulanmış ve uygulamasından Kanban adı verilen kartlar kullanılmıştır.

Benchmarking/Kıyaslama; daha iyisi mevcut olan bir sürecin yada uygulamanın analiz edilip işletme bünyesine uyarlanması tekniğidir, sürekli gelişme için kullanılır (Biçer ve Çiçek, 2013)

Kalite çemberleri; işletmelerde verimlilik, etkililik, etkinlik gibi kalite ile ilişkilendirilen sorunlara çözümler getirmek amacı ile oluşturulan birlikteliklerdir. Gönüllülük esası ile kurulan ve periyodik olarak toplanan kalite çemberlerinde gruplar 5-10 kişiden oluşmaktadır (Öztürk, 2009).

5S uygulaması; çalışma ortamını iyileştirmek için süreç geliştiren bir tekniktir. 5S Tekniği hatalara, kusurlara ve iş ortamlarında kazalara neden olan sorunları ortadan kaldırma odaklı çeşitli faaliyetleri barındıran bir yönetim anlayışıdır. 5S uygulaması, ayıklama, düzenleme, temizlik, standartlaştırma ve disiplin olmak üzere beş aşamadan oluşmaktadır (Çakirkaya ve Acar, 2016).

Hata – ispat araçları/Poka yoke: Poka-Yoke; dikkatsizlik anlamına gelen Poka ve ortadan kaldırma anlamına gelen Yoke kelimelerinin birleşimidir. Poka-Yoke, üretim prosesinin kusur oluşma ihtimali olan bölümlerine hata önleyiciler tanımlama ilkesine dayanır (Çetin vd., 2001).

Kalite fonksiyon göçerimi (KFG): Guinta ve Praizler (1993, s.12) KFG’ni, “müşterileri dinleyip tam olarak ne istediklerini öğrendikten sonra, bu ihtiyaçların eldeki kaynaklarla en iyi şekilde nasıl karşılanacağını belirlemenin mantıksal bir yoludur” diye tanımlamaktadırlar. KFG'nin 3 temel amacı vardır: Müşteriyi tanımlamak, müşterinin kurumdan talebini anlamak, müşteri taleplerinin nasıl yerin getirileceğini belirlemektir.

Altı sigma; Shewhart, Deming, Crosby, Juran Taguchi ve Ishikawa gibi kaliteye yön veren isimlerin çalışmaları ile ortaya çıkmış bir kavram olup hataları önlemek amacıyla istatistiksel analizler kullanan bir yöntemdir. Bir kalite iyileştirme uygulaması olan Altı Sigma süreçlerin maliyetini israfları önleyerek düşürür, verimliliği artırır (Hoerl ve Snee, 2002).

Toplam verimli bakım (TVB); tüm çalışanların sürece dahil olmasının gerekli görüldüğü, küçük gruplar ile gerçekleştirilen verimli bakım faaliyeti olarak açıklanabilir. Makine sorumlularına üzerinde çalıştıkları teçhizat ve ekipmanın otonom bakım sorumluluğunu üstlenmelerini öngören, kusurları önleyen, teçhizat etkinliğini en yüksek seviyeye getirmeyi amaçlayan bir yaklaşımdır (Kılıç ve Ayvaz, 2016).

2.3. Departman düzeyi stratejiler

Departman stratejileri orta düzey yönetimin karar alanında gerçekleşir. Taktik düzey kararlar ile ilişkilendirecek departman düzey stratejiler (fonksiyonel stratejiler), alt düzey yönetimin aynı departman için alacağı teknik düzey kararlar için de belirleyici bir çerçevedir (Kocaoğlu ve Gülsün, 2004). Departman düzeyi stratejiler, özellikle buldukları pazarda rekabet avantajı elde etmek isteyen işletmeler için değer zincirindeki birincil ve destek faaliyetleri kapsar nitelikte olup hiyerarşik düzeyler dikkate alınarak oluşturulan strateji sınıflandırmasında orta ve alt düzey yönetim hiyerarşilerinde oluşturulan stratejilerdir (Ülgen ve Mirze, 2016). Sharma ve Fisher (1997) çalışmalarında TKY gibi departman düzeyi stratejilerinin entegre edilerek uygulandığı yaklaşımların işletmelerin rekabet avantajı elde etmesinde bir araç olduğunu vurgulamıştır.

İşletmelerde departman düzeyinde stratejik eğilim, stratejinin oluşturulmasına katkı sağlayanlar açısından çok yönlü çeşitlilik, diğer bir ifade ile departman düzeyinde strateji formülasyonu oluşturmaya katkıda bulunan kişi ya da birim olarak paydaşlar ile şekillenmektedir. Stratejik kararlara katkısı olan unsurlar da stratejilerin başarılı bir şekilde uygulanmasında etkin bir rol üstlenebileceklerdir. Stratejik kararların yöneticiler tarafından oluşturulması sürecinde dışarıdan uzmanlardan objektif bir bakış açısı

alınması ve veri toplama, analiz, sonuçları yorumlama aşamalarında dışarıdan uzman stratejistlerden yararlanılması doğru stratejilerin oluşturulmasında yararlanılacak bir yoldur (Ülgen ve Mirze, 2016). Bunun yanı sıra, fonksiyonel birimlerle yapılacak fikir alışverişi de stratejilerin başarılı bir şekilde gerçekleşmesi üzerinde etkili olacaktır. Strateji geliştirme sürecinde orta düzey yöneticilerin de katılımı durumunda stratejik değişim çalışmalarındaki başarı oranının arttığı görülmektedir. Katılımcı yönetim tarzı, içsel iletişim stratejik uyum ve orta düzey yöneticilerin katkısı stratejinin başarılı bir şekilde uygulanmasını etkileyen faktörlerdendir. Fonksiyonel alt birimleri yöneten orta düzey yöneticiler, çalışanlarca değişime karşı oluşturulan algının yönetilmesi ve yönlendirilmesi, değişim sürecinin yönetilmesi ve başarılmasında önemli bir role sahiptirler (Salih ve Doll, 2013). Stratejilerin, gerçekleştirilecek faaliyetlerden önce saptanması sürecin başarılı bir şekilde gerçekleşmesinde kilit rol oynamaktadır. Bu nedenle, departman alt birimlerinin yöneticilerinin işletme üst düzey yöneticilerle birlikte strateji oluşturma sürecinde rol üstlenmeleri etkili stratejilerin ortaya çıkmasında yararlı bir yaklaşımdır. Stratejik planların uygulanmasının faaliyetten önce tamamen, faaliyet sürecinde oluşturulması ya da faaliyet sırasında revize edilmesi anlayışları departman düzeyindeki stratejik eğilimi doğrudan etkileyecektir. Bunun yanı sıra, departmanda stratejik kararlar için hangi zaman aralıklarında toplandığı, mesaideki ne kadar bir sürenin stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcadığı departman düzeyinde stratejik karar alma sürecinde etkili unsurlar olacaktır. Strateji geliştirme sürecinde çalışanların katılım göstermesi, bir araya gelmesi ve buna zaman ayırmaları gereklidir. Alpkın (2000) çalışmasında çalışanların mesai sürelerinin %5 ve üzeri oranının strateji geliştirmeye ayrılma düzeyini %90 olarak saptamıştır. Durgun (2015) araştırmasında stratejik kararlar için toplanma sıklığını iki haftada bir ve daha kısa süreli olarak %37,6 oranında, ayda bir kez ve daha kısa süreli olma durumunu ise % 85,4 olarak raporlamıştır. Araştırmacı, analiz ve kararlar için harcanan mesainin %9 ve daha az düzeyde olma oranını örneklemin %57,4'ü, mesainin %10-25'i aralığında olma oranını örneklemin %33'ü olarak saptamıştır. Proaktif bir bakış açısının değişim olgusu için nasıl gelişeceği departman stratejilerini belirleme ile ilişkilidir

2.4. Stratejileri oluşturmada kalite yönetimi araçları

Kalite yönetimi, ürün ya da hizmeti beklenen düzeyde ve üst yönetimin desteğine bağlı olarak takım çalışması uygulamaları ile daha az maliyetli ve daha nitelikli olarak ortaya çıkarmak için gerçekleştirilen bir süreci ifade eder (Dean ve Bowen, 1994). Müşteri memnuniyeti, maliyetlerin azaltılması, kârın artırılması, daha hızlı ürün/hizmet gibi kalite yönetim sürecinden beklenen çıktıların örgütsel performans ile yakın ilişkisi nedeniyle kalite yönetim süreci, stratejik yönetim yaklaşımı ile doğrudan ilişkilendirilebilecektir. Ölmez ve Önen (2019) yaptıkları çalışmada Stratejik yönetim ve toplam kalite yönetimi arasında yüksek düzeyde bir korelasyon (0,78) raporlamışlardır.

İşletmelerde hızlı bir şekilde farklılaşan çevreye adapte olmak, geleceğe yönelik tahmin yetkinliği elde etmek, işletmenin iç ve dış çevresel koşullarını daha iyi teşhis etmek, yorumlamak, ortak amaç oluşturarak örgütsel hedeflere ulaşma motivasyonunu sağlamak stratejik yönetimin en önemli unsurlarındandır. Kalite yönetimi uygulamaları stratejik yönetimin belirtilen amaçlarına ulaşmada kullanılabilir araç niteliğindedir. Bir kurumda stratejik yönetimin başarısını belirleyen faktörlerden biri, bu bağlamda kalite yönetimi araçlarının ne derecede yarar sağladığıdır.

Stratejik yönetim uygulamaları, kalite yönetiminde kullanılan kontrol unsurlarını (maliyet, kar, müşteri memnuniyeti vb.) kullanarak güçlendirilebilir. Kalite yönetimi uygulamalarından yararlanmak, stratejik yönetim anlayışının etkin olarak uygulanması için yarar oluşturacaktır (Özgüner, 2015). Stratejik yönetim anlayışında kalite yönetimi önemli bir bakış açısı sunmakta, kalite yönetimi araçlarının kullanılmasıyla elde edilen veriler, örgüt düzeyinin yanı sıra strateji formülasyonu oluşturmada bir girdi niteliği taşımaktadır.

Departman düzeyinde stratejinin kalite yönetimi uygulamalarına bağlı olarak nasıl oluşacağı Yeni Kurumsallaşma Kuramı ve ile açıklanabilir. Yeni kurumsal kurama göre kurumsallaşma, “belirli davranış ve düşünce biçimlerinin, kural benzeri bir statü kazanması sürecidir” (Meyer ve Rowan, 1977, akt. Özen, 2013, s.124). Organizasyon içinde kurumsal nitelik kazanmış uygulama ve düzenlemeler, farklı durumlardaki davranış normları hakkında alternatifler sunarak bireyleri harekete yönlendirir. Bu bağlamda, çalışma grupları ve departmanlardaki ortak anlayış ve geliştirilen tutumlar, anlam ve istikrar kazanarak departman içinde işleyişin etkin olarak yürütülmesinde bir işlev sağlar (Scott, 1995).

Kurumsal nitelik kazanacak işleyişin ahlaki boyutu, departman işleyişinde bir kurum olarak nitelenen anlayış ve davranışın ahlak düzleminde doğru ve uygunludur. Ahlaki boyutta belirtilecek taşıyıcı unsurlar alınan eğitim ve belgelendirme sürecidir. İşletme yöneticileri eğitimlerine bağlı olarak ile toplam kalite yönetimi uygulamalarının işletme performansını artırarak etkinliği yükselttiğini öğrenirler. Böylece bu uygulamalara ahlaki bir değer yükleyerek işletmelerinde kabulünü mümkün kılarlar. Bu uygulamayı içselleştirdiklerinin ispatı olarak belgelendirmeyi (sertifika ya da ödül olarak) talep ederler (Özen, 2013). Böylece, departman düzeyinde kurumsallaşan kalite yönetimi uygulamaları meşrulaşır ve departman düzeyinde stratejilerin belirlenmesinde bir rol üstlenir.

Yeni kurumsal kuramın temel savlarından biri, aynı örgütsel alan içinde departmanların çeşitli dinamiklere bağlı olarak eşbiçim oluşturmalarıdır (DiMaggio ve Powell, 1983). Buradaki örgütsel alan kurumsallaşmış örgütsel uygulamalardan etkilenen bir topluluk olarak departman düzeyi olabilecektir. Bu eş biçimlilik mekanizmaları, departmanların benimsedikleri kurumsal uygulamalar aracılığıyla bilişsel, ahlaki ve faydacı meşruiyet kazanma çabası sonucu ortaya çıkar. Bir yönetim modası olarak diğer işletmelerden örnek alınan kalite yönetimi uygulamaları, belirsizlik koşullarında departman yöneticileri için başvurulacak bir araç olarak görülebilecektir. Söz konusu uygulamalar, departman düzeyinde davranışı ortaya çıkarmada etkili olacağından departman düzeyi stratejiler için kalite yönetimi uygulamaları bir öncül faktör olabilecektir. Üst yönetimin, diğer işletmelerin başarılı uygulamalarını örnek almaya ilişkin tutumları, departman düzeyinde bir zorlayıcı eş biçimlilik çabası ortaya çıkaracak, bu bağlamda örnek kalite uygulamalarının benimsenmesi departman yöneticileri için strateji geliştirmede göz önüne alınacak bir temel değişken olarak değerlendirilebilecektir. Beklentilere uyma zorunluluğu zorlayıcı eşbiçimliliğin ortaya çıkması için yeterli bir koşuldur. Örneğin ana işletme talep ettiği için tedarikçilerin ISO belgesi almaları, zorunlu eş biçimlilik sonucunu doğuracak departman düzeyinde stratejilerin geliştirilmesini ve uygulanmasını gerektirecektir (Özen, 2013). Bu derece meşrulaşan bu kalite yönetimi uygulamaları departman düzeyinde stratejilerin oluşumunda göz önüne alınacak kadar kurumsallaşır.

Bu bağlamda, kalite yönetimi uygulamaları olarak belirtilen TZÜ/Kanban, 5S, kalite fonksiyon göçerimi (KFG), kalite çemberleri, altı sigma, toplam verimli bakım (TVB), benchmarking (kıyaslama) ve poke-yokenin yarar ve kullanım etkinliği ile departman düzeyinde strateji oluşturması arasında olumlu yönde ilişki ortaya çıkacaktır.

Departman düzeyinde stratejik yönetimin ortaya çıkmasında belirleyici unsurlar olan stratejik planın oluşturulmasına katkı sağlayan kişi ya da birimler, stratejik planın faaliyetlerden önce tamamen, faaliyet sürecinde ya da faaliyet sırasında revize edilerek gerçekleşmesi, departmanda stratejik kararlar için hangi zaman aralıklarında toplandığı, mesaideki ne kadar bir sürenin stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcandığı ve değişim olgusuna proaktif bir bakış açısı olarak nasıl yaklaşıldığı kalite yönetim uygulamalarına bağlı olarak değişebilecektir. Kuramsal çerçeve ve önceki araştırma bulgularına göre, araştırma için aşağıdaki hipotezler önerilebilir.

H1: Kalite yönetim uygulamaları olan TZÜ/Kanban, 5S, KFG, Kalite çemberleri, Altısigma, TVB, Benchmarking ve Poke-Yoke'nin yarar ve kullanım etkinliği ile departman düzeyinde stratejik yönetim arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H1a: Kalite Yönetim araçlarının uygulanma/uygulanmama durumu, departmanda stratejik planın oluşturulmasına katkıda bulunan kişi/birimler ile ilişkilidir.

H1b: Departman düzeyinde stratejik planın oluşturulmasına katkıda bulunan kişiler/birimler açısından kalite yönetim uygulamalarının yarar ve etkinliği farklılaşmaktadır.

H1c: Kalite Yönetim araçlarının uygulanma/uygulanmama durumu stratejik planların uygulamasının nasıl gerçekleştiği ile ilişkilidir.

H1d: Departmanda stratejik planların uygulamasının nasıl gerçekleştiğine göre Kalite yönetim uygulamalarının yarar ve etkinliği farklılaşmaktadır.

H1e: Kalite Yönetim araçlarının uygulanma/uygulanmama durumu departmanda stratejik kararlar için bir araya gelme sıklığı ile ilişkilidir.

H1f: Departmanda stratejik kararlar için bir araya gelme sıklığına göre Kalite Yönetim araçlarının yarar ve etkinliği farklılaşmaktadır.

H1g: Kalite Yönetim araçlarının uygulanma/uygulanmama durumu departman olarak mesainin ne kadarının stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcadığı ile ilişkilidir.

H1h: Departman olarak mesainin ne kadarının stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcadığına göre Kalite Yönetim araçlarının yarar ve etkinliği farklılaşmaktadır.

H1i: Kalite Yönetim araçlarının uygulanma/uygulanmama durumu değişim olgusuna proaktif bir bakış açısı olarak nasıl yaklaşıldığı ile ilişkilidir.

H1j: Değişim olgusuna proaktif bir bakış açısı olarak nasıl yaklaşıldığı açısından kalite yönetim araçlarının yarar ve etkinliği farklılaşmaktadır.

H1k: Kalite yönetim araçlarının uygulanma/uygulanmama durumu departman stratejik yönetimini belirten kriterler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ortaya çıkarmaktadır

H1l: Kalite yönetim araçlarının uygulanma/ uygulanmama durumu departmanda stratejik planın oluşturulmasına katkıda bulunan kişiler/birimler arasında anlamlı bir ilişki ortaya çıkarmaktadır

3. Yöntem

Çalışmanın amacı kalite yönetim araçları olarak tanımlanan TZÜ/Kanban, 5S, KFG, Kalite çemberleri, Altısigma, TVB, Benchmarking ve Poke-Yoke'nin işletmelerce deneyimlenen yarar ve kullanım etkinliğinin departman düzeyinde strateji oluşturmada nasıl bir etkiye sahip olduğunu incelemektir. Araştırma, Türkiye genelinde üretim sektörü alt iş kollarında gerçekleştirilmiştir. Söz konusu kalite yönetim araçlarının üretim sektöründe kullanımının daha yaygın olması beklentisi nedeniyle verilere ulaşma imkânının daha çok olması, çalışmanın üretim sektöründe gerçekleştirilmesine karar verilmiştir. Bu bölümde örneklem alınan üretim sektörü işletmelerinin hangi iş kollarında yer aldığı, yararlanılan veri toplama araçları (ölçekler) ve araştırma hipotezlerinde öne sürülen ilişkilerin doğrulanmasında kullanılacak istatistiksel analizler açıklanmıştır. Araştırma için etik kurul onayı Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'nun 10/09/2021 tarih 08 toplantı sayılı 2021/484 no'lu kararı ile alınmıştır.

3.1. Örneklem

Araştırmanın örneklemini üst, orta ve alt düzey yöneticiler oluşturmaktadır. Araştırma için departman ya da fonksiyonel birim düzeyinde yönetici olan ve kalite yönetimi uygulamalarının bulunduğu işletmelerden 150 katılımcı kolayda örnekleme yolu ile belirlenmiştir. 150 katılımcı ile gerçekleşmiş olan çalışmanın ölçekleri 412 kişiye gönderilmiş olup, geri dönüş oranı %36,41'dir. Kalite yönetim araçlarının yarar ve etkinlik değerlendirmesini yapan 51 işletmeden veri alınmıştır. Her işletmeden en az üç yöneticinin örnekleme bulunması, verilerin doğruluğunu arttıracak bir yaklaşım olarak benimsenmiştir. 48 işletmeden 3 yönetici, 3 işletmeden ise ikişer form değerlendirmeye alınmıştır.

Tablo 1

Katılımcıların İşkollarına Göre Dağılımı

Katılımcıların çalışmakta oldukları sektörler	Firma sayısı	Yüzde değer (%)
Demir-Çelik Sanayi	2	4
Otomotiv Sanayi	9	18
Elektrik-Elektronik	9	18
Gıda Sanayi	9	18
Plastik Sanayi	6	12
Cam Sanayi	2	4
İlaç/Biyoteknoloji	7	14
Kimya Sanayi	5	10
Makine Sanayi	2	4
Toplam	51	100

Tablo 1’de çalışmaya katılan katılımcıların çalışmakta oldukları kurumların işkollarına göre dağılımı yer almaktadır. 51 farklı firmanın dağılımı incelendiğinde otomotiv sanayi, elektrik-elektronik ve gıda sanayinde faaliyet gösteren firmaların %54’lük paya sahip olduğu görülmektedir.

3.2. Veri toplama araçları (ölçekler)

Çalışmada nicel araştırma yöntemi benimsenmiş ve veriler ölçekler aracılığıyla toplanmıştır.

Kalite yönetim araçları yarar ve kullanım etkinliği ölçeği:

Kalite yönetimi uygulamaları olan TZÜ/Kanban, 5S, KFG, kalite çemberleri, altı sigma, toplam verimli bakım (TVB), benchmarking (kıyaslama), ve poke-yoke’nin işletmede uygulanıp uygulanmadığının değerlendirildiği kategorik ölçümlenen bir soru ve her kalite yönetimi uygulamasının kullanım yararını ve uygulamadaki etkinliğini belirlemeye yönelik olarak Şapaloğlu ve Çiçek (2021) tarafından geliştirilen “Kalite Yönetim Uygulamalarının Yarar ve Kullanım Etkinliği” Ölçeğinden yararlanılmıştır. Şapaloğlu ve Çiçek (2021) yaptıkları çalışmada iç tutarlılık güvenilirliklerini 0.769 (TZÜ), 0.767 (5S), 0.625 (KFG), 0.60 (Kalite Çemberleri), 0.966 (Altı Sigma), 0.731 (TVB), 0.953 (Benchmarking), 0.891(Poke-Yoke) olarak raporlamışlar ve tüm ölçek güvenilirliğini 0.974 olarak hesaplamışlardır. Yanıtlar, beşli likert derecesi ile ölçümlenmiştir. Ölçek, Ek-1’de verilmiştir.

Belirtilen sekiz kalite yönetim aracının tümünün birlikte uygulandığı işletme sayısının yüksek olmadığı, işletmelerin bu söz konusu kalite yönetim uygulamalarından uygulama kolaylığı, maliyet ve kullanım yararına göre tercih edeceklerini uygulayacakları bilinmektedir. Bu nedenle bir boyut olarak ifade edilebilecek olan kalite uygulamasının yarar ve kullanım etkinliği, söz konusu uygulamanın bulunması durumunda değerlendirmeye alınmış, diğer kalite uygulamasının/uygulamalarının değerlendirildiği ölçek katılımcılar tarafından yanıtlanmamıştır.

Departman düzeyinde stratejik yönetim ölçeği:

Departman düzeyinde stratejik yönetimin fonksiyonel birimler için ne derecede var olduğunu değerlendirmek için karma bir ölçek kullanılmıştır. Likert derecelendirmesi ve kategorik ölçümleme düzeyi ile değerlendirilecek karma ölçekte likert soruları 4 maddeden oluşmaktadır. Oluşturulan ölçeğin bir maddesi Watkins ve Marsick (1997) tarafından geliştirilen ve Türkçe uyarlaması Ersen vd. (2015) çalışmasından alınmış olan Öğrenen Örgüt Boyutları ölçeğinin Takım Halinde Öğrenme alt boyutundan bir maddedir (Bölüm ve departmanlar kendi hedeflerini ihtiyaçlar doğrultusunda uyarlama serbestliğine sahiptir). Diğer üç madde ise Durgun (2015, ss.117-119)’un Alpkan (2000), Özgür (2007), Sucu (2010) ve Yılmaz’ın (2007) çalışmalarını referans alarak hazırladığı stratejik yönetim sürecinin değerlendirilmesi ile ilgili ölçekten stratejik planlama süreci alt ölçeğindedir. Departman düzeyinde stratejinin değerlendirilmesi amacıyla “üst yönetim” düzeyi “birim” düzeyine uyarlanarak kullanılmıştır. Departman vurgusunun eklendiği ya da kelime değişikliği yapılarak uyarlanan 3 madde: “Departman stratejilerinin oluşturulmasında üst yönetimin kişisel sezgilerinin etkisi ve sorumluluğu daha fazladır”, “İşletme, değişim ile ilgili sorunlarını aşmak için özellikle stratejik planlamaya başvurmaktadır”, “Başarılı bir stratejik planlama ve gelecek fırsatlardan zamanında yararlanmada yazılı veri, sezgisel davranıştan daha öncelikli değerlendirilmelidir”. Ölçek sorularının değerlendirilmesinde kesinlikle katılıyorum-tamamen katılıyorum aralığında beşli likert derecelendirmesi kullanılmıştır.

Kategorik türde ad ölçeği ile yanıtlanılacak “Departman düzeyinde stratejik yönetim unsurları” soruları için Durgun (2015, s.117)’un çalışmasında “ Genel Stratejik Planlama ve Yönetim” alt ölçeğinden yararlanılmıştır. Soruların oluşturulmasında kurum üst yönetimi “departman düzeyine” uyarlanarak, verilecek yanıtlar departman düzeyinde strateji oluşturma ile ilişkilendirilmiştir. Orijinal ölçekte bazı yanıtlar departman düzeyinde strateji ile ilişkilendirilecek şekilde değiştirilmiş olup beş soru oluşturulmuştur.

1-Bulduğunuz departmanda stratejik planın oluşturulmasına işletmenizde hangi kişiler katkı sağlamaktadır?

Üst düzey yöneticiler	İşletme sahipleri	Dışarıdan uzmanlar	Departmanın alt birimleri	Diğer departmanlar
-----------------------	-------------------	--------------------	---------------------------	--------------------

2- Bulduğunuz departmanda stratejik planların uygulanması nasıl gerçekleşmektedir?

Faaliyet öncesinde tamamen gerçekleşir	Faaliyet sürecinde oluşturulmaktadır	Faaliyet sırasında revize edilmektedir	Uygulanmamaktadır
--	--------------------------------------	--	-------------------

3- Bulduğunuz departmanda stratejik kararlar için ne sıklıkta bir araya geliyorsunuz?

Her gün	Haftada bir	İki haftada bir	Ayda bir	Üç ay veya daha fazla aralıklarla
---------	-------------	-----------------	----------	-----------------------------------

4- Bağlı olduğunuz departman olarak mesainizin ne kadarını stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcıyorsunuz?

%5'ten az	%5-9	%10-25	%25'ten fazla
-----------	------	--------	---------------

5- Aşağıdaki ifadelerden size en uygun geleni lütfen işaretleyiniz.

Değişim dejenerasyondur	Değişim zaman kaybıdır	Rakipler değişiyorsa, biz de değişmeliyiz	Rakiplerden önce değişmek daha avantajlıdır
-------------------------	------------------------	---	---

3.3. Kullanılan istatistiksel analizler

Araştırmada betimleyici istatistik analiz teknikleri (frekans, yüzde, aritmetik ortalama, standart sapma, çarpıklık ve basıklık katsayısı) verileri oluşturan değişkenlerin düzeylerinin belirlenmesinde kullanılmıştır. Ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik teşhisi için cronbach alpha iç tutarlılık katsayısı, AVE (faktöre ilişkin ifadelerin kovaryanslarının karelerinin toplamının ifade sayısına bölünmesi ile elde edilen bir değer olarak ortalama açıklanan varyans) ve CR (Standardize edilmiş faktör yükleri, ölçekteki ifade sayıları ve hata varyanslarına bağlı olarak hesaplanan, sayıca birden fazla, heterojen, ancak benzer ifadelerin genel güvenilirliğini ölçmek için kullanılan kompozit güvenilirlik) değerlendirmesi, keşfedici faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizlerinden yararlanılmıştır. Araştırma hipotezlerinde öne sürülen ilişkilerin doğrulanmasında normallik önkoşulu gerektirmeyen spearman korelasyonu, parametrik olmayan hipotez testlerinden anlamlı farklılık sınaması için iki kategorili değişkenlerde Mann-Whitney U, ikiden fazla kategorili değişkenlerde Kruskal Wallis testi gerçekleştirilmiştir. Kategorik değişkenlerin kendi aralarındaki anlamlılık ilişkisi Ki-kare testi ile incelenmiştir. Spearman korelasyonu departman düzeyde stratejik yönetim eğilimi ile kalite yönetim araçlarının yarar ve etkinlik düzeyi arasındaki ilişkinin teşhisinde kullanılmıştır. Kalite yönetim araçlarının uygulanma durumunun departmanda stratejik planın oluşturulmasına katkıda bulunan kişi/birimler ile ilişkisinin ve departman düzeyinde stratejik yönetim unsurları ile ilişkisinin ortaya konmasında, kalite yönetim araçlarının uygulanması/uygulanmaması durumunda departman stratejik yönetim unsurlarının birbirleri ile ilişkilerinin teşhisinde, kalite yönetim araçlarının uygulanması/uygulanmaması durumunda departmanda stratejik planın oluşturulmasına katkıda bulunan kişi/birimler arası ilişkilerin teşhisinde ki-kare testinden yararlanılmıştır. Kalite yönetim araçlarının yarar ve etkinliğinin departmanda stratejik planın oluşturulmasına katkıda bulunan kişi/birimler ile ilişkisinin ortaya konmasında Mann-Whitney U testi, departman düzeyinde stratejik yönetim unsurları ile ilişkisinin ortaya konmasında Kruskal-Wallis testi kullanılmıştır.

4. Bulgular

4.1. Katılımcıların demografik bilgileri

Yöneticilerin örgütsel kıdemi incelendiğinde çalışan oldukları işletmede 1-5 yıldır çalışan katılımcıların görece fazla olduğu görülmektedir (%45,33). 15 yıl ve üzeri süredir aynı işletmede çalışmakta olan yönetici sayısı oranı ise (%5,33). Katılımcıların kurum içi pozisyonlarına göre dağılımında alt ve orta düzey yönetici pozisyonunda çalışmakta olan katılımcıların toplam katılımcı sayısına oranı %86.7'dir.

4.2. Kalite yönetim araçlarının kullanılma düzeyleri ve değişkenlerin betimleyici istatistik bulguları

Örnekleme alınan işletmeler tarafından en çok uygulanan kalite yönetim araçları 5S ve Benchmarking iken, en az tercih edilen kalite yönetimi uygulaması KFG (Kalite fonksiyon geçeri) olmuştur.

Tablo 2

Kalite yönetim araçlarının yarar etkinliği değerlendirmesi ve frekansı

Kalite Yönetimi Uygulamaları	Kalite yönetim araçlarının yarar etkinliği ortalama değeri	Minimum Değer	Maksimum Değer	Standart Sapma	Örnekleme alınan kaç işletmede uygulandığı	Örnekleme uygulanma oranı (%)
TZÜ	4,18	2,67	5,00	0,64	20	39
5S	4,31	2,00	5,00	0,66	36	70,5
KFG	3,97	2,33	5,00	0,70	48	31,4
Kalite Çemberleri	4,17	1,67	5,00	0,65	22	43,3
Altı Sigma	4,25	1,00	5,00	0,91	20	39
TVB	4,41	2,00	5,00	0,60	24	48
Bechmarking	4,07	1,00	5,00	0,86	33	64,7
Poke-Yoke	4,23	2,00	5,00	0,67	24	47,3

Örnekleme alınan işletmelerde birden fazla türde kalite yönetim aracının uygulandığı görülmüştür. Başvurulan kalite yönetim uygulamalarının etkinlik ve yarar değerlendirilmeleri birbirlerine oldukça yakın düzeydedir. Yine de aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri göz önüne alınarak, en yararlı görülen kalite yönetim uygulamasının TVB olduğu, görece en düşük yarar sağlanan uygulamanın ise KFG olduğu ortaya çıkmıştır.

Araştırmanın diğer değişkeni olan likert düzeyinde ölçümlenen departman düzeyinde stratejik yönelim değişkeninin betimleyici istatistik bulguları Tablo 3’de görülmektedir.

Tablo 3

Departman düzeyinde stratejik yönetim değişkeninin betimleyici istatistik bulguları

Değişken	Katılımcılarca değerlendirilen departmanların stratejik yönetim düzeyi ortalama değeri	Minimum Değer	Maksimum Değer	Standart sapma
Departman düzeyinde Stratejik yönetim	3,73	1,25	5,00	0,72

Çalışmaya katılan 150 yöneticinin kendi beyanları ile söz konusu kalite yönetim araçlarının çalıştıkları işletmelerde ne derecede uygulandığı ile ilgili yapılan değerlendirmeye göre; yöneticiler buldukları işletmelerde en çok uygulanmakta olan kalite yönetimi uygulamasının 5S (106) olduğunu belirtmişlerdir. Kendi işletmelerinde 5S’in uygulandığını belirten katılımcıların %72,64’ü Benchmarking uygulandığını belirtmişlerdir. En az uygulanan kalite yönetimi uygulamasının KFG olduğu görülmüştür: 0,32 (48/150). İşletmelerinde KFG’nin uygulandığını belirten katılımcılar %58.33 oranında TZÜ, %87,5 oranında 5S, %75 oranında kalite çemberleri, %68,75 oranında Altı sigma, %75 oranında TVB, %79 oranında benchmarking, %72 oranında Poke-Yoke uygulandığını açıklamışlardır. Katılımcıların %48’i çalışmakta oldukları işletmelerde TVB uygulamasından yararlandığını belirtmişlerdir. İşletmelerinde TVB uygulandığını belirten katılımcılar %94 oranında 5S uygulandığını ve %50 oranında KFG uygulandığını ifade etmişlerdir.

4.3. Departman stratejileri ile ilgili kategorik soruların frekans dağılımı

Tablo 4

Departman Stratejik planının oluşturulmasında katkısı olan unsurlar

Stratejik kararlara katkı sağlayan unsurlar	Katkısı var	
	Frekans	% Değer
Üst Yönetim	131	87,3
İşletme Sahipleri	59	39,3
Dışarıdan Uzmanlar	26	17,3
Departman Alt Birimleri	49	32,7
Diğer Departmanlar	32	21,3

Katılımcılar, departman stratejisini oluşturmada katkısı olan unsurları birden fazla seçenek ile belirtebilmişlerdir. Tablo 4'e göre katılımcıların %87,3'ü buldukları departmanların stratejik planın oluşturulmasında üst yönetim katkısı olduğunu belirtirken, %17,3 oran ile en düşük katkının dışarıdan uzmanlar olarak değerlendirildiği görülmektedir.

Tablo 5

Departmanda stratejik planların uygulanmasının nasıl gerçekleştiği

Gerçekleşme seviyesi	Frekans	Yüzde değer %
Tamamıyla gerçekleşmektedir	38	25,3
Faaliyet sırasında revize edilmektedir	73	48,7
Faaliyet sürecinde oluşmaktadır	32	21,3
Uygulanmamaktadır	7	4,7
Total	150	100

Katılımcıların çalışmakta oldukları kurumların %48,7'sinde stratejik planlar faaliyet sırasından revize edilmekteyken, %4,7'sinde ise direkt olarak stratejik planlar uygulanmamaktadır.

Tablo 6

Departmanda stratejik kararlar için bir araya gelme sıklığı

Toplantı sıklığı	Frekans	Yüzde değer %
Her gün	14	9,3
Haftada bir	43	28,7
İki haftada bir	14	9,3
Ayda bir	41	27,3
Üç ay ve daha uzun	38	25,3
Total	150	100

Tablo 6'da; katılımcıların çalışmakta oldukları kurumların %28,7'unun stratejik kararların alınması için haftada bir kez toplandıkları görülmektedir. %27,3'si ayda bir, %25,3'si üç ay ya da daha uzun süreli toplanmaktadır.

Tablo 7

Departman olarak mesainin ne kadarının stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcadığı

Mesai içerisindeki pay	Frekans	Yüzde değer %
%5'ten az	32	21,3
%5-9	47	31,3
%10-15	37	24,7
%15+	34	22,7
Total	150	100

Tablo 7'de yer alan bilgilere göre katılımcıların % 31,3'ünün mesailerinin % 5-9'luk bir kısmını stratejik karar alma ve analize ayırdıkları, % 47,4'ünün ise mesailerinin % 10'undan daha fazla bir süreyi stratejik karar alma ve analize ayırdıkları görülmektedir.

Tablo 8

Değişime bakış açısı

Değişime karşı yargı	Frekans	Yüzde değer %
Değişim dejenerasyondur	4	2,7
Değişim zaman kaybıdır	1	0,7
Rakipler değişiyorsa biz de değişmeliyiz	10	6,7
Rakiplerden önce değişmek avantajlıdır	135	90
Total	150	100

Tablo 8'a göre katılımcıların büyük bir çoğunluğu (%90) rakiplerden önce değişmenin avantajlı olduğunu düşünmektedirler. Proaktif olmanın önemi artmaktayken katılımcıların bu durumun bilincinde oldukları düşünülebilir.

4.4. Ölçümleme araçlarının güvenilirlik ve geçerlilikleri

Her bir kalite uygulamasının bir boyut olarak temsil edildiği alt ölçekler için güvenilirlik sonuçları Tablo 9'da görülmektedir.

Tablo 9

Kalite yönetim araçları yarar ve kullanım etkinliği ölçeği iç tutarlılık güvenilirliği, AVE ve CR değerleri

Kalite yönetim uygulamaları	Ölçek iç tutarlılık güvenilirliği	AVE	CR
TZÜ	0,781	0,671	0,856
5S	0,759	0,786	0,916
KFG	0,889	0,905	0,966
Kalite Çemberleri	0,869	0,923	0,973
Altı Sigma	0,917	0,863	0,949
TVB	0,845	0,878	0,955
Benchmarking	0,945	0,830	0,936
Poke-Yoke	0,783	0,980	0,993

Tüm alt ölçek güvenilirlikleri kabul edilebilir alt sınır olan 0,7 üzeridir (Cortina, 1993; Şencan, 2005, Sekaran ve Bouger, 2016). Alt ölçeklerin AVE değerleri eşik değer olan 0,5 ve CR değerleri eşik değer olan 0,7 üzeridir (Fornell ve Larcker, 1981).

Kalite yönetimi uygulamalarının yarar ve kullanım etkinliği ölçeği için tüm alt boyutları göz önüne alarak gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi bulguları Şekil 1'de gösterilmektedir. 0,5 ve üzeri yol katsayısı değerleri yüksek etki belirtir (Kline, 1994). Yapısal eşitlik modelinde tanımlanan ilişkilerin

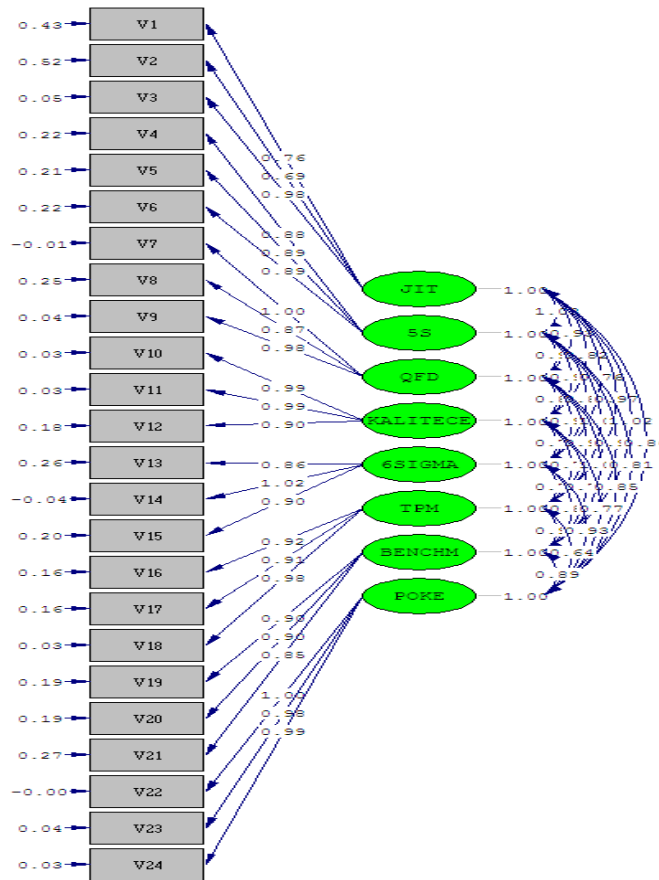
yol katsayıları değerleri 0,5 üzeridir. Alt faktörleri temsil eden tüm ölçek maddelerinin örtük değişkenler ile ilişkileri anlamlı t değerine sahiptir ($t > 1,96$, $p < 0,05$). Uyum indeksi değerleri Tablo 10'da görülmektedir.

Tablo 10

Kalite uygulamaları yarar ve etkinlik ölçeği doğrulayıcı faktör analizi indeksleri

X^2	d.f.	$X^2/d.f.$	RMSEA	GFI	AGFI	SRMR	CFI
269,12	224	1,20	0,037	0,99	0,99	0,078	0,89

$x^2/d.f < 5$, $RMSEA < 0,08$, $GFI > 0,90$, $AGFI > 0,90$, $SRMR < 0,08$ VE $CFI > 0,90$ indeks değerleri uyumun derecesini belirlemek için göz önüne alınır (Tabachnick ve Fidell, 2001; Hooper, Coughlan ve Mullen, 2008). Sadece CFI değeri kabul edilen alt sınıra oldukça yakın olup, diğer tüm indeks değerleri iyi düzeyde uyum ifade etmektedir.



Şekil*. Doğrulayıcı faktör analizi yol katsayıları (Kalite Uygulamaları Yarar ve Etkinlik Ölçeği)

*Lisrel program çıktısında noktalar (.) ondalık ayraç olarak belirtilmektedir

Departman stratejik yönelim ölçeği araştırmacılar tarafından ilk kez uygulandığından keşfedici faktör analizinin de gerçekleştirilmesi uygun görülmüştür. Departman stratejik yönelim ölçeğinin keşfedici faktör analizi ve güvenilirlik analizi bulguları Tablo 11'de görülmektedir.

Faktör analizi bulgularına göre, tüm ölçek maddelerinin faktör yükleri 0,5 ve üzeri olup yüksek düzeydedir (Kline, 1994). Tek boyutta gruplanan maddeler için özdeğer 2'den büyük olup özdeğer yükseldikçe, maddelerin açıkladığı varyansın yükseldiğini ifade etmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2001). Açıklanan varyansın % 50'i geçmesi beklenir (Yaşlıoğlu, 2017). Ölçek için faktör analizinde p değerleri anlamlıdır ($p < 0,05$). Ölçek güvenilirliği kabul edilen eşik değer olan 0,7 üzeridir (Cortina, 1993;

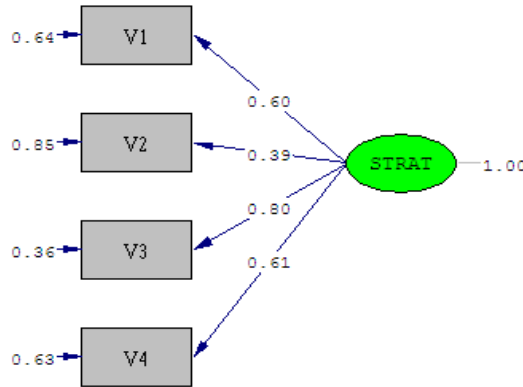
Şencan, 2005, Sekaran ve Bouger, 2016). AVE değeri 0,547 ve CR değeri 0,825 olup kabul edilebilen eşik değerler üzeridir (Fornell ve Larcker, 1981).

Tablo 11

Departman stratejik yönetim ölçeği (likert) güvenirlik ve yapısal geçerliliği

Faktör	Maddeler	Faktör Yükleri	Özdeğer	Açıklanan Varyans (%)	Ölçek güvenirliği
1	1. Bölüm ve departmanlar kendi hedeflerini ihtiyaçlar doğrultusunda uyarlama serbestliğine sahiptir	0,804	2,190	54,743	0,714
	2. Departman stratejilerinin oluşturulmasında üst yönetimin kişisel sezgilerinin etkisi ve sorumluluğu daha fazladır	0,533			
	3. İşletme, değişim ile ilgili sorunlarını aşmak için özellikle stratejik planlamaya başvurmaktadır	0,830			
	4. Başarılı bir stratejik planlama ve gelecek fırsatlardan zamanında yararlanmada; yazılı veri, sezgisel davranıştan daha öncelikli değerlendirilmelidir	0,755			
Kaiser-Meyer-Olkin			0,695		
Bartlett's Test of Sphericity			Approx. Chi-square	105,331	
			Df	6	
			Sig.	0,00	

Ölçeğin doğrulayıcı faktör analizi yol katsayıları Şekil 2 de görülmektedir.



Şekil 2*. Doğrulayıcı faktör analizi yol katsayıları (Departman düzeyi Stratejik Yönetim Ölçeği)

*Lisrel program çıktısında noktalar (.) ondalık ayraç olarak belirtilmektedir

Yapısal eşitlik modelinde tanımlanan ilişkilerin yol katsayıları değerleri 0,5 üzeridir. Alt faktörleri temsil eden tüm ölçek maddelerinin örtük değişkenler ile ilişkileri anlamlı t değerine sahiptir ($t > 1,96$, $p < 0,05$). Uyum indeksi değerleri Tablo 12'de görülmektedir. Tüm uyum indeksleri göz önüne alındığında, doğrulayıcı faktör analizine mükemmel uyumun ortaya çıktığı ifade edilebilir.

Tablo 12

Kalite Uygulamaları Yarar ve Etkinlik ölçeği doğrulayıcı faktör analizi indeksleri

X ²	d.f.	X ² /d.f.	RMSEA	GFI	AGFI	SRMR	CFI
1,68	2	0,84	0,00	0,99	0,97	0,022	1,00

4.5. Değişkenler arası ilişkiler

Değişkenler arası ilişkilerin teşhisinde yararlanılan korelasyon analizi bulguları Tablo 13’de, anlamlı farklılıkların teşhisi için yararlanılan ki-kare, Mann Whitney-U ve Kruskal Wallis test sonuçları Tablo 14,15,16,17,18,19’da görülmektedir.

Tablo 13

Korelasyon tablosu

	Strateji
Strateji	1
TZÜ	0,187
5S	,382**
KFG	,309*
Kalite Çemberleri	0,221
Altı Sigma	-0,057
TVB	,449**
Poke-Yoke	,267*
Benchmarking	,382**

*Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlı.

**Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlı

Normal dağılım önkoşulu gerektirmeyen Spearman korelasyon analizi bulgularına göre departman düzeyinde stratejik yönetimin en yüksek düzeyde olumlu yönde ilişkisi olduğu kalite yönetimi uygulaması TVB’dir. **TZÜ/Kanban, kalite çemberleri ve Altısigma** kalite yönetim araçları ile gerçekleştirilen kalite yönetim uygulamalarının departman düzeyinde stratejik yönetimin ortaya çıkması ile istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkisi saptanmamıştır. Departman düzeyinde stratejik yönelimin istatistiksel olarak anlamlı ama en düşük düzeyde ilişkisi 5S, benchmarking, KFG, poke yoke uygulamaları için ortaya çıkmıştır.

Tablo 14

Kalite yönetim araçlarının uygulanması ve departmanda stratejik planın oluşturulmasına katkıda bulunan kişi/birimler arasında bağımlılık ilişkisi

	Üst düzey yöneticiler		İşletme sahipleri		Dışardan uzmanlar		Departman alt birimleri		Diğer departmanlar	
TZÜ	Ki-kare*:	Sig: 0,198	Ki-kare: 0,213	Sig: 0,644	Ki-kare: 0,677	Sig: 0,414	Ki-kare: 0,113	Sig: 0,737	Ki-kare: 0,000	Sig: 1
	df: -		df: 1		df: 1		df: 1		df: 1	
5S	Ki-kare*:	Sig: 0,083	Ki-kare: 0,139	Sig: 0,709	Ki-kare: 1,721	Sig: 0,190	Ki-kare: 1,743	Sig: 0,187	Ki-kare: 2,489	Sig: 0,115
	df: -		df: 1		df: 1		df: 1		df: 1	
KFG	Ki-kare*:	Sig: 0,500	Ki-kare: 0,004	Sig: 0,01	Ki-kare: 0,220	Sig: 0,50	Ki-kare: 1,594	Sig: 0,207	Ki-kare: 0,74	Sig: 0,277
	df: -		df: 1	İlişkili	df: 1		df: 1		df: 1	
Kalite Çemberleri	Ki-kare:	Sig: 0,728	Ki-kare: 3,445	Sig: 0,049	Ki-kare: 0,111	Sig: 0,738	Ki-kare: 0,388	Sig: 0,533	Ki-kare: 3,982	Sig: 0,046
	df: 1		df: 1	İlişkili	df: 1		df: 1		df: 1	İlişkili

	Üst düzey yöneticiler		İşletme sahipleri		Dışardan uzmanlar		Departman alt birimleri		Diğer departmanlar	
Altı Sigma	Ki-kare*: -	Sig: 0,197	Ki-kare: 0,824	Sig: 0,364	Ki-kare: 0,023	Sig: 0,880	Ki-kare: 3,178	Sig: 0,075	Ki-kare: 3,231	Sig: 0,042
	df: -		df: 1		df: 1		df: 1		df: 1	İlişkili
TVB	Ki-kare: 1,599	Sig: 0,206	Ki-kare: 0,136	Sig: 0,712	Ki-kare: 0,00	Sig: 1	Ki-kare: 0,603	Sig: 0,437	Ki-kare: 3,580	Sig: 0,048
	df: 1		df: 1		df: 1		df: 1		df: 1	İlişkili
Bechmarking	Ki-kare*:-	Sig: 0,001	Ki-kare: 0,050	Sig: 0,824	Ki-kare: 0,01	Sig: 0,976	Ki-kare: 0,283	Sig: 0,595	Ki-kare: 0,383	Sig: 0,550
	df:-		df: 1		df: 1		df: 1		df: 1	
Poke-Yoke	Ki-kare: 1,747	Sig: 0,186	Ki-kare: 0,349	Sig: 0,555	Ki-kare: 0,105	Sig: 0,569	Ki-kare: 1,083	Sig: 0,298	Ki-kare: 0,999	Sig: 0,343
	df: 1		df: 1		df: 1		df: 1		df: 1	

*Ki-kare Fisher Exact testinde hesaplanmayan değer.

Ki-kare testi sonuçlarına göre, bechmarking uygulamasının kullanılıyor olması ile departman düzeyinde stratejik planın oluşturulmasında işletme üst düzey yöneticilerin yer alıp almaması arasında bir bağımlılık ilişkisi vardır. KFG ve kalite çemberlerinin uygulanıyor olması ile departman düzeyinde stratejik planın oluşturulmasında işletme sahiplerinin yer alıp almaması durumu arasında bağımlılık ilişkisi ortaya çıkmıştır. Ayrıca, kalite çemberleri, altı sigma ve TVB uygulamalarının işletmelerde kullanılıyor olması ile departman düzeyinde stratejik planın oluşturulmasında diğer departmanların göz önüne alınması durumu istatistiksel olarak bağımlıdır. Çapraz tablolardan, bağımlılık ilişkisi ortaya çıkanlar yorumlanmıştır.

İşletmelerinde KFG'nin uygulanmadığını belirten katılımcıların %40,9'u departman stratejik planın oluşturulmasında işletme sahiplerinin katkıları olduğunu, KGF uygulandığını belirtenlerin % 38,4'u işletme sahiplerinin katkılarının olduğunu belirtmişlerdir. İşletmelerinde kalite çemberlerinin uygulanmadığını belirten katılımcıların %31,8'i departman stratejik planın oluşturulmasında işletme sahiplerinin katkıları olduğunu, kalite çemberleri uygulandığını belirtenlerin % 50'i işletme sahiplerinin katkılarının olduğunu belirtmişlerdir. İşletmelerinde kalite çemberlerinin uygulanmadığını belirten katılımcıların %16,66'ı departman stratejik planın oluşturulmasında diğer departmanların katkıları olduğunu, kalite çemberleri uygulandığını belirtenlerin % 34'ü diğer departmanların katkılarının olduğunu belirtmişlerdir. İşletmelerinde altı sigmanın uygulanmadığını belirten katılımcıların %18,05'i departman stratejik planın oluşturulmasında diğer departmanların katkıları olduğunu, altı sigma uygulandığını belirtenlerin % 34'ü diğer departmanların katkılarının olduğunu belirtmişlerdir. İşletmelerinde TVB'nin uygulanmadığını belirten katılımcıların %16,40'ı departman stratejik planın oluşturulmasında diğer departmanların katkıları olduğunu, TVB uygulandığını belirtenlerin %32,8'i diğer departmanların katkılarının olduğunu belirtmişlerdir. Diğer departmanların departman stratejik planın oluşturulmasına katkısı olduğunu belirten katılımcıların %33,3'ü işletmelerinde TVB uygulanmadığını ifade etmişlerdir.

Analiz bulguları göz önüne alındığında, KFG, kalite çemberleri, Altısigma ve TVB'nin stratejik planın oluşturulmasına katkıda bulunan bazı kişi/birimler ile bağımlılık ilişkisi ortaya çıktığından H1a hipotezi kısmen doğrulanmıştır.

Tablo 15

Departman düzeyinde stratejik planın oluşturulmasında kişi/birimlerin bulunması ve bulunmaması durumları arasında kalite yönetimi araçlarının yarar ve etkinlik değerlendirmesinde oluşan farklılık

	Üst düzey yöneticiler		İşletme sahipleri		Dışardan uzmanlar		Departman alt birimleri		Diğer departmanlar	
TZÜ	Ki-kare: 0,544	Sig: 0,461	Ki-kare: 0,433	Sig: 0,510	Ki-kare: 0,283	Sig: 0,595	Ki-kare: 0,011	Sig: 0,917	Ki-kare: 4,027	Sig: 0,045
	df: 1		df: 1		df: 1		df: 1		df: 1	Anlamlı
5S	Ki-kare: 0,078	Sig: 0,780	Ki-kare: 2,004	Sig: 0,157	Ki-kare: 1,131	Sig: 0,288	Ki-kare: 0,764	Sig: 0,382	Ki-kare: 0,916	Sig: 0,338
	df: 1		df: 1		df: 1		df: 1		df: 1	
KFG	Ki-kare: 0,004	Sig: 0,948	Ki-kare: 4,256	Sig: 0,039	Ki-kare: 0,090	Sig: 0,764	Ki-kare: 0,094	Sig: 0,760	Ki-kare: 5,871	Sig: 0,015
	df: 1		df: 1	Anlamlı	df: 1		df: 1		df: 1	Anlamlı
Kalite Çemberleri	Ki-kare: 1,452	Sig: 0,228	Ki-kare: 0,790	Sig: 0,374	Ki-kare: 0,047	Sig: 0,829	Ki-kare: 1,178	Sig: 0,278	Ki-kare: 1,604	Sig: 0,205
	df: 1		df: 1		df: 1		df: 1		df: 1	
Altı Sigma	Ki-kare: 0,238	Sig: 0,626	Ki-kare: 0,558	Sig: 0,455	Ki-kare: 6,000	Sig: 0,014	Ki-kare: 3,636	Sig: 0,049	Ki-kare: 0,025	Sig: 0,873
	df: 1		df: 1		df: 1	Anlamlı	df: 1	Anlamlı	df: 1	
TVB	Ki-kare: 4,595	Sig: 0,032	Ki-kare: 1,183	Sig: 0,277	Ki-kare: 0,054	Sig: 0,816	Ki-kare: 1,121	Sig: 0,290	Ki-kare: 0,213	Sig: 0,644
	df: 1	Anlamlı	df: 1		df: 1		df: 1		df: 1	
Bechmarking	Ki-kare: 0,078	Sig: 0,780	Ki-kare: 2,004	Sig: 0,157	Ki-kare: 1,131	Sig: 0,288	Ki-kare: 0,764	Sig: 0,382	Ki-kare: 0,916	Sig: 0,338
	df: 1		df: 1		df: 1		df: 1		df: 1	
Poke-Yoke	Ki-kare: 0,128	Sig: 0,721	Ki-kare: 0,018	Sig: 0,893	Ki-kare: 0,567	Sig: 0,451	Ki-kare: 0,283	Sig: 0,595	Ki-kare: 0,972	Sig: 0,324
	df: 1		df: 1		df: 1		df: 1		df: 1	

Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre, departman düzeyinde stratejik planın oluşturulmasına katkısı olması açısından diğer departmanların yer alması ve yer almaması durumları arasında TZÜ ve KFG uygulamasının yarar ve etkinlik değerlendirilmesinde bir fark oluşturmaktadır. Departman alt birimlerinin ve dışarıdan uzmanların yer alması ve yer almaması durumları arasında Altısigma uygulamasının yarar ve etkinlik değerlendirilmesi, işletme sahiplerinin yer alması ve yer almaması durumları arasında KFG'nin yarar ve etkinlik değerlendirilmesi, üst düzey yöneticilerin yer alması ve yer almaması durumları arasında ise TVB uygulamasının yarar ve etkinlik değerlendirmesinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark ortaya çıkmaktadır. Analiz bulguları göz önüne alındığında, TZÜ, KFG, Altı sigma ve TVB'nin yarar ve etkinliği; stratejik planın oluşturulmasında bazı kişi/birimlerin yer alması ve yer almaması durumları için anlamlı düzeyde farklı olduğundan H1b hipotezi kısmen doğrulanmaktadır.

Tablo 16

Kalite yönetim araçlarının uygulanması ve departmanın stratejik yönetim unsurları arasında bağımlılık ilişkisi

	Departmanda stratejik planların uygulanmasının nasıl gerçekleştiği		Departmanda stratejik kararlar için bir araya gelme sıklığı		Departman olarak mesainin ne kadarının stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcadığı		Değişim ile ilgili yargı	
TZÜ	Ki-kare: 1,015 df: 3	Sig: 0,791	Ki-kare: 5,124 df: 4	Sig: 0,275	Ki-kare: 2,441 df: 3	Sig: 0,486	Ki-kare: 4,110 df: 2	Sig: 0,159
5S	Ki-kare: 1,362 df: 3	Sig: 0,724	Ki-kare: 3,391 df: 4	Sig: 0,495	Ki-kare: 3 df: 3	Sig: 0,593	Ki-kare: 0,639 df: 2	Sig: 0,854
KFG	Ki-kare: 6,238 df: 3	Sig: 0,098	Ki-kare: 4,293 df: 4	Sig: 0,368	Ki-kare: 8,803 df: 3	Sig: 0,032 İlişkili	Ki-kare: 1,506 df: 2	Sig: 0,644
Kalite Çemberleri	Ki-kare: 7,457 df: 3	Sig: 0,048 İlişkili	Ki-kare: 1,158 df: 4	Sig: 0,885	Ki-kare: 4,211 df: 3	Sig: 0,240	Ki-kare: 2,663 df: 2	Sig: 0,341
AltıSigma	Ki-kare: 5,448 df: 3	Sig: 0,143	Ki-kare: 1,861 df: 4	Sig: 0,761	Ki-kare: 3,213 df: 3	Sig: 0,360	Ki-kare: 2,692 df: 2	Sig: 0,332
TVB	Ki-kare: 4,886 df: 3	Sig: 0,202	Ki-kare: 6,209 df: 4	Sig: 0,185	Ki-kare: 4,587 df: 3	Sig: 0,205	Ki-kare: 4,607 df: 2	Sig: 0,074
Bechmarking	Ki-kare: 10,793 df: 3	Sig: 0,011 İlişkili	Ki-kare: 3,286 df: 4	Sig: 0,511	Ki-kare: 2,781 df: 3	Sig: 0,427	Ki-kare: 0,344 df: 2	Sig: 0,857
Poke-Yoke	Ki-kare: 3,320 df: 3	Sig: 0,357	Ki-kare: 3,339 df: 4	Sig: 0,503	Ki-kare: 2,374 df: 3	Sig: 0,499	Ki-kare: 1,908 df: 2	Sig: 0,386

Ki-kare testi sonuçlarına göre, KFG'nin işletmelerde uygulanması, departman olarak mesainin ne kadarının stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcadığı süre (%5'den az, %5-9, %10-25, %25'den fazla) ile bağımlılık ilişkisine, kalite çemberleri ve benchmarking uygulanması ise departmanda stratejik planların uygulanmasının nasıl gerçekleştiği (faaliyet öncesinde tamamıyla gerçekleşmekte, faaliyet sürecinde oluşmakta, faaliyet sırasında revize edilmekte, uygulanmamakta) ile bağımlılık ilişkisine sahiptir. Çapraz tablolardan, bağımlılık ilişkisi ortaya çıkanlar yorumlanmıştır.

İşletmelerinde KFG'nin uygulanmadığını belirten katılımcıların % 26,5'i departman olarak mesainin %5'den azının, % 24'ü mesainin %5-10'unun, % 26,5'i mesainin %10-25'inin, % 23'ü mesainin %25'inden fazlasının stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcadığını ifade etmişlerdir. Tüm mesai yüzdeleri için oranlar birbirine oldukça yakındır. KFG'nin uygulandığını belirten katılımcıların %46,15'i mesainin %5-10'unun stratejik analiz ve karar alma için harcadığını ifade etmişlerdir. Mesailerinin %5'den azının stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcadığını ifade edenlerin % 88'i, mesainin %5-10'unun harcadığını ifade edenlerin % 52,63'ü, mesainin %10-25'inin harcadığını ifade edenlerin %68,75'i, mesainin %25 ve üzerinde harcadığını ifade edenlerin % 70,37'i işletmelerinde KFG uygulanmadığını belirtmişlerdir.

İşletmelerinde kalite çemberlerinin uygulanmadığını belirten katılımcıların %42,4'ü departmanda stratejik planların faaliyet sürecinde oluşturulduğunu, %25,7'i faaliyet sırasında revize edildiğini belirtmiştir. İşletmelerinde kalite çemberlerinin uygulandığını belirten katılımcıların, %51,78'i departmanda stratejik planın faaliyet sürecinde oluşturulduğunu ifade etmiştir, Stratejik planların faaliyet sürecinde oluşturulduğunu ifade edenlerin %50,87'i kalite çemberlerinin işletmelerinde uygulandığını ifade etmişlerdir. Stratejik planların faaliyet sırasında revize edildiğini ifade edenlerin %70,83'ü kalite çemberlerinin işletmelerinde uygulanmadığını, stratejik planların olmadığını belirtenlerin %85,7'i kalite çemberlerinin uygulanmadığını beyan etmişlerdir.

İşletmelerinde benchmarking uygulanmadığını belirten katılımcıların % 52,5’u departmanda stratejik planların faaliyet sürecinde oluşturulduğunu belirtmiştir. İşletmelerinde benchmarking uygulandığını belirten katılımcıların %43,9’u faaliyet sürecinde oluşturulduğunu belirtmiştir. Stratejik planların faaliyetten önce tamamen gerçekleştirildiğini ifade edenlerin %88,23’ü benchmarking yönteminin işletmelerinde uygulandığını ifade etmişlerdir. Stratejik planların faaliyet sürecinde oluşturulduğunu ifade edenlerin %63,15’ü benchmarking yönteminin uygulandığını belirtmiştir. Stratejik planların faaliyet sırasında revize edildiğini ifade edenlerin %50’i benchmarking yönteminin işletmelerinde uygulandığını ifade etmiştir.

Analiz bulguları göz önüne alındığında, kalite çemberleri ve benchmarking yönteminin uygulanması/uygulanmaması ile departmanda stratejik planların uygulanmasının nasıl gerçekleştiği arasında bağımlılık ilişkisi ortaya çıkmıştır. Buna göre, H1c hipotezi kısmen doğrulanmıştır. Hiçbir kalite yönetim uygulamasının işletmede bulunması/bulunmaması departmanda stratejik kararlar için bir araya gelme sıklığı ile bağımlılık ilişkisi ortaya çıkarmamıştır. Buna göre, H1e hipotezi doğrulanmamıştır. KFG’nin uygulanması/uygulanmaması departman olarak mesainin ne kadarının stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcandığı ile bağımlılık ilişkisine sahiptir. Bu nedenle, H1g hipotezi kısmen doğrulanmıştır. Hiçbir kalite yönetim uygulamasının işletmede bulunması/bulunmaması, departmanda değişim olgusuna proaktif bir bakış açısına bağlı olarak nasıl yaklaşıldığı ile anlamlı bir bağımlılık ilişkisi göstermemiştir. Buna göre, H1i hipotezi reddedilebilir.

Tablo 17

Departmanın stratejik yönetim unsurlarının kategorileri arasında kalite yönetimi araçlarının yarar ve etkinlik değerlendirmesinde oluşan farklılık

	Departmanda stratejik planların uygulanmasının nasıl gerçekleştiği		Departmanda stratejik kararlar için bir araya gelme sıklığı		Departman olarak mesainin ne kadarının stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcandığı		Değişim ile ilgili yargı	
TZÜ	Ki-kare: 1,447 df: 3	Sig: 0,695	Ki-kare: 2,592 df: 4	Sig: 0,626	Ki-kare: 3,308 df: 3	Sig: 0,346	Ki-kare: 1,572 df: 1	Sig: 0,210
5S	Ki-kare: 5,726 df: 3	Sig: 0,126	Ki-kare: 1,246 df: 4	Sig: 0,870	Ki-kare: 8,115 df: 3	Sig: 0,044 Anlamlı	Ki-kare: 3,325 df: 2	Sig: 0,190
KFG	Ki-kare: 2,066 df: 2	Sig: 0,356	Ki-kare: 7,083 df: 4	Sig: 0,132	Ki-kare: 1,076 df: 3	Sig: 0,783	Ki-kare: 2,235 df: 1	Sig: 0,135
Kalite Çemberleri	Ki-kare: 5,172 df: 3	Sig: 0,160	Ki-kare: 2,527 df: 4	Sig: 0,640	Ki-kare: 3,621 df: 3	Sig: 0,305	Ki-kare: 0,059 df: 1	Sig: 0,890
Altı Sigma	Ki-kare: 3,316 df: 3	Sig: 0,345	Ki-kare: 1,951 df: 4	Sig: 0,745	Ki-kare: 6,902 df: 3	Sig: 0,048 Anlamlı	Ki-kare: 0,011 df: 1	Sig: 0,918
TVB	Ki-kare: 4,983 df: 3	Sig: 0,173	Ki-kare: 0,566 df: 4	Sig: 0,967	Ki-kare: 0,796 df: 3	Sig: 0,851	Ki-kare: 0,275 df: 1	Sig: 0,600
Bechmarking	Ki-kare: 5,726 df: 3	Sig: 0,126	Ki-kare: 1,246 df: 4	Sig: 0,870	Ki-kare: 8,115 df: 3	Sig: 0,046 Anlamlı	Ki-kare: 3,325 df: 2	Sig: 0,190
Poke-Yoke	Ki-kare: 0,121 df: 3	Sig: 0,989	Ki-kare: 4,997 df: 4	Sig: 0,288	Ki-kare: 1,825 df: 3	Sig: 0,610	Ki-kare: 0,237 df: 2	Sig: 0,888

Kruskal Wallis testi sonuçlarına göre, “Departman olarak mesainin ne kadarının stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcanması ” kategorileri arasında 5S, Altı Sigma ve Benchmarking uygulamalarının yarar ve etkinlik değerlendirmesi farkı ortaya çıkmıştır. Buna göre, departman olarak mesainin %5’den az, %5-9, %10-25, %25’den fazlasını stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcıyor olmak söz konusu kalite uygulamalarının etkinlik ve yararlarının farklı değerlendirilmesini

sağlamıştır. Buna göre, H1h hipotezi kısmen doğrulanmıştır. Analiz bulguları göz önüne alındığında hiçbir kalite yönetim uygulanmasının yarar ve etkinlik değerlendirmesi; departmanda stratejik planların uygulanmasının nasıl gerçekleştiği, departmanda stratejik kararlar için bir araya gelme sıklığı ve departmanda değişim olgusuna proaktif bir bakış açısı ile nasıl yaklaşıldığına bağlı olarak değişmemektedir. Buna göre, H1d, H1f, H1j hipotezleri reddedilebilir.

Tablo 18

Kalite yönetim araçlarının uygulanması/uygulanmaması durumunda departman stratejik yönetim unsurlarının birbirleri ile bağımlılık ilişkileri

Departmanda stratejik planların uygulanmasının nasıl gerçekleştiği	Departmanda stratejik kararlar için bir araya gelme sıklığı	Departman olarak mesainin ne kadarının stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcadığı	Değişim ile ilgili yargı
Departmanda stratejik planların uygulanmasının nasıl gerçekleştiği	TZÜ Ki-kare: 64,6 df:12 p: -	TZÜ Ki-kare: 90,0 df:9 p: -*	TZÜ Ki-kare: 4,881 df:3 p: 0,163
	5S Ki-kare: 105,803 df:12 p: -*	5S Ki-kare: 123,48 df:9 p: 0,00	5S Ki-kare: 19,22 df:9 p: 0,008
	K.Çem Ki-kare: 79,62 df:12 p: -*	K.Çem Ki-kare: 53,57 df:9 p: 0,00	K.Çem Ki-kare: 10,824 df:3 p: 0,024
	KFG Ki-kare: 94,32 df:8 p: -*	KFG Ki-kare: 12,57 df:6 p: 0,046	KFG Ki-kare: 10,46 df:2 p: 0,0056
	Altısığ Ki-kare: 99,11 df:12 p: -*	Altısığ Ki-kare: 56,83 df:9 p: -*	Altısığ Ki-kare: 10,31 df:3 p: 0,025
	TVB Ki-kare: 74,83 df:12 p: -*	TVB Ki-kare: 71,97 df:9 p: -*	TVB Ki-kare: 1,92 df:3 p: 0,606
	Bench Ki-kare: 110,64 df:12 p: -*	Bench Ki-kare: 82,69 df:9 p: 0,00	Bench Ki-kare: 12,06 df:6 p: 0,069
Departmanda stratejik kararlar için bir araya gelme sıklığı	Poke Ki-kare: 83,82 df:12 p: -*	Poke Ki-kare: 77,34 df:9 p: -*	Poke Ki-kare: 12,25 df:6 p: 0,073
		TZÜ Ki-kare: 66,46 df:12 p: 0,00	TZÜ Ki-kare: 36,66 df:4 p: 0,00
		5S Ki-kare: 99,715 df:12 p: 0,00	5S Ki-kare: 39,48 df:8 p: 0,03
		K.Çem Ki-kare: 62,04 df:12 p: 0,00	K.Çem Ki-kare: 13,83 df:4 p: 0,009
		KFG Ki-kare: 27,90 df:12 p: -	KFG Ki-kare: 11,09 df:4 p: 0,025
		Altısığ Ki-kare: 68,52 df:12 p: -*	Altısığ Ki-kare: 37,02 df:4 p: 0,00
		TVB Ki-kare: 96,11 df:12 p: 0,00	TVB Ki-kare: 37,11 df:4 p: 0,00
Departman olarak mesainin ne kadarının stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcadığı		Bench Ki-kare: 81,17 df:12 p: 0,00	Bench Ki-kare: 30,50 df:8 p: 0,001
		Poke Ki-kare: 63,22 df:12 p: 0,00	Poke Ki-kare: 39,05 df:8 p: 0,00
			TZÜ Ki-kare: 16,76 df:3 p: 0,003
			5S Ki-kare: 11,70 df:6 p: 0,001
			K.Çem Ki-kare: 7,65 df:3 p: 0,047
			KFG Ki-kare: 20,89 df:3 p: 0,000
			Altısığ Ki-kare: 4,97 df:3 p: 0,170
		TVB Ki-kare: 8,67 df:3 p: 0,030	
		Bench Ki-kare: 11,28 df:6 p: 0,071	
		Poke Ki-kare: 28,09 df:6 p: 0,00	

*Değişkenlik düzeyine bağlı olarak hesaplanamamıştır.

Ki-kare testi sonuçlarına göre, departmanda stratejik planların uygulanmasının nasıl gerçekleştiği ve departman olarak mesainin ne kadarının stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcanması kategorileri arasında 5S, Kalite Çemberleri, KFG, Benchmarking kalite yönetim araçlarının uygulanması/uygulanmaması durumu için bağımlılık ilişkisi vardır. Departmanda stratejik planların uygulanmasının nasıl gerçekleştiği (kategorileri) ile değişim olgusuna proaktif bir bakış açısında nasıl yaklaşıldığı (kategorileri) arasında 5S, Kalite Çemberleri, KFG, Altı sigma araçlarının uygulanması/uygulanmaması durumu için bağımlılık ilişkisi ortaya çıkmıştır. Departmanda stratejik kararlar için bir araya gelme sıklığı ile departman olarak mesainin ne kadarının stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcanması kategorileri arasında TZÜ, 5S, Kalite çemberleri, TVB, Benchmarking, Poke-Yoke kalite yönetim araçlarının uygulanması/ uygulanmaması durumu için bağımlılık ilişkisi saptanmıştır. Departmanda stratejik kararlar için bir araya gelme sıklığı ile değişim olgusuna proaktif bir bakış açısında nasıl yaklaşıldığı (kategorileri) arasında tüm kalite yönetim araçlarının uygulanması/uygulanmaması durumu için bağımlılık ilişkisi ortaya çıkmıştır. Departman olarak mesainin ne kadarının stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcanması kategorileri ile değişim olgusuna proaktif bir bakış açısında nasıl yaklaşıldığı (kategorileri) arasında benchmarking ve altı sigma hariç tüm kalite yönetim araçlarının uygulanması/uygulanmaması durumu için bağımlılık ilişkisi söz konusudur. Bağımlılık ilişkisi anlamlı çıkan çapraz tablo sonuçları yorumlanmıştır.

TZÜ uygulanıp uygulanmama durumunda, departmanda stratejik kararlar için haftada bir kez bir araya gelenlerin %45,83'ü mesainin %10-25'inin stratejik analiz ve karar alma faaliyeti için harcadığını ifade etmiştir. Ayda bir kez bir araya gelindiğini belirtenlerin %32,5'u mesainin %5-10'unun stratejik analiz ve karar alma faaliyeti için harcadığını belirtmiştir. Her gün ve haftada bir kez bir araya gelindiğini belirtenlerin tamamı; mesainin %5'inden az, %5-10 ve %25 den fazla harcadığını belirtenlerin tamamı rakiplerden önce değişimin avantaj olduğu görüşündedir. 5S uygulanıp uygulanmama durumunda, departmanda stratejik planın faaliyetten önce tamamen gerçekleştiğini ifade eden katılımcılardan mesainin %5 -10'unun ve mesainin %25'inden fazlasının harcadığını belirtenler aynı orandadır (%37,1). Stratejik planın uygulanmadığını belirtenlerin tamamı mesainin %5'den azının stratejik analiz ve karar alma faaliyeti için harcadığını ifade etmiştir. Stratejik planın faaliyet sürecinde oluşturulduğunu ifade edenlerin %45,5'i rakiplerden önce değişimin avantaj olduğunu belirtmiştir. Ayda bir kez toplandığını belirtenlerin tamamı rakiplerden önce değişimin avantaj olduğu görüşüne sahiptir. KFG uygulanıp uygulanmama durumunda, mesainin %5-10'unun stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcadığını ifade edenlerin %53,42'i stratejik planın faaliyet sürecinde oluşturulduğunu belirtmiştir. Stratejik planın faaliyet sürecinde oluşturulduğunu belirtenlerin %52,8'i, bir araya gelme sıklığını her gün ve ayda bir kez olarak belirtenlerin tamamı rakiplerden önce değişimi avantaj olarak görmektedir. Kalite çemberlerinin uygulanıp uygulanmama durumunda, mesainin %5-10'unun harcadığını ifade edenlerin %62,2'si stratejik planın faaliyet sırasında oluşturulduğunu görüşündedir. Departmanda stratejik kararlar için bir araya gelme sıklığını haftada bir kez olarak belirtenlerin %50'si mesainin %5-10'unun stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcadığı görüşündedir. Ayda bir kez toplandığını ifade edenlerin tamamı, mesainin %25'den fazlasının harcadığını belirtenlerin tamamı rakiplerden önce değişimin avantajlı olduğu görüşündedir. Altı sigmanın uygulanıp uygulanmama durumunda, departman stratejik planının faaliyet öncesinde tamamen uygulandığını, faaliyet sırasında revize edildiğini ve tamamen uygulanmadığını ifade edenlerin tamamı rakiplerden önce değişimi avantajlı görmüştür. Her gün, ayda bir, üç ay ya da daha uzun sürede toplanma sıklıklarını ifade edenlerin tamamı; mesainin %5'den azının ve %25'den fazlasının stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcadığını ifade edenlerin tamamı rakiplerden önce değişimi avantajlı görmektedir. TVB uygulanıp uygulanmama durumunda, haftada bir, ayda bir, üç aydan daha fazla aralıklarla toplanma sıklığını ifade eden katılımcıların tamamı, mesainin %5'den azının, %5-10'unun harcadığını ifade edenlerin tamamı rakiplerden önce değişimin avantajlı olduğunu düşünmektedir. Benchmarking uygulanıp uygulanmama durumunda, stratejik planın faaliyet sürecinde oluşturulduğunu ifade edenlerin %51,61'i mesainin %5-10'unun stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcadığını düşünmektedir. Üç ayda bir ya da daha uzun aralıklarla toplanma sıklığını belirtenlerin %58,18'i mesainin %5'inden daha azının stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcadığını düşünmektedir. Poke-yoke uygulanıp uygulanmama durumunda, bir araya gelme sıklığını ayda bir kez olarak belirtenlerin %30,1'i mesainin %5-10'unun stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcadığını ifade etmişlerdir. Her gün ve ayda bir kez toplanma sıklığı ifade edenlerin tamamı,

mesainin %5-10'unun harcadığını ve %25 ve daha fazlasının harcadığını düşünenlerin tamamı rakiplerden önce değişmeyi avantajlı görmektedir.

Analiz bulguları göz önüne alındığında, kalite yönetim araçlarının uygulanıp uygulanmama durumlarında departman stratejik yönetim unsurlarının bazıları arasında bağımlılık ilişkisi ortaya çıkmıştır. Ancak kalite yönetimi uygulamalarının bulunması/bulunmaması durumunda, departman stratejik planlarının uygulanmasının nasıl gerçekleştiği ile departmanda stratejik kararlar için bir araya gelme sıklığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir bağımlılık ilişkisi elde edilmemiştir. Buna göre, H1k hipotezinin kısmen doğrulandığı ifade edilebilir.

Kalite yönetim araçlarını uygulanması/uygulanmaması durumunda, departmanda stratejik planın oluşturulmasına katkıda bulunan kişi/birimler arası bağımlılık ilişkileri Tablo 19'da görülmektedir. Ki-kare testi sonuçlarına göre departmanda stratejik planın oluşturulmasına katkıda bulunan kişi/birimler açısından; üst düzey yöneticiler ve dışarıdan uzmanlar bulunması arasında 5S uygulaması için bağımlılık ilişkisi; üst düzey yöneticiler ve departman alt birimlerinin bulunması arasında KFG ve Altısigma uygulamaları için bağımlılık ilişkisi; üst düzey yöneticiler ve diğer departmanların bulunması arasında TVB uygulaması için bağımlılık ilişki söz konusudur. Departmanda stratejik planın oluşturulmasına katkıda bulunan kişi/birimler açısından işletme sahipleri ve dışarıdan uzmanların bulunması arasında 5S, kalite çemberleri, KFG, TVB, Benchmarking ve Poke-Yoke uygulamaları için bağımlılık ilişkisi saptanmıştır. İşletme sahipleri ve departman alt birimlerinin bulunması arasında 5S, Kalite çemberleri, KFG, Altı sigma, TVB, Benchmarking, Poke-Yoke uygulamaları için bağımlılık ilişkisi söz konusudur. İşletme sahipleri ve diğer departmanların bulunması arasında 5S, Kalite çemberleri, KFG, Altı sigma, TVB, Benchmarking, Poke-Yoke uygulamaları için bağımlılık ilişkisi ortaya çıkmıştır. Departmanda stratejik planın oluşturulmasına katkıda bulunan kişi/birimler açısından dışarıdan uzmanlar ve departman alt birimlerinin bulunması arasında 5S ve Poke-Yoke için bağımlılık ilişkisi vardır. Dışarıdan uzmanlar ve diğer departmanların bulunması durumunda benchmarking için bağımlılık ilişkisi saptanmıştır. Departmanda stratejik planın oluşturulmasına katkıda bulunan kişi/birimler açısından departman alt birimleri ve diğer departmanların bulunması arasındaki bağımlılık ilişkisi tüm kalite yönetimi uygulamaları için ortaya çıkmıştır. Bağımlılık ilişkisi anlamlı çıkan çapraz tablo sonuçları yorumlanmıştır.

TZÜ uygulanıp uygulanmama durumunda, stratejik planının oluşturulmasında diğer departmanların katkısı bulunmadığını belirtenler içinde departman alt birimlerinin stratejik planın oluşturulmasına katkısı bulunmadığını ifade edenlerin oranı %79,61'dur. 5S uygulanıp uygulanmama durumunda, dışarıdan uzmanların departmanların stratejik planının oluşturulmasına katkısı bulunmayanlardan üst düzey yönetimin katkı sağladıklarını düşünenlerin oranı %92,78'dir. Dışarıdan uzmanların katkı sağladıklarını düşünenlerin hiçbiri departman stratejik planın oluşturulmasında üst yönetimin katkısı olduğunu düşünmemektedir. Departman alt birimlerinin stratejik planın oluşturulmasına katkı sağlamadıklarını düşünenlerden %70,79'u işletme sahiplerinin de katkısı olmadığını düşünmektedir. Diğer departmanların katkı sağlamadığını düşünenlerin %66,53'ü işletme sahiplerinin de katkı sağlamadığı görüşündedir. Diğer departmanların katkı sağlamadıklarını düşünenlerin %76,26'sı departman alt birimlerinin de katkı sağlamadığını belirtmiştir. KFG uygulanıp uygulanmama durumunda, stratejik planının oluşturulmasına departman alt birimlerinin katkısı bulunmadığını düşünenlerin %91,3'ü üst düzey yöneticilerin katkısı olduğu görüşündedir. Departman alt birimlerinin katkısı olmadığını düşünenlerin %73'ü işletme sahiplerinin de katkıları olmadığı inancındadır. Kalite çemberlerinin uygulanıp uygulanmama durumunda, işletme sahiplerinin katkısı olmadığını düşünenlerin %60,4'ü departman alt birimlerinin de katkısı olmadığına inanmaktadır. Diğer departmanların katkısı olmadığını düşünenlerin %83'ü departman alt birimlerinin de katkısı olmadığı görüşündedir. Altı sigma uygulanıp uygulanmama durumunda, departman alt birimlerinin katkısı olmadığını düşünenlerin %68,8'si işletme sahiplerinin de katkısı olmadığına inanmaktadır. Departman alt birimlerinin katkısı olmadığını düşünenlerin %68,9'u üst yöneticilerin de katkısı olmadığı görüşündedir. Stratejik plan oluşturma sürecine diğer departmanların katkısı olmadığını düşünenlerin %72,5'u departman alt birimlerinin de katkıları olmadığı inancına sahiptir. TVB uygulanıp uygulanmama durumunda, diğer departmanların katkısı olmadığını düşünenler içinde üst yönetimin katkısı olduğunu düşünenlerin oranı %97,8'dir. Alt birimlerin stratejik planlama sürecine katkısı olmadığını düşünenlerin %70'i işletme sahiplerinin de katkısı olmadığı görüşündedir. Diğer

departmanların katkısı olmadığını düşünenlerin %74,73'ü departman alt birimlerinin katkısı olmadığını ifade etmiştir. Benchmarking uygulanıp uygulanmama durumunda, departman stratejik planın oluşturulmasına dışarıdan uzmanların katkı sağladığını belirtenlerin %72,13'i işletme sahiplerinin de bu süreçte katkısı olduğu görüşündedir. Diğer departmanların katkısı olmadığını düşünenlerin %65,98'i işletme sahiplerinin de katkısı olmadığını belirtmiştir. Poke-yoke uygulanıp uygulanmama durumunda, dışarıdan uzmanların katkı sağlamadığının düşünenlerin %62,44'ü işletme sahiplerinin katkılarının olmadığını görüşündedir. Alt birimlerin katkısının çoğunlukla olmadığını düşünülmektedir (%76).

Analiz bulguları göz önüne alındığında, kalite yönetim araçlarının uygulanma/uygulanmama durumu departmanda stratejik planın oluşturulmasına katkıda bulunan işletme sahipleri ve üst düzey yöneticiler arasında bir bağımlılık ilişkisi ortaya çıkarmamıştır. Departman stratejilerinin oluşturulmasına katkıda bulunan diğer kişi/birimler arasında bağımlılık ilişkisinin ortaya çıkmasında bir etkisi olmayan kalite yönetimi uygulamaları da söz konusu olduğundan H11 hipotezi kısmen doğrulanmıştır. Tüm araştırma bulguları göz önüne alındığında, hipotezlerin doğrulanma durumu Tablo 20' de görülmektedir.

Tablo 20

Hipotez doğrulama tablosu

H1	H1a	Kısmen	H1e	Doğrulanmadı	H1i	Doğrulanmadı
	H1b	Kısmen	H1f	Doğrulanmadı	H1j	Doğrulanmadı
	H1c	Kısmen	H1g	Kısmen	H1k	Kısmen
	H1d	Doğrulanmadı	H1h	Kısmen	H1l	Kısmen

5. Sonuç-tartışma

Araştırma bulgularına göre, önerilen hipotezlerin çoğunluğu kısmen desteklenmiştir. Tüm analiz sonuçları bir arada değerlendirildiğinde, departmanın stratejik yönetim eğiliminin ortaya çıkmasında etkili kalite yönetimi uygulamasının benchmarking (kıyaslama) olduğu görülmüştür. Departmanın stratejik yönetimi üzerinde en az etkili olan uygulama ise Poke-yoke'dir. Korelasyon analizi sonucu da bunu doğrulamaktadır.

Örnekleme alınan işletmelerde en çok uygulanan kalite yönetimi uygulaması 5S (%70,5) ve Benchmarking (%64) olmakla birlikte en az tercih edilen uygulama KFG olmuştur. 5S uygulayan işletmelerde %73,33 oranında benchmarking de uygulanmaktadır. Benchmarking departmanların stratejik yönelimi üzerinde etkili kalite yönetimi uygulaması olmasında sektörde en çok tercih edilen iki kalite yönetim aracından biri olması etkilidir. En yararlı görülen kalite yönetim uygulaması katılımcılar tarafından TVB (toplam verimli bakım) olarak değerlendirilmiştir. Departman stratejik yönetimi üzerinde en çok farklılık oluşturacak kalite yönetim aracı olmasa da stratejik yönetim ile görece en yüksek düzeyde korelasyon değerine sahip olmasının bir nedeni, diğer kalite yönetim araçlarına göre daha yararlı algılanması olarak görülebilir. Örneklemin %68'lik kısmını üretim sektöründe yer alan otomotiv, elektrik-elektronik, gıda ve ilaç/biyoteknoloji endüstrilerinde çalışmakta olan katılımcılar oluşturmaktadır. Örneklemin alındığı sektörlerde makine ve teçhizat bileşenleri üretim süreçlerinde önemli bir ağırlığa sahiptir. Yalın üretim anlayışının yaygınlaşması ve faydalarının sektörler açısından farkındalığı; sıfır hata, sıfır duruş, en az donanım çevrim maliyeti, enerji israfını önlemek, kayıpların saptanması ve önlenmesi, gelişen teknolojik çevrede üretim ve bakım ekiplerinin beraberliği, boşa kalma zamanını azaltma çabası, iş sağlığı ve güvenliğinin artan önemi, yeni teknoloji, üretkenlik ölçümlerinin ve müşteri şikayetlerinin artan önemi TVB'ın yararlı bir kalite yönetim aracı göz önüne alınmasına yol açmıştır (Alparslan, 2005; Akcan ve Demirbak, 2009).

En az tercih edilen kalite yönetim aracı olan KFG'nin işletmelerinde uygulandığını belirten yöneticilerin %87,5'i 5S uygulandığını ifade etmişlerdir. KFG'nin tercih edilmesindeki en önemli engel, içerdiği teknik bilginin öğrenilme ve işletmeler tarafından uygulama zorluğu olarak görülebilir. Uygulama zorluğu nedeniyle tam olarak yerine getirilemeyen süreç adımları, bu kalite yönetim uygulamasının en düşük yarar sağladığı değerlendirilmesine yol açabilecektir. KFG ile görece düşük ancak anlamlı bir ilişkinin korelasyonda ortaya çıkmasının nedeni TVB uygulayanların %50 sinin KFG uyguluyor olmalarıdır. Uygulama aşamalarının sayıca fazlalığı ve teorik alt yapısı örnekleme alınan sektörler bazında işletmelerin bu teknikten yararlanmasında engelleyici bir neden olabilecektir.

Tablo 19

Kalite yönetim araçlarını uygulanması/uygulanmaması durumunda, departman stratejik planın oluşturulmasına katkısı olan kişi/birimler arası bağımlılık ilişkiler

Üst düzey	İşletme sahipleri	Dışarıdan uzmanlar	Departman alt birimleri	Diğer departmanlar
	TZÜ Ki-kare*: - df:- p: 0,730	TZÜ Ki-kare*: - df:- p: 0,362	TZÜ Ki-kare*: - df:- p: 0,108	TZÜ Ki-kare*: - df:- p: 0,083
	SS Ki-kare: 0,00 df:1 p: 1,00	SS Ki-kare*: - df:- p: 0,011	SS Ki-kare: 0,00 df:1 p: 1,00	SS Ki-kare: 1,125 df:1 p: 0,28
Üst düzey yöneticiler	K,Çem Ki-kare:0,0 df:1 p: 1,00	K,Çem Ki-kare*: - df:- p: 0,138	K,Çem Ki-kare:0,73 df:1 p:0,39	K,Çem Ki-kare:1,48 df:1 p:0,223
	KFG Ki-kare*: df:- p: 0,457	KFG Ki-kare*: - df:- p: 0,597	KFG Ki-kare*: - df:- p: 0,022	KFG Ki-kare*: df:- p: 0,215
	Altısig Ki-kare*: df:- p: 0,734	Altısig Ki-kare*: df:- p: 0,362	Altısig Ki-kare*: df:- p: 0,011	Altısig Ki-kare*: df:- p: 0,492
	TVB Ki-kare*: - df:- p: 0,771	TVB Ki-kare*: - df:- p: 0,225	TVB Ki-kare*: - df:- p: 1,00	TVB Ki-kare*: - df:- p: 0,023
	Bench Ki-kare*: - df:- p: 1,00	Bench Ki-kare*: - df:- p: 0,359	Bench Ki-kare*: - df:- p: 0,287	Bench Ki-kare*: - df:- p: 0,112
	Poke Ki-kare: 0,370 df:1 p: 0,543	Poke Ki-kare*: - df:- p: 0,225	Poke Ki-kare: 0,00 df: 1 p: 1,000	Poke Ki-kare*: - df:- p: 1,00
	TZÜ Ki-kare:3,49 df:1 p: 0,062	TZÜ Ki-kare:1,86 df:1 p: 0,172	TZÜ Ki-kare:0,49 df:1 p: 0,48	TZÜ Ki-kare:0,49 df:1 p: 0,48
	SS Ki-kare: 16,38 df:1 p: 0,00	SS Ki-kare: 26,19 df:1 p: 0,00	SS Ki-kare: 13,73 df:1 p: 0,00	SS Ki-kare: 13,73 df:1 p: 0,00
	K,Çem Ki-kare:8,95 df:1 p: 0,003	K,Çem Ki-kare:22,04 df:1 p: 0,00	K,Çem Ki-kare:9,28 df:1 p: 0,002	K,Çem Ki-kare:9,28 df:1 p: 0,002
İşletme sahipleri	KFG Ki-kare: 3,608 df:1 p: 0,049	KFG Ki-kare: 20,185 df:1 p: 0,00	KFG Ki-kare:15,70 df:1 p: 0,000	KFG Ki-kare:15,70 df:1 p: 0,000
	Altısig Ki-kare: 0,319 df:1 p: 0,572	Altısig Ki-kare: 23,024 df:1 p: 0,00	Altısig Ki-kare: 10,25 df:1 p: 0,001	Altısig Ki-kare: 10,25 df:1 p: 0,001
	TVB Ki-kare:9,88 df:1 p: 0,003	TVB Ki-kare:15,26 df:1 p: 0,000	TVB Ki-kare:16,277 df:1 p: 0,000	TVB Ki-kare:16,277 df:1 p: 0,000
	Bench Ki-kare: 25,17 df:1 p: 0,00	Bench Ki-kare: 20,98 df:1 p: 0,00	Bench Ki-kare: 31,19 df:1 p: 0,00	Bench Ki-kare: 31,19 df:1 p: 0,00
	Poke Ki-kare: 17,74 df:1 p: 0,00	Poke Ki-kare: 30,17 df:1 p: 0,00	Poke Ki-kare: 18,37 df:1 p: 0,00	Poke Ki-kare: 18,37 df:1 p: 0,00
	TZÜ Ki-kare:1,97 df:1 p: 0,160	TZÜ Ki-kare:1,658 df:1 p: 0,198	TZÜ Ki-kare:1,658 df:1 p: 0,198	TZÜ Ki-kare:1,658 df:1 p: 0,198
	SS Ki-kare: 3,68 df:1 p: 0,050	SS Ki-kare: 0,83 df:1 p: 0,36	SS Ki-kare: 0,83 df:1 p: 0,36	SS Ki-kare: 0,83 df:1 p: 0,36
Dışarıdan uzmanlar	K,Çem Ki-kare:1,63 df:1 p:0,202	K,Çem Ki-kare:0,011 df:1 p:0,918	K,Çem Ki-kare:0,011 df:1 p:0,918	K,Çem Ki-kare:0,011 df:1 p:0,918
	KFG Ki-kare: 2,029 df:-1 p: 0,154	KFG Ki-kare: 0,526 df:-1 p: 0,468	KFG Ki-kare: 0,526 df:-1 p: 0,468	KFG Ki-kare: 0,526 df:-1 p: 0,468
	Altısig Ki-kare: 0,017 df:1 p: 0,00	Altısig Ki-kare: 1,137 df:1 p: 0,286	Altısig Ki-kare: 1,137 df:1 p: 0,286	Altısig Ki-kare: 1,137 df:1 p: 0,286
	TVB Ki-kare:0,384 df:1 p: 0,535	TVB Ki-kare:1,47 df:1 p: 0,225	TVB Ki-kare:1,47 df:1 p: 0,225	TVB Ki-kare:1,47 df:1 p: 0,225
	Bench Ki-kare: 1,46 df:1 p: 0,227	Bench Ki-kare: 5,804 df:1 p: 0,016	Bench Ki-kare: 5,804 df:1 p: 0,016	Bench Ki-kare: 5,804 df:1 p: 0,016
	Poke Ki-kare: 9,06 df:1 p: 0,003	Poke Ki-kare: 0,883 df:1 p: 0,347	Poke Ki-kare: 0,883 df:1 p: 0,347	Poke Ki-kare: 0,883 df:1 p: 0,347
	TZÜ Ki-kare:22,40 df:1 p: 0,00	TZÜ Ki-kare:22,40 df:1 p: 0,00	TZÜ Ki-kare:22,40 df:1 p: 0,00	TZÜ Ki-kare:22,40 df:1 p: 0,00
	SS Ki-kare: 79,3 df:1 p: 0,00	SS Ki-kare: 79,3 df:1 p: 0,00	SS Ki-kare: 79,3 df:1 p: 0,00	SS Ki-kare: 79,3 df:1 p: 0,00
	K,Çem Ki-kare:80,32 df:1 p: 0,00	K,Çem Ki-kare:80,32 df:1 p: 0,00	K,Çem Ki-kare:80,32 df:1 p: 0,00	K,Çem Ki-kare:80,32 df:1 p: 0,00
Departman alt birimleri	KFG Ki-kare: 57,712 df:1 p: 0,00	KFG Ki-kare: 57,712 df:1 p: 0,00	KFG Ki-kare: 57,712 df:1 p: 0,00	KFG Ki-kare: 57,712 df:1 p: 0,00
	Altısig Ki-kare: 40,127 df:1 p: 0,00	Altısig Ki-kare: 40,127 df:1 p: 0,00	Altısig Ki-kare: 40,127 df:1 p: 0,00	Altısig Ki-kare: 40,127 df:1 p: 0,00
	TVB Ki-kare:58,737 df:1 p: 0,00	TVB Ki-kare:58,737 df:1 p: 0,00	TVB Ki-kare:58,737 df:1 p: 0,00	TVB Ki-kare:58,737 df:1 p: 0,00
	Bench Ki-kare: 87,98 df:1 p: 0,000	Bench Ki-kare: 87,98 df:1 p: 0,000	Bench Ki-kare: 87,98 df:1 p: 0,000	Bench Ki-kare: 87,98 df:1 p: 0,000
	Poke Ki-kare: 56,763 df:1 p: 0,00	Poke Ki-kare: 56,763 df:1 p: 0,00	Poke Ki-kare: 56,763 df:1 p: 0,00	Poke Ki-kare: 56,763 df:1 p: 0,00

* Fisher excat testine göre hesaplanmamaktadır.

Departmanın stratejik yönetimi üzerinde en az etkili olan kalite uygulamasının Poke-yoke olmasının bir nedeni Poke-Yoke'nin üretim süresince yarı veya tam otomasyonla çalışan cihazlarla hata tespiti ve önleme yoluyla müşteri memnuniyeti arttırmaya (Zerenler ve Karaboğa, 2014) yönelik bir teknik olması ve stratejik kararlardan daha çok proses kalitesi ile ilişkili olmasıdır.

Araştırmanın örneklemini oluşturan yöneticilerin %75'inin örgütsel kıdemi 1 yıl ve üzeridir. Buldukları kurumlarda geçirdikleri süreler departman stratejilerinin oluşturulma ve uygulanma sürecine farkındalıklarının olması için yeterli bir süre olarak değerlendirilebilir. Örnekleme alınan departmanlarda stratejik kararlara katkı sağlayan kişi/birim olarak en yüksek oran üst yönetim (%87,3) olup en az katkının dışardan uzmanlardan geldiği ifade edilmiştir. İşletme sahiplerinin departman stratejilerine katkı sağlama düzeyi görece düşük (%39) olup örnekleme alınan büyük ölçekli işletmelerde kurumsallaşma düzeyine bağlı olarak işletme sahiplerinin her konuda görüş belirtme ve uygulama çabalarının olmadığı, en az bir yıllık örgütsel kıdeme sahip yöneticiler olması nedeniyle departman yöneticilerine bu konuda yetki devretme ile ilgili bir tutum geliştirme eğiliminde oldukları ifade edilebilecektir.

Departman düzeyinde stratejik planın oluşturulması sürecinde ise en çok diğer departmanlar ve işletme sahiplerinin katkılarının olması kalite yönetim uygulamaları ile anlamlı ilişki ortaya çıkarmıştır. TKY anlayışında kalite ile ilgili sorunların çözümünde tüm paydaşların katkı sağlaması, departman stratejilerine katkı sağlayan bir unsur olarak diğer departmanların önemini ortaya koymaktadır. KFG, Altı sigma ve TVB araçlarının hem uygulanma/uygulanmama durumu hem de yarar ve etkinlik değerlendirmelerine bağlı durum farklılıkları, departmanda stratejik planın oluşmasına katkıda bulunan kişiler ile ilişkili olarak saptanmıştır. Kalite çemberleri ve Benchmarking araçlarının işletme tarafından uygulanıyor olması, etkinlik değerlendirmelerinden bağımsız olarak sırasıyla işletme sahipleri + diğer departmanlar ve üst yönetim ile ilişkili görülmüştür. İşletme sahipleri KFG ve kalite çemberleri araçlarının, diğer departmanlar ise kalite çemberleri, altı sigma, TVB, TZÜ araçlarının hem uygulanıp uygulanmama hem de yarar ve etkinliği açısından farklılığın ortaya çıkmasında ilişkili görülmektedir. Kalite çemberlerinin organizasyonu ve işleyişlerinin düzenlenmesi ve değerlendirilmesi ayrı bir bütçe gerektirdiğinden işletme sahiplerinin onayı ile yakından ilişkili olacaktır. Benchmarking için kullanılan teknikler, en başarılı uygulamaları model alma ve uyarlama yoluyla işletmenin mevcut faaliyetlerini, iş yapma tekniklerini daha iyi noktaya getirmeyi amaçladığı için üst yönetimin doğrudan strateji geliştirmeye katkısı bu süreci etkileyecektir. Araştırma bulgularına göre, üst yönetimin doğrudan strateji geliştirmeye katkısı benchmarking ve TVB ile ilişkili olarak saptanmıştır. Departman altındaki fonksiyonel alt birimlerin ve dışarıdan uzmanların stratejik karar sürecinde etkili olmaları yalnızca altı sigma ile anlamlı ilişki göstermiştir.

Stratejik planın uygulamasının nasıl gerçekleştiği ile ilgili yanıtlar değerlendirildiğinde başlangıçta var olan stratejik planın tamamen uygulandığı (%25) ve en çok faaliyet sırasında revize edildiği (%48,7) görülmüştür. Toplamda %73,7 oran, departman düzeyinde bir stratejik bilincin olduğu ve uygulamada stratejik eğilime bağlı faaliyetlerin bulunduğu ile ilgili bir yorum ortaya koymaya neden olur. Bir seçenek olarak belirtilen stratejik planın baştan yapılmayıp faaliyet süresince oluşması (%21,3) görece düşük bir düzey olarak ortaya çıkmış, departmanların vizyon, misyon, strateji, amaç, hedef gibi unsurları önceden göz önüne aldıkları ve stratejik yönetim çerçevesinde eylem planlarını oluşturdukları ve uygulamaya geçirdikleri ifade edilebilir.

Kalite çemberleri ve benchmarking araçlarının uygulanma/uygulanmama durumu stratejik planların uygulamasının nasıl gerçekleştiği ile ilişkili bulunmasına rağmen, departmanda stratejik planın uygulamasının nasıl gerçekleştiğine (tamamıyla faaliyet öncesinde gerçekleşmekte, faaliyet sırasında oluşturulmakta, faaliyet sırasında revize edilmekte, uygulanmamakta) göre kalite yönetim araçlarının yarar ve etkinliği değerlendirmesi farklılaşmamaktadır. Yöneticiler söz konusu kalite yönetim araçlarının uygulanması ile sağlanacak kurumsal ve departman düzeyinde fayda ve yararlar ile ilgili farkındalıkları olmakla birlikte, bu kalite yönetim araçlarının faydalarının birbirlerinden farklı ölçümleme kriterleri ile nasıl değerlendirileceğine yönelik teorik bilgi eksiklikleri bulunmaktadır.

Kalite yönetim araçlarının uygulanması/uygulanmaması ve araçların yarar ve etkinlik değerlendirmelerine bağlı farklılıklar, departmanda stratejik kararlar almak için bir araya gelme sıklığı ile ilişkili bulunmamıştır. Araştırma bulgularına göre, departmanda stratejik kararlar almak için bir araya

gelme sıklığı haftada bir kez %28,7 olup, ayda bir % 27,3 ve üç ayda bir % 25,3 olarak belirlenmiştir. Stratejik karar almak için iki haftada bir ve daha uzun süreli toplanma sıklığı %61,9'dur. Rekabet düzeyinin arttığı iş çevresinde periyodik olarak gerçekleştirilecek toplantıları bir zaman kaybı olarak görmek, departmanda stratejik karar almak için bir araya gelme sıklığını da azaltabilecektir. Periyodik olmasından daha çok gerekliliklere bağlı olarak sık gerçekleştirilmeyen bu toplantılar gerekli eylem planlarını oluşturmak ve uygulamak için yeterli görülürken, toplantı sayısından daha çok niteliğine dikkatleri daha çok çekmektedir.

Departman olarak mesainin ne kadarının stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcadığı kalite yönetim uygulamalarına bağlı olarak farklılaşmaktadır. KFG'nin işletmede bulunup bulunmaması mesainin ne kadarının stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcadığı ile ilişkili bulunmuştur. 5S, Altı sigma ve Benchmarking araçlarının yarar ve etkinliği ise mesainin ne kadarının stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcadığına bağlı olarak farklılaşmaktadır. Örnekleme alınan işletme departmanlarında, stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için mesainin %5'inden azı için süre harcayanların örneklemedeki oranı % 21,3, %10'dan azı için süre harcayanların örneklemedeki oranı %52,6 olarak belirlenmiştir. %15 üzeri süreyi harcayan departmanların örneklemedeki oranı ise 22,7'dir. Katılımcıların stratejik karar almak için iki haftada bir ve daha uzun aralıklarla toplanma sıklığının % 61,9 olduğu göz önünde bulundurulduğunda stratejik analiz ve karar alma faaliyetlerine mesainin %10'undan daha az vakit ayırma oranının görece fazla olması beklenen bir sonuçtur. KFG aşamaları görece daha çok olan ve teorik bilgi ve uygulama deneyimi gerektirmesi nedeniyle çalışmanın başarı ile sonuçlanması için planlama da dahil süre ile en ilişkili olması beklenen kalite yönetimi uygulamasıdır. KFG'nin işletmelerinde uygulandığını belirten yöneticilerin %87,5'i işletmelerinde 5S uygulamasının bulunduğunu da ifade etmişlerdir. Bu nedenle 5S için de mesainin ne kadarının stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcadığına bağlı olarak farklılaşması beklenir. Bunu doğrulayacak bir sonuç olarak da KFG ve Altı sigmanın hem uygulanma/uygulanmama durumu hem de etkinlik değerlendirmelerine bağlı farklılığın departmanda stratejik planın oluşmasına katkıda bulunan kişiler ile ilişkili olmasıdır. Benchmarkingın departmanların stratejik yönelimi üzerinde en etkili kalite yönetimi uygulaması olması ve sektörde en çok tercih edilen iki kalite yönetim aracından biri olması, mesainin ne kadarının stratejik analiz ve karar alma faaliyetleri için harcanması üzerinden bir farklılaştırıcı etki ortaya çıkarmıştır.

Departmanların değişim olgusuna proaktif bir bakış açısı ile yaklaşp yaklaşmadıkları incelediğinde örnekleme alınan departmanların %90'ı rakiplerden önce değişimin avantajlı olduğunu belirtmelerdir. Ancak, kalite yönetim araçlarının uygulanması/uygulanmaması ve araçların yarar ve etkinlik değerlendirmelerine bağlı farklılıklar, değişim olgusuna nasıl yaklaşıldığı üzerinde ilişkili bulunmamıştır. En çok kullanılan kalite yönetim aracından birinin benchmarking olduğu göz önüne alındığında, kalite yönetim araçlarının değerlendirmesini yapan işletme yöneticilerinin örnek başarılı uygulamaların işletmelere uyarlanması ile ilgili çabaları, değişim ile ilgili proaktif tutumun yanısıra reaktif (izlenen örnek alınana karşı tepkisel) bir tutumu da beraberinde getirmiştir. Bu nedenle değişime karşı tek başına proaktif tutumun kalite yönetim uyumun anlamlı bir ilişkisi ortaya çıkmamıştır.

5S ve poke-yoke araçlarının uygulanma/uygulanmama durumu ve etkinlik değerlendirmelerine bağlı farklılıklar departman stratejilerine katkı sağlayan hiçbir kişi/birim ile ilişkili saptanmamıştır. Poke-yokenin departmanların stratejik yönelimi üzerinde en az etkili kalite yönetimi uygulaması olması bu sonucu doğrulamaktadır. Bu kalite yönetim uygulamalarının departman stratejilerinin oluşturulmasında katkı sağlayan kişi veya birimlerle ilişkili olmaması, bu uygulamaların fonksiyonel birimlerce yürütülmekte olan faaliyetlerdeki hataları önlemeye yönelik birim içi uygulamalar niteliğinde olması ile açıklanabilecektir. Araştırmada 5S'in en çok uygulanan kalite yönetim uygulaması olduğu görülmüştür. İşletmelerinde 5S uygulamasının olduğunu belirten yöneticilerin % 73'ü benchmarking uyguladıklarını belirtmiştir. Örnek uygulamaların rol model alınması anlayışı 5S'i de sektördeki çoğu işletme gibi söz konusu işletmenin uygulama isteği, strateji oluşturmaya katkı sağlayacak kişiler/birimlerin yetkilerinden bağımsız işletme için genel bir karar niteliğinde olacaktır.

Departman stratejik eğilimini belirleyen unsurların kendi içindeki bağımlılık ilişkileri test edildiğinde, hiçbir kalite yönetimi uygulaması için departmanda stratejik planların uygulamasının nasıl gerçekleştiği ve stratejik kararlar için bir araya gelme sıklığı arasında anlamlı bir ilişki saptanmamıştır. Departmanda stratejik kararlar için bir araya gelme sıklığı hiçbir kalite yönetim aracının uygulanıp

uygulanma durumu ve yarar/etkinlik farklılığı üzerinde anlamlı bir etki sağlamadığından departman stratejik yönetiminin ortaya çıkmasında etkili bir stratejik eğilim kriteri olarak yorumlanmamaktadır. Departmanda stratejik planların uygulanmasının nasıl gerçekleştiği yalnızca iki kalite yönetimi aracının (Kalite çemberleri ve benchmarking) uygulanıp uygulanmama durumuna olarak farklılaşmaktadır. Kalite yönetim uygulamaları üzerinde birinin etkisi hiç yokken diğerinin sadece iki kalite yönetimi aracı ile ilişki göstermesi, söz konusu departman stratejik yönelim kriterleri arasında anlamlı bir ilişkinin ortaya çıkmamasına da neden olmuştur. Benzer şekilde, departmanda stratejik planların uygulanmasının nasıl gerçekleştiği ve mesainin ne kadarının stratejik kararlar almak için harcanması arasında TZÜ, altı sigma, TVB, poke-yoke araçları için anlamlı bir ilişki saptanmamıştır. Departmanda stratejik planların uygulanmasının nasıl gerçekleştiği benchmarking ve kalite çemberlerinin uygulanması ile ilişkili bulunmuş, mesainin ne kadarının stratejik kararlar için harcandığı ise KFG'nin uygulanması ile ilişkili olarak saptanmıştır. Söz konusu bu kalite yönetimi uygulamaları dışındakiler için departman stratejik yönetim unsurları arasında anlamlı ilişki ortaya çıkmaması beklenen bir sonuç olacaktır. Stratejik planların uygulanmasının nasıl gerçekleştiği ve mesainin ne kadarının stratejik kararlar için harcandığı 5S'in uygulanma durumu ile doğrudan ilişkili saptanmasa da, söz konusu iki stratejik eğilim kriteri ilişkisini anlamlı kılmaktadır. Daha önce belirtildiği üzere, 5S'in uygulanması strateji oluşturmaya katkı sağlayacak kişiler/birimlerin yetkilerinden bağımsız işletme için genel bir karar niteliğinde ortaya konmuştur. Bunu doğrulayacak diğer bir bulgu, uygulanma durumunun anlamlı ilişkisi saptanmasa da yarar ve etkinlik değerlendirmesini mesainin ne kadarının stratejik kararlar için harcandığı için anlamlı bir farklılık ortaya çıkarmasıdır. Departman yöneticilerinin bir üst yönetim kararı olarak uyguladıkları 5S, uygulanıp uygulanmama durumu için bir değerlendirmeye ihtiyaç duyulmamakta, ancak departman yöneticileri tarafından etkinlik ve yararı sorgulanmaktadır.

Departmanda stratejik planların uygulanmasının nasıl gerçekleştiği ve değişim olgusuna proaktif bir bakış açısına bağlı olarak nasıl yaklaşıldığı arasındaki ilişki TZÜ, TVB, benchmarking, poke-yoke araçlarının uygulanması durumu için anlamlı bulunmamıştır. Değişim olgusuna proaktif bir bakış açısına bağlı olarak nasıl yaklaşıldığı, hiçbir kalite yönetim aracının uygulanması durumu ya da etkinlik değerlendirmesine bağlı olarak farklılaşmamaktadır. Bu nedenle söz konusu kalite yönetim uygulamaları açısından iki departman stratejik yönetim kriteri arasında bağımlılık ilişkisi çıkmaması beklenen bir sonuçtur. Ancak, 5S, kalite çemberleri, altı sigma ve KFG için söz konusu iki departman stratejik yönelim kriteri arasında ilişki anlamlıdır. 5S'in en çok uygulanan kalite yönetim aracı olması, altı sigmanın etkinlik ve yararı en çok algılanan kalite yönetim araçlarından biri olması, KFG'nin işletmelerinde uygulandığını belirten yöneticilerin %87,5'unun 5S'in uygulandığını belirtmeleri, kalite çemberlerinin uygulanma durumunun departmanda stratejik planların uygulanmasının gerçekleşme durumlarının farklılaştırıcı etkisinin belirtilen iki stratejik yönetim unsuru arasındaki ilişkinin anlamlı hale gelmesine neden olabilecektir.

Stratejik kararlar için bir araya gelme sıklığı ile mesainin ne kadarının stratejik kararlar almak için harcandığı arasında KFG ve altı sigma uygulamalarının bulunması/bulunmaması açısından anlamlı bir ilişki ortaya çıkmamıştır. Stratejik kararlar için bir araya gelme sıklığının hiçbir kalite yönetim aracının uygulanması/uygulanmaması durumu ya da yarar ve etkinlik değerlendirmesi ile anlamlı ilişki göstermemesi bu sonucu doğrulayıcı bir bulgudur. Ancak, 5S'in ve ikinci olarak da benchmarking uygulamasının en çok kullanılan kalite yönetim araçları olması, TVB'in etkinlik ve yararı en çok algılanan kalite yönetim aracı olması, KFG'nin uygulandığını belirten yöneticilerin %87,5'inin 5S'in uygulandığını da açıklamaları, 5S ve bechmarking uygulamalarının yarar/etkinlik değerlendirmelerinin mesainin ne kadarının stratejik kararlar almak için harcanması açısından farklılaştırıcı etkisi; söz konusu iki stratejik eğilim faktörü arasında 5S, TVB, Benchmarking, KFG uygulamaları için anlamlı ilişkinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bunun yanı sıra, kalite çemberleri ve poke-yoke için de stratejik kararlar için bir araya gelme sıklığı ile mesainin ne kadarının stratejik kararlar almak için harcandığı arasında anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Kalite çemberlerinin organizasyonunda departman yöneticileri, yönetim komisyonu üyeleridir. Kalite çemberleri bağlamında stratejik kararlar için bir araya gelme sıklığı ve mesainin ne kadarının stratejik kararlar almak için harcanacağı departman yöneticilerinin kararları ile belirlenecektir. Bu nedenle kalite çemberleri uygulaması söz konusu iki departmanın stratejik eğilim faktörü arasında anlamlı bir ilişki çıkmasına neden olmuştur. Süreç verimliliği önemli görülen poke-yoke uygulamasında, bir girdi türü olarak süreç için ayrılacak zaman ile ilgili kriterler (stratejik kararlar için bir araya gelme sıklığı ve mesainin ne kadarının stratejik kararlar almak için

harcandığı) göz önüne alınarak poke-yoke uygulamasının verimliliği değerlendirilebilecektir. Bu bağlamda poke-yoke uygulaması için departmanda stratejik eğilimi belirleyen faktörlerden içinde süre tanımını barındıranlar arasında anlamlı bir ilişkinin ortaya çıkması beklenen bir sonuçtur.

Mesainin ne kadarının stratejik kararlar almak için harcandığı ile değişim olgusuna nasıl yaklaşıldığı arasındaki ilişki yalnızca altı sigma ve benchmarking uygulamasının bulunması/bulunmaması açısından anlamlı bir ilişki göstermemiştir. Araştırma bulgularına göre benchmarking uygulaması durumu için yalnızca üst düzey yöneticilerin departmanın stratejik karar alma sürecinde yer almaları etkili bulunmuştur (p:0,001). Departman yöneticilerinin belirleyeceği mesainin ne kadarının stratejik kararlar için ayrılacağı bu bağlamda benchmarking için doğrudan etkili olmayacaktır. Daha önce de belirtildiği üzere değişim olgusuna departman yönetimince nasıl yaklaşıldığı hiçbir kalite yönetim uygulaması ile anlamlı ilişki göstermemiştir. Bu nedenle söz konusu iki departman stratejik yönetim kriteri arasında benchmarking için anlamlı bir ilişki ortaya çıkmayacağı araştırma bulgularına göre beklenen bir sonuç olacaktır. Araştırma bulgularına göre, altı sigma uygulamasının bulunması/ bulunmaması durumu departmanda stratejik planın oluşturulmasına diğer departmanların katkılarının sağlanması ile anlamlı bir ilişki ortaya çıkarmıştır (p:0,048). Departman düzeyinde stratejik planın oluşturulmasına katkıda bulunan dışarıdan uzmanlar açısından altı sigmanın yarar ve etkinlik farklılığı ortaya çıkmıştır (p: 0,014). Bu bulguyu destekleyecek bir çalışma olarak, Altuğ ve Nalbant (2010) yaptıkları çalışmada altı sigma ile ilgili kararlara katılan aktörlerin en yüksek ağırlığını tepe yönetim için saptamıştır. Özellikle üretim departmanlarında uygulanan Altı sigmanın, söz konusu departman düzeyinin dışında dışarıdan uzmanlar, diğer departmanlar ve üst yönetim kararları ile uygulanması gündeme geldiğinden sadece odak departman için mesainin ne kadarının stratejik kararlar almak için harcandığı ve departmanın değişim olgusuna nasıl yaklaşıldığı ile sınırlı olarak ortaya anlamlı bir ilişki saptanmayacaktır.

Araştırma, işletme üst yönetimi ve departman yöneticileri için, hangi kalite yönetim araçlarının departman düzeyinde strateji oluşturmada etkili olduğunu, departman düzeyinde stratejik eğilimi belirleyen unsurların neler olduğunu anlamaları adına bir uygulama bilgisi ortaya koymaktadır. Araştırma sonucunda sektörde hangi kalite yönetim araçlarının daha çok tercih edildiği ve hangi kalite yönetim uygulamasının yarar ve etkinliğinin daha yüksek düzeyde değerlendirildiği ortaya konulmuş olup yeni bir kalite yönetim uygulamasına geçilmesi ya da halihazırda kullanılan araçlara devam etme kararı verilmesinde üst yönetim, departman yöneticileri ve kalite mühendisleri/yöneticilerine bir bakış açısı sunulmaktadır. Araçların uygulanma durumunun yanı sıra, yarar/etkinlik değerlendirmelerinin stratejik planın oluşmasına katkıda bulunan kişiler/birimler ile anlamlı ilişkilerinin saptanmış olması, departman düzeyinde strateji formülasyonunu oluşturmada karar alıcılar için söz konusu etkileri açığa çıkarmaktadır. Ayrıca, kalite yönetim araçlarının uygulanması/uygulanmaması durumları için tanımlanan departman stratejik yönetim kriterleri arasındaki ilişkiler, stratejik eğilimi belirleyen faktörler arası etkileşimin etkisini ortaya koyması adına yöneticiler için holistik bir bakış açısı ortaya koymaktadır.

Araştırmada normatif ölçek kullanılmasından dolayı ölçek sorularını yanıtladığında sosyal beğenirlik etkisi söz konusu olabilecektir. Bazı ki-kare test sonuçlarında değişkenlik düzeyine bağlı olarak hesaplanmayan p değerleri nedeniyle, kalite yönetim araçlarının uygulanması/uygulanmaması durumunda bazı departman stratejik yönelim kriterlerinin birbirleri ile ilişkileri saptanamaması araştırmanın diğer bir sınırlılığıdır. Kolayda örnekleme yerine rassal örnekleme yöntemlerinden birinin kullanılması, sonuçların istatistiksel doğruluğunu daha da arttıracaktır. Araştırmada örneklem sayısını daha da artırarak hizmet ve üretim sektörleri alt iş kollarında çalışmanın tekrarlanması, işkolu özelinde sonuçların ortaya konması adına ileri bir araştırma önerisidir. Departman yapısı ile ilgili bazı değişkenler (formalleşme derecesi, kontrol alanı, merkezileşme derecesi, işte karşılıklı bağımlılık, haberleşme düzeyi) farklı çalışmalarda düzenleyici değişken olarak etkisi incelenebilecek değişkenlerdir. Toplam kalite yönetimi uygulamaları takım çalışması odağında gerçekleştiğinden takım dinamikleri ile ilgili bazı değişkenlerin (grup birlikteliği, grupla özdeşleşme, gruba bağlılık, grup düzey vatandaşlık davranışı) kalite yönetimi uygulamaları ile birlikte incelenmesi ayrı bir araştırma konusu olabilecektir.

Yazar beyanı**Araştırma ve yayın etiği beyanı**

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

Etik kurul onayı

Bu araştırma için Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'nun 10/09/2021 tarih ve 08 toplantı sayılı 2021/484 sayılı kararı ile etik kurul onayı alınmıştır.

Yazar katkıları

Işık Çiçek: Araştırma Fikri, Araştırma Tasarımı, Literatür Taraması, Metodoloji, Veri Analizi, Yazım, Gözden Geçirme ve Kontrol

İbrahim Şapaloğlu: Araştırma Tasarımı, Literatür Taraması, Veri Toplama, Yazım, Gözden Geçirme ve Kontrol

Çıkar çatışması

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

Destek beyanı

Bu çalışma için herhangi bir destek alınmamıştır.

Kaynakça

- Akcan, S., ve Demirbak, B. (2019). Yalın üretim tekniklerinin otomotiv yan sanayisinde uygulanmasının analizi, *Çukurova Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 34(1), 211-222. Doi: <https://doi.org/10.21605/cukurovaummfd.601457>
- Aktan, C. C. (2008). Stratejik yönetim ve stratejik planlama. *Çimento İşveren Dergisi*, Temmuz- Ağustos, 4(22), 4-21.
- Alanazi, M. H. (2020). The mediating role of primary TQM factors and strategy in the relationship between supportive TQM factors and organisational results: An empirical assessment using the MBNQA model. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1-25. Doi: <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1771074>Page 23 of 25
- Albayrak, H. (2018). Toplam kalite yönetimi tekniklerinden kaizen ve altı sigma uygulamalarının kıyaslanması üzerine örnek bir uygulama. *International Anatolia Academic Online Journal Social Sciences Journal*, 4(1), 24-57. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/pub/iaaoj/issue/36744/418655>
- Alparşlan, D. (2005). *Toplam üretken bakım yönetimi ve Eti Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.'deki uygulama* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Alpkan, L. (2000). *Stratejik yönetimin kapsamlılığı, stratejik tercihler ve yönetici özellikleri arasındaki ilişkiler* (Doktora Tezi). Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Biçer, İ. H. ve Çiçek, I. (2013). Örgüt kültürü ve kalite yönetimi. *Türk Standartları Enstitüsü Standard Ekonomik ve Teknik Dergisi*, 52(618), 79-86. Erişim adresi: <https://statik.tse.org.tr/upload/tr/dosya/icerikyonetimi/548/16102014144352-1.pdf>
- Bozkurt, R. (1994). Kalitenin Esasları ve Deming'in on dört ilkesi, *Verimlilik Dergisi*, 23(3), 107.
- Cortina, J. M. (1993). What is coefficient alpha? An examination of theory and applications. *Journal of Applied Psychology*, 78(1), 98. Doi: <https://doi.org/10.1037/0021-9010.78.1.98>
- Dean, J.W. ve Bowen, D.E. (1994). Management theory and total quality: improving research and practice through theory development. *Academy of Management Review*, 19, 392-418. Doi: <https://doi.org/10.2307/258933>
- Demirelli, C.ve Bayraktar, U. (2014). Hizmet kalitesi ve hizmet değerinin müşteri memnuniyetine etkisi: Demiryolu taşımacılığında bir uygulama. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(4), 919 - 937.
- DiMaggio, P. J., ve Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48(2), 147-160. Doi: <https://doi.org/10.2307/2095101>
- Durgun, M. (2015). *Türkiye orta ve büyük ölçekli mobilya endüstrisi işletmelerinde stratejik yönetim*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.

- Ersen, N., Ardiç, M., Akyüz, İ., Peker, H., ve Bardak, S. (2015). Mobilya sektöründe çalışan yöneticilerin öğrenen organizasyona ilişkin algıları, *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 16(2), 113-123. Doi: <https://doi.org/10.17474/acuofd.37356>
- Fornell, C., ve Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Garvin, D.A., (1988), *Managing quality: The strategic and competitive edge*. NewYork: The Free Press
- Gun J., Park, M. ve Hoon Hong, K. (2020). A strategy perspective on total quality management. *Total Quality Management and Business Excellence*, 31(1-2), 68-81, Doi: 10.1080/14783363.2017.1412256
- Hoerl, R. ve R. D. Snee (2002). *Statistical thinking - improving business performance*. USA: Pacific Grove.
- Hooper, D., Coughlan, J., ve Mullen, M. (2008). Structural equation modelling: Guidelines for determining model fit. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53-60.
- İlğan, A., Erdem, M., Taşdan, M. ve Memduhoğlu, B. H. (2008). Örgütsel gelişim araçları olarak toplam kalite yönetimi ile stratejik yönetim ve planlama yaklaşımları. *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3(35), 72-92.
- Kılıç, A. ve Ayvaz, B. (2016). A lean manufacturing application in Turkish automotive industry. *Istanbul Commerce University Journal of Science*, 15(19), 29-60.
- Kline, P. (1994). *An essay guide to factor analysis*. New York: Routledge
- Kocaoğlu, B. ve Gülsün, B. (2004). Stratejik planlama faaliyetlerinin önemi ve 2000’li yıllarda planlama ve strateji kavramından beklentiler. *Verimlilik Dergisi*, 1, 33-50. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/pub/verimlilik/issue/30738/332182>
- Kumar, R. ve Mishra, R.S. (2020). Linking TQM critical success factors to strategic goal: Impact on organizational performance. *IOSR Journal of Mechanical and Civil Engineering (IOSRJMCE)*, 17(3), 01-13. Doi:10.9790/1684-1703020113
- Meyer, J. W. ve Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: formal structure as myth and ceremony. *American Journal of Sociology*, 83(2), 340-363. Erişim adresi: <http://www.jstor.org/stable/2778293>
- Ölmez, M. ve Önen, S. M. (2019). Stratejik yönetim, toplam kalite yönetimi ve motivasyon ilişkisi: Meslek yüksek okulu öğrencileri üzerinde ampirik bir araştırma. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1) , 294-313 .
- Özen, Ş., (2013), Yeni kurumsal kuram. D.Taşçı ve E.Erdemir (Ed.), *Örgüt Kuramı* içinde (120-139). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi
- Özgüner, M. (2015). Stratejik yönetim, stratejik planlama ve toplam kalite yönetimi ilişkisi, stratejik toplam kalite yönetimi. *The Journal of Academic Social Sciences*, 3(21), 437-449. Doi: <https://doi.org/10.16992/ASOS.968>
- Öztürk, A. (2009). *Kalite yönetimi ve planlaması*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Özveren, Y. S. (2010). *Müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesi ilişkileri: Mersin İlindeki 4 ve 5 Yıldızlı Oteller Örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Saffar, N ve Obeidat, A. (2020). The effect of total quality management practices on employee performance: The moderating role of knowledge sharing. *Management Science Letters*, 10(1), 77-90. Doi: <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.8.014>
- Scott, W. R. (1995). *Institutions and organizations*. Thousand Oaks: Sage
- Sekaran, U. ve Bougie, R.J. (2016) *Research methods for business: A skill building approach*: Chichester: John Wiley and Sons.
- Sharma, B., ve Fisher, T. (1997). Functional strategies and competitiveness: an empirical analysis using data from Australian manufacturing. *Benchmarking for Quality Management and Technology*, 4(4), 286-294. Doi:10.1108/14635779710195122
- Sucu, M. E., (2010). *Kobilerde stratejik yönetim ve bir araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.

- Şapaloğlu, İ. and Çiçek, I. (2021). The Role Of Quality Management Applications For Corporate Reputation. *Global Conference on Services and Retail Management* içinde 5 (54), 1-13 South Florida. Erişim adresi: <https://digitalcommons.usf.edu/m3publishing/vol5/iss2021/54/>, . Doi: doi.org/10.5038/9781955833035
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve davranışsal ölçümlerde güvenilirlik ve geçerlilik*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Tabachnick, B.G. and Fidell, L.S. (2001). *Using Multivariate Statistics*. Boston: Allyn and Bacon,.
- Ülgen, H. ve Mirze, K. (2016), *İşletmelerde Stratejik Yönetim*. İstanbul: Beta
- Watkins K. ve Marsick V (1997) *Dimensions of the learning organization questionnaire (DLOQ): Participant's guide for interpreting results*. Warwick, RI: Partners for the Learning Organization. Erişim adresi: [www.-bus.colorado.edu/faculty/larsen/learnorg.html](http://www.bus.colorado.edu/faculty/larsen/learnorg.html)
- Wright, P. C. ve Grant, E. S. (1995). The strategic application of TQM principles to salesforce management: A human resource perspective. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 3 (3), 10-22.
- Yaşlıoğlu, M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul University Journal of the School of Business*, 46, 74-85.
- Yılmaz, M. L. (2007). *İlk 500'de faaliyet gösteren Konya'daki işletmelerin stratejik yönetime bakış açıları, sorunları ve çözüm önerileri* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya
- Yu, G.J., Park, M., and Hong, K.H. (2020). A strategy perspective on total quality management. *Total Quality Management & Business Excellence*, 31(1-2), 68-81. Doi: <https://doi.org/10.1080/14783363.2017.1412256>

Ek: “Kalite Yönetim Araçları Yarar ve Kullanım Etkinliği” ölçek maddeleriA) Kurumunuzda **JIT/Kanban** sistemi uygulanmaktadır. Evet () Hayır ()

Uygulanmakta ise lütfen ilgili soruları cevaplayınız. Aşağıda bulunan ifadelere ne ölçüde katıldığınızı verilen derecelendirme ölçeğini kullanarak belirtiniz.

	Kesinlikle katılmıyorum (1)	Katılmıyorum (2)	Biraz Katılıyorum (3)	Katılıyorum (4)	Kesinlikle Katılıyorum (5)				
					1	2	3	4	5
1	Just In Time stok yönetim anlayışı ile hammadde stoku maliyetleri en aza indirilmektedir								
2	Üretim safhalarında meydana gelebilecek fireler Just In Time stok yönetim anlayışıyla en aza indirilmektedir								
3	Just In Time stok yönetimi ile üretim safhalarında meydana gelen genel üretim giderleri, işçilik giderleri, ilk madde ve malzeme giderleri minimum seviyeye indirilmektedir.								

B) Kurumunuzda **5S** sistemi uygulanmaktadır. Evet () Hayır ()

1	Dokümantasyonun ve raporlamanın düzenli yapılması kolaylaşmıştır.								
2	Uygulanan bölümlerde çalışma ortamının temizliğinde olumlu gelişmeler görülmüştür.								
3	Gereksiz envanter stoğu azalmıştır								

C) Kurumunuzda **Kalite Fonksiyon Dağılımı (QFD)/Kalite Evi** uygulanmaktadır. Evet () Hayır ()

1	QFD müşteri ve Pazar tanımının oluşturulmasında etkin bir anahtar olarak görülmektedir.								
2	QFD uygulamaları ile değer yaratma bazlı ürün/hizmet üretim süreci sağlanmaktadır								
3	Müşteri ihtiyaçlarının nasıl karşılanacağını belirlemede QFD'den etkin bir biçimde yararlanılmaktadır								

D) Kurumunuzda **Kalite Çemberleri** uygulanmaktadır. Evet () Hayır ()

1	Çalışanlar faaliyetlerde daha etkin rol ve sorumluluk sahibi olmaya başlamıştır.								
2	Çalışanlar kurum sorunlarına daha ilgili bir şekilde yaklaşabilme başlamıştır.								
3	Çalışanlar ve bölümler arası işbirliği derecesinde artış olmuştur								

E) Kurumunuzda **Altı Sigma** uygulanmaktadır. Evet () Hayır ()

1	Altı sigma uygulaması sayesinde hatalarda azalma olmuştur.								
2	Süreçlerin maliyeti ve israfında azalma görülmüştür								
3	Çalışanların kuruma karşı aidiyetleri olumlu etkilenmiştir.								

F) Kurumunuzda **Toplam Verimli Bakım/TPM** uygulanmaktadır. Evet () Hayır ()

1	Toplam Verimli Bakım sayesinde makine ve teçhizat verimliliği artmıştır.								
2	Çalışanların etkin katılımı TPM sürecinde önemli bir unsurdur.								
3	Toplam Verimli Bakım işgücü, malzeme, ve zaman kaybını azaltmaktadır								

G) Kurumunuzda **Benchmarking/Kıyaslama** uygulanmaktadır. Evet () Hayır ()

1	Kurumumuz benchmarking uygulaması ile daha iyi bir noktaya ulaşmıştır.								
2	Benchmarking sayesinde gelişme hedeflerine ulaşmamız kolaylaşmıştır.								
3	Benchmarking ile daha iyi ürün/hizmet sunumu sağlanmaktadır								

H) Kurumunuzda **Poka-Yoke** uygulanmaktadır. Evet () Hayır ()

1	Poka-Yoke uygulaması sayesinde üretim hatalarında azalma görülmüştür.								
2	Çalışanlar işletme süreçlerinde daha etkin katılım göstermiştir								
3	Sürekli iyileştirme sürecinde Poka-Yoke etkin bir biçimde kullanılmaktadır.								



Türkiye ekonomisinde büyüme ile sanayileşme arasındaki ilişkinin birinci Kaldor kanunu kapsamında incelenmesi*

Mevsim Erdoğan^{a**}, Cebrail Telek^b

^aYüksek Lisans Öğrencisi, Adıyaman Üniversitesi İ.İ.B.F., İktisat Bölümü, Merkez, Adıyaman, 02040, Türkiye. E-posta: mevsimerdogdu@gmail.com. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7584-9813>

^bDoç. Dr., Adıyaman Üniversitesi, İ.İ.B.F., İktisat Bölümü, Merkez, Adıyaman, 02040, Türkiye. E-posta: ctelek@adiyaman.edu.tr. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4541-3402>

MAKALE BİLGİSİ

Geliş tarihi: 01.11.2022
Kabul tarihi: 17.10.2023
Çevrimiçi kullanım tarihi: 28.10.2023
Makale Türü: Araştırma makalesi

Anahtar Kelimeler:

Kaldor yasası,
ekonomik büyüme,
imalat sanayi, ARDL
analizi.

ÖZ

Ekonomik büyüme, ulusal refah düzeyini artırmak ve iyileştirmek için kritik öneme sahiptir. Çeşitli faktörlerin ekonomik büyüme üzerinde önemli bir etkisi vardır. Sanayileşme, ekonomik büyümenin en önemli itici güçlerinden biridir. Bu çalışma, sanayinin ekonomik büyümenin lokomotifini olduğunu vurgulayan Kaldor'un birinci yasasının Türkiye için geçerliliğini 2007Q1-2021Q4 dönemine ilişkin üçer aylık verilerle incelemektedir. Çalışmada önce serinin birim kökleri kontrol edilmiş ve Lee ve Strazicich (LM)'nin birim kök testi kullanılarak yapısal kırılmanın etkileri incelenmiştir. Otoregresif dağıtılmış gecikme (ARDL) yöntemi ile yapılan analizde seriler arasındaki eşbütünleşme ilişkisi araştırılmıştır. Ampirik sonuçlar, uzun vadeli kapasite kullanım katsayısının (RCM) negatif ve önemsiz olduğunu göstermektedir. Kısa vadede, üretim kapasitesi kullanımının artırılmasının ekonomik büyüme üzerinde olumlu etkisi olduğu tespit edilmiştir. Sonuçlar, politika yapıcıların üretimi kısa vadede uzun vadeli kalkınmaya taşımak için planlamaya önem vermeleri gerektiğini göstermektedir. Sektörün sorunlarının çözülmesi, teknolojik altyapının geliştirilmesi ve üretim kapasitesinin artırılması için düzenlemelerin yapılması ve uygulanması gerekmektedir.

Examination of the relationship between growth and industrialisation in the Turkish economy under the first Kaldor law

ARTICLE INFO

Received: 01.11.2022
Accepted: 17.10.2023
Available online: 28.10.2023
Article type: Research article

ABSTRACT

Economic growth is critical to increasing and improving the national level of prosperity. A variety of factors have a major influence on economic growth. Industrialization is one of the most important drivers of economic growth. This study examines the validity of Kaldor's first law for Turkey, which emphasizes that industry is the locomotive of

* Bu çalışma Adıyaman Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'nde Doç. Dr. Cebrail Telek danışmanlığında Mevsim Erdoğan tarafından 2022 yılında hazırlanan "Türkiye Ekonomisinde Sanayileşme ve Büyüme İlişkisinin Kaldor Yaklaşımına Göre İncelenmesi" başlıklı yüksek lisans tezi çalışmasından üretilmiştir.

** Sorumlu yazar

Doi: <https://doi.org/10.30855/gjeb.2023.9.3.002>

Keywords:

Kaldor's law, economic growth, manufacturing industry, ARDL analysis.

economic growth, with quarterly data for the period of 2007Q1-2021Q4. The study first checked the unit roots of the series and examined the effects of a structural break using the unit-root test of Lee and Strazicich (LM). In the analysis performed with the autoregressive distributed lag (ARDL) method, the cointegration relationship between the series was investigated. The empirical results show that the long-term capacity utilization coefficient (RCM) is negative and insignificant. In the short term, it was found that increasing the utilization of production capacity has a positive effect on economic growth. The results suggest that policymakers should give importance to planning to move manufacturing from short-run to long-run development. It is necessary to enact and implement regulations to solve the sector's problems, develop technological infrastructure, and increase production capacity.

1. Giriş

Bir ülkenin ekonomik gelişmişlik düzeyini gösteren önemli faktörlerden biri de ekonomik büyümedir. Dolayısıyla bir ülkenin sosyal refahının ve yaşam standartlarının iyileştirilmesi, yani kişi başına düşen gelirin iyileştirilmesi, pozitif reel ekonomik büyümeye bağlıdır. Ekonomik büyümeyi belirleyen çok sayıda belirleyici vardır. Sanayileşme ise ekonomik büyümeyi belirleyen önemli bir belirleyicidir. İkinci dünya savaşından sonraki süreçte sanayileşme ekonomik kalkınmanın temel unsuru olarak kabul edilmiş ve her ülkenin gelişmişlik düzeyini yansıtan önemli makroekonomik göstergelerden birisi olarak kabul edilmiştir. Bu nedenle ülkeler, sanayileşmenin artan verimliliğinden daha fazla fayda ve kazanç sağlayabilmek için sanayi yatırımlarını artırmaya önem vermektedir. Sanayileşme, ekonomik büyümenin itici güçlerinden biri olarak görülmektedir. Sanayileşmenin büyümeye olan etkileri ise hem teorik hem de ampirik olarak ekonomik ve politik çerçevede incelenmekte ve tartışılmaktadır (Kopuk, 2021, s. 1). Büyüme ve sanayileşme arasındaki ilişki çok sayıda hipotez ve teorilerle açıklanmakta, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin büyüme ve kalkınmasında sanayinin etkisi üzerine yeni görüşler ortaya konulmaktadır.

Sanayileşme ve ekonomik büyüme arasındaki bağlantıya görüşleriyle dikkat çeken Post-Keynesyen iktisatçılardan Kaldor, büyüme teorisinin amacının, genel üretim seviyesinin büyümesini belirleyen değişkenlerin yapısını ve etkisini göstermek olduğunu belirtmektedir. Diğer bir deyişle, bazı toplumların diğerlerinden daha hızlı nasıl geliştiği sorusunun açıklanması ve anlaşılmasına yardımcı olmaktadır (Kaldor, 1957, s. 591). Kaldor, sanayinin ekonomik büyümenin motoru olduğunu savunarak, ekonomik büyümenin üç temel yasası olduğunu öne sürmüştür. İlk olarak, 1954'ten 1964'e kadar 12 Ekonomik İş Birliği Örgütü (OECD) üyesi ülkelerden gelen verileri bir araya getirerek inceleyen Kaldor, ekonomik büyüme ile sanayi sektörü arasında önemli bir pozitif ilişki olduğu sonucuna vararak ilk yasayı ortaya koymuştur. Verdoorn tarafından önerildiği için literatürde Verdoorn yasası olarak da bilinen büyümenin ikinci yasasına göre, imalat çıktısındaki artış ile imalat işgücü verimliliğindeki artış arasında güçlü bir pozitif korelasyon vardır. Üçüncü yasa ise imalatta verimlilik artışları ile çıktı artışı arasında pozitif, imalat dışı sektörlerin istihdamı ile negatif korelasyon olduğunu belirtmektedir (Çetin, 2009, s. 359).

2019 yılında salgın (Covid-19) krizinin patlak vermesinden etkilenen küresel arz ve talep dengesizliği, çeşitli ülkelerin sorunlarını daha da ağırlaştırmıştır. Özellikle tedarik kanallarının kesintiye uğraması, sanayi üretiminin artırılmasının önemini ortaya çıkarmıştır. Bu gelişmeler ise, sanayinin büyüme üzerindeki rolünün arttığını göstermektedir. Özellikle, son dönemde ortaya çıkan olumsuzluklar da dikkate alındığında, sanayileşmenin ülke ekonomileri üzerindeki etkilerinin belirlenmesinin öneminin arttığı gözlenmektedir. Bu çalışma belirtilen gerekçeleri ve nedenleri dikkate alarak sanayinin ekonomik büyümenin motoru olduğunu belirten Kaldor'un birinci yasasını incelemektedir. Araştırma Türkiye ekonomisinin 2007'nin ilk çeyreğinden 2021'in dördüncü çeyreğine kadar olan dönemini kapsamaktadır. Bu çalışma ile üretim ve büyüme arasındaki ilişki Kaldor yönteminin birinci maddesine göre ele alınmaktadır. Çalışma, üretimin büyüme üzerinde olumlu bir etkisi olduğu varsayımına dayanmaktadır. Bu araştırma, Kaldor Yasasını son dönem verilerini kapsayan yeni bir veri kümesi ile inceleyerek, literatüre katkı sağlamayı hedeflemektedir.

Çalışmanın ilerleyen bölümleri şu şekilde planlanmıştır. İkinci bölümde sanayinin alt sektörü olan ve Kaldor'un birinci yasası çerçevesinde Türkiye ekonomisinde imalat sanayinin ekonomik büyümedeki önemi açıklanmaktadır. Üçüncü bölümde literatür incelenmektedir. Dördüncü bölümde, ekonomik büyüme ile imalat sanayi kapasite kullanım oranı arasındaki ilişkinin araştırılmasında kullanılan yöntem açıklanmakta ve ampirik bulgular sunulmaktadır. Çalışma beşinci bölümdeki değerlendirme ve sonuç kısmıyla tamamlanmaktadır.

2. Türkiye ekonomisinde imalat sanayi

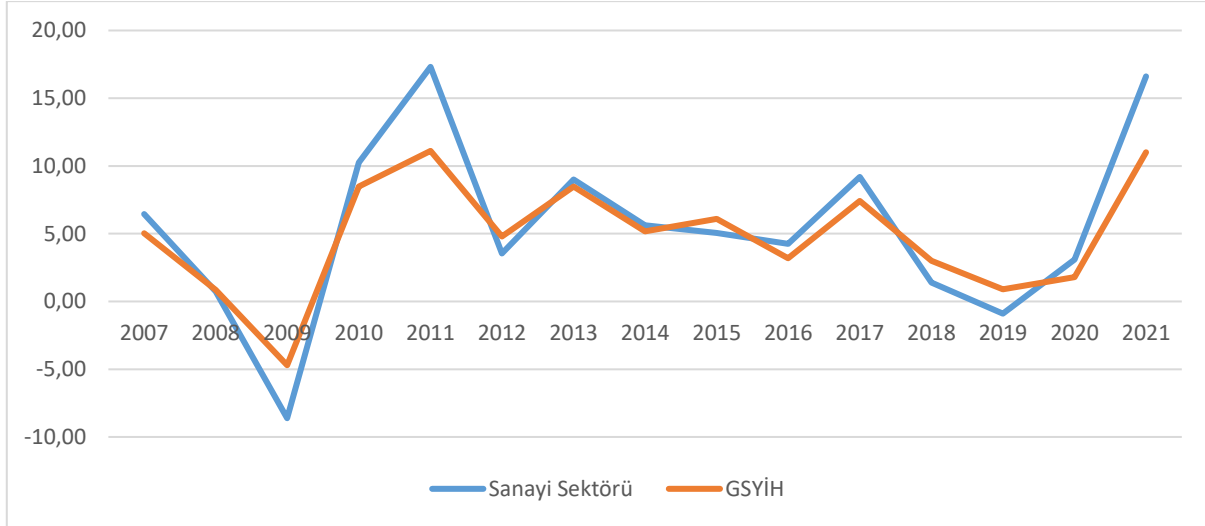
Türkiye'nin sanayileşme çabaları yeni değildir. Sanayileşme için atılan adımların ve alınan tedbirlerin Osmanlı Devleti'nin içinde bulunduğu şartları nedeniyle yetersiz kaldığı görülmektedir (Gölhan, 1993, s. 10). Cumhuriyetin ilanından sonra, 1923-1929 yılları arasında, sanayinin ana mallarının üretimi belli bir aşama kaydetmiş olsa da diğer yandan piyasa yapısındaki dalgalanmaları ortadan kaldırmak, sistemi sağlıklı uygulamak ve güvence altına almak için yeni bir para sistemi oluşturmak gerekli görülmüş ve bu yönde çalışmalar yapılmıştır. 1929 ekonomik bunalımı ile birlikte kurumlar gelişmelerini tamamlayamamış ve endüstri beklentileri karşılanamamıştır. Bu süreçte ekonomik krizin etkisi, Türkiye'nin kapalı ekonomi politikası uygulamasının önemli nedenlerinden birisi olmuştur (Doğruel ve Doğruel, 2005, s. 87).

1939 yılında başlayan İkinci Dünya Savaşı ile birlikte Türkiye, ekonomik ve endüstriyel olarak henüz toparlanmayan zorlu bir süreç yaşamıştır. İkinci Dünya Savaşı'ndan etkilenmiş ve Uluslararası Para Fonu'ndan yardım almak zorunda kalmıştır. 1958'deki devalüasyondan önce bir genişleme süreci yaşanmıştır. 1960'lı yıllarda kalkınma programları, devalüasyondan sonra ortaya çıkan ekonomik darboğazları aşma konusunda yapılan önemli atılımlardan birisi olmuştur (Türkiye Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği, 2008, ss. 35-36). 1961 Anayasası, ekonomik, sosyal ve kültürel gelişmeyi sağlamak için kalkınma planlarını formüle etmek ve hedeflere ulaşmak amacıyla uygulamaya girmiştir. Beş yıllık kalkınma planının hayata geçmesini takip eden yıllarda imalat sanayi hızla yükselmeye başlamıştır. Türkiye'de imalatın artmasıyla birlikte ekonomik büyüme hızı da artış göstermiştir (Has ve Çınar, 2022, s. 13).

1960'dan 1970'e kadar olan dönem, sanayileşme politikasının ithal ikameci sanayileşme stratejisini uyguladığı dönemdir. Bu süreç, önceki yıllara göre sonuçları itibarıyla daha başarılıdır. 1970-1980 yıllarında ithal ikameci sanayileşme stratejisinin ikinci adımı olan sermaye ve ara mamul ikamesi başlamıştır (Bozkurt, 2011, ss. 36-37). 1970'lerin sonlarında, istikrarsız faktörlerin artması ve dış kaynak sıkıntısı nedeniyle sanayileşmede çeşitli sorunlar ortaya çıkmıştır. Ayrıca 1980 sonrasında ekonomi politikası da değişmiştir (Mercan ve Kızılkaya, 2014, s. 140). 24 Ocak 1980 tarihli kararla başlatılan "Yapısal Uyum ve İstikrar Politikası", Uluslararası Para Fonu (IMF), Dünya Bankası ve OECD'den alınan kredilerle desteklenmiştir. Planın uygulanmasıyla birlikte Türkiye'nin uzun yıllar ithal ikameci sanayileşme politikası terk edilmiş, serbest piyasa etkilerine duyarlı ve uluslararası rekabete açık bir ihracat stratejisi uygulanmaya başlanmıştır (Çeçen, Doğruel ve Doğruel, 1990, ss. 111-112).

1970-2006 dönemi ekonomik krizlerin, büyük yapısal değişikliklerin ve farklı ekonomi politikalarının yaşandığı bir dönemdir. Bu süreçte imalat sektörü de oynaklığa maruz kalmış ve kriz dönemlerinde negatife dönmüştür. 1979-1980 ve 1994 krizlerinde imalat sektörü ekonomik olarak daha derin bir durgunluk yaşarken, 1999 ve 2001 krizlerinde imalat sektörü diğer makroekonomik göstergelerden daha fazla olumsuz etkilenmiştir. Öte yandan, 1999 ve 2001 krizlerinde imalat daha düşük bir seviyede gerilemiştir. Kriz yılları dışında imalat sanayinin ekonomide güç kazandığı görülmektedir (TÜSİAD, 2008, ss. 63-64). Türkiye için 1990 sonrasında ise 1996 yılında yürürlüğe giren Gümrük Birliği Anlaşması ile küresel ve bölgesel uyumun yaşandığı önemli bir sürece girilmiştir.

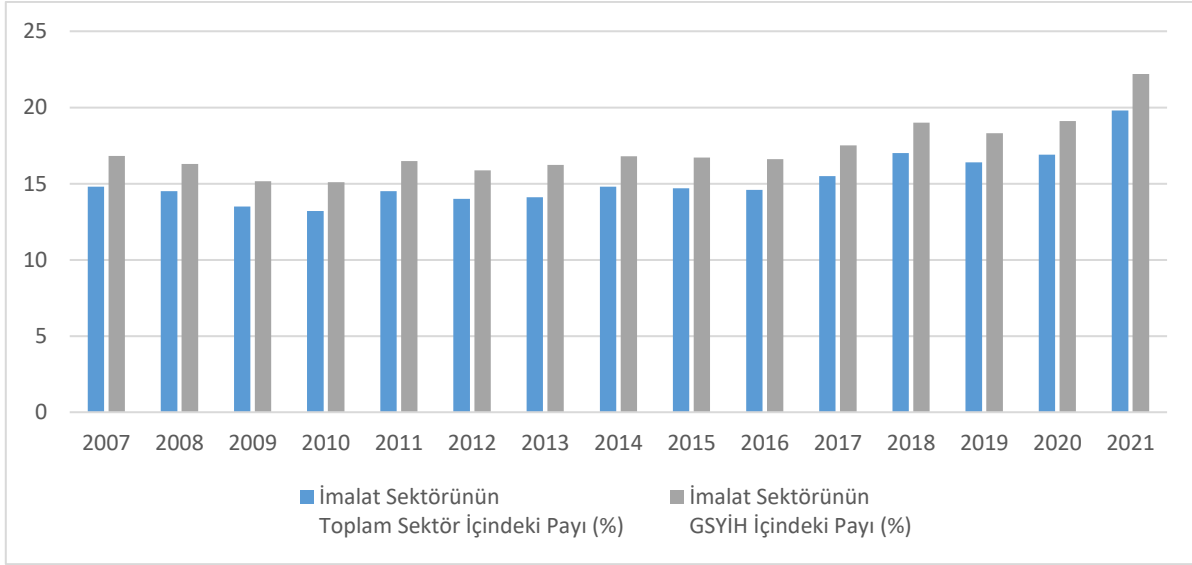
Şekil 1, 2007-2021 döneminde Türkiye'nin sanayi sektörünün ve GSYİH'nın büyüme oranlarını göstermektedir.



Şekil 1. Sanayi sektörü ve GSYİH yıllık büyüme oranları

Kaynak: Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2022). Ekonomik ve Sosyal Göstergeler.

Sanayi sektörü 2007-2021 yıllarında (2009 ve 2019 hariç) büyüme göstermiştir. 2011'de %17,3 ve 2021'de %16,6 büyüyerek döneminin en başarılı büyümesini gerçekleştirmiştir. 2008 uluslararası finansal krizi ve diğer olumsuz gelişmelerden etkilenen sanayi sektörü, 2009 yılında %8,9'luk daralma oranı ile en büyük daralmayla karşılaşmıştır. Son yıllarda yaşanan Covid-19 salgını, doğal afetlerin artması ve ülkeler arası savaşlar ekonomik büyüme ve sanayileşme hızı üzerinde olumsuz etki yapmıştır. Şekil 2, 2007'den 2021'e kadar tüm sektördeki imalat payının ve GSYİH'nın dağılımını göstermektedir.



Şekil 2. İmalat sanayi sektörünün ekonomi içindeki payı

Kaynak: SSB (2022). Ekonomik ve Sosyal Göstergeler.

Sanayi sektörünün alt sektörü olan imalat sanayi, 2021 yılında toplam sektör içerisinde %19,8 paya sahiptir. Diğer yıllarda ise dalgalı bir seyir izlemektedir. İmalat sektörünün toplam sektör ve GSYİH içindeki payları zamanla güçlenmesini sürdürmüştür. 2021 yılında ekonomik büyümedeki en büyük payı %22,2'lik değer ile imalat sektörü almıştır. 2007-2021 döneminde imalat sektörü ekonominin itici gücü konumuna ulaşmıştır.

3. Literatür incelemesi

Kaldor'un büyüme kanunları, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler olmak üzere değişik ülke ve ülke grupları için farklı ekonometrik yöntemler uygulanarak incelenmiştir. Literatür incelendiğinde, Kaldor'un büyüme kanunlarının ülkelerin yapısı ve özelliklerine göre geçerliliği hususunda farklı sonuçlar elde edildiği görülmüştür. Literatürdeki araştırmalar ve sonuçları ise aşağıda özet olarak sunulmaktadır.

Cantore vd. (2017), 80 ülkeden oluşan bir örnekleme 1980-2010 dönemi verilerini kullanarak imalat sektörünün büyüme motoru işlevine sahip olup olmadığını araştırmıştır. Genelleştirilmiş Momentler Metodu (GMM) tekniğinin kullanıldığı araştırma sonuçları, kâğıt imalat sektörünün motor işlevine sahip olduğunu göstermiştir. Çalışmada Logaritmik Ortalama Bölme Endeksi (LMDI) tekniği ile elde edilen sonuçlar imalat sektörünü, yapısal dönüşüm ve istihdam ölçeğinin bileşenlerine ayırmıştır. Yapısal dönüşüm, imalat verimliliği ve imalat iş gücü payı açısından imalat katma değerindeki artışı; istihdam ölçeği bileşeni, toplam istihdama dayalı olarak imalat katma değerindeki artışı göstermektedir. Bulgular, yapısal dönüşümün ekonomik büyümeyi artırdığını gösteren kanıtlar sağlamıştır.

Korkmaz ve Şahin (2017), 2008:01-2016:02 dönemi verilerini kullanarak Türkiye için iktisadi büyüme ile sanayi üretimi arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Araştırmada Vektör Otoregresyon (VAR) modelinden yararlanılmışlardır. Granger nedensellik testi, iktisadi büyümeden sanayi üretimine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisinin olduğunu göstermiştir. Bulgulara göre, sanayi üretimi ve iktisadi büyüme arasında uyumlu bir ilişki bulunmaktadır. Sonuçlara göre, iktisadi büyüme ile mal ve hizmetlere olan talep artmakta ve bu durum sanayi üretimini pozitif yönde etkilemektedir.

Tunalı ve Erbelet (2017), Kaldor'un birinci yasasına göre sanayi üretimi ve iktisadi büyüme arasındaki ilişkiyi Türkiye ekonomisi için 2004-2015 dönemi üçer aylık verileriyle incelemişlerdir. Çalışmada En Küçük Kareler Yöntemi (EKK) ve Granger nedensellik testleri kullanılmış ve bulgular, sanayi üretimi ile iktisadi büyüme arasında pozitif bir ilişkinin bulunduğunu göstermiştir. Sonuçlar, sanayi üretiminin iktisadi büyümenin nedeni olduğunu belgelemektedir.

Almosabbah ve Almoree (2018), Kaldor-Verdoorn ve Thirlwall yasalarını 1980-2014 verilerini kullanarak Suudi Arabistan örneklemini kullanarak incelemişlerdir. Sonuçlar, imalat sektörünün performansı ile ekonomik büyüme arasındaki uzun vadeli ilişki için Kaldor-Verdoorn yasalarının uygulanabilir olduğunu, Thirlwall yasasının ise beklenenin tersi yönünde olduğunu göstermiştir. Araştırmacılar bulgularına bağlı olarak politika yapıcıların verimlilik, sosyal getiriler ve diğer sektörlerdeki ekonomik etkiler nedeniyle sanayi sektörüne önem vermeleri gerektiğini savunmuşlardır.

Keho (2018), Kaldor'un birinci büyüme yasasını Batı Afrika Devletleri Ekonomik Topluluğu (ECOWAS) ülkeleri için analiz etmiştir. Ampirik bulgular, ECOWAS ülkelerinde imalat sektörü ile ekonomik büyüme hızı arasında pozitif ilişki olduğunu göstermiştir. Araştırmanın sonuçları, ECOWAS ülkelerinin büyüme hızının Kaldor'un birinci yasası ile tutarlı olduğunu açığa çıkarmıştır.

Doruk (2019) tarafından 1990-2016 dönemi için 118 ülke üzerinde yapılan araştırmanın sonuçlarına göre, gelişmekte olan ülkeler için sanayileşme iktisadi büyüme üzerinde önemli bir etkiye sahipken, bu etki uzun dönemde devamlı değildir. Bunun yanında Panel Granger nedensellik analizi sonucu da sanayileşmeden ekonomik büyümeye doğru bir nedensellik ilişkisi olduğunu göstermiştir. Tarım sektörü ile iktisadi büyüme arasında ise çift yönlü nedensellik ilişkisi bulunmaktadır.

Altun ve İşleyen (2019), ekonomik büyüme ile sanayi sektöründeki istihdam ilişkisini 1991-2017 dönemi verileriyle Türkiye örneklemini kullanarak incelemişlerdir. ARDL sonuçlarına göre, sanayi sektöründeki istihdam ile iktisadi büyüme arasında uzun dönemde ilişki bulunmaktadır. Granger nedensellik testi ise, sanayi sektöründeki istihdamdan ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisini ortaya çıkarmıştır. Bulgular, sanayi sektöründeki istihdamın artması ile bu sektördeki üretimin de arttığını ve bu durumun ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilediğini göstermiştir. Araştırmacılar sanayi alanında yatırımlar için teşvik programları hazırlanması ve teknolojik üretime geçilmesi gerektiği önerisinde bulunmuşlardır. Bunun yanında teknolojik temelli eğitimlerin desteklenmesi ve üretken bir gençlik yetiştirilmesinin gerekli olduğunu da kaydetmişlerdir.

Moyo ve Jeke (2019), 37 Afrika ülkesi için 1990-2017 dönemi verileriyle Sistem- Genelleştirilmiş Momentler Metodunu (GMM) kullanarak imalat sektörü ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Sonuçlar, üretim katma değerinin Afrika ülkelerinde iktisadi büyüme üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Araştırmacılar, politika yapıcıların ekonomik büyümeyi, istihdam seviyesini ve üretim çıktısını artıracak önlemler alması gerektiğini belirtmişlerdir.

Kaldor'un birinci yasasını Türkiye örneklemleriyle 1986-2018 dönemine göre inceleyen Sarıdoğan (2020), sanayi sektörlerini alt sektörler ayırarak ve iktisadi büyüme ile imalat sanayi arasında pozitif bir ilişki olduğunu tespit etmiştir. Yazar, Türkiye'nin sürdürülebilir büyümeyi sağlayabilmesi için sanayi sektöründe yeni teknolojilerin kullanılması, var olan teknolojinin yaygınlaştırılması, özel sektörün arge faaliyetleriyle desteklenmesi gibi politikaların uygulanması gerektiği önerisinde bulunmuştur.

Pata ve Zengin (2020), Türkiye için Kaldor'un birinci ve ikinci (Kaldor-Verdoorn) yasasını 1980-2014 verileriyle incelemişlerdir. Simetrik ve asimetric nedensellik yöntemlerinin kullanıldığı çalışmada, simetrik nedensellik testine göre Kaldor'un birinci ve ikinci yasası geçerlidir. Bunun yanında asimetric nedensellik testi, Kaldor'un birinci yasasını geçerli kılarken, ikinci yasasının geçerli olmadığını göstermiştir. Araştırma sonuçları, Kaldor'un yasalarının geçerliliğinin kullanılan yöntemlere göre değiştiğini göstermektedir. Yazarlar araştırmalarında Türkiye'deki sanayi sektörünün emek verimliliğine etkin bir şekilde katkıda bulunmadığı görüşünü paylaşmışlardır. Ayrıca araştırmacılar, milli gelirdeki eğitim harcamalarının payının artırılması ile sanayi sektöründeki işgücü verimliliğinin artırılabilirliğini savunmuşlardır.

Ekonomik büyüme ile sanayi sektörü arasındaki uyumun gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde farklılık gösterebileceği varsayımının doğruluğunu tespit etmek amacıyla Akgündüz (2020), Türkiye, Amerika Birleşik Devletleri ve Güney Kore ile ilgili bir araştırma yapmıştır. Bulgular, sanayi sektörünün önemini vurgulayan Kaldor'un birinci yasasının geçerli olduğunu göstermiştir. Araştırmacı bulgularına bağlı olarak, gelişmekte olan ülkelerin sanayi sektörünün büyümeye öncelik vermeleri gerektiğini tavsiye etmiştir. Ayrıca sonuçlara göre, sanayi sektörüne yönelik uygulanacak politikalara önem verilmesi ekonomik büyümeyi olumlu etkilemektedir.

Canbay ve Kırcı (2020), 1961-2017 dönemi verileriyle Türkiye'deki sanayi üretimi, tarım ve ekonomik gelişme arasındaki ilişkiyi Johansen eşbütünleşme ve Granger nedensellik testlerini kullanarak araştırmışlardır. Sonuçlar, değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin bulunduğunu göstermiştir. Bunun yanında Türkiye için Kaldor'un birinci ve üçüncü yasasını destekleyen herhangi bir kanıt ulaşılamamıştır. Tespitlere göre, ekonomik büyüme sanayi sektörünü pozitif yönde, sanayi sektörü ise tarım sektörünü negatif yönde etkilemektedir. Ayrıca uzun dönemde ekonomik büyüme tarım sektörünü olumsuz, kısa dönemde tarım sektörü ise ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkilemektedir. Bu bağlamda, ekonomik büyüme için tarım sektörünün sağlayacağı katkı göz ardı edilmemelidir.

Astar (2021), araştırmasında, 1991-2019 dönemine ait verilerle 24 üst orta gelirli ülkeden oluşan bir panel veri seti oluşturularak üç Kaldor yasasının hepsinin geçerliliğini incelemiştir. Araştırmada son yıllarda büyüme için en önemli konulardan biri olan orta gelir tuzağı riski altında oldukları için orta gelirli ülkeler seçilerek araştırılmıştır. Bulgular, orta gelir tuzağı riski altındaki ülkelerde yalnızca Kaldor'un ikinci yasasının geçerli olduğunu göstermiştir. Araştırmacılar, orta gelirli ülkelerde büyümeyi sürdürmek için üretime insan merkezli bir yaklaşım, eğitim ve sağlık gibi sektörlerin geliştirilmesi ve yenilikçi üretim yapılarının oluşturulması gerektiğini belirtmişlerdir.

Gabrisch (2021), Orta ve Doğu Avrupa (CEE) ülkelerindeki on ülkede Kaldor-Verdoorn (KV) yasalarının kısa ve uzun vadeli bileşenlerini Otoregresif Dağılım Gecikme Paneli (Panel ARDL) yaklaşımını kullanarak incelemiştir. Sonuçlar, talep dinamiklerinin verimlilik dinamiklerini yönlendirdiğini göstermiştir.

Kopuk (2021), 1997-2018 dönemi için Türkiye ve Almanya verilerini kullanarak Kaldor'un ilk yasasını test etmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, Almanya ve Türkiye'de GSYİH ile Sanayi Üretim Endeksi arasında uzun vadeli pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Söz konusu dönemde Kaldor'un birinci yasası geçerlidir. Çalışmada bulgular doğrultusunda endüstriyel üretimin uzun vadede ekonomik büyümeyi etkilediği, proaktif ve karar vermenin gerekli olduğuna vurgu yapılmıştır.

Atasever (2021) araştırmasında, Türkiye için 1980-2020 dönemini büyüme, işsizlik, enflasyon ve cari işlemler dengesi değişkenlerini; dar çekirdek, genişletilmiş çekirdek, Keynesyen, Boratav-Heterodoks endeksler çerçevesinde ve İdeal Çözüme Benzerliğe Göre Sıralama Tercihi Tekniği (TOPSIS) yöntemi ile incelemiştir. Sonuçlar, yıllar itibariyle endekslerdeki kırılmaların birbirleriyle büyük ölçüde benzerlik gösterdiğini ortaya koymuştur. Bunun yanı sıra beşerî sermaye, verimlilik, kurumlar ve nüfus gibi unsurların analize dâhil edilmemesi Kaldoryan bakış açısının dönemler arası karşılaştırmalarda yetersiz olduğunu göstermiştir.

Has ve Çınar (2022), 1975-2019 döneminde Türkiye örneklemini kullanarak imalat sanayi sektörü ve döviz kurunun ekonomik büyümeye etkisini incelemiştirlerdir. EKK yönteminin kullanıldığı araştırmanın sonuçlarına göre, döviz kurunda meydana gelen %1'lik artış, ekonomik büyümeyi %0.07 azaltırken, imalat sanayi üretim oranında meydana gelen %1'lik artış, ekonomik büyümeyi %0.52 oranında artırmaktadır. Araştırmacılara göre, imalat sanayinin ekonomik büyüme üzerindeki etkisini artırmak için teşvik ve sübvansiyonlar artırılmalıdır. Üretimden daha fazla katkı elde edebilmek amacıyla da bu durumun sürdürülebilir hale getirilmesi önemlidir.

Literatür genel olarak değerlendirildiğinde, başta sanayileşmiş ülkeler olmak üzere farklı ülke ve ülke grupları kullanılarak Kaldor'un büyüme yasaları çeşitli yöntemlerle analiz edilmiştir. Çalışmaların büyük kısmında sanayi ve ekonomik büyüme arasında pozitif ilişki tespit edilirken, Pata ve Zengin (2020), Kaldor'un yasalarının kullanılan yöntemlere göre değişiklik gösterdiğini ileri sürmüştür. 2007Q1-2021Q4 dönemi verilerini kapsayan yeni bir veri kümesine odaklanan bu çalışmada makroekonomik serilerin yapısal kırılmalığı dikkate alınarak, öncelikle Lee ve Strazicich (LM) çift yapısal kırılma testi uygulanmış, makroekonomik düzeyde Türkiye'nin yapısal değişmelerden etkilendiği kırılma tarihlerinin belirlenmesi hedeflenmiştir. Ele alınan söz konusu literatürden farklı olarak imalat sanayi kapasite kullanım oranının ekonomik büyümedeki rolü incelenmiştir. Yöntem olarak son dönemde araştırmalarda çok sık kullanılan ARDL yöntemi kullanılmış, uzun ve kısa dönem ilişkileri araştırarak imalat sanayi kapasite kullanım oranının ekonomik büyüme üzerindeki etkisine önem verilmiştir.

4. Veri tanımlama, yöntem ve bulgular

4.1. Veri tanımlama

Çalışmamızda ekonomik büyüme ile imalat sanayi arasındaki ilişkiyi belirleyebilmek amacıyla öncelikle serilerin birim kök ve durağanlık düzeylerini belirlemek için Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) ve Phillips-Perron (PP) birim kök testleri kullanılmıştır. Daha sonra serilerin yapısal kırılma etkilerini belirlemek amacıyla Lee-Strazicich (2003) birim kök testi yapılmıştır. Seriler arasındaki uzun dönemli ilişkinin tespit edilmesi amacıyla araştırma ARDL eşbütünleşme analizi yapılarak sürdürülmüştür. Araştırmada imalat ve büyüme arasındaki ilişki 2007 yılının ilk çeyreğinden 2021 yılının dördüncü çeyreğine kadar üçer aylık güncel verilerle incelenmiştir. Verilere yönelik tanımlayıcı ve açıklayıcı bilgiler ise Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1

Veriler ve tanımlayıcı bilgiler

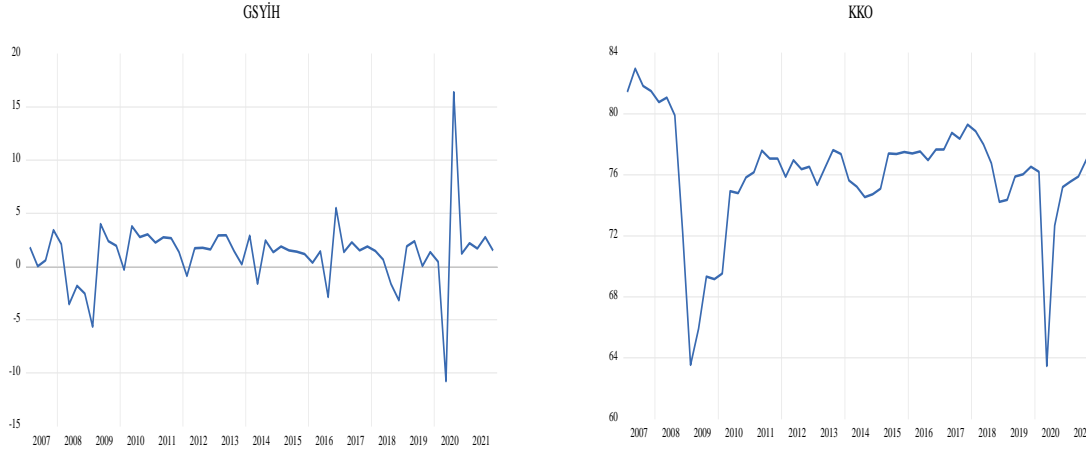
Değişkenler	Değişkenlerin Açıklaması	Zaman Aralığı	Kaynaklar
GSYİH	Üç Aylık Ekonomik Büyüme Oranı	2007Q1-2021Q4	OECD
KKO	İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı	2007Q1-2021Q4	EVDS

Çalışmada GSYİH büyüme oranı bağımlı değişkeni, KKO serisi ise bağımsız değişkeni temsil etmektedir. KKO değişkeninin verileri, kaynağında mevsimsellikten arındırılmış olarak elde edilmiştir. Çalışmada kullanılan model tahmin denklemi aşağıdaki gibidir:

$$GSYİH_t = \alpha_0 + \alpha_1 KKO_t + u_t \quad (1)$$

$GSYİH_t$, gayri safi yurt içi hasılayı; α_0 , sabit terimi; α_1 , regresyon katsayısını; KKO_t , imalat sanayi kapasite kullanım oranını ve u_t ise hata terimini temsil etmektedir.

Literatür bulguları doğrultusunda araştırmanın temel hipotezi “imalat sanayi kapasite kullanım oranının ekonomik büyüme üzerindeki etkisi pozitifdir” şeklindedir. Verilere ilişkin grafikler Şekil 3’te gösterilmiştir.



Şekil 3. GSYİH ve KKO grafikleri

2007-2021 yılları arası GSYİH ve KKO verilerini gösteren grafikler incelendiğinde, GSYİH ve KKO verilerinin genel olarak şoklardan etkilendiği görülmektedir. GSYİH ve KKO serilerinin her ikisinin de 2008 ve 2020 yıllarında kırılma göstermesi dikkat çekmektedir. Belirtilen tarihlerde küresel ekonomik kriz ve covid-19 salgın krizinin etkileri nedeniyle serilerin şoklardan etkilendiği gözlemlenmektedir.

4.2.Yöntem ve bulgular

Çalışmamızda serilerin birim köklerinin incelenmesinden önce seriler arasındaki korelasyon ilişkini tespit etmek amacıyla korelasyon analizi yapılmış ve sonuçlar Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2

Korelasyon analizi

	GSYİH	KKO
GSYİH	1,000000	0,211776
KKO	0,211776	1,000000

Korelasyon analizi sonuçlarına göre, bağımlı değişken olan GSYİH ile bağımsız değişken olan KKO arasında pozitif ve zayıf korelasyon ilişkisi vardır. Korelasyon katsayısının (r) 0,2-0,4 arasında bir değer aldığı görülmektedir. Tablo 3’de verilere ilişkin tanımlayıcı bilgiler rapor edilmektedir.

Tablo 3

Veri tanımlama istatistikleri

	GSYİH	KKO
Ortalama	1,230491	76,01500
Maksimum	16,40050	82,96667
Minimum	-10,76985	63,46667
Standart Sapma	3,198086	3,824987
Jarque-Bera	247,5713	40,79848

Tanımlayıcı istatistiklerin yer aldığı Tablo 3’e göre, 2007Q1-2021Q4 üçer aylık GSYİH verileri değerlendirildiğinde GSYİH’nın büyüme oranının ortalaması 1,23 iken; minimum değeri -10,76 ve maksimum değeri 16,40’tır. İmalat sanayi kapasite kullanım oranı aynı dönemde ortalama olarak 76,01

olarak gerçekleşmiştir. İncelenen dönemde imalat sanayi kapasite kullanım oranının minimum değeri 63,46 iken maksimum değeri 82,97'dir.

4.2.1. Birim kök testleri

Türkiye ekonomisine ilişkin 2007 yılının ilk çeyreğinden 2021 yılının dördüncü çeyreğine kadar olan üçer aylık veriler kullanılarak, zaman serisinin temelini ve öncüllerini oluşturan birim kök testi analizi yapılmıştır. Çalışmada değişkenlerin durağanlığını test etmek ADF ve PP testleri kullanılmıştır. Tablo incelendiğinde değişkenlerin durağanlık düzeyleri belirlenmiş ve farklı durağanlık düzeylerine sahip oldukları gözlenmiştir. ADF birim kök testinde; GSYİH serisi düzeyde durağanlık sağlarken, KKO serisi düzeyde durağanlık sağlayamamıştır. PP testinde ise her iki değişken de durağanlık şartını yerine getirmiştir. Bu durumda H_0 hipotezi reddedilemez. ADF ve PP test sonuçlarına göre, seriler birinci dereceden farkla entegre edilmiştir. Serilerin aynı seviyede durağan olmaması ARDL analizinin yapılabileceğini göstermektedir. Seriler için uygulanan birim kök test sonuçları Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4

ADF ve PP birim kök test sonuçları

Düzey		ADF		PP	
		GSYİH	KKO	GSYİH	KKO
Sabitli	<i>t-istatistik</i>	-9,6368	-3,2262	-9,6368	-3,2879
	Olasılık	0,0000***	0,0233**	0,0000***	0,0199**
Sabitli-Trendli	<i>t-istatistik</i>	-9,6271	-3,1676	-9,6271	-3,2247
	Olasılık	0,0000***	0,1010	0,0000***	0,0896*
Birinci Fark		d(GSYİH)	d(KKO)	d(GSYİH)	d(KKO)
Sabitli	<i>t-istatistik</i>	-6,1417	-7,8742	-41,4907	-7,9972
	Olasılık	0,0000***	0,0000***	0,0001***	0,0000***
Sabitli-Trendli	<i>t-istatistik</i>	-6,0809	-7,8741	-40,9675	-8,0311
	Olasılık	0,0000***	0,0000***	0,0001***	0,0000***

a) (***) %1 düzeyinde, (**) %5 düzeyinde, (*) %10 düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir.

b) Akaike Bilgi Kriterine (AIC) göre gecikme uzunluğu belirlenmiştir.

4.2.2. Lee ve Strazicich çift yapısal kırılmalı birim kök testi

Lee-Strazicich çift kırılmalı LM birim kök testi içsel kırılmaya izin vermektedir. Endojen iki parçalı Lagrange Çarpanı (LM) testinde sıfır ve alternatif hipotezler altında yapısal kırılmalar incelenmektedir. Böylece her iki durumda da sahte hipotez reddi meydana gelmeyecektir (Lee ve Strazicich, 2003, s. 2). Bu testte, tahmin edilen test istatistiği kritik değerden büyük ise yapısal kırılmanın olduğu temel hipotez reddedilmekte ve alternatif hipotez kabul edilmektedir. Kırılma tarihlerini belirlemek için t-test istatistiklerini küçülten noktalar kullanılmaktadır. Model AA sabitte iki kırılmayı, Model CC ise sabitte ve eğimde iki kırılmanın gerçekleştiğini göstermektedir (Küreş, 2019, s. 74). Çalışmamızda ise KKO değişkeninin kırılmanın var olmasından dolayı durağan çıkmadığı düşünüldüğünden ve Türkiye ekonomisinin de kırılmalılığı dikkate alındığından LM çift yapısal kırılma testi uygulanmıştır. Tablo 5'te Lee-Strazicich testinin sonuçları ve tespit edilen kırılma tarihleri gösterilmektedir.

Tablo 5

LM çift yapısal kırılmalı birim kök test sonuçları

Değişken	λ Değeri	Model	Gecikme Uzunluğu	Kırılma Tarihleri	Test İstatistiği	Kritik Değer %5
GSYİH	$\lambda_1:2.4$ $\lambda_2:-0.3$	AA	0	2009Q3 2010Q1	-9,434112	-3,653
	$\lambda_1:3.0$ $\lambda_2:0.4$	CC	7	2010Q4 2020Q1	-12,48957	-5,917
KKO	$\lambda_1:74.4$ $\lambda_2:76.2$	AA	6	2019Q1 2020Q1	-5,512998	-3,563
	$\lambda_1:77.1$ $\lambda_2:76.2$	CC	6	2011Q4 2020Q1	-7,206273	-5,917

Lee-Strazich testine göre GSYİH ve KKO değişkenleri AA modeli ve CC modeli tarafından belirlenen yapısal kırılma noktalarında durağandır. Bu nedenle sıfır hipotezi reddedilmektedir. Tablo 4'teki AA ve CC modellerinin sonuçlarına göre değişkenler, özellikle 2009 ve sonrasındaki gelişmelerden etkilenecek yapısal kırılmalara maruz kalmaktadır. 2008 yılında yaşanan küresel kriz Türkiye ekonomisine de yansımış, 2009 yılında krizin etkileri derinleştikçe piyasa güvensizlikleri artmıştır. Piyasanın inişli çıkışlı bir dönemden geçmesiyle birlikte, krizin etkileri 2010 yılında da devam etmiştir. 2011 yılında Orta Doğu ve Kuzey Afrika'daki bazı ülkelerde yaşanan siyasi olaylar, Avrupa ülkelerindeki borç sorunları ve büyük doğal afetlerin Türkiye ekonomisini doğrudan veya dolaylı olarak etkilediği düşünülmektedir. 2019 yılının sonunda başlayan ve 2020 yılında yaşanan Covid-19 salgını nedeniyle tüm ülkelerin ekonomileri etkilenmiş ve belirtilen olaylar yapısal kırılmaların meydana gelmesinde etkili olmuştur.

4.2.3. Eşbütünleşme testi

Serilerin I(0) ve I(1) formlarında durağan olması Engle-Granger ve Johansen eşbütünleşme analizleri yapılmasına engeldir. Bununla birlikte Pesaran vd. (2001) tarafından geliştirilen ARDL eşbütünleşme yöntemi, I(0) ve I(1) düzeylerinde durağan olan serilerin incelenmesine imkan sağlamaktadır. Bu modelin ilk avantajı, modelde kullanılan serilerin I(0) ya da I(1) düzeylerinde durağan olup olmadıklarına bakılmaksızın uygulanabilmesidir. Bu nedenle ARDL tekniğini uygulamadan önce serilerin durağanlık derecelerini belirlemek gerekmemektedir. Modelin İkinci avantajı da ARDL yönteminde kısıtlanmamış hata düzeltme modeli (UECM) kullanıldığı için, Granger testine kıyasla daha iyi istatistiksel özelliklere sahip olup küçük örneklemelerde uygulanabilmesidir. Engle-Granger ve Johansen analizlerine göre sonuçları daha güvenilirdir (Narayan ve Narayan, 2005, s. 429). ARDL analizi yapılırken, önce değişkenler arasında uzun dönemde eşbütünleşme ilişkisinin bulunup bulunmadığı incelenmelidir. Bunun için bilgi kriterine göre uygun gecikme uzunluğunun belirlenmesi gerekir. Değişkenler arasındaki eşbütünleşme ilişkisi hata düzeltme modeli ile incelenmektedir. ARDL yaklaşımında eşbütünleşme ilişkisinin belirlenmesi için hipotezler;

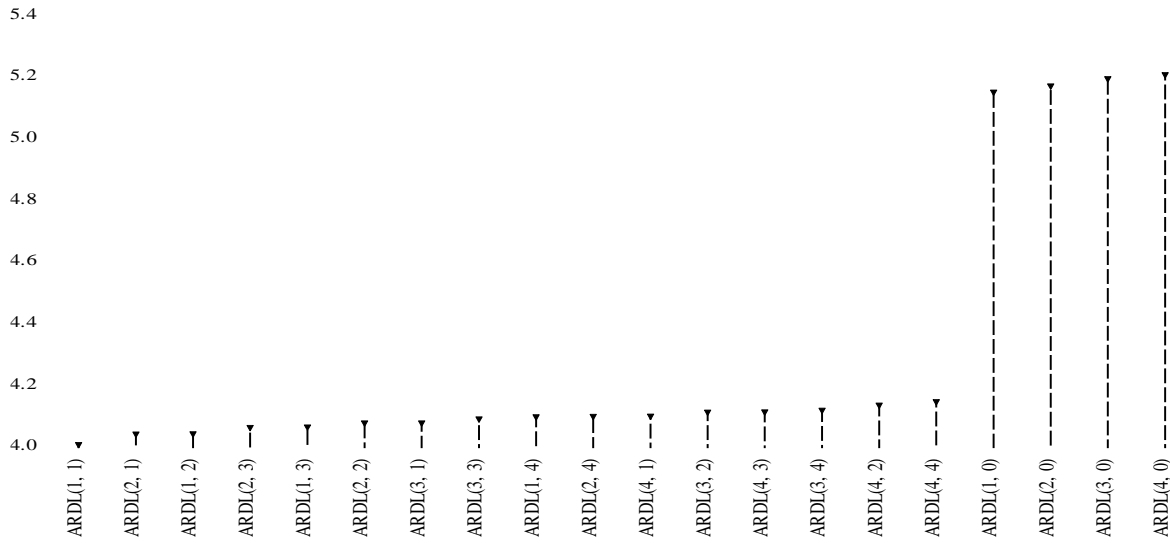
$$H_0 : \beta_1 = 0 \text{ (Eşbütünleşme yoktur),}$$

$$H_1 : \beta_1 \neq 0 \text{ (Eşbütünleşme vardır).}$$

F istatistiğinin değeri a) üst sınır kritik değerinden büyük olduğunda seriler arasında eşbütünleşme ilişkisi olduğuna, b) küçük olması durumunda eşbütünleşme ilişkisinin bulunmadığına ve c) kritik değerler arasında olduğunda ise eşbütünleşmenin varlığının belirsiz olduğuna karar verilmektedir (Demir, 2021, s. 1763).

Şekil 4'te Eviews 12 programı tarafından değerlendirilen 2500 farklı ARDL modeli arasından ilk 20 model, Akaike Bilgi Kriterine (AIC) göre seçilen uygun modelleri göstermektedir. AIC kriterine göre en uygun gecikme uzunluğu 1 olarak belirlenmiş ve uygulanmıştır. Uygun gecikme uzunluğu kullanılarak elde edilen ARDL (1,1) modeli seriler arasındaki ilişkinin belirlenmesi için en iyi model olarak tespit edilmiştir.

Akaike Bilgi Kriteri



Şekil 4. Model kriterleri grafiği

Modeldeki açıklayıcı değişken sayısı 2 olduğundan $K=1$ 'dir. ARDL (1,1) modeli için elde edilen F-istatistik sınır değeri 151,4217 olarak hesaplanmıştır. Bu değeri tüm anlamlılık düzeyleri ile belirlenen üst sınır kritik değerlerinden daha büyük olduğundan H_0 hipotezi reddedilmiş ve alternatif olarak H_1 hipotezi kabul edilmiştir. Modelden elde edilen sonuçlar, seriler arasında kısa ve uzun dönemde eşbütünlüğün bulunduğunu göstermektedir (Tablo 6).

Tablo 6

ARDL sınır testi sonuçları

Model	K	M	F-İstatistiği	Anlamlılık Düzeyi	I(0)	I(1)
ARDL (1,1)	1	1	151,4217	%1	7,4	8,51
				%5	5,125	6
				%10	4,145	4,95

Not: K, açıklayıcı değişken sayısını ve M maksimum gecikme sayısını ifade etmektedir.

ARDL yaklaşımında seriler arasındaki eşbütünlük ilişkisini belirlemek için hata düzeltme modeli (ECM) kullanılmaktadır. ECM, kısa süredeki kırılmaların şokla sonuçlandığı veya uzun vadede dengeye geri döndüğü ayarlama hızını gösterir. ECM'nin anlamlı olması ve şokların ardından uzun vadede dengeye yaklaşması için sonuçlar önemli olup, negatif işaretli ve 1'den küçük olmalıdır (Ndabuga ve Hlotywa, 2021, s. 7). ARDL (1,1) modeli ile elde edilen sonuçlardaki gecikmeli hata terimi (ECM_{t-1}) negatif ve %1 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Bu durum kısa dönemden uzun döneme doğru eşbütünlüğün varlığını göstermektedir. Kısa dönem sonuçlarına göre hata düzeltme faktörü değeri, bir çevrimde oluşan dengesiz etkinin $1/-1,23=0,81$ dönem sonra dengeye ulaşacağını göstermektedir.

ARDL (1,1) modelinin uzun ve kısa dönem katsayı tahmin sonuçları Tablo 7'de gösterilmektedir. Kısa dönemde KKO değişkeni katsayısı pozitif ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Bu nedenle, KKO değişkenindeki bir birimlik artış, GSYİH büyüme oranındaki 0,9 birimlik artış ile sonuçlanmaktadır. Modelin R^2 'si %88,7 olarak belirlenmiş ve oldukça yüksek, anlamlı ve açıklayıcı özelliğe sahip olduğü görülmüştür. Uzun dönemde ise KKO değişkeni katsayısı negatif ve istatistiksel olarak anlamsızdır.

Tablo 7

ARDL uzun dönem ve kısa dönem tahmin sonuçları

Uzun Dönem Tahmin Sonuçları				
Değişken	Katsayı	Standart Hata	t-istatistiği	Olasılık
KKO	-0,023370	0,054465	-0,429081	0,6695
EC = GSYİH - (-0.0234*KKO)				
Kısa Dönem Tahmin Sonuçları ve Hata Düzeltme Modeli				
C	3,748943	0,308855	12,13822	0,0000
D(KKO)	0,900344	0,079466	11,32997	0,0000
CointEq(-1)*	-1,232489	0,070188	-17,55989	0,0000
R ²	0,887261	F- istatistiği	220,3609	0,0000
Düzeltilmiş R ²	0,883234	Durbin-Watson	1,940769	

F istatistik değeri ile belirlenen modelin sağlam ve güvenilir olduğundan emin olmak amacıyla tanısal testler yapılmış ve Tablo 8’de sonuçlar sunulmuştur.

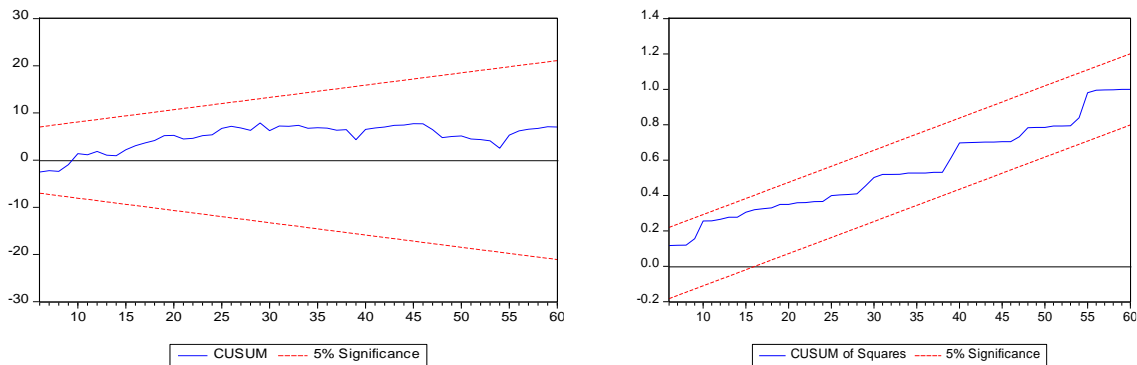
Tablo 8

ARDL tanısal test sonuçları

Tanısal Testler	F- istatistikleri	Olasılık
Breusch-Godfrey Seri Korelasyon LM Test	3,464233	0,1769
Breusch-Pagan-Godfrey Değişen Varyans Testi	6,644319	0,0841
Jarque-Bera Normallik Testi	0,920955	0,630982
Ramsey-Reset Model Uygunluğu Testi	2,172425	0,1463

ARDL (1,1) modelinin tanısal test sonuçlarına göre Breusch-Godfrey testi modelde otokorelasyon sorununun olmadığını göstermektedir. Breusch-Pagan-Godfrey testi sonuçlarına göre modelin değişen varyans probleminin olmadığı tespit edilmiştir. Jarque-Bera testinin sonuçlarına göre modelde normal dağılım sorunu görülmemektedir. Ayrıca Ramsey Reset test sonuçları model uygunluğunu ihlal edici herhangi bir durumun olmadığını ortaya koymaktadır.

Son olarak ARDL modelinin kararlılığını ölçmek amacıyla CUSUM ve CUSUMQ grafik testlerinden yararlanılmıştır. CUSUM ve CUSUMQ grafiklerinde değişkenler, kritik sınırlar arasında kalıyorsa ARDL modelinin kararlı olduğunu söylemek mümkündür. Şekil 5, modelin istikrarlılığını belirlemek amacıyla yapılan CUSUM ve CUSUMQ test sonuçlarını sunmaktadır.



Şekil 5. CUSUM ve CUSUMQ grafikleri

Şekil 5'deki düz çizgiler parametre tahminlerini, kırmızı kesikli çizgiler ise %95 güven sınırlarını temsil etmektedir. Modele uygulanan CUSUM ve CUSUMQ grafikleri değerlendirildiğinde %5 anlamlılık düzeyindedir. Bu sonuç ise, model kurulduğunda herhangi bir sorunun bulunmadığını ve araştırma dönemi için parametrelerin istikrarlı olduğunu göstermektedir.

5. Sonuç

Ekonomik büyüme, toplumun tüm kesimlerini ve refah düzeyini etkileyen önemli bir göstergedir. Refah düzeylerinin yükseltilmesi, tüm gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için önemlidir. Ekonomik büyüme sorunu her zaman iktisatçıların üzerinde en çok durduğu ve üzerinde çalıştığı sosyo-ekonomik konulardan birisi olmuştur. Ekonomik büyümeyi etkileyen birçok faktör vardır ve sanayileşme bunlardan birisidir. Sanayileşme ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi inceleyen Kaldor, iki değişken arasında yakın bir ilişki olduğunu savunmaktadır. Kaldor bu ilişkiyi üç temel yasayla açıklamıştır. Kaldor'un birinci yasasına göre sanayi, ekonomik büyümenin motorudur. İkinci yasaya göre, imalat üretimindeki artış ile imalat iş gücü verimliliğindeki artış arasında güçlü bir pozitif ilişki vardır. Kaldor üçüncü yasada ise imalatta verimlilik artışları ile çıktı artışı arasında pozitif, imalat dışı sektörlerin istihdamı ile negatif bir ilişki olduğunu savunmaktadır.

Bu çalışmada, Türkiye ekonomisi Kaldor'un birinci yasasına göre, 2007:Q1-2021:Q4 dönemi için üçer aylık veriler kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmada ilk olarak ADF ve PP birim kök testleri kullanılarak değişkenlerin durağanlık düzeyi test edilmiştir. Sonuç, ilk değişkenin düzeyde ve birinci fark alındığında durağan olduğunu gösterirken, ikinci değişkenin birinci fark alındığında durağan olduğunu ortaya koymaktadır. Serilerde yapısal kırılma olup olmadığını belirlemek için Lee-Strazicich çift yapısal kırılma birim kök testi uygulanmıştır. Bulgular serinin yapısal değişimlerden etkilendiğini göstermiştir. Kırılmaların meydana geldiği dönemler, küresel kriz ve yurt içinde yaşanan olumsuz etkilerin şoklara neden olduğunu ortaya koymaktadır. Daha sonra değişkenlere ARDL analizi yapılmış ve uzun ve kısa dönem etkileri incelenmiştir. Hata düzeltme modeli katsayısının (-1,232489) işareti negatif ve istatistiksel olarak anlamlı olması hata düzeltme mekanizmasının çalıştığını göstermektedir. Buna göre, imalat kapasitesi kullanımı ile ekonomik büyüme arasında kısa dönemden uzun döneme doğru eşbütünleşme ilişkisi vardır. Araştırmada imalat sanayi kapasite kullanımının ekonomik büyüme üzerindeki uzun dönem etkisini gösteren herhangi bir bulguya rastlanamamıştır. ARDL uzun dönem tahmin sonuçlarına göre KKO değişkeninin katsayısı negatif ve istatistiksel olarak anlamlı değildir. Diğer taraftan kısa dönem tahmin sonuçları imalat kapasite kullanım oranı katsayısının pozitif ve anlamlılık düzeyine sahip olduğunu göstermektedir. Kısa dönemde pozitif ilişkinin var olması, imalat sektörünün teşvik edilmesine yönelik politikaların kararlılıkla sürdürülmesini gerektirmektedir. Buna karşılık sanayinin güçlendirilmesi için uzun vadeli strateji ve hedeflerin oluşturulmasına ihtiyaç vardır.

Çalışmanın ampirik sonuçları Kaldor'un birinci yasasının Türkiye için araştırılan dönem içerisinde geçerli olduğunu göstermektedir. Bu sonuç literatürde yer verilen diğer çalışmalarla benzerlik göstermektedir. Araştırılan diğer çalışmalarda da sanayi sektörünün ülke ekonomisinin motoru olduğu görüşünü yansıtan birinci yasa, araştırılan dönemler ve ülkeler bakımından farklılık göstermemiş ve yasanın geçerliliği tespit edilmiştir. Bu doğrultuda incelenen literatürde, Kaldor'un sadece birinci yasasını araştıran Cantore vd. (2007), Tunalı ve Erbelet (2017), Keho (2018), Saridoğan (2020), Akgündüz (2020) ve Kopuk (2021)'un çalışmalarında da sanayi sektörünün ekonomik büyümenin motoru olduğu sonucuna varılmıştır. Bunun yanısıra Kaldor'un bütün yasalarını inceleyen Canbay ve Kırca (2020) ile Astar (2021)'in çalışmalarında ise Kaldor'un birinci yasasını destekleyen bulgulara ulaşılamamıştır.

Sanayi sektörü, ekonomik büyümenin sağlanması bakımından önemlidir. Sanayi sektörü geliştikçe üretim artmakta ve bu artış istihdamı ve yatırımı olumlu etkilemektedir. Bu durum, istikrarlı bir ekonomi açısından önemli avantajlar sağlamaktadır. Türkiye'nin sanayi sektörü, 1996 yılında yürürlüğe giren Gümrük Birliği Anlaşması ile önemli düzeyde ilerlemeler kaydetmiştir. Anlaşmanın imzalanmasından sonra imalat sanayinin ithalat oranı ve verimliliğinde artış gözlenmiştir. Ancak yüksek vergi oranları, yetersiz üretim kapasitesi, yetersiz teknolojik altyapı gibi olumsuz faktörler, sanayi sektörünün karşılaştığı sorunların çözümlenmesi gerektiğini göstermektedir.

2008 yılındaki küresel krizin ardından Avrupa'daki Büyük Durgunluk nedeniyle sanayi sektöründe büyük bir durgunluk yaşanmıştır. Bu durumdan en çok gelişmiş ülkeler etkilenmektedir. Küresel

ekonomide toparlanmalar gözlenirken, 2020 yılı Covid-19 salgın krizi sorunları artırarak küresel düzeyde sorunları artırmıştır. Krizden hem gelişmekte olan hem de gelişmiş ekonomiler etkilenmekte ve çözüm arayışı devam etmektedir. Bu kapsamda sanayi sektöründe ihracat kanallarının çeşitlendirilmesi ve güçlendirilmesi, krizin etkilerinin giderilmesi ve sektörün güçlendirilmesi bakımından önemlidir. Sanayi sektörü büyüme ve refahın sağlanması açısından önemli bir sektördür. Bu bağlamda, sürdürülebilir ekonomik büyümenin sağlanması için Türk sanayisinin gelişiminin desteklenmesi ve rekabet edebilirliğin artırılabilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda üretim kapasitesinin geliştirilmesi, özel sektör Ar-Ge faaliyetlerinde inovasyon programlarının uygulanması ve verimliliğin artırılmasına yönelik teknolojik altyapının geliştirilmesi gibi politikaların uygulanması, imalat sektörünün güçlendirilmesi için gereklidir.

Yazar beyanı

Araştırma ve yayın etiği beyanı

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

Etik kurul onayı

Bu çalışma için etik kurul onayı gerekmemektedir.

Yazar katkıları

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkıda bulunmuştur.

Çıkar çatışması

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

Destek beyanı

Bu çalışma için herhangi bir destek alınmamıştır.

Kaynakça

- Akgündüz, K. (2020). Kaldor büyüme yasası'nın analizi: Türkiye, Amerika Birleşik Devletleri ve Güney Kore örneği (1985-2018). *Uluslararası İlişkiler ve Diplomasi Dergisi*, 3(2), 24-34. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/pub/uid/issue/58739/689848>
- Almosabbah, I.A. ve Almoree, M.A. (2018). The relationship between manufacturing production and economic growth in the Kingdom of Saudi Arabia. *Journal of Economic Studies*, 45(4), 674-690. Doi: 10.1108/JES-02-2017-0029
- Astar, M. (2021). Orta gelir tuzağı riski yaşayan üst orta gelirli ülkelerde Kaldor büyüme modellerinin ekonometrik analizi. *FSM İlmî Araştırmalar İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 17, 257-278. Doi: 10.16947/fsmia.957081
- Atasever, G. (2021). Türkiye ekonomisine Kaldoryan bakış (1980-2020). *İstanbul İktisat Dergisi*, 71(1), 59-80. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/pub/istjecon/issue/64179/886478>
- Bozkurt, B. (2011). *Türkiye'de 1960 – 1980 müdahale dönemi ekonomileri: iktisat politikaları ve makro ekonomik göstergeler açısından bir analiz*. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay.
- Canbay, Ş. ve Kırca, M. (2020). Türkiye'de sanayi ve tarım sektörü faaliyetleri ile iktisadi büyüme arasındaki ilişkiler: Kaldor büyüme yasasının analizi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 143-170. Doi: <https://doi.org/10.15869/itobiad.663654>
- Cantore, N., Clara, M., Lavopa, A. ve Soare, C. (2017). Manufacturing as an engine of growth: which is the best fuel?. *Structural Change and Economic Dynamics*, 42, 56-66. Doi: 10.1016/j.strueco.2017.04.004
- Çeçen, A. A., Doğruel, A. S. ve Doğruel, F. (1990). *Türkiye'de ekonomik büyüme yapısal dönüşüm ve kriz (2. baskı)*. İstanbul: Egemen Yayınları.
- Çetin, M. (2009). Kaldor büyüme yasasının ampirik analizi: Türkiye ve AB ülkeleri örneği (1981-2007). *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 11(1), 355-373. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/pub/akuiibfd/issue/1627/20395>

- Demir, Y. (2021). Eğitim, sağlık ve ar-ge harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin Ardl sınır testi ile belirlenmesi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(3), 1758-1770. Doi: <https://doi.org/10.33206/mjss.918786>
- Doğruel, F. ve Doğruel, F. S. (2005). *Türkiye’de enflasyonun tarihi*. Ankara: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası ve Türkiye Tarih Vakfı, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası.
- Doruk, Ö. T. (2019). Kaldor büyüme modelinin gelişmekte olan ülkeler için sınanması: panel veri analizlerinden bulgular. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 20(2), 31-50. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/doujournal/issue/66664/1042990>
- Gabrisch, H. (2021). The long-run properties of the Kaldor–Verdoorn law: a bounds test approach to a panel of Central and East European (CEE) countries. *Empirica*, 48, 101-121. Doi: 10.1007/s10663-019-09467-0
- Gölhan, M. (2012). Türkiye’de sanayileşme ve istihdam. *Journal of Social Policy Conferences*, 0(39), 9-20. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iusskd/issue/936/10555>
- Has, B. ve Çınar, S. (2022). Türkiye’de imalat sanayi ve ekonomik büyüme ilişkisi. *Bucak İşletme Fakültesi Dergisi*, 5(1), 7-22. Doi: <https://doi.org/10.38057/bifd.999364>
- Kaldor, N. (1957). A model of economic growth. *The Economic Journal*, 67(268), 591-624. Doi: <https://doi.org/10.2307/2227704>
- Kaldor, N. (1966). Causes of the slow rate of economic growth of the United Kingdom. *Cambridge University Press*, Cambridge.
- Keho, Y. (2018). Economic growth of ECOWAS countries and the validity of Kaldor’s first law. *Journal of Global Economics*, 6(2), 2375-4389. Doi: 10.4172/2375-4389.1000291
- Kopuk, E. (2021). Kaldor yasasının geçerliliği: Türkiye ve Almanya’ nın karşılaştırılması. *International Anatolia Academic Online Journal / Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), 1-12. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iaaoj/issue/60800/848575>
- Korkmaz, S. ve Şahin Ş. (2017). Türkiye’de sanayi üretimi ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi. *Sosyal Bilimler Metinleri*, 2017 Temmuz ICOMEP Özel Sayısı, 162-170.
- Küreş, O. (2019). *Zaman serileri analizinde yapısal kırılma testleri ve bir uygulama*. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Lee, J. ve Strazicizh, M.C. (2003). Minimum lagrange multiplier unit root test with two structural breaks. *The Review of Economics and Statistics*, 85(4), 1082-1089. Doi: 10.1162/003465303772815961
- Mercan, M. ve Kızılkaya, O. (2014). Türkiye’de sanayi sektörü ekonomik büyüme ve verimlilik ilişkisinin Kaldor yasaları çerçevesinde sınanması: ekonometrik bir analiz. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 36(1), 137-160. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/muiibd/issue/493/4380>
- Moyo, C. ve Jeke, L. (2019). Manufacturing sector and economic growth: a panel study of selected African countries. *Journal of Business and Economics Review*, 4(3), 114-128. Doi: 10.35609/jber.2019.4.3(1)
- Narayan, P. K. ve Narayan, S. (2005). Estimating income and price elasticities of imports for Fiji in a cointegration framework. *Economic Modelling*, 22(3), 423-438. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2004.06.004>
- Ndaguba, E. A. ve Hlotywa, A. (2021). Public health expenditure and economic development: The case of South Africa between 1996 and 2016. *Cogent Economics and Finance*, 9(1), 1-14. Doi: <https://doi.org/10.1080/23322039.2021.1905932>
- OECD (2022). Quarterly GDP. Erişim, 3 Ağustos 2022, <https://data.oecd.org/gdp/quarterly-gdp.htm>.
- Özyurt, M. (2020). *Sağlık harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki: Türkiye üzerine ekonometrik bir çalışma*. İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Pata, U. K. ve Zengin H. (2020). Testing Kaldor’s growth laws for turkey: new evidence from symmetric and asymmetric causality methods. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), 713-729. Doi: <https://doi.org/10.18074/ckuiibfd.625455>
- Pesaran, M. H., Y. Shin ve R. J. Smith (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of Applied Econometrics*, 16(3), 289-326. Doi: <https://doi.org/10.1002/jae.616>
- Polat, H. (2011). Türkiye ekonomisinde imalat sanayi. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(2), 24-39. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/duiibfd/issue/32248/357883>

- Sarıdoğan, H. Ö. (2020). Kaldor'un birinci yasası çerçevesinde sanayileşme ve büyüme ilişkisi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(5), 1489–1496. Doi: <https://doi.org/10.18506/anemon.647362>
- Tunalı, H. ve Erbelet, E. (2017). Ekonomik büyüme ve sanayileşme ilişkisinde Kaldor yasasının Türkiye'deki geçerliliğinin analizi. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1), 1-15. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/klujfeas/issue/31074/331200>
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. Ekonomik ve Sosyal Göstergeler. Erişim, 27 Ağustos 2022, <https://www.sbb.gov.tr/ekonomik-ve-sosyal-gostergeler/#1540021349004-1497d2c6-7edf>.
- T.C. Merkez Bankası. EVDS. Erişim, 3 Ağustos 2022, <https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket>.
- TÜSİAD. (2008). *Türkiye Sanayiine Sektörel Bakış*. Erişim adresi: <https://tusiad.org/tr/yayinlar/raporlar/item/3659-turkiye-sanayiine-sektorel-bakis>.



Bireylerin demografik ve finansal profillerine göre finansal kapasitelerinin analizine yönelik bir alan araştırması*

Salih Aydın^{a**}, Mehmet Serkan Çalı^b

^aDr. Öğr. Üyesi, Artvin Çoruh Üniversitesi, Borçka Acarlar Meslek Yüksekokulu, Finans Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, Borçka, Artvin, 08400 Türkiye. E-posta: salihaydin@artvin.edu.tr. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3817-1169>

^bDr. Öğr. Gör., Artvin Çoruh Üniversitesi, Artvin Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Bölümü, Merkez, Artvin, 08000 Türkiye. E-posta: mscali@artvin.edu.tr. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8053-7542>

MAKALE BİLGİSİ

Geliş tarihi: 17.11.2022
Kabul tarihi: 14.08.2023
Çevrimiçi kullanım tarihi: 28.10.2023
Makale Türü: Araştırma makalesi

Anahtar Kelimeler:

Finansal kapasite,
finansal planlama,
finansal yönetim,
sermaye piyasası.

ÖZ

Finansal kapasite, finansal piyasaların etkin işleyişine ve finansal istikrara katkıda bulunan bir kavramdır. Finansal kapasite, bireylerin finansal yeterliliklerini gösteren ve finansal okuryazarlığı içine alan bir kavramdır. Bu çalışmada öncelikle bireylerin finansal kapasiteleri belirlenmiş daha sonra farklı demografik ve finansal profile sahip bireylerin finansal kapasitelerinde farklılık olup olmadığı tespit edilmiştir. Bu amaçla hazırlanan anket formu tesadüfi örneklem yöntemi ile bireylere ulaştırılmış ve verilen cevaplar doğrultusunda analizler yapılmıştır. Demografik değişken olarak yatırımcıların cinsiyeti, medeni durumu, eğitim durumu, yaşı, mesleği ve gelir düzeyi çalışmaya dâhil edilmiştir. Bireylerin finansal profillerini belirlemeye yönelik olarak ise bireylerin aylık tasarruf düzeyleri, elde edilen gelirin yeterlilik durumu, risk profili ve bireylerin finansal durumu dikkate alınmıştır. Finansal kapasitenin ölçülmesinde para yönetimi, finansal planlama, finansal ürün seçimi ve finansal bilgi olmak üzere dört değişken kullanılmıştır. Elde edilen verilerin analiz edilmesinde SPSS programından faydalanılmıştır. Çalışmaya toplam 445 kişi katılım göstermiştir. Çalışma sonucunda bireylerin para yönetimi, finansal planlama, finansal ürün seçimi ve finansal bilgiye ulaşım olmak üzere finansal kapasitelerini belirlemeye yönelik kullanılan değişkenlere verdikleri cevaplara göre finansal kapasite düzeylerinin yüksek çıktığı tespit edilmiştir. Çalışmada aynı zamanda cinsiyet, yaş, gelir, tasarruf ve varlık yapısı değişkenlerine göre bireylerin finansal kapasite düzeylerinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Politika yapıcıları bireylerin finansal kapasitelerini daha da yukarı çıkarmaya yönelik stratejiler geliştirebilir, bireyler arasındaki bu farklılıkları ortadan kaldırmaya yönelik çalışmalar yürütebilir.

* Bu çalışma 29 Eylül – 1 Ekim 2022’de Tokat’ta düzenlenen 9. Uluslararası Muhasebe ve Finans Araştırmaları Kongresi’nde “Bireylerin demografik ve finansal profillerine göre finansal kapasitelerinin analizi” adlı başlıkla özet bildiri olarak sunulmuştur.

** Sorumlu yazar

Doi: <https://doi.org/10.30855/gjeb.2023.9.3.003>

Analysis of financial capacity of individuals according to demographic and financial profiles

ARTICLE INFO

Received: 17.11.2022

Accepted: 14.08.2023

Available online: 28.10.2023

Article type: Research article

Keywords:

Financial capacity, financial planning, financial management, capital market.

ABSTRACT

Financial capacity is a concept that contributes to the effective functioning of financial markets and financial stability. Financial capacity is a concept that shows the financial competence of individuals and includes financial literacy. In this study, first of all, the financial capacities of individuals were determined, then it was determined whether there was a difference in the financial capacities of individuals with different demographic and financial profiles. The questionnaire form prepared for this purpose was sent to the individuals by random sampling method and analyses were made in line with the answers given. As demographic variables, the gender, marital status, education level, age, occupation and income level of the investors were included in the study. In order to determine the financial profiles of individuals, monthly savings levels of individuals, adequacy of income, risk profile and financial status of individuals were taken into account. Four variables, namely money management, financial planning, financial product selection and financial information, were used to measure financial capacity. SPSS program was used to analyze the obtained data. A total of 445 participants participated in the study. As a result of the study, it has been determined that the financial capacity levels of individuals are high according to the answers they give to the variables used to determine their financial capacity, such as money management, financial planning, financial product selection and access to financial information. At the same time, significant differences were found in the financial capacity levels of individuals according to the variables of gender, age, income, savings and wealth structure. Policy makers can develop strategies to further increase the financial capacities of individuals and carry out studies to eliminate these differences between individuals.

1. Giriş

Finans kavramı modern toplumda önemli bir yaşam alanına sahiptir. Finansal birçok gelişme bireylerin yaşam kalitesine doğrudan etki etmektedir. Finansal memnuniyete sahip bireylerin yaşam memnuniyeti de yüksek olmaktadır (Xiao, Chen ve Chen, 2014, ss. 415-416). Bireyler çalışma hayatları boyunca ve emeklilik dönemlerinde finansal refah seviyelerinin yüksek olmasını ister. Ancak bireylerin refah seviyelerini yukarıya çıkaracak finansal kararları almaları günümüzde geçmişe göre kolay değildir (Lusardi, 2011, s. 1). Günümüzde finansal bilgiye ulaşmak kolay olsa da bilgi kirliliğinin ortaya çıkardığı dezenformasyon, bireylerin yanlış kararlar almalarına neden olmaktadır. Bireylerin yanlış kararlar vermemeleri için finansal okuryazarlık düzeylerini yukarı çıkarmaları önem arz etmektedir.

Bireylerin yaşamları boyunca finansal refahlarını yukarı çıkarmak ve finansal kaynakları etkin bir şekilde kullanmaları için finansal okuryazarlık düzeylerini artırmaları gerekmektedir. Finansal okuryazarlık düzeyi düşük olan bireyler yaşanan ekonomik zorluklar karşısında savunmasız kalırlar (Sherraden, 2010, s. 1). Başkalarını takip ederek onların finansal kararlarına göre hareket eden bireyler hızlı değişen ekonomik konjonktürde bireysel varlıklarını tamamen kaybetme riski ile karşı karşıya kalırlar.

Finansal okuryazarlık, insanların finansal durumlarını daha iyi yönetmeleri konusunda daha yetenekli hale gelmelerini sağlayacaktır. Finansal kapasitesi düzeyi artan birey, sağlıklı finansal kararlar

alır ve finansal refah düzeyini yukarıya taşır. Bu nedenle finansal kapasite kavramı finansal okuryazarlık kavramını da içine almaktadır.

Finansal kapasite, bireyin finansal durumunu kontrol etme ve yönetme becerisidir. Finansal kapasite, sosyoekonomik ve çevresel koşullara rağmen bireyin finansal durumunu en iyiye getirmeye yönelik çabasıdır. Finansal kapasite, finansal hedeflere ulaşmak ve finansal refahı yükseltmek için uygun finansal bilgiyi bulma ve gerekli finansal davranışı gerçekleştirme yeteneğidir (Mokhtar, Sabri ve Ho, 2020, s. 1082). Bireylerin finansal iyi oluşlarının ön koşulu kapasitelerini yukarıya çıkarmaktan geçer.

Finansal kapasite, finansal okuryazarlığı, para yönetimini, finansal planlamayı, ürün seçimini ve bilgiye erişimi içeren çok boyutlu ve dinamik bir kavramdır. Finansal kapasite, kapsamlı finansal faaliyetlerde bulunarak refahı artıran bir davranış biçimidir (Kumar, Pillai, Kumar ve Tabash, 2022, s. 5). Finansal kapasitenin okuryazarlığı da içine alan çok boyutlu bir kavram olduğu anlaşılmaktadır.

Finansal yetenek olarak da literatürde yer alan finansal kapasite, uygun finansal hizmetlere erişimi içeren, ancak bununla sınırlı olmayan, kolaylaştırıcı bir ortamda, kişinin hayatının koşullarına en uygun para yönetimi kararlarını almak ve uygulamak için gereken tutum, bilgi, beceri ve öz yeterliliğin birleşimidir (Storchi ve Johnson, 2016, s. 4). Özetle finansal kapasite, insanların finansal bilgileri işleme, plan yapma, tasarruf, borç ve emeklilik hakkında bilinçli kararlar verme yeteneğidir (Lučić, Barbić ve Uzelac, 2022, s. 1).

Çalışmada bireylerin finansal kapasite düzeylerinin durumu ve finansal kapasite düzeylerinde demografik ve finansal profile göre farklılık olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda giriş kısmında finansal kapasitenin tanımı yapılmıştır. Literatür kısmında bu alanda yapılmış önceki çalışmalara değinilmiştir. Yöntem kısmında çalışmada kullanılan yöntem hakkında bilgiler verilmiştir. Son olarak da çalışmada elde edilen bulgulara ve sonuçlara değinilmiştir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda bireylerin finansal kapasitelerinin daha da yukarıya çıkartılması için politika yapıcılara çeşitli öneriler sunulmuş çalışmada sonlandırılmıştır.

2. Literatür taraması

Finansal kapasite son yıllarda ortaya çıkan ve nispeten yeniliğini koruyan bir kavramdır. Bugüne kadar finansal kapasitenin gelişimine bazı araştırmacılar katkıda bulunmuştur (Xiao vd. 2014, s. 417). Finansal kapasite alanında yapılan çoğu çalışma finansal kapasitenin sonuçlarını veya finansal kapasiteyi oluşturan bileşenler arasındaki ilişkiyi tespit etmeye yöneliktir (Xiao ve Bialowolski, 2022, s. 3).

Atkinson, McKay, Kempson ve Collard (2006), yaptıkları çalışmada yetişkinler arasındaki finansal kapasitenin belirleyicilerini tespit etmeye çalışmışlardır. Bu kapsamda yaptıkları çalışmada para yönetimi, finansal planlama, ürün seçimi ve bilgiye erişim olmak üzere dört değişkenin finansal kapasiteyi ölçmek için kullanılabileceği sonucuna varılmıştır.

Johnson ve Sherraden (2007), ABD’de yaşayan gençler üzerine yaptıkları çalışmada gençlerin finansal eğitime artan bir ilgisinin olduğunu tespit etmişlerdir. Çalışmada, finansal planlamanın çocukluk yaşından itibaren bireylere aşılması ile gelecekte finansal başarı ve refahın sağlanabileceği vurgulanmıştır. Son olarak çalışmada, finansal kapasite ve fırsatların kişinin finansal refahına katkıda bulunan kavramlar olduğu açıklanmıştır.

De Meza, Irlenbusch ve Reyniers (2008), Birleşik Krallık’ta yaşayan bireyler üzerine yaptıkları çalışmada bireylerin finansal kapasitelerindeki farklılıkların bilimsel farklılıklardan ziyade psikolojik farklılıklardan meydana geldiğini belirtmişlerdir.

Klapper ve Panos (2011), yaptıkları çalışmada Rusya’da yaşayan bireylerin finansal okuryazarlık düzeyleri ve emeklilik planlamaları arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışma sonucunda bireylerin gelirleri ile finansal okuryazarlıkları arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit etmişlerdir. Yüksek gelir düzeyine sahip bireylerin finansal okuryazarlığı da diğer bireylere göre daha yüksektir.

Taylor (2011), İngiliz hane halkı panel anketini kullanarak finansal kapasiteyi ölçmeye çalışmıştır. Çalışmada finansal kapasitenin yaşam kalitesi ve fiziksel anlamda bireylerin sağlıkları ile pozitif ilişkili

olduğu kanıtlanmıştır. Finansal kapasite düzeyi yüksek olan bireylerin yaşam kaliteleri ve fiziksel sağlıkları da iyidir. En düşük finansal kapasiteye sahip kesim ise genç işsizler olarak bulunmuştur.

Falahati ve Paim (2012), Malezya'daki 11 üniversitede eğitim gören üniversite öğrencilerine yönelik yaptıkları çalışmada, cinsiyetin finansal tutum ve sosyalleşme üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Çalışmada, erkeklerin çocukluk döneminde daha erken sosyalleşmesi nedeniyle parayı yönetmede daha başarılı olduğu kanıtlanmıştır.

Huang, Nam, Sherraden ve Clancy (2015), çocukların orta öğretim sonrası eğitimi için tasarruf ve varlık birikiminde finansal erişimin ve finansal bilginin rolünü araştırmışlardır. 2704 çocuk üzerinde yapılan bu çalışmada, çocuklara finansal bilgilerini artırıcı destekler verilerek onların finansal kapasitelerinin artırılacağı belirtilmiştir. Tüm çocuklar için finansal bilgiyi geliştiren, finansal erişimi genişleten ve varlık birikimini geliştiren müdahalelerin gerekliliğine vurgu yapılmıştır.

Xiao, Chen ve Sun (2015), çalışmalarında bireylerin yaşları ile finansal kapasiteleri arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Finansal kapasitenin ölçülmesinde beş değişken kullanılmıştır. Finansal kapasitenin yaş ile birlikte artması gerektiğinden yola çıkan araştırmacılar hipotezlerini bu doğrultuda oluşturmuşlardır. 2012 yılında ABD'deki Ulusal Finansal Kapasite çalışmasında elde edilen veriler kullanılmıştır. Yapılan çalışma sonucunda bireylerin yaşı arttıkça finansal kapasitelerinin yükseldiği tespit edilmiştir. Yaş ile finansal kapasite arasında pozitif ilişkinin olduğu kanıtlanmıştır. Lowies, Helliar, Lushington ve Whait (2019), çalışmalarında benzer sonuçlar elde etmişlerdir. İnsanların yaşlarının ilerlemesi ile daha iyi finansal kararlar almalarına yardımcı olacak finansal bilgi ve deneyime sahip olacaklarını tespit eden araştırmacılar bireylerin yaşı ile finansal kapasiteleri arasında pozitif ilişkinin olduğunu aktarmışlardır.

Xiao ve Porto (2017), finansal eğitim ile finansal doyum arasında finansal kapasitenin aracılık etkisini incelemişlerdir. 2012 yılında ABD'de yapılan Ulusal Finansal Kapasite Çalışmasından elde edilen verilere göre finansal kapasite endeksi finansal eğitim ile finansal doyum arasında güçlü bir aracı değişkendir.

Millimet, McDonough ve Fomby (2018), ABD'de gıda güvenliği ile finansal kapasite arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Kuzey Teksas'taki bireyler çalışmaya dâhil edilmiştir. Çalışma sonucunda finansal kapasitenin ve finansal davranışların gıda güvenliği ile ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Finansal kapasitesi düşük olan bireylerin güvensiz gıdalara maruz kaldığı söylenebilir.

Xiao ve O'Neill (2018), plan yapma eğilimi ile finansal kapasite arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. 2015 yılında ABD'de yapılan Ulusal Finansal Kapasite Çalışmasından alınan verilerin kullanıldığı bu çalışmada finansal kapasite ile planlama eğilimi arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Sonuç olarak finansal planlamanın arzu edilen bir finansal davranış olduğu söylenebilir.

Al-Bahrani, Weathers ve Patel (2019), çalışmalarında finansal kapasiteyi etnik köken itibarıyla araştırmışlardır. ABD'de yapılan bu çalışmada beyazların azınlıklara göre daha yüksek finansal okuryazarlık düzeyine sahip olduğu çalışmada vurgulanmıştır. Çalışma sonucunda ailenin finansal anlamda yeterli desteği sunmadığı ve finansal okuryazarlık eğitimlerinin yeterli olmadığı toplumlarda finansal kapasite düzeyinin diğer toplumlara göre daha düşük olduğu tespit edilmiştir.

Potocki ve Cierpiał-Wolan (2019), Polonya'nın kırsal bölgelerindeki düşük gelirli bireylerin finansal kapasitelerini incelemişlerdir. Farklı yoksulluk göstergelerinin finansal kapasite üzerindeki etkisini tespit etmek için ANOVA testi yapılmıştır. Seçilmiş faktörlerin etki düzeylerini tespit etmek için regresyon analizi yapılmıştır. Çalışma sonucunda finansal kapasite ile katılım arasında kuvvetli bir ilişki tespit edilmiştir.

Nam ve Loibl (2021), ABD'de emekliliği yaklaşan düşük gelirli bireylerin finansal planlama davranışları ile finansal kapasiteleri arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. 2015 Ulusal Finansal Kapasite Çalışmasından elde edilen veriler analiz edilmiş ve düşük gelirli ve emekliliği yaklaşan bireylerin finansal kapasitelerini artıracak finansal davranışlar kazanmaları gerektiği vurgulanmıştır.

Kim, Koo ve Jang (2022), Filipinli işçilerin finansal davranışlarını etkileyen faktörleri belirlemeyi amaçlamışlardır. 116 işçi üzerinde yapılan bu çalışmada elde edilen veriler regresyon yöntemi yardımı

ile analiz edilmiştir. Filipinli göçmen işçiler üzerinde yapılan çalışmada yüksek finansal kapasiteye sahip işçilerin diğer işçilere göre daha olumlu finansal davranışlar sergiledikleri tespit edilmiştir.

Sun ve Chen (2022), çalışmalarında finansal kapasite ile sağlık arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmada RAND American Life Panel ve yapısal eşitlik modelleme yaklaşımından elde edilen veriler kullanılmıştır. Çalışma sonucunda finansal kapasitesi yüksek olan bireylerin daha iyi sağlık koşullarından faydalandığı tespit edilmiştir. Çalışmada finansal kapasite ile sağlık arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Çalışma sonucunda finansal kapasitenin sağlık üzerinde olumlu ve uzun vadeli etkisinin varlığı kanıtlanmıştır. Finansal kapasite sağlığın bağımsız bir belirleyicisidir.

Sun, Chen, Ansong, Huang ve Sherraden (2022), yapısal eşitlik modeli yardımıyla 2015 Ulusal Finansal Kapasite Çalışmasından elde edilen verileri kullanarak finansal kapasite çerçevesinin bileşenlerini ve mekanizmalarını incelemişlerdir. Çalışmada finansal kapasite ile fırsat ve yetenek arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

Xiao ve Kim (2022), kişilerin borç durumu ile yaşadıkları finansal stres arasındaki ilişkide finansal kapasitenin düzenleyici rolünü incelemişlerdir. 2018 yılında ABD’de yapılan Ulusal Finansal Kapasite Çalışmasından elde edilen veriler çok değişkenli regresyon analizi yardımı ile analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda finansal kapasite ile stres arasında negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

Yi, Meng, Linghu ve Zhang (2022), finansal kapasite ile girişimcilik faaliyeti arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. 2013, 2015 ve 2017 yıllarında yapılan Çin Hane Halkı Finansmanı anketinden elde edilen veriler analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda finansal kapasitenin girişimcilik faaliyeti ile pozitif yönlü bir ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada aynı zamanda finansal kapasitenin etkilerinin farklı girişimciler için farklılık ortaya koyduğu da vurgulanmıştır.

3. Yöntem

3.1. Veri toplama aracı ve süreci

Çalışmada veri toplama aracı olarak anket tekniği seçilmiştir. Anket formu bireylere kartopu örneklem yöntemi kullanılarak ulaştırılmış ve 445 adet anket formu bireyler tarafından cevaplandırılmıştır. Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde bireylerin demografik değişkenlerini belirlemeye yönelik sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümde bireylerin finansal durumlarını ve yatırımcı profillerini tespit etmek için sorular sorulmuştur. Son bölümde ise dört alt başlık için 5’er soru olmak üzere bireylerin finansal kapasitelerini ölçmeye yönelik toplam 20 soru bireylere yönlendirilmiştir. Elde edilen verilerin analizinde SPSS’den yararlanılmıştır.

Bu araştırma için Artvin Çoruh Üniversitesi Etik Kurulu’nun 22.07.2022 tarih ve E-18457941-050.99-56723 sayılı kararı ile etik kurul onayı alınmıştır.

3.2. Araştırmanın amacı ve yöntemi

Çalışmanın amacı, bireylerin finansal kapasite düzeylerini belirlemek ve bireylerin demografik ve yatırımcı profillerine göre finansal kapasitelerinde anlamlı farklılık olup olmadığını tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda çalışmada, Mokhtar ve diğerleri (2020), tarafından yapılan çalışmada oluşturulan ölçek kullanılmıştır. Finansal kapasitenin belirlenmesinde para yönetimi, finansal planlama, ürün seçimi ve bilgiye erişim değişkenleri kullanılmıştır.

3.3. Araştırmanın hipotezleri

Finansal kapasiteye yönelik çalışmalar incelendiğinde bireylerin finansal kapasiteleri, finansal durumları ile birlikte birçok faktörü de etkilemektedir. Bu kapsamda bazı çalışmalarda ise bireylerin farklı demografik ve yatırımcı profillerine göre finansal kapasitelerinde farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Ancak literatürdeki çalışmalar incelendiğinde ulusal literatürde bu alanda bir boşluğun olduğu görülmektedir.

Literatürdeki çalışmalarla paralel olarak çalışmada öncelikle bireylerin finansal kapasite düzeyleri incelenmiştir. İkinci kısımda ise bireylerin demografik ve yatırımcı profillerine göre finansal kapasitelerinde anlamlı farklılık olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda çalışmada aşağıdaki hipotezler ölçülmeye çalışılmıştır.

- H1:** Bireylerin cinsiyetlerine göre finansal kapasitelerinde anlamlı farklılık vardır.
- H2:** Bireylerin medeni durumlarına göre finansal kapasitelerinde anlamlı farklılık vardır.
- H3:** Bireylerin yaşlarına göre finansal kapasitelerinde anlamlı farklılık vardır.
- H4:** Bireylerin eğitim durumlarına göre finansal kapasitelerinde anlamlı farklılık vardır.
- H5:** Bireylerin gelir durumlarına göre finansal kapasitelerinde anlamlı farklılık vardır.
- H6:** Bireylerin tasarruf düzeylerine göre finansal kapasitelerinde anlamlı farklılık vardır.
- H7:** Bireylerin gelir yeterlilik durumuna göre finansal kapasitelerinde anlamlı farklılık vardır.
- H8:** Bireylerin finansal durumlarına göre finansal kapasitelerinde anlamlı farklılık vardır.

4. Araştırma bulguları

4.1. Tanımlayıcı istatistikler

Bireylerin demografik ve finansal profillerine göre finansal kapasitelerinin analizine geçmeden önce araştırmaya katılım gösteren 445 bireye ait tanımlayıcı istatistikler Tablo 1 ve Tablo 2’de gösterilmiştir. Tablo 1’de bireylerin demografik özelliklerinin dağılımı verilmiştir.

Tablo 1

Bireylerin demografik değişkenlerine ait tanımlayıcı istatistikler

Değişkenler	Frekans	%
Kadın	47	10,6
Erkek	398	89,4
Evli	351	78,9
Bekâr	94	21,1
25 yaş altı	16	3,6
25-34 yaş arası	108	24,3
35-44 yaş arası	186	41,8
45-54 yaş arası	104	23,4
55 yaş ve üzeri	31	7,0
Lise ve öncesi	66	14,8
Önlisans	48	10,8
Lisans	250	56,2
Lisansüstü	81	18,2

Tablo 1’e göre araştırmaya katılım gösteren bireylerin %90’a yakını erkeklerden oluşmaktadır. Yine araştırmaya katılım gösteren bireylerin yaklaşık %79’luk kısmı evli bireylerden oluşurken %90’lık kısmı 25-54 yaş aralığındadır. Son olarak da bireylerin yarısından fazlasının en az lisans düzeyinde bir eğitim aldığı görülmektedir.

Tablo 2’de bireylerin finansal profillerine göre dağılımları verilmiştir.

Tablo 2

Bireylerin finansal profillerine ait tanımlayıcı istatistikler

	Değişkenler	Frekans	Yüzde
Aylık Gelir	5500 TL ve altı	20	4,5
	5501 TL-9000 TL arası	71	16,0
	9001 TL-12000 TL arası	78	17,5
	12001 TL-15000 TL arası	66	14,8
	15001 TL ve üzeri	210	47,2
Tasarruf Düzeyi	Tasarruf yapamıyorum	71	16,0
	Gelirim %10'undan daha azını	82	18,4
	Gelirim %10-%20 arasını	116	26,1
	Gelirim %21-%30 arasını	65	14,6
	Gelirim %30'undan daha fazlasını	111	24,9
Gelir Yeterlilik Durumu	Hiç yeterli değil	42	9,4
	Sadece temel ihtiyaçlarım için yeterli	174	39,1
	Birçok ihtiyacım için yeterli düzeyde	106	23,8
	Yeterli ve tasarruf edebilecek düzeyde	123	27,6
Finansal Durum	Varlıklarım borçlarımdan fazladır	315	70,8
	Varlıklarım ile borçlarım denktir	60	13,5
	Borçlarım varlıklarımdan fazladır	70	15,7

Tablo 2'ye göre araştırmaya katılım gösteren bireylerin %47'sinin aylık geliri 15.000 TL üzeridir. Bireylerin sadece %16'sı gelirlerinden hiçbir şekilde tasarruf yapamadığını belirtmiştir. Aynı zamanda bireylerin %39'u gelirlerinin sadece temel ihtiyaçları için yeterli olduğunu söylemiştir. Araştırmaya katılım gösteren bireyler içerisinde varlıkları borçlarından fazla olan bireylerin oranı yaklaşık %71'dir.

4.2. Finansal kapasite analizi sonuçları

Çalışmada finansal kapasite belirleyicileri olarak Mokhtar vd. (2020) çalışmasında kullanılan para yönetimi, finansal planlama, finansal ürün seçimi ve finansal bilgiye erişim olmak üzere dört değişkenden yararlanılmıştır. Her bir değişkenin ölçülmesinde toplam 5 soru bireylere yöneltilmiştir. Bu kapsamda Tablo 3'te finansal kapasite belirleyicilerinden olan para yönetimini ölçen sorulara verilen cevapların dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 3

Finansal kapasite (para yönetimi) ifadelerinin dağılımı

İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	Kişi (Yüzde)	Kişi (Yüzde)	Kişi (Yüzde)	Kişi (Yüzde)	Kişi (Yüzde)
Para Yönetimi					
Harcamalarım için her zaman plan yaparım.	12 (2,7)	42 (9,4)	57 (12,8)	198 (44,5)	136 (30,6)
Faturalarımı her zaman zamanında öderim.	16 (3,6)	12 (2,7)	8 (1,8)	103 (23,1)	306 (68,8)
Harcamalarımı daha sonra gözden geçirir ve değerlendirme yaparım.	20 (4,5)	37 (8,3)	47 (10,6)	197 (44,3)	144 (32,4)
Olağanüstü durumlarda ortaya çıkabilecek harcamalarım için düzenli olarak birikim yaparım.	24 (5,4)	61 (13,7)	50 (11,2)	163 (36,6)	147 (33,0)
Her zaman bazı finansal hedefler belirler ve onlara ulaşmak için çaba gösteririm.	12 (2,7)	34 (7,6)	57 (12,8)	210 (47,2)	132 (29,7)

Tablo 3, ankete katılanların yaklaşık % 75'inin harcamaları için plan yaptığını ve %90'dan fazlasının faturalarını zamanında ödediğini göstermektedir. Bu durum katılımcıların faturalarını zamanında ödeyebilmek için harcamadan önce planladıklarını göstermektedir. Bu sonuç bireylerin iyi bir finansal yönetim uyguladıklarının göstergesidir. Buna paralel olarak, bireylerin çoğunluğu harcamalarını gözden geçirip değerlendirme (%77), beklenmedik harcamalar için para ayırma (%70) ve finansal hedeflere ulaşma (%77) gibi finansal davranışlar sergiledikleri görülmektedir. Ankete katılanlar, acil durumlar için düzenli olarak bir miktar para ayırmak da dâhil olmak üzere harcamalarını gözden geçirip değerlendirerek mali hedeflerine ulaşabileceklerinin farkındadırlar. Genel olarak katılımcıların paralarını yönetme konusunda finansal olarak yetenekli oldukları söylenebilir.

Tablo 4'te finansal kapasite belirleyicilerinden olan finansal planlamayı ölçen sorulara verilen cevapların dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 4

Finansal kapasite (finansal planlama) ifadelerinin dağılımı

İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	Kişi (Yüzde)	Kişi (Yüzde)	Kişi (Yüzde)	Kişi (Yüzde)	Kişi (Yüzde)
Finansal Planlama					
Beklenmeyen giderlerim için her zaman karşılık ayırıyorum.	24 (5,4)	71 (16,0)	59 (13,3)	180 (40,4)	111 (24,9)
Emeklilik dönemi için tasarruf yaparım.	35 (7,9)	58 (13,0)	42 (9,4)	148 (33,3)	162 (36,4)
Emeklilik için plan yapmak yerine bugün iyi bir yaşam standardına sahip olmayı tercih ederim.	94 (21,1)	140 (31,5)	67 (15,1)	99 (22,2)	45 (10,1)
Hane gelirim emekli olduktan sonraki dönem için daha rahat bir yaşam sürmemi sağlayacaktır.	51 (11,5)	92 (20,7)	112 (25,2)	127 (28,5)	63 (14,2)
Bireysel emeklilik sisteminin yanında kendi özel tasarruf sistemim ile birikim yapmayı önemserim.	38 (8,5)	40 (9,0)	37 (8,3)	192 (43,1)	138 (31,0)

Tablo 4'te gösterildiği gibi finansal planlama açısından, ankete katılanların % 52'si emekliliği planlamak yerine şu anda daha iyi bir şekilde yaşamayı tercih etmektedir. Öte yandan, ankete katılanların %65'i beklenmedik harcamalar için yeterli plan yaptıklarını aktarmaktadır. Ankete katılanların yüzde 70'i emeklilik için finansal plan yaptıklarını aktarmışlardır. Ayrıca bireylerin % 43'ü emekli olduktan sonra rahat yaşayabileceklerine inanmaktadır. Acil durum ve emeklilik planlaması dışında, ankete katılanların yaklaşık dörtte üçü (%74) kendi birikimlerine sahip olmanın hayati önemde olduğunu belirtmektedir. Bu sonuç, katılımcıların önceden plan yaparak mali durumlarının farkında olduklarını ancak uzun vadede anlık zevkleri erteleme yaralarına ilişkin mali bilgiden yoksun bir grubun olduğunu yansıtmaktadır.

Tablo 5'te finansal kapasite belirleyicilerinden olan finansal ürün seçimini ölçen sorulara verilen cevapların dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 5

Finansal kapasite (finansal ürün seçimi) ifadelerinin dağılımı

İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	Kişi (Yüzde)	Kişi (Yüzde)	Kişi (Yüzde)	Kişi (Yüzde)	Kişi (Yüzde)
Finansal Ürün Seçimi					
Finansal ürün seçimi yapmadan önce farklı bilgi sağlayıcılardan elde ettiğim bilgileri değerlendiririm.	11 (2,5)	8 (1,8)	23 (5,2)	246 (55,3)	157 (35,3)
Herhangi bir finansal ürün seçimi yapmadan önce finansal ürüne ait tüm şartları, koşulları ve bilgileri okuyarak onlar hakkında tam bilgi sahibi olurum.	10 (2,2)	19 (4,3)	70 (15,7)	227 (51,0)	119 (26,7)
Yatırım yapmak istediğim finansal ürünleri yatırım danışmanlığı yapan kişi veya kurumlara başvurmadan seçebilirim.	15 (3,4)	45 (10,1)	57 (12,8)	226 (50,8)	102 (22,9)
Etrafımdaki finans uzmanlarından elde ettiğim bilgilere ve tavsiyelere güvenirim.	19 (4,3)	52 (11,7)	146 (32,8)	199 (44,7)	29 (6,5)
Finansal ürün seçiminde popülerite yerine finansal ürünlerin özellikleri ve fiyatlarına göre karşılaştırma yapmayı tercih ederim.	9 (2,0)	12 (2,7)	47 (10,6)	264 (59,3)	113 (25,4)

Tablo 5 katılımcıların % 90'ının finansal bir karar vermeden önce farklı finansal bilgi sağlayıcılarından elde ettikleri bilgileri değerlendirdiklerini göstermektedir. Ayrıca, ankete katılanların çoğunluğu (%77'si) herhangi bir finansal ürün seçimi yapmadan önce finansal ürüne ait tüm şartları, koşulları ve bilgileri okuyarak onlar hakkında tam bilgi sahibi olduklarını belirtmiştir. Katılımcıların %75'i finansal ürün seçiminde popülerite yerine finansal ürünlerin özellikleri ve fiyatlarına göre karşılaştırma yapmayı tercih ettiklerini belirtmiştir. Buna paralel olarak, ankete katılanların sadece % 50'si etrafındaki finans uzmanlarından elde ettiği bilgilere ve tavsiyelere güvendiğini belirtmektedir. Bununla birlikte, katılımcıların %73'ü, bir finansal danışmana veya planlayıcıya danışmak zorunda

kalmadan ihtiyaç duyulan çeşitli finansal ürünleri seçebildiklerini belirtmiştir. Finansal ürün seçimi noktasında katılımcıların yüksek düzeyde bir finansal kapasiteye sahip olduğu Tablo 5'te görülmektedir.

Tablo 6'da finansal kapasite belirleyicilerinden olan finansal bilgiye erişimi ölçen sorulara verilen cevapların dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 6

Finansal kapasite (finansal bilgiye erişim) ifadelerinin dağılımı

İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	Kişi (Yüzde)	Kişi (Yüzde)	Kişi (Yüzde)	Kişi (Yüzde)	Kişi (Yüzde)
Finansal Bilgiye Erişim Konut piyasası, borsa ve faiz oranlarındaki değişimler gibi finansal göstergeleri düzenli olarak takip ederim.	7 (1,6)	19 (4,3)	35 (7,9)	232 (52,1)	152 (34,2)
Her türlü finansal bilgiye ulaşmak için sürekli bilgi arayışı içerisinde bulunurum.	4 (0,9)	28 (6,3)	52 (11,7)	213 (47,9)	148 (33,3)
Finansal ürünlerle ilgili yaşanan değişim ve gelişmeleri sık sık takip ederim.	4 (0,9)	17 (3,8)	34 (7,6)	237 (53,3)	153 (34,4)
Finansal ürünler için piyasaya sunulan bilgileri öğrenmek ve finansal ürünler arasında karşılaştırma yapmak ilgimi çeker.	6 (1,3)	12 (2,7)	45 (10,1)	243 (54,6)	139 (31,2)
Finansal işlemler konusunda daha fazla bilgi edinmek ve elde ettiğim bilgileri daha iyi yorumlamak istiyorum.	3 (0,7)	8 (1,8)	22 (4,9)	198 (44,5)	214 (48,1)

Tablo 6'daki veriler, ankete katılanların %75'inin finansal göstergeleri düzenli olarak izlediğini, %81'inin her türlü finansal bilgiye ulaşmak için sürekli bilgi arayışı içerisinde olduğunu ve %88'inin finansal ürünlerle ilgili yaşanan değişim ve gelişmeleri sık sık takip ettiklerini göstermektedir. Aynı zamanda, katılımcıların %86'sının finansal ürünler için piyasaya sunulan bilgileri öğrenmek ve finansal ürünler arasında karşılaştırma yapmak ilgimi çeker ifadesine katıldıklarını yaklaşık %90'ının finansal

konular hakkında daha fazla bilgi edinmek ve bunları yorumlamak istedikleri Tablo 6’da görülmektedir. Bilgi sahibi olmak için, mevcut finansal ürünlerle ilgili bilgilerle güncel olan finansal göstergeler sık sık izlenmeli ve aynı zamanda profesyonellerden bilgi alınmalıdır. Bunu yaparak, katılımcılar mevcut finansal hizmetler hakkında etkili bir şekilde bilgi edinebilir ve bunu gerçekçi ve kişisel bir şekilde yorumlayabilir.

4.3. Farklılık analizi sonuçları

Çalışmaya katılım gösteren bireylerin demografik ve finansal profillerinin dağılımı ve finansal kapasite düzeyleri yukarıda gösterilmiştir. Bu bölümde bireylerin demografik ve finansal profillerine göre finansal kapasite düzeylerinde farklılık olup olmadığı incelenmiştir.

Bireylerin finansal kapasite düzeylerini belirleyen (para yönetimi, finansal planlama, finansal ürün seçimi ve finansal bilgiye erişim) sorulara verilen cevaplarda anlamlı farklılık olup olmadığını öğrenmeden önce veri setinin analiz için uygun olup olmadığı tespit edilmiştir. Bu kapsamda veri setine ait Cronbach Alpha ve KMO değerlerine bakılmış ve faktör analizi yapılmıştır.

Veri setinde yer alan değişkenlere ait güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 7’de sunulmuştur. Güvenirlik analizi, ölçülmek istenilen değişkenlerin güvenilirliklerini değerlendirmek üzere geliştirilmiş bir yöntemdir (Kalaycı, 2018, ss. 403-405). Kalaycı (2018)’e göre Cronbach α değerinin 0,60’ın üstünde olması ölçeğin analiz için güvenilirlik düzeyi yeterlidir.

Tablo 7

Güvenirlik testi sonuçları

Cronbach α Değeri	Soru Sayısı	Örneklem Sayısı
0,771	20	445

Çalışmada elde edilen Cronbach α Değerine göre veri setinin analiz için uygun olduğu sonucu çıkarılabilir. Cronbach Alpha değerinin uygun olduğu kanıtlandıktan sonra veri setinin faktör analizi yapılmıştır.

Faktör analizi, birbirleriyle ilişkili birden çok değişkeni daha az sayıda, anlamlı ve birbirinden bağımsız faktörler haline getiren tekniktir (Kalaycı, 2018, s. 321). Çalışmada öncelikle veri setinin KMO değerine bakılmıştır. KMO değerinin 0,50’nin üstünde olması istenir.

Tablo 8

KMO ve Bartlett testinin sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Measure ile Örneklem Yeterliliği Ölçümü Analizi			0,714
Kı-Kare Değeri			498,603
Bartlett Küresellik Testi	df		6
Olasılık			0,000

Tablo 8’e göre veri setinin örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu kanıtlanmıştır. KMO değeri istenilen düzeyin üstünde gerçekleşmiş ve Bartlett Küresellik testi anlamlı çıkmıştır. Tablo 9’da veri setine ait ortak varyans tablosu verilmiştir.

Kalaycı (2018)’e göre ortak varyans, bir değişkenin analizde yer alan diğer değişkenlerle paylaştığı varyans miktarıdır. Faktör analizinde düşük orta varyansa sahip olan değişkenler (örneğin, 0,50’nin altında) analizden çıkartılarak, faktör analizi yeniden yapılabilir. Bu durumda hem KMO hem de açıklanan varyans değeri istatistiği daha yüksek bir değere ulaşacaktır. Araştırmada kullanılan değişkenlerin tamamı 0,50’in üstünde bir değer almıştır.

Tablo 9

Ortak varyans tablosu

	Değişkenler	Baş Değer	Çıkarma
Finansal Kapasite	Para Yönetimi	1	0,643
	Finansal Planlama	1	0,596
	Finansal Ürün Seçimi	1	0,577
	Finansal Bilgiye Erişim	1	0,566

Veri setinin faktör analizi sonucu elde edilen değerler çalışmanın analiz için uygun olduğunu kanıtlamıştır. Bu aşamada çalışmada uygulanacak farklılık analizleri yapılmıştır. Farklılık analizlerine geçmeden önce veri setinin normal dağılım gösterip göstermediği tespit edilmelidir. Verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirleyebilmek için veri setine ait çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılmalıdır. Çarpıklık ve basıklık değerleri -3 +3 arasında değerlere sahip ise o veri setinin normal dağılım gösterdiği söylenebilir.

Tablo 10

Normallik testi sonuçları

Alt Ölçekler (Finansal Kapasite)	Minimum	Maksimum	Çarpıklık	Basıklık
Para Yönetimi	1	5	-0,958	1,320
Finansal Planlama	1	5	-0,661	0,799
Finansal Ürün Seçimi	1	5	-1,080	1,311
Finansal Bilgi Erişimi	1	5	-1,268	1,534

Tablo 7'ye göre ana ölçeği oluşturan değişkenlerin çarpıklık ve basıklık değerleri -3 +3 arasında yer almaktadır. Verilerin çarpıklık ve basıklık değerlerine bakıldığında veri setinin normal dağılım gösterdiği söylenebilir.

Araştırma verileri yapılan testler sonucunda normal dağılım gösterdiğinden dolayı farklılık analizlerinde parametrik testler kullanılmıştır. Parametrik testler içerisinde yer alan Bağımsız T-testi ve ANOVA testleri bu çalışmanın analizi için uygun testlerdir.

Yapılan değerlendirmede cinsiyet ve eğitim durumu değişkenlerinde finansal kapasite belirleyicileri olan para yönetimi, finansal planlama, finansal ürün seçimi ve finansal bilgiye erişim kategorilerine verilen cevaplarda anlamlı farklılık elde edilmemiştir. Bireylerin finansal kapasite düzeyleri cinsiyetlerine ve eğitim durumlarına göre benzerlik taşımaktadır. H1 ve H4 hipotezleri reddedilmiştir.

Tablo 11'de bireylerin medeni durumlarına göre finansal kapasitelerinde anlamlı farklılık olup olmadığı incelenmiştir.

Tablo 11

Bireylerin finansal kapasitelerinin medeni durumlarına göre analizi

Değişken	Finansal Kapasite Belirleyicileri				
	Medeni Durum	N	\bar{x}	σ	P
Para Yönetimi	Evli	351	3,9972	0,75267	0,44
	Bekâr	94	4,0574	0,64832	
Finansal Planlama	Evli	351	3,4080	0,68063	0,80
	Bekâr	94	3,3894	0,65080	
Finansal Ürün Seçimi	Evli	351	3,8359	0,57903	0,00
	Bekâr	94	4,0021	0,45954	
Finansal Bilgi Erişimi	Evli	351	4,1293	0,66712	0,01
	Bekâr	94	4,3213	0,64606	

Tablo 11'e göre bireylerin finansal kapasite düzeyini belirlemede kullanılan finansal ürün seçimi ve finansal bilgiye erişim değişkenlerinde medeni durumlarına göre istatistiksel anlamda farklılık tespit edilmiştir. Medeni durum değişkenine göre yapılan değerlendirmede bekâr bireylerin evli bireylere göre finansal ürün seçimi ve finansal bilgiye ulaşım noktasında daha yüksek bir finansal kapasiteye sahip olduğu söylenebilir. H2 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 12'de bireylerin yaş değişkenine göre finansal kapasitelerinde anlamlı farklılık olup olmadığı incelenmiştir.

Yaş değişkenine göre yapılan değerlendirmede bireylerin para yönetimi ve finansal planlama noktasında finansal kapasitelerinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Farklılıkların hangi gruplar arasında ortaya çıktığını tespit etmek için öncelikle değişkenlerin varyans homojenliğine bakmak gerekmektedir. Varyansların homojen olmaması (Sig<0,05) durumunda "Equal Variance Not Assumed" testlerinden birisi yapılırken (genellikle Tamhane's T2 testi kullanılır) varyansların homojen olması (sig>0,05) durumunda "Equal Variance Assumed" testlerinden birisi (genellikle Tukey testi yapılır) yapılmaktadır. Yapılan analiz sonucunda varyansların homojen olduğu (para yönetimi 0,38; finansal planlama 0,23) tespit edilmiştir. Tukey testi sonucunda bu farklılığa neden olan gruplar 25 yaş altı ve 25-34 yaş arası bireyler ile 55 yaş ve üzeri bireylerdir. 55 yaş ve üzeri bireylerin para yönetimi ve finansal planlama noktasında finansal kapasiteleri 25 yaş altı ve 25-34 yaş arası bireylere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. H3 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 12

Bireylerin finansal kapasitelerinin yaş değişkenine göre analizi

Finansal Kapasite Belirleyicileri					
Değişken	Yaş	N	\bar{x}	σ	P
Para Yönetimi	25 yaş altı	16	3,9375	0,795	0,05
	25-34 yaş arası	108	3,9741	0,749	
	35-44 yaş arası	186	3,9387	0,770	
	45-54 yaş arası	104	4,0904	0,616	
	55 yaş ve üzeri	31	4,3290	0,682	
Finansal Planlama	25 yaş altı	16	3,0625	0,672	0,02
	25-34 yaş arası	108	3,3222	0,710	
	35-44 yaş arası	186	3,3559	0,689	
	45-54 yaş arası	104	3,5404	0,583	
	55 yaş ve üzeri	31	3,6968	0,581	
Finansal Ürün Seçimi	25 yaş altı	16	4,0875	0,291	0,55
	25-34 yaş arası	108	3,8407	0,610	
	35-44 yaş arası	186	3,8785	0,573	
	45-54 yaş arası	104	3,8462	0,522	
	55 yaş ve üzeri	31	3,9032	0,516	
Finansal Bilgiye Erişim	25 yaş altı	16	4,4875	0,531	0,40
	25-34 yaş arası	108	4,1500	0,701	
	35-44 yaş arası	186	4,1634	0,703	
	45-54 yaş arası	104	4,1423	0,586	
	55 yaş ve üzeri	31	4,2065	0,622	

Tablo 13'de araştırmaya katılım gösteren bireylerin gelir düzeylerine göre finansal kapasitelerinde anlamlı farklılık olup olmadığı analiz edilmiştir.

Tablo 13'e göre bireylerin para yönetimi, finansal planlama ve finansal bilgiye erişimlerinde gelir düzeylerine göre istatistiksel anlamda farklılıklar tespit edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda değişkenlerin varyans değerlerinin homojen olmadığı (para yönetimi 0,008; finansal planlama 0,01 ve finansal bilgiye erişim 0,03) tespit edilmiştir. Tamhane's T2 testi sonucunda genel olarak gelir seviyesi 15.000 TL üzerinde olan bireylerin finansal kapasitelerinin diğer bireylerin finansal kapasitelerine göre

daha yüksek düzeyde gerçekleştiği tespit edilmiştir. Bireylerin gelir seviyeleri ile finansal kapasiteleri arasında pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. H5 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 13

Bireylerin finansal kapasitelerinin gelir düzeyi değişkenine göre analizi

Finansal Kapasite Belirleyicileri					
Değişken	Gelir Düzeyi	N	\bar{x}	σ	P
Para Yönetimi	5500 TL ve altı	20	3,9400	0,899	0,02
	5501- 9000 TL arası	71	4,0394	0,790	
	9001-12000 TL arası	78	3,8513	0,696	
	12001-15000 TL arası	66	3,8545	0,916	
	15001 TL ve üzeri	210	4,1143	0,620	
Finansal Planlama	5500 TL ve altı	20	2,9100	0,766	0,00
	5501- 9000 TL arası	71	3,3099	0,708	
	9001-12000 TL arası	78	3,1154	0,717	
	12001-15000 TL arası	66	3,3303	0,690	
	15001 TL ve üzeri	210	3,6133	0,549	
Finansal Ürün Seçimi	5500 TL ve altı	20	3,8200	0,710	0,46
	5501- 9000 TL arası	71	3,8563	0,566	
	9001-12000 TL arası	78	3,8051	0,528	
	12001-15000 TL arası	66	3,8182	0,723	
	15001 TL ve üzeri	210	3,9219	0,490	
Finansal Bilgiye Erişim	5500 TL ve altı	20	4,2200	0,725	0,02
	5501- 9000 TL arası	71	4,2169	0,615	
	9001-12000 TL arası	78	4,0564	0,697	
	12001-15000 TL arası	66	3,9788	0,890	
	15001 TL ve üzeri	210	4,2514	0,565	

Tablo 14'te araştırmaya katılım gösteren bireylerin tasarruf düzeylerine göre finansal kapasitelerinde anlamlı farklılık olup olmadığı incelenmiştir.

Tablo 14'e göre bireylerin para yönetimi, finansal planlama, finansal ürün seçimi ve finansal bilgiye erişim değişkenlerine verdikleri cevaplarda tasarruf düzeylerine göre istatistiksel anlamda farklılıklar tespit edilmiştir. Farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek için değişkenlerin varyans homojenliğine bakıldığında varyansların homojen olmadığı tespit edilmiştir. Tamhane's T2 testi sonucunda tasarruf yapamayan bireylerin finansal kapasite düzeyleri belirli miktarda tasarruf yapabilen bireylerin finansal kapasite düzeylerinden daha düşük gerçekleşmiştir. Özellikle tasarruf miktarı yüksek olan bireylerin diğer bireylere göre finansal kapasiteleri daha yüksek düzeyde gerçekleşmiştir. H6 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 14

Bireylerin finansal kapasitelerinin tasarruf düzeyi değişkenine göre analizi

Finansal Kapasite Belirleyicileri					
Değişken	Tasarruf Düzeyi	N	\bar{x}	σ	P
Para Yönetimi	Tasarruf yapamıyorum	71	3,3817	0,860	0,00
	Gelirin %10'undan daha azını	82	3,9098	0,630	
	%10-%20 arasını	116	4,1069	0,661	
	%21-%30 arasının	65	4,2154	0,548	
	%30'dan daha fazlasını	111	4,2703	0,625	
Finansal Planlama	Tasarruf yapamıyorum	71	2,7746	0,769	0,00
	Gelirin %10'undan daha azını	82	3,2317	0,571	
	%10-%20 arasını	116	3,5310	0,573	
	%21-%30 arasının	65	3,5631	0,507	
	%30'dan daha fazlasını	111	3,7081	0,598	
Finansal Ürün Seçimi	Tasarruf yapamıyorum	71	3,7014	0,669	0,00
	Gelirin %10'undan daha azını	82	3,7563	0,566	
	%10-%20 arasını	116	3,9137	0,498	
	%21-%30 arasının	65	3,9838	0,542	
	%30'dan daha fazlasını	111	3,9550	0,559	
Finansal Bilgiye Erişim	Tasarruf yapamıyorum	71	4,0113	0,807	0,01
	Gelirin %10'undan daha azını	82	4,0805	0,501	
	%10-%20 arasını	116	4,1328	0,676	
	%21-%30 arasının	65	4,3354	0,586	
	%30'dan daha fazlasını	111	4,2793	0,680	

Tablo 15'te bireylerin finansal kapasitelerinde gelir yeterlilik durumlarına göre anlamlı farklılık olup olmadığı incelenmiştir.

Tablo 15'e göre bireylerin para yönetimi, finansal planlama, finansal ürün seçimi ve finansal bilgiye erişim değişkenlerine verdikleri cevaplarda gelir yeterlilik durumlarına göre istatistiksel anlamda farklılıklar tespit edilmiştir. Farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek için değişkenlerin varyans homojenliğine bakıldığında para yönetimi ve finansal planlama değişkenleri için varyans homojenliği sağlanmamışken finansal ürün seçimi ve finansal bilgiye erişim değişkenlerinde varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Tamhane's T2 testi ve Tukey testi sonucunda genel olarak gelirlerinin yeterli ve tasarruf edebilecek düzeyde olduğunu aktaran bireylerin finansal kapasite düzeyleri diğer gruplarda yer alan bireylerin finansal kapasite düzeylerinden daha yüksek gerçekleşmiştir. H7 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 15

Bireylerin finansal kapasitelerinin gelir yeterlilik değişkenine göre analizi

Finansal Kapasite Belirleyicileri						
Değişken	Tasarruf Düzeyi	N	\bar{x}	σ	P	
Para Yönetimi	Hiç yeterli değil	42	3,6810	0,904	0,00	
	Sadece temel ihtiyaçlarım için yeterli	174	3,9276	0,755		
	Birçok ihtiyacım için yeterli düzeyde	106	4,0057	0,678		
	Yeterli ve tasarruf edebilecek düzeyde	123	4,2423	0,604		
Finansal Planlama	Hiç yeterli değil	42	3,0476	0,722	0,00	
	Sadece temel ihtiyaçlarım için yeterli	174	3,2046	0,685		
	Birçok ihtiyacım için yeterli düzeyde	106	3,4679	0,638		
	Yeterli ve tasarruf edebilecek düzeyde	123	3,7528	0,482		
Finansal Ürün Seçimi	Hiç yeterli değil	42	3,8476	0,614	0,01	
	Sadece temel ihtiyaçlarım için yeterli	174	3,8126	0,519		
	Birçok ihtiyacım için yeterli düzeyde	106	3,8094	0,607		
	Yeterli ve tasarruf edebilecek düzeyde	123	4,0146	0,531		
Finansal Bilgiye Erişim	Hiç yeterli değil	42	4,3381	0,510	0,03	
	Sadece temel ihtiyaçlarım için yeterli	174	4,0414	0,690		
	Birçok ihtiyacım için yeterli düzeyde	106	4,1623	0,719		
	Yeterli ve tasarruf edebilecek düzeyde	123	4,3008	0,598		

Tablo 16’da bireylerin finansal kapasitelerinde finansal durumlarına göre anlamlı farklılık olup olmadığı incelenmiştir.

Tablo 16

Bireylerin finansal kapasitelerinin finansal durum değişkenine göre analizi

Finansal Kapasite Belirleyicileri						
Değişken	Finansal Durum	N	\bar{x}	σ	P	
Para Yönetimi	Varlıklarım borçlarımdan fazladır	315	4,0902	0,699	0,00	
	Varlıklarım ile borçlarım denktir	60	3,6833	0,793		
	Varlıklarım borçlarımdan azdır	70	3,9286	0,743		
Finansal Planlama	Varlıklarım borçlarımdan fazladır	315	3,5232	0,602	0,00	
	Varlıklarım ile borçlarım denktir	60	3,0133	0,663		
	Varlıklarım borçlarımdan azdır	70	3,2029	0,808		
Finansal Ürün Seçimi	Varlıklarım borçlarımdan fazladır	315	3,9137	0,534	0,03	
	Varlıklarım ile borçlarım denktir	60	3,7300	0,550		
	Varlıklarım borçlarımdan azdır	70	3,8000	0,651		
Finansal Bilgiye Erişim	Varlıklarım borçlarımdan fazladır	315	4,1911	0,664	0,03	
	Varlıklarım ile borçlarım denktir	60	3,9700	0,789		
	Varlıklarım borçlarımdan azdır	70	4,2425	0,525		

Tablo 16’ya göre bireylerin para yönetimi, finansal planlama, finansal ürün seçimi ve finansal bilgiye erişim değişkenlerine verdikleri cevaplarda finansal durumlarına göre istatistiksel anlamda farklılıklar tespit edilmiştir. Farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek için değişkenlerin varyans homojenliğine bakıldığında para yönetimi, finansal planlama, finansal ürün seçimi ve finansal bilgiye erişim değişkenlerinde varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Yapılan Tukey testi sonucunda genel olarak varlıkları borçlarından daha yüksek düzeyde olan bireylerin finansal kapasite kapasiteleri diğer gruplarda yer alan bireylerin finansal kapasite düzeylerinden daha yüksektir. H8 hipotezi kabul edilmiştir.

Yapılan değerlendirme sonucunda bireylerin medeni durumlarına, yaşlarına, gelir düzeylerine, tasarruf düzeylerine, gelir yeterlilik durumlarına ve finansal durumlarına göre finansal kapasitelerinde anlamlı farklılıklar tespit edilmişken, cinsiyet ve eğitim durumlarına göre finansal kapasitelerinden herhangi bir farklılık tespit edilmemiştir.

5. Sonuç ve öneriler

Finansal kapasite, bireyin bilinçli bir şekilde karar vermeye hazır olma düzeyini ve bireyin finansal bilgilerini başarıyla kullanabileceği fırsatlara erişimi kapsamaktadır (Fan, Chatterjee ve Kim, 2022, s. 68).

Bu çalışmada bireylerin finansal kapasite düzeylerinin tespiti ve farklı demografik ve finansal profillere sahip bireylerin finansal kapasitelerinde istatistiksel anlamda farklılık olup olmadığı incelenmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda hazırlanan anket formu tesadüfi örneklem yöntemi ile bireylere ulaştırılmış ve 445 kişi geri ankete geri dönüş yapmıştır.

Çalışmada elde edilen verilerin analiz edilmesinde SPSS'den yararlanılmıştır. Araştırmada elde edilen verilerin yapılan testler sonucunda normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Bu nedenle farklılık analizlerinde parametrik testler kullanılmıştır. Parametrik testler içerisinde yer alan Bağımsız T-testi ve ANOVA testleri bu çalışmanın analizi için uygun testlerdir.

Yapılan çalışma sonucunda bireylerin finansal kapasite düzeylerinin yüksek çıktığı tespit edilmiştir. Para yönetimi, finansal planlama, ürün seçimi ve bilgiye ulaşım değişkenlerini ölçen sorulara “katılıyorum” veya “kesinlikle katılıyorum” diyenlerin yüzdesi diğer seçenekleri işaretleyenlerin yüzdesinden daha yüksek çıkmıştır. Özellikle finansal ürün seçimini ölçen sorulardan olan “Finansal ürün seçimi yapmadan önce farklı bilgi sağlayıcılardan elde ettiğim bilgileri değerlendiririm” ve finansal bilgiye ulaşım değişkenini ölçen sorulardan olan “Finansal işlemler konusunda daha fazla bilgi edinmek ve elde ettiğim bilgileri daha iyi yorumlamak istiyorum” şeklinde sorulan sorulara verilen cevaplarda bireyler %90 üzerinde bir olumlu katılım göstermişlerdir. Elde edilen sonuçlar Atkinson vd. (2006), Xiao vd. (2015), Mokhtar vd. (2020) ve Kim vd. (2022)'nin elde ettiği sonuçlarla paralellik göstermektedir.

Çalışmada bireylerin demografik ve finansal profillerine göre finansal kapasitelerinde farklılık olup olmadığı incelenmiş ve aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

Bireylerin medeni durumlarına göre değerlendirme yapıldığında finansal ürün seçimi ve bilgiye erişim değişkenlerinde istatistiksel anlamda farklılıklar tespit edilmiştir. Bekâr bireylerin evli bireylere göre finansal kapasiteleri daha yüksek çıkmıştır. H2 hipotezi kabul edilmiştir. Bireylerin yaş durumlarına göre değerlendirme yapıldığında para yönetimi ve finansal planlama değişkenlerinde istatistiksel anlamda farklılıklar bulunmuştur. Yaşı ilerlemiş bireylerin finansal kapasite düzeyleri kendilerinden daha küçük yaşta olan bireylerinkinden daha yüksek çıkmıştır. H3 hipotezi kabul edilmiştir. Keown (2011), Xiao vd. (2015) ve Lowies vd. (2019) çalışmalarında benzer sonuçlar elde edilmiştir. Bireylerin gelir durumlarına değerlendirme yapıldığında para yönetimi, finansal planlama ve bilgiye erişim değişkenlerinde farklılıklar kanıtlanmıştır. Gelir ile finansal kapasite arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. H5 hipotezi kabul edilmiştir. Xu ve Zia (2012), Potocki ve Cierpiat-Wolan (2019) ve Nam ve Loibl (2021) çalışmalarında da benzer sonuçlar elde edilmiştir.

Bireylerin finansal kapasitelerinde tasarruf düzeyi, gelir yeterlilik durumu ve finansal durum değişkenlerine göre istatistiksel anlamda farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Finansal kapasitenin ölçülmesini sağlayan para yönetimi, finansal planlama, ürün seçimi ve bilgiye erişim değişkenlerinin tamamında farklılıklar tespit edilmiştir. Gelirinden diğer bireylere göre daha fazla tasarruf eden, geliri yeterli ve tasarruf edebilecek düzeyde olan ve varlıkları borçlarından daha yüksek olan bireylerin finansal kapasiteleri diğer bireylere göre daha yüksek çıkmıştır. H6, H7 ve H8 hipotezleri kabul edilmiştir. Huang vd. (2015) çalışmalarında benzer sonuçlar elde etmiştir.

Çalışmada cinsiyete ve eğitim durumuna göre bireylerin finansal kapasitelerinde herhangi bir farklılık tespit edilmemiştir. H1 ve H4 hipotezleri reddedilmiştir. Falahati ve Paim (2012) cinsiyete ve Xiao ve Porto (2017) eğitim durumuna göre çalışmalarında farklılıklar tespit etmişlerdir. Ancak çalışmada bu iki değişkene göre bireylerin finansal kapasitelerinde farklılık tespit edilememiştir.

Finansal açıdan yeterli olanlar, uygun finansal bilgileri uygulama becerisine sahip olanlar ve aynı zamanda etkin finansal kararlar alabilenler ekonomik refahlarını sürdürebilirler. Bu kapsamda politika yapıcılara bir takım öneriler sunulabilir. Bunlar:

- Finansal eğitimlerin toplumun tamamını kapsayacak şekilde yaygınlaştırılmasına yönelik politikalar üretilmeli,
- Finansal ürün ve araçlara yönelik okuryazarlık desteklenmeli,
- Finansal planlamanın önemine yönelik çalışmalar yaygınlaştırılmalı,
- Bireylerin finansal bilgiye sağlıklı bir şekilde ulaşımı sağlanmalı.

Yazar beyanı

Araştırma ve yayın etiği beyanı

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

Etik kurul onayı

Bu araştırma için Artvin Çoruh Üniversitesi Etik Kurulu'nun 22.07.2022 tarih ve E-18457941-050.99-56723 sayılı kararı ile etik kurul onayı alınmıştır.

Yazar katkıları

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkıda bulunmuştur.

Çıkar çatışması

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

Destek beyanı

Bu çalışma için herhangi bir destek alınmamıştır.

Kaynakça

- Al-Bahrani, A., Weathers, J. ve Patel, D. (2019). Racial differences in the returns to financial literacy education. *Journal of Consumer Affairs*, 53(2), 572-599. Doi: <https://doi.org/10.1111/joca.12205>.
- Atkinson, A., McKay, S., Kempson, E. ve Collard, S. (2006). *Levels of financial capability in the UK: Results of a baseline survey*. London: Financial Services Authority
- De Meza, D., Irlenbusch, B. ve Reyniers, D. (2008). *Financial capability: A behavioural economics perspective. Consumer Research Report 69*. London, Financial Services Authority.
- Falahati, L. ve Paim, L. H. (2012). Experiencing financial problems among university students: an empirical study on the moderating effect of gender. *Gender in Management: An International Journal*, 27(5), 315-330. Doi: <https://doi.org/10.1108/17542411211252633>.
- Fan, L., Chatterjee, S. ve Kim, J. (2022). An integrated framework of young adults' subjective well-being: The roles of personality traits, financial responsibility, perceived financial capability, and race. *Journal of Family and Economic Issues*, 43(1), 66-85.
- Huang, J. I. N., Nam, Y., Sherraden, M. ve Clancy, M. (2015). Financial capability and asset accumulation for children's education: Evidence from an experiment of child development accounts. *Journal of Consumer Affairs*, 49(1), 127-155. Doi: <https://doi.org/10.1111/joca.12054>.
- Johnson, E. ve Sherraden, M. S. (2007). From financial literacy to financial capability among youth. *Journal of Sociology & Social Welfare*, 34(3), 119-146.
- Kalaycı, Ş. (2018). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri* (8. Baskı). Ankara: Dinamik Yayınevi.
- Keown, L.A. (2011). The Financial Knowledge of Canadians. *Canadian Social Trends*, 11(8), 30-39.
- Kim, M., Koo, H. G. ve Jang, J. (2022). Financial capabilities and financial behavior of overseas Filipino workers in South Korea. *Asian and Pacific Migration Journal*, 31(2), 118-140. Doi: <https://doi.org/10.1177/01171968221113342>.

- Klapper, L. ve Panos, G. A. (2011). Financial literacy and retirement planning: The Russian case'. *Journal of Pension Economics and Finance*, 10(4), 599–618.
- Kumar, P., Pillai, R., Kumar, N. ve Tabash, M. I. (2022). The interplay of skills, digital financial literacy, capability, and autonomy in financial decision making and well-being. *Borsa Istanbul Review*, 23(1), 169-183. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.bir.2022.09.012>.
- Lowies, B., Helliari, C., Lushington, K. ve Whait, R. (2019). The financial capability of older people. *University of South Australia*.
- Lučić, A., Barbić, D. ve Uzelac, M. (2022). Theoretical underpinnings of consumers' financial capability research. *International Journal of Consumer Studies*. 1-27. Doi: <https://doi.org/10.1111/ijcs.12778>.
- Lusardi, A. (2011). *Americans' financial capability* (No. w17103). *National Bureau of Economic Research*.
- Millimet, D. L., McDonough, I. K. ve Fomby, T. B. (2018). Financial capability and food security in extremely vulnerable households. *American Journal of Agricultural Economics*, 100(4), 1224-1249. Doi: <https://doi.org/10.1093/ajae/aay029>.
- Mokhtar, N., Sabri, M. F. ve Ho, C. S. F. (2020). Financial capability and differences in age and ethnicity. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 1081-1091. Doi: <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no10.1081>.
- Nam, Y. ve Loibl, C. (2021). Financial capability and financial planning at the verge of retirement age. *Journal of Family and Economic Issues*, 42(1), 133-150. Doi: <https://doi.org/10.1007/s10834-020-09699-4>.
- Potocki, T. ve Cierpiał-Wolan, M. (2019). Factors shaping the financial capability of low-income consumers from rural regions of Poland. *International Journal of Consumer Studies*, 43(2), 187-198. Doi: <https://doi.org/10.1111/ijcs.12498>.
- Sherraden, M. S. (2010). Financial capability: what is it, and how can it be created?. *Building Financial Capability In Low Income Households*, 1-30.
- Storchi, S. ve Johnson, S. (2016). *Financial capability for wellbeing: an alternative perspective from the capability approach* (No. 44). *Bath Papers in International Development and Wellbeing*.
- Sun, S. ve Chen, Y. C. (2022). Is financial capability a determinant of health? theory and evidence. *Journal of Family and Economic Issues*, 43, 744-755. Doi: <https://doi.org/10.1007/s10834-022-09869-6>.
- Sun, S., Chen, Y. C., Ansong, D., Huang, J. ve Sherraden, M. S. (2022). Household financial capability and economic hardship: An empirical examination of the financial capability framework. *Journal of family and economic issues*, 43(4), 716-729. Doi: <https://doi.org/10.1007/s10834-022-09816-5>.
- Taylor, M. (2011). Measuring financial capability and its determinants using survey data. *Social Indicators Research*, 102(2), 297–314.
- Xiao, J. J. ve Bialowolski, P. (2022). Consumer financial capability and quality of life: A global perspective. *Applied Research in Quality of Life*, 1-27. Doi: <https://doi.org/10.1007/s11482-022-10087-3>.
- Xiao, J. J., Chen, C. ve Chen, F. (2014). Consumer financial capability and financial satisfaction. *Social indicators research*, 118(1), 415-432. Doi: [10.1007/s11205-013-0414-8](https://doi.org/10.1007/s11205-013-0414-8).
- Xiao, J. J., Chen, C. ve Sun, L. (2015). Age differences in consumer financial capability. *International Journal of Consumer Studies*, 39, 387-395. Doi: <https://doi.org/10.1111/ijcs.12205>.
- Xiao, J. J. ve Kim, K. T. (2022). The able worry more? Debt delinquency, financial capability, and financial stress. *Journal of Family and Economic Issues*, 43(1), 138-152. Doi: <https://doi.org/10.1007/s10834-021-09767-3>.
- Xiao, J. J. ve O'Neill, B. (2018). Propensity to plan, financial capability, and financial satisfaction. *International Journal of Consumer Studies*, 42(5), 501-512. Doi: <https://doi.org/10.1111/ijcs.12461>.
- Xiao, J. J. ve Porto, N. (2017). Financial education and financial satisfaction: Financial literacy, behavior, and capability as mediators. *International Journal of Bank Marketing*, 35(5), 805-817. Doi: <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2016-0009>.
- Xu, L. ve Zia, B. (2012). Financial literacy around the world: An overview of the evidence with practical suggestions for the way forward. *Policy Research Working Paper*, 1–56.
- Yi, H., Meng, X., Linghu, Y. ve Zhang, Z. (2022). Can financial capability improve entrepreneurial performance? Evidence from rural China. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 1-20.



Aile işletmelerinde iş-aile dengesinin araştırılmasına yönelik bir alan araştırması

Selçuk Yeke^{a*}, Hale Eda Akduru^b

^aDr. Öğretim Üyesi, Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yenisey Kampüsü, Çamlıçatak Mevkii, Ardahan, Türkiye. E-posta: selcukyeke@ardahan.edu.tr. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1953-6222>

^bDr. Öğretim Üyesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Milas Meslek Yüksekokulu, Muğla, Türkiye. E-posta: haleedaakduru@mu.edu.tr. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4022-2364>

MAKALE BİLGİSİ

Geliş tarihi: 22.11.2022
Kabul tarihi: 26.09.2023
Çevrimiçi kullanım tarihi: 28.10.2023
Makale Türü: Araştırma makalesi

Anahtar Kelimeler:

İş-aile dengesi, aile işletmeleri, iş-aile çatışması, işletme yönetimi.

ÖZ

Bu çalışma aile işletmelerinde iş-aile dengesinin araştırılmasına yönelik gerçekleştirilmiştir. Bu çerçevede iş sahiplerinin iş ve aile rollerinin birbirinden ayrılıp ayrılmadığını ve zaman içerisinde iş-aile arasındaki ilişkide değişimlerin meydana gelip gelmediğini ortaya koymak amaçlanmıştır. Araştırma amacı doğrultusunda amaçlı örnekleme yoluyla seçilen ve Muğla'da ve Ardahan'da faaliyet göstermekte olan 16 aile işletmesi araştırma kapsamında incelenmiştir. Araştırmada nitel yöntem kullanılmış olup, veri toplama tekniği olarak görüşme yöntemi tercih edilmiştir. Araştırmanın sonuçlarına bakıldığında genel olarak iş sahiplerinin bu zamana kadar işyerinde üstlendikleri roller ile aile yaşamında üstlendikleri roller arasında bir denge kuramadıkları, ancak işe ve işyerine bakış açısındaki değişimlerin meydana gelmesiyle birlikte iş-aile arasında denge kurmak istedikleri görülmektedir. Çalışma olgusunun özellikle ailelerin iyiliği ve refahı için gereklilik olduğuna yönelik sonuç ortaya çıkmış olmasına rağmen, işletme sahiplerinin iş-aile arasında denge kuramadıkları zaman ailevi değerler açısından eksiklik yaşadıkları ve bunu telafi etmek için daha çok yıprandıkları ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte kişilik özellikleri ile işe ve işyerine yönelik algının da iş-aile dengesi üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Eski kuşaklar ile yeni kuşakların çalışma anlayışlarının da irdelendiği bu çalışmada, çağın getirdiği farklılıkların da iş-aile dengesi üzerinde etkin bir rol oynayabileceği ortaya konulmuştur.

A field study to investigate the work-family balance in family businesses

ARTICLE INFO

Received: 22.11.2022
Accepted: 26.09.2023
Available online: 28.10.2023
Article type: Research article

ABSTRACT

This study was carried out to investigate the work-family balance in family businesses. In this context, it was aimed to reveal whether the work and family roles of business owners are separated from each other and whether there are changes in the relationship between work and family over time. In line with the research aim, 16 family businesses determined through purposive sampling and operating in Muğla and

* Sorumlu yazar

Doi: <https://doi.org/10.30855/gjeb.2023.9.3.004>

Keywords:

Work-family balance,
family businesses,
work-family conflict,
business management.

Ardahan were examined within the scope of the research. Qualitative method was used in the research and interview method was preferred as data collection technique. When the results of the research are examined, it was seen that the business owners have not been able to establish a balance between their roles in the workplace and their roles in family life, but they want to balance between work and family with the changes in their perspectives on work and workplace. Although it has been concluded that working is a necessity for the well-being and welfare of families, it has been revealed that when business owners cannot balance between work and family, they lack family values and they are more worn out to compensate for this. In addition, it has been determined that personality traits and perception of work and workplace are also have an effect on work-family balance. In this study, which examines the working understanding of the old and new generations, it has been revealed that the differences brought by the age can play an active role on the work-family balance.

1. Giriş

İşletmelerin temel amacı yaşamını sürdürebilmek ve büyüebilmektir. Bu amaç çerçevesinde işletmeler faaliyetlerini etkin ve verimli bir şekilde yerine getirmeye çalışmaktadır. İşletmeler maliyetleri düşürerek, kaliteyi artırarak ve nihayetinde de müşteri tatmini sağlayarak varlığını sürdürmeyi ve yeni alanlara yatırımı yapmayı planlamaktadır. Bunu yapabilmek için de en optimum organizasyon yapısını, esnek yönetim uygulamalarını, etkin işe alım politikalarını ve doğru çevre analizini yapabilmek gerekmektedir. Tüm bu işlemler ve süreçler işletme sahiplerinin ve yöneticilerin oldukça zamanını almaktadır. Bu doğrultuda özellikle aile işletmelerinde çoğu zaman işletme sahiplerinin işe ayırdıkları zaman ailelerine ayırdıkları zamandan daha fazla olabilmektedir. Çünkü işletme sahipleri iş süreçlerini yönetebilmek, kontrol edebilmek ve devamlılık sağlayabilmek adına çok fazla sorumluluk yüklenmekte, bu da iş-aile rol dengesinde bozulmalar yaratabilmektedir. Dolayısıyla ailelere ayrılan zaman az olduğu için iki taraf arasında dengesizlik meydana gelebilmektedir. Aile işletmeleri açısından daha detaylı bakılacak olursa, özellikle kurumsal bir yapının varlığı ve işletmelerin büyüklüğü iş-aile dengesi üzerinde belirleyici olabilmektedir. Büyük ölçekli ve kurumsal bir yapıya bürünmüş aile işletmelerinde iş-aile arasında denge oluşabilir. Bu yapıya sahip aile işletmelerinde daha fazla aile üyesinin işletmelerde yer alması ve kurumsallığın bir sonucu olarak işe yönelik sorumlulukların net bir şekilde belirlenmiş olması beklenebilir. Bu özellikteki aile işletmelerinde aile üyelerinin ağırlıklı olarak işletme faaliyetlerinde yer almaları ve işletme dışında yine bir arada olmaları nedeniyle aile üyeleri arasındaki etkileşim sıklığının artabileceği söylenebilir. Küçük ölçekli ve kurumsallaşmamış aile işletmelerinde ise genellikle aile büyüğü tarafından işletme faaliyetleri gerçekleştirilir. Bu özellikteki aile işletmelerinde ise diğer aile üyeleri büyük ölçekli işletmelerde olduğu gibi işletme faaliyetlerinde sıklıkla yer almayabilir. Kurumsal bir yapının olmaması nedeniyle genel olarak aile büyüklerinin karar verici noktada olduğu düşünüldüğünde, diğer aile üyelerinin işletme dışında daha fazla kalabileceği tahmin edilmektedir. Bu durumda da işletme sahipleriyle aile üyelerinin işletme dışında birlikte geçirebileceği zaman azalacaktır. Bu durum da iş-aile arasında dengesizliğe yol açabilmektedir.

Esasında iki taraf arasında meydana gelen dengesizlik işletme sahiplerinin daha çok yıpranmasına ve yorulmasına yol açmaktadır. Ortaya çıkabilecek fiziksel ve mental yorgunluk ise işe yönelik karar verme süreçlerinde hataların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Bu perspektiften bakıldığında iş-aile arasında ortaya çıkan dengesizlik durumunda işletme sahiplerinin katlanacağı maliyet daha fazla bile olabilmektedir. Oysa işletme sahipleri iş süreçlerine esneklik kazandırabildiği ve çalışanlara daha fazla yetki devredebildiği takdirde ailelerine daha fazla zaman ayırabilir. Bu durumda hem fiziksel hem de mental olarak kendilerini rahat hisseden işletme sahipleri iş süreçlerine yönelik daha sağlıklı kararlar verebilecektir. Tüm bu bilgiler ışığında bu çalışma, küçük ve orta ölçekli aile işletmelerinde işletme sahiplerinin iş-aile arasında denge kurup kuramadıklarını, iş ve aile rollerinin birbirinden ayrılıp

ayrılmadığını ve zaman içerisinde iş-aile arasındaki ilişkide değişimlerin gerçekleşip gerçekleşmediğini ortaya koyabilmek amacıyla gerçekleştirilmiştir.

2. Kavramsal çerçeve

Bireylerin doğası gereği üstlenmek zorunda olduğu sorumluluklar çeşitlidir. İş hayatı, sosyal hayat, ailevi sorumluluklar, çevresel sorumluluklar gibi farklı görevler bireyler için farklı rol tanımları yapılmasını gerektirir. Toplumda çeşitli roller üstlenmek mecburiyetinde olan bireyler bahsi geçen bu roller için farklı rol davranışları sergilemek zorundadır.

Rol davranışları ise, bireylerin sahip olduğu statülerin bir gereği olarak içinde yer aldıkları grubun kendilerinden yapmalarını bekledikleri tavır ve tutumlardır (Çarıkcı ve Çelikkol, 2009, s. 154). Bireyler dâhil oldukları grupların kendilerinden beklediği tavır ve tutumları sergilememeleri halinde dışlanma, eleştirilme, ayrıştırılma, çatışma gibi olumsuz neticelerle karşılaşabilir. Bazı durumlarda ise bireylerin rolleri arasında bilinçli veya bilinçsiz şekilde geçişken sınırlar oluşabilmektedir. Roller arasında dengesizlik ortaya çıkaran bu durumlarda bireylerin ne şekilde hareket ettiği ve dengeyi sağlamaya yönelik olarak izledikleri strateji önem kazanmaktadır.

Genel itibarıyla roller arasında meydana gelen kaymalar, dengesizlikler ve uyuşmazlıklar kişilerin yaşam kalitesini bozmakta ve stres meydana getirerek kişilerde çeşitli fizyolojik ve psikolojik sıkıntılar yaşanmasına neden olabilmektedir. Söz konusu bu süreçlerin kesintisiz şekilde uzun yıllar devam etmesi halinde ise geriye dönülemez sonuçlar, kopukluklar veya travmalar meydana gelebilir.

2.1. İş-aile dengesi

İş ve aile bağlamından değerlendirildiğinde iş görenlerin rollerinden biri aile içi görevleri yerine getirmek, başka bir rolü de işinin gerektirdiklerini yerine getirmektir (Baykal, 2014, s. 11). Bu iki rol arasındaki sınırların bozulması durumunda iş aile dengesinde bozulmalar meydana gelmektedir.

İş-aile dengesi, kişinin iş ve aile yaşam rolleriyle eşit seviyede alakadar olması ve bu rollerden eşit seviyede tatmin duyması olarak da tanımlanabilir (Greenhaus, Collins ve Shaw, 2003). Kişiler herhangi bir taraf lehine fazla çaba sarf ederse ve diğer rolün gerekliliklerini yerine getirmekte aksaklıklar yaşanır ise iş- aile dengesizliği çatışmalara dönüşebilir. İş ve aile yaşamı dengesini açıklamaya yönelik bir teori Clark (2000) tarafından “İş-Aile Sınır Teorisi” olarak geliştirilmiştir. Teoriye göre, kişilerin iş dünyası ve aile dünyası olmak üzere iki dünyası vardır. Çalışan kişilerde bu iki dünya arasındaki sınır geçicilerdir. Kişiler günlük olarak bu sınırlardan geçer (Topgül, 2016, s. 218). Sınırlar arasında denge kurulması esastır. Buna göre iş sınırları dâhilinde kişilerden beklenen sorumluluk almak, görevlerin gereğini yerine getirmek ve becerilerini geliştirmektir. Aile sınırları dâhilinde ise kişilerden beklenen genellikle ailevi yükümlülüklerini içsel bir motivasyonla yerine getirmeleri, kendi istekleriyle sevgi dolu bir yaklaşımla hareket etmeleridir.

Bireyler iş- aile dengesini koruyabilmek adına söz konusu sınırları belirginleştirme yoluna gidebilir. Bunu sağlayabilmek için ise öncelikle sınırların bilinmesi gerekmektedir. Üç tür sınır (border) vardır. Bunlar, fiziksel sınır, zamansal sınır ve psikolojik sınırdır (Clark, 2000).

Fiziksel Sınır; iş-aile dengesinin bozulma eğilimi fiziksel mekânların işyeri olarak kullanımından uzaklaşmayla başlar. Geleneksel çalışma biçimlerinin değişimiyle evden çalışma, mobil çalışma, sanal ofis gibi kavramlar iş dünyasında yaygınlaşmıştır. Bu durum ise çalışanların iş-aile dengesinde fiziksel sınır oluşturmasını zorlaştırabilmektedir.

Çalışanlar açısından özellikle büro-evler birçok avantaj sağlamaktadır. Mesai sürelerinin esnekliği, ailevi görevlere ilişkin önceliklerin önce tamamlanması iş görenlerin aileleriyle daha çok süre geçirmelerine olanak sağlar. Ulaşım, ısınma, işyeri maliyetlerinin azalması ve çalışanlarda meydana gelen rahatlık önemli faydalar arasında sayılabilir (Tutar, 2017, s. 53). Bununla birlikte çalışanların ofis ortamından uzaklaşmaları nedeniyle ortaya çıkan görev kaymaları, sosyalleşme imkânlarından yararlanamaması iş-aile dengesinin bozulmasına sebebiyet verebilir.

Zamansal Sınır; geleneksel çalışma saatleri içinde faaliyet gösteren işletmelerde tüm iş görenler için sabit çalışma saatleri mevcuttur. Esnek çalışma saatlerinin uygulandığı örgütlerde ise temel zaman olarak tanımlanan bir unsur bulunmaktadır. Temel zaman tüm çalışanların işlerinin başında

bulunmasının zorunlu olduğu süredir (Uyargil, 2013, ss. 80-81). Geleneksel çalışma saatlerini uygulayan işletmelerde iş-aile sorumluluklarını dengede tutmaya yönelik olarak zamansal bir sınır belirlemek esnek çalışma saatleri uygulayan işletmelerdeki çalışanlara göre daha kolay olabilmektedir.

Yapılan araştırmalarda genellikle kadın çalışanların zamansal sınırlara riayet etmekte sıkıntı yaşadıkları ve iş-aile dengesinde çeşitli bozulmalarla karşılaştıkları görülmektedir. Çünkü kadın iş görenler artık çocuk doğurmak istememekte veya bir çocuk sahibi olmayı yeterli görmektedir. Bu durumun sebebi ise, günümüzde anne babaların işgücüne katılım sağlaması sonucu fazladan bir vardiyayı gerektiren çocuk bakımındır (Kablay ve Elma, 2018, s. 80). Çocuk bakımı ise çoğunlukla zaman kısıtını daha da artıran bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır.

Psikolojik Sınır; iş-aile sorumluluklarına psikolojik sınırlar koyabilmek dengeyi sağlamayı kolaylaştırır. Çalışanlar böylece hem çalışma hem de kişisel hayatlarından daha yüksek tatmin sağlar. İş görenlerin bireysel hayat ve çalışma hayatlarındaki memnuniyeti örgütleri de pozitif şekilde etkilemektedir. İş görenlerin kendilerini geliştirebilmek adına gereksinim duydukları süreye sahip olmaları, kalite ve yeteneklerini çoğaltmakta ve bu durum da doğrudan verimliliğe fayda sağlamaktadır (Doğrul ve Tekeli, 2010, s. 13). Eğer çalışanlar görevlerin yerine getirilmesinde kendilerinden beklenenden iş yükünün üzerine çıkarsa işverenler açısından oldukça verimli çalışmalar ortaya koyabilir. Ancak aşırı görev yönelimli olmak çalışanların mesai dışı dinlenme ve aileye ayırma sürelerinde de devam ederse çalışanlar açısından iş-aile dengesi bozulabilir.

2.2. İş-aile çatışması

İş-aile dengesi kurulamadığında ve denge bir taraf aleyhine bozulduğunda iş-aile yaşam çatışması meydana gelecektir. İş-aile yaşam çatışması, iş veya ailedeki rolün, diğer rollerin etkisi nedeniyle daha zor hale dönüştüğü roller arasında anlaşmazlık durumunu ifade etmektedir (Tekingündüz, Kurtuldu ve Öksüz, 2015, s. 9). İş-aile çatışması üç temel başlık altında incelenen önemli örgütsel ve bireysel sonuçlar meydana getirmektedir. Bu sonuçlar şu şekildedir (Allen, Greenhaus ve Edwards, 2010):

İşe ve Örgüte İlişkin Sonuçlar; iş-aile dengesinin kurulamaması neticesinde yaşanan çatışmaların en önemli sonuçları çeşitli örgütsel davranış değişkenlerinde meydana gelen olumsuz yöndeki çeşitli değişikliklerdir. Bu bağlamda çalışanların yaşadıkları iş-yaşam anlaşmazlığının işletmelere ilişkin sonuçları arasında iş tatmini seviyesinde azalma, örgütsel bağlılık seviyesinde düşüş, işi bırakma eğiliminde artış, iş devamsızlığında artış, iş verimliliği ve performansında düşüş, kariyer doyum düzeyinde azalma ve kariyer başarısında azalma eğilimi gösterilmektedir.

İşe İlişkin Olmayan Sonuçlar; iş-aile yaşam dengesinin bozulması neticesinde ortaya çıkan çatışmaların işe ilişkin sonuçları olduğu gibi işe ilişkin olmayan farklı istenmeyen neticeleri de mevcuttur. Bu neticeler hayat tatmin seviyesinde azalma, evlilik tatmin seviyesinde azalma, aile performansında düşüş ve serbest zaman tatmin seviyesinde azalma şeklindedir.

Stres Düzeyi ile İlgili Sonuçlar; iş-aile dengesinin bozulması neticesinde meydana gelen ruhsal dengesizlikler çoğunlukla kişilerin stres düzeyinin artması neticesinde meydana gelmektedir. Stres ise günümüzde birçok hastalığın tetikleyicisi durumundadır. Yaşanan iş-aile çatışmaları çalışanlarda stresle bağlantılı çeşitli sonuçlar meydana getirmektedir. Bu sonuçlar psikolojik (ruhsal) problemler, fiziksel sağlık sıkıntıları, depresyon eğilimi, uyuşturucu kullanımı seviyesinde/eğiliminde artış, tükenmişlik (burnout) düzeyinde artış, görev ve sorumluluklara ilişkin stres düzeyinde artış ve ailevi sorumluluklara ilişkin stres eğiliminde artış şeklindedir.

Aile ile meslek kişilerin yaşamının iki önemli tarafını oluştursa da, bireyin yaşamı aslında bir bütündür ve tektir. İş ile aile rolleri kişilerin yaşamında birleşik haldedir ve bu roller devamlı birbiriyle etkileşir (Arslan, 2012, s. 100). Kişilerin tüm çabası, söz konusu bu rolleri dengelemek üzerine kurulmaktadır. Sağlıklı iş ve sosyal hayat ancak iş-aile dengesi sağlanabildiği takdirde mümkün hale gelebilir. İş-aile dengesini etkileyebilen çeşitli faktörler bulunmaktadır. Çalışanların iş-aile dengesini engelleyebilen veya kolaylaştırabilen faktörler şunlardır:

Kişisel Faktörler; kişisel nitelikler arasında iş-yaşam dengesini etkileyebilecek olan önemli niteliklerin başında kişilik özellikleri gelmektedir. Kişilik ile kastedilmek istenen aslında bireyin ayırt edici özellikleridir. Kişilik, kişiye has bir hayat tarzıdır ve bu hayat tarzında bireyin becerileri, kişiler

arası ilişkileri, bireysel ve mental nitelikler bir bütün olarak birlikte gösterilir (Sarıtaş, 1997, s. 528). İnsanların kişilik, mizaç, karakter, zekâ vb. tinsel/mental tarafları soyut ve daha komplike ve belirli olmayan bir niteliktedir (Acar, 2013, s. 141). Buna göre, kişilik yapısının bireylerin psikolojik dünyasının bir yansıması olduğu ve davranışlarında gözlemlenebileceği söylenebilir.

Örgütsel Faktörler; organizasyonlar, dış çevre şartlarında meydana gelen büyük değişiklik ve oluşumları karşılamak maksadıyla ürün, örgütsel yapı, sistem, süreç ve stratejilerini devamlı yeniden yapılandırma ve yenileme mecburiyetindedirler (Naktiyok, 2007, s. 212). Örgütsel süreçlerdeki bu değişim çalışanlara da yansımaktadır. Çalışanlardan kendilerini geliştirmeleri, değiştirmeleri, yeniliklere açık, zinde ve açık fikirli olmaları beklenmektedir. Çalışanların bu yöndeki çabaları ise iş-aile dengesinin bozulmasına sebep olabilir.

İş-aile dengesi üzerinde etkili olabilecek başlıca örgütsel faktörler iş stresi, esnek iş uygulamaları ve iş desteğidir. Bu faktörler birçok davranış değişkenini de etkilemekte ve zaman içerisinde değişmektedir (Rahman, Uddin, Abdul, Mansor, Ali, Khairuddin, Samuel ve Rahaman, 2017).

Toplumsal Kültür; Hofstede'nin ulusal kültür tipleri ile Cameron ve Quinn'in örgüt kültürü tiplerinde belirtilen ortak söylemler ulusal kültürü meydana getiren bazı değerlerin örgütlerin kültürüne de aktarılabilmesine işaret etmektedir (Özkoç ve Katlav, 2015, s. 118). Dolayısıyla toplumsal kültür unsurlarının örgütlerin ve çalışanların iş yapma usullerine yansiyebileceği söylenebilir. Bu durum ise iş-aile dengesinin toplumsal kültür faktörlerinin etkisiyle bozulabilme olasılığını ortaya çıkarmaktadır.

İşletmelerin faaliyetlerini hangi alanda, nasıl gerçekleştireceği ve tüm bu koşullarda ilişkilerin nasıl yönlendirileceği gibi konularda kültür ve toplum etkisini hemen gösterir (Temizel, Turan ve Temizel, 2008, s. 467). Buna göre toplumsal yapıdan gelen beceriler, beklentiler ve hassasiyetler çalışanların iş-aile dengesi kurma çabalarında çeşitli problemler yaşamalarına sebep olabilir.

2.3. Aile işletmelerinde iş-aile dengesi

Aile firmalarına dair tanımlama yapılırken servetin mülkiyetinin korunmasından yönetimdeki baskınlığa ve kan bağına kadar çeşitli değişik kriterler bulunmaktadır (Akdoğan, 2000, s. 32). Ancak genel itibarıyla aile işletmelerine dair tanımlamalar üç başlıkta toplanabilir (Smyrinos, Tanewski ve Romano, 1998, s. 50):

- Aileden birilerinin yönetime dâhil olduğu aile işletmesi,
- Aileden birilerinin yönetime dâhil olmadığı aile işletmesi,
- Aileden birilerinin olmadığı ancak yönetime dâhil olabilen aile işletmesi.

Bu sınıflamalardan anlaşılacağı üzere aile işletmelerinde aile içerisindeki kişilerin yönetime katılma derecelerinin kayda değer bir kriter olduğu görülmektedir. Aile işletmelerinde aileden birilerinin idari yapılanma içerisinde yer alıp almaması tüm işleyişi ve sahip-yönetici açısından iş-aile dengesini etkileyen bir unsurdur. Stafford ve Tews (2009) yönetim kademesinde bulunan kişinin hem iş çevresi hem de aile çevresi arasında uyum sağlaması gerektiğini ifade etmektedir. Bu uyum hem aile hem de işten kaynaklı çıktılar üzerinde etkili olabilmektedir. Ailenin ve işle ilgili kaynakların birbirine karışması durumunda ortaya çıkabilecek sonuçlar olumlu olmayabilir.

İşletmelerde sahip-yöneticinin ve çalışanların işletmeye bağlılık düzeyinin yüksek olması istenilir bir durum olsa da, aile işletmelerinde ailevi öncelikler, sıklıkla yönetsel kaidelerini geride bıraktırmaktadır (Yücel ve Özkalan, 2012, s. 249). Her ne kadar ailevi bağların güçlülüğü sadakat, örgütsel bağlılık ve adanma davranışı meydana getirirse de, özellikle kurumsallaşmamış aile işletmelerinde yönetsel sorunlar, yapı ve işleyişteki aksamalar, sahip yöneticilerin iş ve aile sorumluluklarının dengede kalmasını zorlaştırabilir. Gudmunson, Danes, Werbel ve Teik-Cheok Loy (2009) aile işletmelerinin kuruluş ve sonrasında kurumsallaşma aşamasında işin gerektirdiği gereksinimlerin karşılanması için sahip-yöneticinin çok fazla çaba ortaya koymasına gerektiğini ifade etmektedir. İşten kaynaklı gereksinimlerin artması iş-aile dengesinin sağlanması hususunda önemli bir tehdit oluşturmaktadır.

Kurumsal yönetim aile arasındaki anlaşmazlıkların engellenmesini, nitelikli beşeri kaynakların işletmeye kazandırılmasını, kurumsal prestijini ve kıymetini yükseltilmesini sağlar (Arslantaş, 2012, s.

7). Ayrıca kurumsallaşmadan ötürü herkesin rol ve sorumlulukları da bellidir. Dolayısıyla aile üyelerinin iş süreçleri ve birbirlerine ayıracakları zaman arasında denge kurmaları da mümkün hale gelmektedir (Özcan, 2021, s. 127). Bu perspektife göre; kurumsallaşmamış, küçük ve orta ölçekli işletmelerde idari yönetimin genellikle aile büyüğü tarafından sağlandığı ve şirketten şirkete değişmekle birlikte çoğunlukla diğer aile üyelerinin bu süreçte aktif rol almayacağı düşünülebilir. Bu durumda aile büyüğünün işletme süreçlerine çok fazla odaklanması ve diğer aile fertlerine daha az süre ayırması beklenebilir. Ancak kurumsallaşmış ve büyük ölçekli işletmelerde ise aile üyelerinin işletme faaliyetlerinde aktif rol alması ve aile üyelerinin birbiriyle daha çok etkileşim kurması beklenebilir.

Aile işletmesi olan firmaların büyük bir kesiminin profesyonel yönetim yaklaşımından ve kurumsallaşmadan uzak oldukları, ayrıca yüzleştikleri idari problemler nedeniyle varlıklarının tehlike altında olduğu ve bu durumun da rekabetçi avantajlarını kaybetmelerine neden olduğu düşünülmektedir (Yıldız, Tutar ve Yılmaz, 2012, s. 120). Çünkü aile işletmelerinde sahip yöneticinin talepleri, tutumları ve tavırları kurumsal yapılarca daha az miktarda engellenmektedir. Bu yönüyle sahip-yönetici aile işletmesini hem bir üretim hem de bir tüketim ünitesi olarak algılayabilir (Özler, Özler ve Gümüştekin, 2007, s. 443). Aile işletmelerinde önceliğin genellikle ailenin isminin korunmasında olması ve aile üyelerinin kilit pozisyonlarda görevlendirilirken niteliklerinden ziyade akrabalık bağlarının göz önünde bulundurulması çoğu zaman bu durumu hızlandırmaktadır.

Bugün Amerika'da faaliyet gösteren firmaların %95'i aile şirketleridir ve Forbes'un 2016 milyarderler listesinin %42'si aile şirketlerinden oluşmakta iken Fortune 500 rakamlarına göre dünya çapındaki en büyük ve başarılı olan şirketlerin %40'ı aile şirketleridir (Çetinkaya, Şener ve Korkmaz, 2017, s. 120). Ülkemizde de benzer bir durum söz konusudur. Yapılan bir araştırmaya göre Türkiye'deki işletmelerin %95'i aile işletmesidir. Bu işletmeler ülkemizin gayrisafi milli hâsılasının %75'ini sağlamaktadırlar (Şakar, 2008, s. 358). Ülke ekonomisinin gelişiminde bu derece önemli rol üstlenen aile işletmelerinin özellikleri, çalışma usulleri, karşı karşıya oldukları problemler sıklıkla birçok çalışmaya konu edilmektedir. Bu bakımdan iş-aile dengesinin korunmasında aile işletmeleri özel bir öneme sahip olup, aile işletmelerinde iş-aile dengesinin belirleyicileri ile aksayan yönlerinin tespiti, konuya ilişkin çözüm önerileri geliştirilebilmesi açısından önem arz etmektedir.

3. Metodoloji

3.1. Araştırmanın amacı, kapsamı ve kısıtları

Bu çalışma aile işletmeleri sahiplerinin iş ve aile rollerinin birbirinden ayrılıp ayrılmadığını, iş ile aile arasında denge kurup kuramadıklarını ve zaman içerisinde iş-aile arasındaki ilişkide değişimlerin gerçekleşip gerçekleşmediğini ortaya koyabilmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Aynı zamanda aile işletmeleri sahiplerinin işe ve aileye bakış açılarının da ortaya konulması planlanmıştır. Bu doğrultuda Muğla ve Ardahan'da faaliyet gösteren aile işletmeleri araştırma kapsamında ele alınmıştır. Muğla'da faaliyet gösteren 12 aile işletmesi ile Ardahan'da faaliyet gösteren 4 aile işletmesi araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Bu işletmelerin genel olarak küçük ve orta ölçekli boyutta olduğu ancak tam anlamıyla kurumsallaşmış bir yapıya sahip olmadıkları söylenebilir. Kurumsallaşmış aile işletmelerinde iş-aile dengesinin daha net ayrımlarla belirlendiği göz önüne alındığında, kurumsallaşmamış aile işletmelerinde iş-aile dengesinin ne düzeyde gerçekleştiği ve ne şekilde yönetildiği önemli bir araştırma sorusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla bu soruya cevap bulabilmek için henüz kurumsallaşmamış aile işletmelerinin araştırma kapsamında yer alması gerekmektedir. Ayrıca bu çalışma kapsamında yer alan aile işletmeleri incelendiğinde, işletmelerin aile büyüğü tarafından kurulduğu ve genellikle bu kişi tarafından yönetildiği görülmektedir. İşletme faaliyetleri kapsamında aile üyelerinin yoğun bir şekilde katılımı söz konusu değildir. Diğer aile üyelerinin aile içi sorumlulukları işe yönelik faaliyetlerinden daha fazladır. Yukarıda da belirtildiği gibi ele alınan aile işletmeleri kurumsal bir yapıya sahip olmayıp, genellikle küçük ve orta ölçekli boyutta yer almaktadır. Bu durumda işletme yönetiminin de genel anlamda aile büyüğü tarafından gerçekleştiği söylenebilmektedir. Nitekim bu çalışmada yapılan görüşmeler de işletme sahiplerinin kurucularıyla gerçekleşmiştir. İş-aile dengesine yönelik literatürde birçok çalışma bulunmasına rağmen, aile işletmeleri bağlamında iş-aile dengesinin araştırıldığı çalışmalar ise sınırlı sayıda gerçekleşmiştir. Dolayısıyla bu çalışmanın, iş-aile dengesinin detaylı bir şekilde incelenmesi neticesinde aile işletmeleri literatüründeki bilgi birikimine katkı yapması beklenmektedir. Araştırmanın henüz kurumsal hale

gelmemiş aile işletmeleri çerçevesinde gerçekleşmiş olması da aile işletmeleri literatürüne farklı bir boyut üzerinden değer katabilmektedir. Ardahan'da veri toplanabilecek yeterli sayıda aile işletmesinin bulunmaması araştırmanın kısıtını oluşturmaktadır. Ardahan'daki özel teşebbüslerin ve yatırımların yetersiz olması ve bu çalışmanın aile işletmeleri temelinde gerçekleşmesi nedeniyle Ardahan'da ancak 4 işletmeden veri toplanabilmiştir. Araştırma verilerini toplayabilmek için Ardahan Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu Komisyonu'ndan gerekli Etik Kurul izni alınmıştır (04.03.2021 tarihli E-67796128-000-2100006243 sayılı Etik Kurul Onay Belgesi ile).

3.2. Araştırmanın yöntemi ve veri toplama aracı

Araştırmada nitel araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Veri toplama aracı olarak görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme tekniği katılımcıların kişisel deneyimleri, inançları, görüşleri ve davranışlarıyla ilgili spesifik bilgi toplayabilmek için uygun ve esnek bir nitel veri toplama tekniğidir (Ryan, Coughlan ve Cronin, 2009). Katılımcıların iş-aile dengesine yönelik deneyimleri ve görüşleri de kişisel içeriğe sahip olup, yüz yüze görüşme tekniğiyle bu deneyimlerin ve görüşlerin derinlemesine elde edilmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca araştırma konusu özel ve duyarlılık gerektiren içeriğe sahip olabileceğinden dolayı birebir ve yüz yüze görüşme yönteminin daha uygun olacağı düşünülmektedir.

Araştırmacılar tarafından literatür taraması gerçekleştirilerek yarı-yapılandırılmış görüşme soruları hazırlanmıştır. Bu doğrultuda aile işletmeleri ve iş-aile dengesine yönelik literatürde yer alan çalışmalardan elde edilen bilgiler ve iki farklı şehrin kültürel, ekonomik ve aile yapılarını iyi bilen araştırmacılar tarafından merak edilen hususlar göz önüne alınarak 10 tane görüşme sorusu hazırlanmıştır. Soruların araştırma problemine uygun olacak şekilde iş-aile dengesinin üzerine kurgulanmasına dikkat edilmiştir. Görüşmeler iki araştırmacı tarafından farklı zamanlarda gerçekleştirilmiştir. Bir araştırmacı Muğla'da faaliyet gösteren 12 aile işletmesi sahipleriyle görüşmeler gerçekleştirmiştir. Diğer bir araştırmacı ise Ardahan'da faaliyet gösteren 4 aile işletmesi sahipleriyle görüşmeler yapmıştır.

Görüşmelerde geçerliliğin ve güvenilirliğin sağlanabilmesi için en az 15, en fazla 30 örneklemin yeterli olabileceği belirtilmektedir (Marshall, Cardon, Poddar ve Fontenot, 2013, s. 20). Bu doğrultuda araştırmanın kapsamını oluşturan toplam 16 örneklemin geçerlilik ve güvenilirlik açısından yeterli olabileceği düşünülmektedir. Nitel bir araştırmanın geçerliliğini saptayan başka faktörler de bulunmaktadır. Bu faktörler inandırıcılık, aktarılabirlik, onaylanabilirlik ve güvenilebilirlik şeklinde açıklanmaktadır (Guba, 1981).

Bulguların gerçeklikle ne kadar ilişkili olduğunu belirten inandırıcılığı sağlamak için katılımcıların teyidinden yararlanılmıştır. Elde edilen bulgular görüşme gerçekleştirilen aile işletmelerinin sahipleriyle paylaşılmış ve bulguların kendi düşüncelerini doğru şekilde yansıtmayı yansıtmadığı sorulmuştur. Ayrıca özellikle Ardahan'daki aile işletmelerine fiziksel yakınlık nedeniyle gözlem yapma imkânı da elde edilmiştir. Bu şekilde aile işletmelerinin sahiplerinin işyerinde geçirdikleri zaman ve iş yapma kültürlerine yönelik bir anlayış geliştirmek mümkün olabilmektedir. Nitel araştırmalarda aktarılabirliği ortaya koyabilmek için örneklem seçiminin nasıl yapıldığı, katılımcıların özellikleri, araştırma ortamı ve veri toplama süresinin net bir şekilde belirtilmesi gerekmektedir (Johnson, Adkins ve Chauvin, 2020). Bu araştırmada amaçlı örneklem kullanılmıştır. Araştırma kapsamı aile işletmeleri olduğundan dolayı örneklem seçiminde aile işletmelerinin kurucuları veya sonraki kuşak işletme sahipleri dikkate alınmıştır. Örneklem seçiminde katılımcıların aileden olmasına ve işletmeyi yönetmesine dikkat edilmiştir. Katılımcılar genellikle içinde buldukları sektörde deneyim sahibidir ve uzun yıllardır aile işletmelerinin yönetimini sürdürmektedir. Katılımcılarla yapılan her görüşme kendilerinden izin alınarak kayıt altına alınmıştır. Her görüşme birebir ve yüz yüze gerçekleşmiş olup, en az 45-60 dk. arasında sürmüştür. Görüşmeler işletme ortamında gerçekleştirilmiş olup, aile üyeleri görüşme ortamında yer almamıştır. Görüşmelerde hiçbir şekilde yönlendirme yapılmamıştır. Katılımcıların sorulara verdikleri cevaplar dışında konuyla ilgili olarak kişisel düşüncelerini paylaşmalarına da izin verilmiştir.

Nitel bir çalışmada onaylanabilirliği saptamak için saha notları, ses kaydı gibi ham verilerin varlığı, analiz edilmiş veri, bulguların oluşumu ve ölçümlerin nasıl geliştirildiği açıkça belirtilmelidir (Lincoln ve Guba, 1985). Bu çalışmada elde edilen veriler ses kaydına alınmış ve daha sonra analiz edilerek bulgulara ulaşılmıştır. Ses kaydına alınan veriler önce yazıya dökülmüştür. Yazıya dökülen verilerin

açık kodlama yoluyla çözümlenme süreci başlatılmıştır. Açık kodlamadan sonra her kod eksen kodlama yoluyla belli çerçeveye bağlı olarak kategorik hale getirilmiştir. Her bir kategori belirli bir eksen etrafında toplanarak şekillendirilmiştir. Son aşamada ise kategorilerin ortak noktaları ve benzeştiği içerikler göz önüne alınarak temalar oluşturulmuştur. Tüm bu süreçte gerekli ölçümleri gerçekleştirmek için açık uçlu sorular kullanılmış olup, araştırmada kullanılan sorular Ek 1’de yer almaktadır.

Son olarak, nitel çalışmalarda güvenilebilirliği ortaya koyabilmek için en çok üçgenleme tekniğinden yararlanılmaktadır. Üçgenleme, iki ya da daha fazla veri kaynağının veya iki ya da daha fazla veri toplama yönteminin aynı araştırma içerisinde birlikte kullanılmasını ve sonuçlarının kıyaslanmasını ifade etmektedir (Mays ve Pope, 2000). Bu çalışmada veri kaynaklarına bağlı olarak üçgenlemeden söz edilebilmektedir. Araştırma kapsamında iki farklı örneklem grubu incelenmiş olup, bu gruplar Muğla ve Ardahan gibi ekonomik, kültürel, sosyal ve aile yapıları bakımından farklılık gösteren yerlerde bulunmaktadır. Birbirinden farklı özellikler barındıran iki farklı bölgede yer alan örneklem gruplarının yer aldığı çalışmada benzer sonuçların ortaya çıkması beklenmektedir. Tüm bu bilgiler ışığında, nitel çalışmaların geçerliliğini ve güvenilirliğini sağlayabilmek için gerekli olan dört faktörün bu araştırma çerçevesinde de değerlendirildiği söylenebilmektedir.

3.3. Bulgular

Araştırmamıza katılan aile işletmesi sahiplerinin 5’i kadın (%31), 11’si (%69) erkektir. Yaş ortalaması yaklaşık 59 ve ortalama iş tecrübesi 30 yıl olarak hesaplanmıştır. Elde edilen verilerin çözümlenmesi neticesinde toplam 11 kategori ve 6 tema ortaya çıkmıştır. Kategoriler kişilik/mizaç, kuşak ve çağın farklılıkları, zaman içinde değişen algı, işteki rollerin/duyguların eve yansımaları, iş-aile arasında denge arayışı, işyerinde esneklik, iş ve işyeri algısı, aileye zaman ayırma dürtüleri, işe ve işyerine yabancılaşma, çalışmanın aile için önemi ve evdeki rollerin/duyguların işe yansımalarından oluşmaktadır. Her kategoriyi ortaya çıkaran kodlar söz konusudur. Örnek olarak kişilik/mizaç kategorisini ortaya çıkaran bazı kodlar şu şekildedir; “titizlik”, “alışkanlıklar”, “teferruatla çok uğraşmak”, “aklın işte kalması”. Kuşak ve çağın farklılıkları kategorisini ortaya çıkaran bazı kodlar ise şu şekildedir; “eski kuşakların daha çok çalışması”, “eskiden teknolojik imkânların olmaması”, “yeni kuşakta kolaycılığın ve rahatlığın olması”, “eski zamanlarda sosyallik ve maddiyat noksanlığı”. Zaman içinde değişen algı kategorisini ortaya çıkaran kodlar da şu şekildedir; “İlk yeniliğin ve heyecanın olmaması”, “ilk zamanlarda her şeyin işyerinden ibaret olması”, “eskiye göre daha fazla aileye zaman ayırma”, “metal yorgunluk”. Buna benzer şekilde diğer kategorilerin de ortaya çıkmasında ilgili kodlar söz konusudur. Araştırmanın sonucunda ortaya çıkan temalar ise “işe ve işyerine bakış açısında tarihsel dönüşüm”, “iş-aile arasında denge arayışı”, “iş-aile rollerinin yansımaları”, “iş-aile sürecinde kişilik özellikleri faktörü”, “günümüzde iş ve işyeri algısı” ve “çalışmanın aile için önemi” şeklindedir. İşe ve işyerine bakış açısında tarihsel dönüşüm teması altında kuşak ve çağın farklılıkları, zaman içinde değişen algı, işe ve işyerine yabancılaşma kategorileri yer almaktadır. İş- aile arasında denge arayışı teması altında işyerinde esneklik, aileye zaman ayırma dürtüleri ve iş-aile arasında denge arayışı kategorisi yer almaktadır. Bu temanın adı aynı zamanda alt kategorilerden biriyle aynı olup, bu temayı açıkladığı ve kapsadığı düşünülmektedir. İş-aile rollerinin yansımaları başlıklı temanın altında işteki rollerin/duyguların eve yansımaları ve evdeki rollerin/duyguların işe yansımaları kategorileri yer almaktadır. İş-aile sürecinde kişilik özellikleri teması kişilik/mizaç kategorisinden oluşmaktadır. Bu kategori tek başına açıklayıcı ve diğer temalardan belirgin şekilde ayrıldığı için direkt olarak tema olarak değerlendirilmiştir. Buna benzer şekilde günümüzde iş ve işyeri algısı ile çalışmanın aile için önemi başlıklı temaları da yine diğer temalardan ayrılmakla birlikte, yeterli açıklayıcı içeriğe sahip olduğu düşünülmektedir. Bu iki tema da alt kategorilerle aynı şekilde isimlendirilmektedir. Elde edilen kategori ve temalara ilişkin bilgiler Tablo 1’de ve katılımcıların beyanlarına ilişkin örnekler ise Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 1

Verilerin çözümlenmesi neticesinde ortaya çıkan kategoriler ve temalar

Kategoriler	Temalar
Kuşak ve Çağın Farklılıkları Zaman İçinde Değişen Algı İşe ve İşyerine Yabancılaşma	İşe ve İşyerine Bakış Açısında Tarihsel Dönüşüm
İş-Aile Arasında Denge Arayışı İşyerinde Esneklik Aileye Zaman Ayırma Dürtüleri	İş-Aile Arasında Denge Arayışı
İşteki Rollerin/Duyguların Eve Yansması Evdeki Rollerin/Duyguların İşe Yansması	İş-Aile Rollerinin Yansımaları
Kişilik/Mizaç	İş-Aile Sürecinde Kişilik Özellikleri Faktörü
İş ve İşyeri Algısı	Günümüzde İş ve İşyeri Algısı
Çalışmanın Aile İçin Önemi	Çalışmanın Aile İçin Önemi

Tablo 2

Katılımcıların İfadelerinden Örnekler

Beyanlar	Temalar
K9: “Biz babamızdan böyle gördük, iş bitmeden müşteri memnun olmadan kepenk kapatmayız. Ama yeni nesil öyle değil maalesef. Aldığımız çırakları bile nerdeyse üç ayda bir değiştirir olduk. Sabırsız bir nesil şimdiki.”	İşe ve İşyerine Bakış Açısında Tarihsel Dönüşüm
K3: “Eskiden yaptığımız işin karşılığını alırdık, uğraştığımızı değerdi. Şimdi bazen kendimi buraya ait hissetmiyorum, kapatıp gitsem diyorum. Buradan ekmek yiyen çalışanlarımı düşünüp vazgeçiyorum.”	
K11: “Esnaflık zor iş. Ama herkes saygı duyar. Neticede çok çalışsın, emeğinin karşılığını alırsın. Şimdilerde ise aradığımız saygıyı göremez olduk. Benim kendi oğlum başka yerde çalışmak istedi, üç ayın sonunda geri geldi. Neticede ekmek tekemiz burası.”	
K12: “Ben gece gündüz işimin başındayım. Bu tempo zor tabi. Tatile bile genellikle bizinkiler bensiz giderler. Kızımlar da artık alıştılar.”	İş-Aile Arasında Denge Arayışı
K13: Burada işler bitmez, zaman içerisinde ise ıskaladığım şeyler oluyor. Mesela çocuğun mezuniyeti oluyor, doğum günü oluyor gidemiyorsun. Artık bunların pişmanlığımı yaşamamak için aileme daha fazla zaman ayırmaya çalışıyorum.	
K14: 8-5 çalışmıyor olmamız, hafta sonu tatili olmaması, yıllık iznimizin olmaması cazip görünmese de, iyi bir ortaklıkla bunları esneterek kendi ailemize de yansıtıyoruz.	
K5: “Birine güvenemiyorum kolay kolay ne de olsa eski nesiliz biz. Hesapları her gün tek tek incelerim. Alışkanlık tabi kolay bırakılmıyor. Bu yüzden otuz yıldır bir gece bile erkenden eve girmedim. Kazandığımız her kuruşta fedakârlığımızın izi var.”	
K1: “Çocuklar işletme okudu neyse ki yükümü biraz hafiflettiler. Ama yine de bizim iş kültürümüzü benimsemediler hala. Esnaf dediğin için önce iş gelir, öncelik iş olur. Ailemiz de bunu bilir, zaman içinde kabullenir. Bu sene ticaret odasından aldığımız ödülü eve astım ki gördükçe çalışmaya heveslensinler.”	

K10: “Evde hanımın bana en çok kızdığı, uyardığı konu onları sürekli yönlendirmem. İş yerinden alışkanlığım sürekli birilerini bir şeyler yapmaya yönlendirmek. Ben işimi şansa bırakmam. Böyle olunca farkında olmadan evde de aynı şekilde devam ediyorum.”	İş-Aile Rollerinin Yansımaları
K4: “İşler yolundaysa evde huzurumuz oluyor. Ekmek tekнемiz ne de olsa. İşyerinde bir huzursuzluk olduysa evde hiç konuşmam. Anlar üstüme gelmezler. Eninde sonunda anlatırım.”	
K2: “Önemli bir karar verilecekse son kararı ben veririm. Hem işyerinde hem evde bu şekilde. Zaman zaman çatıştığımız da oluyor ama kontrolçüyüm. Benim yapım böyle. Bana göre işyerimizin başarısının sırrı bu.”	İş-Aile Sürecinde Kişilik Özellikleri Faktörü
K7: “İşe ilk başladığımız zamanlarda imkânlar kısıtlıydı, her şeyi bizzat yapardık. Kazanç da azdı ama bereketliydi. Bugün daha fazla işi bilgisayara yaptırıyoruz. Daha çok kazansak da bence eski bereket yok.”	Günümüzde İş ve İşyeri Algısı
K6: “Artık esnaflık yok. O gelenek çoktan unutuldu. Şimdi herkes ticaret peşinde. Biz kazancımızı o gün kazanamayanla üleştirdik. Gördüklerim beni gittikçe soğutuyor.”	
K8: “Bu dükkân benim bütün hayatım. Burada işler bitmese de, çok yorulsam da, yalnız kalsam da çok mutluyum. Geçmişe dönüp baktığımda gurur duyuyorum. Elimde mala ile geldim şimdi inşaat ve yapı malzemeleri dükkânım var. Çocuklarım devam ettirecek inşallah.”	Çalışmanın Aile İçin Önemi
K12: “Bazen rüyamda bile işimle uğraşırım. Benim nerdeyse var olma sebebim diyebilirim. Ailecek çok emek verdik. Onların anlayışı olmasa bugün buralarda olamazdık, adımızı duyuramazdık.”	

Bu çalışma aile işletmeleri sahiplerinin iş ve aile rollerinin birbirinden ayrılıp ayrılmadığını, iş ile aile arasında denge kurup kuramadıklarını ve zaman içerisinde iş-aile arasındaki ilişkide değişimlerin gerçekleşip gerçekleşmediğini ortaya koyabilmek amacıyla gerçekleştirilmiştir

4. Tartışma

Bu çalışma aile işletmelerinde iş-aile dengesinin esasında önemli bir konu olduğunu göstermektedir. Nitekim iş-aile dengesine yönelik birçok çalışma yapılmış olmakla birlikte, iş-aile dengesini doğrudan aile işletmeleri kapsamında inceleyen çalışmalar ise sınırlı sayıdadır. Bu çalışma ile birlikte iş-aile dengesi aile işletmeleri kapsamında detaylı bir şekilde incelenmiş ve aile işletmelerinden görüşme yöntemiyle elde edilen doğal ve gerçekçi veriler ışığında araştırma konusunun amacını yansıtan temalara ulaşılmıştır. Bu temalar aile işletmelerinde iş-aile dengesine etki eden faktörleri içermekle birlikte; aynı zamanda iş-aile denge sürecini, iş-aile arasındaki ilişkide yaşanan değişimleri ve işe/işyerine yönelik bakış açılarındaki dönüşümü de ortaya koymaktadır. Bu perspektife göre, çalışmadan elde edilen bulguların hem aile işletmeleri hem de iş-aile dengesi literatüründe bu zamana kadar oluşan bilgi birikimini genişleteceği düşünülmektedir. Yukarıda da ifade edildiği üzere, aile işletmeleri bağlamında iş-aile dengesine yönelik çalışmalar sınırlı sayıda olup, bu alanda bilimsel çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Aile işletmeleri bağlamında yapılan bir çalışmada, Çeçen ve Güney (2019) iş-aile dengesinin aile işletmelerinin kurumsallaşma düzeyini artırabilmek için önemli olduğunu belirtmektedir. Aile ilişkileri ile iş ilişkilerinin birbirinden ayrılması gerektiği ifade edilmiş olup, çalışmanın esas amacı aile işletmelerinde kurumsallaşmaya etki eden faktörleri ortaya koymak yönünde olmuştur. Dolayısıyla bu çalışmada iş-aile dengesinin esas odak noktası olmadığını ve sadece aile işletmelerinin kurumsallaşma sürecine etki eden bir unsur olarak ele alındığını ifade etmek gerekir. Gudmunson, Danes, Werbel ve Teik-Cheok Loy (2009) aile işletmesi kurmada eş desteği ve iş-aile dengesinin araştırıldığı bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışmada eşlerin birbirine verdikleri desteğin işletme sahibinin iş-aile dengesini sağlamasına yardımcı olacağı ortaya konulmuştur. Ayrıca işletme sahibinin çalışma saatlerinin fazla olması durumunda iş-aile dengesinin bozulacağı da ifade edilmiştir. Stafford ve Tews (2009) aile işletmelerinde iş-aile dengesinin artırılması gerektiğine yönelik bir çalışma ortaya koymuştur. Bu çalışmada aile işletmelerinin başarısı için iş ve aile arasındaki denge ve uyumun önemine dikkat çekilmiştir. Fonksiyonel ailelerin bu dengeli ve uyumu daha kolay bir şekilde düzenleyebildiği, fonksiyonel olmayan aile üyelerinin ise aileden daha bağımsız veya aileyle daha iç içe

geçmiş ilişkilerinin olabileceği ifade edilmiştir. Bu bağlamda Rothausen'in iş-aile uyum modeline dikkat çekilerek, bu model kapsamında çevre-çevre uyumunun aile işletmeleri için daha uygun olacağına yönelik görüş bildirilmiştir. Çevre-çevre uyumu da kişilerin hem aile hem de iş bağamları arasında meydana gelen uyum ve ahenk şeklinde açıklanmıştır. Ruizalba, Soares, Arán ve Porras, (2016) Andalusia'daki (İspanya) aile işletmelerinde iş-aile denge düzeyini ortaya koyabilmek ve iş-aile dengesinin iş tatmini ve çalışan bağlılığı üzerindeki etkilerini belirlemek üzere bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışmaya göre veri toplanan aile işletmelerinin büyük çoğunluğun yüksek düzeyde iş-aile dengesine sahiptir. Ayrıca iş-aile dengesinin iş tatmini ve çalışan bağlılığı üzerinde pozitif bir etkisinin olduğu da ortaya konulmuştur. Bir başka çalışma Michael-Tsabari, Houshmand, Strike ve Treister (2020) tarafından aile işletmelerinde iş-aile dengesinin araştırılmasına yönelik gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada aile işletmelerinde iş-aile dengesi üzerinde belirleyici olan birtakım faktörler açıklanmıştır. Bu faktörler bireysel (cinsiyet, kültür vb.), aile (eş, çocuk ve geniş aile) ve iş (aile-işyeri politikaları, ev-iş sınırları) kaynaklıdır. Gelecek çalışmalar için sunulan önerilerle birlikte alanda başka çalışmalara da rehber olabilmektedir. Haddock, Zimmerman, Ziemba ve Current (2001) başarılı aileler üzerine gerçekleştirdiği çalışmada iş-aile dengesini sağlayabilmek için on uyarlanabilir strateji belirlemiştir. Bu stratejiler; aileye değer verme, işbirliği için çaba gösterme, işin anlamlı olması, iş sınırlarını koruyabilme, iş yaparken odaklanma ve verimli çalışma, çift gelir kazanınca övgü alma, aile içinde eğlenmeyi öncelikli kılma, basit yaşam, proaktif karar alma ve zamana değer verme şeklindedir. Dolayısıyla bu çalışmada iş-aile dengesinin nasıl sağlanacağına yönelik stratejilerin belirlendiği söylenebilmektedir.

Aile işletmelerinde iş-aile dengesine yönelik yapılan çalışmalar incelendiğinde iş-aile dengesinin kurumsallaşma yönünde önemli bir unsur olmasının yanı sıra; eşlerin birbirine verdikleri desteğin, uzun çalışma saatleri yerine esnek çalışma sisteminin, iş ve aile bağamları arasındaki uyumun, aileye ve zamana değer vermenin, iş sınırlarını koruyabilmenin, karar verme süreçlerini etkin hale getirmenin ve iş esnasında odaklanmanın, bireysel, ailesel ve işten kaynaklı faktörlerin iş-aile dengesi üzerinde etkili olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Aile işletmelerinde iş-aile dengesinin detaylı bir şekilde araştırıldığı bu çalışmanın sonuçlarına bakıldığında ise kişilik faktörünün iş-aile dengesi üzerinde belirleyici unsur olduğu ortaya çıkmış olmakla birlikte, ortaya konulan bu bulgunun literatürdeki bulgularla aynı olduğu görülmektedir. Ayrıca işyerinde esnek uygulamalara verilen önem bu araştırmanın sonucunda da ortaya çıkmış olup, literatürdeki esnek çalışmanın iş-aile dengesi üzerinde pozitif etkisi olabileceğine dair sonucu desteklemektedir. İş-aile arasında denge arayışına yönlendiren aileye zaman ayırma dürtüsü ile literatürdeki sonuçlar arasında yer alan aile içi eğlenmeyi öncelikli kılma davranışının birbiriyle örtüştüğü görülmektedir. Bu çalışmada ortaya konulan diğer bulgular incelendiğinde geçmişten günümüze kadar işe ve işyerine bakış açısında meydana gelen değişimler ön plana çıkmıştır. Oysa literatür incelendiğinde geçmişten günümüze kadar aile işletmelerinde iş-aile dengesi bağlamındaki değişimler ortaya konulmamış olup, bu çalışmada elde edilen bu bulgu literatürdeki bilgi birikimine katkı sağlamıştır. Bunun yanı sıra çalışmanın aile için önemi de bu çalışmada ortaya çıkmış olup, iş-aile dengesi perspektifinde kültürel bir özelliği temsil ettiği söylenebilmektedir. Çalışma eylemine her kültürde farklı bir anlam yüklenebileceği düşünüldüğünde, Türk aile işletmeleri kültüründe de çalışmanın aile için ayrı bir öneme sahip olduğu görülmektedir. Bu sonuç da yine aile işletmeleri ve iş-aile dengesi literatürüne kültürel bağlamda katkı sağlamıştır.

İş ile aile arasında denge kuramayan iş sahiplerinin fiziksel ve mental yorgunluk yaşadıkları bilinen bir gerçektir. İş-aile dengesini kuramayan iş sahiplerinin iş ve aile arasında kalabileceği ve iki tarafa ait rollerini birbirine karıştırabileceği de tahmin edilmektedir. Bu doğrultuda iş sahiplerinin iş ve aile arasında denge kurma çabasına girdikleri ve daha düzenli bir hayat yaşamak istedikleri düşünülmektedir. Bu çalışmanın bulguları incelenecek olursa iş sahiplerinin iş ve aile arasında denge arayışına girdikleri görülmektedir. Bu kapsamda işyerinde esnek uygulamalara geçtikleri söylenebilmektedir. Bu uygulamalardan bazıları iş bölümlendirmesi, çalışanlara yetki devredilmesi ve sadece otokontrol yapılması, katı kuralların kaldırılması ve inisiyatif alabilme yönündedir. İş sahiplerinin iş ve aile arasında denge arayışına iten diğer bir sebep ise aileye zaman ayırmaları için yaşadıkları dürtülerdir. Örnek olarak çocuklarının mezuniyetini veya doğum gününü kaçırmanın bu konuda yaşadığı hayal kırıklığı kendisini iş ve aile arasında denge kurmaya yöneltmektedir. Benzer olacak şekilde, başka bir katılımcının ailesiyle geçirebileceği güzel ve keyifli zamanlardan mahrum kalması yine bu katılımcıyı da iş ve aile arasında denge kurmaya yöneltmektedir. İş ve aile arasında denge

kurmaya çalışan iş sahiplerinin işi bitirdikten sonra hemen eve gitmeyi tercih ettiği, evde iken işe yönelik uğraşta bulunmadığı, işi nerede bitireceğine yönelik öğrenme sürecinden geçtiği ve kendini işe yoğun bir şekilde adamak istemediği görülmektedir.

Bu çalışmanın ortaya koyduğu diğer bir tespit geçmişten günümüze kadar işe ve işyerine bakış açısında meydana gelen büyük değişimlere yönelik olmuştur. Eski kuşakların çalışmaya çok önem verdiği ve aileye ayırdıkları zamanın çok kısıtlı olduğu ortaya çıkmıştır. O dönemlerde teknolojinin gelişmemiş olması, sosyalliğin çok az olması, ekonomik refahın istenilen seviyede olmamasından dolayı iş sahiplerinin işlerine çok fazla odaklandığı ve ailelerine çok az zaman ayırdıkları öne sürülmüştür. Bu dönemin en önemli özelliklerinden birisi “ailem için çok çalışmam” anlayışına dayalıdır. Dolayısıyla eski kuşakların çok fazla çalışması esasında ailelerini düşünmelerinden kaynaklanmaktadır. Günümüzdeki kuşağın ise çalışma konusunda daha rahat olduğu ve her şeye ulaşma kolaylığına sahip oldukları anlaşılmaktadır. İş yapış şekillerinin değişmesiyle ve teknolojik gelişmelerin ilerlemesiyle birlikte yeni kuşağın daha az çalışma isteğine sahip olduğu görülmektedir. Bununla birlikte işe ve aileye yönelik bakış açısının zaman içinde değiştiği de gözlemlenmiştir. Eskiden aileye ayrılan zaman çok kısıtlı iken, günümüzde aileye ayrılan zamanın daha fazla olmasına dikkat edilmektedir. Bunu etkileyen en büyük faktörlerden biri olarak da günümüzdeki iş hareketliliğinin eski dönemlere kıyasla biraz daha az olması gösterilmektedir. İşe ve işyerine bakış açısında meydana gelen değişimlerde tetikleyici diğer bir unsur da iş sahiplerinin işe karşı yabancılaşması olmuştur. Eski dönemlerde iş sahiplerinin çok fazla çalışmasına rağmen işlerini severek ve tatmin olarak yaptıkları ifade edilmiştir. Ancak günümüzde iş sahiplerinin iş faaliyetlerini yerine getirirken bıkkınlık hissine kapıldığı, enerjilerinin düşük olduğu ve özellikle de getiri açısından istenilen durumda olmadıklarında motivasyon kaybı yaşadıkları ifade edilmiştir. Dolayısıyla bu sürecin sonunda işe ve işyerine olumsuz bir tutumun ortaya çıkması kaçınılmaz olmaktadır.

İş-aile rollerinin birbirine yansımaları bu çalışmada ortaya çıkan bir sonuçtur. İş sahiplerinin işyerinde yaşadığı duyguları eve taşıması veya evdeki duygu durumlarının işyerine taşınması söz konusu olabilmektedir. Örnek olarak işyerinde emir kipiyle yapılan konuşmalar evde eş veya çocuklara karşı sergilenebilmektedir. Bu durumda ev halkı tarafından iş sahiplerine uyarılar iletilmektedir. Bu uyarılar karşısında iş sahiplerinin de karşı tarafa cevap vermesi söz konusu olabilmektedir. İş-aile dengesi sürecini önemli derecede etkileyen faktörlerden birisi de kişilik özellikleri olmuştur. Esasında iş sahiplerinin iş-aile dengesini kuramamasında sahip oldukları karakter ve mizacın önemli olduğu ortaya çıkmıştır. Titiz olan bir iş sahibinin tüm iş süreçlerini dikkatli ve yavaş bir şekilde yerine getirmesi beklenmektedir. Çalışanlara yetki vermeyen bir iş sahibinin tüm zamanını işlere adayacağı tahmin edilebilmektedir. Çok fazla teferruata girmek, geçmişten gelen alışkanlıklar, her zaman ulaşılabilir olma iş sahiplerinin kişilik özelliklerini ve mizacını yansıtan önemli ipuçlarıdır. Günümüzde iş ve işyerine yönelik algıların ortaya çıkarılması da yine iş, işyeri ve aile arasındaki bağlantıyı açıklamaya yardımcı olabilmektedir. İş sahiplerinin yaptıkları işi geçimlerini sağlamak ve kimseye muhtaç olmamak adına önemli gördükleri söylenebilmektedir. Üstlendikleri iş kapsamında müşteriye saygı duymaları, tüm paydaşlarla sağlıklı iletişim kurmaları, işlerini dikkatli bir şekilde yapmaları ve kimseye haksızlık yapmamaları sahip oldukları iş kültürünü de yansıtmaktadır. Şirketlerin ise katılımcılar açısından çok özel bir yeri vardır. Yılların birikimi olan ve iş sahiplerine kariyer yolu sağlayan şirketlere yüksek düzeyde önem verildiği görülmektedir. Dolayısıyla şirketler iş sahiplerine ekonomik özgürlük sağlamakla birlikte, bir taraftan da iş sahiplerinin hayatında çok önemli yer kapladığı için ailelerine ayıracakları zamanın da azalmasına yol açabilmektedir. Çalışma kapsamında ele alınması gereken diğer bir husus ise çalışmanın aile için teşkil ettiği önem düzeyidir. Aile üyelerinin refahını artırmak, ihtiyaçlarını gidermek ve iyi koşullarda yaşamalarını sağlayabilmek için çalışmak ve kazanç sağlamak gerekmektedir. Elde edilen ekonomik getiri sayesinde çocukların belli bir yaşa kadar desteklenmesi mümkün olmaktadır. Çalışmanın ortaya çıkaracağı tüm pozitif çıktılardan esasında aile üyelerinin de faydalanacağı ileri sürülmektedir. Bu durum yine iş sahiplerinin iş ve aile arasında eşit düzeyde denge kuramamasına neden olabilir. Nitekim ailesinin iyiliği ve refahı için çalışan iş sahiplerinin işe daha çok zaman ayırmak isteyeceği tahmin edilmektedir.

5. Sonuç ve öneriler

Bu çalışma aile işletmelerinde iş-aile dengesinin araştırılmasına yönelik hazırlanmış olup, iş sahiplerinin iş ve aile rollerinin birbirinden ayrılıp ayrılmadığını ve iş-aile arasındaki ilişkide zaman içerisinde değişimlerin meydana gelip gelmediğini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu amaç doğrultusunda yapılan araştırmanın neticesinde aile işletmelerinde temel olarak iş-aile arasında denge arayışının ortaya çıktığını söylemek mümkündür. Ortaya çıkan bu sonuç esas olarak araştırmada elde edilen diğer sonuçların ana yansıması olarak düşünülebilir. Nitekim geçmişten günümüze uzanan süreçte iş yapış şekillerinde meydana gelen gelişmeler ile işe ve işletmeye bakış açılarındaki değişimler iş sahiplerinin iş ve aile arasında artık bir denge kurulması gerektiğini ortaya koymaktadır. İş sahiplerinin işe çok fazla odaklanmaları ve aile hayatını ihmal etmeleri neticesinde hayal kırıklıkları yaşayabileceği ve bunu telafi etmek için ekstra çaba göstererek kendilerini daha çok yıpratabileceği görülmektedir. Aile hayatındaki eksiklikleri hisseden iş sahiplerinin bu durumda işine karşı soğuyabileceği ve ilk zamanlardaki arzu ve istekli çalışma biçimlerini terk edebileceği de söylenebilmektedir. İş sahipleri her ne kadar ailelerinin iyiliği ve refahı için yoğun çalışmayı tercih etse de, bir zamandan sonra iki taraf arasında denge kurma ihtiyacının ortaya çıkacağını vurgulamak gerekmektedir. Nitekim bu ihtiyacı hisseden iş sahiplerinin de işe yönelik daha esnek düşünebilmesi ve yetki devri aracılığıyla merkezi olmayan bir yönetim anlayışını tercih etmesi iş-aile arasında yeterli düzeyde denge kurulabilmesi için önemli olacaktır. Bu çalışma kapsamında aile işletmelerindeki iş-aile dengesinin nitel bir yöntem aracılığıyla araştırılması literatüre derinlik kazandırabilir. Bu çalışmada elde edilen bulgular yeni çalışmalar için başlangıç teşkil edebilir. Bu çerçevede zaman içerisinde gerçekleşen dönüşüm dikkate alındığında, kuşaktan kuşağa iş-aile dengesi üzerine araştırmalar yapılarak, sözlü tarih çalışmaları gerçekleştirilebilir. Makro geleneksel kültür ile özellikle genç kuşakları etkilemesi beklenen popüler kültürün iş-aile dengesi üzerindeki etkileri de yine dikkate alınması gereken konular olabilir.

Yazar beyanı

Araştırma ve yayın etiği beyanı

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

Etik kurul onayı

Bu araştırma için Ardahan Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'nun 04.03.2021 tarih ve E-67796128-000-2100006243 sayılı kararı ile etik kurul izni alınmıştır.

Yazar katkıları

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkıda bulunmuştur.

Çıkar çatışması

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

Destek beyanı

Bu çalışma için herhangi bir destek alınmamıştır.

Kaynakça

- Acar, A. C. (2013). *İnsan kaynakları planlaması ve iş gören seçimi*. İ. Ü. İşletme Fakültesi, İK Yönetimi Anabilim Dalı Öğretim Üyeleri (Editör), İnsan Kaynakları Yönetimi. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Akdoğan, A. (2000). Aile işletmelerinin özellikleri ve aile işletmelerinde kurumsallaşma ihtiyacı. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16, 31-47.
- Allen, T. D., Greenhaus, J. H. ve Edwards, J. R. (2010). The meaning of work-family balance: an empirical investigation. *Academy of Management Symposium*, Montreal, CN.
- Arslan, M., (2012). İş-aile ve aile-iş çatışmalarının kadın çalışanların iş doyumları üzerindeki etkisi. *Birey ve Toplum*, 2(3), 99-113.
- Arslantaş, C. C. (2012). *Kurumsal Yönetimin Yönetim Kuruluna Yansımaları*. İstanbul: Beta Yayınları.

- Baykal, B., (2014). Çalışma saatleri iş-aile çatışması açısından belirleyici midir? Erkek çalışanlar açısından bir inceleme. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 5(2), 10-23.
- Clark, S. C. (2000). Work/family border theory: a new theory of work/family balance. *Human Relations*, 53(6), 747-770.
- Çarıkcı, İ. H. ve Çelikkol, Ö. (2009). İş aile çatışmasının örgütsel bağlılık ve işten ayrılma niyetine etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(9), 153-170.
- Çeçen, V. G. ve Güney, S. (2019). Kurumsallaşmaya etki eden faktörler: İstanbul iosb'deki aile işletmelerindeki bir uygulama. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 20-40.
- Çetinkaya, F. F., Şener, E. ve Korkmaz, F. (2017). Aile işletmeleri ve kayırmacılık: nitel bir araştırma. *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(4), 119-133.
- Doğrul, B. Ş. ve Tekeli, S. (2010). İş-yaşam dengesinin sağlanmasında esnek çalışma. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 2(2), 11-18.
- Greenhaus, J. H., Collins K. M ve Shaw, J. D. (2003). The relation between work- family balance and quality of life. *Journal of Vocational Behavior*, 63, 510-531.
- Guba, E. G. (1981). Criteria for assessing the trustworthiness of naturalistic inquiries. *Educational Communication and Technology*, 29(2), 75-91.
- Gudmunson, C. G., Danes, S. M., Werbel, J. D. ve Teik-Cheok Loy, J. (2009). Spousal support and work-family balance in launching a family business. *Journal of Family Issues*, 30(8), 1098-1121.
- Haddock, S. A., Zimmerman, T. S., Ziemba, S. J. ve Current, L. R. (2001). Ten adaptive strategies for family and work balance: advice from successful families. *Journal of Marital and Family Therapy*, 27(4), 445-458.
- Johnson, J. L., Adkins, D. ve Chauvin, S. (2020). Qualitative research in pharmacy education: a review of the quality indicators of rigor in qualitative research. *American Journal of Pharmaceutical Education*, 84(1), 138-146.
- Kablay, S. ve Elma, Y. (2018). İş-aile yaşamı dengesini sağlamaya yönelik Türkiye uygulamaları. *Politik Ekonomik Kuram Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 77-94.
- Lincoln, Y. S. ve Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. California: SAGE Publications.
- Marshall, B., Cardon, P., Poddar, A. ve Fontenot, R. (2013) Does sample size matter in qualitative research?: a review of qualitative interviews in is research. *Journal of Computer Information Systems*, 54(1), 11-22.
- Mays, N. ve Pope, C. (2000). Qualitative research in health care: assessing quality in qualitative research. *BMJ*, 320, 50-52.
- Michael-Tsabari, N., Houshmand, M., Strike, V. M. ve Treister, D. E. (2020). Uncovering implicit assumptions: reviewing the work-family interface in family business and offering opportunities for future research. *Family Business Review*, 33(1), 64-89.
- Naktiyok, A. (2007). Yenilik yönelimi ve örgütsel faktörler. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 211-230.
- Özcan, D. (2021). *Aile kurumsallaşmasında örnek olaylar*. Osman Yılmaz, Gözde Mert (Editör), Aile işletmelerinde kurumsallaşma ve aile anayasası. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Özkoç, A. G. ve Katlav, E. Ö. (2015). Konaklama işletmelerinde örgüt kültürünü etkileyen ulusal kültür boyutlarının belirlenmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(1), 115-130.
- Özler, H., Özler, D. H. ve Gümüştekin, G. E. (2007). Aile işletmelerinde nepotizmin gelişim evreleri ve kurumsallaşma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17, 437-450.
- Rahman, M. M., Uddin, M. J., Abdul, M., Mansor, Z., Ali, N. A., Khairuddin, I., Samuel, A. B. ve Rahaman, M. S. (2017). Factors of work-family balance and its outcomes: a synthesis of literature review. *Journal of Advanced Research in Business and Management Studies*, 8(1), 1-9.
- Ruizalba, J., Soares, A., Arán, M. V. ve Porras, J. L. G. (2016). Internal market orientation and work-family balance in family businesses. *European Journal of Family Business*, 6(1), 46-53.
- Ryan, F., Coughlan, M. ve Cronin, P. (2009). Interviewing in qualitative research: the one-to-one interview. *International Journal of Therapy and Rehabilitation*, 16(6), 309-314.

- Sarıtaş, M. (1997). Yönetimde kişilik faktörü. *Eğitim Yönetimi*, 3(4), 527-548.
- Smyrinos, K., Tanewski, G. ve Romano, C. (1998). Development of a measure of the characteristics of family business. *Family Business Review*, 11(1), 49-60.
- Stafford, K. ve Tews, M. J. (2009). Enhancing work-family balance research in family businesses. *Family Business Review*, 22(3), 235-238.
- Şakar, N. (2008). Kurumsallaşmada aile anayasasının stratejik rolü: Eskişehir’de bir araştırma. *3. Aile İşletmeleri Kongresi Kongre Kitabı*, 18-19 Nisan, 357-366.
- Tekingündüz, S., Kurtuldu, A. ve Öksüz, S. (2015). İş-aile yaşam çatışması, iş tatmini ve iş stresi arasındaki ilişkiler. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 27-42.
- Temizel, H., Turan, E. ve Temizel, M. (2008). Küresel işletmecilikte ülkelerin sosyo-kültürel yapılarından kaynaklanan sorunlar. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19, 459-474.
- Topgül, S. (2016). İş ve aile yaşamı dengesi(zliği)nin kadın çalışanlar üzerindeki etkileri. *Yönetim ve Ekonomi*, 23(1), 217-231.
- Tutar, H. (2017). *Büro yönetimi ve iletişim teknikleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Uyargil, C. (2013). *İş analizi ve iş dizaynı*. İ. Ü. İşletme Fakültesi, İK Yönetimi Anabilim Dalı Öğretim Üyeleri (Editör), İnsan Kaynakları Yönetimi, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Yıldız, G., Tutar, H. ve Yılmaz, A. (2012). Aile işletmelerinde aile değerleri kurumsallaşmayı engeller mi? *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(1), 119-134.
- Yücel, İ. ve Özkalan, S. (2012). Aile işletmeleri, kurumsallaşma ve nepotizm. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 247-276.

Ek

Görüşme soruları

- 1) İşinizi/şirketinizi nasıl görüyorsunuz? İşinize/şirketinize verdiğiniz önem ne düzeydedir? Hayatınızdaki yeri nedir?
- 2) “Çalışmak” sizin için ne ifade ediyor? Durmaksızın çalışmak size yakın bir kavram mıdır, yoksa uzak bir kavram mıdır?
- 3) İşinizi bir an önce bitirmeyi mi tercih ediyorsunuz, yoksa işi yaparken vakit geçirmek hoşunuza gidiyor mu?
- 4) İşiniz çok zamanınızı alıyor mu?
- 5) Şirket/aile olarak iş yapma kültüründen biraz bahsedebilir misiniz?
- 6) İşinizi şirket dışına taşıyor musunuz, yoksa şirketin içinde mi bırakıyorsunuz?
- 7) İşinizde yaşadığınız duygu durumlarını dışarıya yansıtıyor musunuz, aynı şekilde aile içinde yaşadığınız duygu durumlarını iş hayatına yansıtıyor musunuz?
- 8) İşinizdeki roller ile aile içinde sizden beklenen roller hayatınızı nasıl şekillendiriyor?
- 9) İki taraftaki rollerinizi yerine getirirken planlamaya ve zaman yönetimine ihtiyaç duyuyor musunuz?
- 10) Sizden önceki ve sonraki kuşakların iş ve çalışma anlayışını nasıl görüyorsunuz?



Kredi temerrüt takasının ithalat üzerindeki etkisinin incelenmesi

Gülden Kadooğlu Aydın^{a*}, Turgay Münyas^b

^aDr. Öğr. Üyesi, Harran Üniversitesi, Birecik MYO, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Bölümü, Karaköprü, Şanlıurfa, 63320 Türkiye. E-posta: guldenka@harran.edu.tr. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4214-5673>

^bDr. Öğr. Üyesi, İstanbul Okan Üniversitesi, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi, İşletme Bölümü, Pendik, İstanbul, 34000, Türkiye. E-posta: turgay.munyas@okan.edu.tr. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8558-2032>

MAKALE BİLGİSİ

Geliş tarihi: 12.01.2023
Kabul tarihi: 24.07.2023
Çevrimiçi kullanım tarihi: 28.10.2023
Makale Türü: Araştırma makalesi

Anahtar Kelimeler:

Kredi temerrüt takası, yatırım, ithalat, döviz kuru oynaklığı.

ÖZ

Finansal piyasaların gelişmesi ile küreselleşen dünya ekonomisinde yatırım araçlarının hızla artması ülkeler arasında rekabet ortamının oluşmasını tetiklemektedir. Finansal piyasalarda yatırımcıların hızlı bir şekilde ve kolaylıkla gelir elde edebilmeleri açısından türev ürünler büyük öneme sahiptir. Ancak yatırımcıların kolay yoldan gelir elde edebilmeleri için piyasayı iyi bilmeleriyle beraber ülkelerin ekonomik durumlarını ve ülkelerin riskliliğini de iyi bilmeleri gerekmektedir. Yatırımcılar karşı tarafla Kredi Temerrüt Takası Sözleşmesi yaparak kendilerini karşı tarafın ödeme yapmama riskine karşı güvence altına almış olurlar. Çalışmamızın amacı, Kredi Temerrüt Takası (CDS) risk primleri, tüketici fiyatları endeksi, üretici fiyatları endeksi ve döviz kurunun, ithalat üzerindeki etkisini, ithalatın düşük ve yüksek hacmi arasındaki farkı göz ardı etmeden gözlemlemektir. Bu amaca yönelik olarak, Türkiye’de 2012-2022 dönemleri arasında gerçekleşen reel efektif döviz kuru oynaklığı, ithalat, kredi risk primi, ÜFE ve TÜFE değerleri ekonometrik analizler vasıtasıyla araştırılmıştır. Koenker ve Basset (1978) tarafından geliştirilen Kantil Regresyon tekniğinden faydalanılarak hem değişkenlerin normal olmama yapısı göz ardı edilmemiş hem de ithalat hacimlerinin farklı değerlerini ihtiva eden kademesel görünümlü modeller tahminlenmiştir. Elde edilen ampirik bulgular, risk primleri ve döviz kuru oynaklığındaki artışların ithalat üzerinde olumsuz etkilerinin olduğunu, buna karşılık ÜFE ve TÜFE artışlarının ise ithalatı arttıran faktörler olduğunu ortaya koymuştur.

Examining the effect of credit default swap on imports

ARTICLE INFO

Received: 12.01.2023
Accepted: 24.07.2023
Available online: 28.10.2023
Article type: Research article

ABSTRACT

The rapid increase in investment instruments in the globalized world economy with the development of financial markets triggers the formation of a competitive environment between countries. Derivatives are of great importance in financial markets for investors to earn income quickly and easily. However, in order for investors to earn income in an easy way, they need to know the market well, as well as the economic

* Sorumlu yazar

Doi: <https://doi.org/10.30855/gjeb.2023.9.3.005>

Keywords:

Credit default swap, investment, import, exchange rate volatility.

situation of the countries and the risk of the countries. By making a Credit Default Swap Agreement with the counterparty, investors secure themselves against the risk of non-payment by the counterparty. The aim of our study is to observe the effect of Credit Default Swap (CDS) risk premiums, consumer price index, producer price index and exchange rate on imports, without ignoring the difference between low and high import volumes. For this purpose, real effective exchange rate volatility, imports, credit risk premium, CPI and PPI values realized in Turkey between 2012-2022 were investigated through econometric analysis. By using the Quantile Regression technique developed by Koenker and Basset (1978), both non-normality of the variables were not ignored and cascading models containing different values of import volumes were estimated. The empirical findings revealed that increases in risk premiums and exchange rate volatility have negative effects on imports, while increases in CPI and PPI are factors that increase imports.

1. Giriş

Vadeli işlemler 1970'li yıllarda ortaya çıkmış ve piyasada meydana gelen yüksek fiyat dalgalanmalarından sonra da büyük bir önem kazanmıştır. Dünya ekonomisi 1972'de ekonomik bunalımla karşı karşıya kalmış ve bunun sonucunda da Bretton Woods sisteminden dalgalı kur sistemine geçmiştir. Petrol İhraç Eden Ülkeler Örgütü (OPEC)'in neden olduğu ve petrol fiyatlarında meydana gelen aşırı artış sonucunda hizmet fiyatları ve maliyetlerde de artışın olmasıyla petrol krizi beraberinde enflasyonu da getirmiştir. Enflasyonun kontrol edilebilmesi için para politikaları üzerinde daha çok konuşulmuş ve sonuç olarak da faiz oranları sürekli dalgalı bir yapıya dönüşmüştür.

Finansal piyasalarda türev piyasaların tamamlayıcı rolü, piyasada istikrarın sağlanması ve güven ortamının oluşması açısından büyük öneme sahiptir. Küreselleşen dünyada borsaların gelişim süreçlerine bakıldığında spot piyasalardan vadeli işlemlere doğru bir geçişin söz konusu olmasına, riskten korunma amacıyla kullanılan Finansal Türev Ürünlerin artık spekülasyon amacıyla kullanılmaya başlanması neden olarak söylenebilir.

1980 yılına kadar dışa kapalı ve devletçi bir yapıya sahip olan Türkiye, sonrasında piyasada meydana gelen büyük değişimlerle ihracata dayalı büyüme anlayışını benimsemeye başlamıştır. Döviz kurları ve faiz oranları, tek taraflı olarak belirlenmekteyken, artık piyasa tarafından belirlenmeye başlanmış ve Türk Lirası konvertibl bir yapıya dönüştürülmüştür. Sonuç olarak döviz kuru ve faiz oranındaki dalgalanmalara neden olan bu gelişmeler ekonomik birimlerin türev ürünlere olan ihtiyacını ortaya çıkarmıştır.

İleri dönemlerdeki nakit akışları, üretim, ihracat ve karlar üzerinde dövizdeki dalgalanmaların oluşturabileceği olumsuz etkilere karşı yatırımcılar türev ürünleri kullanarak kendilerini korumak istemektelerdir. Gelecekte kurlarda oluşabilecek farklılıkların bilinmemesi, ihracatçıları veya dış mali yatırımcı gibi gelecekte döviz cinsinden gelir elde etmek isteyen yatırımcıları vadeli işlemlere yönlendirmektedir.

Finansal piyasalarda en yaygın işlem gören kredi türevlerinin enstrümanı olan kredi temerrüt takası (CDS); bir alacaklının alacağını garantilemesi için üçüncü bir tarafa belirli bir ücret ödemesi işlemidir. Bu durumda alacaklı borçlu tarafın borcunu ödememe riskinden kurtulmuş olmaktadır. CDS satıcısı bu riski ödenecek ücret karşılığı üstlenir. Bu ücrete CDS primi denir. CDS primini borçlu ülkenin veya şirketin iflas etme olasılığı belirlemektedir. Ülkenin ya da şirketin iflas etme olasılığı arttıkça, ödenecek primler de artar (Aydın, Hazar ve Çütçü, 2016, s. 2).

CDS'ler başta olmak üzere kredi türevlerinin gelişim süreci dört aşamadır. Birinci aşama 1980'li yılların sonu ve 1990'lı yılların başıdır. Bu dönemde bankalar kredi riskini azaltabilmek için kredi türevlerinin kullanımını geçici de olsa çözüm olarak görmüşlerdir. İkinci aşama 1990'lı yılların başı ve 1997'li yılları kapsamaktadır. Bu dönemde türev piyasalar için aracı piyasa oluşturulmuştur. Bu sayede yeni yatırımcılar piyasaya çekilmeye başlamış, etkin fiyatlama ve likidite sağlanmıştır. Piyasa hakkında

çok fazla bilgi bilmemelerine rağmen yatırımcılar aracı piyasa sayesinde alım satım yapabilir hale gelmiştir. 1990'ların sonu olan üçüncü aşama da, kredi türevlerinin en önemli çeşidi olarak CDS'ler ön plana çıkmıştır. Sonrasında ise CDS portföyleri oluşturulmuş ve araçlar çeşitlendirilmeye başlanmıştır. Son aşama olan dördüncü aşamada ise 2001'den itibaren kredi türevleri belirli standartlar ile işlem görmeye başlamış ve işlem hacmi hızlı bir şekilde artmıştır (Kadooğlu Aydın, 2015, s. 46).

Çalışmada ülke risk prim ölçütü olan CDS değerlerini, ÜFE, TÜFE ve finansal piyasaların belirleyicilerinden olan döviz kuru oynaklığının ithalat üzerindeki etkisi gözlemlenmiştir. Türkiye'de 2012-2022 dönemleri arasında gerçekleşen reel efektif döviz kuru oynaklığı, ÜFE, TÜFE, ithalat ve kredi risk primi değerleri, ekonometrik analizlerden biri olan Görünürde İlişkisiz Regresyon tekniğinden faydalanılarak ithalatı ihtiva eden bir sistem tahminlenmiştir.

2. Literatür

Genel olarak yapılan çalışmalarda CDS'in kredi risk primi, makro ekonomik faktörler ve özellikle döviz kuru üzerindeki etkilerinin incelendiği görülmektedir. Aynı zamanda CDS'lerin finansal piyasalar ile ilgili ilişkisini ortaya koyan ve çalışmaların genellikle menkul kıymet borsalarına yoğunlaştığı görülmektedir.

Norden ve Weber (2009) çalışmalarında ABD ile Avrupa ülkelerinin CDS primlerinin borsa endeksi ile tahvil ilişkisini 2000-2002 dönemlerindeki verilerle VAR analizi ile incelemişlerdir. Çalışmanın sonunda, borsa getirilerinin CDS ve tahvil marjdaki değişiklikleri etkilediğini belirtmişlerdir.

Coronado vd. (2012) çalışmalarında Almanya, İngiltere, İtalya, İspanya, İrlanda, Portekiz ve Yunanistan ülkelerinin CDS primlerinin hisse senedi piyasalarına etkilerini ölçmeyi amaçlamışlardır. 2007-2010 dönem verilerini Vektör Hata Düzeltme Modelini kullanarak araştırmışlardır. Araştırma sonucuna göre CDS primleri ile hisse senedi piyasaları arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Yenice ve Hazar (2014) yılında yaptıkları çalışmada, gelişmekte olan ekonomiler olan Brezilya, Endonezya, Malezya, Çin, Türkiye ve Arjantin gibi ülkelerin CDS primlerinin borsa endeksleri üzerindeki etkisini Regresyon modelleriyle incelemişlerdir. Çalışmanın sonunda bahsi geçen ülkelere CDS primleri ile borsa endeksleri arasında anlamlı ilişki tespit etmişlerdir.

Marzano vd. (2014) çalışmalarında Avrupa, ABD, Birleşik Krallık ve Japonya'nın CDS primlerindeki değişikliklerin (artma veya azalma) hisse senetleri fiyatını nasıl etkilediğini ölçmeyi amaçlamışlardır. 2008-2012 dönemlerindeki verileri kullanarak yapılan araştırma sonucuna göre CDS primlerindeki değişimlerin hisse fiyatlarındaki değişkenleri yüksek oranda (%71) açıklayabildiğini tespit etmişlerdir.

Eren ve Başar (2016), makro ekonomik göstergeler ve CDS'in BİST 100 endeksi üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Değişkenler arasındaki kısa ve uzun dönem ilişkisini ARDL yaklaşımı yardımıyla analiz etmişlerdir. Çalışmanın sonunda, dış ticaret dengesi ve CDS'in BİST 100 endeksini uzun dönemde pozitif kısa dönemde ise negatif etkilediği bulgularına ulaşmışlardır.

Shear ve Butt (2017) çalışmalarında 36 tane ülkenin CDS primlerini düşük, orta ve yüksek spreadlerde olan ülke gruplarına göre ayırmıştır. Her bir gruba ayrı Panel VAR testi uygulayan yazarlar çalışma sonucunda, CDS primlerinin borsa şokları üzerindeki etkisinin yok denecek kadar az olduğunu tespit etmişlerdir.

Danacı vd. (2017) 2009 - 2015 yılları arasındaki çeyrek dönemlik veri setiyle ADF Birim Kök Testi, PP Birim Kök Testi, Toda-Yamamoto Nedensellik Testlerini kullanarak ülke risk primi ile büyüme arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmanın sonunda, ilgili yıllarda ülke risk primi ile büyüme arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit etmişlerdir.

Şahin ve Özkan (2018), CDS primi ile döviz kuru ve BİST 100 endeksi arasındaki ilişkiyi kısa ve uzun dönem olacak şekilde, 2012-2017 yıllarındaki aylık veri setini kullanarak Engle-Granger eşbütünleşme analizi yardımıyla incelemişlerdir. Çalışmanın sonunda, CDS primleri ile BİST100 arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi tespit etmişlerdir.

İskenderoğlu ve Balat (2018) üç büyük derecelendirme kuruluşu olan Moody's, S&P ve Fitch tarafından Türkiye ve BRICS ülkelerine verilen kredi derecelendirme notlarının bu ülkelerin CDS primleri üzerinde etkisinin olup olmadığını incelemişlerdir. Çalışmanın analizi, olay analizi yöntemi, eşleştirilmiş örneklem t-testi ve Mann Whitney U test ile gerçekleştirilmiştir. Yapılan çalışmanın sonunda ülke kredi derecelendirme notlarında meydana gelen değişikliklerin ülkelerin CDS primleri üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yıldırım ve Sakızcı (2019), portföy yatırımları ile CDS arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmanın analizi, ARDL sınır testi yaklaşımı ve Granger nedensellik testi yardımıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonunda, CDS primleri ile net portföy yatırımlarının eş bütünleşik olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca CDS primlerinin, portföy yatırımlarının nedeni olduğunu da tespit etmişlerdir.

Sabkha vd. (2019) çalışmalarında farklı ekonomik büyüklüklerdeki 37 ülkenin CDS ve tahvil fiyatlarını (dolar cinsinden) Vektör Hata Düzeltme Modeli ve FIGARCH modellerini kullanarak 2006-2017 dönemlerindeki verilerle analiz etmişlerdir. Çalışma sonunda spekülasyonların özellikle kriz dönemlerinde CDS performanslarını tahmin ederek piyasaya yön verebileceklerini belirtmişlerdir.

Alptürk vd. (2021) yapmış oldukları çalışmada Jeopolitik risk ile CDS arasındaki ilişkiyi Mart 2010 ile Ekim 2020 tarihleri arasındaki veri setini kullanarak Hatemi-J nedensellik testi yardımıyla incelemişlerdir. Çalışmanın sonunda, Türkiye'de jeopolitik riskteki artış ya da azalışların ülke risk primi üzerinde etkili olduğunu tespit etmişlerdir. Buna karşın CDS priminde meydana gelen artış ya da azalışın Türkiye'nin jeopolitik riski üzerinde bir nedensellik ilişkisinin olmadığı bulgusuna ulaşmışlardır.

Özçelik ve Göksu (2020) çalışmalarında ülke risk primleri ve enflasyon oranlarının faiz oranları üzerindeki etkisini 2010-2019 dönemleri arasındaki aylık veri setini kullanarak ARDL eş bütünleşme testi ve Granger nedensellik testiyle incelemişlerdir. Çalışmanın sonunda, faiz oranı, enflasyon oranı ve CDS primi arasında uzun dönemde ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca enflasyon oranı ve kredi risk priminde meydana gelen değişikliklerin faiz oranındaki değişikliklerin neden olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Evcı (2020) yaptığı çalışmada, BİST 100 endeksi CDS primleri arasındaki kısa ve uzun dönemli ilişkiyi araştırmıştır. Değişkenler arasındaki kısa ve uzun dönem ilişkisini Johansen Eşbütünleşme Yöntemi ve Granger Nedensellik testi ile incelemiştir. Johansen Eşbütünleşme analizinden elde edilen bulgular, CDS primleri ile BİST100 endeksi arasında uzun dönem ters yönlü bir ilişkinin bulunduğunu tespit etmiştir. Değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisinin yönünü ise CDS primlerinden BİST100 endeksine doğru olduğunu belirtmiştir.

Uzunoğlu vd. (2020), Dış Politik Aktörlerle İlişkilerin döviz kuru ve CDS üzerine etkisini kısa ve uzun dönem olarak incelemişlerdir. Çalışmanın analizini, Granger Nedensellik Testi, Etki-Tepki Analizi ve GARCH modelleri ile gerçekleştirmişlerdir. Çalışmanın sonunda, Dış Politik Aktörlerle ilişkilerin Döviz kuru ve CDS arasında herhangi bir nedensellik ilişkisi olmadığını tespit etmişlerdir. Benzer şekilde Dış Politik Aktörlerle ilişkilerin CDS ve döviz kuru üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığını bulgusuna ulaşmışlardır.

Akkuş (2021), 2000-2019 yılları arasındaki veri setini kullanarak Türkiye'nin kamu ve özel sektör dış borcu ile CDS arasındaki nedensellik ilişkisini incelemiştir. Çalışmanın analizi, Hacker ve Hatemi-J (2006) nedensellik testi ve Hatemi-J (2012) asimetric nedensellik testi ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, ülke risk primi ile kamu sektörü dış borcu arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit etmiştir. Buna karşın ülke risk primi ile özel sektör dış borcu arasında bir nedensellik ilişkisinin olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Yavuz (2022) çalışmasında, CDS, VIX ve OVX endekslerinin MIST ve BRICS ülkeleri borsa endeksleri üzerindeki etkilerini, Aralık 2010 ile Haziran 2021 dönemlerindeki verileri kullanarak Panel veri analizi ile ölçmeyi amaçlamıştır. Çalışma sonucuna göre, CDS ile OVX ve VIX endekslerinin MIST ve BRICS ülkelerinde farklılaştığını tespit etmiştir.

3. Ekonometrik metodoloji

Zaman serileri uygulamalarında, ekonometrik analizlerin birinci aşamasını serilerdeki birim kök varlığının incelenme süreci oluşturmaktadır. Çünkü bir zaman serisinin birim kök sürecine tabi olması söz konusu serinin durağan olmadığını ifade etmektedir. Durağan yapıda olmayan bir zaman serisinin ise bir veya daha fazla durağan olmayan zaman serisine göre regresyonu alındığında sahte regresyon sorunuyla karşılaşılması muhtemeldir. Bu durumun asıl nedeni ise standart doğrusal regresyon işlemlerinin analize dâhil edilen zaman serilerinin durağan olduğunu varsaymasından ileri gelmektedir. Eğer durağan bir yapıda olmayan zaman serileriyle analizler gerçekleştirilir ve bu suretle sahte bir regresyon ile karşılaşılırsa, klasik F ve t istatistikleri gibi temel istatistiklere güven olmayacaktır. Dolayısıyla, regresyon modelinden elde edilen katsayı tahminleri de geçersiz olacaktır. (Granger ve Newbold, 1974, Gujarati, s. 2011).

3.1. Birim kök testleri

Bilhassa makroekonomik ya da finansal zaman serileri uygulamalarında, incelenen seriler/değişkenler uzun dönemde birçok şoka maruz kalabilmektedir. Bu şokların etkisinin zaman serisinin üzerinde kalıcı yönde bir etkisi olmuşsa söz konusu serinin durağanlığı etkilenecek, diğer bir deyişle bozulacaktır. Bu sebeple zaman serileriyle çalışıldığında serilerin durağanlık derecelerinin belirlenmesi oldukça önem arz etmektedir (Çiğdem ve Altaylar, 2020). Bu amaca yönelik olarak aşağıda, birim kök sınavında literatürde sıkça kullanılan Augmented Dickey-Fuller (ADF) birim kök testi ve Phillips-Perron (PP) birim kök testlerinden faydalanılmıştır.

3.1.1. Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) birim kök testi

Zaman serilerinde birim kök varlığı sınavında sıklıkla tercih edilen Genişletilmiş Dickey-Fuller birim kök testi, AR(1) sürecinden faydalanan Dickey-Fuller (DF) birim kök testinin daha yüksek korelasyonu dikkate alan bir versiyonu sayılmaktadır. ADF testi yüksek dereceden korelasyon probleminin çözümüne yönelik olarak AR(1) sürecinden ziyade AR(p) sürecinden faydalanarak eşitliğe “p” gecikmeli fark terimlerini dâhil etmektedir (Gujarati, 2011). Böylelikle, sabit terimsiz ve trendsiz, sabit terimli ve sabit terimli ve trendli ADF denklemleri aşağıda sırasıyla verilmiştir:

$$\Delta y_t = \delta y_{t-1} + \sum_{i=1}^p \beta_i \Delta y_{t-i} + \varepsilon_i \quad (\text{sabit terimsiz ve trendsiz}) \quad (1)$$

$$\Delta y_t = \mu + \delta y_{t-1} + \sum_{i=1}^p \beta_i \Delta y_{t-i} + \varepsilon_i \quad (\text{sabit terimli}) \quad (2)$$

$$\Delta y_t = \mu + \beta t + \delta y_{t-1} + \sum_{i=1}^p \beta_i \Delta y_{t-i} + \varepsilon_i \quad (\text{sabit terimli ve trendli}) \quad (3)$$

Burada μ sabit terimi, t trendi, p gecikme sayısını ve ε_i ise hata terimi serisini ifade etmektedir. ADF denklemlerinin her üçü için de seride birim kök varlığını ifade eden temel hipotezler aynı olmaktadır (Dickey ve Fuller, 1981).

3.1.2. Phillips- Perron (PP) birim kök testi

Dickey-Fuller (DF) ve Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) birim kök testleri hata terimlerinin birbirinden bağımsız ve aynı zamanda sabit varyanslı olduğunu varsaymaktadır (Enders, 2004, s.190). Fakat uygulamalarda, zaman serilerinin çoğusunun, heterojen dağılımlı ve zayıf bağımlı hata terimlerine sahip olduğu görülmüştür. Bu sebeple Phillips ve Perron (1988) hata terimlerinin arasında otokorelasyon olabileceği düşüncesi temelinde, nonparametrik düzeltmeler yaparak bir birim kök testi geliştirmişlerdir. PP birim kök testinde aşağıdaki gibi bir denklemden faydalanılmaktadır:

$$\Delta y_t = a y_{t-1} + x_t' \delta + \varepsilon_t \quad (4)$$

(4) numaralı eşitlikte, $a = \rho - 1$ 'e karşılık gelirken x_t deterministik bileşenleri (sabit terim veya sabit terim ve trend) ve ε_t ise hata terimleri dizisini temsil etmektedir. PP testine ilişkin temel ve alternatif hipotezler “ $H_0: a = 0$ ve $H_1: a < 0$ ” şeklinde oluşturulmaktadır. Söz konusu temel hipotez serinin birim kök içerdiğini, alternatif hipotez ise serinin birim kök içermediğini belirtmektedir (Çağlayan ve Saçaklı, 2006).

3.2. Kantil Regresyon (Quantile Regression- QR)

Koenker ve Basset (1978)'in geliştirmiş olduğu kantil regresyon, regresyonun klasik varsayımları arasında önemli bir yer tutan ve hata terimleri dizisinin normal dağılıma uygunluğu varsayımının ihmal edildiği durumlarda robust (sağlam) sonuçlar elde edebilmek amacıyla geliştirilmiştir. İncelenen verinin dağılımının bozulduğu durumlarda (normal dağılmama kastedilmektedir) kullanımı yaygın olan kantil regresyon tekniği aynı zamanda daha kapsamlı bir regresyon görünümü sunabilmek için tasarlanmış olan bir tekniktir (Koenker,2005). Bu teknik özellikle de koşullu kantillerin değişken davrandığı durumlarda kullanışlı hale gelmektedir. Kantil regresyon tekniğinde kantillere (yüzdeler dilimlere) bağımlı kalınarak regresyon katsayıları belirlenmekte bu sebeple de farklı kantillerde farklı sonuçlar sağlanmaktadır. Bu durum ise açıklanan değişkenin koşullu dağılımının farklılaşan noktalarındaki açıklayıcı değişkenlerdeki değişikliklere farklı tepki vermesi olarak yorumlanabilmektedir (Erilli ve Çamurlu, 2018). Kantil regresyon modeli Eşitlik (5)'te gösterildiği şekildedir:

$$Y_i = x_i\beta_0 + e_i \quad (5)$$

Eşitlik (5)'te yer alan x_i , $(k+1)$ boyutlu açıklayıcı değişkenler vektörüne karşılık gelmekte ve açıklanan değişkenin koşullu dağılımının θ nci kantiliyle açıklayıcı değişkenler arasındaki doğrusal regresyonu belirtmektedir. β_θ ise θ 'nci kantil regresyondaki parametreler vektörünü ifade etmektedir. Kantil regresyon tahmin edicileri bir doğrusal programlama problemi şeklinde düşünülebilir ve artıkların (hataların) iki parçalı doğrusal amaç fonksiyonu da optimize edilerek sınır tekniği ya da simpleks metodu gibi doğrusal programlama problemlerinin çözüm yöntemleri vasıtasıyla çözülebilmektedir (Koenker ve Hallock, 2001). Amaç fonksiyonu mutlak sapmaların ağırlıklandırılmış toplamına karşılık gelmektedir ve Eşitlik (6)'da gösterilmektedir (Wu, 1986):

$$\min_{\beta} \frac{1}{n} \left\{ \sum_{i:y_i \geq x_i\beta} \theta |y_i - x_i\beta| + \sum_{i:y_i < x_i\beta} (1 - \theta) |y_i - x_i\beta| \right\} \quad (6)$$

Eşitlik (8)'de gösterilen amaç fonksiyonu, β 'ya göre minimize edildiğinde katsayı (parametre) tahmini Eşitlik (7)'deki denklem ile hesaplanmaktadır:

$$\min_{\beta} \frac{1}{n} \left\{ \sum_{i=1}^n \rho_{\theta} (y_i - x_i\beta) \right\} \quad (7)$$

Bu durumda, θ 'nın ($0 < \theta < 1$) optimal değeri için $\hat{\beta}$ tahmincisi Eşitlik (8)'de gösterilmektedir:

$$\hat{\beta}(\theta) = \arg \min_{\beta \in R^p} \left\{ \sum_{i=1}^n \rho_{\theta} (y_i - x_i\beta) \right\} \quad (8)$$

Kantil regresyon tekniğinin en önemli özelliğinin ise, klasik çoklu doğrusal regresyon yöntemi gibi bağımlı değişken olan y 'nin koşullu dağılımının ortalamasıyla ilgili değil farklı kantil (yüzdeler dilimler) değerleri için y 'nin açıklayıcı değişken x ' e göre koşullu dağılımının tamamı hakkında bilgi sağlaması olduğu ifade edilmektedir (Erilli ve Çamurlu, 2018).

4. Veri, model ve ampirik bulgular

Bu araştırma kapsamında incelenen ihracat ve ithalat modellerinin de kapalı ve açık formdaki gösterimleri aşağıda sıralı olarak (önce kapalı formlar ardından açık formlar) sunulmaktadır:

$$ITH_t = f(TUFE_t, CDS_t, DKO_t) \quad (9)$$

ve

$$ITH_t = f(UFE_t, CDS_t, DKO_t) \quad (10)$$

şeklinde. İTH modellerinin açık formdaki gösterimleri ise:

$$ITH_t = \alpha_1 + \delta_1 TUFE_t + \delta_2 CDS_t + \delta_3 DKO_t + u_t \quad (11)$$

$$ITH_t = \tau_1 + \beta_1 UFE_t + \beta_2 CDS_t + \beta_3 DKO_t + v_t \quad (12)$$

şeklinde. Eşitlik (11) ve Eşitlik (12)'de sırasıyla yer alan $\delta_1, \delta_2, \delta_3$ ve $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ parametreleri tahminlenen eğim katsayılarını, α_1 ve τ_1 parametreleri ise tahminlenen sabit terimleri ve u_t ile v_t ilgili modellerin artık terimlerini ifade etmektedir.

Tablo 1

Kısaltma, Birim ve Veri Tabanı Bilgileri

Değişkenler	Kısaltma	Birim
İthalat	İTH	Yüzdesel Değişim (%)
İhracat	İHR	Yüzdesel Değişim (%)
Kredi Risk Primi	CDS	Endeksin Yüzdesel Değişimi (%)
Tüketici Fiyatları Endeksi	TÜFE	Endeksin Yüzdesel Değişimi (%)
Üretici Fiyatları Endeksi	ÜFE	Endeksin Yüzdesel Değişimi (%)
Döviz Kuru Oynaklığı	DKO	Döviz Kurunun Yüzdesel Değişimi (%)

Tablo 1, bu araştırma kapsamında incelenen finansal ve makroekonomik değişkenlere ilişkin kısaltma ve birim bilgilerini sunmaktadır. Çalışmada İthalat, kredi risk primi, tüketici fiyatları endeksi, üretici fiyatları endeksi ve döviz kuru oynaklığı analizlere dahil edilmiştir.

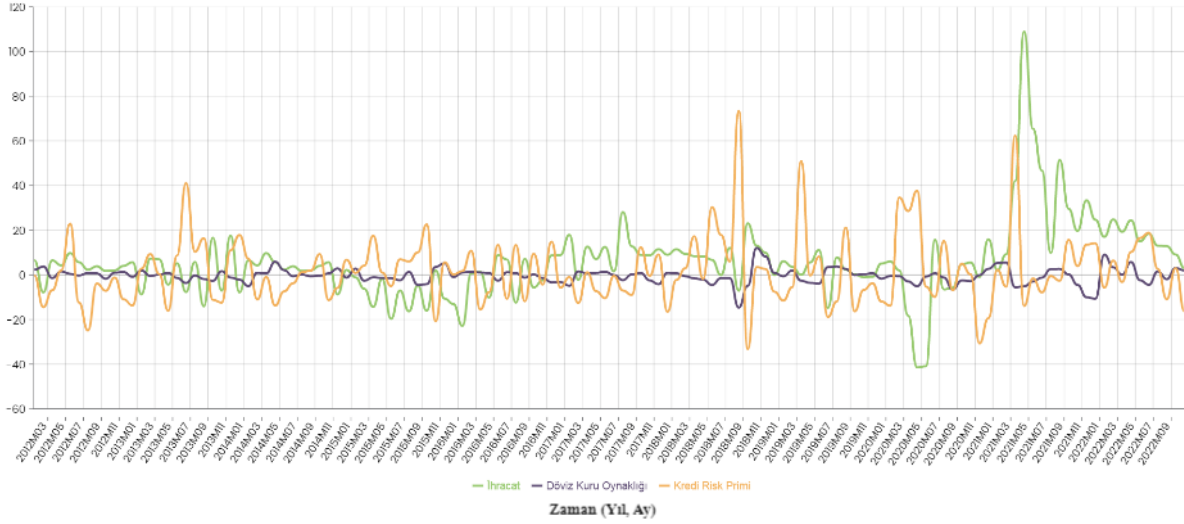
Tablo 2

Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Ortalama	Medyan	St. Sapma	En Değer	Büyük Değer	En Küçük Değer	JB İstatistiği
İTH	5,808385	5,54	16,99809	108,91	-41,47	7,641479**	
CDS	1,776692	-0,305	16,02725	73,40	-33,22	125,6606***	
TÜFE	1,321615	0,900	1,882712	13,58	-1,44	2140,46***	
ÜFE	1,821308	0,985	2,896346	19,08	-2,53	694,736***	
DKO	-0,41662	-0,27	3,461277	12,05	-14,67	57,50386***	

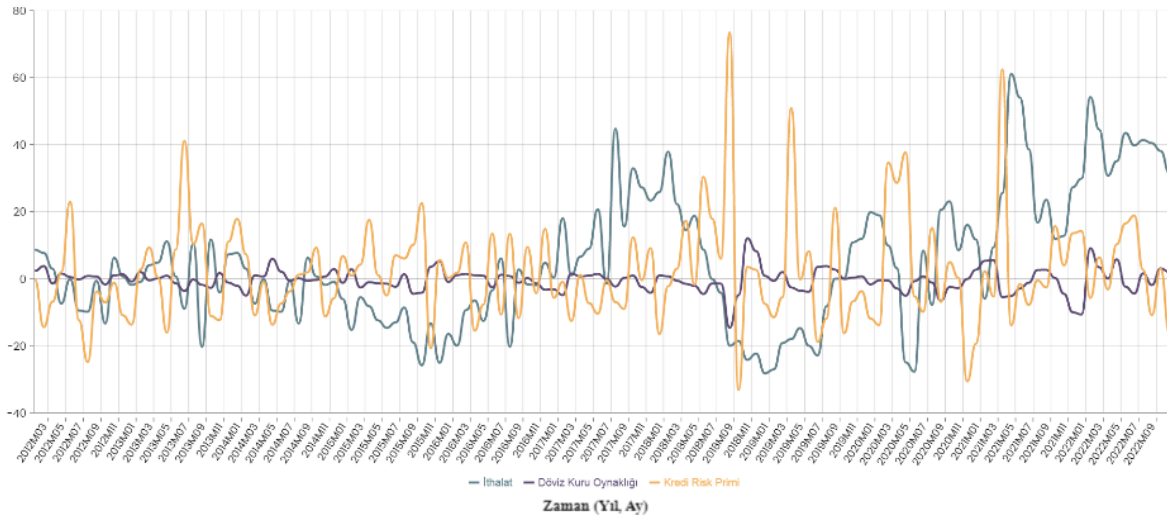
Not: Özet istatistikler ham veriler üzerinden hesaplanmıştır.

Tablo 2'de, araştırma kapsamında incelenen makroekonomik değişkenlerin özet istatistikleri sunulmaktadır. İthalat değişkenine ilişkin minimum ve maksimum gözlemlere odaklanıldığında bu değerlerin 108,91 ile -41,47 arasında değişim gösterdiği görülmektedir. Dolayısıyla oldukça geniş bir aralıkta yüzdesel değişimler mevcuttur. JB istatistikleri ise değişkenlerin normal dağılıma tabi olmadığını göstermektedir.

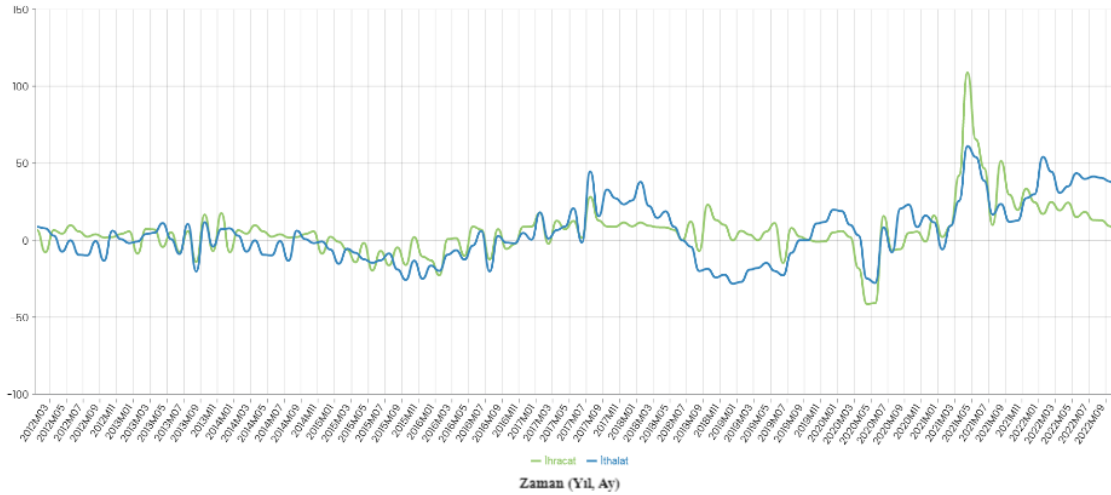


Şekil 1. İhracat, döviz kuru oynaklığı ve kredi risk primi

Şekil 1'de araştırmada incelenen makroekonomik değişkenlere ilişkin zaman yolu grafiği paylaşılmaktadır. 2018 yılında Türkiye'de yaşanan kur krizinin ithalat üzerindeki etkilerini açıkça görmek mümkündür. Bir diğer ihracat baskılanmasının da COVID-19 pandemi döneminde ortaya çıktığı görülmektedir.



Şekil 2. İthalat, döviz kuru oynaklığı ve kredi risk primi



Şekil 3. İthalat ve ihracat

Şekil 3'te ithalat ve ihracatın zaman yolu grafiği görülmektedir. Dış ticaret göstergelerinin birlikte hareketi net bir şekilde görülebilmektedir. Bu birlikte hareketin tespitinin ilk aşaması korelasyon analizidir.

Tablo 3

Spearman Korelasyon Analizi

Değişkenler	İTH	CDS	TÜFE	ÜFE	DKO		
İTH	1						
CDS	-0,0492	1					
TÜFE			0,3452	0,0168	1		
ÜFE			0,49436	0,2033	0,6853	1	
DKO			-0,0834	-0,3631	-0,0896	-0,4401	1

Tablo 3'te araştırmaya konu olan değişkenler arasındaki korelasyon analizinin sonuçları yer almaktadır. Değişkenlerin normal dağılım sergilemediği görülmüş (bkz. Tablo 2 Tanımlayıcı İstatistikler- JB İstatistiği) ve bu sebeple de normal dağılmayan değişkenler arasındaki korelasyon ilişkisini inceleme yönünden daha başarılı olan Spearman korelasyon analizinden faydalanılmıştır. TÜFE ve ÜFE arasında %69'luk pozitif yönlü bir korelasyon ilişkisi olduğu görülmektedir. Bu iki göstergiyi aynı denklem içerisinde modellememek, bu güçlü ilişkiyi göz ardı etmemek gerekmektedir. Dolayısıyla bu derecede yüksek korelasyon ilişkisi sergileyen değişkenleri aynı model içerisinde regrese etmek çoklu doğrusallık bağlantı sorununa yol açabilme ihtimali doğuracağı için ayrı modellerde incelenmiştir. Diğer yandan, ithalat, kredi risk primi ve döviz kuru oynaklığı ile negatif yönlü korelasyon içerisinde; tüketici fiyatları endeksi ve üretici fiyatları endeksi ile pozitif yönlü korelasyon ilişkisi içerisindedir. Bu aşamada, çalışmanın değişkenleri arasındaki ilişkiye dair önsel bilgiler sağlanmıştır ve Eşitlik (11) ve Eşitlik (12)'de tanımlanan regresyon modellerinin bulgularında da ilişki yönlerinin bu aşamada elde edilen bulgularla uyum sağlanması beklenmektedir.

Eşitlik (11), Eşitlik (12)'te tanımlanan regresyon modellerinde, sahte regresyon sorunuyla karşılaşılmasını önleyebilmek amacıyla ekonometrik analizlerin birincil aşamasında birim kök ve durağanlık analizleri yer almaktadır (Granger ve Newbold, 1974; Gujarati, 2015; Yerdelen Tatoğlu, 2017).

Tablo 4

ADF Birim Kök Testi

Değişkenler	Sabit Terimli (τ ist.)	Sabit Terimli ve Trendli (τ ist.)
İTH	-2,3540 (0,1570)	-3,0750 (0,1168)
Δ İTH	-17,3940*** (0,0000)	-17,3575*** (0,0000)
CDS	-11,5673*** (0,0000)	-11,6217*** (0,0000)
TUFE	-3,1111** (0,0282)	-3,8401** (0,0175)
UFE	-3,8939*** (0,0028)	-5,0229*** (0,0000)
DKO	-9,3532*** (0,0000)	-9,3471*** (0,0000)

Not: *, **, *** sırası ile %10, %5 ve %0,01 anlamlılık seviyelerini ifade etmektedir.

Araştırmanın makroekonomik değişkenlerinin birim kök sınamaları için ilk aşamada, oldukça referans bir test olan ADF testine başvurulmuş ve elde edilen sonuçlar Tablo 4'te gösterilmiştir. Testin temel hipotezinde ilgili değişkenin birim kök içerdiği belirtilmektedir ve İTH değişkeni hariç tüm değişkenler için söz konusu temel hipotez reddedilmektedir. Bu durumda CDS, TUFE, UFE ve DKO değişkenleri ADF testine göre düzeyde durağan (bir diğer ifadeyle $I(0)$ da denilebilir) bir seyir izlemektedir. Ancak, İTH değişkeni için birim kök varlığını ifade eden temel hipotez reddedilememiştir. İTH değişkenine birinci fark (Δ İTH) alma işlemi uygulandıktan sonra ise ilgili temel hipotezin reddedildiği görülmektedir. Bu durumda, ADF birim kök testi İTH değişkeninin birinci dereceden durağan olduğuna dair sonuçlar sağlamaktadır.

Tablo 5

Phillips-Perron Birim Kök Testi

Değişkenler	Sabit Terimli (Adj. τ ist.)	Sabit Terimli ve Trendli (Adj. τ ist.)
İTH	-3,3320** (0,0154)	-4,3401*** (0,0038)
CDS	-11,7701*** (0,0000)	12,1186*** (0,0000)
TUFE	-5,0965*** (0,0000)	-5,9621*** (0,0000)
UFE	-3,8479*** (0,0000)	-4,9285*** (0,0000)
DKO	-9,0990*** (0,0000)	-10,0913*** (0,0000)

Not: *, **, *** sırası ile %10, %5 ve %0,01 anlamlılık seviyelerini ifade etmektedir.

Tablo 5, makroekonomik değişkenlerin Phillips-Perron (PP) birim kök testi sonuçlarını göstermektedir. İTH, CDS, TUFE, UFE ve DKO değişkenleri için temel hipotezin reddedildiği görülmektedir. Bu durumda PP birim kök testine göre söz konusu değişkenlerin düzeyde durağan, yani $I(0)$ sürecine tabi olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

ADF ve PP birim kök testlerinden elde edilen sonuçlar, CDS, TUFE, UFE ve DKO değişkenlerinin düzeyde durağan olduğu hususunda birbiriyle örtüşmekte ancak İTH değişkeninin birim köklü olup olmadığı konusunda farklı bulgular sunmaktadır. Bu sebeple KPSS durağanlık testine de başvurulmuş ve bu sayede daha sağlam sonuçlara ulaşmak mümkün hale gelmiştir.

Tablo 6

KPSS durağanlık testi

Değişkenler	Sabit Terimli (LM ist.)	Sabit Terimli ve Trendli (LM ist.)
İTH	0,5207	0,1404
CDS	0,2021	0,0514
TUFE	0,6758	0,1472
UFE	0,6049	0,1782
DKO	0,2458	0,1020

Not: *, **, *** sırası ile %10, %5 ve %0,01 anlamlılık seviyelerini ifade etmektedir.

Tablo 6’da daha sağlam (robust) sonuçlar sağlanabilmesi amacıyla başvuru KPSS durağanlık testinin sonuçları yer almaktadır. Bu testin temel hipotezi diğer testlerden farklılaşmakta ve durağanlık hipotezi durağan olmama alternatif hipotezine karşı sınanmaktadır. LM test istatistikleri incelendiğinde tüm makroekonomik değişkenler için durağanlık temel hipotezinin reddedilemediği anlaşılmaktadır. Bu durumda, İTH, CDS, TUFİ, UFE ve DKO değişkenlerinin düzeyde durağan, bir diğer ifadeyle I(0) sürecine tabi olduğu sonucu elde edilmiştir. Değişkenlerin durağan olduğu sonucuna ulaşıldıktan sonra modelleme aşamasına geçilebilmektedir. Bu araştırmada Koenker ve Basset (1979) tarafından geliştirilen kantil regresyon (QR) tekniğinden faydalanılmıştır. Bu teknik değişkenlerin normal dağılmaması durumunda EKK tekniğine göre daha başarılı bulunmuş ve ayrıca sapan gözlemlerin varlığında da EKK kadar hassas olmadığı belirtilmiştir (Erilli ve Çamurlu, 2019). Bu teknikte bağımlı değişken yüzdelik dilimlere yahut kantillere bölünmek suretiyle modelleme yapılmaktadır. Böylelikle açıklayıcı değişkenlerin farklı kantiller üzerindeki etkisi incelenerek, açıklayıcı değişkenlerin tepkilerinin hangi aşamada ve ne kadar farklılaştığı da tespit edilebilmektedir. Eşitlik (11) ve Eşitlik (12)’de tanıtılan denklemler QR tekniğiyle tahminlenmiş ve böylelikle ithalat yüzdelere ilişkin kademesel bir görünüm elde edilmiştir.

Tablo 7

Kantil Regresyon Modelinin Tahmini (Eşitlik 9 ve Eşitlik 11)

Kantil	Sabit Terim	TUFİ	CDS	DKO
Kantil 1 (0.10)	-19.1517***	1.202751	-0.17766	-0.63843
St. Hata	4.187311	6.079648	0.178272	0.604687
t İstatistiği	-4.57376	0.197832	-0.99658	-1.05581
P-value	0.0000	0.8435	0.3209	0.2931
Kantil 2 (0.25)	-10.5791***	2.506184**	-0.24488	-0.91884
St. Hata	2.239322	1.193377	0.152716	0.762526
t İstatistiği	-4.72423	2.100077	-1.60352	-1.205
P-value	0.0000	0.0377	0.1113	0.2305
Kantil 3 (0.50)	-1.94804	5.83962***	-0.14233	-1.05716
St. Hata	2.194625	1.119447	0.180357	0.743269
t İstatistiği	-0.88764	5.216523	-0.78915	-1.42231
P-value	0.3764	0.0000	0.4315	0.1574
Kantil 4 (0.75)	5.18026**	5.46407***	-0.17151	-1.40043*
St. Hata	2.293322	1.039689	0.184293	0.772819
t İstatistiği	2.258845	5.255485	-0.93066	-1.81211
P-value	0.0256	0.0000	0.3538	0.0724
Kantil 5 (0.90)	16.77023***	8.339576**	-0.3354**	-3.05469**
St. Hata	5.423376	3.575921	0.168377	1.294648
t İstatistiği	3.092212	2.332148	-1.99194	-2.35948
P-value	0.0024	0.0213	0.0485	0.0198
Kantil 6 (0.95)	21.24918***	9.34407***	-0.40904***	-3.5507***
St. Hata	4.951404	3.511564	0.145196	1.035144
t İstatistiği	4.291547	2.660942	-2.81714	-3.43015
P-value	0.0000	0.0088	0.0056	0.0008

Not: i. *, ** ve *** sırasıyla, 0.10, 0.05 ve 0.01 önem seviyelerini ifade etmektedir.

ii. Model doğrusal-doğrusal formdadır.

Tablo 7’de Eşitlik (9) ve Eşitlik (11)’de ilk aşamada kapalı akabinde açık formları tanıtılan modelin kantil regresyon tekniği vasıtasıyla tahminlenen katsayı sonuçları gösterilmektedir. İlk bulgular ithalatın en düşük kantili (ithalat yüzdesinin en düşük olduğu yüzdeliği ifade etmektedir) haricinde, tüketici fiyatları endeksinin her kantilde istatistiksel bir anlamlılığı olduğunu göstermektedir. İthalat yüzdesi arttıkça tüketici fiyatları endeksinin de ithalat üzerindeki artırıcı etkisinde kademesel bir artış gözlenmektedir. Görece düşük kantili temsil eden %25’lik dilimde tüketici fiyatlarında meydana gelen 1 birimlik bir artış ithalatı yaklaşık olarak 2.51 birim arttırırken, yüksek kantili ifade eden %95’lik dilimde bu değer yaklaşık olarak 9.34 olduğu görülmektedir. Buna karşılık kredi risk primi ve döviz kuru

oyunaklığı sırasıyla %90;%95'lik dilimlerde ve %75;%90 ve %95'lik dilimlerde istatistiki bir anlamlılığa sahiptir. Dolayısıyla ihracat hacminin yüksek olduğu durumlarda esasen döviz kuru oynaklığı ve CDS'in ithalat üzerinde bir etkisi olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca ithalatın yüksek olduğu kantillerde CDS ve döviz kurunun, ithalat üzerinde azaltıcı bir etkisi olduğu da gözlenmektedir.

Tablo 8

Kantil Regresyon Modelinin Tahmini (Eşitlik 10 ve Eşitlik 12)

Kantil	Sabit Terim	UFE	CDS	DKO
Kantil 1 (0.10)	-20.2792***	3.148894***	-0.12815	0.760571
St. Hata	2.290987	0.802896	0.154021	0.912207
t İstatistiği	-8.85173	3.921922	-0.83201	0.833769
P-value	0.0000	0.0001	0.4070	0.4060
Kantil 2 (0.25)	-13.5618***	4.743668***	-0.21105	0.459338
St. Hata	2.234581	1.082925	0.153378	0.93025
t İstatistiği	-6.06905	4.38042	-1.376	0.493779
P-value	0.0000	0.0000	0.1713	0.6223
Kantil 3 (0.50)	-1.89291	4.074102***	-0.05392	1.079568
St. Hata	2.063101	0.742222	0.169921	0.785298
t İstatistiği	-0.91751	5.489057	-0.31734	1.374724
P-value	0.3606	0.0000	0.7515	0.1717
Kantil 4 (0.75)	5.710115**	5.564854***	-0.1857	-1.2678*
St. Hata	2.197574	1.158546	0.17142	0.65730
t İstatistiği	2.598372	4.803311	-1.0833	-1.9287
P-value	0.0105	0.0000	0.2807	0.0662
Kantil 5 (0.90)	12.18064***	6.308717***	-0.34896***	-1.62977**
St. Hata	2.41744	1.125774	0.12411	0.815703
t İstatistiği	5.038652	5.603892	-2.81169	-1.99799
P-value	0.0000	0.0000	0.0057	0.0479
Kantil 6 (0.95)	17.39961***	6.068447***	-0.34258***	-2.4191***
St. Hata	2.378952	0.824167	0.126531	0.665841
t İstatistiği	7.313981	7.363126	-2.70745	-3.63316
P-value	0.0000	0.0000	0.0077	0.0004

Not: i. *, ** ve *** sırasıyla, 0.10, 0.05 ve 0.01 önem seviyelerini ifade etmektedir.

ii. Model doğrusal-doğrusal formdadır.

Tablo 8'de Eşitlik (10) ve Eşitlik (12)'de tanıtılan modelin kantil regresyon yönteminden faydalanılarak elde edilen katsayı tahminleri sunulmaktadır. İlk bulgularda ithalatın en düşük kantilinden (ithalat yüzdesinin en düşük olduğu dilime karşılık gelmektedir) en yüksek kantiline kadar üretici fiyatları endeksinin her kantilde istisnasız istatistiki bir anlamlılığa sahip olduğu görülmektedir. İthalat yüzdesi arttıkça tüketici fiyatları endeksinin de ithalat üzerindeki arttırıcı etkisinde kademesel bir artış ile %50'lik dilime kadar devam etmekte bu kantilden sonra ise azalan oranlarda artışa devam etmektedir. En düşük kantili temsil eden %10'luk dilimde üretici fiyatlarında meydana gelen 1 birimlik bir artış ithalatı yaklaşık olarak 3.15 birim arttırırken, yüksek kantili ifade eden %95'lik dilimde bu değer yaklaşık olarak 6.07 olduğu görülmektedir. Buna karşılık kredi risk primi ve döviz kuru oynaklığı sırasıyla %90;%95'lik dilimlerde ve %75;%90 ve %95'lik dilimlerde istatistiki bir anlamlılığa sahiptir. Dolayısıyla ihracat hacminin yüksek olduğu durumlarda esasen döviz kuru oynaklığı ve CDS'in ihracat üzerinde bir etkisi olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca bu etki her iki değişken için de negatiftir, bir diğer deyişle CDS ve kur oynaklıkları arttığında ithalatta azaltıcı yönde etkiler meydana getirmektedir. Bu bulgu sonuçları Tablo (7)'de sunulan ilk model ile de uyumluluk içerisinde bulunmuş, bir anlamda robust check yapılmıştır.

5. Sonuç ve öneriler

Günümüzde CDS birçok yoldan ülke ekonomilerini etkileme özelliğine sahiptir. Bu özelliği sebebiyle CDS özellikle uluslararası piyasalarda yatırım kararı alan potansiyel yatırımcılar tarafından izlenen bir risk göstergesidir. Döviz kurunda meydana gelen değişimlerin CDS değerleri üzerinde etkisi olduğu gerekçesiyle literatürde bu konuda oldukça fazla çalışma bulunmaktadır. Art arda yaşanan küresel krizler potansiyel yatırımcıların yatırım kararlarını etkilemektedir. Yatırımcıların karşı kaşıya kalabilecekleri riskleri yönetebilmeleri ve bu riskler hakkında yeterli bilgi birikimine sahip olmaları son derece önem arz etmektedir.

Ülke riskinin ölçümünde kullanılan CDS, oluşabilecek herhangi bir krizin risklerini minimize edecek ve önlem alabilmek için ülkenin risk primlerinin önceden belirlenmesini sağlayabileceği düşünüldüğünden büyük öneme sahiptir. Yüksek risk primine sahip ülke ve kuruluşların borç taleplerinin maliyetleri yüksek olduğundan dolayı yüksek maliyetler de büyük riskler meydana getirmektedir. Ülke kredi risk değerlendirmelerinde önemli bir gösterge olan CDS primi, ülkenin risk priminde meydana gelen bir artış yabancı yatırımcılardan gelebilecek yatırımları da engelleyecektir. Bu durum da mevcut yatırımlarda azımsanmayacak kayıplara neden olacaktır.

Araştırmanın amacına yönelik olarak, QR tekniği marifetiyle ithalat modellerinin kademesel görünümünü incelemeye olanak sağlayacak şekilde tahminlenmiştir. Dolayısıyla ithalatı, EKK ya da EKK temelli olan bir başka tahminci vasıtasıyla ortalamaya dayalı olan bir teknikle ele almak etkinlik kaybına yol açacağı için bu aşamada QR tekniğinden faydalanmanın önemi ortaya çıkmaktadır. Kantil regresyon tahmininden elde edilen bulgular, araştırmaya konu olan periyot aralığında döviz kuru oynaklığında ve CDS oynaklığında meydana gelen artışların, ithalatın yüksek hacmi üzerinde etkili olduğunu ve ithalat değerlerini olumsuz etkilemek suretiyle Türkiye'nin dış ticaret göstergelerini kötüleştirmekte olduğunu ortaya koymaktadır. Diğer yandan, TÜFE ve ÜFE artışları ise ithalatın hem düşük hem de yüksek hacimleri üzerinde oldukça önemli bir etkiye sahiptir ve hem TÜFE hem de ÜFE artışları ihracat hacmini arttırmaktadır.

Döviz kurundaki oynaklık ve ülke risk primindeki artış Türk Lirası'nın değer kaybetmesine neden olmaktadır ve bu durum ekonomik birimleri satın alma gücünü olumsuz etkilemektedir. Bunun sonucu olarak yurt dışından ithal edilen malların ve hizmetlerin maliyetlerinin artışına neden olmaktadır. Yaşanılan fiyat artışlarından kaynaklı hammadde ve hizmet talebi olumsuz etkilenmektedir. Bu nedenlerden dolayı ithalat ülke risk priminden ve döviz kuru oynaklığından olumsuz etkilenmektedir.

Türk Lirasında meydana gelen değer kaybı ülkede üretilen ham madde, mamul ve hizmetlerin ucuzlamasına ve talebin artmasına neden olmaktadır. Bunun bir sonucu olarak ihracatın bu süreçten olumlu etkilenmesi gerekir. Beklenti bu yönde olmasına rağmen çalışmanın sonucu bunun tersi bir durum olduğunu göstermektedir. Yani ihracatın ülke risk priminden ve döviz kuru oynaklığından olumsuz etkilendiğini göstermektedir. Bu sonucun en önemli nedeni ise Türkiye'de yapılan ihracatın ithal girdiye bağımlı olması ya da ihracatta ithal girdi payının yüksek olmasıdır. İhracatta ithal girdi payının yüksek olması ihraç edilen malların ve hizmetlerin fiyatlarında artışa neden olmaktadır. İhraç edilen malların ve hizmetlerin fiyatlarındaki artış ihracatı olumsuz etkilemektedir.

Yazar beyanı

Araştırma ve yayın etiği beyanı

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

Etik kurul onayı

Bu çalışma için etik kurul onayı gerekmemektedir.

Yazar katkıları

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkıda bulunmuştur.

Çıkar çatışması

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

Destek beyanı

Bu çalışma için herhangi bir destek alınmamıştır.

Kaynakça

- Akkuş, Ö., (2021). CDS risk primleri ile dış borçlanma ilişkisi: simetrik ve asimetrik nedensellik analizi. *International journal of economic and administrative studies*, (31), 215-228. Doi: <https://doi.org/10.18092/ulikidince.928425>
- Alptürk, Y. Sezal, L. ve Gürsoy, S., (2021). Türkiye’de jeopolitik risk ile CDS primleri arasındaki ilişki: asimetrik nedensellik analizi. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 25(1), 107-126. Doi: <https://doi.org/10.51945/cuiibfd.900224>
- Aydın, G. K., Hazar, A. ve Çütçü, İ. (2016). Kredi temerrüt takası ile menkul kıymet borsaları arasındaki ilişki: gelişmiş ve gelişmekte olan ülke uygulamaları. *Türk Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 1-20.
- Breusch, T. S. ve Pagan, A. R. (1980). The lagrange multiplier test and its applications to model specification in econometrics. *the review of economic studies*, 47(1), 239-253. Doi: <https://doi.org/10.2307/2297111>.
- Coronado, M., Corzo, M. T. ve Lazcano, L. (2012). A case for Europe: the relationship between Sovereign CDS and stock indexes. *Frontiers in Finance and Economics*, 9(2), 32-63.
- Çağlayan, E. ve Saçaklı, İ. (2006). satın alma gücü paritesinin geçerliliğinin sıfır frekansta spektrum tahmincisine dayanan birim kök testleri ile incelenmesi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(1), 121-137.
- Çiğdem, G. ve Altaylar, M. (2020). RALS perspektifinden covid-19 sürecinde Türkiye’ye yabancı ilgisi: bir borç krizi tehlikesi var mı?. *Multidisipliner Yaklaşımla İktisadi Kriz Olgusu*, IV, Editör: Doç.Dr. Gülgün Çiğdem, (1.Baskı). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Danacı, C. M. Şit, M. ve Şit A., (2017), Kredi temerrüt swaplarının (CDS’lerin) büyüme oranıyla ilişkilendirilmesi: Türkiye örneği. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 67-78.
- Dickey, D. A. ve Fuller, W. A. (1979). Distribution of the estimators for autoregressive time series with a unit root. *Journal of the American statistical association*, 74(366a), 427-431. Doi: <https://doi.org/10.1080/01621459.1979.10482531>
- Dickey, D. A. ve Fuller, W. A. (1981). Likelihood ratio statistics for autoregressive time series with a unit root. *Econometrica: journal of the Econometric Society*, 1057-1072. <https://doi.org/10.2307/1912517>
- Enders, W. (2004). Applied Econometric Time Series. “2th ed”. New York (US): University of Alabama.
- Erben Yavuz, A. (2022). CDS, OVX ve VIX endekslerinin Brics Ve Mist Ülke Borsa Endeksleri Üzerindeki Etkilerinin Karşılaştırmalı Analizi (Master's thesis). Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Eren, M. ve Başar, S. (2016), Makroekonomik faktörler ve kredi temerrüt takaslarının BİST-100 endeksi üzerindeki etkisi: ARDL yaklaşımı. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 30(3), 567-589.
- Erilli, N. ve Çamurlu, S. (2018). Kantil regresyon analizinde bootstrap tahmini. Erciyes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Fen Bilimleri Dergisi, 35(2), 16-25.
- Evcı, S. (2020), Kredi temerrüt swapları ile Borsa İstanbul arasındaki eşbütütünleşme ilişkisinin analizi. *Gaziantep Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 100-117.
- Granger, C. W. ve Newbold, P. (1974). Spurious regressions in econometrics. *Journal of econometrics*, 2(2), 111-120.
- Gujarati, D. N. (2011). *Econometrics by example* (Vol. 1). New York: Palgrave Macmillan.
- İskenderoğlu, Ö. ve Balat, A. (2018), Ülke kredi notlarının CDS primleri üzerindeki etkisi: BRICS ülkeleri ve Türkiye üzerine bir uygulama. *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar*, 12(2), 47-64.
- Kadooğlu Aydın, G. (2015). *Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde CDS primleri ile borsa kapanış endeksleri arasındaki etkileşimin incelenmesi* (Yayınlanmış Doktora Tezi). Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Koenker, R. ve Bassett, G. (1978). Regression Quantiles. *Econometrica*, January, 46, 1.
- Koenker, R. ve Hallock, K.F. (2001). Quantile Regression: An Introduction. *Journal of Economic Perspectives*, 15, 143-156.
- Koenker, R. (2005). *Kantil Regression*. USA: Cambridge University Press.

- Marzano, M., Dunn, G. ve Constantinou, N. (2014). The relationship between credit default swap spreads and equity prices. *Journal of Risk*, 17(1).
- Moon, H. R. ve Perron, B. (2006). Seemingly unrelated regressions. *The new palgrave dictionary of economics*, 1(9).
- Norden, L. ve Weber, M. (2009). The co-movement of credit default swap, bond and stock markets: An empirical analysis. *European financial management*, 15(3), 529-562. Doi: <https://doi.org/10.1111/j.1468-036X.2007.00427.x>
- Phillips, P. C. ve Perron, P. (1988). Testing for a unit root in time series regression. *Biometrika*, 75(2), 335-346. Doi: <https://doi.org/10.1093/biomet/75.2.335>
- Sabkha, S. de Peretti, C. and Hmaied, D. (2019). On the informational market efficiency of the worldwide sovereign credit default swaps. *Journal of Asset Management*, 20(7), 581-608.
- Shear, F. and Butt, H. A. (2017). Relationship between stock and the sovereign CDS markets: A panel VAR based analysis. *South Asian Journal of Management Sciences*, 11(1), 52-67. Doi: <https://doi.org/10.21621/sajms.2017111.04>
- Şahin, E. E.ve Özkan, O. (2018). Credit default swap, exchange rates and BİST 100 index relationship: cointegration and causality analysis. *Hitit University Journal of Social Sciences Institute*, 11(3), 1939-1945. Doi: <https://doi.org/10.17218/hititsosbil.450178>
- Uzunoğlu, S. Özdurak, C. ve Dursun, S.(2020), Dış politik aktörlerle ilişkiler, döviz kuru ve CDS arasındaki ilişki: Türkiye örneği 2007-2020. *Maliye ve Finans Yazıları*, (114), 129-148.
- Wu C. F. J. (1986). Jackknife, Bootstrap and Other Resampling Methods in Regression Analysis. *Am. Of Stat.* 14(4): 1261-1295.
- Yenice, S. ve Hazar, A. (2014). Gelişmekte olan ülkelerdeki risk primleri ile menkul kıymet borsalarının etkileşiminin incelenmesi. 18. *Finans Sempozyumu Bildiriler Kitapçığı, Pamukkale*, 531-544. Doi: <https://doi.org/10.33203/mfy.746546>
- Yıldırım, H. H. ve Sakızcı, M., (2019), Portföy yatırımları ile CDS arasındaki ilişki: Türkiye örneği. *Turkish Studies Social Sciences*, 14(5), 2777-2792. Doi: <https://doi.org/10.21547/jss.1193743>



Orta vadeli program (OVP)* tahminlerinin GM (1,1) modeli ve doğrusal trend analizi ile yeniden değerlendirilmesi

Mustafa Gökmenoğlu^{a**}, Serpil Ağcakaya^b

^aDoktora Öğrencisi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye ABD, Isparta, 32200, Türkiye. E-posta: mustafa.gokmenoglu.1@gmail.com. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9188-1645>

^bProf. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İ.İ.B.F., Maliye Bölümü, Isparta, 32200, Türkiye. E-posta: serpilagcakaya@sdu.edu.tr. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6107-8205>

MAKALE BİLGİSİ

Geliş tarihi: 17.03.2023
Kabul tarihi: 09.08.2023
Çevrimiçi kullanım tarihi: 28.10.2023
Makale Türü: Araştırma makalesi

Anahtar Kelimeler:

Orta vadeli program, bütçe gelirleri, bütçe giderler, gri teori.

ÖZ

Özellikle II. Dünya Savaşı'ndan sonra başlayan refah devleti anlayışı, sonrasında yaşanan "Büyük Enflasyon" ve nihayetinde 1990'lı yıllarla gerçekleşmeye başlayan küreselleşme olgusu bütçeleme sürecinde ve tekniklerinde birçok değişikliği de beraberinde getirmiştir. Türkiye açısından bakıldığında 5018 sayılı Kamu Mali Yönetim ve Kontrol Kanunu (KMYKK) kapsamında uygulanmaya başlanan çok yıllık bütçeleme ile bir yıl esas olmak kaydıyla üçer yıllık planları içine alan bütçe uygulamalarına geçilmiştir. Çalışmanın amacı da OVP'de yer alan söz konusu bütçe uygulamalara geçilmiştir. Çalışmanın amacı çok yıllık bütçeleme neticesinde ortaya çıkan OVP tahminlerinin tutarlılığının ölçülmesidir. Çalışma kapsamında tutarlılığın ölçülebilmesi için 2012-2021 yıllarını kapsayan kamu gelirleri ve giderlerine ilişkin veriler kullanılmıştır. OVP tahminlerinin tutarlılıklarının ölçülebilmesi için tahmin sonuçları ile Gri Teori (GM (1,1)) uygulaması ve Trend analizlerinde elde edilen sonuçlar karşılaştırılmıştır. Yapılan analizler neticesinde elde edilen sonuçlara bakıldığında 2012-2021 yılları için OVP'lerde yer alan tahminleri gerçekleştiren tutarlardan sapmalarının gelir kanadında %15'lik bir sapmayla hesaplandığı, harcama kanadında ise %32'lik bir sapma ile hesaplandığı tespit edilmiştir. Yapılan GM (1,1) modellemesi ile gelirden %4,08 ve harcamada ise %4,63'lük bir sapma ile gelir ve gider tahminleri yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde yapılan analizlerin kamunun yapmış olduğu OVP tahminlerden daha tutarlı olduğu tespit edilmiştir.

* 20/5/2021 tarihi itibarıyla "Orta Vadeli Mali Plan" terimi 2018 ek 8. madde "Mevzuatta orta vadeli mali plana yapılan atıflar orta vadeli programa yapılmış sayılır." hükmü gereğince kaldırılmıştır.

** Sorumlu yazar

Doi: <https://doi.org/10.30855/gjeb.2023.9.3.006>

Reforecasting the medium-term program (MTP) predictions through the application of grey model (GM) (1,1) and linear trend analysis

ARTICLE INFO

Received: 17.03.2023

Accepted: 09.08.2023

Available online: 28.10.2023

Article type: Research article

Keywords:

Medium term program, budget revenues, budget expenses, gray theory.

ABSTRACT

In the wake of the Second World War, the emergence of the welfare state model, coupled with the subsequent era of the 'Great Inflation', and ultimately the advent of the globalization paradigm in the 1990s, instigated substantial evolutions in budgetary procedures and methodologies. In the Turkish context, pursuant to the Public Financial Management and Control Law No. 5018, the integration of a multi-annual budgeting framework commenced, encapsulating triennial plans predicated on an annual basis into budgetary strategies. The intent of this scholarly investigation is to ascertain the level of coherence exhibited by the projections within the Medium-Term Program (MTP), which have been derived because of these multi-annual budgetary practices. To quantify this coherence, data pertaining to public revenue and expenditures for the decade spanning 2012 to 2021 have been employed within this study. The consistency of the MTP predictions was scrutinized by juxtaposing the forecasted outcomes with empirical findings procured from the application of Grey Theory (GM (1,1)) and trend analysis methodologies. Reviewing the insights extracted from these analytical procedures, it was discerned that the divergences from the actual figures and the estimates presented in the MTPs for the period of 2012-2021 were calculated with a discrepancy of 15% in terms of revenue and a variance of 32% on the expenditure front. Utilizing the GM (1,1) modelling approach, projections for revenues and expenditures were formulated with a discrepancy rate of 4.08% and 4.63% respectively. An evaluation of the outcomes procured suggests that the analytical procedures executed demonstrated a higher degree of coherence compared to the MTP estimates promulgated by the government.

1. Giriş

Haldun'a göre (2014, s. 3) devlet gerekliliktir. Bu gerekliliği, insanların hayvani tabiatı içerisinde zuhur edecek olan saldırılar karşısında insanların can ve mal güvenliğini sağlayan kurumsal bir yapıya ihtiyaç olduğu için gerekli olduğunu savunmaktadır. Hobbes (1998, s. 20) "*Leviathan*" devlet anlayışını, insanların haklarının ve özgürlüklerinin sınırlandırılmaması gerektiği üzerine kurgulamıştır. İnsanların birbirlerinin haklarını ve özgürlüklerini gasp edebileceklerini, hakların ve özgürlüklerin gasp edilmemesi için güvenli toplum yapısını tahsis edecek yasal ve anayasal kurumların olması gerektiğini savunmaktadır. Bodin (1967) ise "*Devletin Altı Kitabı*" adlı eserinde devletin hakimiyet sahibi ve düzen getirir nitelikte olması gerektiğini savunmaktadır. Rousseau'ya göre (1995, s. 155) insan güçlendikçe kendi gücünü kendisine karşı kullanma eğilimine girmekte olduğunu, söz konusu gücü kendisine karşı kullanmaktansa kanunlarla güçlendirilmiş kurumlara yönlendirmenin hak ve özgürlüklerin korunması açısından daha iyi olacağından söz etmektedir.

Devletin, söz konusu görüşler neticesinde hak ve özgürlükleri korumak için gerekli olduğu anlaşılmaktadır. Bunun yanında devletler hak ve özgürlükleri korumak aynı zamanda insanların temel ihtiyaçlarını karşılamak adına harcamalar yapar. Harcamaları finanse etmek için ise gelire ihtiyaç duymaktadır (Karahanoğulları, 2015, ss. 115–116). Söz konusu gelir ve giderlerin tutulduğu sistemlerin yer aldığı uygulamalara bütçe veya devlet bütçesi denmektedir (Ataç, Coşkun ve Moğol, 2004, s. 3; Tüğen, 2016, s. 3). Bütçeleme de tarihsel perspektiften bakacak olursa KMYKK öncesi ve sonrası olarak ikiye ayrıldığını görebilmekteyiz (Candan, 2007, s. 113). KMYKK öncesine bakıldığında 1924 Anayasasında bütçe ile ilgili hükümler yer aldığını görebilmekteyiz (TBMM, 1924). 1924 Anayasasında

yer alan hükümler çerçevesinde 1927 yılında mali anayasa niteliği taşıyan 1050 sayılı kanun yürürlüğe girmiştir. Bu kanunla devletin bütçelemesinin nasıl ve ne şekilde yapılacağı hükümlere bağlanmıştır (TBMM, 1927). 1923-1973 döneminde söz kanunla uygulanan bütçeleme sistemi ve yapısına bakıldığında geleneksel bütçeleme sisteminin uygulandığı görülebilmektedir. Kurum bazında sadece harcamanın sınıflandırılarak bütçelemenin yapıldığı bütçe sisteminin fazla ayrıntıya yer vermesi, amaç yönünde eksikliklerinin olması gibi sebeplerden ötürü yerini Program bütçeye bırakmıştır (Sivrekli Demircan, 2005, s. 64). 1973-2004 yılları arasında ise Program bütçe uygulamasına geçilmiştir (E. Yavuz, Özgül ve Susam, 2021, s. 118). Program bütçenin genel özelliklerine bakıldığında ise programlar itibariyle gelir, gider ve finansmanın sınıflandırılmasından oluşan buna bağlı alt programlar ve hizmet türlerini içeren bir sınıflandırma yapısının olduğu görülebilmektedir (Mogol, 2018, s.69). Programlama da, uygulama da, amaç ve hedeflerin iyi belirlenememesinden kaynaklı olarak programa az kaynak aktarımı ya da hiç aktarılamaması, performans ölçümlerinin yapılamamasından dolayı performans esaslı bütçeleme sistemi uygulamasına gidilmiştir (Ergün, 2004, s. 289). 5018 sayılı KMYKK kapsamında uygulamaya konulan performans esaslı bütçeleme ile çıktı odaklı hale gelen bütçeleme sistemine ek olarak analitik bütçe sınıflandırmasına ve çok yıllık bütçe uygulamalarına geçiş yapılmıştır (Bal, 2016, s. 6).

Özellikle “*Bilgi Çağı'nın*” bir getirisi olarak kabul edilen küreselleşme, devletin gelir ve harcama yapısındaki değişimleri de beraberinde getirmiştir (Aktan, 2001, s. 121). Dünya genelinde pek çok ülke son yıllarda özellikle çok yıllık bütçeleme üzerine yapısal değişim ve dönüşümler içerisine girmiştir. Ülkeler, orta vadeli mali ve ekonomik istikrarı sağlayabilmek, ekonomik döngü içerisinde kamusal kaynaklı yaşanabilecek belirsizlikleri ortadan kaldırabilmek, kamu yatırımları ve harcamaları dolayısıyla oluşabilecek özel sektör dışlamasını ortadan kaldırabilmek ve politika-plan ilişkisini sağlayabilmek için “Çok Yıllı Bütçeleme” uygulamasını kullanmaktadırlar (Tügen, 2016, s. 162). Dünya genelinde 1940'lı yıllarla birlikte uygulanmaya başlanan “*Çok Yıllı Bütçeleme*” Türkiye’de 2006 yılından itibaren uygulanmaya başlanmıştır. 5018 sayılı KMYKK ile Türkiye’de aynı zamanda OVP’ler hayata geçirilmeye başlanmıştır. 5018 sayılı KMYKK 14. maddesinde yer alan “...*kanun tekliflerinin getireceği mali yük, orta vadeli program çerçevesinde, en az üç yıllık dönem için hesaplanır ve tekliflere eklenir.*” hükmü gereğince gelir gider tahminleri OVP’ler de yer almaktadır. OVP’ler genel olarak makroekonomik hedefler etrafında şekillenmiş bir kapsama sahiptir. ana başlıklara bakıldığında büyüme, yeşil dönüşüm, istihdam, fiyat istikrarı, ödemeler dengesi, finansal istikrar ve kamu maliyesine ilişkin hususlar planın genel kapsamını oluşturmaktadır (SBB, 2022a). Bu kapsamda çalışma ile OVP’lerin gider ve gelir tahminlerindeki etkinlik ve tutarlılıkları incelenmeye çalışılacaktır. Çalışmada, genel devlet harcamaları ve genel devlet gelirlerinin Hazine ve Maliye Bakanlığı (2022) tarafından sağlanan veriler kullanılmaktadır. Çalışma genel itibariyle dört bölümden oluşmaktadır. Buna göre ilk bölüm giriş bölümüdür. Giriş bölümünde genel olarak bütçe hakkının tarihsel gelişimi ve gerekliliği üzerine kısa teorik çerçeveden bahsedilmektedir. İkinci bölümde ise GM (1,1) ve trend analizinin metodolojik çerçevesi açıklanmaktadır. Üçüncü bölüm olarak ilgili literatürde yer alan çalışmalar incelenmektedir. Son olarak dördüncü bölümde GM (1,1) modeli ve trend analizinden elde edilen 2022-2025 yılları arasındaki gelir ve gider tahminlerinin, Strateji ve Bütçe Başkanlığı (SBB)’ndan (SBB, 2022) elde edilen OVP tahminleri ile karşılaştırılması yer almaktadır.

2. Metodoloji

Çalışmanın bu bölümünde GM (1,1) modelinin metodolojik altyapısından bahsedilecektir. Literatürde “*Grey System Model (GM)*” olarak ifade edilen model Ju-Long (1982) tarafından literatüre kazandırılmıştır (Şimşek ve Ömürbek, 2021, s. 304). “*Gri Sistem Teorisi (GM)*” esas itibariyle “m” değişken sayısı ile “n” gözlem değerini karşılaştırarak gelecek tahminlemesine imkân tanıyabilen bir yöntemdir. GM (1,1) modelinde tahmin değişkenlerinin normal dağılımın olmasına gerek yoktur (Yang, Zou, Kong ve Jiang, 2018, s. 2). Model ekonomi, finans, tarih, meteoroloji, savunma gibi bir çok alanda kullanılabilir (Ju-Long, 1989, ss. 16–17). GM (1,1) modelinin kurgusu altı adımda gerçekleşmektedir (Liu ve Lin, 2006, ss. 199–216).

2.1. Aşama

Yıllar itibariyle elde edilmiş olan ham veri seti ($X^{(0)}$) negatif olmayan veri seti olarak yer almaktadır. Yıllar itibariyle gösterilen ham veri seti Denklem 1’de gösterilmektedir.

$$X^{(0)} = x^{(0)}(1), x^{(0)}(2), x^{(0)}(3), \dots, x^{(0)}(n) \quad (1)$$

2.2. Aşama

Çalışmaya konu veri setinin girilmesi ve söz konusu veri setine ($x^{(0)}(k) \geq 0 ; k = 1, 2, 3, \dots, n$), birinci dereceden birikim üretim işlemi (AGO; Accumulated Generating Operation) uygulanmaktadır. $x^{(1)}$ dizini ve $x^{(1)}(k)$ eşitliği elde edilmektedir. Buna göre Denklem 2 ve 3’te $x^{(1)}$ dizini ve $x^{(1)}(k)$ eşitliği gösterilmektedir.

$$X^{(1)} = \{x^{(1)}(1), x^{(1)}(2), x^{(1)}(3), \dots, x^{(1)}(n)\} \quad (2)$$

$$x^{(1)}(k) = \sum_{i=1}^k x^{(0)}(i) \quad (3)$$

2.3. Aşama

Üçüncü aşamada bir önceki aşamada elde edilen $x^{(1)}$ dizini kullanılarak $Z^{(1)}$ ardışık ortalama dizini $k = (1, 2, 3, \dots, n)$ elde edilmektedir. $Z^{(1)}$ ardışık ortalama dizini Denklem 4’te gösterilmektedir.

$$Z^{(1)} = \{z^{(1)}(1), z^{(1)}(2), z^{(1)}(3), \dots, z^{(1)}(n)\} \quad (4)$$

Denklem 4’ten elde edilen $Z^{(1)}$ dizinine Denklem 5’te yer alan $z^{(1)}(k)$ dizini uygulanarak hesaplaması yapılmaktadır. $k = (1, 2, 3, \dots, n)$ gözlem sayısını ifade etmektedir.

$$z^{(1)}(k) = \{0,5 \cdot x^{(1)}(k) + 0,5 \cdot x^{(1)}(k - 1)\} \quad (5)$$

2.4. Aşama

Tahminlemenin yapılabilmesi için dördüncü aşamada $x^{(1)}$ ve $Z^{(1)}$ dizin değerleri belirlendikten sonra, \hat{a} vektörü ($\hat{a} = [a, b]^T$) hesaplaması yapılmaktadır. \hat{a} vektörünün hesaplaması En Küçük Kareler (EKK) yöntemi baz alınarak $x^{(0)}(k) + az^{(1)}(k) = b$ eşitliği hesaplanmaktadır. \hat{a} vektörünün hesaplaması için “Y” ve “B” matrisleri oluşturulur. Sonrasında ise Denklem 6’da yer alan eşitlik kullanılmaktadır.

$$Y = \begin{Bmatrix} x^{(0)} & (2) \\ x^{(0)} & (3) \\ \dots & \dots \\ x^{(0)} & (n) \end{Bmatrix} \quad B = \begin{Bmatrix} -z^{(0)} & (2) & 1 \\ -z^{(0)} & (3) & 1 \\ \dots & \dots & \dots \\ -z^{(0)} & (n) & 1 \end{Bmatrix} \quad (6)$$

$$\hat{a} = [B^T, B]^{-1} B^T Y \quad (7)$$

2.5. Aşama

Çalışmada tahminleme için geçilen aşama 1,2 ve 3’ten elde edilen sonuçlarla \hat{a} vektörü hesaplanmıştır. $[a, b]^T = [B^T, B]^{-1} B^T Y$ denkleminde elde edilen hesaplamaların birinci dereceden türevi alınarak Denklem (8), (9) ve (10) elde edilecektir.

$$\frac{dx^{(1)}}{dt} + ax^{(1)} = b \quad (8)$$

$$x^{(1)}t = \left[x^{(1)} - \frac{b}{a} \right] e^{-at} + \frac{b}{a} \quad (9)$$

$$x^{(1)}(k+1) = \left[x^{(1)}(1) - \frac{b}{a} \right] e^{-at} + \frac{b}{a} \quad (10)$$

2.6. Aşama

Altıncı aşamada denklem (10)'dan elde edilen değerlere denklem (13)'te gösterilen ters birikim üretme işlemi uygulanarak tahmini değerler elde edilmektedir.

$$x^{(1)}(k+1) = a^1 \widehat{x^{(1)}}(k+1) \quad (11)$$

$$\widehat{x^{(1)}}(k+1) - \widehat{x^{(1)}}(k); k = (1, 2, 3, \dots, n) \quad (12)$$

$$\widehat{x^{(0)}}(k+1) = \left[x^{(0)}(1) - \frac{b}{a} \right] e^{-ak} \cdot (1 - e^a) \quad (13)$$

Bu aşamaya kadar olan kısımda GM(1,1) modeli aracılığıyla elde edilen tahmin değerlerinin hesaplanması yer almaktadır. Elde edilen tahmin değerlerinin tutarlı sonuçlar verip vermediğinin tespit edilmesi için Denklem (14)'te gösterilen yarı-düzensizlik (p), Denklem (15)'te gösterilen yarı-üssellik ve denklem (16)'da gösterilen ortalama mutlaka hata yüzdeki (Mean Absolute Percentage Error; MAPE) değerlerinin hesaplanarak modelin doğruluğunun saptanması gerekmektedir.

$$p(k) = \frac{x^{(0)}(k)}{x^{(1)}(k-1)} \quad (14)$$

$$\sigma^{(1)}(k) = \frac{x^{(0)}(k)}{x^{(1)}(k-1)} \quad (15)$$

Chen, Li ve Zhou'ya göre (2005, s. 708) veri setinde kullanılan tahmini değişkenlerin ikiden az olmaması gerektiği ifade edilmiştir. Buna göre ikiden fazla tahmini değişken sonuçlarına ek olarak yarı-düzensizlik değerlerinin (0:0,5) arasında olması yarı-üssellik değerlerinin ise (1:1,5) arasında olması gerektiği vurgulanmaktadır (Şimşek, 2021, s. 328).

Hesaplanan yarı-düzensizlik ve yarı-üssellik değerlerinin istenen aralıkta olmasından sonra Mean Absolute Percentage Error (Ortalama Mutlak Yüzdese Hata; MAPE) değerlerinin hesaplanmasına geçilmektedir. Buna göre MAPE değerleri çalışmadan elde edilen tahmin değerlerinin sapma yüzdelere göstermektedir. MAPE değerinin %50'nin altında çıkması modelden elde edilen tahmin sonuçlarının yorumlanabilir sonuçlar verdiğini kabul etmektedir. Zhao, Wang, Zhao ve Su'ya göre (2012, s. 528) MAPE sonuçlarının %10 ve altında çıkması durumunda yüksek düzeyde güvenilir tahmin sonuçlarının olduğunu vurgulamaktadırlar. Bu sonuçlar harcinde %10-20 arasında gerçekleşen MAPE değerlerinin iyi sonuçlar olduğunu ifade etmektedir.

$$MAPE = \frac{1}{n} \sum_k^n = 1 \left\{ \frac{x^{(0)}(k) - \widehat{x^{(1)}}(k)}{x^{(0)}(k)} \right\} \cdot 100\% \quad (16)$$

3. Literatür

Türkiye'de 5018 sayılı KMYKK 16. maddesi kapsamında “...kalkınma planları, stratejik planlar ve genel ekonomik koşulların gerekleri doğrultusunda makro politikaları, ilkeleri, hedef ve göstergeler niteliğindeki temel ekonomik büyüklükleri, gelecek üç yıla ilişkin toplam gelir ve gider tahminlerini, bütçe dengesi ve borçlanma durumu ile kamu idarelerinin ödenek teklif tavanlarını içeren orta vadeli programın Resmî Gazete’de yayımlanması ile başlar.” hükmü uyarınca OVP’ler ile gelir ve gider tahminleri yapılmaktadır. OVP kapsamında gelir ve gider tahminlerinin tutarlılıklarını inceleyen ilgili literatüre bakıldığında Türkiye özelinde çok popüler olmadığı ulaşılan çalışmalarla anlaşılmaktadır. Bu kapsamda ilgili literatür özelinde farklılaşan ve GM (1,1) modelini kullanan 4 adet çalışma olduğu tespit

edilmiştir. Bu kapsamda ilgili yerli ve yabancı literatür özetine çalışmanın devamında kısaca değinilecektir.

Çalışkan, Ertürk ve Koçak (2020) yapmış oldukları çalışmada Türkiye'nin genel yönetim vergi gelirlerinin 2008 Q1 ve 2020 Q1 çeyreklik verilerini kullanmışlardır. Çalışma ile hem OVP etkinliği ölçülmeye çalışılmış hem de gelecek dönemlere ilişkin vergi gelirlerinin tahminlemesi yapılmıştır. Ünsal, Çalışkan, Koçak ve Ertürk (2020) çalışmalarında 2017-2019 yıllarını kapsayan vergi gelirlerinin etkinliğini ve model tahminlemesini gerçekleştirmişlerdir. Buna göre çalışmada vergi gelirlerinin anlamlı bir şekilde artış gösterdiğini ve simülasyondan elde edilen sapma oranlarının oldukça düşük olduğu tespit etmişlerdir. Sayım ve Ömürbek (2021) yapmış oldukları çalışmalarında 2019-2023 dönemine ilişkin bir büyükşehir belediyesinin gelir tahminlemesini yapmışlardır. Buna göre "*Vergi Gelirleri, Teşebbüs ve Mülkiyet Gelirleri, Alınan Bağış ve Yardımlar, Diğer Gelirler, Sermaye Gelirleri, Alacaklardan Tahsilatlar, Ret ve İadeler ve Gelir Toplamı*"ndan oluşan gelirlerden "*Vergi Gelirleri, Teşebbüs ve Mülkiyet Gelirleri, Alınan Bağış ve Yardımlar, Diğer Gelirler ve Toplam Gelirler*" 'in 2019-2023 dönemi için artış gösterdiğini buna ek olarak "*Sermaye Gelirleri*" sınıfında söz konusu dönemde bir azalış eğilimi gösterdiği görülmektedir. Akçakaya (2021) İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin 2021-2024 yılları arasındaki OVP verilerini kullanarak çok yıllık bütçeleme çerçevesinde gider bütçesinin Gri Teori ile tahminlemesini yapmıştır. Buna göre çalışmada sapma oranlarının %1,88 olduğunu tespit etmiştir. Ek olarak OVP kapsamında yapılan tahminlerin %12 oranında olduğunu bunun oldukça iyi bir sonuç olduğunu tespit etmiştir. Buna söz konusu yıl aralığında gider bütçelerinin sürekli olarak bir artış trendinde olduğunu tespit etmiştir. Akyüz ve Bilgil (2022) Türkiye'nin eğitim harcamaları üzerine Standart ve Üstel Gri Tahmin Modellerinin uygulanması incelenmiştir. Gri Sistem Teorisi kullanılarak Türkiye'nin eğitim harcamaları tahmin edilmiş ve gerçek ve tahmin edilen değerler karşılaştırılmıştır. Yapılan analiz sonucunda hata payının %10'un altında olduğu tespit edilmiş ve 2030 yılına kadar olan harcama projeksiyonları çıkartılmıştır.

Li ve Wei (2010) Çin'in Henan Eyaleti'nde bilim ve teknoloji harcamalarının tahmin edilmesinde Gri Tahmin Teorisi'nin uygulanmasını ele almaktadır. Çalışma sonucunda yapılan analizlerin tutarlılığı %90 ile oldukça yüksek çıktığı tespit edilmiştir. Tang ve Yin (2012) yapmış oldukları çalışmada eğitim harcamalarının tahminlenmesinde gri teorisinin performanslarını ölçmeye çalışmışlardır. Çalışma ile standart GM (1,1) modeli ile yuvarlanan GM (1,1) modeli arasında performans farklılıkları olduğunu tespit etmiştir. Buna göre elde edilen sonuçlar yuvarlanan modelin eğitim harcamalarını daha iyi tahmin ettiğini göstermektedir. Tang ve Chou (2016) Çin'deki eğitime katılım ve harcama boyutunu GM (1,1) yöntemi ile inceleyen yazarlar yapmış oldukları tahminlerde eğitime katılımın harcamayla doğru orantılı olarak artış göstereceğini bulmuşlardır. Primandari (2017) Endonezya gelir vergisi tahmininde Gri Üstel Düzleştirme yönteminin kullanımını tartışmaktadır. Gri Üstel Düzleştirme yönteminin Endonezya gelir vergisi tahmininde diğer yöntemlere göre daha doğru sonuçlar verdiğini göstermektedir. Bu sonuç, yöntemin vergi yönetiminde daha iyi kararlar alınmasına yardımcı olabileceğini göstermektedir. Song ve Chen (2019) Macau'daki kumar endüstrisinin kamu finansı üzerindeki etkisini analiz eden kapsamlı bir çalışmadır. Çalışmada, lineer regresyon modeli, gri ekonometrik hibrit model ve ARIMA modeli gibi farklı modeller kullanılarak gelecekteki trendler ve büyüme tahmin edilmiştir. Yapılan tahminler sonucunda kumar endüstrisindeki büyümenin kamu finansmanı için önemli bir artışa neden olduğunu göstermektedir. Wu, Ma, Zhang, Wang ve Wu (2019) Çin'deki sağlık harcamalarının yıllara göre nasıl gerçekleşeceğini yazarlar FAGM (1, 1, t^a) modeli ile tahminlemiştir. Yapılan devlet tahminleri ile karşılaştırıldığında çok daha tutarlı sonuçlar ortaya koyan bulgulara ulaşmışlardır. Luo (2023) Çin'deki tıbbi ve sağlık harcamalarının mevcut durumunu analiz ediyor ve GM (1,1) gri tahmin modelini kullanarak hastane sağlık harcamalarının gelecekteki gelişme trendini tahmin etmektedir. Çalışma ile yüksek doğrulukta tahminlerin yapıldığı ve geleceğe yönelik önemli bir projeksiyon sunulduğu tespit edilmiştir. Bir diğer çalışma ise Yu, Yang, Zhang ve Jiao (2015) tarafından yapılmıştır. Veri dönüşümlü GM (1,1) ve hata düzeltme tahminlerini kullanarak Çin'in vergi gelirlerini 1980-2012 yılları arasındaki verileri kullanarak gerçekleştirmişlerdir. Çalışma ile vergi gelirlerinin tahminlerinin doğruluğunu arttırmaya ve ekonomik konjonktür devrelerinde yaşanan daralmalarda doğruluğun artmasının makro düzeyde önemli bir adım olacağını ifade etmişlerdir. Fu ve Ye (2019) Chongqing'da kapsamlı mülk vergisinin yerel mali gelir üzerindeki etkisini ölçmek için gri sistem modeli, regresyon modeli ve diğer yöntemleri kullanarak örnek almaktadır. Ayrıca bölgesel pilotların kapsamlı mülk vergisi toplama üzerindeki etkisini değerlendirmektedir. Yapılan analizler sonucunda yerel mali gelirlerde mülke

gelirlerinin olumlu bir etki yaptığı tespit edilmiştir. Ma, Shi, Li ve Liu (2019) Çin'deki 2011-2016 yılları arasında toplanan vergi gelirleri ile gelecek yıllara ilişkin gelirleri tahmin etmeye çalışmışlardır. GM (1,1) ve BP sinir ağları kullanarak yapmış oldukları yöntemde vergi politikasına ve reformist hareketlere göre tahminlerin farklılık gösterdiğini tespit etmişlerdir. Zhang ve Chen (2021) çalışmalarında Gri-Markov zincir modelinin, vergi tahmininde kullanılan geleneksel yöntemlerin aksine, birden çok faktörü dikkate alarak daha doğru tahminler yapabileceğini belirtmektedir. Geleneksel Gri Tahmin modellerini Gri-Markov yöntemiyle karşılaştırılan çalışmada elde edilen sonuçlar Gri-Markov sonuçlarının daha tutarlı olduğu yönündedir.

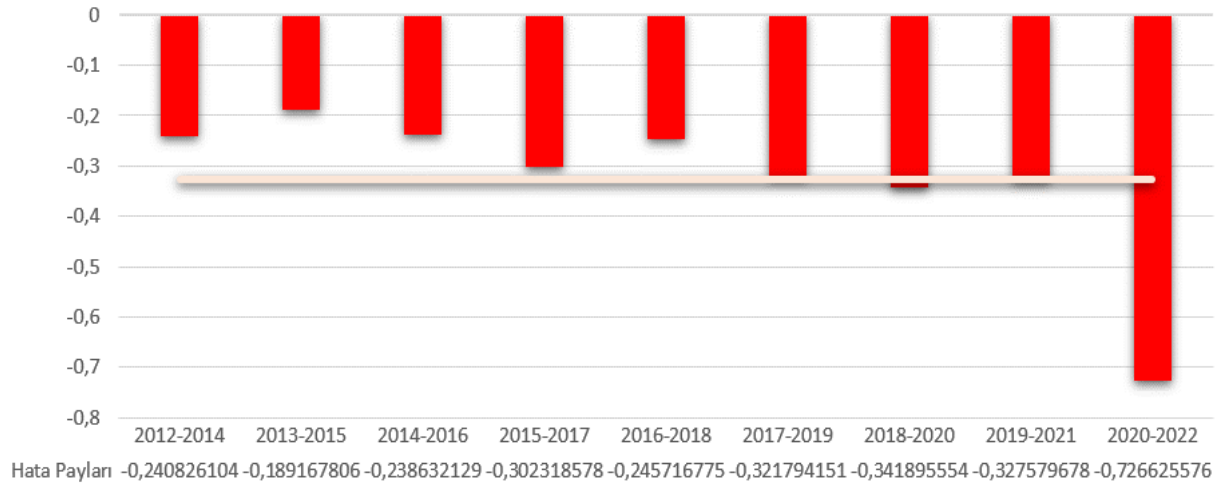
4. Analizden Elde Edilen Bulgular

Çalışmanın bu kısmında çok yıllık bütçeleme kapsamında OVP bütçe tahminleri ve gerçekleşen değerler arasındaki 3'er yıllık hata payları, harcama ve gelir tahminlerinin yapılabilmesi ve geleceğe yönelik gelir ve harcama projeksiyonunun ortaya çıkarılması için GM (1,1) modeli uyarınca gerçekleştirilen analiz aşamaları ve son olarak Minitab-19 paket programı üzerinde gerçekleştirilen trend analizi sonuçları yer almaktadır. Bunun yanında verilerin analiz edilerek istenilen sonuca ulaşılması için belirlenen araştırma soruları aşağıda yer almaktadır. Buna göre sorular;

- OVP'de yer alan gelir tahminleri tutarlı mıdır?
- OVP'de yer alan gider tahminleri tutarlı mıdır?
- GM (1,1) modelinden elde edilen tahmin sonuçları ve OVP'de yer alan tahmin sonuçları arasında anlamlı bir farklılık mevcut mudur?

2012-2021 yıllarını kapsayan OVP bütçe harcama ve gelir tahminleri ve gerçekleşen değerlerle ortaya çıkan sonuçlardaki tutarlığın saptanabilmesi için yapılabilmesi için aşağıda yer alan formül kullanılmıştır. Buna göre x_{t_g} OVP'ler yer alan harcama ve gelir tahminlerini ve $x_{t_{e_n}}$ gerçekleşen harcama ve gelir verilerini göstermektedir (Yavuz, 2022, s. 114).

$$(x_{t_g} - x_{t_{e_n}})/x_{t_{e_n}} \quad (17)$$

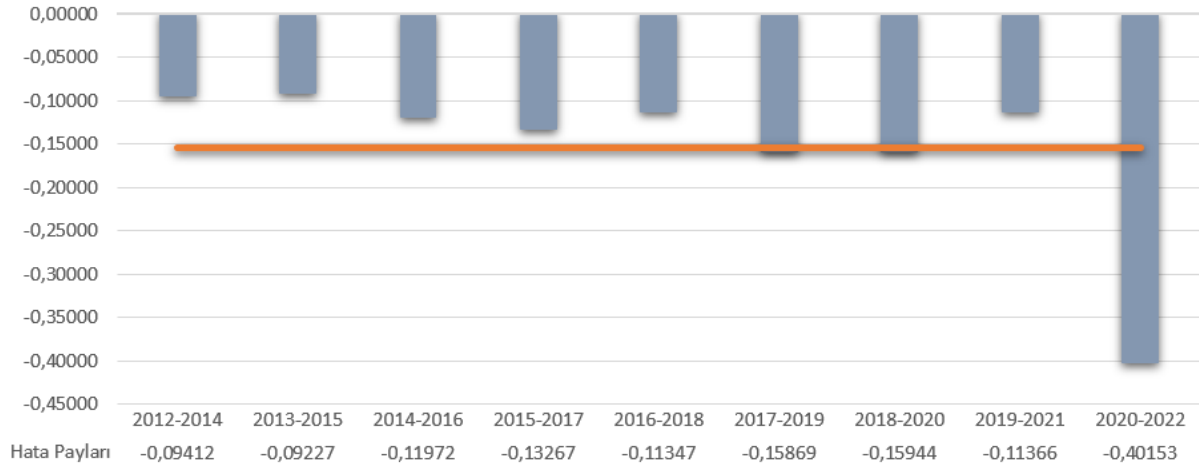


Şekil 1: OVP Harcama Tahminlerindeki Hata Payları¹

OVP'lerde yer alan harcama tahminleri ve gerçekleşen değerler karşılaştırıldığında Şekil 1'den de anlaşılacağı üzere analize konu 2012-2022 yılları arasında tahminleme hesaplamalarında önemli bir tutarsızlık olduğu görülebilmektedir. Şekil 1'e bakıldığında analize konu yıllar arasında hata paylarının en düşük olduğu 3 yıllık dönemin %18 ile 2013-2015 yılları olduğu buna ek olarak en yüksek 3 yıllık dönemin ise %72 ile 2020-2022 yılları olduğu görülebilmektedir. Ek olarak OVP'lerden elde edilen

¹ 2022 yılı verileri Kasım ayı gerçekleşmelerine kadar olan kısmı hesaplama dahil edilmiştir.

harcamaların hata paylarının 3 yıllık dönemlerde ortalama her dönem başına %32 sapma gerçekleştiği tespit edilen bir diğer husustur.



Şekil 2: OVP Gelir Tahminlerindeki Hata Payları²

Şekil 2’de OVP’lerde yer alan bütçe gelir tahminlerinin hata payları yer almaktadır. Buna göre çok yıllık bütçeleme kapsamında 3’er yıllık dönemler esas alındığında her bir dönem için ortalama %15 yıllık sapma gerçekleştiği tespit edilmiştir. Aynı zaman 3’er yıllık OVP tahminlerinde en düşük sapmanın olduğu dönemin %9 ile 2013-2015 yılları olduğu tespit edilmiştir. Ek olarak en yüksek dönemin ise %72 ile 2020-2022 dönemi olduğu tespit edilmiştir. OVP’de yer alan bütçe harcama tahminlerindeki tutarsızlığın gelir kanadında da yaşandığı ancak harcamaya göre nispeten sapmanın daha düşük bir oranda gerçekleştiği gözlemlenebilmektedir. Çalışma ile söz konusu yüksek olan hata paylarının GM (1,1) modeli ile minimize edilmesi ve daha doğru sonuçlar elde edilerek gelecekte harcama ve gelir projeksiyonlarının daha sağlam temellere tutunması amaçlanmaktadır.

Analizin bu kısmında söz konusu analize yönelik uygulama örnekleri gösterilmektedir. Aşama aşama gösterilen uygulama örneklerinde Hazine ve Maliye Bakanlığı’nın gerçekleşen bütçe harcama ve gelir verileri kullanılmaktadır.

4.1. Gelir Tahminleri

Birinci adım olarak harcama verilerinin negatif olmayan ham verileri ile $X^{(0)}$ dizini oluşturulmaktadır. Buna göre elde edilen $X^{(0)}$ dizini aşağı yer almaktadır.

Tablo 1

Yıllar itibariyle gelirlere ilişkin $x^{(0)}$ dizini ham verileri

2012	2013	2014	2015	2016
529.329.102	612.713.155	679.132.919	787.103.508	894.721.869
2017	2018	2019	2020	2021
1.023.175.021	1.232.312.994	1.424.816.971	1.632.502.814	2.234.449.842

Çalışmanın ikinci aşamasında $X^{(0)}$ dizinindeki verilerin kümülatif toplamları verecek şekilde toplayıp birikim üretim işlemi $X^{(1)}$ dizini elde edilmektedir. Buna göre Tablo 2’de kümülatif birikim işlemi neticesinde ortaya çıkan yıllara ait veriler yer almaktadır.

² 2022 yılı verileri Kasım ayı gerçekleşmelerine kadar olan kısmı hesaplamaya dahil edilmiştir.

Tablo 2

Yıllar itibariyle gelirlere ilişkin $x^{(1)}$ dizini kümülatif toplamları

2012	2013	2014	2015	2016
529.329.102	1.142.042.257	1.821.175.176	2.608.278.684	3.503.000.553
2017	2018	2019	2020	2021
4.526.175.574	5.758.488.568	7.183.305.539	8.815.808.353	11.050.258.195

Çalışmanın üçüncü aşaması olarak $X^{(1)}$ dizininden birikim üretim işlemi neticesinde elde edilen veriler kullanılarak oluşturulan $Z^{(1)}$ dizini ve $z^{(1)}(k)$ ardışık ortalama dizini elde edilmektedir. Yıllar itibariyle oluşan $z^{(1)}(k)$ dizini Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3

Yıllar itibariyle gelirlere ilişkin $z^{(1)}(k)$ dizini ardışık ortalamaları

2012	2013	2014	2015	2016
529.329.102	835.685.679,5	1.481.608.716,5	2.214.726.930,0	3.055.639.618,5
2017	2018	2019	2020	2021
4.014.588.063,5	5.142.332.071,0	6.470.897.053,5	7.999.556.946,0	9.933.033.274,0

Çalışmanın dördüncü aşaması olarak \hat{a} vektörü ve bu vektörün hesaplanmasında kullanılan $([BTB]^{-1}B^TY)$ denklemi hesaplaması gösterilmektedir. Buna göre Tablo 4'te \hat{a} vektörü hesaplamasına ilişkin sonuçlar gösterilmektedir.

Tablo 4

 \hat{a} vektörü hesaplama sonuçları

B	Y	\hat{a}
-835.685.680	612.713.155	$\begin{bmatrix} -0,16837 \\ 399.218.613,71008 \end{bmatrix}$
-1.481.608.717	679.132.919	
-2.214.726.930	787.103.508	
-3.055.639.619	894.721.869	
-4.014.588.064	1.023.175.021	
-5.142.332.071	1.232.312.994	
-6.470.897.054	1.424.816.971	
-7.999.556.946	1.632.502.814	
-9.933.033.274	2.234.449.842	

Çalışmanın beşinci aşamasından yukarıda elde edilen parametreler doğrultusunda metodoloji kısmında yer alan denklem 8 ve 10 kullanılarak modeller oluşturulmuştur. Modele ilişkin veriler aşağıda gösterilmektedir.

$$\text{Denklem (8)} = \frac{dy^{(1)}}{dt} + (-0,16837) * x^{(1)} = 399.218.613,71008$$

$$\text{Denklem (10)} = 2.900.455.823,689 * e^{0,16837k} + (-2.371.126.721,689)$$

Çalışmanın altıncı aşamasında denklem (10)'dan elde edilen verilere ters birikim üretme işlemi uygulanmaktadır. Uygulama sonucunda denklem (13)'te elde edilmektedir. Yapılan bu işlem ise elde edilen denklem değeri ve yine bu denklem sonuçları kullanılarak elde edilen tahmin değerler aşağıda yer almaktadır. Tablo 5'te 2022-2025 yılları arasındaki tahmin değerleri yer almaktadır.

$$\text{Denklem (13)} = 2.900.455.823,689 * e^{0,16837k} * 0,15496$$

Tablo 5

Denklem 13 neticesinde elde edilen gelir tahmin sonuçları

2022	2023	2024	2025
2.420.369.906,8	2.864.194.079	3.389.402.462,5	4.010.918.511,7

Analiz kapsamında ortaya çıkan tahmin sonuçlarına göre 2022 yılı için 2,4 milyar lira, 2023 yılı için 2,8 milyar lira, 2024 yılı için 3,3 milyar lira ve 2025 yılı için 4,01 milyar lira olarak hesaplanmıştır.

Hesaplanan tahmini değerlerin doğruluklarının belirlenmesi analiz sonuçlarının daha tutarlı sonuçlar verdiğini göstermesi açısından önem arz etmektedir. Bu kapsamda analizde yarı-düzensizlik (p) değeri ve yarı-üssellik (σ) değeri ve MAPE değerlerinin hesaplanması yapılmaktadır. Hesaplanması yapılan söz konusu değerlere ilişkin sonuçlar aşağıda gösterilmektedir. Buna göre yarı-düzensizlik değeri olan $p(7)$ ve $p(8)$ değerleri sırasıyla 0,27226 ve 0,24743 olarak hesaplanmıştır. Yarı-üssellik değerler olan $\sigma(7)$ ve $\sigma(8)$ değerler sırasıyla 1,27226 ve 1,24743 olarak hesaplanmıştır. Yarı-düzensizlik verilerinin örneklem büyüklüğü 3'te büyük olan seriler için $[0;0,5]$ arasında olması gerekmektedir. Yarı-üssellik değerinin yine yarı-düzensizlik değeri gibi örneklem büyüklüğü 3'ten büyük olan seriler için $[1; 1.5]$ aralığında olması beklenmektedir (Şimşek ve Özkan Tükel, 2022, s. 180). Bu bilgiler ışığında hesaplanan p ve σ değerlerinin belirtilen aralıkta olduğu tespit edilmiştir³. MAPE değerler açısından bakıldığında bütçe harcama tahminlerinin tutarlılığında normal testlerde %10'a kadar anlamlı olarak kabul edilen MAPE testleri sonucu %4,63 ile oldukça güvenilir çıkmıştır.

4.2. Harcama Tahminleri

Birinci adım olarak harcama verilerinin negatif olmayan ham verileri ile $X^{(0)}$ dizini oluşturulmaktadır. Buna göre elde edilen $X^{(0)}$ dizini aşağı yer almaktadır.

Tablo 6

Yıllar itibariyle gelirlere ilişkin $x^{(0)}$ dizini ham verileri

2012	2013	2014	2015	2016
550.393.642	637.021.133	701.867.302	801.531.824	940.468.895
2017	2018	2019	2020	2021
1.085.492.937	1.327.133.421	1.560.855.041	1.835.395.037	2.430.807.848

Çalışmanın ikinci aşamasında $X^{(0)}$ dizinindeki verilerin kümülatif toplamları verecek şekilde toplayıp birikim üretim işlemi $X^{(1)}$ dizini elde edilmektedir. Buna göre Tablo 7'de kümülatif birikim işlemi neticesinde ortaya çıkan yıllara ait veriler yer almaktadır.

Tablo 7

Yıllar itibariyle harcamalara ilişkin $x^{(1)}$ dizini kümülatif toplamları

2012	2013	2014	2015	2016
550.393.642	1.187.414.775	1.889.282.077	2.690.813.901	3.631.282.796
2017	2018	2019	2020	2021
4.716.775.733	6.043.909.154	7.604.764.195	7.604.764.195	11.870.967.080

Çalışmanın üçüncü aşaması olarak $X^{(1)}$ dizininden birikim üretim işlemi neticesinde elde edilen veriler kullanılarak oluşturulan $Z^{(1)}$ dizini ve $z^{(1)}(k)$ ardışık ortalama dizini elde edilmektedir. Yıllar itibariyle oluşan $z^{(1)}(k)$ dizini Tablo 8'de yer almaktadır.

³ Hesaplanan değer aralıkları ($0 < p(7)$ ve $p(8) < 0.5$), ($1 < \sigma^{(1)}(7)$ ve $\sigma^{(1)}(8) < 1.5$).

Tablo 8

Yıllar itibariyle harcamalara ilişkin $z^{(1)}(k)$ dizini ardışık ortalamaları

2012	2013	2014	2015	2016
550.393.642	868.904.208,5	1.538.348.426,0	2.290.047.989,0	3.161.048.348,5
2017	2018	2019	2020	2021
4.174.029.264,5	5.380.342.443,5	6.824.336.674,5	8.522.461.713,5	10.655.563.156,0

Çalışmanın dördüncü aşaması olarak \hat{a} vektörü ve bu vektörün hesaplanmasında kullanılan ($[BTB]^{-1}B^TY$) denklemi hesaplaması gösterilmektedir. Buna göre Tablo 9'da \hat{a} vektörü hesaplamasına ilişkin sonuçlar gösterilmektedir.

Tablo 9

 \hat{a} vektörü hesaplama sonuçları

B	Y	\hat{a}
-868.904.209	637.021.133	
-1.538.348.426	701.867.302	
-2.290.047.989	801.531.824	
-3.161.048.349	940.468.895	
-4.174.029.265	1.085.492.937	[-0,17831 397.686.643,23828]
-5.380.342.444	1.327.133.421	
-6.824.336.675	1.560.855.041	
-8.522.461.714	1.835.395.037	
-10.655.563.156	2.430.807.848	

Çalışmanın beşinci aşamasından yukarıda elde edilen parametreler doğrultusunda metodoloji kısmında yer alan denklem 8 ve 10 kullanılarak modeller oluşturulmuştur. Modele ilişkin veriler aşağıda gösterilmektedir.

$$\text{Denklem (8)} = \frac{dy^{(1)}}{dt} + (-0,17831) * x^{(1)} = 397.686.643,23828$$

$$\text{Denklem (10)} = 2.780.689.516,197 * e^{0,17831k} + (-2.230.295.874,197)$$

Çalışmanın altıncı aşamasında denklem (10)'dan elde edilen verilere ters birikim üretme işlemi uygulanmaktadır. Uygulama sonucunda denklem (13)'te elde edilmektedir. Yapılan bu işlem işe elde edilen denklem değeri ve yine bu denklem sonuçları kullanılarak elde edilen tahmin değerler aşağıda yer almaktadır. Tablo 10'da 2022-2025 yılları arasındaki tahmin değerleri yer almaktadır.

$$\text{Denklem (13)} = 112.780.689.516,197 * e^{0,17831k} * 0,16332$$

Tablo 10

Denklem 13 neticesinde elde edilen harcama tahmin sonuçları

2022	2023	2024	2025
2.701.356.911,19200	3.228.654.109,12926	3.858.878.222,72158	4.612.120.293,62006

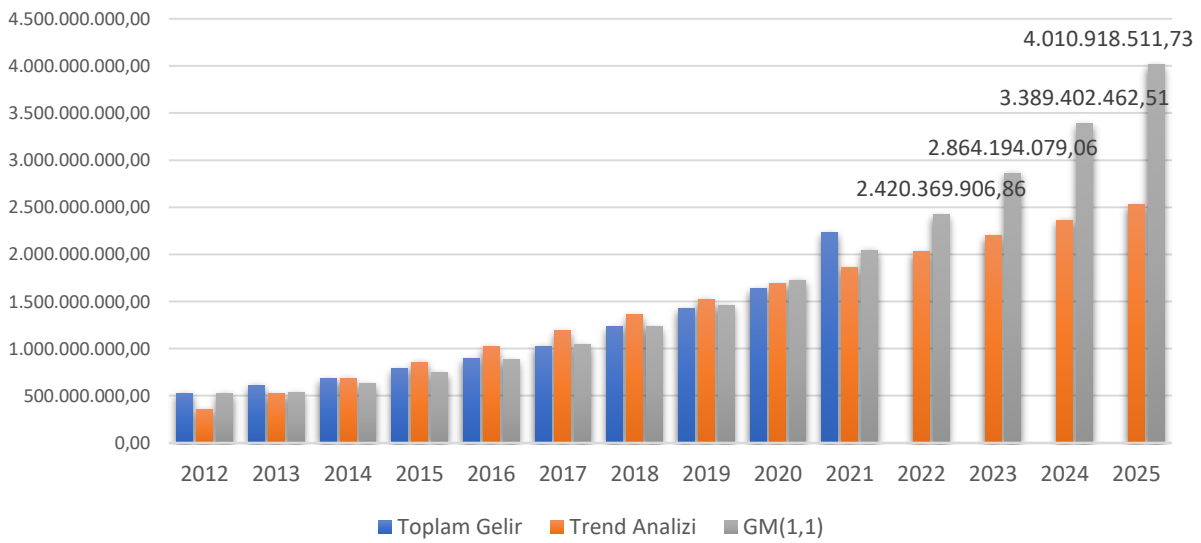
Analiz kapsamında ortaya çıkan tahmin sonuçlarına göre 2022 yılı için 2,7 trilyon lira, 2023 yılı için 3,2 trilyon lira, 2024 yılı için 3,8 trilyon lira ve 2025 yılı için 4,6 trilyon lira olarak hesaplanmıştır.

Hesaplanan tahmini değerlerin doğruluklarının belirlenmesi analiz sonuçlarının daha tutarlı sonuçlar verdiğini göstermesi açısından önem arz etmektedir. Bu kapsamda analizde yarı-düzensizlik (p) değeri ve yarı-üssellik (σ) değeri ve MAPE değerlerinin hesaplaması yapılmaktadır. Hesaplaması yapılan söz konusu değerlere ilişkin sonuçlar aşağıda gösterilmektedir. Buna göre yarı-düzensizlik değeri olan $p(7)$ ve $p(8)$ değerleri sırasıyla 0,28136 ve 0,25825 olarak hesaplanmıştır. Yarı-üssellik değerleri olan $\sigma(7)$ ve $\sigma(8)$ değerleri sırasıyla 1,28136 ve 1,25825 olarak hesaplanmıştır. Yarı-düzensizlik

verilerinin örneklem büyüklüğü 3'te büyük olan seriler için $[0;0,5]$ arasında olması gerekmektedir. Yarı-üssellik değerinin yine yarı-düzgünlük değeri gibi örneklem büyüklüğü 3'ten büyük olan seriler için $[1; 1.5]$ aralığında olması beklenmektedir (Şimşek ve Özkan Tükel, 2022, s. 180). Bu bilgiler ışığında hesaplanan p ve σ değerlerinin belirtilen aralıkta olduğu tespit edilmiştir⁴. MAPE değerler açısından bakıldığında bütçe harcama tahminlerinin tutarlılığında normal testlerde %10'a kadar anlamlı olarak kabul edilen MAPE testleri sonucu %4,08 ile oldukça güvenilir çıkmıştır.

4.3. Trend Analizleri

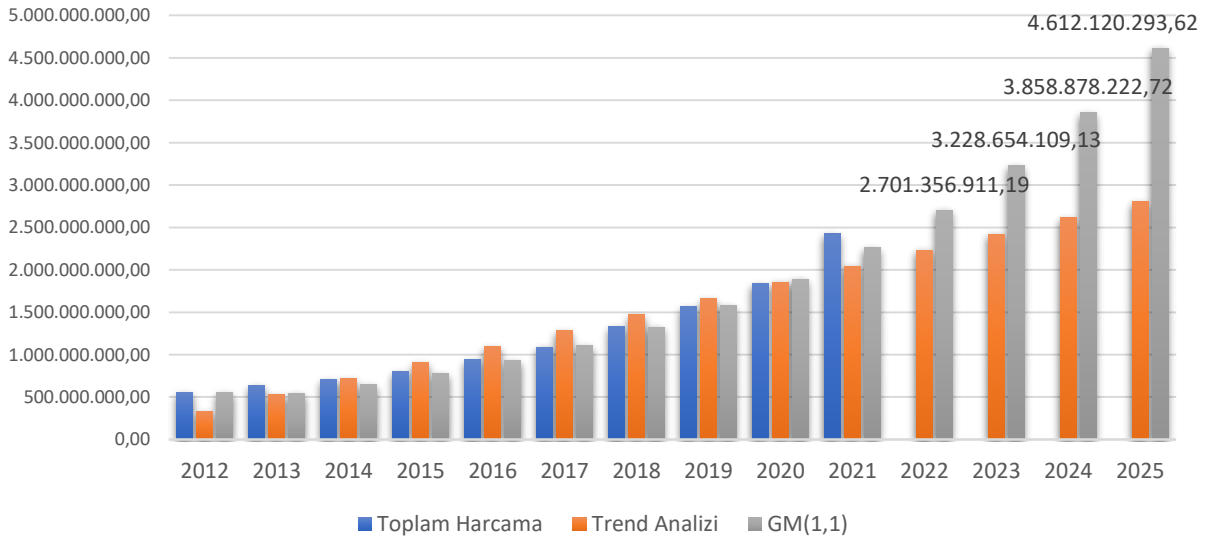
Doğrusal trend analizleri yıllar itibariyle tahminler yapmaya yarayan ekonometrik bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Trend analizi ile mevcut yıl aralığında gerçekleşen bütçe değerlerinin tahminlerle karşılaştırılması yapılabilmektedir. Bu kapsamda bütçenin gerçekleşen ve tahminlenen değerlerinin tutarlılıkları tespit edilebilmektedir. Buna göre Şekil 3'te analize konu 2012-2025 yıllarını kapsayan bütçe toplam gelir tahminlerine ilişkin gerçek ve tahmini değerler karşılaştırılmaktadır. Şekil 4'te ise bütçe toplam harcama tahminlerine ilişkin gerçek ve tahmini değerler yer almaktadır.



Şekil 3: Gelir Tahminlerine İlişkin Gerçek ve Tahmini Değerler

Şekil 3'te 2012-2025 yıllarını kapsayan bütçe gelirlerine ilişkin gerçek ve tahmini değerler yer almaktadır. Buna göre mavi renkte görünen değerler bütçe toplam gelirlerini, turuncu renkte görünen değerler trend analizi sonuçlarını ve gri renkte görünen değerler ise GM (1,1) modeli kapsamında elde edilen tahmin sonuçları yer almaktadır. Buna göre yıllar içerisinde toplam gelirlerde gerçek, trend ve GM (1,1) model sonuçlarının sürekli olarak bir artış eğiliminde olduğu söylenebilmektedir. Bakıldığında trend analizleri ve gerçekleşen değerler arasında yüksek bir sapma görünmezken 2021 yılından itibaren sapmanın büyüğü gözlemlenebilmektedir. GM (1,1) modelinden elde edilen sonuçlara bakıldığında ise yine 2021 yılından itibaren büyük bir kopuş yaşanmaktadır.

⁴ Hesaplanan değer aralıkları ($0 < p(7)$ ve $p(8) < 0.5$), ($1 < \sigma^{(1)}(7)$ ve $\sigma^{(1)}(8) < 1.5$).



Şekil 4: Harcama Tahminlerine İlişkin Gerçek ve Tahmini Değerler

Şekil 4'e göre mavi renkli gösterge toplam harcamaları, turuncu trend analizi sonuçlarını ve gri renkli gösterge ise GM (1,1) modelinden alınan tahmin sonuçlarını göstermektedir. Yıllar itibariyle gelir kısmında olduğu gibi harcama kısmında da sürekli olarak bir artış olduğu görülebilmektedir. Ek olarak sonuçlar arasındaki tutarlılık 2021 yılı itibariyle kopmanın başladığı görülebilmektedir. Bu sonuçlar ışığında trend analizi ve GM (1,1) modelinden alınan sonuçlar özellikle 2021 itibariyle oldukça fazla artmıştır.

Yapılan GM (1,1) uygulaması sonucunda tahminlerin doğruluk ölçümlerini yapan MAPE değerlerine göre gelir tahminlerinde %4,63, harcamada ise %4,08 hata payı ile tahminleme yapılmıştır. Söz konusu MAPE değerlerini OVP sapmaları açısından OVP tahminleri ile kıyaslandığında oldukça düşük olduğu görülebilmektedir. 2022-2025 yılı için yapılan tahminlere bakıldığında gelir kanadında 2022 yılı için 2,4 trilyon, 2023 için 2,8 trilyon, 2024 için 3,3 ve 2025 yılı için 4,01 trilyon ve harcama kanadında 2022 için 2,7 trilyon, 2023 için, 3,2, 2024 için 3,8 ve 2025 yılı için 4,6 trilyon liralık tahminler yapılmıştır. 2022 yılı Kasım ayı itibariyle gerçekleşen bütçe gelirlerinin 2,54 ve bütçe giderleri için 2,56 trilyon lira olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda da aylık ortalama olarak gelir ve gider kalemlerinde artış miktarının ortalama 233 milyar TL olduğu aylık bütçe gerçekleştirmelerinden tespit edilebilmektedir. 2022 yılı Kasım ayı itibariyle yapılan tahmine ortalama tutar eklendiğinde yapılan tahminlerde sapma çok az olduğu tespit edilmiştir.

5. Sonuç

Dünyada ekonomik konjonktürde özellikle II. Dünya savaşından sonra yaşanan gelişmeler peşi sıra meydana gelen "Büyük Enflasyon"⁵ sonrasında oldukça yoğun kullanılmaya başlayan neo-liberal politikalar kamu maliyesini de içine alan belirli değişim ve dönüşümü beraberinde getirmiştir. 1990'lı yıllardan itibaren küreselleşmenin ve neo-liberal politikaların etkisiyle devletlerin ekonomideki rol model teşkil eden paternalist yaklaşımlarının yerini daha liberal ve piyasa işlerliğini öncüllendiren gelişmeler almıştır. Paternalist yaklaşımdan neo-liberal bir ekonomik yaklaşıma geçiş ile bütçe politikalarında da değişim söz konusu olmuştur. Özellikle Türkiye açısından bakıldığında performansı ve çok yıllık bütçelemeyi öncüllendiren atılımlar gerçekleştirilmiştir. 5018 sayılı KMYKK'da bu gelişmelerden bir tanesidir. KMYKK'nın Türk bütçe sistemi açısından getirmiş olduğu en önemli yenilikler performansa dayalı ve geniş bir perspektiften gelir gider tahminlerinin yapılabilmesini sağlayan çok yıllık bütçelemeye geçiş olmuştur. Bu çalışmanın amacı da söz konusu yeniliklerin getirmiş olduğu çok yıllık bütçeleme uygulamalarının performanslarını ve etkinliğini ölçmek ve geleceğe yönelik

⁵ Detaylı bilgi için bkz. Snowdon ve Vane (2017, s. 193).

Yeni tahmin projeksiyonlarının sunmaktır. Bu amaçla etkinliğin ölçülebilmesi için 2012-2021 yıllarını kapsayan toplam kamu gelirleri ve giderleri kullanılmıştır.

Yapılan analizlerden elde edilen bulgulara bakıldığında öncelikle OVP'ler de yer alan 3'er yıllık tahminlere bakmak gerekmektedir. Bu nokta esasen çalışmanın ana odak noktasını oluşturmaktadır. Zira yapılan gelir gider tahminlerine bakıldığında OVP'de yapılan tahminlerden oldukça büyük sapmalar gerçekleştiğini ve gerçekleşen değerler arasında büyük farkların ortaya çıktığını Şekil 1 ve Şekil 2'den anlaşılmaktadır. Şekil 1'de dönemler itibariyle sapmalara bakıldığında 2012-2014 yılları arasındaki sapmanın %9, 2013-2015 %9, 2014-2016 %11, 2015-2017 yıllarında %13, 2016-2018 %11, 2017-2019 ve 2018-2020 yıllarında %15, 2019-2021 döneminde %11 ve son olarak 2020-2022 döneminde %40'lık bir sapma olduğu tespit edilmiştir. Harcama boyutunda dönemler itibariyle sapmalara bakıldığında 2012-2014 %24, 2013-2015 döneminde %18, 2014-2016 döneminde %23, 2015-2017'de %30, 2016-2018 %24, 2017-2019'da %32, 2018-2020'de %34, 2019-2021'de %32 ve son olarak 2020-2022 döneminde %72'lik bir sapma olduğu tespit edilmiştir. Genel itibariyle gelirlerde ortalama %15'lik bir sapmanın olduğunu giderlerde ortalama %32 ile gelirlerdeki durumun iki katından daha fazla yaşandığı görülebilmektedir. Özellikle 2020-2022 döneminde gelir kanadında %40 ve harcama kanadında ise %72'lik OVP tahminlerinden sapma olduğu görülebilmektedir. Bu noktada global ve yerel çapta gerçekleşen şoklarında etkisinin büyük olduğu görülebilmektedir. Nitekim 2019 yılında ilk olarak Çin'de baş gösteren COVID-19 virüsünün etkilerinin bu tarihten itibaren tüm dünyayı etkisi altına alması özellikle devletlerin bütçelerinde önemli etkiler yaratmıştır. Salgının önlenmesi ve kontrol altına alınabilmesi adına gerçekleştirilen önlemler (tam veya kısmi kapanma, sağlık altyapılarının güçlendirilmesi adına artan harcamalar, sosyal yardımların artırılması vb.) devletlerin bütçelerinde sarsıcı ve hatta yıkıcı etkiler yapmıştır. Esasen çalışmada bu sapmaları düşürerek daha doğru sonuçlar alınmasını ve harcama-gelir projeksiyonlarının tutarlı sonuçlar alınabilmesine yardımcı olmayı amaçlamaktadır.

Yapılan analizler neticesinde elde edilen tahmin sonuçlarına bakıldığında yıllar itibariyle artan bir trend olduğu tespit edilmiştir. Buna ek olarak gelir kanadında yapılan tahminlerde 2022-2025 yılları arasında da artış trendinin devam ettiği görülebilmektedir. 2022 yılı için 2,4 trilyon, 2023 yılı için 2,8 trilyon, 2024 yılı için 3,3 trilyon ve 2025 yılı için 4,01 trilyon TL'lik bir tahminleme yapılmıştır. Söz konusu sonuçların %4,08 doğruluk payı ile tahmin edildiği tespit edilmiştir. Bu sonuçların tutarlılıklarına bakıldığında 2022 kasım itibariyle Hazine ve Maliye Bakanlığı bütçe gerçekleştirmeleri incelemesi yapıldığında gerçekleşen bütçe gelirlerinin 2,5 trilyon TL olduğu görülebilmektedir. Bu gerçekleşen ve tahminler arasında gelir kanadında OVP'lere göre sonuçların daha tutarlı olduğu göstermektedir. Analizin harcama kanadına bakıldığında 2022-2025 yılları arasında artış trendinin tahminler neticesinde devam ettiği tespit edilmektedir. Söz konusu dönem için yapılan tahminlere bakıldığında 2022 yılı için 2,7 trilyon, 2023 yılı için 3,2 trilyon, 2024 yılı için 3,8 trilyon ve 2025 yılı için 4,6 trilyon TL'lik tahmin sonucu %4,08'lik bir doğruluk payı ile elde edilmiştir. 2022 yılı Kasım ayı neticesinde gerçekleşen bütçe harcamalarına bakıldığında 2,56 trilyon liralık bir gerçekleşme olduğu görülebilmektedir. 2022 yılı için aylık ortalama 233 milyar liralık bir artış söz konusu olduğu düşünüldüğünde yapılan 2,7 trilyon liralık tahminin aralık ayı gerçekleşmesiyle paralel olabileceği öngörülmektedir. İlgili yıl aralığında OVP'lerde yapılan ortalama tahminlerin harcama için %32 ve gelir için %15 sapmanın olması kamu maliyesi açısından büyük bir dezavantaj olarak görülmektedir. Yazarlar tarafından yapılan tahminlerde gelir için %4,08 ve harcama için %4,63'lük hata paylarının olması yapılan tahminlerin farklı yöntemler kullanılarak yapılması ve kamu harcama-gelir politikalarının gelecek farklı senaryolara göre revize edilmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Bu kapsamda daha etkin OVP tahminlerinin yapılabilmesi harcama ve gelirlerin gerçekçi sonuçlara daha yakın tahminler verebilmesi açısından GM (1,1) yönteminin kullanım sıklığının artırılması gerekliliği de göz ardı edilmemesi gerekmektedir.

Yazar beyanı**Araştırma ve yayın etiği beyanı**

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

Etik kurul onayı

Bu çalışma için etik kurul onayı gerekmemektedir.

Yazar katkıları

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkıda bulunmuştur.

Çıkar çatışması

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

Destek beyanı

Bu çalışma için herhangi bir destek alınmamıştır.

Kaynakça

- Akçakaya, O. (2021). Büyükşehirlerin Çok Yıllı Gider Bütçelerinin Gir Tahmin Modeli ile Analizi: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Örneğinde Bir Uygulama. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 31(2), 875–885. doi:10.18069/firatsbed.899037
- Aktan, C. C. (2001). *Kamu Ekonomisi ve Kamu Maliyesi*. İzmir: Anadolu Matbaacılık.
- Akyüz, L. ve Bilgil, H. (2022). Application of Standard and Exponential Grey Forecasting Models on Turkey 's Education Expenditures. *New Trends in Mathematical Sciences*, 10(4), 9–19. doi:10.20852/ntmsci.2022.484
- Ataç, B., Coşkun, G. ve Moğol, T. (2004). *Bütçe*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Bal, T. (2016). Performans Esaslı Bütçeleme (PEB) Sistemi ve Sistemin Uygulanabilirliğinin Artırılmasına Yönelik Öneriler. *Sayıştay Dergisi*, 101, 1–30.
- Bodin, J. (1967). *Six Books of the Commonwealth*. (M. J. Tooley, Ed.). London: Oxford University Press.
- Çalışkan, A., Ertürk, Y. ve Koçak, D. (2020). Türkiye’de Vergi Gelirlerini Gri Tahmin Modeli ile Tahmin Edilmesi. *Vergi Sorunları Dergisi*, 43(387), 50–58.
- Candan, E. (2007). *Türk Bütçe Sisteminde Performans Denetimi*. Ankara: Ümit Ofset Matbaacılık. doi:10.1017/CBO9781107415324.004
- Chen, S. W., Li, Z. G. ve Zhou, S. X. (2005). Application of Non-Equal Interval GM(1,1) Model in Oil Monitoring of Internal Combustion Engine. *Journal of Central South University of Technology*, 12(6), 705–708. doi:10.1007/s11771-005-0073-2
- Ergün, T. (2004). *Kamu Yönetimi (Kuram-Siyasi-Uygulama)*. Ankara: TODAİE Yayınları.
- Fu, Y. ve Ye, G. (2019). Prediction of the Impact of Comprehensive Property Tax on Local Fiscal Revenue : Take Chongqing as an Example. *ICEME 2019* içinde (ss. 40–44).
- Haldun, İ. ve Çev. Tekin, A. (2014). *Mukaddime İbn Haldun I. CİLT-II. CİLT* (1. baskı). İstanbul: İlgü Kültür Sanat Yayınları.
- Hazine ve Maliye Bakanlığı. (2022). Kamu Giderleri ve Gelirleri. <https://muhasibat.hmb.gov.tr/> adresinden erişildi.
- Hobbes, T. (1998). *Leviathan*. New York: Oxford University Press.
- Ju-Long, D. (1982). Control Problems of Grey Systems. *Systems and Control Letters*, 1(5), 288–294. doi:10.1016/S0167-6911(82)80025-X
- Ju-Long, D. (1989). Introduction to Grey System. *Journal of Grey System*, 1(1), 1–24.
- Kamu Mali Yönetim ve Kontrol Kanunu (10/12/2003). Resmi Gazete (Sayı: 25326 No:5018). <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=5018&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5>
- Karahanogulları, O. (2015). *Kamu Hizmeti* (3. baskı). Ankara: Turhan Kitapevi.

- Li, W. ve Wei, Y. (2010). Application of Grey Prediction Theory to Forecast Expenditure for Science & Technology: Evidence from Henan Province in China Wuwei. *2010 International Conference on Challenges in Environmental Science and Computer Engineering* içinde (ss. 216–219). IEEE Computer Society. doi:10.1109/CESCE.2010.235
- Liu, S. ve Lin, Y. (2006). *Grey Information: Theory and Practical Applications*. London: Springer-Verlag. doi:10.1108/03684920810851078
- Luo, M. (2023). Prediction of hospital health expenditure based on GM (1,1) grey clustering model. *Proceedings of the 2022 2nd International Conference on Business Administration and Data Science (BADs 2022)* içinde (ss. 1164–1169). Xinjiang: Atlantis Press. doi:10.2991/978-94-6463-102-9_120
- Ma, L., Shi, M., Li, Y. ve Liu, Y. (2019). Prediction of Total Tax Value Based on Grey BP Correction Model. *Journal of Economics, Business and Management*, 7(2), 45–49. doi:10.18178/joebm.2019.7.2.579
- Mogol, T. (2018). Devlet Bütçe Sistemleri. *Devlet Bütçesi* içinde . Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayını, Yayın No: 2608.
- Primandari, A. H. (2017). Grey Exponential Smoothing for Forecasting Indonesian Income Tax. *International Journal of Advances in Soft Computing and its Applications*, 9(1), 88–98.
- Rousseau, J. J. (1995). *Rousseau, J. J.* İstanbul: Say Sayınları.
- Sayım, S. ve Ömürbek, V. (2021). Gri Tahmin GM (1,1) Modeli ile Bir Büyükşehir Belediyesinde Gelir Tahmini. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(3), 1782–1805.
- SBB. (2022a). *Orta Vadeli Program (2023-2025)*. Ankara. <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/09/Orta-Vadeli-Program-2023-2025.pdf> adresinden erişildi.
- SBB. (2022b). *Orta Vadeli Program Tahminleri*. <https://www.sbb.gov.tr/> adresinden erişildi.
- Şimşek, A. (2021). GM(1,1) Modeli ile Konaklama ve Tesis Sayıları Açısından Tahminlenen İllerin Entropi Tabanlı Moora Yöntemine Göre Sıralanması. *Uluslararası İşletme, Ekonomi ve Yönetim Perspektifleri Dergisi*, 5(Prof. Dr. Fikret Otlu Özel Sayısı), 326–360.
- Şimşek, A. ve Ömürbek, N. (2021). GM (1,1) Modeli ve Doğrusal Trend Analizi ile Türkiye'nin Ziyaretçi Sayısı ve Kişi Başı Ortalama Harcama Miktarı Temelinde Turizm Geliri ve Giderinin Tahmini. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 12(2), 303–324.
- Şimşek, A. ve Özkan Tükel, G. (2022). GM (1,1) Modeli ile Türkiye'deki Otoyollar, Devlet ve İl Yolları Üzerinden Yük ve Yolcu Taşımalarının Tahmini. N. Şalvarcı Türel (Ed.), *Bir Başka Yönetim Mümkün Mü?* içinde (ss. 164–201). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sivrekli Demircan, E. (2005). Karşılatırmalı Bir Perspektiften Kamu Mali Yönetiminde Türk Bütçe Sistemine Analitik Bütçe Sistemine Geçiş. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 25, 60–69.
- Snowdon, B. ve Vane, R. H. (2017). *Modern Makroekonominin Temelleri, Temelleri, Gelişimi ve Bugünü*. Ankara: Efil Yayınevi.
- Song, Y. ve Chen, S. (2019). Macau gaming industry scare research - A public finance perspective. *Journal of Social Studies*, 2, 86–90. doi:10.35532/JSSS.V2.016
- Tang, H. W. V. ve Chou, T. chin R. (2016). On the fit and forecasting performance of grey prediction models for projecting educational attainment. *Kybernetes*, 45(9), 1387–1405. doi:10.1108/K-03-2014-0050
- Tang, H. W. V. ve Yin, M. S. (2012). Forecasting performance of grey prediction for education expenditure and school enrollment. *Economics of Education Review*, 31(4), 452–462. doi:10.1016/j.econedurev.2011.12.007
- Teşkilatı Esasiye Kanunu (1924). Türkiye Cumhuriyeti. <https://www.anayasa.gov.tr/tr/mevzuat/onceki-anayasalar/1924-anayasasi/>
- TBMM. Muhasebe-i Umumiye Kanunu (1927). *Resmi Gazete* (606). <https://teftis.ktb.gov.tr/TR-264514/1050-muhasebei-umumiye-kanunu.html>
- Tüngen, K. (2016). *Devlet Bütçesi*. İzmir: Bassaray Matbaası.
- Ünsal, H., Çalışkan, A., Koçak, D. ve Ertürk, Y. (2020). Kamu Mali Yönetimi Kapsamında Çok Değişkenli Gri Tahmin Modeli ile Vergi Gelirleri Tahmini. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 7(Özel Sayı), 1104–1120.

- Wu, W., Ma, X., Zhang, Y., Wang, Y. ve Wu, X. (2019). Analysis of novel FAGM(1,1, α) model to forecast health expenditure of China. *Grey Systems*, 9(2), 232–250. doi:10.1108/GS-11-2018-0053
- Yang, X., Zou, J., Kong, D. ve Jiang, G. (2018). The Analysis of GM (1, 1) Grey Model to Predict the Incidence Trend of Typhoid and Paratyphoid Fevers in Wuhan City, China. *Medicine (United States)*, 97(34), 1–5.
- Yavuz, E., Özgül, H. B. ve Susam, N. (2021). Türk Bütçe Sistemindeki Değişimler ve Performans Esaslı Program Bütçe Sistemine Geçiş. *Maliye Çalışmaları Dergisi*, 65, 115–137. doi:10.26650/mcd2021-889262
- Yavuz, İ. S. (2022). Genel Bütçeli İdarelerin Harcamalarının Tahmini ve Orta Vadeli Mali Planların Performansı. *TNKU FEAS International Symposium on Public Finance TNKÜ* içinde (ss. 113–122). Tekirdağ: Tekirdağ Üniversitesi.
- Yu, Z., Yang, C., Zhang, Z. ve Jiao, J. (2015). Error correction method based on data transformational GM(1,1) and application on tax forecasting. *Applied Soft Computing Journal*, 37, 554–560. doi:10.1016/j.asoc.2015.09.001
- Zhang, H. ve Chen, Y. (2021). Analysis and Application of Grey-Markov Chain Model in Tax Forecasting. *Journal of Mathematics*, 2021, 1–11. doi:10.1155/2021/9918411
- Zhao, Z., Wang, J., Zhao, J. ve Su, Z. (2012). Using a Grey Model Optimized by Differential Evolution Algorithm to Forecast the Per Capita Annual Net Income of Rural Households in China. *Omega*, 40(5), 525–532. doi:10.1016/j.omega.2011.10.003



Sosyal medya pazarlamasının tüketici davranışlarına etkisi ve öğretmenlere yönelik nitel bir araştırma*

Emrah Arslan^{a**}, Behiye Beğendik^b

^aYüksek lisans mezunu, Beykoz Üniversitesi Lisansüstü Programlar Enstitüsü, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bilim Dalı, Beykoz, İstanbul, Türkiye. E-posta: emrah54490@gmail.com. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1998-7031>

^bDr. Öğr. Üyesi, Beykoz Üniversitesi, Sivil Havacılık Yüksek Okulu Havacılık Yönetimi Bölümü, Beykoz, İstanbul, Türkiye. E-posta: behiyebeğendik@beykoz.edu.tr. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7615-2049>

MAKALE BİLGİSİ

Geliş tarihi: 26.04.2022
Kabul tarihi: 06.09.2023
Çevrimiçi kullanım tarihi: 28.10.2023
Makale Türü: Araştırma makalesi

Anahtar Kelimeler:

Sosyal medya, satın alma süreci, dijital pazarlama, tüketici davranışları, internet.

ÖZ

Dijitalleşme sadece iş yapış biçimlerini değiştirmekle kalmamış, insanların yaşam biçimlerine de etki etmiştir. Tüketiciler, sosyal medya uygulamalarında hatırı sayılır bir zaman geçirmektedir. Tüketicinin var olduğu her ortama faaliyetlerini taşımak zorunda olan işletmeler, sosyal medyada aktif olarak yer almaktadır. Bu çalışmada sosyal medyanın tüketici davranışları üzerindeki etkileri araştırmak amacıyla, öğretmenler üzerinde nitel analiz uygulanmıştır. Tüketici davranışlarının hedonik değer ve faydacı değer olarak iki farklı boyuta ayıran çalışmada kullanıcıların sosyal medyaya karşı tutumu ise erişim kolaylığı, kaynak güvenilirliği ve kaynak çekiciliği olarak üç boyutta incelenmiştir. Araştırma sonuçları, öğretmenlerin sosyal medya araçları ve tüketim alışkanlıklarında çoğunlukla “faydacı değer”i gözetken tüketici davranışını benimsedikleri anlaşılmaktadır. Katılımcılar açısından kaynağın güvenilirlik seviyesi arttıkça kaynak çekiciliğinin de aynı oranda arttığı sonucuna ulaşılmaktadır. Bağımlılık ve sadakat kavramları incelendiğinde ise sadakat kavramının kaynak güvenliği ve kaynak erişim kolaylığı ile bağlantılı olduğu görülmektedir. Tüketicilerin ilgili sosyal medya kaynağına güven duydukça ve sosyal medya kanalına yönelik erişim kolaylığı arttıkça, tüketim sürecinde sadakat gösterdikleri görülmüştür.

The effect of social media marketing on consumer behavior and qualitative research for teachers

ARTICLE INFO

Received: 26.04.2022
Accepted: 06.09.2023
Available online: 28.10.2023
Article type: Research article

ABSTRACT

Digitalization has not only changed the way of doing business but has also affected people's lifestyles. Consumers spend a considerable amount of time on social media applications. Businesses, which have to carry their activities to every environment where the consumer exists, are actively involved in e social media. In this study, qualitative analysis

* Bu çalışmada, Eylül 2022'de Beykoz Üniversitesi Lisansüstü Programlar Enstitüsü, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bilim Dalında hazırlana Yüksek Lisans tezinden türetilmiştir.

** Sorumlu yazar

Doi: <https://doi.org/10.30855/gjeb.2023.9.3.007>

Keywords:

Social media,
purchasing process,
digital marketing,
consumer behavior,
internet.

was applied on teachers to investigate the effects of social media on consumer behavior. In the study, which divides consumer behavior into two different dimensions as hedonic value and utilitarian value, users' attitudes towards social media were examined in three dimensions as ease of access, resource reliability and resource attractiveness. The results of the research show that teachers mostly adopt consumer behavior that considers "utilitarian value" in social media tools and consumption habits. It is concluded that as the reliability level of the source increases for the participants, the attractiveness of the source increases at the same rate. When the concepts of dependency and loyalty are analyzed, it is seen that the concept of loyalty is related to resource security and ease of access. It has been observed that consumers show loyalty in the consumption process as they trust the relevant social media source and as the ease of access to the social media channel increases.

1. Giriş

Günümüzde internetin hızla gelişmesi ve bununla birlikte dünya genelinde ticaretin dijital platformlara geçmesi, pazarlamaya yeni alanlar kazandırmıştır. İletişim araçları içerisinde hızla gelişen sosyal medya, kullanıcılarının günden güne artış göstermesiyle, ticaretin yoğun yaşandığı ve rekabetin etkili olduğu bir pazar haline dönüşmektedir. Sosyal medyanın işletmeler için en önemli faydası, mal ve hizmet tanıtımında sesli ve görsel paylaşım imkânı sunmasıdır. Bu nedenle sosyal medya, işletmelerin müşteriler ile zaman sınırlaması olmadan ve hızlı bir şekilde iletişim kurmasını sağlayan, stratejik bir pazarlama aracı olmuştur.

Çalışmada, sosyal medya platformlarında tüketici davranışlarını etkileyen faktörler ve bu faktörlerin tüketici tavırlarında meydana getirdiği değişiklikler belirlenmektedir. Araştırma ile tüketicilerin satın alma sürecinde hangi sosyal medya iletişim aracını tercih ettikleri tespit edilmektedir. Çalışmada tüketicilerin satın alma sürecinde hangi aşamaları takip ettiği işlenmiştir. Bu araştırma, tüketicilerin sosyal medya araçlarını kullanması sonucunda elde ettikleri bilgi birikimi ve tecrübenin satın alma davranışlarına nasıl yansıdığını ve satın alma sonucunda elde ettikleri faydayı verilerle ortaya koymaktadır.

Çalışmada sosyal medya araçlarının kullanımı ile tüketici davranışları arasındaki bağlantının ortaya konulması amacıyla nitel analiz yöntemi uygulanarak ilk önce çalışmanın amacı, yöntemi ve kapsamı belirtilmiştir. Çalışmanın devamında ise nitel analiz yönteminin aşamalarından ve verilerin toplanma sürecinden söz edilerek nitel analizler gerçekleştirilmiş ve yorumlanmıştır.

2. Sosyal medya kavramı

Sosyal medya, insanların internet ağı vasıtasıyla yazılı veya görsel temalı paylaşım yapmalarına olanak sağlayan bir iletişim aracıdır. Sosyal medya, zaman ve mekân sınırlaması olmadan düşüncelerin aktarılmasına olanak sağlamış ve insanların toplumsal yaşantılarında önemli bir iletişim aracı olmuştur (Çalışkan ve Mencik 2015, s. 255). İnternet ağının hızlı bir şekilde gelişmesi, bilgi akışının anlık dolaşımı, zaman ve mekân sınırlamasının ortadan kalkması, insanlar arasında etkileşimi de beraberinde getirmektedir. Sosyal medya, günümüz dünya düzeninde insanların fikirlerini özgürce söyleyebildiği sanal bir dünya şekline dönüşmüştür.

Web 2.0 olarak da tanımlanan sosyal medya, internet kullanıcılarına büyük olanaklar sağlamasıyla insanların her hangi bir deneyime, bilgi birikimine veya teknik yardıma ihtiyaç duymadan bile düşüncelerini kolaylıkla paylaşmasına olanak sağlamaktadır (Akıncı Vural ve Okmeydan 2016, s. 69). Böylelikle sosyal medya kullanıcıları herhangi bir eğitime tabi tutulmaksızın sosyal medya iletişim araçlarını kullanma ve yönetme yeteneğine sahip olmaktadır. Bu da sosyal medya platformlarında kullanıcıların sürekli artmasına zemin hazırlamaktadır.

3. Tüketici davranışlarına etki eden sosyal medya araçları

Günümüzde yaygın bir şekilde kullanılan ve tüketici davranışlarında oldukça etkili olan sosyal medya platformları; You Tube, Facebook, Instagram ve Twitter siteleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya iletişimde kullanılan sitelerin en büyük avantajı, mekân sınırlamasını ortadan kaldırarak zaman tasarrufu sağlaması ve buna bağlı olarak iletişimin hızlı bir şekilde gerçekleştirilmesidir (Akıncı Vural ve Okmeydan 2016, s. 66). Bu avantajlardan dolayı sosyal medya siteleri iletişim kurma bakımından tüketiciler tarafından etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Sosyal medya sitelerinin, tüketiciler tarafından yoğun olarak kullanılması, tüketicilerin satın alma sürecinde yönlendirici ve belirleyici bir etki göstermektedir.

3.1. Facebook

Facebook, diğer iletişim sitelerine göre erişim kolaylığı olan ve insanlar tarafından yoğun bir şekilde ilgi gören sosyal bir platformdur. Kullanıcısına ait kişisel bilgi girişi ile kişiye özel hesap oluşturularak kullanılan sosyal medya sitesidir. Facebook sağladığı bu kolaylıklarla kullanıcıları hakkında büyük bir bilgi kaynağını elinde bulundurmaktadır. Kullanıcılar, Facebook üzerinden başkalarıyla ilgili bilgi ve gelişmeleri takip etmektedirler. Yapılan paylaşımlarla ilgili yorum ve beğenide bulunularak kullanıcılar arasında karşılıklı iletişim ve etkileşim kurulmaktadır. Büyük oranda kullanıcı kitlesi elde eden Facebook, dünyada genelinde de yoğun bir şekilde kullanılan sosyal bir platform haline gelmiştir (Ergen 2018, s. 59). Böylelikle büyük kitleleri etkileyen ve bir araya getiren sosyal bir platform haline gelmiştir.

Tüketicilerin sosyal bir iletişim aracı olarak tercih ettikleri Facebook'un kullanımı günden güne artmaktadır (Çetinkaya Bozkurt ve Söyleyici 2017, s. 42). Tüketicilerin satın alma davranışından sonra ürün ve hizmetlere yönelik sosyal medya siteleri üzerinden yaptıkları yorumlar büyük öneme sahiptir (Eş ve Terzioğlu 2020, s. 118). İşletmeler açısından bakıldığında sosyal medya siteleri müşteri potansiyeli açısından büyük fırsatlar sunmaktadır. Bu da sosyal medya sitelerinin en önemli tercih sebeplerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

3.2. Instagram

Instagram, hizmetleri karşılığında kullanıcılarından bedel talep etmeden sesli ve görsel paylaşım yapma olanağı veren sosyal medya platformudur. Instagram kullanıcıları kaynak güvenilirliği açısından Instagram'dan tatmin olmaktadır. Bu özellikleri sayesinde kullanıcılar tarafından çok fazla tercih edilmektedir. Bu sayede Instagram, hem insanlar arasında hem de işletmeler ve insanlar arasında iletişimin kurulmasında önemli rol oynamaktadır. Instagram, tüketiciler tarafından düşünce ve önerilerin dile getirildiği bir medya aracı haline gelmiştir (Aksoğan ve Türel 2021, s. 368). Instagram, diğer sosyal medya sitelerine benzer bir şekilde, işletmeler ve tüketiciler arasında mesaj alışverişinin kurularak etkileşime girmelerine ortam hazırlamaktadır (Akıncı Vural ve Okmeydan 2016, s. 79).

3.3. Twitter

Twitter, insanların kişisel sosyal medya hesapları üzerinden sınırlı karakter ile mesajlarını paylaştıkları sosyal bir iletişim aracıdır. Twitter, insanlara dünya genelinde duyusal ve görsel paylaşım imkânı sunarak toplumlar arasında etkileşimi sağlamaktadır (Arslan ve Yavuz 2021, s. 154).

Tüketicilerin, istek ve ihtiyaçlarına buldukları yerden bağımsız olarak anında ulaşabilmeleri adına tercih ettikleri sosyal medya kanallarından biri de Twitter'dır. (Söylemez ve Duygun 2020, s. 57). Twitter üzerinden işletmelerin ürün ve hizmetlerini paylaştığı ve tüketicilerinde paylaşılan ürün ve hizmetler hakkında yorum yaptığı sosyal bir platform haline gelmiştir.

3.4. You Tube

You Tube, internet ağı üzerinden kullanıcılarına sesli ve görsel video paylaşım imkânı sunması ve kaynak çekiciliği bakımından zengin bir içeriğe sahip olması nedeniyle insanlar tarafından yoğun bir şekilde kullanılan sosyal medya paylaşım sitesi olmuştur. Kullanıcıların kendilerine özel kanal açabilmesi ve açılan kanallara insanların ücretsiz bir şekilde üye olabilmesi sebebiyle, You Tube, toplum tarafında büyük ilgi görmektedir (Arslan ve Yavuz 2021, s.155).

You Tube, tüketicilere satın alma sürecinde bilgilendirme amacıyla görsel ve işitsel iletişim hizmetleri sunmaktadır (Arslan ve Yavuz 2021, s. 155). You Tube, tüketicilerin satın alma davranışlarında ve karar alma süreçlerinde oldukça etkili bir role sahiptir (Alkara 2021, s. 421). Bu etkisine bağlı olarak, fazla sayıda tüketiciye hızlı ulaşım imkânı sağlaması You Tube'un işletmeler tarafından da tercih edilmesine neden olmaktadır.

4. Tüketici kavramı

Tüketici, ihtiyaç duyulan ürün veya hizmeti elde etmeye yönelik eylemini bir ücret karşılığında satın alma niyeti ile ortaya koyan kişidir. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunu (TKHK) belirtilen ifadeye göre tüketici; “ticari veya mesleki olmayan gayelerle hareket eden gerçek veya tüzel kişi” olarak belirtilmiştir. Tüketici, ihtiyaç duyulan ürün veya hizmeti herhangi bir ticari gayesi olmadan kendisi için veya ailesi için elde eden kişidir (Arslan ve Yavuz 2021, s.156).

5. Tüketici davranışı

Tüketici davranışı, ekonomiye yön veren ve satın alma süreciyle devam eden bir davranıştır. Tüketici davranışı, insanların ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla, ihtiyaç duyduğu ürün ve hizmeti elde etmek için gerçekleştirdiği tutum ve davranışların bütünüdür. Tüketici, sosyal medya ve çevre koşullarından etkilenerek farklı tutum ve davranışlar sergilemektedir (Arslan ve Yavuz 2021, s. 156). Bu tutum ve davranış farklılıkları, işletmeler açısından tüketicilerin ihtiyaç ve beklentilerine cevap verme noktasında zorlu bir üretim sürecini de meydana getirmektedir. Çünkü tüketicilerin davranışlarını ve beklentilerini kestirmek oldukça zor bir süreçtir.

Tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla sergilediği davranışlarda sosyal medya ve dış çevrenin etkileri görülmektedir. Bu noktada işletmelerin tüketici davranışlarına yönelik bir analiz yapması gerekir. İşletmeler, tüketicilerin dikkatini ve ilgisini çekecek, aynı zamanda alım gücüne hitap edecek şekilde ürün ve hizmet geliştirerek tüketici davranışlarını etkilemelidir.

6. Tüketici davranışlarına etki eden faktörler

Tüketici davranışları insanların ihtiyaçları doğrultusunda ortaya çıkmaktadır. Tüketici davranışlarını etkileyen başlıca faktörler; ekonomik faktörler, psikolojik faktörler, sosyal faktörler ve kültürel faktörler olmak üzere dört ana başlık altında toplanmaktadır. Sıralanan bu faktörler tüketici davranışlarının ortaya çıkması bakımından temel değerleri ifade etmektedir.

6.1. Ekonomik faktörler

Tüketicilerin satın alma davranışını etkileyen en önemli etken ekonomik faktördür. Ekonomik imkânlar nedeniyle tüketiciler ihtiyaç duydukları ürünlere fiyatları üzerinden yönelirler. Bir başka deyişle, tüketiciler sınırlı gelirleri nedeniyle, ihtiyaçlarını karşılarken seçici olmaktadır. İnsanlar sahip oldukları gelir seviyelerine göre ihtiyaçlarını karşılama noktasında elde edecekleri faydayı ön planda tutmaktadırlar (Gedik 2020, s. 27). Böylelikle insanlar elinde bulundurdukları ekonomik imkânları çerçevesinde satın alacakları ürünlerden maksimum fayda elde etmek isterler. Bu nedenle, satın alınacak ürünlerde düşük fiyat ile birlikte yüksek fayda beklentisi taşırlar. Bu beklenti, tüketicilerde genel olarak var olan bir anlayıştır.

6.2. Sosyal faktörler

Sosyal toplum, insanların bir araya gelmesiyle meydana gelen ve insanların yaşamlarını sürdürdüğü toplumsal bir yapıdır. Sosyal toplumun insanlar üzerinde davranışsal ve yaşam tarzı bakımından önemli bir etkisi vardır. Bu nedenle, insanlar içinde yaşadığı toplumun davranış biçimlerini benimsemektedirler.

Tüketicilerin içinde yaşadığı ve etkisi altında kaldığı sosyal çevre aynı zamanda davranışlarına da yansımaktadır. Tüketicilerin satın alma davranışlarında; sosyal sınıf, aile, kültür ve statüler gibi faktörler etkili olmaktadır (Çetinkaya Bozkurt ve Söyleyici 2017, s. 42). İnsanların içinde yaşadığı toplumda var olan bu değerler aynı zamanda insanların satın alma davranışlarını yönlendirmektedir. İnsanların satın almaya yönelik davranışlarında ailesi dışında içinde yaşadığı toplumun doğrudan veya dolaylı bir şekilde etkileri görülmektedir. Örneğin alışveriş yapacağı mahalle bakkalı, mahalle kasabı veya mahalle

manavı gibi yerler yerine alışveriş merkezlerine gidebilir. Burada sosyal statünün ve sosyal sınıfın tüketiciyi alışveriş merkezlerine yönlendirmede etkisi görülmektedir. Bu nedenle, insanların içinde yaşadığı sosyal çevrenin etkileri baskın bir şekilde görülmektedir.

6.3. Kültürel faktör

Kültür, toplumları birbirinden ayıran ve aynı zamanda toplumlar arası farklılıkları ortaya koyan yaşayış ve davranış biçimidir. Tüketicilerin yaşayış ve davranışlarında etkili olan kültür, toplumlarda var olan ve tüketici davranışları üzerinde oldukça etkili olan; inanç, gelenek-görenek ve değerler bütünüdür (Kanbir ve Saydan 2007, s. 78). Bu nedenle insanlar içinde yaşadığı toplumların temel değerlerini yansıtmaktadır. Bu temel değerler toplumlara ait bir özellik taşıması sebebiyle tüketici davranışlarında belirleyici bir etken olmaktadır. Toplumların kültürel yönden kendilerine özgün davranış biçimleri ve değerlerinin varlığı, pazarlama açısından tüketicilerin davranışları hakkında bizlere bilgi vermektedir (Topoğlu ve Gökdeniz 2019, s. 63). Bu bakımdan toplumların kültürel değerleri pazarlama açısından önemli bir etkidir.

İşletmeler, hedefledikleri pazara yönelik ürün ve hizmet üretiminde toplumların kültürel yapılarını göz önünde bulundurarak stratejik bir planlama yapmalıdır. Bu nedenle işletmeler, ürün ve hizmet faaliyetlerini yürütürken toplumların kültürel ve davranış farklılıklarını gözetererek faaliyetlerini yürütmelidir. Böyle bir stratejinin pazarlama açısından oldukça önemli bir etken olduğu ve işletmeleri girilen pazarda başarıya ulaştırdığı yapılan değerlendirmelerle anlaşılmaktadır.

6.4. Psikolojik faktör

Psikoloji, insanı duygu ve düşünce yönünden etkileyen ve davranışlarına yansıtan bir öğrenme yöntemidir. İnsan, bütün ihtiyaçlarını öğrenme yoluyla elde etmektedir (Gedik 2020, s. 34). Psikoloji, herhangi bir olay veya durum karşısında insanın ruh halini belirtir. Bu durum ve olay tüketici davranışlarında da belirgin bir şekilde görülmektedir.

Tüketicinin içinde bulunduğu psikolojik durum, tüketicinin tutum ve davranışlarıyla beraber satın alma niyetine de etki etmektedir (Çetinkaya Bozkurt ve Söyleyici 2017, s. 46). Tüketici satın alma davranışını gerçekleştirirken içinde bulunduğu ruh halinin etkileri davranışlarına yansımaktadır. Tüketicilerin arzu ve istekleri satın alma sürecinde belirleyici bir etkiye sahiptir. Tüketici sahip olduğu arzu ve istekleri sebebiyle satın alınacak ürünler üzerinde tatmin olacağını düşünmesiyle satın alma eylemini gerçekleştirmektedir.

7. Sosyal medyanın tüketici davranışlarına etkisi

Günümüzde bilişim sistemleri ve teknoloji hızlı bir şekilde gelişmektedir. Bu gelişmeye bağlı olarak, internet kullanımı da artmaktadır. İnternet ağının hızlı gelişmesiyle sosyal medya kullanım oranları da artmaktadır. İnsanların sosyal medyaya karşı ilgisi kimi kişiler için bağımlılık boyutuna ulaşmaktadır (Duygun 2018, s. 1357).

Teknolojinin hızlı gelişimi pazarlamada yeni alanların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bunlarla bağlantılı olarak pazarlama iletişiminde yeni yöntemler meydana gelmiştir (Eş ve Terzioğlu, 2020, s. 114). Sosyal medya, kullanıcılarının edindikleri deneyimleri görsel veya işitsel videolar kullanarak paylaşım yapmasına fırsat sunmaktadır (Özçifçi 2020, s. 206). Bu da insanlar arsında etkileşimler oluşturarak, ticari faaliyetlerin oluşumuna zemin hazırlamaktadır.

İşletmelerin pazarlama faaliyetlerinde sosyal medya iletişim araçlarının kullanılması, işletmelerin satış miktarlarını artırma yönünde etki etmektedir (Alkara 2021, s. 420). Sosyal medya, işletmeler açısından pazarlama faaliyetlerinin artmasına, tüketiciler açısından da satın almanın artmasına ortam hazırlamaktadır. Sosyal medyayı etkili bir şekilde kullanan tüketiciler, satın alma davranışlarında alışılmışın dışında farklı bir pazarlama anlayışıyla birlikte dijital pazarlamayı tercih etmektedirler (Seçer ve Boğa, 2017, s. 317). Sosyal medyanın, insanların hayatında etkili oluşu ve tüketicilerin bundan önemli ölçüde etkilenmesi işletmeler için önem taşımaktadır (Yanar ve Yılmaz 2017, s. 31). Sosyal medya, işletmelerin ürün ve hizmetlerini tüketicilerin belleğinde değerli kılmak ve tüketicileri satın alma sürecinde ikna etme konusunda önemli bir araçtır (Şahin vd. 2017, s. 69). Sosyal medya platformları, işletmelerin ürün ve hizmetleri ile yer aldığı, tüketicilerin de satın alma davranışında bulunduğu bir

pazar haline gelmektedir. Tüketiciler sosyal medya aracılığıyla mal ve hizmetler ile ilgili bilgi edinerek satın alınacak ürün ve hizmetler hakkında yapılan yorumlar sonucu satın alma davranışı sergilemektedir (Sarıtaş ve Karagöz 2017, s. 17).

8. Tüketici davranışlarını etkileyen unsurlar

Tüketicilerin satın alma davranışlarını etkileyen ve kişiler arasında değişkenlik gösteren değerler, satın alma sürecinde önemli bir etkiye sahiptir. Tüketici davranışlarının nelerden etkilendiği yönelik yapılan araştırmalarda hedonik ve faydacı tüketim ile karşılaşılmaktadır. Hedonik tüketim, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamaktan ziyade tüketim eyleminden haz duymak amacıyla gerçekleştirilmektedir. Faydacı tüketim davranışında, tüketicilerin ihtiyaç duyulan ürün ve hizmete yönelik alışverişin etkinliği, ürünün faydalı olmasına ve ihtiyacı gidermeye uygun olmasına bağlıdır (Babin vd. 1994, s. 646). Faydacı tüketimin temel amacı tüketiciye somut bir fayda sunmasıdır (Şengün ve Karahan 2013, s. 15).

Tüketicilerin satın alma davranışları, hislerin ve değerlerin etkisi sonucunda ortaya çıkmaktadır (Doğrul 2012, s. 326). Tüketici davranışları üzerine yapılan literatür araştırmalarına bağlı olarak, tüketicilerin tüketim davranışlarının bu iki değer üzerinden gerçekleştiği görülmektedir. Faydacı değer ve hedonik değer, karşıt bakış açılarına sahip değerlerdir. Faydacı değer, tüketicilerin beklentilerine yönelik ihtiyaçların tatmini olarak ortaya çıkmaktadır. Hedonik değer ise duyuların tatmini ve haz alma ile alakalıdır. Tüketicilerin beklenti ve maddi tutum gibi davranışları faydacı değer, tüketimden haz almak ise hedonik değer olarak tanımlanabilir (Adomaviciute 2013, s. 758).

Sosyal medya iletişim araçlarının tüketici davranışlarına etkisinde, kaynak erişim kolaylığı, kaynak çekiciliği ve kaynak güvenilirliği gibi faktörler karşımıza çıkmaktadır. Kaynak güvenilirliği, kaynağa yönelik algılanan inanılabilirlik seviyesidir (Friedman vd.1976, s. 23). Kaynak çekiciliği ile kişinin kaynağı kendisine yakın hissetmesi ve akılda kalıcı olma konularıyla ilgilidir (Amos vd. 2008, s. 424). Erişim kolaylığı ise tüketicilerin ulaşmak istediği nesneye kolay ve hızlı bir şekilde ulaşabilmesini ifade etmektedir (Zang, 2014).

8.1. Tüketimde hedonik ve faydacı değer

Tüketim, bir taraftan tüketiciye fayda sağlarken başka bir taraftan da hedonik değeri olan davranış modelidir. Bu açıdan tüketiciler, ürün ve hizmetlere yönelik bu iki temel nedenler üzerinden satın alma davranışında bulunurlar. Duygusal ifade eden hedonik değer duygusal beklentilerden kaynaklanır. Faydacı değer ise araçsal yani, insanın ürün ve hizmetlerden elde ettiği “faydacı” beklentilerden kaynaklanır (Batra ve Ahtola 1990, s. 163). Birbirine negatif yönde ilişkili olan bu iki davranışın, tüketicilerin satın alma sürecinde ortaya koydukları davranışlar üzerinde etkili olduğu görülmektedir. Tüketiciler, ürün ve hizmetlere yönelik haz alma isteği oluşturarak hedonik değere ulaşmaktadırlar (Okado 2005, s. 50). Bu sebeple ürün ve hizmetler tüketiciye belli bir duygu kazandırmasıyla hedonik tüketim anlam kazanabilir.

8.2. Hedonizm (hazcılık)

Hedonizm, kişinin duyumsal zevkleri ya da psikolojik açıdan zevk arama isteğini ön planda tuttuğu davranış biçimidir. Felsefi açıdan hedonizm, hayatın amacına yönelik hazzı konu alan felsefe sistemini veya hazzı ileri seviyede düşkünlüğü anlatmaktadır. İnsanların her şeyden haz almak istemesi ve hazzı yaşamın önemli bir parçası olarak görmesi sonucu olarak metallerden edinilecek hazları ileri sürmektedir.

Geleneksel olarak bakıldığında, iki tür hedonizmden söz edilmektedir; biri felsefi hedonizm ikincisi de psikolojik hedonizmdir. Felsefi hedonizme bakıldığında haz, her insanın ulaşmak istediği amaçtır. İnsan hayatı boyunca bu amaç için çaba harcar. Psikolojik hedonizmde ise hazzı güdülenme yoluyla açıklamaya çalışılır. İnsan, istekler doğrultusunda hareket eder ve isteklerini elde etmek için mücadele eder. Yani birey, doğası gereği haz duyduğu her şeyi elde etmek için güdülenir.

8.3. Hedonik tüketim

Hedonik tüketim görüşü, ilk olarak Hirschman ve Holbrook tarafından 1982 yılında ele alınmıştır. Hirschman ve Holbrook göre; tüketiciler, elde etmek istediği ürün ve hizmetlerden fayda elde etmek

için alışveriş yapmadıkları tam tersine alışveriş yapmayı haz alma ve bu hazdan tatmin olmak için yapmaktadırlar. Bu bakımdan hedonik tüketicinin sergilediği davranışı ihtiyaçları karşılamaktan ziyade tüketim eyleminden haz duyma maksadıyla gerçekleştirmektedir.

Hedonik tüketim, insanlarda ürün ve hizmet satın alınırken meydana gelen farklı duygusal zevklerin deneyimleri olarak tanımlanır (Gültekin ve Özer 2012, s. 183). Hedonik tüketim, insanın düşleriyle süslediği heyecan verici bir alışverişi, duygusal açıdan ihtiyacı olduğunu hissetmesiyle mümkündür. Heyecan yaşamak, çevresindekileri mutlu etmek ve ruhen rahatlamak gibi nedenler satın alma davranışlarında insanları hedonik tüketime itmektedir (Arnold ve Reynolds 2003, s. 79).

8.4. Faydacı tüketim

Faydacı tüketim, insanların ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik ortaya koyduğu ve yapmak zorunda olduğu bir davranış biçimidir. Ekonomik olarak bir karşılığı olan faydacı tüketim, insanın elde etmek zorunda olduğu ihtiyaçlarına yönelik bir tür eylemde bulunması olarak belirtilmektedir (Tokgöz 2019, s. 102). İhtiyaçların zorunlu olmasındaki husus ise ihtiyaçların bir plan çerçevesinde gerçekleştirilmesidir (Özcan ve Akıncı 2017, s. 148). Bu bakımdan insanın geçmişten gelen bilgi birikimi ve tecrübeleri ihtiyaçları karşılama noktasında oldukça önemlidir.

Faydacı tüketim, satın alma davranışının bir ihtiyaçtan kaynaklandığına işaret etmektedir. Faydacı tüketim çerçevesinde, edinilen faydanın arzu edilen seviyede olup olmadığı ya da satın alma sürecinin faydalı olacak şekilde tamamlanıp tamamlanmadığı önem taşımaktadır (To vd. 2007, ss. 774-787). Başka bir ifadeye göre faydacı tüketim, ihtiyaca bağlı olan ve ekonomik bir karşılığı olan tüketici davranışıdır. Bu nedenle tüketici, uygun fiyatlı ürünler içerisinde kaliteyi de aramaktadır (Basaran ve Buyukyılmaz 2015, s. 16). Faydacı ürünlerin elde edilmesi sonucunda, satın alma süreci faydalı ve doyurucu bir şekilde gerçekleşmektedir. Bu süreçte, tutum ve zihinsel süreçler muhafaza edilir (Yu ve Bastin 2010, s. 114). Bu bakımdan faydacı tüketiciler, hiç olmazsa amaçlarına ulaşmaya yönelik ürün ve hizmetleri ihtiyaç duyulan zamanda ve faydalı bir şekilde elde ederler. Bu sebeple faydacı tüketimi benimseyen insanlar, ihtiyaçlarını elde etmek amacıyla ekonomik bir davranış sergiler (Bei ve Chen 2015, s. 503).

9. Tüketicilerin sosyal medyayı tercih sebepleri

Teknolojideki gelişmeler ve internet ağının kullanımının yaygınlaşması, tüketimde değişime neden olarak hareketli pazar yapısını beraberinde getirmiştir. Teknoloji, tüketicilerin kullandığı iletişim yöntemlerini değiştirmiştir (Karakuş 2022, s. 8). Tüketicilerin bilgiye ulaşımı ve işletmeler ile tüketicilerin karşılıklı iletişim kurmaları kolaylaşmıştır. Böylece taraflar arasında daha etkileşimli bir yapı oluşmaktadır. Tüketicilerin bilgiye ulaşma ve kullanma işlevini de sosyal medya siteleri üzerinden gerçekleştirmesi, sosyal medya sitelerinin tüketiciler tarafından daha yoğun olarak kullanılmasına yol açmaktadır (Oktay vd. 2021, s. 123).

Tüketiciler, geleneksel pazarlama yaklaşımındaki işletmenin ürün hakkında gönderdiği mesajların ötesinde, sosyal medya kanalları sayesinde en basit ihtiyaçlarında bile kullanıcı yorumlarına ulaşabilmektedir. Kendileri gibi diğer tüketicilerin çıkarsız yorumlarını daha gerçekçi kabul ederek seçme imkânına sahip olmuşlardır. Bunun yanı sıra, işletmelerin de sosyal medya reklamları tüketicilerin kararlarında etkili olmaktadır (Torun 2017, s. 958). Tüketiciler sosyal medya üzerinden tüketim davranışları sergilerken kaynak çekiciliği, kaynak güvenilirliği, erişim kolaylığı gibi faktörler etkili olmaktadır.

9.1. Kaynak çekiciliği

Kaynak çekiciliği, tüketiciler tarafından kaynağın ilgi çekici olması, akılda kalıcılığı ve kendisine sağladığı kolaylıklar gibi algılara değinmektedir (Amos vd. 2008, ss. 209-217). Sosyal medyanın tüketicilere yönelik ilgi çekici olması ve tüketicilerin sosyal medyayı kullanma nedenleri, işletmeleri takip etmekle beraber yapılan paylaşımlara beğeniler ve yorumlar eklemek gibi etkileşime olanak sunmasından kaynaklıdır (Karavar 2021, s. 134).

Tüketiciler sosyal medyada yapılan bir paylaşım gördüklerinde ya da bir etkileşim oluştuğunda, ilk önce paylaşımın kaynağına bakmaktadırlar. Bu durum kaynağın çekiciliği açısından algılanan inanırılık

ve güvenilirliğin derecesini yansıtmaktadır. Aksi bir durumda sosyal medyada yapılan bir paylaşım veya yorumun olumsuz sonuçları, insanların daha az etkileşimde bulunmasına ve çekiciliğinin ortadan kalkmasına neden olmaktadır (Boerman 2020, s. 206).

Kaynak çekiciliği, sosyal medyada yer alan paylaşımların görsel hitap bakımından ilgi çekici olması, müşterilerin yapılan paylaşımlara değer vermesi ve aradan geçen zamana rağmen sonradan hatırlanabilmesi ile ilgilidir (Can ve Koz 2018, s. 457). Çekicilik, uyarıcıların etkisiyle bireyin duygusal ve fiziksel karakterlerini hatırlama derecesi (farklı, tanıdık, benzer, faydalı ve memnuniyet duyulan) olarak tanımlanmaktadır.

9.2. Kaynak güvenilirliği

Kaynak güvenilirliği, tüketicilerin ürünlere yönelik duyulan güvenin ne ölçüde algıladığıyla ilişkilidir. Bu nedenle kaynak güvenilirliği, ilgili tarafın işinde uzmanlığına dayanmaktadır (Ohanian, 1990). Güvenilirlik, genel olarak mesajın kaynağına bakılarak belirlenmektedir. Mesajın güvenilir ve alanında uzman kişi veya kuruluşlar tarafından yapılması, geleneksel bir anlayışla elde edilen bilgilerin güvenilirliğini artırmaktadır (Appelma ve Sundar 2015, s. 69).

Kaynak güvenilirliğinin ölçütü, tüketiciler tarafından kaynak üzerinde algılanan dürüstlük ve inanılabilirlik seviyesidir (Friedman vd. 1976, ss. 22-24). Tüketicinin ürün ve hizmetler ile ilgili mesaj kaynağının güvenilirliğini algılama ölçütü açısından bilgilerin uzman kişiler tarafından oluşturulmasıyla kaynak güvenilirliği mümkün olmaktadır (Nan 2013, s. 198). Yani, tüketicinin inanması için mesaj kaynağının inanılır ve güvenilir uzman kişiler tarafından oluşturulmuş olması gerekir. Genel bir değerlendirme yapmak gerekirse, güvenilirliği yüksek olan kaynakların etkinliği, inanılabilirlik ve güvenilirliği düşük olan kaynaklara kıyasla daha fazladır (Tormala ve Petty 2004, s. 435). Bu bakımdan kaynağın güvenilirliğinin yüksek olması, aynı zamanda kullanıcıları pozitif yönde ikna edebilme yeteneğini ifade etmektedir.

Kaynağın güvenilirliği ile meydana gelen satın alma hakkında başka çalışmalar da bulunmaktadır. Bu çalışmalarda elde edilen sonuçlara göre, kaynağın güvenilir olması tüketici üzerinde davranış değişimi oluşmasına neden olmaktadır (Ustaahmetoğlu 2015, s. 398).

9.3. Erişim kolaylığı

Erişim kolaylığı, tüketicilerin ulaşmaya çalıştığı nihai hedefe hızlı bir şekilde sosyal medya kanalları vasıtasıyla ulaşabilmesini ifade etmektedir (Zang, 2014). Erişim kolaylığı, tüketicinin amacına ulaşmak ve istediğini elde etmek için tercih edilen erişim kaynağı üzerinden almak istediği ürüne hızlı bir şekilde, herhangi bir kısıtlama olmadan erişebilmesidir (Kılıç Çakmak vd. 2016, s. 32). Bu açıdan web sitelerinin kullanılabilirliği açısından tüketicilere yönelik açıklayıcı ve anlaşılır ifadeler kullanılması, hedef ürüne erişim kolaylığı bakımından son derece önemlidir (Turan ve Canal 2012, s. 47).

10. Tüketimde değer ve sadakat

Tüketicilerin satın alma sürecinde davranışları üzerinde etkili olan ve yönlendiren ve davranışların bir kalıp içinde değerlendirmeye neden olan etkenlerden biri de değerdir (Öztürk vd. 2014, s. 73). Değer, tüketicilerin tutum ve davranışlarını yönlendirmesinden dolayı tüketicilerin satın alma davranışlarına yönelik karar almada ve günlük faaliyetlerinde etkili olmaktadır (Pitts vd. 1985, s. 267). Tüketiciler açısından değer, satın alma eyleminden nasıl bir fayda elde edebileceğine dair bir değerlendirmedir.

Sadakat duygusu, tüketicinin ürün, diğer hizmetler veya işletmelere yönelik oluşturduğu olumlu düşünceler ile birlikte satın alma davranışı arasındaki bağımlık duygusunu yansıtmaktadır (Jones ve Reynolds 2006, s. 118). İşletmeler bu duygusal harekete yönelik planlama yaparken sadakatin temel değerleri üzerine programlar geliştirmektedir (Sarı ve Göktaş Kulualp 2019, s. 48). Bu nedenle, ürüne yönelik marka sadakati ve müşteri memnuniyeti gelişmekte olan pazarlama alanında en önemli bileşenleri oluşturmaktadır. İşletmelerin müşterilere karşı olan ilgisi ve hizmet kalitesi beklenenden daha çok gösterilmesi durumunda müşteriler, benimsedikleri hizmet kalitesini ve işletmeyi çevresine tavsiye etmektedir.

10.1. Müşteri sadakati

Müşteri sadakati, tüketiciler tarafından işletmeye ya da markaya karşı oluşan bağlılık duygusu olarak tanımlanmaktadır (Oyman 2002, s. 169). Müşteri sadakatini elde etmenin ve bunu devamlı hale getirmenin temel gayesi, işletmenin sürekliliğini devam ettirmesi ve mali yönden büyüme kaydetmesiyle oluşmaktadır. İşletmeler, müşterileri kendileri için uzun süreli bir ilişki içinde olunması gereken yatırım elamanı olarak görmektedir. İşletmelerin bu tavrı müşteriler ve işletmeye büyük bir avantaj sağlamaktadır. İşletmeler bu noktada işletmenin karlılığının sürekliliği için müşterileri bireysel bir eleman görmek yerine, birlikte çalışacağı çalışma ortağı olarak değerlendirmektedir. Buna bağlı olarak, işletmeler müşterilerin her daim yanlarında kalmasını sağlayacak bir anlayış sergilemektedir. Bu nedenle, müşterileri birinci dereceden önemseyen işletmeler müşteri sadakatini sağlayabilmektedir (Hackl ve Westlund 2000, ss. 820-821). Müşteri sadakatini kazanan işletmeler devamlı bir kazancı elde etmeye yönelik önemli bir aşamayı başarıyla gerçekleştirmiş olacaktır.

İşletmeler açısından yeni müşterileri kazanmak, mevcutta bulunan müşterileri bünyesinde tutmaktan daha zahmetli ve masraflı olmaktadır. Buna bağlı olarak, işletmelerin elindeki mevcut sadık müşterilerin varlığını muhafaza etmesi, mali yapılarında olumlu bir etki yaratmaktadır. İşletmeler, müşteri potansiyelini kaybetmenin mali yapılarına olumsuz yönde etkilerinin farkında olmaları durumunda ise, ellerindeki mevcut müşteri potansiyelini kaybetmemeye yönelik stratejik yatırımlara yönelirler. İşletmeler, mevcut müşterileri kaybetmemek adına, onların memnuniyetlerini kazanıp sadık müşteri potansiyelini elinde tutmak için çabalamaktadır. Kısacası sadık müşteriler, rekabet ortamında bile farklı işletmelerin cazip tekliflerine karşı her zaman kendisini bağlı hissettiği işletmeden vazgeçmeyerek, işletmenin sahip olduğu ekonomik yapısına değer katacaktır (Uzunkaya, 2016, s. 59).

11. Sosyal medya ve bağımlılık

Günümüzde teknolojik yapıların hızlı bir şekilde gelişmesi, akıllı telefonlar ve tabletlerin her an insanlarla birlikte olması sonucunda, sosyal medya sitelerinin kullanım oranlarında hızlı bir artış yaşanmaktadır. Sosyal medyada geçirilen süre açısından sosyal medya bağımlılarının varlığından söz edilmektedir. Sosyal medya bağımlılığı hem insanlar üzerinde hem de toplumun büyük bir kesimi üzerinde yaşam tarzının aniden değişmesine sebep olarak, kişisel ve toplumsal problemleri de beraberinde getirmektedir. Önceleri sıradanmış gibi görünen sosyal medya, zaman ilerledikçe ve artan kullanımıyla, bağımlılık gibi olumsuz durumlara yol açmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı, güdülenmeyle birlikte oluşan, kontrol edilemeyen bir bağlılıktır. İleri düzeyde sosyal medya araçlarına bağımlı olmak, yaşam alanlarını da olumsuz bir şekilde etkilemektedir (Andreassen ve Pallesen 2014, s. 4053). İnternete bağlı olarak gelişen sosyal medya bağımlılıklarında genelde sosyal ilişkilerin etkin olduğu ve karşılıklı iletişimin hızlı olarak gerçekleştiği görülmektedir. Sosyal medya bağımlılıklarında, sohbet ve oyun gibi durumlar kişilerin özel ve sosyal hayatlarını olumsuz yönde etkilemektedir. Bağımlılar için, oyunlarda ya da sosyal medya platformlarında daha çok vakit geçirme durumuna bağlı olarak, kullanıcıların günlük hayatlarının büyük bir kısmını sosyal medyaya ayırması ile sonuçlanmaktadır (Whang vd. 2003, s.143).

12. Öğretmenlerin satın alma davranışında sosyal medyanın etkisi

12.1. Araştırmanın konusu

Sosyal medya pazarlaması ile ilgili yapılan araştırmalar, tüketicilerin sosyal medyada sadece belli ürünleri satın almakla ilgilenmediklerini, aynı zamanda diğer tüketici ve uzman kişilerin bilgi ve tecrübeleriyle de ilgilendiklerini göstermektedir. Bu nedenle, ihtiyaç duyulan ürünlerin sosyal medya üzerinden araştırılması ve tüketicilerin sosyal medya üzerinden tüketim yapan topluluklara katılması her geçen gün artmaktadır.

Müşteri tatmininin gün geçtikçe öneminin artması, yöneticilerin sosyal medyaya yönelik pazarlama çalışmalarına daha çok önem vermeleri gerektiğini göstermektedir. İşletmelerin değişen pazarlama yapısı içinde varlıklarını sürdürebilmeleri, sosyal medya araçlarının analizinin etkili ve başarılı bir şekilde yapılmasına bağlıdır. Günümüzde tüketiciler sosyal medya araçlarını ihtiyaçları olan ürünler hakkındaki tartışmalara katılmak ve yapılan yorumları değerlendirmek amacıyla kullanmaktadırlar.

Ayrıca sosyal medya vasıtasıyla tüketiciler ile işletmeler arasındaki etkileşim genişlemiştir (Keskin ve Baş 2015, s. 53). Bu nedenle sosyal medya bağlılığı tüketici davranışlarını doğrudan etkilemektedir. Bu çalışmanın literatürdeki benzer konulu diğer çalışmalardan farkı nitel analiz yöntemi kullanılarak uygulanmış olmasıdır. Bu çalışma sosyal medyanın tüketici davranışlarına yönelik etkisini nitel analiz yöntemi kullanılarak ortaya koymayı amaçlamaktadır.

12.2. Araştırmanın amacı ve önemi

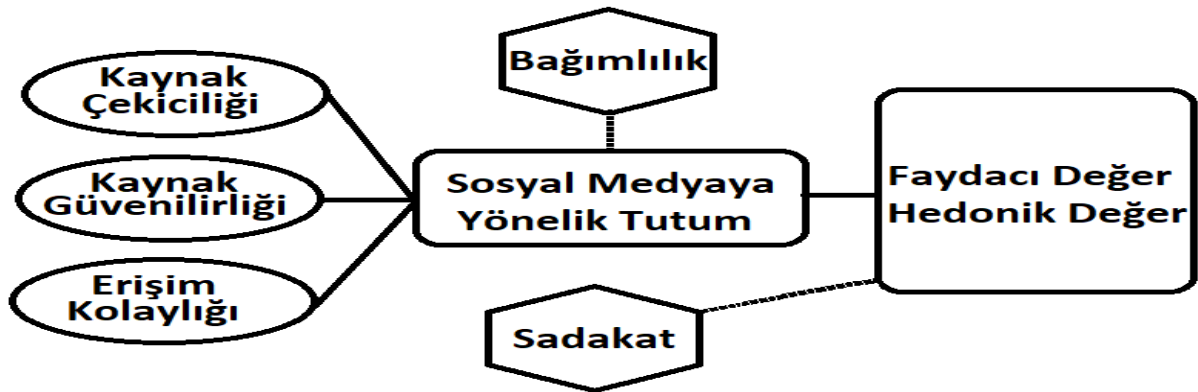
Bu çalışmada sosyal medyanın tüketici davranışları üzerindeki etkileri araştırılmaktadır. Tüketici davranışlarını hedonik değer ve faydacı değer olarak iki farklı boyuta ayıran bu çalışmada kullanıcıların sosyal medyaya karşı tutumu ise erişim kolaylığı, kaynak güvenilirliği ve kaynak çekiciliği olarak üç boyutta incelenmiştir. Literatürde sosyal medya kavramı ve tüketime yönelik çalışmalar yapılmışsa da tüketici davranışlarını hedonik değer ve faydacı değer olarak ayıran bir çalışmayla karşılaşılmamıştır. Ayrıca nitel araştırma yönteminin kullanıldığı bu çalışmada, literatürde çoğunlukla nicel araştırma yöntemleri kullanılarak yapılan çalışmalardan farklı olarak, alan yazınına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

12.3. Araştırmanın kapsamı ve modeli

Tüketici davranışlarının nasıl güdülendiği ve bu davranışların nelerden etkilendiği ile ilgili literatürde çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Günümüz dünyasında sosyal medya kullanımının gün geçtikçe yaygınlaşması ve 2020-2021 yıllarını kapsayan ve küresel olarak meydana gelen pandemi süreci, tüketicilerin çevrimiçi olarak gerçekleştirdikleri alışveriş eylemlerinin artmasıyla sonuçlanmıştır.

Sosyal medyanın tüketici davranışları üzerindeki etkilerinin araştırıldığı bu çalışmada, tüketicilerin davranışları faydacı tüketim ve hedonik tüketim davranışı olarak sınıflandırılmıştır. Hedonizm, insanın tüketim eyleminden haz alması ve duyumsal olarak zevk almanın ön planda olmasıdır. Başka bir ifadeyle hedonizm, psikolojik açıdan haz alma isteğine yönelik sergilenen davranış biçimidir. Bu nedenle, hedonik tüketime yönelik sergilenen davranış, ihtiyaçları karşılamanın aksine söz konusu tüketim davranışından haz almaya yönelik gerçekleştirilmektedir. Tüketim davranışlarından faydacı tüketim davranışı ise yapılacak olan tüketim eylemini bir görev olarak nitelendirmektedir.

Araştırmada, tüketicilerin sosyal medya kullanımlarını etkileyen unsurlar kaynak erişim kolaylığı, kaynak çekiciliği ve kaynak güvenilirliği olarak üç temel gruba ayrılmıştır. Erişim kolaylığı tüketicilerin elde etmek istediği ürüne rahat bir şekilde ulaşabilmesini ifade etmektedir (Zang, 2014). Kaynak çekiciliği kaynağın tüketiciler tarafından akılda kalıcı ve ilgi çekici olması ile açıklanmaktadır (Amos vd. 2008, s. 219). Kaynak güvenilirliği ise tüketicilerin hedef kaynağa karşı duyduğu dürüstlük ve güvenilirlik seviyesidir (Friedman vd. 1976, s. 24). Elde edilen bu ifadeler sonucunda, bu araştırmada kaynak erişim kolaylığı, kaynak çekiciliği ve kaynak güvenilirliği ile birlikte faydacı tüketim ve hedonik tüketim davranışları üzerinde çalışma yapılarak aşağıda belirtilen model doğrultusunda araştırma yapılmıştır.



Şekil 1. Araştırma modeli

Oluşturulan model doğrultusunda aşağıda belirtilen varsayımlar oluşturulmuştur.

- H1: Tüketim markalarına karşı duyulan sadakat kavramı ile faydacı değer kavramı arasında bir bağlantı vardır.
- H2: Tüketici davranışlarından hedonik değeri benimseyen tüketiciler, kaynak çekiciliğini önemsemektedir.
- H3: Tüketici davranışlarından faydacı değeri benimseyen tüketiciler, erişim kolaylığını önemsemektedir.
- H4: Tüketici davranışlarından faydacı değeri benimseyen tüketiciler ise kaynak güvenilirliğini önemsemektedirler.

Çalışma şartları bakımından zaman ve kaynak kısıtlarından dolayı Muş ilinde fakat değişik okullarda görev alan öğretmenler bu çalışma evrenini oluşturmaktadır. Bu çalışma evreni içerisinde 5 öğretmen ile görüşülerek örneklem belirlenmiştir. Örnek olay çalışması yönünden 3-12 kişi arasında yüz yüze görüşme gerçekleştirilmesi yeterli olarak kabul edilmektedir (Yin, 2003). Bu çalışmanın sosyal medyanın tüketici davranışları üzerindeki etkisine yönelik daha önce gerçekleştirilen çalışmaların aksine, konuya hedonik ve faydacı tüketici davranışları üzerinden yaklaşması bakımından literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

12.4. Araştırmanın sınırlılıkları

Yapılan bütün akademik çalışmalar belirli kurallar ve sınırlar içerisinde anlam kazanmaktadır. Bu çalışmanın gerçekleştirilmesi sırasında da karşılaşılan bazı kısıtlar çalışmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır. Bu sınırlılıkları literatür yönünden, analiz açısından ve örnek olay seçimi yönünden sınırlılıklar olmak üzere üç gruba ayrılmaktadır.

Literatür yönünden sınırlılıklarda tüketici davranışları ile sosyal medya arasındaki ilişki üzerine çalışmalar olmasına karşın, konuya hedonik değer ve faydacı değer yönünden yaklaşan çalışma sayısı sınırlıdır. Bu nedenle, gerçekleştirilen çalışmalar araştırıldığında yöntem bakımından genellikle nicel analiz araştırma yöntemlerinin kullanılması da literatür yönünden diğer bir sınırlılıktır.

Örnek olay seçimi bakımından sınırlılıkların başlangıcında sosyal medya iletişiminin yeni bir kavram olması nedeniyle, konuyla alakalı teorik çalışmalar elde etmek oldukça zor olmaktadır. Sosyal medya iletişimine yönelik kodların az olan teorik çalışmalardan elde edilmesi, çalışmanın sınırlılıkları arasındadır. Bu sınırlılık nedeniyle, sosyal medya kavramıyla ilgili nitel araştırmanın tasarımında zorluklar yaşanmıştır. Sosyal medya kullanıcılarının sayıca çok fazla olması nedeniyle araştırma konusunun ana kütlelerinin sınırlandırılması gerekmektedir. Bir başka deyişle, çalışma analizlerinin yapılması açısından örneklemin spesifik bir hale getirilmesi ve daraltılması gerekliliği örneklem seçiminde karşılaşılan diğer bir sınırlılıktır. Buna bağlı olarak, toplumsal gelişmeleri daha yakından gözlemleyebilmeleri ve takip edebilmelerinden dolayı örneklem için öğretmenler tercih edilmiştir.

Analiz yönünden sınırlılık ise verilerin sadece öğretmenler üzerinden gerçekleştirilen mülakatlardan elde edilmesidir. Bu nedenle, mülakatlara katılım gösteren öğretmenlerin mesleki disiplinlerinin ve temsil ettikleri kuşakların farklı olması nedeniyle sorulara verdikleri cevaplarda, aynı olayları farklı jargon kullanarak anlatmalarına neden olmuştur.

12.5. Araştırmanın yöntemi

Çalışmada nitel analiz yöntemi uygulanarak “örnek olay” çalışması gerçekleştirilmiştir (Yin, 2003). Örnek olay, güncel bir olay ile ilgili ya da herhangi bir konu ile alakalı ‘neden, nasıl’ sorularına cevap veren bir yöntemdir. Bu yöntem ile araştırmacının olay üzerinde bir kontrolü olmadığı dolaylı veri kaynakları bakımından çeşitlilik gösteren bir yöntem olarak tanımlanmaktadır. Bu nedenle örnek olay çalışmasında veri toplama yöntemi olarak derinlemesine mülakat yöntemi kullanılmıştır. Bu araştırma için Beykoz Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu’na 15.06.2022 tarihli ve 2022/22 sayılı toplantısında 1 nolu kararı ile etik kurul onayı alınmıştır.

Çalışmanın uygulanmasında aşağıdaki aşamalar takip edilmiştir.

- Mülakat sorularının hazırlanması
- Örnek olayların seçimi
- Verilerin elde edilmesi
- Verilerin belirlenmesi ve kodlanması
- Temaların belirlenmesi
- Analizlerin yapılması ve sunumu

13. Verilerin analizi ve bulgular

Mülakatlardan elde edilen verilerin analiz sonuçları verilmeden önce katılımcıların demografik yapılarına yönelik bilgilerin aktarılması yerinde olacaktır. Analize katılım gösteren katılımcılara ile ilgili demografik bilgiler aşağıdaki tabloda belirtilmiştir.

Tablo 1

Katılımcıların demografik özellikleri

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Medeni Durum	Görev Yeri
Katılımcı 1	Erkek	32	Evli	Lise
Katılımcı 2	Erkek	28	Bekâr	Lise
Katılımcı 3	Erkek	26	Bekâr	Ortaokul
Katılımcı 4	Erkek	43	Evli	Ortaokul
Katılımcı 5	Erkek	37	Evli	Ortaokul

Tüketim alışkanlıkları bakımından bir benzerlik sağlamak amacıyla, örnekleme sadece erkek katılımcılar tercih edilmiştir. Katılımcılardan sadece biri 40'lı yaşlarda iken, ikisi bekâr ve üçü de ortaokul seviyesinde eğitim verdiği görülmektedir.

Çalışma da katılımcılarla gerçekleştirilen mülakatlar sonucunda elde edilen metinlere ile ilgili bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 2

Katılımcıların cevaplarına yönelik veri tablosu

Belge adı	Kodlu Bölümler	Cümleler	Sözcükler	Karakterler
1	26	63	448	3524
2	24	52	413	3237
3	16	48	324	2441
4	12	42	296	2269
5	16	69	378	2995

Tablo 3

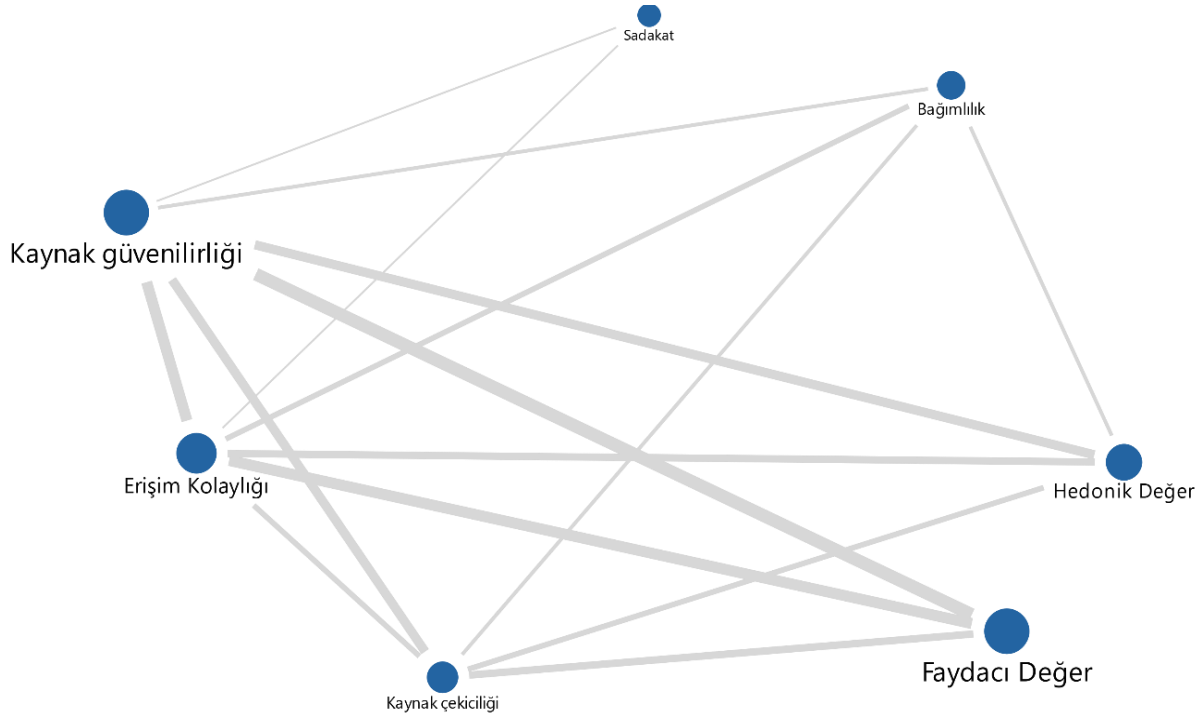
Kod frekansları

	Frekans	%	Yüzde (Geçerli)
Hedonik Değer	4	80	80,00
Faydacı Değer	5	100,00	100,00
Erişim Kolaylığı	5	100,00	100,00
Kaynak güvenilirliği	5	100,00	100,00
Kaynak Çekiciliği	4	80,00	80,00
Sadakat	1	20,00	20,00
Bağımlılık	3	60,00	60,00
Kodlanmış Belgeler	5	100,00	100,00
Analiz Edilen Belgeler	5	100,00	-

Yukarıdaki tabloda katılımcıların verdiği cevaplar doğrultusunda programda üzerinde gerçekleştirilen kodlara yönelik frekans ve yüzdeler verilmektedir. Yukarıdaki tabloya göre, her katılımcıya yönelik birbirinden ayrı olarak belge oluşturulmuş ve tüm bu belgelere yönelik kodlamalar gerçekleştirilmiş ve analize dâhil edilmiştir. Elde edilen verilerde kaynak güvenliği, erişim kolaylığı ve faydacı değer kodları 5 defa kullanılmıştır. Kaynak çekiciliği ve hedonik değer kodları 4 defa kullanılmıştır. Bağımlılık kodu 3 defa kullanılırken sadakat kodu da 1 defa kullanılmıştır.

13.1. Kod haritası

Katılımcılardan elde edilen cevaplar üzerinde, MAXQDA veri analiz programı kullanılarak kodlama yapıldıktan sonra, kod haritası analizi yapılmıştır. Yapılan bu analiz ile metinde kullanılan kodlar arasındaki etkileşim ve yakınlık seviyeleri görsel olarak sunulmaktadır. Yapılan analiz ile elde edilen görsel şekilde, kodlar birbirine karşı ne kadar yakın mesafede ve tekrarlı kullanılıyorsa, program söz konusu kodların birbiriyle ilişkili olduğunu göstermektedir. Çalışmada elde edilen verilerle ilgili kod haritası aşağıda gösterilmiştir.



Şekil 2. Kod haritası

Nitel analiz programı yöntemiyle elde edilen kod haritasında her bir kodu gösteren dairelerin boyutu, gösterilen kodun metin içinde kullanılma yoğunluğunu vermektedir. Ayrıca karşılıklı kodlar arasındaki çizgilerin kalınlık seviyesi ise, kodlar arasında kullanılma derecesini göstermektedir. Bu tanımlamalar ile birlikte, katılımcılardan elde edilen verilerin analizi sonucunda yapılan değerlendirmede, katılımcıların tüketim alışkanlıkları ve sosyal medya arasındaki ilişkide genellikle “faydacı değer” tüketici davranışı gösterdikleri anlaşılmaktadır. Çalışmada katılımcıların kişisel hazlarından ve zevklerden ziyade, faydalarına olan tüketimi gerçekleştirme eğiliminde olduğu ve tüketim anında ekonomik davranışlar benimsedikleri görülmektedir. Ayrıca en küçük daire boyutuna sahip olan kodun sadakat kodu olduğu görülmektedir. Bu çalışmada, katılımcıların sosyal medya ile gerçekleştirdikleri tüketim eylemine sadakat göstermedikleri de görülmektedir. Katılımcılardan elde edilen cevaplar doğrultusunda, ilgili sosyal medya sitesine veya işletmeye duyulan sadakatten çok yapılan müşteri değerlendirmelerine daha çok önem verdikleri anlaşılmıştır. Ayrıca temalar arasında gösterilen kod daireleri ile ilgili bir değerlendirme yapmak gerekirse, katılımcıların faydacı değere verdikleri değer hedonik değerden daha fazla olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların sosyal medyayı algılamalarında değer verdikleri konular ise ilk sırada kaynak güvenliliği, ikinci sırada erişim kolaylığı ve üçüncü sırada ise kaynak çekiciliği şeklinde sıralanmaktadır.

Kodları birbirine bağlayan çizgilerinin kalınlık seviyesi yorumlamak gerekirse, tüketici davranışlarından faydacı değer kodu ile sosyal medyaya yönelik kaynak güvenilirliği kodu arasında beklenildiği üzere yüksek bir bağlantı olduğu görülmektedir. Faydalarını en üst seviyede elde etmek isteyen kullanıcılar, hedef sosyal medya sitesinin güvenilir olmasını istemekle birlikte, sosyal medya aracılığıyla yapacakları alışverişlerde kaynak güvenilirliğine de oldukça önem vermektedirler.

Sadakat ve bağımlılık kodları incelendiğinde ise, sadakat kodunun kaynak güvenliği kodu ve erişim kolaylığı kodu ile bağlantılı olduğu görülmektedir. Kullanıcıların sosyal medya kaynağına duydukları güven arttığında ve kullanılan sosyal medya sitesine erişim kolaylığı sağlandığında, tüketim anında sadakat gösterdikleri yönünde yorumlama yapılabilir. Sosyal medyaya bağımlılık koduna bakıldığında ise, sadakat kodunun yanı sıra kaynak çekiciliği ve hedonik değer kodlarıyla ilişkili olduğu görülmektedir. Tüketicilerin sosyal medyaya yönelik bağımlılığını artırmasıyla birlikte, tüketicilerin zevklerine hitap etmesinden dolayı, kaynak çekiciliğinin aynı zamanda hedonik değer kodu ile ilişkili olduğu görülmektedir.

13.2. Mesafe matrisi

Katılımcılardan elde edilen cevaplar doğrultusunda, MAXQDA Nitel Analiz Programına yüklenen veriler ve belirlenen kodlar üzerinden, belgeler arasında benzerliğe ulaşılmaktadır. Mesafe matrisi, veri kümesinde bulunan satırlardaki belgeler ile sütunlardaki belgeler arasındaki benzerliği belirten bir analizdir. MAXQDA kodları arasındaki en büyük ve en küçük frekansları ortaya koyar ve bu frekansları, birbirilerine olan mesafeye bölerek değer mesafesi elde eder. Analiz sonuçlarının verildiği aşağıdaki tabloda, elde edilen değerlerin düşük olmasının sebebi iki belgenin birbirine benzer olduğunu göstermektedir.

Tablo 4

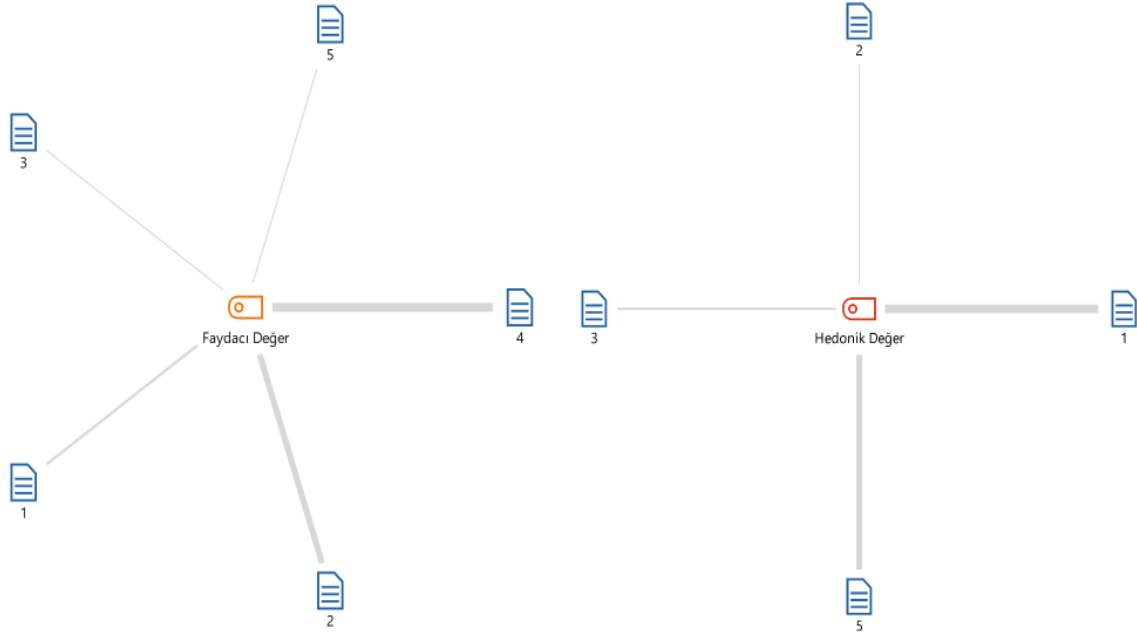
Mesafe matrisi

Katılımcılar	1	2	3	4	5
1	0,00				
2	9,05	0,00			
3	16,42	17,82	0,00		
4	30,83	19,01	20,18	0,00	
5	14,48	11,13	16,30	19,89	0,00

Yukarıda verilen tablo yorumlandığında, diğer katılımcılardan ziyade, 1. katılımcının verdiği cevaplar ile 2. katılımcının vermiş olduğu cevapların birbirine benzer olduğu görülmektedir. Devamında ise 5. katılımcının vermiş olduğu cevaplar ile 2. katılımcının vermiş olduğu cevapların birbirine benzer olduğu görülmektedir. Cevaplar arasında birbirine en uzak mesafede olan iki katılımcıların, yani birbirinden farklı söylemde bulunan katılımcıların 1. katılımcı ve 4. katılımcı olduğu görülmektedir.

13.3. Kod dağıtım modeli

Katılımcılardan elde edilen cevaplar doğrultusunda nitel veri analiz programı kullanılarak elde edilen kod dağıtım modeli, belirlenen kodların belge içinde kullanılma sıklığını göstermektedir. Çalışma kapsamında bulunan verilerle hedonik değer ve faydacı değer açısından kod dağıtım modelleri aşağıdaki şekilde verilmektedir.



Şekil 3. Kod dağıtım modeli

Yukarıdaki şekilde her bir katılımcının faydacı değeri önemseydiği bir tutum görülmektedir. Ancak faydacı değeri daha fazla ön plana tutan katılımcının, 4 numaralı katılımcı olduğu görülmektedir. 4 numaralı katılımcının sergilediği tüketim davranışları sırasında hedonik değere yönelik herhangi bir cevap vermediği görülmektedir. Diğer taraftan, hedonik değer koduna bakıldığında ise birinci katılımcının sergilediği tüketim davranışlarında haz almayı ön planda tuttuğu görülmektedir.

13.4. Kod ilişkiler tarayıcısı

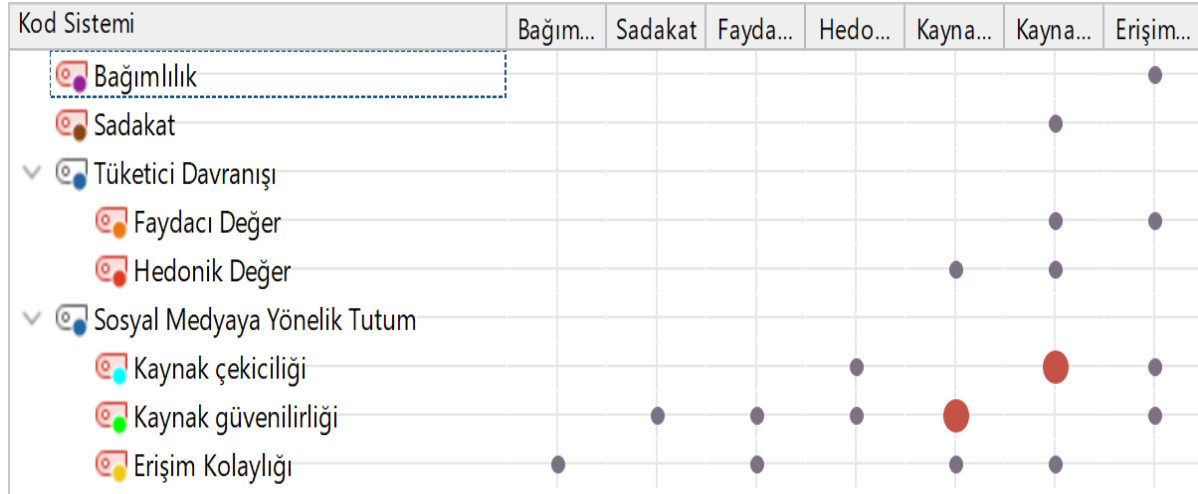
Kod ilişkiler tarayıcısı, katılımcılar tarafından verilen cevaplar doğrultusunda kodların birlikte oluşmalarını, kodlar arasındaki yakınlığı ve kodların metin içerisindeki kesişmelerini görsel olarak sunmaktadır.

Kod Sistemi	Bağım...	Sadakat	Fayda...	Hedo...	Kayna...	Kayna...	Erişim...
🔍 Bağımllık				●			●
🔍 Sadakat						●	
🔍 Tüketici Davranışı							
🔍 Faydacı Değer				●	●	●	●
🔍 Hedonik Değer	●		●		●	●	●
🔍 Sosyal Medyaya Yönelik Tutum							
🔍 Kaynak çekiciliği			●	●		●	●
🔍 Kaynak güvenilirliği		●	●	●	●	●	●
🔍 Erişim Kolaylığı	●		●	●	●	●	●

Şekil 4. Aynı belgedeki kodların birbirine yakınlığı

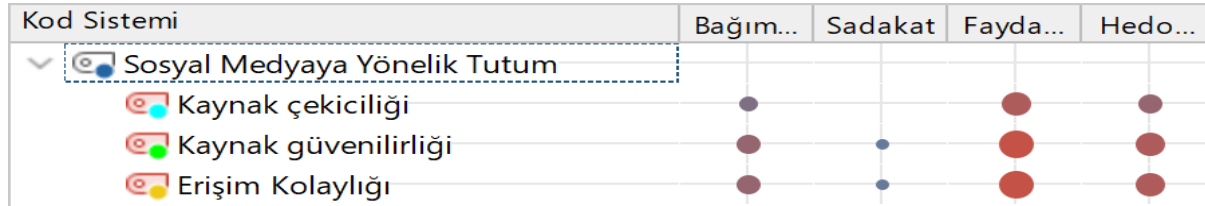
Aynı belgede gösterilen kodların birbirine olan yakınlığı analiz programında belirtilen kodlardan başlayarak, her katılımcıdan alınan cevaplara yönelik kodların birbirine karşı yakınlık seviyesini göstermektedir. Daha açık bir ifade ile, katılımcıların verdiği cevaplarda kodları kullanma önceliği veya arka arkaya kullandıkları kodları belirtmektedir. Ayrıca şekildeki dairelerin büyüklüğü, kodların yakınlık derecesini belirtmektedir. Yukarıdaki şekle bakılarak, kodlar arasındaki yakınlık derecesi

büyük olan kodlar yorumlanacak olursa, kaynak güvenilirliği ile kaynak çekiciliği kodlarının birbirine yakın olduğu görülmektedir. Katılımcılar üzerinde kaynağın güvenilirlik seviyesi arttıkça, çekicilik seviyesinin de arttığı sonucuna varılabilir. Faydacı değer kodu ile erişim kolaylığı kodlarının da birbirine yakınlığı görülmektedir.



Şekil 5. Bölümdeki kodların kesişimi

Analiz programında belirtilen kodların kesişimi analizinde, katılımcılardan elde edilen cevaplar arasında birbiriyle kesişen kodlar gösterilmektedir. Şekildeki dairelerin büyüklük seviyesi ise kesişimin büyüklüğünü belirtmektedir. Yukarıdaki şekilde, katılımcılardan elde edilen cevaplarda kaynak güvenilirliği ile kaynak çekiciliği kodları en çok kesişen kod olmaktadır.

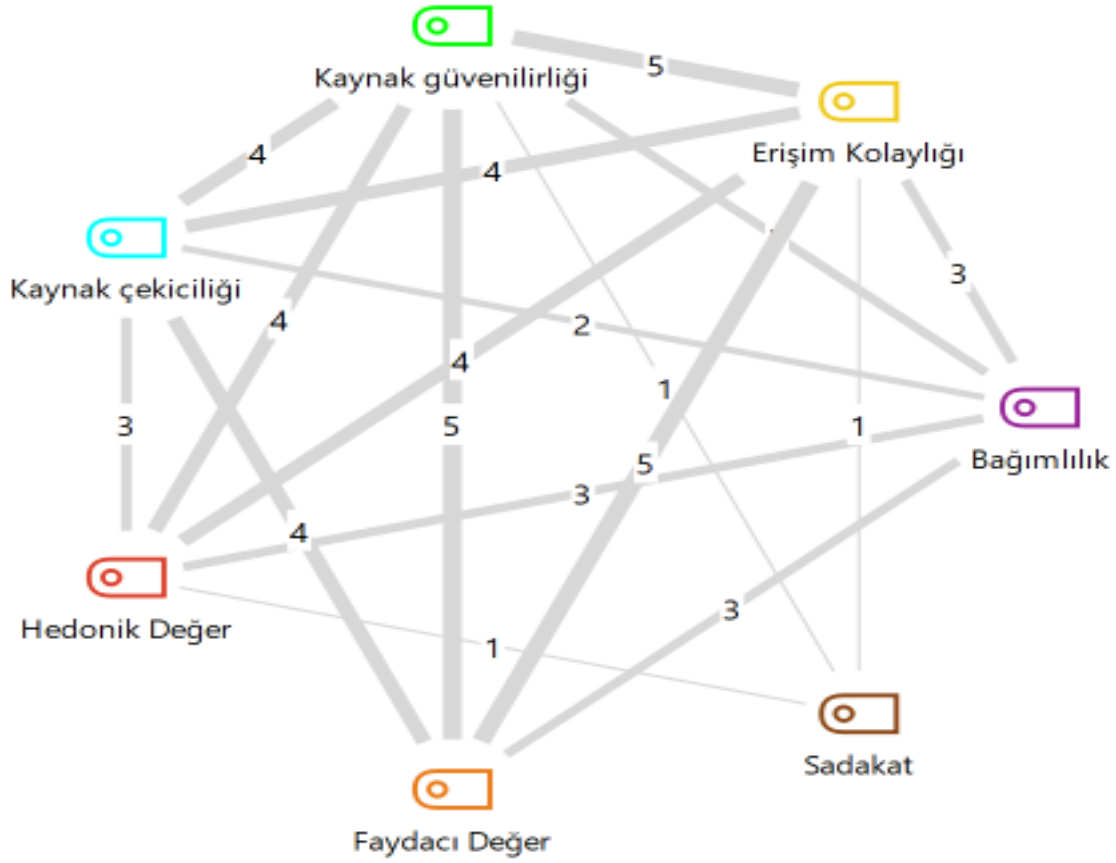


Şekil 6. Aynı belgedeki kodların oluşumu

Aynı belgedeki kodların oluşumu şekli ile metin içerisinde beraber söz edilen kodlar belirtilmektedir. Şekilde verilen dairelerin büyüklüğü ise birlikte oluşma boyutunu ifade etmektedir. Yukarıdaki şekil tüketici davranışları bakımından değerlendirilecek olursa, hedonik değeri ve faydacı değeri ön planda tutan tüketicilerin önce erişim kolaylığına ve kaynak güvenilirliğine önem verdiği, daha sonra da kaynak çekiciliğine önem verdikleri görülmektedir. Ancak, dairelerin büyüklük seviyesi değerlendirildiğinde, faydacı değer koduna önem veren tüketicilerin sosyal medya kullanımına yönelik kodlara daha çok değindikleri anlaşılmaktadır. Katılımcıların bağımlılık derecelerine bakıldığında ise, erişim kolaylığı ve kaynak güvenilirliği ile beraber oluştuğu görülmektedir. Kaynak çekiciliği kodu ile sadakat kodunun ise birlikte oluşmadığı da fark edilen bir diğer bulgudur.

13.5. Kodların birlikte oluşumu

Kodların birlikte oluşumu analizini özetleyen şekilde, kodların diğer kodlarla birlikte oluştuğu belirtilmektedir. Böylelikle kodlar arasında bir bağlantı kurulmakta veya birbiriyle bağlantılı kodlar ortaya çıkarılabilmektedir. Şekilde belirtilen çizgiler arasındaki sayılar, kodların metin içerisinde kaç defa birlikte kullanıldığını göstermektedir. Ayrıca bu sayılar çizgilerin kalınlığını da etkilemektedir.

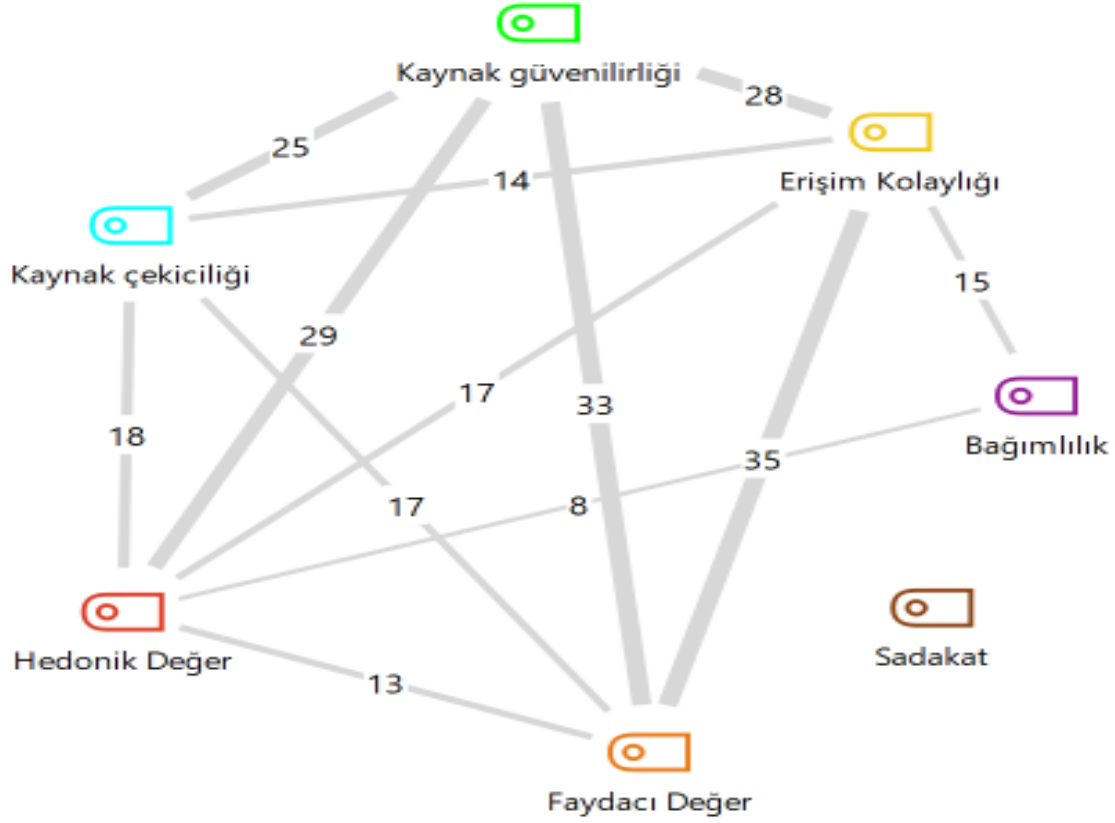


Şekil 7. Kodların birlikte oluşumu

Yukarıdaki şekilde faydacı değer kavramı ile erişim kolaylığı kavramları ve kaynak güvenliği kavramları 5 defa birlikte oluşmuştur. Ayrıca erişim kolaylığı ve kaynak güvenliği kodları da 5 kez birlikte oluştuğu görülmektedir.

13.6. Kod yakınlığı

Kod yakınlığı analizinde katılımcılardan elde edilen cevaplar içinde kodların birbirlerine olan mesafeleri, elde edilen her belge için veriler arasındaki minimum ve maksimum mesafeler saptanarak görselleştirilmektedir. Aşağıdaki tabloda, belirtilen kodların birbirlerine olan yakınlık derecesine yönelik analizin sonucu gösterilmektedir. Analiz sonucunda elde edilen kodlar arasındaki çizgi üzerinde yer alan sayılar, kodlar arasındaki yakınlık oranıyla doğru orantılıdır.

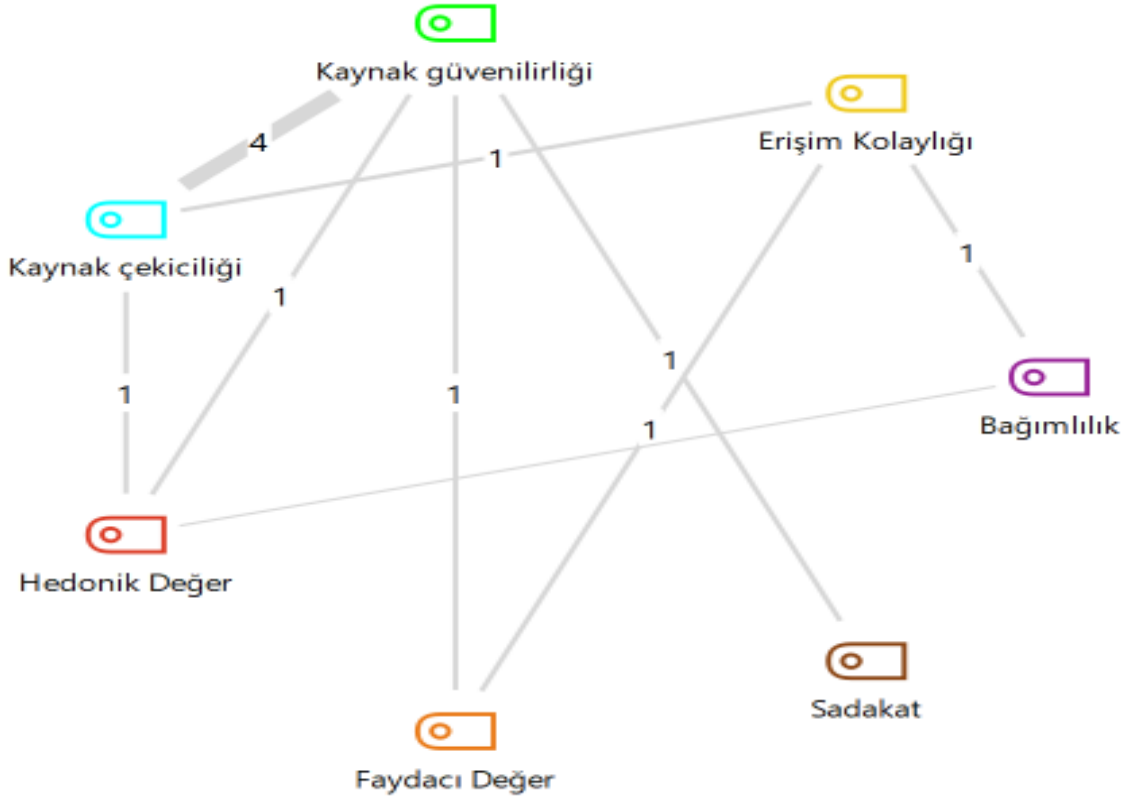


Şekil 8. Kod yakınlığı

Yukarıdaki tabloda, faydacı değer ile en yakın olan kodun erişim kolaylığı olduğu görülmektedir. Daha önceki analiz sonuçlarına benzer olarak, faydasını üst seviyeye çıkarmak isteyen tüketicilerin hedef kaynağa erişimin kolay olması yönünde tercih kullandıkları görülmektedir. Ayrıca, kaynak güvenilirliği faktörü açısından tüketicilerin hedonik ya da faydacı olması değişiklik göstermemektedir. Ancak, birlikte kaynak güvenilirliğinin tüketici davranışı yönünden oldukça önemli olduğu görülmektedir.

13.7. Çakışan kodlar

Katılımcıların verdikleri cevaplarda kodlama yapılırken söylenen aynı ifadeye birden çok kod kullanılması sonucunda kodların çakışması meydana gelmektedir. MAXQDA nitel analiz programı kullanılarak yapılan analiz sonuçları ile çakışan kodları görselleştirmekte ve birçok kodlamanın yer aldığı ifadeler ile ilgili bilgi vermektedir. Aşağıdaki şekilde çakışan kodlar analizinin sonucu verilmektedir.



Şekil 9. Çakışan kodlar

Şekilde faydacı değere yönelik ifade ile erişim kolaylığı kodu ve kaynak güvenliği kodlarının çakıştığı görülmektedir. Diğer bir ifade ile, katılımcılardan elde edilen cevapların birinde, katılımcı hem kaynak güvenilirliği hem de faydacı değeri ihsas eden ifadeler kullanmıştır. Bir diğer açıklamasında da, erişim kolaylığı ve bağımlılığın birlikte ihsas edildiği görülmüştür. Bu durumda kişinin bağımlılık duygusunu yansıtan kodlar arasındaki en büyük faktörün erişim kolaylığı olduğu söylenebilir. Ayrıca, bu tür tüketicilerin hedonik değerleri benimseyerek hareket emesi, çakışan kodlar analizi sonucunda yapılabilecek bir diğer yorumdur. Bir diğer analiz sonucunda, kodlar arasında en çok çakışan kodların kaynak çekiciliği ve kaynak güvenilirliği kodları olduğu görülmüştür.

14. Sonuç ve öneri

Günümüzde günden güne artan internet kullanımıyla beraber insanların sosyal medya kullanımı da buna paralel olarak artmaktadır. İnternet kullanımının artmasıyla beraber sosyal medya araçları, insanların ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik büyük bir pazar haline gelmiştir. Bu nedenle tüketiciler; gıda, giyim, elektronik, kozmetik, kitap, daha pek çok ihtiyaçlarını, sosyal medya araçlarından edindikleri bilgi ve tecrübeler sonucunda karşılamaktadırlar. Bu bakımdan işletmeler, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik, tüketici beklentilerini iyi bilmeli ve anlamalıdır. Hedef müşteriler bir bütün olarak ele alınmalı ve stratejik bir planlama çerçevesinde değerlendirilmelidir. Bu değerlendirme çerçevesinde ürün, müşterilere hitap edecek biçimde, çevre faktörleri de göz önünde bulundurularak tasarlanıp geliştirilmelidir. Geliştirilen ürünlerin etkili bir tutundurma planlamasıyla birlikte hedef müşterilere ulaşımı sağlanmalıdır. İşletmeler, tüketicilere yönelik etkin bir iletişim sağlayarak, satın alma öncesinde ve satın alma sonrasındaki süreçler için güven vermelidir.

Bu çalışmada, sosyal medya araçlarının tüketici davranışları üzerindeki etkilerinin tespitine çalışılmıştır. Tüketici davranışlarını hedonik ve faydacı değer olarak ikiye ayıran bu çalışmada sosyal medyaya yönelik davranışları ise erişim kolaylığı, kaynak güvenilirliği ve kaynak çekiciliği olarak üç boyutta incelenmiştir. Bu bakımdan örneklem belirlenirken zaman ve ekonomik kısıtlılıklar nedeniyle örnekleme ulaşılabilirliği açısından öğretmenler tercih edilmiştir. Örneklem kapsamında öğretmenlerin tercih edilmesinin bir başka sebebi ise, öğretmenlerin toplumsal değişiklikleri yakından

gözlemleyebilme fırsatının olmasıdır. Bu kapsamda, öğretmenlerin sosyal medya görüşleri ve kullanma amaçlarıyla birlikte sosyal medyaya karşı tutumları da incelenmiştir.

Çalışma kapsamında öğretmenlerle yapılan mülakatlarda elde edilen bilgiler ışığında öğretmenlerin sosyal medya araçları ve tüketim alışkanlarında çoğunlukla “faydacı değer”i gözeten tüketici davranışını benimsedikleri anlaşılmaktadır. Çalışmaya katılan öğretmenlerin kişisel hazlardan ziyade faydalarını maksimize etmeye yönelik davranışlarla beraber, tüketim sürecinde rasyonel davranışlar sergiledikleri görülmektedir. Mülakata katılım gösteren öğretmenlerin sosyal medyayı kullanarak gerçekleştirdikleri tüketimlerinde sadakat göstermedikleri de görülmektedir. Katılımcıların verdikleri cevaplar ışığında, sosyal medya sitesine veya işletmeye duyulan sadakatten ziyade, müşteri beğeni ve değerlendirmelerine daha çok önem verdikleri anlaşılmıştır. Ayrıca, katılımcıların tüketim davranışlarında faydacı değere hedonik değerden daha çok değer verdikleri de anlaşılmaktadır. Katılımcıların sosyal medyaya karşı algılarında değer verdikleri konular; kaynak güvenilirliği, erişim kolaylığı ve kaynak çekiciliği olarak sıralanmaktadır. Katılımcılar açısından kaynağın güvenilirlik seviyesi arttıkça kaynak çekiciliğinin de aynı oranda arttığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Bağımlılık ve sadakat kavramları incelendiğinde ise sadakat kavramının kaynak güvenliği ve kaynak erişim kolaylığı ile bağlantılı olduğu görülmektedir. Tüketicilerin ilgili sosyal medya kaynağına güven duydukça ve sosyal medya kanalına yönelik erişim kolaylığı arttıkça, tüketim sürecinde sadakat gösterdikleri görülmüştür. Tüketicilerin sosyal medya bağımlılığına bakıldığında ise sadakat kavramıyla birlikte kaynak çekiciliği ile hedonik değerlerin birbirleriyle bağlantılı olduğu görülmektedir. Sosyal medya kaynağına yönelik çekiciliğin tüketiciler açısından aynı zamanda sosyal medyaya yönelik bağımlılığı artırdığı ve kişinin zevklerine hitap etmesinden dolayı da hedonik değer ile ilişkili olduğu görülmektedir. Ayrıca, gelişen teknoloji ile birlikte tüketici ihtiyaçlarına verilen değer arttıkça sosyal medyaya erişim kolaylığı da artmaktadır. Bu nedenle, erişim kolaylığının tüketicilerin sosyal medyaya yönelik bağımlılık seviyesini etkilediği de görülmektedir. Sonuç olarak elde edilen veriler, oluşturulan varsayımların doğruluğunu kanıtlamaktadır.

Yapılan güncel çalışmalar ve literatür incelendiğinde her ne kadar sosyal medyanın tüketim ile ilişkisine yönelik çalışmalar yapılmışsa da tüketici davranışlarını hedonik değer ve faydacı değer yaklaşımı olarak ayıran herhangi çalışmayla karşılaşılmamıştır. Bu nedenle, bu çalışmayla literatüre yapılan katkı, bundan sonraki çalışmalarda, tüketici davranışlarında hedonik ve faydacı değerlerin daha detaylı incelenmesi ile zenginleştirilebilir.

Yazar beyanı

Araştırma ve yayın etiği beyanı

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

Etik kurul onayı

Bu araştırma için Beykoz Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'na 15.06.2022 tarihli ve 2022/22 sayılı toplantısında 1 nolu kararı ile etik kurul onayı alınmıştır.

Yazar katkıları

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkıda bulunmuştur.

Çıkar çatışması

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

Destek beyanı

Bu çalışma için herhangi bir destek alınmamıştır.

Kaynakça

- Adomaviciute, K. (2013). Relationship between utilitarian and hedonic consumer behavior and socially responsible consumption. *Journal of Economics and Managment*, 18(4), 754-760. Doi: <https://doi.org/10.5755/j01.em.18.4.5580>
- Akıncı Vural, B. ve Okmeydan, C. K. (2016). Türkiye'deki moda markalarının sosyal medya üzerinden hedef kitleleri ile kurdukları iletişim ve sosyal müşteri ilişkileri yönetimi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (25), 64-83. Doi: 10.31123/akil.438524
- Aksoğan, M. ve Türel, Y. K. (2021). Sosyal medyanın tüketici davranışları üzerindeki rolü: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2), 367-378. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gumus/issue/62554/865207>
- Alkara, İ. (2021). Sosyal medya kullanımının tüketici davranışları üzerindeki etkisi: Bilecik Bursa Eskişehir örneği. *IBA Sosyal Bilimler Dergisi*, (9), 415-446. Doi: 10.21733/ibad.836638
- Amos, C., Holmes, G. ve Strutton, D. (2008). Exploring the relationship between celebrity endorser effects and advertising effectiveness: a quantitative synthesis of effect size. *International Journal of Advertising*, 27(2), 209-234. Doi: <https://doi.org/10.1080/02650487.2008.11073052>
- Andreassen, C. S., ve Pallesen, S. (2014). Social network site addiction-an overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20(25), 4053-4061. doi:10.2174/13816128113199990616
- Appelma, A. ve Sundar S. S., (2015). Measuring message credibility: construction and validation of an exclusive scale. *Journalism Ve Mass Communication Quarterly*. 93 (1), 69-70. Doi: 10.1177/1077699015606057.
- Arnold, M. J., ve Reynolds, K. E. (2003). Hedonic shopping motivations. *Journal Of Retailing*, 79(2), 77-95. Doi: [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(03\)00007-1](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(03)00007-1)
- Arslan, İ. K. ve Yavuz, A. (2021). Sosyal medyanın tüketici satın alma davranışları üzerindeki etkisi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi*, 4(8), 151-170. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tje/issue/60087/804508>
- Babin, B. J., Darden, W. R., ve Griffin, M. (1994). Work and/or fun: measuring hedonic and utilitarian shopping value. *Journal Of Consumer Research*, 20(4), 644-656. Doi: <https://doi.org/10.1086/209376>
- Basaran, U. ve Buyukyılmaz, O. (2015). The effects of utilitarian and hedonic values on young consumers' satisfaction and behavioral intentions. *Eurasian Journal of Business and Economics*, 8(16), 1-18. Doi: 10.17015/ejbe.2015.016.01
- Batra, R. ve Ahtola, O. T. (1990). Measuring the hedonic and utilitarian sources of consumer attitudes. *Marketing Letters*, 2(2), 159-170. Doi: 10.1007/BF00436035
- Bei, L. T. ve Chen, M. Y. (2015). The effects of hedonic and utilitarian bidding values on e-auction behavior. *Electron Commer Research*, 15, 483-507. Doi:10.1007/s10660-015-9197-0
- Boerman, C. S., (2020). The effects of the standardized instagram disclosure for micro- and meso influencers. *Computers In Human Behavior*, (103), 199-207. Doi:10.1016/j.chb.2019.09.015
- Can, S. ve Koz, K. A. (2018). Sosyal medyada tüketici onaylı pazarlama: Instagram örneği. *Online Journal Of The Faculty Of Communication Sciences*, 26(3), 444-457. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kurgu/issue/59637/859480>
- Çalışkan, M. ve Mencik, Y. (2015). Değişen dünyanın yeni yüzü: sosyal medya akademik bakış. *Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (50), 254-277. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/abuhbsd/issue/32944/366052>
- Çetinkaya Bozkurt, Ö. ve Söyleyici, G. T. (2017). Sosyal medya ve tüketici davranışları ilişkisi: Türkiye'deki sosyal medya kullanıcıları üzerine bir araştırma. *Kesit Akademi Dergisi*, (9), 36-54. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kesitakademi/issue/59837/864640>
- Doğrul, Ü. (2012). Elektronik alışveriş davranışında faydacı ve hedonik güdülerin etkisi. *Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi*, 4 (1), 321-331. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sobiadsbd/issue/11353/135690>
- Duygun, A. (2018). Sosyal medya bağımlılığının tüketici satın alma karar sürecine etkisi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(2), 1351-1375. Doi: 10.19145/e-gifder.442855

- Ergen, Y. (2018). Büyük veri, sosyal medya ve etik: Facebook örneğinde bir değerlendirme. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, (10), 53-64. Erişim adresi: <https://www.researchgate.net/publication/329982860>
- Eş, A. ve Terzioğlu, E. (2020). Sosyal medya pazarlama aktivitelerinin tüketici satın alma davranışı üzerine etkisinin incelenmesi. *Güncel Pazarlama Yaklaşımları ve Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 113-131. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gupayad/issue/60538/882404>
- Friedman, H. H., Termini, S. ve Washington, R. (1976). The effectiveness of advertisements utilizing four types of endorsers. *Journal of Advertising*, 5(3), 22-24.
- Gedik, A. (2020). Davranış ekonomisi ve tüketici davranışları açısından bir uygulama. *Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi*, (1), 23-40. Doi: 10.35375/sayod.731799
- Gültekin, B. ve Özer, L. (2012). The influence of hedonic motives and browsing on impulse buying. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 4, 3, 180-189. Doi:10.22610/jebis.v4i3.315
- Hackl, P., ve Westlund, A. H. (2000). On structural equation modelling for customer satisfaction measurement. *Total Quality Management*, 11(4-6), 820-825. Doi:10.1080/09544120050008264
- Jones, M.A. ve Reynolds, K.E. (2006). The role of interest on shopping behavior, *Journal Of Retailing*, 82(2), 115-126. Doi:10.1016/j.jretai.2005.05.001
- Kanıbir, R.ve Saydan, H. (2007).Global pazarlamada toplumsal kültür farklılıklarının önemi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (22), 74-89. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/esoder/issue/6136/82316>
- Karakuş, M. (2022). Sosyal medyanın ve online alışveriş sitelerinin tüketici davranışlarına etkisi üzerine nitel bir araştırma. *Atatürk İletişim Dergisi*, (23) , 1-8. Doi: 10.54614/communicata.2022.1020911
- Karavar, M. (2021). Sosyal medya reklamlarında ikna edici mesaj ve kaynak inanılabilirliği: mikro şöhretler üzerine bir araştırma. *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2) , 127-139. Doi: 10.52122/nisantasisbd.965547
- Keskin, S. ve Baş, M. (2015). Sosyal medyanın tüketici davranışları üzerine etkisinin belirlenmesi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(3), 51-69. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gaziuiibfd/issue/28305/300777>
- Kılıç Çakmak, E. , Güneş, E. ve Tahsin, M. (2016). Web sitesi kullanılabilirlik ölçeğinin geliştirilmesi: geçerlik, güvenilirlik analizi ve uygulama sonuçları. *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi*, 1 (2) , 31-40. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/pegegog/issue/22595/241340>
- Nan, X., (2013). Perceived source credibility and advertising persuasiveness: an investigation of moderators and psychological processes. *Journal of Current Issues Ve Research İn Advertising*. 34, 195–211. Doi:10.1080/10641734.2013.787579
- Ohanian, R. (1990). Construction and validation of a scale to measure celebrity endorsers' perceived expertise, trustworthiness and attractiveness, *Journal of Advertising*, 19(3), 39-52. Doi: <https://doi.org/10.1080/00913367.1990.10673191>
- Okado, E.M. (2005). Justification effects on consumer choice of hedonic and utilitarian goods. *Journal of Marketing Research*, 42(1), 43-53. Doi:10.1509/jmkr.42.1.43.56889
- Oktay, E., Özgenç Osmanoğlu, E. ve Yıldırım, E. (2021).Sosyal medyanın hayatımızdaki yeri ve davranışlarımıza olan etkisinin araştırılması: Erzurum örneği. *Ekev Akademi Dergisi*, 88, 119-136. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sosekev/issue/71386/1147867>
- Oyman, M. (2002). Müşteri sadakati sağlamada sadakat programlarının önemi. *Kurgu Dergisi*,19, 169-185. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kurgu/issue/59554/856788>
- Özcan, B. ve Akıncı, Z. (2017).Sosyal medyanın üniversite öğrencilerinin tüketici davranışları üzerinde etkisi: Turizm Fakültesi örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 8(18), 141-154. Doi: 10.21076/vizyoner.298013
- Özçifçi, V. (2020). Sosyal medyanın tüketicilerin satın alma niyeti üzerindeki etkisi. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 206-223. Doi: 10.31592/aeusbed.634148
- Öztürk, S., Şerbetçi, S. ve Gürcan, Ş. N. (2014). Tüketim değerlerinin satın alma niyeti ve bağımlılık üzerindeki rolü: fırsat sitelerine yönelik bir araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(1), 73-88. Doi: 10.18037/ausbd.99267

- Pitts, R., Canty, A. L. ve Tsalikis, J. (1985). Exploring the impact of personal values on socially oriented communications. *Psychology and Marketing*, 2(4), 267-278. Doi:10.1002/mar.4220020406
- Sarı, Ö. ve Göktaş Kulualp, H. (2019). Tüketici davranışına göre müşteri sadakat programı algısının ilişkisel pazarlama kapsamında incelenmesi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (5), 48-69. Doi: 10.21733/ibad.603358
- Sarıtaş, A. ve Karagöz, Ş. (2017). Sosyal medya kullanımının tüketici davranışlarına etkisi: Üniversite öğrencileri örneği 21. yüzyılda eğitim ve toplum. *Eğitim Bilimleri ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(17). Erişim adresi:<https://dergipark.org.tr/tr/pub/egitimvetoplum/issue/35909/402827>
- Seçer, A. ve Boğa, M. (2017). Sosyal medyanın tüketicilerin gıda ürünleri satın alma davranışına etkisi. *KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi*, 20(4), 312-319. Doi: 10.18016/ksudobil.280469
- Söylemez, S. ve Duygun, A. (2020). Sosyal medya kullanıcıları açısından satın alma sonrası marka farkındalığı ve tüketici davranışları arasındaki ilişki. *Journal of Business In The Digital Age*, 3(1), 50-62. Doi: 10.46238/jobda.734260
- Şahin, E., Çağlayan, V. ve Başer, H. H. (2017). Sosyal medya pazarlamasının tüketici satın alma davranışına etkisi: Selçuk Üniversitesi İ.İ.B.F Örneği. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(4), 67-86. Doi: 10.25287/ohuiibf.316212
- Şengün, H. İ. ve Karahan, M. (2013). Hedonik (hazcı) tüketim alışkanlıkları ve tüketicileri bu tür alışkanlıklara motive eden nedenler. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(4), 13- 26. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/duiibfd/issue/32250/357892>
- To, P. L., Liao, C ve Lin, T. H. (2007). "Shopping motivations on internet: a study based on utilitarian and hedonic value", *Technovation*, 27, 774-787. Doi:10.1016/j.technovation.2007.01.001
- Tokgöz, E. (2019). Hedonik ve faydacı tüketimin dürtüsel ve kompulsif satın alma üzerinde etkisi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35, 93-108. Doi: 10.30794/pausbed.402715
- Topoğlu, E. ve Gökdeniz, İ. (2019). Kültür ve inanç farklılıklarının, işletmelerin temel pazarlama stratejilerine etkileri. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1), 57-73. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/usaksosbil/issue/47151/495380>
- Tormala, Z. L ve Petty, R. E., (2004). Source credibility and attitude certainty: a metacognitive analysis of resistance to persuasion. *Journal of Consumer Psychology*. 14(4), 427-442. Doi:10.1207/s15327663jcp1404_11
- Torun, E. (2017). Tüketici satın alma davranışları üzerinde internet ve sosyal medyanın yeri ve önemi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 16 (62), 955-970. Doi: 10.17755/esosder.286241
- Turan, O. S. ve Canal, M. R. (2012). Öğrenme yönetim sistemi kullanılabilirlik incelemesi; Gazi İngilizce dil okulu örneği. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 4(3), 47-52. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gazibtd/issue/6623/87940>
- Ustaahmetoğlu, E., (2015). Reklamlarda kullanılan kaynağın güvenilirliğinin satın alma niyetine etkisi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 8(15), 398-410. Doi:10.18092/ijeas.39520
- Uzunkaya, T. (2016). Marka sadakatinin tekrar satın alma niyetine etkisi ve GSM sektöründe bir araştırma. *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2).
- Whang, L. S. M., Lee, S. ve Chang, G. (2003). Internet over-users' psychological profiles: a behavior sampling analysis on internet addiction. *Cyberpsychology and Behavior*, 6(2), 143-150. Doi:10.1089/109493103321640338
- Yanar, K. ve Yılmaz, K. G. (2017). Sosyal medyanın satın alma öncesi ve sonrası tüketici davranışına etkisi üzerine bir araştırma. *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 29-32. Erişim adresi: https://www.yepad.org/2017/cilt.1_sayi.2_makale03.pdf
- Yın, R. K. (2003). *Case study research: design and methods, 3rd edition, (Applied Social Research Methods, vol. 5)*. London: Sage Publications.
- Yu, C. ve Bastin, M. (2010). "Hedonic shopping value and impulse buying behavior in transitional economies: a symbiosis in the mainland china marketplace", *Brand Management*, 18(2), 105-114. Doi:10.1057/bm.2010.32
- Zang, D. (2014). *The impact of two-sided messaging on brand attitude: An attribution theory approach* (yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Iowa State University, USA. Erişim adresi: <https://dr.lib.iastate.edu/server/api/core/bitstreams/992510b3-9b27-4e23-ac93-91283f08b389/content>



Kişilik özelliklerinin internet bağımlılığı ve işten sıkılma ile ilişkisinde iş tatmininin ve örgütsel yalnızlığın aracılık rolü*

Batuhan Ayan^{a**}, Alptekin Sökmen^b

^aDr., Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu, Ankara, 06560 Türkiye. E-posta: batuhan.ayan@hbv.edu.tr.
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4105-1723>

^bProf. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Ankara, 06560 Türkiye. E-posta: alptekin.sokmen@hbv.edu.tr. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5162-0918>

MAKALE BİLGİSİ

Geliş tarihi: 28.04.2023
Kabul tarihi: 24.09.2023
Çevrimiçi kullanım
tarihi: 28.10.2023
Makale Türü: Araştırma
makalesi

Anahtar Kelimeler:

Kişilik özellikleri,
internet bağımlılığı,
örgütsel yalnızlık, iş
tatmini, işten sıkılma.

ÖZ

Bu araştırmanın amacı, kişilik özelliklerinin internet bağımlılığı ve işten sıkılma ile ilişkisinde iş tatmininin ve örgütsel yalnızlığın aracılık rolünü incelemektir. Araştırmaya, Ankara'da çalışan 360 kamu personeli katılmıştır. Anket çalışması, çevrimiçi anket formu ve anket formunun fiziksel dağıtımı ile yapılmıştır. Araştırma verileri, korelasyon ve regresyon analizleri ile incelenmiştir. Yapılan analizlere göre iş tatminin ve örgütsel yalnızlığın kişilik özellikleri ile internet bağımlılığı ve kişilik özellikleri ile işten sıkılma arasındaki ilişkide kısmi aracı etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Analiz sonuçlarına göre; çalışanların kişilik özellikleri işyerinde internet bağımlılığını etkilemekte, çalışanların iş tatminindeki artış kısmen internet bağımlılığını azaltmakta ve çalışanların örgütsel yalnızlığındaki artış ise kısmen internet bağımlılığını artırmaktadır. Diğer bir sonuç ise çalışanların kişilik özellikleri işten sıkılmayı etkilemekte, çalışanların iş tatminindeki artış kısmen işten sıkılmayı azaltmakta ve çalışanların örgütsel yalnızlığındaki artış ise kısmen işten sıkılmayı artırmaktadır.

The mediating role of job satisfaction and organizational loneliness in the relationship of personality traits with internet addiction and job boredom

ARTICLE INFO

Received: 28.04.2023
Accepted: 24.09.2023
Available online: 28.10.2023
Article type: Research
article

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the mediating role of job satisfaction and organizational loneliness in the relationship between personality traits and internet addiction and job boredom. 360 public personnel working in Ankara participated in the research. The survey was conducted with the online survey form and physical distribution of the survey form. Research data were examined with correlation and

* Bu makale Batuhan AYAN'ın Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'nde Prof. Dr. Alptekin SÖKMEN danışmanlığında tamamladığı "İnternet Bağımlılığı, İş Tatmini, İşten Sıkılma, Örgütsel Yalnızlık ve Kişilik Özellikleri İlişkisi Üzerine Bir Araştırma" konulu doktora tezi çalışmasından üretilmiştir.

** Sorumlu yazar

Doi: <https://doi.org/10.30855/gjeb.2023.9.3.008>

Keywords:

Personality, internet addiction, organizational loneliness, job satisfaction, job boredom.

regression analyses. According to the results of regression analysis it is revealed that job satisfaction and organizational loneliness have a partial mediating effect between personality traits and internet addiction, personality traits and job boredom. According to the analysis results; the personality traits of employees affect internet addiction in the workplace, the increase in employees' job satisfaction partially reduces internet addiction, and the increase in employees' organizational loneliness partially increases internet addiction. Another result is that the personality characteristics of employees affect job boredom, the increase in employees' job satisfaction partially reduces job boredom, and the increase in employees' organizational loneliness partially increases job boredom.

1. Giriş

Günümüzde çalışan nüfusun gün içerisindeki zamanının önemli bir kısmı iş yerinde geçmektedir (Bakan ve Buyukbese, 2013, s. 18). Dolayısıyla bireyin sağlık, mutluluk ve refah düzeyi iş ortamındaki olumlu ya da olumsuz durumlardan etkilenebilmektedir. İş hayatında yaşanabilecek olumsuzluklar hem bireyin hayatında hem de organizasyonların hedeflerine zamanında ulaşabilmesinde sorunlara yol açabilmektedir. Çalışanın iş yerindeki tutum ve davranışlarını etkileyebilen unsurların daha iyi analiz edilmesi ve bu analizlere göre aksiyon alınması hem çalışanlar hem de organizasyonlar için faydalı olacağı düşünülmektedir.

Bireyleri birbirinden farklı kılan özellikler kişilik olarak nitelendirilmektedir (Ardıç ve Gündoğmuş, 2016, s. 2). Kişilik özellikleri ise bireylerin belirli bir şekilde davranma eğilimini temsil etmektedir (Neal, Yeo, Koy ve Xiao, 2012, s. 177). Dolayısıyla kişilik, davranışı şekillendirmektedir. Organizasyonların en önemli kaynaklarından birisi olan insan kaynağının davranışının daha iyi anlaşılması ve olaylar karşısında verebileceği tepkilerin öngörülebilmesi, iş yerinde çalışan her bir bireyin kişilik özelliklerinin değerlendirilmesi ile mümkün olabilecektir (Robbins ve Judge, 2015, s. 134). Bu çalışmanın çerçevesi kişilik özellikleri ile bazı çalışan davranışları arasındaki ilişkiler üzerine kurulmuştur.

Davranışsal bağımlılık olarak nitelendirilen internet bağımlılığı (Grant, Potenza, Weinstein ve Gorelick, 2010), bireyin günlük yaşantısını sekteye uğratacak şekilde internette zaman geçirme durumu olarak ifade edilebilir. İnternetin iş yerinde kişisel amaçlı olarak aşırı kullanımı ise iş yerinde internet bağımlılığı kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Literatürde iş yerinde internet kullanımının kısa süreli rahatlama ve stresten uzaklaşma sağladığı için faydalı olabileceğini ifade eden çalışmalar bulunmakla birlikte konu ile ilgili genel kanı verimsizliğe ve işte gecikmeye neden olduğu yönündedir. Dolayısıyla internet bağımlılığı kavramı dikkate alınması gereken bir konu olarak görülmekte ve kişilik özelliklerinin, iş yerinde internet bağımlılığı davranışını etkileyebileceği düşünülmektedir. Bu çalışmanın diğer bir konusu olan işten sıkılma kavramı, işi gerçekleştiren bireylerin yaptıkları işe karşı ilgilerinin azalmasını (Harju, Schaufeli ve Hakanen, 2018) ifade etmektedir. İşten sıkılma iş hayatında yaygın olarak görülen bir durumdur (Hooff ve Hooff, 2016, s. 1) ve hem bireyler hem de organizasyonlar için olumsuz/zararlı sonuçlar doğurabilmektedir (Harju, Hakanena ve Schaufeli, 2016, s. 12). Ayrıca literatürde yer alan çalışmalar işten sıkılmanın çalışanlar arasında daha fazla yaygınlaşma ihtimalinin bulunduğunu göstermektedir (Guglielmia, Simbulab, Mazzettia, Tabanellic ve Bonfiglioli, 2013, s. 311) ve işten sıkılmanın nedenleri arasında bireysel farklılıklar ile tekrarlayan görevler yer almaktadır (Drory, 1982, s. 141). Dolayısıyla işten sıkılma kavramı önemli bir konu olarak görülmekte ve kişilik özelliklerinin, işten sıkılmayı etkileyebileceği düşünülmektedir.

Literatürde de yaygın olarak çalışılan iş tatmini, bireyin işini sevme derecesi (Spector, 1997) olarak ifade edilmektedir. İş yerindeki önemli tutum sonuçları arasında yer alan iş tatmini, genel yaşam tatminini etkilemesi (Gao, Shi, Niu ve Wang, 2012) yönüyle bireyi, bireyin üretkenliğini/verimliliğini/performansını (Hauret ve Williams, 2017, s. 204) etkilemesi yönüyle de organizasyonları ilgilendirmektedir. İş tatmini etkileyen içsel ve dışsal faktörlerin yanı sıra bireyin kişilik özellikleri de iş tatmini etkileyebilmektedir (Hackman ve Oldham, 1980). İş tatmininin düşük

seviyelerde olması durumunda bireyin işini sevmeyerek yapması ve zaman içerisinde işinden sıkılması, iş yerinde daha fazla kişisel amaçlı internet kullanması durumu ortaya çıkabilmektedir. Dolayısıyla kişilik özellikleri ile internet bağımlılığı ve işten sıkılma arasındaki ilişkide iş tatmininin aracılık rolünün olduğu düşünülmektedir. Aracılık rolü incelenen diğer bir konu ise örgütsel yalnızlıktır. Kişisel algıya dayanan (Wright, Burt ve Strongman, 2006, s. 59) ve bireyin çalıştığı iş yerindeki çalışanlar ile kaliteli kişiler arası ilişki kuramaması (Wright, 2005, s. 63) olarak ifade edilen örgütsel yalnızlık, yaygın olarak görülmektedir (Ertosun ve Erdil, 2012, s. 470). İşgören refahı üzerine yıkıcı etkileri (Ayazlar ve Güzel, 2014) olmasına rağmen ihmal edilen (Wright, 2005, s. 126) bir konudur. Literatürde yer alan bazı çalışmalarda kişilik ile yalnızlık arasında ilişki olduğu (Wang ve Dong, 2018; Buecker, Maes, Denissen ve Luhmann, 2020) ve hem kişiliğin hem de yalnızlığın genetik faktörlerden etkilendiği (Distel, Rebollo-Mesa, Abdellaoui, Derom, Willemsen, Cacioppo ve Boomsma, 2010) yer almaktadır. Yüksek seviyede örgütsel yalnızlık yaşanması durumunda bireyin kendi içine kapanması, iş için iletişim kurmak zorunda kalması durumunda zorluk yaşayabilmesine yol açabilmekte ve bu durum zamanla işten sıkılmasına neden olabilmektedir. Artan yalnızlaşma ile birlikte de iş yerinde internette geçirilen süreler artabilmektedir. Dolayısıyla kişilik özellikleri ile internet bağımlılığı ve işten sıkılma arasındaki ilişkide örgütsel yalnızlığın aracılık rolünün olduğu düşünülmektedir. Bu kapsamda çalışmada, kişilik özellikleri ile iş yerinde internet bağımlılığı ve işten sıkılma arasındaki ilişki ve bu ilişkide iş tatmininin ve örgütsel yalnızlığın aracılık rolü incelenmiştir.

2. Literatür taraması

2.1. Kişilik özellikleri

Türk Dil Kurumu'nun sözlüğüne göre kişilik, şahsiyet sözcüğü ile aynı anlama sahip olarak ifade edilmektedir. Ayrıca kişilik, “bir kimseye özgü belirgin özellik, manevi ve ruhsal niteliklerinin bütünü” olarak ifade edilmektedir. Literatürde ise kişilik kavramı üzerine yapılan tanımlamalar çeşitlilik arz etmektedir. Allport (1937) kişilik kavramına dair yapılan tanımlamaları incelemiş ve kişiliği “çevresine benzersiz uyumunu belirleyen psikofiziksel sistemlerin birey içindeki dinamik organizasyonu” olarak tanımlamıştır. 1961 yılında, yaptığı tanımlamayı güncelleyerek “çevresine benzersiz uyum” ifadesi yerine “karakteristik davranış ve düşünce” ifadesini koymuştur (Allport, 1961, s. 28). Diğer bazı tanımlara göre “kişilik, bireyin benzersiz özellik örüntüsü (Bilsky ve Schwartz, 1994, s. 165)”, “kişilik, bireyin karakteristik düşünce, duygu ve davranış kalıpları ile bu kalıpların arkasındaki psikolojik mekanizmalar (Funder, 1997, ss. 1-2)” ve “kişilik, bireyin çevresiyle etkileşim biçimini tanımlayan duygu, düşünce ve davranışın ayırt edici ve karakteristik örüntüleri (Sartık ve Ballı, 2020, s. 71)” olarak tanımlanmaktadır. Literatürde kişilik oluşumunu etkileyen faktörler; kalıtsal faktörler, ailesel faktörler ve kültürel faktörler olarak üç ayrı grupta incelenmektedir. Kalıtsal faktörler, bireyin anne ve babasından genler yolu ile aktarılan kalıtsal yapısından kaynaklanan faktörler (Bouchard ve Loehlin, 2001; Thorne, 2000, s. 46; Tellegen, 1988) olarak ifade edilebilir. Özellikle çocuklu çağında bireyin yetiştiği aile ortamından kaynaklanan faktörler (Harkness ve Lilienfeld, 1997, s. 354; McCartney, Harris ve Bemieri, 1990) ise ailesel faktörler olarak ifade edilmektedir. Kişilik üzerine etki eden bir diğer önemli etken ise bireyin içerisinde yaşadığı ve yetiştiği kültürdür (Kardiner, 1939; Kandler, 2012, s. 291).

Bireyin kişilik özelliklerindeki farklılıkların çeşitliliği sonsuza yakın olmakla birlikte en önemli kişilik farklılıkları kategorize edilebilmektedir (Antonioni, 1998, s. 328). Bu amaçla yapılan çalışmalar McDougall'ın (1932) kişilik sınıflandırması (akıl, karakter, mizaç, yapı ve ruh) ile başlamış ve Allport ve Odbert'in (1936) kişilik özelliği olarak nitelendirilebilecek yaklaşık 18.000 kelimeyi tespiti ile devam etmiştir. Literatürdeki kişilik sınıflandırmalarından beş faktör kişilik modeli en yaygın kabul gören (Neal ve diğerleri, 2012, s. 176) ve en çok araştırılan (Aydogmus, Camgoz, Ergeneli ve Ekmekci, 2018) modeldir. Bu modele göre kişilik özellikleri; dışa dönüklük (girişkenlik, sosyallik), uyumluluk (nazik, işbirlikçi, sempatik), sorumluluk (planlı, sorumlu, çalışkan), deneyime açıklık (açık fikirli, özgün, yaratıcı) ve duygusal denge olarak sınıflandırılmıştır.

2.2. İnternet bağımlılığı

İnternet, Shuler (2002) tarafından “küresel bir bilgisayar ağı” olarak tanımlanmaktadır. İnternet ilk olarak 1969'da Amerika Birleşik Devletlerindeki farklı üniversitelerde yer alan dört bilgisayar arasında kurulmuştur (Dennis, 2021). Özellikle 1991'de World Wide Web'in halka tanıtılması ve devamında

Yahoo!, netflix, Google vb. şirketlerin kurulması ile birlikte tüm dünyaya yayılmıştır (Zimmermann ve Emspak, 2017). Günümüzde ise dünya genelindeki ortalama internet kullanımı 6 saat 43 dakika, ülkemizde ise 7 saat 29 dakika olarak gerçekleşmektedir (Kemp, 2020). Dolayısıyla internette ciddi bir süre geçirilmektedir.

Bağımlılık; “bireyin fiziksel, sosyal, ruhsal, zihinsel ve finansal refahı üzerindeki yıkıcı sonuçlarına rağmen, belirli bir faaliyette bulunmaya veya bir maddeyi kullanmaya yönelik alışılmış zorlama” (Young, Yue ve Ying, 2011, s. 6) anlamına gelmektedir ve madde bağımlılığı ile davranışsal bağımlılık olarak iki temel düzeyde ele alınmaktadır (Grant ve diğerleri, 2010). Madde bağımlılığı, bağımlılık yapıcı fiziksel madde kullanımı ile ilgili iken davranışsal bağımlılık, hastalık riski oluşturan ve kişisel ve sosyal sorunları artıran, tekrarlayan alışkanlık kalıbı olarak tanımlanmaktadır (Marlatt, Baer, Donovan ve Kivlahan, 1988, s. 224). İnternet bağımlılığı da davranışsal bağımlılık ile ilişkilendirilmektedir. İlk kez Young’ın (1996) çalışması ile ortaya koyulan internet bağımlılığı kavramı “sarhoş edici madde içermeyen bir dürtü kontrol bozukluğu” şeklinde tanımlanmıştır (Young, 1998). Young (1999), internet bağımlılığını siberseksüel bağımlılık, siber ilişki bağımlılığı, net zorlamalar, bilgi yüklemesi ile bilgisayar bağımlılığı olarak beş özel alt türde kategorize etmiştir. İnternetin kötüye kullanımı olarak da ifade edilen internet bağımlılığı fiziksel zararlardan ziyade akademik, ilişki, finansal ve mesleki alanlarda şiddetli etkilere sahiptir (Young, 1998, s. 241). Özellikle bilgisayar kullanılarak gerçekleştirilen mesleklerde internetin iş sırasında kişisel kullanımı (Garret ve Danziger, 2008a, s. 938), kişisel e-posta gönderme veya okuma (Messarra, Karkoulian ve McCarthy, 2011, s. 253), çevrimiçi oyun oynama, alışveriş sitelerinde gezinme, sosyal medya kullanımı vb. için organizasyonun internetinin kullanması iş yerinde internet bağımlılığı kavramını gündeme getirmiştir. Literatürde iş yerinde internet bağımlılığının iş yerinde stres ve kaygı ile başa çıkmanın bir yolu (Miltsov, 2021, s. 2) olarak görenler kadar zaman kullanımını verimsizleştirme ve çalışanların iş taleplerini gerçekleştirilmesini engelleme (Özler ve Polat, 2012, s. 3) olarak görenlerde bulunmaktadır.

Servidio (2014), internet bağımlılığı araştırmalarında kişilik özelliklerinin internet bağımlılığı üzerindeki etkisinin de incelenmesi gerektiğini ifade etmektedir. Literatür incelendiğinde ise Mottram ve Fleming (2009), Tosun ve Lajunen (2009), Ha, Kim, Bae, Bae, Kim, Sim, Lyoo ve Cho (2007), June, Sohn, So, Yi ve Park (2007), Tsai, Cheng ve Yeh (2009) ve Yao, He, Ko ve Pang (2014) çalışmalarında kişilik özelliklerinin internet bağımlılığı üzerinde etkisinin olduğunu ifade etmektedir.

2.3. İşten sıkılma

Literatürdeki tanımlamalara göre “işten sıkılma, işle ilgili düşük uyarılmanın olumsuz psikolojik durumu (Stock, 2015, s. 574)”, “işten sıkılma, çalışanların iş faaliyetlerine ilgi duymadıkları ve bunlara konsantre olmakta zorlandıkları hoş olmayan bir pasiflik durumu (Harju ve diğerleri, 2018)” ve “işten sıkılma, eldeki görevlerden ziyade dikkati dağıtmak gibi davranışsal sonuçlarda ortaya çıkan duygusal ve bilişsel bileşenlerden oluşan psikolojik bir iyi olmama durumu (Harju ve Hakanen, 2016, s. 375)” olarak ifade edilmektedir. Organizasyonlar tarafından göz ardı edilebilen (Cleary, Sayers, Lopez ve Hungerford, 2016, s. 83) ve çalışan refah ve üretkenliğini engelleyebilen (Harju ve Hakanen, 2016, s. 374) işten sıkılma yaygın görülen (Sousa ve Neves, 2020) bir durumdur. Bu durum organizasyonlarda iş gücü kaybı oluşturması nedeni ile mali yük oluşturabilmektedir (Watt ve Hargis, 2009, s. 163). Örneğin, ABD’de yılda 750 milyar doların üzerinde (Oprea, Iliescu, Burtăverde ve Dumitrache, 2019, s. 315) bir kayba neden olduğu değerlendirilmektedir. Dolayısıyla işten sıkılmanın nedenlerinin anlaşılması önem arz etmektedir. Literatürdeki çalışmalara göre işten sıkılmanın nedenleri arasında iletişim kurmayan iş arkadaşları (Fisher, 1993, s. 399), işteki kaynak eksikliği (Reijseger, Schaufeli, Peeters, Taris, Beek ve Ouweneel, 2013; Sousa ve Neves, 2020), terfi fırsatları (Loukidou, Loan-Clarke ve Daniels, 2009, s. 386) ve yüksek iş yükü (Matthews, Rääkkönen, Everson, Flory, Marco, Owens ve Lloyd, 2000) yer almaktadır.

2.4. Örgütsel yalnızlık

Örgütsel yalnızlık, “bir çalışma ortamında çalışanlar arasında iyi kalitede kişiler arası ilişkilerin algılanmamasından kaynaklanan sıkıntı (Wright, 2005, s. 63)” olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir deyişle çalışan, iş yerindeki diğer çalışanlar ile iletişim kursa dahi bu iletişim yeterli seviyede olmayabilir (Ghadi, 2017, s. 9). Dolayısıyla iş yeri arkadaşlıkları karşılıklı bağlılık, güven ve paylaşılan

değerleri içerdiğinde (Berman, West ve Richter, 2002, s. 217) örgütsel yalnızlık sorununun çözümünü teşkil edebilir. Bir başka tanımda ise örgütsel yalnızlık, “rekabet ortamı, sanal ekipler ve alternatif çalışma düzenlemeleri gibi çalışma ortamının belirli özellikleriyle birlikte var olan iş yerine özgü bir duygu” olarak da tanımlanmaktadır (Peng, Chen, Xia ve Ran, 2017, s. 510). İlgili tanımlamalarında desteklediği gibi Wright ve diğerleri (2006) örgütsel yalnızlığın “duygusal yoksunluk (izole olma, yabancılaşma)” ve “sosyal arkadaşlık (paylaşmak, vakit geçirmek, grubun parçası olmak gibi)” olmak üzere iki boyutunun olduğunu ifade etmektedir. Dolayısıyla örgütsel yalnızlık çok boyutlu bir yapıya sahiptir. Örgütsel yalnızlığı etkileyen unsurlar arasında kişilik (Wittenberg ve Reis, 1986), ağır iş yükü (Sekhon ve Srivastava, 2018), örgütsel iklim (Wright, 2005, s. 127; Lam ve Lau, 2012; Sekhon ve Srivastava, 2018), kişilerarası ilişki eksikliği (Wright ve diğerleri, 2006, s. 60), yeni bir işe başlamak (Lim, Eres ve Vasani, 2020, s. 794), iş rotasyonu veya terfi alma (Perlman ve Peplau, 1982) vb. yer almaktadır. Tüm bu unsurların etkilediği örgütsel yalnızlığın sonuçları da hem birey hem organizasyon için olumsuz olabilmektedir. Bu sonuçlar arasında depresyon (Theeke, 2009; Arslan, Yener ve Schermer, 2020), zihinsel bozukluk (Lam ve Lau, 2012, s. 4265), psikolojik stres (Pressman, Cohen, Miller, Barkin, Rabin ve Treanor, 2005), yüksek tansiyon (Hawkly, Masi, Berry ve Cacippo, 2006), takım ruhunda azalma (Arslan ve diğerleri, 2020), düşük iş performansı (Lim ve diğerleri, 2020, s. 800), iş tatmini ve yaratıcılığı azaltması (Santas, Isik ve Demir, 2016; Lam ve Lau, 2012; Peng ve diğerleri, 2017, s. 514) yer almaktadır. Değerlenen örgütsel yalnızlık sonuçlarının organizasyon açısından belki de en önemli sonucu organizasyon için değerli ve önemli personelin işten ayrılması olacaktır. Örgütsel yalnızlığın sonuçlarının zarar verici boyuta ulaşmadan örgütsel yalnızlık ile başa çıkabilmenin yolları arasında organizasyonların sosyal etkinlikler düzenlenmesi (Bozkurt, 2019, s. 68), çalışanlar arasındaki olumlu ilişkileri desteklenmesi (Erdil ve Ertosun, 2011) ve etkin bir iletişim ağının oluşturulması (Bakır ve Aslan, 2017) yer almaktadır.

2.5. İş tatmini

İş tatmini, ilk olarak 1911’de Taylor ve Gilbert tarafından “en az stres ve yorgunluk yaratacak bir yöntemle fabrikada çalışmak” olarak ifade edilmiştir. Literatürde yer alan diğer tanımlamalara bakıldığında genel olarak iş tatmininin duygusal bir durum (Locke, 1976, s. 1304; Bettencourt ve Sheldon, 2001) olduğu yönünde tanımlamalar bulunmaktadır. Ayrıca iş tatmini, “insanların işlerini sevmeye (tatmin) veya sevmeme (tatminsizlik) derecesi” (Spector, 1997; Garcı’a-Bernal, Gargallo-Castel, Marzo-Navarro ve Rivera-Torres, 2005, s. 280; Price ve Muller, 1986) olarak da tanımlanmaktadır. İş tatmini, bireyin işine yönelik tutum ve tepkisini etkilediği (Desa, Razak ve Jabar, 2019, s. 3) için önemli bir konudur. Literatürde iş tatmini etkileyen faktörler kişisel ve örgütsel faktörler olmak üzere iki grupta incelenmektedir. Kişisel faktörler arasında cinsiyet (Oshagbemi, 1997; Kaiser, 2007), yaş (Oshagbemi, 1997; Sarker, Crossman ve Chinmetepituck, 2003, s. 746), eğitim düzeyi (Çitçi ve Begen, 2019, s. 881), yetenek (Dixit ve Arrawatia, 2018, s. 427), medeni durum (Lisi, 2018; Ashraf, 2020) ve kişilik (Hackman ve Oldham, 1980; Eason, Mazerolle, Monsma ve Mensch, 2015, s. 1248) yer almaktadır. Örgütsel faktörler arasında ise ücret (Malik, Danish ve Munir, 2012; Çitçi ve Begen, 2019, s. 883), iletişim (Desa ve diğerleri, 2019, s. 2), terfi olanakları (Razak, Sarpan ve Ramlan, 2018, s. 19), yönetim tarzı (Liden, Wayne, Zhao ve Henderson, 2008) ve çalışma koşulları (Soeken, 2007; Alnuaimi, 2020) yer almaktadır. Birey ifade edilen faktörler nedeni ile iş tatminsizliği yaşadığında iş tatminsizliğini ayrılma (Farrell ve Rusbult, 1992, s. 204; Masum, Azad, Hoque, Beh, Wanke ve Arslan, 2016, s. 1), sadakatsizlik (Dhir, Dutta ve Ghosh, 2020), ihmâl (Farrell ve Rusbult, 1992, s. 202) ve ses yükseltme (Rajiani ve Buyong, 2013) olarak dışarı vurabilmektedir.

3. Yöntem

Bu araştırma için Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Komisyonu’nun 8 Aralık 2021 tarih ve 62378 sayılı kararı ile etik kurul onayı alınmıştır.

3.1. Amaç

Bu çalışmanın amacı; kişilik özellikleri, iş yerinde internet bağımlılığı, işten sıkılma, iş tatmini ve örgütsel yalnızlık arasında ilişki olup olmadığının tespiti ile iş tatmininin ve örgütsel yalnızlığın kişilik özellikleri ile internet bağımlılığı ve kişilik özellikleri ile işten sıkılma arasında aracılık rolünün olup olmadığının tespitidir.

3.2. Evren ve örneklem

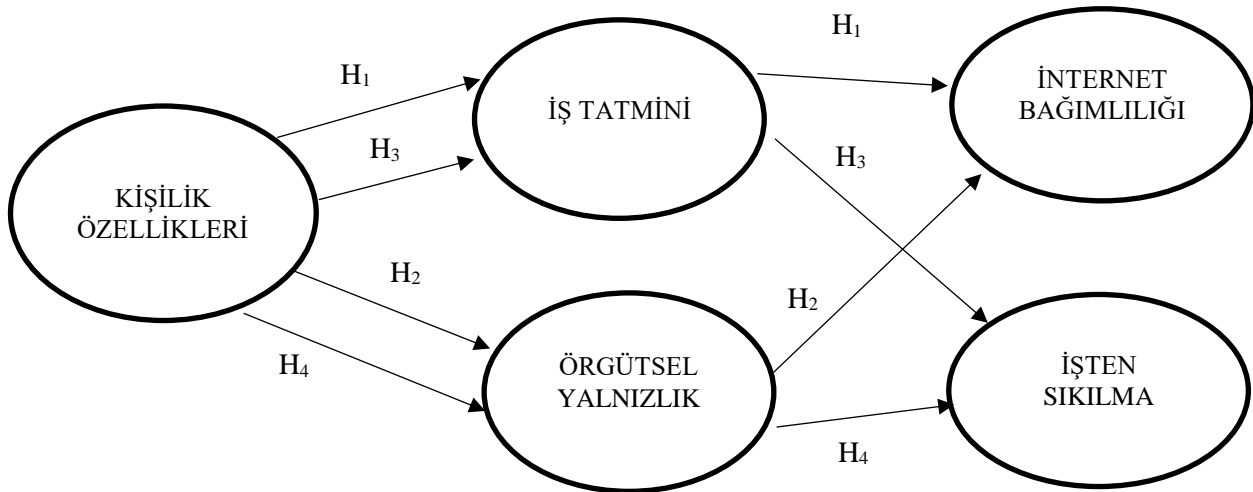
Araştırma evreni Ankara ilindeki 6 kamu kurumunun personelinden oluşmaktadır. Araştırma kapsamında 01.12.2021 – 29.01.2022 tarihleri arasında çevrimiçi ve anket formunun fiziksel dağıtımı yolu ile kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak 435 kamu personeline ulaşılmıştır. Eksik ve hatalı doldurulmuş olan 75 anket analizden çıkarılmış ve analizler 360 anket ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma evreninin yaklaşık 4000 personelden oluştuğu hesaplanmıştır. Ulaşılan örneklem büyüklüğü, 5000 anakütle büyüklüğü için 0,5 güven aralığında (0,05 hata payı) gerekli olan 357 kişiyi (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s. 50) aştığından dolayı örneklemin evreni temsil ettiği değerlendirilmektedir.

3.3. Veri toplama yöntemi

Araştırmada yer alan anket formu altı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde yaş, cinsiyet, öğrenim durumu, medeni durum, toplam çalışma süresi ve haftalık ortalama internette geçirilen süre bilgilerini almaya yönelik sorular bulunmaktadır. İkinci bölümde Young'ın (1998) geliştirdiği ve Pawlikowski, Altstötter-Gleich ve Brand'nin (2013) 12 ifadeli kısa forma dönüştürdüğü "İnternet Bağımlılığı Ölçeği" ile internet bağımlılık düzeyini ölçmeye yönelik ifadeler yer almaktadır. Kutlu, Savcı, Demir ve Aysan (2016) ölçeği Türkçe'ye uyarlamıştır. Ölçekten 12 ile 60 arasında puan alınabilmekte ve yüksek puanlar yüksek internet bağımlılığını ifade etmektedir. Üçüncü bölümde Brayfield ve Rothe'in (1951) geliştirdiği ve Judge, Locke, Durham ve Kluger'nin (1998) 5 ifadeli kısa forma dönüştürdüğü "İş Tatmini Ölçeği" ile iş tatmini düzeyini ölçmeye yönelik ifadeler yer almaktadır. Keser ve Bilir (2019) ölçeği Türkçe'ye uyarlamıştır. Dördüncü bölümde Reijseger ve diğerlerinin (2013) geliştirdiği altı ifadeli "İşte Can Sıkıntısı (Job Boredom) Ölçeği" ile işten sıkılma düzeyini ölçmeye yönelik ifadeler yer almaktadır. Kerse (2019) ölçeği Türkçe'ye uyarlamıştır. Beşinci bölümde DiMatteo'un (1987) geliştirdiği altı ifadeli "UCLA Yalnızlık Ölçeği" kısa formu ile iş yerinde yalnızlık düzeyini ölçmeye yönelik ifadeler yer almaktadır. Altıncı bölümde Gosling, Rentfrow ve Swann (2003) tarafından geliştirilen on ifadeli "Kişilik Ölçeği (Ten Item Personality Inventory)" ile kişilik özellikleri ölçülmeye çalışılmıştır. Ölçekler 5'li likert tipinde hazırlanmıştır. Veri analizlerinde SPSS 24 programından yararlanılmıştır.

3.4. Araştırma modeli ve hipotezler

Araştırma kapsamında Şekil 1'deki model oluşturulmuştur. Modele göre kişilik özellikleri bağımsız değişken, internet bağımlılığı ve işten sıkılma bağımlı değişkendir. Ayrıca iş tatmini ve örgütsel yalnızlık aracı değişkendir.



Şekil 1. Araştırma modeli

Şekil 1'e göre oluşturulan hipotezler aşağıdaki gibidir:

H₁: “Kişilik özellikleri ile internet bağımlılığı ilişkisinde iş tatminin aracılık etkisi bulunmaktadır.”

H₂: “Kişilik özellikleri ile internet bağımlılığı ilişkisinde örgütsel yalnızlığın aracılık etkisi bulunmaktadır.”

H₃: “Kişilik özellikleri ile işten sıkılma ilişkisinde iş tatmininin aracılık etkisi bulunmaktadır.”

H₄: “Kişilik özellikleri ile işten sıkılma ilişkisinde örgütsel yalnızlığın aracılık etkisi bulunmaktadır.”

4. Bulgular

Araştırmaya katılan personelin demografik özelliklere göre dağılımı Tablo 1’de gösterilmektedir. Tablo 1’deki verilere göre katılımcıların yaklaşık %39’unu kadın ve %61’ini erkek oluşturmaktadır. Katılımcıların %13,3’ü ön lisans, %64,4’ü lisans ve %22,2’si ise lisansüstü mezundur. Yine katılımcıların %82,8’i evli ve %17,2’si bekar. Katılımcıların toplam çalışma sürelerine bakıldığında ise katılımcıların %5’i beş yıldan kısa, %36,4’ü altı ile on yıl arası, %21,9’u on bir ile on beş yıl arası, %11,7’si on altı ile yirmi yıl arası ve %25’i yirmi yıl üzeri bir süredir çalışmaktadır. Katılımcıların yaş olarak en küçüğü 22 ve en büyüğü 64 yaşındadır. Katılımcıların yaş ortalaması ise 40,26’dır. Ayrıca katılımcılara yöneltilen “Bir haftada ortalama kaç saat internette vakit geçiriyorsunuz?” sorusuna en az 0 ve en fazla 100 saat olacak şekilde cevaplar verilmiştir. Ortalama internette geçirilen zaman 20,17 saat olarak hesaplanmıştır.

Tablo 1

Katılımcıların demografik özellikleri

Demografik Özellikler	Birey Sayısı	Oran (%)	
Cinsiyet	Kadın	142	39,4
	Erkek	218	60,6
Eğitim Durumu	Ön Lisans	48	13,3
	Lisans	232	64,4
	Lisans Üstü	80	22,2
Medeni Durum	Evli	298	82,8
	Bekar	62	17,2
Toplam Çalışma Süresi	□ < 5	18	5,0
	□ 6 – 10	131	36,4
	□ 11 – 15	79	21,9
	□ 16 – 20	42	11,7
	□ > 20	90	25,0
Demografik Özellikler	Ortalama		
Yaş	Minimum	22	40,26
	Maksimum	64	
Bir haftada internette ortalama geçirilen süre (saat)	Minimum	0	20,17
	Maksimum	100	

4.1. Korelasyon ve güvenirlilik analizi

Tablo 2’de internet bağımlılığı, iş tatmini, işten sıkılma, örgütsel yalnızlık ve kişilik özellikleri değişkenleri arasındaki ilişki düzeyleri ile güvenirlilik katsayıları görülmektedir. “Korelasyon analizi sonucunda elde edilen ‘r’ değeri 0,30’dan küçük ise değişkenler arası zayıf; 0,30 ile 0,50 arasında ise orta ve 0,50’den büyük bir değere sahip ise de güçlü bir ilişki bulunmaktadır” (Cohen, 2013).

Tablo 2

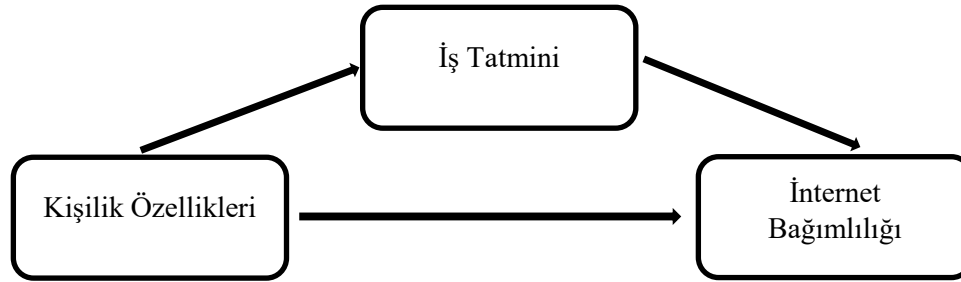
Değişkenler arası ilişkiler

	1	2	3	4	5
İnternet Bağımlılığı	(0,892)				
İş Tatmini	-0,146*	(0,759)			
İşten Sıkılma	0,267*	-0,598*	(0,839)		
Örgütsel Yalnızlık	0,275*	-0,244*	0,407*	(0,831)	
Kişilik Özellikleri	-0,315*	0,371*	-0,405*	-0,464*	(0,772)

* Korelasyon 0.01 düzeyinde alınmalıdır. ** Parantez içindeki değerler Cronbach Alfa güvenirlilik katsayılarıdır.

Tablo 2'deki sonuçlara göre internet bağımlılığı ile iş tatmini arasında anlamlı, negatif yönde ve zayıf bir ilişki; internet bağımlılığı ile işten sıkılma arasında anlamlı, pozitif ve zayıf bir ilişki; internet bağımlılığı ile örgütsel yalnızlık arasında anlamlı, pozitif ve zayıf bir ilişki; internet bağımlılığı ile kişilik özellikleri arasında anlamlı, negatif ve orta derecede bir ilişki bulunmaktadır. İşten sıkılma ile iş tatmini arasında anlamlı, negatif yönde ve güçlü bir ilişki; örgütsel yalnızlık ile iş tatmini arasında anlamlı, negatif yönde ve zayıf bir ilişki; kişilik özellikleri ile iş tatmini arasında anlamlı, pozitif yönde ve orta derecede bir ilişki bulunmaktadır. Örgütsel yalnızlık ile işten sıkılma arasında anlamlı, pozitif yönde ve orta derecede bir ilişki; kişilik özellikleri ile işten sıkılma arasında anlamlı, negatif yönde ve orta derecede bir ilişki; örgütsel yalnızlık ile kişilik özellikleri arasında anlamlı, negatif yönde ve orta derecede bir ilişki bulunmaktadır.

4.2. Kişilik özellikleri ile internet bağımlılığı ilişkisinde iş tatminin aracılık rolü



Şekil 2. Aracı değişken modeli 1

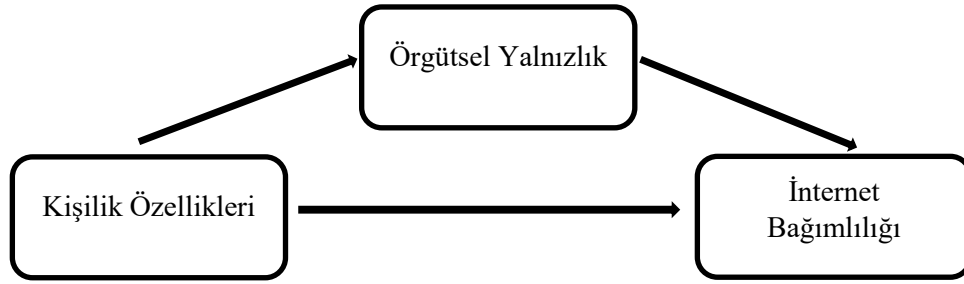
Tablo 3

Regresyon analizi sonuçları (Aracı değişken modeli 1)

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	F	R ²	Beta (β)	p
Kişilik Özellikleri	İnternet Bağımlılığı	39,432	0,099	-0,315	0,000
Kişilik Özellikleri	İş Tatmini	56,983	0,137	0,371	0,000
İş Tatmini	İnternet Bağımlılığı	7,768	0,021	-0,146	0,006
Kişilik Özellikleri	İnternet Bağımlılığı	19,876	0,100	-0,303	0,000
İş Tatmini	İnternet Bağımlılığı			-0,034	0,000

Tablo 3'te gösterilen regresyon analizi sonuçlarına göre bağımsız değişken olan kişilik özelliklerinin bağımlı değişken olan internet bağımlılığı üzerinde anlamlı bir etkisinin (β :-0,315; p :0,000) olduğu ve aracı değişken olarak öngörülen iş tatmini üzerinde de anlamlı bir etkisinin (β :0,371; p :0,000) olduğu, ayrıca iş tatmininin de internet bağımlılığı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin (β :-0,146; p :0,006) olduğu tespit edilmiştir. Bu ön koşullar sağlandıktan sonra aracılık etkisinin tespiti için bağımlı, bağımsız ve aracı değişkenin birlikte analiz edilmesi sonucunda elde edilen bulgulara göre kişilik özelliklerinin internet bağımlılığı üzerindeki etkisinin (β :-0,303; p :0,000) fark edilebilir derecede azaldığı, iş tatminin ise internet bağımlılığı üzerinde etkisinin (β :-0,034; p :0,000) devam ettiği tespit edilmiştir. Bu bulgular çerçevesinde “Kişilik özellikleri ile internet bağımlılığı ilişkisinde iş tatminin aracılık etkisi bulunmaktadır.” hipotezi (H_1) “kısmi aracılık etkisine sahiptir” ve H_1 kabul edilmiştir.

4.3. Kişilik özellikleri ile internet bağımlılığı ilişkisinde örgütsel yalnızlığın aracılık rolü



Şekil 3. Aracı değişken modeli 2

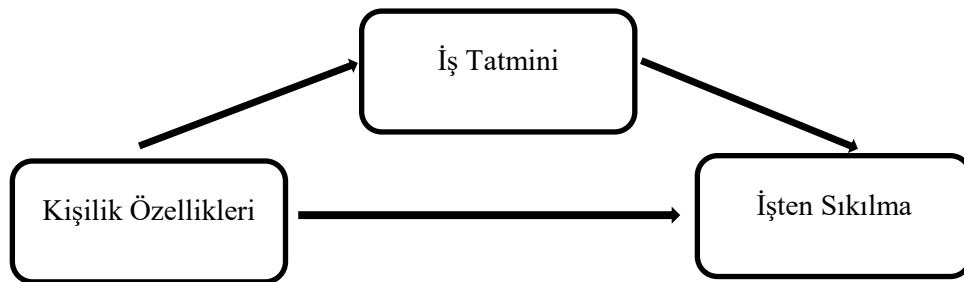
Tablo 4

Regresyon analizi sonuçları (Aracı değişken model 2)

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	F	R2	Beta (β)	p
Kişilik Özellikleri	İnternet Bağımlılığı	39,432	0,099	-0,315	0,000
Kişilik Özellikleri	Örgütsel Yalnızlık	98,225	0,215	-0,464	0,000
Örgütsel Yalnızlık	İnternet Bağımlılığı	29,175	0,075	0,275	0,000
Kişilik Özellikleri	İnternet Bağımlılığı	24,390	0,120	-0,239	0,000
Örgütsel Yalnızlık	İnternet Bağımlılığı			0,164	0,004

Tablo 4'te gösterilen regresyon analizi sonuçlarına göre bağımsız değişken olan kişilik özelliklerinin bağımlı değişken olan internet bağımlılığı üzerinde anlamlı bir etkisinin (β :-0,315; p :0,000) olduğu ve aracı değişken olarak öngörülen örgütsel yalnızlığın üzerinde de anlamlı bir etkisinin (β :-0,464; p :0,000) olduğu, ayrıca örgütsel yalnızlığın da internet bağımlılığı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin (β :0,275; p :0,000) olduğu tespit edilmiştir. Bu ön koşullar sağlandıktan sonra aracılık etkisinin tespiti için bağımlı, bağımsız ve aracı değişkenin birlikte analiz edilmesi sonucunda elde edilen bulgulara göre kişilik özelliklerinin internet bağımlılığı üzerindeki etkisinin (β :-0,239; p :0,000) fark edilebilir derecede azaldığı, örgütsel yalnızlığın ise internet bağımlılığı üzerinde etkisinin (β :0,164; p :0,004) devam ettiği tespit edilmiştir. Bu bulgular çerçevesinde “Kişilik özellikleri ile internet bağımlılığı ilişkisinde örgütsel yalnızlığın aracılık etkisi bulunmaktadır.” hipotezi (H_2) “kısmi aracılık etkisine sahiptir” ve H_2 kabul edilmiştir.

4.4. Kişilik özellikleri ile işten sıkılma ilişkisinde iş tatmininin aracılık rolü



Şekil 4. Aracı değişken modeli 3

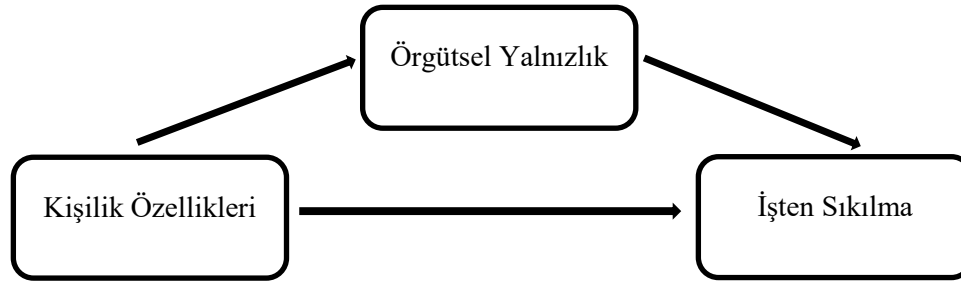
Tablo 5

Regresyon analizi sonuçları (Aracı değişken model 3)

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	F	R2	Beta (β)	p
Kişilik Özellikleri	İşten Sıkılma	70,333	0,164	-0,405	0,000
Kişilik Özellikleri	İş Tatmini	56,983	0,137	0,371	0,000
İş Tatmini	İşten Sıkılma	199,395	0,358	-0,598	0,000
Kişilik Özellikleri	İşten Sıkılma	117,518	0,397	-0,213	0,000
İş Tatmini	İşten Sıkılma			-0,519	0,000

Tablo 5'te gösterilen regresyon analizi sonuçlarına göre bağımsız değişken olan kişilik özelliklerinin bağımlı değişken olan işten sıkılma üzerinde anlamlı bir etkisinin (β :-0,405; p:0,000) olduğu ve aracı değişken olarak öngörülen iş tatmini üzerinde de anlamlı bir etkisinin (β :0,371; p:0,000) olduğu, ayrıca iş tatmininin de işten sıkılma üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin (β :-0,598; p:0,000) olduğu tespit edilmiştir. Bu ön koşullar sağlandıktan sonra aracılık etkisinin tespiti için bağımlı, bağımsız ve aracı değişkenin birlikte analiz edilmesi sonucunda elde edilen bulgulara göre kişilik özelliklerinin işten sıkılma üzerindeki etkisinin (β :-0,213; p:0,000) fark edilebilir derecede azaldığı, iş tatmininin ise işten sıkılma üzerinde etkisinin (β :-0,519; p:0,000) devam ettiği tespit edilmiştir. Bu bulgular çerçevesinde “Kişilik özellikleri ile işten sıkılma ilişkisinde iş tatmininin aracılık etkisi bulunmaktadır.” hipotezi (H₃) “kısmi aracılık etkisine sahiptir” ve H₃ kabul edilmiştir.

4.5. Kişilik özellikleri ile işten sıkılma ilişkisinde örgütsel yalnızlığın aracılık rolü



Şekil 5. Aracı değişken modeli 4

Tablo 6

Regresyon analizi sonuçları (Aracı değişken model 4)

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	F	R2	Beta (β)	p
Kişilik Özellikleri	İşten Sıkılma	70,333	0,164	-0,405	0,000
Kişilik Özellikleri	Örgütsel Yalnızlık	98,225	0,215	-0,464	0,000
Örgütsel Yalnızlık	İşten Sıkılma	71,271	0,166	0,407	0,000
Kişilik Özellikleri	İşten Sıkılma	51,992	0,226	-0,275	0,000
Örgütsel Yalnızlık	İşten Sıkılma			0,280	0,000

Tablo 6'da gösterilen regresyon analizi sonuçlarına göre bağımsız değişken olan kişilik özelliklerinin bağımlı değişken olan işten sıkılma üzerinde anlamlı bir etkisinin (β :-0,405; p:0,000) olduğu ve aracı değişken olarak öngörülen örgütsel yalnızlık üzerinde de anlamlı bir etkisinin (β :-0,464; p:0,000) olduğu, ayrıca örgütsel yalnızlığın da işten sıkılma üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin (β :0,407; p:0,000) olduğu tespit edilmiştir. Bu ön koşullar sağlandıktan sonra aracılık etkisinin tespiti için bağımlı, bağımsız ve aracı değişkenin birlikte analiz edilmesi sonucunda elde edilen bulgulara göre kişilik özelliklerinin işten sıkılma üzerindeki etkisinin (β :-0,275; p:0,000) fark edilebilir derecede azaldığı, örgütsel yalnızlığın ise işten sıkılma üzerinde etkisinin (β :0,280; p:0,000) devam ettiği tespit edilmiştir. Bu bulgular çerçevesinde “Kişilik özellikleri ile işten sıkılma ilişkisinde örgütsel yalnızlığın aracılık etkisi bulunmaktadır.” hipotezi (H₄) “kısmi aracılık etkisine sahiptir” ve H₄ kabul edilmiştir.

5. Sonuç ve tartışma

Bu çalışmada kişilik özellikleri ile iş yerinde internet bağımlılığı ve işten sıkılma arasındaki ilişkide iş tatmini ve örgütsel yalnızlığın aracılık rolü incelenmiştir. Bu kapsamda SPSS 24 paket programı ile öncelikle kullanılan ölçeklerin faktör analizleri yapılmıştır. Sonrasında geçerlik ve güvenilirlik analizleri ve devamında değişkenler arası ilişkileri test etmek için korelasyon analizi yapılmıştır. Aracılık etkisini analiz etmek için ise çoklu regresyon analizi yapılmıştır.

Korelasyon analizi sonuçlarına göre; iş tatmini ile iş yerinde internet bağımlılığı, işten sıkılma ile iş tatmini, örgütsel yalnızlık ile iş tatmini, kişilik özellikleri ile internet bağımlılığı, kişilik özellikleri ile işten sıkılma ve örgütsel yalnızlık ile kişilik özellikleri arasında negatif bir ilişki bulunmakta iken işten sıkılma ile iş yerinde internet bağımlılığı, örgütsel yalnızlık ile iş yerinde internet bağımlılığı, örgütsel yalnızlık ile işten sıkılma ve kişilik özellikleri ile iş tatmini arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Bu sonuçlar Sariyska ve diğerleri (2014), Sorondo (2017), Schermer ve Martin (2019), Oprea ve diğerleri (2019), Abubakar (2019), Avcı ve Şahin (2017), Doğan, Çetin ve Sungur (2009), Şişman ve Turan (2004) ve Wright (2005) çalışmalarında elde edilen sonuçlar ile benzerlik göstermektedir.

Araştırma sonuçlarına göre iş tatmini, kişilik özellikleri ile iş yerinde internet bağımlılığı arasında kısmi aracılık etkisine sahiptir. Böylece H₁ kabul edilmiştir. Dolayısıyla iş tatminini artırmak, kişilik özellikleri ile iş yerinde internet bağımlılığı ilişkisini kısmen güçlendirmektedir. Ayrıca kişilik özellikleri kısmen iş tatminini sağlamada etkili olabilmektedir ve iş tatminindeki artış kısmen iş yerindeki internet bağımlılığını azaltabilmektedir. Diğer bir sonuca göre örgütsel yalnızlık, kişilik özellikleri ile iş yerinde internet bağımlılığı arasında kısmi aracılık etkisine sahiptir. Böylece H₂ kabul edilmiştir. Dolayısıyla örgütsel yalnızlığı artırmak, kişilik özellikleri ile iş yerinde internet bağımlılığı ilişkisini kısmen güçlendirmektedir. Ayrıca kişilik özellikleri kısmen örgütsel yalnızlığı etkileyebilmekle birlikte örgütsel yalnızlıktaki artış kısmen internet bağımlılığını artırabilmektedir. Diğer bir sonuca göre ise iş tatmini, kişilik özellikleri ile işten sıkılma arasında kısmi aracılık etkisine sahiptir. Böylece H₃ kabul edilmiştir. Dolayısıyla iş tatmini artırmak, kişilik özellikleri ile işten sıkılma ilişkisini kısmen güçlendirmektedir. Ayrıca kişilik özellikleri kısmen iş tatminini sağlamada etkili olabilmekle birlikte iş tatminindeki artış kısmen işten sıkılmayı azaltabilmektedir. Son olarak ise örgütsel yalnızlık kişilik özellikleri ile işten sıkılma arasında kısmi aracılık etkisine sahiptir. Böylece H₄ kabul edilmiştir. Dolayısıyla örgütsel yalnızlığı artırmak, kişilik özellikleri ile işten sıkılma ilişkisini kısmen güçlendirmektedir. Ayrıca kişilik özellikleri kısmen örgütsel yalnızlığı etkileyebilmekle birlikte örgütsel yalnızlıktaki artış işten sıkılmayı artırabilmektedir.

Elde edilen sonuçlara organizasyonlar açısından bakıldığında çalışanın kişilik özelliklerinin çok önemli olduğu ifade edilebilir. Çünkü kişilik özellikleri, iş yerinde internet bağımlılığı ve işten sıkılma düzeylerini etkilemektedir. Bu nedenle işe alım sürecinde işe alınacak adaya kişilik testi uygulanması önerilir. Özellikle iş tatmininin ve örgütsel yalnızlığın etkisi de eklendiğinde organizasyonlar açısından düşük performans, düşük verimlilik, düşük çalışma isteği, artan sadakatsizlik, artan iş değiştirme isteği vb. sonuçların ortaya çıkma ihtimali artmaktadır. Dolayısıyla konuya bütüncül bir bakış açısı ile yaklaşıldığında çalışanın yüksek iş tatmini, düşük internet bağımlılığı, düşük örgütsel yalnızlık ve düşük işten sıkılma düzeyini tesis edecek faaliyetlerin gerçekleştirilmesi önerilir. Bu faaliyetler arasında çeşitli sosyal etkinliklerin düzenlenmesi, takım çalışmasının artırılması, iş yükü ve kaynakların adil dağılımının sağlanması ve bireyler arası iletişimin etkinliğinin artırılması vb. yer almaktadır. Ayrıca özellikle büyük ölçekli organizasyonlar için futbol, basketbol, futbol ve satranç gibi alanlarda müsabakaların düzenlenmesi, hem mesleki hem de sosyal gelişimi destekleyecek şekilde eğitimlerin düzenlenmesi ve çeşitli alanlarda kulüplerin (dağcılık kulübü, oryantiring kulübü, mobil oyun geliştirme kulübü vb.) oluşturulması gibi faaliyetlerinde yapılması önerilebilir.

Gelecek araştırmacıların farklı sektörlerde, farklı çalışma ortamlarında ve özellikle Z kuşağını da içine alacak şekilde yapacağı araştırmalar ilgili değişkenlerin ve aralarındaki ilişkilerin anlaşılması ve değerlendirilmesine önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Yazar beyanı**Araştırma ve yayın etiği beyanı**

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

Etik kurul onayı

Bu araştırma için Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Komisyonu'nun 8 Aralık 2021 tarih ve 62378 sayılı kararı ile etik kurul onayı alınmıştır.

Yazar katkıları

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkıda bulunmuştur.

Çıkar çatışması

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

Destek beyanı

Bu çalışma için herhangi bir destek alınmamıştır.

Kaynakça

- Abubakar, A. M. (2020). Approach to examine the nexus between boreout, generation, career, life and job satisfaction. *Personnel Review*, 49(1), 67-86. Doi: <https://doi.org/10.1108/PR-06-2017-0180>
- Allport, G. (1961). Patterns and growth in personality. New York: Holt, Rinehart, and Winston.
- Allport, G. W. (1937). Personality: A psychological interpretation. New York: Holt.
- Alnuaimi, K., Ali, R., ve Al-Younis, N. (2020). Job Satisfaction, Work Environment and Intent to Stay of Jordanian Midwives. *International Council of Nurses*, 1-8. Doi: <https://doi.org/10.1111/inr.12605>
- Antonioni, D. (1998). Relationship between the big five personality factors and conflict management styles. *International Journal of Conflict Management*, 9(4), 336 - 355. Doi: <https://doi.org/10.1108/eb022814>
- Ardıç, K., ve Gündoğmuş, E. (2016). The Impact of Personality Characteristics on Employer Attractiveness. *Journal of Behavior at Work*, 1(1), 1-14.
- Arslan, A., Yener, S., ve Schermer, J. A. (2020). Predicting Workplace Loneliness in the Nursing Profession. *Journal of Nursing Management*, 28(3). Doi: <https://doi.org/10.1111/jonm.12987>
- Ashraf, M. A. (2020). Demographic Factors, Compensation, Job Satisfaction and Organizational Commitment in Private University: An Analysis Using SEM. *Journal of Global Responsibility*, 11(4), 407-436. Doi: <https://doi.org/10.1108/JGR-01-2020-0010>
- Avcı, D. K., ve Şahin, H. A. (2017). Relationship between Burnout Syndrome and Internet Addiction, and the Risk Factors in Healthcare Employees. *Konuralp Medical Journal*, 9(2), 78-85. Doi: <https://doi.org/10.18521/ktd.299196>
- Aydogmus, C., Camgoz, S. M., Ergeneli, A., ve Ekmekci, O. T. (2018). Perceptions of Transformational Leadership and Job Satisfaction: The Roles of Personality Traits and Psychological Empowerment. *Journal of Management and Organization*, 24(1), 81-107. Doi: <https://doi.org/10.1017/jmo.2016.59>
- Bakan, I., ve Buyukbese, T. (2013). The Relationship between Employees' Income Level and Employee Job Satisfaction: An Empirical Study. *International Journal of Business and Social Science*, 4(7), 18-25.
- Bakır, A. A., ve Aslan, M. (2017). Examining The Relationship Between Principals Organizational Loneliness and Job Satisfaction Levels. *European Journal of Education Studies*, 3(6). Doi: <http://dx.doi.org/10.46827/ejes.v0i0.715>
- Berman, E. M., West, J. P., ve Richter, M. N. (2002). Workplace Relations: Friendship Patterns and Consequences (According to Managers). *Public Administrative Review*, 62(2), 217-230. Doi: <https://doi.org/10.1111/0033-3352.00172>
- Bettencourt, B., ve Sheldon, K. (2001). Social Roles as Mechanism for Psychological Need Satisfaction Within Social Groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(6), 1131-1143. Doi: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.81.6.1131>

- Bilsky, W., ve Schwartz, S. H. (1994). Values and personality. *European Journal of Personality*, 8, 163-181. Doi: <https://doi.org/10.1002/per.2410080303>
- Bouchard, T. J., ve Loehlin, J. C. (2001). Genes, Evolution, and Personality. *Behavior Genetics*, 31, 243-273. Doi: <https://doi.org/10.1023/A:1012294324713>
- Bozkurt, Ö. (2019). Örgütsel Yalnızlık. E. Kaygın, ve G. Kosa içinde, *Olumsuz Boyutlarıyla Örgütsel Davranış*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Buecker, S., Maes, M., Denissen, J. J., ve Luhmann, M. (2020). Loneliness and the Big Five Personality Traits: A Meta-analysis. *European Journal of Personality*. Doi: <https://doi.org/10.1002/per.2229>
- Cleary, M., Sayers, J., Lopez, V., ve Hungerford, C. (2016). Boredom in the Workplace: Reasons, Impact, and Solutions. *Issues in Mental Health Nursing*, 37(2), 83-89. Doi: <https://doi.org/10.3109/01612840.2015.1084554>
- Çitçi, S. H., ve Begen, N. (2019). Macroeconomic Conditions at Workforce Entry and Job Satisfaction. *International Journal of Manpower*, 40(5), 879-893. Doi: <https://doi.org/10.1108/IJM-02-2018-0048>
- Dennis, M. A. (2021). Internet, <https://www.britannica.com/technology/Internet> adresinden alındı
- Desa, N. M., Razak, A. A., ve Jabar, N. D. (2019). Communication and Job Satisfaction among Workers in the Department of Trade Union Affairs in the Northern State of Malaysia. *European Scientific Journal*, 15(28), 1-14. Doi: <https://doi.org/10.19044/esj.2019.v15n28p1>
- Dhir, S., Dutta, T., ve Ghosh, P. (2020). Linking Employee Loyalty with Job Satisfaction Using PLS–SEM Modelling. *Personnel Review*, 49(8), 1695-1711. Doi: <https://doi.org/10.1108/PR-03-2019-0107>
- Distel, M. A., Rebollo-Mesa, I., Abdellaoui, A., Derom, C. A., Willemsen, G., Cacioppo, J. T., ve Boomsma, D. I. (2010). Familial resemblance for loneliness. *Behavior Genetics*, 40(4), 480–494. Doi: <https://doi.org/10.1007/s10519-010-9341-5>
- Dixit, S., ve Arrawatia, M. A. (2018). The Impact of Talent Management on Job Satisfaction and Employee Performance in Public Sector Banks of Rajasthan. *International Journal of Creative Research Thoughts*, 6(1), 425-435.
- Doğan, T., Çetin, B., ve Sungur, M. Z. (2009). Reliability and validity of the Turkish version of loneliness at work scale. *Anatolian Journal of Psychiatry*, 10, 271-277.
- Drory, A. (1982). Individual Differences in Boredom Proneness and Task Effectiveness at Work. *Personnel Psychology*, 35, 141-151. Doi: <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1982.tb02190.x>
- Eason, C. M., Mazerolle, S. M., Monsma, E. V., ve Mensch, J. M. (2015). The Role of Personality in Job Satisfaction Among Collegiate Athletic Trainers. *Journal of Athletic Training*, 50(12), 1247–1255. Doi: <https://doi.org/10.4085/1062-6050-50.11.08>
- Erdila, O., ve Ertosun, Ö. G. (2011). The Relationship between Social Climate and Loneliness in the Workplace and Effects on Employee Well-Being. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 505–525. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.09.091>
- Ertosuna, Ö. G., ve Erdilb, O. (2012). The Effects of Loneliness on Employees' Commitment and Intention to Leave. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 41, 469–476. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.04.057>
- Farrelli, D., ve Rusbult, C. E. (1992). Exploring the Exit, Voice, Loyalty, and Neglect Typology: The Influence of Job Satisfaction, Quality of Alternatives, and Investment Size. *Employee Responsibilities and Rights Journal*, 5(3), 201 - 218. Doi: <https://doi.org/10.1007/BF01385048>
- Fisher, C. (1993). Boredom at work: a neglected concept. *Human Relations*, 46(3), 395-417. Doi: <https://doi.org/10.1177/001872679304600305>
- Funder, D. (1997). *The Personality Puzzle*. New York: Norton.
- Gao, Y., Shi, J., Niu, Q., ve Wang, L. (2012). Work–Family Conflict and Job Satisfaction: Emotional Intelligence as a Moderator. *Stress Health*, 29(3). Doi: <https://doi.org/10.1002/smi.2451>
- García-Bernal, J., Gargallo-Castel, A., Marzo-Navarro, M., ve Rivera-Torres, P. (2005). Job satisfaction: empirical evidence of gender differences. *Women in Management Review*, 20(4), 279-288. Doi: <https://doi.org/10.1108/09649420510599098>

- Garrett, R. K., ve Danziger, J. N. (2008a). Disaffection or expected outcomes: Understanding personal Internet use during work. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 937-958. Doi: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2008.00425.x>
- Ghadi, M. Y. (2017). The impact of workplace spirituality on voluntary turnover intentions through loneliness in work. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 33(1), 1-10. Doi: <https://doi.org/10.1108/JEAS-03-2016-0005>
- Gosling, S. D., Rentfrow, P. J., ve Swann, W. B. (2003). A Very Brief Measure of the Big-Five Personality Domains. *Journal of Research in Personality*, 37, 504-528. Doi: [https://doi.org/10.1016/S0092-6566\(03\)00046-1](https://doi.org/10.1016/S0092-6566(03)00046-1)
- Grant, J. E., Potenza, M. N., Weinstein, A., ve Gorelick, D. A. (2010). Introduction to Behavioral Addictions. *The American Journal of Drug and Alcohol Abuse*, 36, 233-241. Doi: <https://doi.org/10.3109/00952990.2010.491884>
- Guglielmia, D., Simbulab, S., Mazzettia, G., Tabanellic, M. C., ve Bonfiglioli, R. (2013). When the job is boring: The role of boredom in organizational contexts. *Work*, 45(3), 311-322.
- Ha, J. H., Kim, S. Y., Bae, S. C., Bae, S., Kim, H., Sim, M., . . . Cho, S. (2007). Depression and Internet addiction in adolescents. *Psychopathology*, 40(6), 424-430. Doi: <https://doi.org/10.1159/000107426>
- Hackman, J. R., ve Oldham, G. R. (1980). Work Redesign. *Addison Wesley, Reading, MA*. Doi: <https://doi.org/10.1177/105960118200700110>
- Harju, L. K., ve Hakanen, J. J. (2016). An employee who was not there: a study of job boredom in white-collar work. *Personnel Review*, 45(2), 374-391. Doi: <https://doi.org/10.1108/PR-05-2015-0125>
- Harju, L. K., Hakanena, J. J., ve Schaufeli, W. B. (2016). Can job crafting reduce job boredom and increase work engagement? A three-year cross-lagged panel study. *Journal of Vocational Behavior*, 95(96), 11-20. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2016.07.001>
- Harju, L. K., Schaufeli, W. B., ve Hakanen, J. J. (2018). A multilevel study on servant leadership, job boredom and job crafting. *Journal of Managerial Psychology*. Doi: <https://doi.org/10.1108/JMP-08-2016-0237>
- Harkness, A. R., ve Lilienfeld, S. O. (1997). Individual Differences Science for Treatment Planning: Personality Traits. *Psychological Assessment*, 9(4), 349-360. Doi: <https://doi.org/10.1037/1040-3590.9.4.349>
- Hauuret, L., ve Williams, D. R. (2017). Cross-National Analysis of Gender Differences in Job Satisfaction. *Industrial Relations*, 56(2), 203-233. Doi: <https://doi.org/10.1111/irel.12171>
- Hawkly, L. C., Masi, C. M., Berry, J. D., ve Cacippo, J. T. (2006). Loneliness is a unique predictor of age-related differences in systolic blood pressure. *Psychology and Aging*, 21, 152-164. Doi: <https://doi.org/10.1037/0882-7974.21.1.152>
- Hooff, M. L., ve Hooft, E. A. (2016). Boredom at work: towards a dynamic spillover model of need satisfaction, work motivation, and work-related boredom. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 1-16. Doi: <https://doi.org/10.1080/1359432X.2016.1241769>
- Judge, T. A., Locke, E. A., Durham, C. C., ve Kluger, A. N. (1998). Dispositional Effects on Job and Life Satisfaction: The Role of Core Evaluations. *Journal of Applied Psychology*, 83(1), 17-34. Doi: <https://doi.org/10.1037/0021-9010.83.1.17>
- June, K. J., Sohn, S. Y., So, A. Y., Yi, G. M., ve Park, S. H. (2007). A Study of Factors that Influence Internet Addiction, Smoking and Drinking in High School Students. *J Korean Acad Nurs*, 37(6), 872-882. Doi: <https://doi.org/10.4040/jkan.2007.37.6.872>
- Kaiser, L. C. (2002). Job Satisfaction: A Comparison of Standard, Non-Standard, and Self-Employment Patterns across Europe with a Special Note to the Gender/Job Satisfaction Paradox. *EPAG Working Paper No. 27. Colchester, UK: University of Essex*.
- Kandler, C. (2012). Nature and Nurture in Personality Development: The Case of Neuroticism and Extraversion. *Current Directions in Psychological Science*, 21(5), 290-296. Doi: <https://doi.org/10.1177/0963721412452557>
- Kardiner, A. (1939). The individual and his society: The psychodynamics of primitive social organization. New York: Columbia University Press. Doi: <https://doi.org/10.1017/S0031819100036676>

- Kemp, S. (2020, 01 30). <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media-adresinden-alindi>
- Kerse, G. (2019). İş Becerikliliğinin İşte Can Sıkıntısı Üzerindeki Etkisi: İmalat Sektörü Bağlamında Bir İnceleme. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 54(1), 531-548.
- Keser, A., ve Bilir, B. Ö. (2019). İş Tatmini Ölçeğinin Türkçe Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(3), 229-239.
- Kutlu, M., Savcı, M., Demir, Y., ve Aysan, F. (2016). Young İnternet Bağımlılığı Testi Kısa Formunun Türkçe Uyarlaması: Üniversite Öğrencileri ve Ergenlerde Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması. *Anatolian Journal of Psychiatry*, 17(1), 69-76. Doi: <https://doi.org/10.5455/apd.190501>
- Lam, L. W., ve Lau, D. C. (2012). Feeling lonely at work: investigating the consequences of unsatisfactory workplace relationships. *The International Journal of Human Resource Management*, 23(20), 4265-4282. Doi: <https://doi.org/10.1080/09585192.2012.665070>
- Liden, R. C., Wayne, S. J., Zhao, H., ve Henderson, D. (2008). Servant Leadership: Development of a Multidimensional Measure and Multi-Level Assessment. *Leadership Quarterly*, 19, 161-177. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2008.01.006>
- Lim, M. H., Eres, R., ve Vasan, S. (2020). Understanding loneliness in the twenty-first century: an update on correlates, risk factors, and potential solutions. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 55, 793-810. Doi: <https://doi.org/10.1007/s00127-020-01889-7>
- Lisi, G. (2018). Job Satisfaction, Job Match Quality, and Labour Supply Decisions. *International Review of Economics*, 65(4), 489-505. Doi: <https://doi.org/10.1007/s12232-018-0311-1>
- Locke, E. A. (1976). The Nature and Causes of Job Satisfaction. *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*, Rand McNally, Chicago, IL, 1297-1350.
- Loukidou, L., Loan-Clarke, J., ve Daniels, K. (2009). Boredom in the workplace: More than monotonous task. *International Journal of Management Reviews*, 11(4), 381-405. Doi: <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00267.x>
- Malik, M. E., Danish, R. Q., ve Munir, Y. (2012). The Impact of Pay and Promotion on Job Satisfaction: Evidence from Higher Education Institutes of Pakistan. *American Journal of Economics*, 6-9. Doi: <https://doi.org/10.5923/j.economics.20120001.02>
- Marlatt, G., Baer, J., Donovan, D., ve Kivlahan, D. (1988). Addictive behaviors: etiology and treatment. *Annual Review of Psychology*, 39, 223-252. Doi: <https://doi.org/10.1146/annurev.ps.39.020188.001255>
- Masum, A. K., Azad, M. A., Hoque, K. E., Beh, L.-S., Wanke, P., ve Arslan, Ö. (2016). Job Satisfaction and Intention to Quit: An Empirical Analysis of Nurses in Turkey. *PeerJ*, 1-23. Doi: <https://doi.org/10.7717/peerj.1896>
- Matthews, K. A., Räikkönen, K., Everson, S. A., Flory, J. D., Marco, C. A., Owens, J. F., ve Lloyd, C. E. (2000). Do the daily experiences of healthy men and women vary according to occupational prestige and work strain? *Psychosomatic Medicine*, 62, 346-353. Doi: <https://doi.org/10.1097/00006842-200005000-00008>
- McCartney, K., Harris, M. J., ve Bemieri, F. (1990). Growing Up and Growing Apart: A Developmental Meta-Analysis of Twin Studies. *Psychological Bulletin*, 107, 226-237. Doi: <https://doi.org/10.1037/0033-2909.107.2.226>
- McDougall, W. (1932). Of the Words Character and Personality. *Character Personality*, 1, 3-16. Doi: <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1932.tb02209.x>
- Messarra, L. C., Karkoulian, S., ve McCarthy, R. (2011). To restrict or not to restrict personal internet usage on the job. *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*, 4(4), 253-266. Doi: <https://doi.org/10.1108/17537981111190042>
- Miltsov, A. (2021). Resistance, recuperation, or deviance? The meaning of personal internet use at work. *New Technology, Work and Employment*, 1-19. Doi: <https://doi.org/10.1111/ntwe.12195>
- Mottram, A. J., ve Fleming, M. J. (2009). Extraversion, Impulsivity, and Online Group Membership as Predictors of Problematic Internet Use. *CyberPsychology ve Behavior*, 12(3), 319-321. Doi: <https://doi.org/10.1089/cpb.2007.0170>

- Neal, A., Yeo, G., Koy, A., ve Xiao, T. (2012). Predicting the Form And Direction of Work Role Performance From The Big 5 Model of Personality Traits. *Journal of Organizational Behavior*, 33, 175-192. Doi: <https://doi.org/10.1002/job.742>
- Oprea, B., Iliescu, D., Burtăverde, V., ve Dumitrache, M. (2019). Personality and boredom at work: the mediating role of job crafting. *Career Development International*, 24(4), 315-330. Doi: <https://doi.org/10.1108/CDI-08-2018-0212>
- Oshagbemi, T. (1997). The influence of rank on the job satisfaction of organizational members. *Journal of Managerial Psychology*, 12(8), 511-519. Doi: <https://doi.org/10.1108/02683949710189111>
- Özler, D. E., ve Polat, G. (2012). Cyberloafing phenomenon in organizations: determinants and impacts. *International Journal of eBusiness and eGovernment Studies*, 4(2), 1-15.
- Pawlikowski, M., Altstötter-Gleich, C., ve Brand, M. (2013). Validation and psychometric properties of a short version of Young's Internet. *Computers in Human Behavior*, 29, 1212-1223. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.10.014>
- Peng, J., Chen, Y., Xia, Y., ve Ran, Y. (2017). Workplace loneliness, leader-member exchange and creativity: The cross-level moderating role of leader compassion. *Personality and Individual Differences*, 104, 510-515. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.09.020>
- Peplau, L. A., ve Permian, D. (1982). Perspectives on loneliness. In L. A. Peplau ve D. Perlman (Eds.), *Loneliness: A sourcebook of current theory, research and therapy*. New York: Wiley. 1-20.
- Pressman, S. D., Cohen, S., Miller, G. E., Barkin, A., Rabin, B. S., ve Treanor, J. J. (2005). Loneliness, social network size, and immune response to influenza vaccination in college freshmen. *Health Psychology*, 24, 297-306. Doi: <https://doi.org/10.1037/0278-6133.24.3.297>
- Price, J. L., ve Muller, C. W. (1986). Absenteeism and Turnover among Hospital Employees. *JAI Press, Greenwich, CT*.
- Rajiani, I., ve Buyong, E. (2013). Loyalty and Neglect as Responses To Dissatisfying Job Conditions (The Role of Personality). *Journal of Administrative Science*, 10(1).
- Razak, A., Sarpan, S., ve Ramlan, R. (2018). Influence of Promotion and Job Satisfaction on Employee Performance. *Journal of Accounting, Business and Finance Research*, 3(1), 18-27. Doi: <https://doi.org/10.20448/2002.31.18.27>
- Reijseger, G., Schaufeli, W. B., Peeters, M. C., Taris, T. W., Beek, I. v., ve Ouweneel, E. (2013). Watching the paint dry at work: psychometric examination of the Dutch boredom scale. *Anxiety, Stress and Coping*, 26(5), 508-525. Doi: <https://doi.org/10.1080/10615806.2012.720676>
- Robbins, S. P., ve Judge, R. (2015). *Örgütsel Davranış*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Santas, G., Isik, O., ve Demir, A. (2016). The effect of loneliness at work; work stress on work alienation and work alienation on employees' performance in Turkish health care institution. *South Asian Journal of Management Sciences*, 10(2), 30 - 38. Doi: <https://doi.org/10.21621/sajms.2016102.03>
- Sariyska, R., Reuter, M., Bey, K., Sha, P., Li, M., Chen, Y.-F., . . . Montag, C. (2014). Self-esteem, personality and Internet Addiction: A cross-cultural comparison study. *Personality and Individual Differences*, 28-33. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.01.001>
- Sarker, S. J., Crossman, A., ve Chinmeteeptuck, P. (2003). The relationships of age and length of service with job satisfaction: an examination of hotel employees in Thailand. *Journal of Managerial Psychology*, 18(7), 745-758. Doi: <https://doi.org/10.1108/02683940310502421>
- Sartık, H., ve Ballı, A. İ. (2020). Kişilik Özelliklerinin Kariyer Uyum Yeteneğine Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(1), 68-86.
- Schermer, J. A., ve Martin, N. G. (2019). A behavior genetic analysis of personality and loneliness. *Journal of Research in Personality*, 78, 133-137. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2018.11.011>
- Sekhon, S. K., ve Srivastava, M. (2018). Conquering workplace loneliness Individual or organization accountability. *Human Resource Management International Digest*. Doi: <https://doi.org/10.1108/HRMID-09-2018-0182>

- Servidio, R. (2014). Exploring the Effects of Demographic Factors, Internet Usage and Personality Traits on Internet Addiction in A Sample of Italian Oniversity Students. *Computers in Human Behavior*, 35, 85-92. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.02.024>
- Shuler,R.(2002). How Does the Internet Work?. <https://web.stanford.edu/class/msande91si/www-spr04/readings/week1/InternetWhitepaper.htm> adresinden alındı
- Sorondo, B. M. (2017). Associations between Affect, Personality, and Job Satisfaction Among Library Employees: Efficient and Ethical Assessment of Library Staff. *In Emotion in the Library Workplace*, 37, 35-56.
- Sousa, T., ve Neves, P. (2020). Two Tales of Rumination and Burnout: Examining the Effects of Boredom and Overload. *Applied Psychology*, 70(4), 1-40. Doi: <https://doi.org/10.1111/apps.12257>
- Spector, P. E. (1997). Job Satisfaction: Application, Assessment, Causes, and Consequences, . *Sage Publications, Thousand Oaks, CA*. Doi: <https://doi.org/10.4135/9781452231549>
- Stock, R. M. (2015). Is boreout a threat to frontline employees' innovative work behavior? *Journal of Product Innovation Management*, 32(4), 574-592. Doi: <https://doi.org/10.1111/jpim.12239>
- Şişman, M., ve Turan, S. (2004). Bazı örgütsel değişkenler açısından çalışanların iş doyumunu ve sosyal-duygusal yalnızlık düzeyleri (meb şube müdür adayları üzerinde bir araştırma). *Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 117-128.
- Tellegen, A. (1988). The Analysis of Consistency in Personality Assessment. *Journal of Personality*, 56, 621-663. Doi: <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1988.tb00905.x>
- Theeke, L. A. (2009). Predictors of loneliness in U.S. adults over age sixty-five. *Archives of Psychiatric Nursing*, 23, 387-396. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.apnu.2008.11.002>
- Thorne, A. (2000). Personal Memory Telling and Personality Development. *Personality and Social Psychology Review*, 4(1), 45-56. Doi: https://doi.org/10.1207/S15327957PSPR0401_5
- Tosun, L. P., ve Lajunen, T. (2009). Why Do Young Adults Develop a Passion for Internet Activities? The Associations among Personality, Revealing “True Self” on the Internet, and Passion for the Internet. *CyberPsychology and Behavior*, 12(4), 401–406. Doi: <https://doi.org/doi.org/10.1089/cpb.2009.0006>
- Tsai, H. F., Cheng, S. H., ve Yeh, T. L. (2009). The Risk Factors of Internet Addiction: A Survey of University Freshmen. *Psychiatry Research*, 167, 294–299. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2008.01.015>
- Wang, B., ve Dong, X. (2018). The Association Between Personality and Loneliness: Findings From a Community-Dwelling Chinese Aging Population. *Gerontology and Geriatric Medicine*, 4, 1-9. Doi: <https://doi.org/10.1177/2333721418778181>
- Watt, J. D., ve Hargis, M. B. (2009). Boredom Proneness: Its Relationship with Subjective Underemployment, Perceived Organizational Support, and Job Performance. *J Bus Psychol*, 25, 163–174. Doi: <https://doi.org/10.1007/s10869-009-9138-9>
- Wittenberg, M., ve Reis, H. (1986). Loneliness, Social Skills, and Social Perception. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 12(1), 121-130.
- Wright, S. L. (2005). Organizational Climate, Social Support and Loneliness in the Workplace. *In The Effect of Affect in Organizational Settings*, 123-142. Doi: [https://doi.org/10.1016/S1746-9791\(05\)01106-5](https://doi.org/10.1016/S1746-9791(05)01106-5)
- Wright, S. L., Burt, C. D., ve Strongman, K. T. (2006). Loneliness in the Workplace: Construct Definition and Scale Development. *New Zealand Journal of Psychology*, 35(2), 59-68.
- Yao, M. Z., He, J., Ko, D. M., ve Pang, K. (2014). The Influence of Personality, Parental Behaviors, and Self-Esteem on Internet Addiction: A Study of Chinese College Students. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(2), 104-110. Doi: <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0710>
- Yazıcıoğlu, F., ve Erdoğan, S. (2014). *Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Young, K. S. (1996). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Poster presented at the 104th Annual Convention of the American Psychological Association in Toronto, Canada, August 16*. Doi: <http://dx.doi.org/10.1089/cpb.1998.1.237>
- Young, K. S. (1998). Internet Addiction: The Emergence of a New Clinical Disorder. *CyberPsychology and Behavior*, 1(3), 237-244. Doi: <https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.237>
- Young, K. S. (1999). Internet Addiction: Symptoms, Evaluation, And Treatment. *Clinical Practice*, 17.

- Young, K. S., Yue, X. Y., ve Ying, L. (2011). Prevalence estimates and etiologic models of internet. *Internet Addiction: A Handbook and Guide to Evaluation and Treatment*, John Wiley and Sons, Hoboken, NJ, 3-17. Doi: <https://doi.org/10.13140/2.1.3881.0566>
- Zangaro, G. A., ve Soeken, K. L. (2007). A Meta-Analysis of Studies of Nurses' Job Satisfaction. *Research in Nursing and Health*, 30, 445-458. Doi: <https://doi.org/10.1002/nur.20202>
- Zimmermann, K. A., ve Emspak, J. (2017, Haziran 27). Internet History Timeline: ARPANET to the World Wide Web. <https://www.livescience.com/20727-internet-history.html> adresinden alındı.



Yatırım harcamaları ve dış ticaretin sigortacılık sektörü üzerindeki rolü: Türkiye'den ampirik kanıtlar*

Serkan Göksu**

**Dr. Öğr. Üyesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Dinar Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Dinar, Afyonkarahisar, 03400, Türkiye.
E-posta: sgöksu@aku.edu.tr ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3261-6769>

MAKALE BİLGİSİ

Geliş tarihi: 01.08.2023
Kabul tarihi: 02.10.2023
Çevrimiçi kullanım tarihi: 28.10.2023
Makale Türü: Araştırma makalesi

Anahtar Kelimeler:

A-ARDL, sigortacılık sektörü, yatırım harcamaları, dış ticaret.

ÖZ

Son yıllarda sigortacılık sektöründe kayda değer ilerlemeler yaşanmasına rağmen Türkiye, sigorta penetrasyon oranı açısından OECD içerisinde en düşük yoğunluğa sahip ülke olarak dikkat çekmektedir. Dolayısıyla Türkiye için sigortacılık sektörü üzerinde etkili olabilecek faktörlerin belirlenmesi önemlidir. Bu bağlamda çalışma, yatırım harcamaları ve dış ticaretin sigortacılık sektörü üzerindeki olası etkilerine odaklanmaktadır. Değişkenler arasındaki ilişki, 1983-2021 dönemine ilişkin verilerle A-ARDL eşbütünleşme ve Toda-Yamamoto nedensellik testleri vasıtasıyla sınanmaktadır. Ampirik bulgular şu şekildedir: (i) Yatırım harcamaları, dış ticaret ve sigortacılık sektörü eşbütünleşiktir. (ii) Yatırım harcamaları ve dış ticaret, sigortacılık sektörünü uzun dönemde pozitif, kısa dönemde negatif etkilemektedir. (iii) Uzun dönemli katsayıların etki büyüklüğü kısa dönemli katsayılardan daha baskındır. (iv) Sigortacılık sektörüyle yatırım harcamaları ve dış ticaret değişkenleri arasında ayrı ayrı çift yönlü nedensellik ilişkileri vardır. Bu sonuçlar, Türkiye'de sigortacılık sektörü için geri besleme hipotezinin geçerli olduğunu ampirik olarak kanıtlamaktadır. Bu bulgular değişkenlerin birbirleriyle etkileşim içinde olduğuna ve karşılıklı olarak birbirlerini şekillendirebileceğine işaret eder.

The role of investment expenditures and foreign trade on the insurance sector: Empirical evidence from Türkiye

ARTICLE INFO

Received: 01.08.2023
Accepted: 02.10.2023
Available online: 28.10.2023
Article type: Research article

ABSTRACT

Türkiye ranks last in the OECD regarding the insurance penetration rate. Therefore, it is crucial to determine the factors that are effective on the insurance industry in Türkiye. In this context, the study focuses on the possible effects of foreign trade and investment expenditure on the insurance industry. It tests the relationship between the variables with data for the 1983-2021 period with A-ARDL cointegration and the Toda-

* Bu makale 22-23 Temmuz 2023 tarihlerinde İzmir'de düzenlenen "1st BİLSEL International Efes Scientific Researches and Innovation Congress" de sunulan bildirinin genişletilmiş halidir.
Doi: <https://doi.org/10.30855/gjeb.2023.9.3.009>

Keywords:

A-ARDL, insurance sector, investment expenditure, foreign trade.

Yamamoto causality test. The empirical findings are: (i) Investment expenditure, foreign trade, and the insurance industry are cointegrated. (ii) Investment expenditure and foreign trade affect the insurance industry positively in the long-run but negatively in the short-run. (iii) The impact size of the long-run coefficients is more dominant than the short-run coefficients. (iv) There are bidirectional causality relationships between the variables. These results prove the validity of the feedback hypothesis for the insurance industry in Türkiye. These findings show that the variables interact with each other.

1. Giriş

Finansal sistemin ayrılmaz bir parçası olan sigortacılık sektörünün, ekonomi üzerinde sahip olduğu pek çok önemli işlevi vardır. Sektör geliştikçe, finansal riskleri azaltmasının yanında borçlanma maliyetlerini minimize ederek sermaye birikimini ve yatırımlarda etkinliği artırabilir. Ayrıca dış ticarete yaşanabilecek riskleri azaltarak uluslararası ticaretin gelişmesine katkıda bulunabilir. 2012 yılından 2021 yılına kadar olan süreçte OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) ülkelerinde ortalama penetrasyon oranı %8,7 olup Türkiye ise aynı dönemde %1,4'lük oranla 38 OECD ülkesi içerisinde en son sırada yer almıştır. Dolayısıyla bu oranın Türkiye için çok düşük olması, sigortacılık sektörünü gelişime açık ve sorgulanması gereken bir alan olarak ön plana çıkarmaktadır. Sigortacılık sektörünün ekonomik aktiviteler üzerindeki olumlu etkisi literatürde genel kabul görmektedir. Ancak mevcut çalışma konuyu tam tersinden ele alıp yatırım harcamalarının ve dış ticaretin sigortacılık sektörü üzerinde olası etkilerine odaklanarak literatürden ayrılmaktadır. Bu noktadan hareketle çalışmanın araştırma sorusu: Yatırım harcamaları ve dış ticaret sigortacılık sektörü üzerinde etkili mi? şeklinde ortaya çıkmaktadır.

Çalışma sigortacılık sektörünün büyüklüğünü göstermede tek başına prim üretimini değil de penetrasyon oranını temel almaktadır. Sigorta penetrasyon oranı, belirli bir dönemde (genellikle bir yılda) üretilen sigorta prim üretiminin gayri safi yurtiçi hasıla içerisindeki payını ifade eder (Deloitte, 2015, s. 4; Dalkılıç ve Gülcemal, 2022, s. 451). Sigorta penetrasyon oranının dikkate alınmasının temel nedeni sadece prim üretimine bakarak sektörün büyüdüğünü ya da küçüldüğünü iddia etmenin yanıltıcı sonuçlar verme olasılığıdır. Fiyat hareketlerinden kaynaklı olan sektördeki “görünüşte büyüme” gerçek büyüme gibi algılanabilecektir. Diğer bir ifadeyle aynı sayıda poliçe düzenlense bile fiyat artışı sebebiyle sektör büyümüş gibi görünebilecektir. Bu sorunu ekarte edebilmek için sigorta penetrasyon oranı kullanılmıştır.

Çalışmanın bundan sonraki kısmında ilk olarak literatürde sigortacılık sektörüne ilişkin yapılan çalışmalar incelenmiştir. Daha sonra dünyada ve Türkiye’de sigortacılık sektörünün genel görünümünü karşılaştırılmalı olarak ele alınmıştır. Ardından verilerin analiz yapmaya uygun olup olmadığı tanımlayıcı istatistikler, korelasyon matrisi ve grafikler yardımıyla incelenmiştir. Yöntem olarak Pesaran, Shin ve Smith (2001) tarafından literatüre kazandırılan ve daha sonra McNown, Sam ve Goh (2018) ve Sam, McNown ve Goh (2019) tarafından geliştirilen A-ARDL(Augmented-Autoregressive Distributed Lag) yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemin tercih edilmesinde birim kök test sonuçlarının çelişkili sonuçlar vermesi, bağımlı değişkenin I(0) olması ve değişkenlerin farklı seviyelerde durağan olmaları etkili olmuştur. Değişkenler arasındaki ilişkilerin yönünün tespitinde Toda ve Yamamoto (1995) nedensellik testi kullanılmıştır. Analizlerden elde edilen bulgular literatürle karşılaştırılıp çeşitli politika önerileri sunulmuştur. Son olarak çalışmanın sahip olduğu sınırlılıklar vurgulanarak gelecek çalışmalar için önerilerde bulunulmuştur.

2. Literatür taraması

Teorik literatür, ağırlıklı olarak finansal sistemlerin tasarrufları, yatırım kararlarını ve sonuç olarak da ekonomik büyüme oranlarını aşağıdaki işlevler aracılığıyla etkilediğini vurgulamıştır: (i) Potansiyel yatırımların araştırma maliyetlerini düşürmek. (ii) Ulusal ve uluslararası ticareti çeşitlendirerek etkin bir risk yönetimi sağlamak. (iii) Tasarrufları teşvik ederek bir havuzda toplanmasını sağlamak. (iv) Mal ve

hizmet ticaretini kolaylaştırmak. (v) Beklenmedik olayların sermaye yatırımları üzerindeki olumsuz sonuçlarını hafifletmek (Levine, 2005, s. 869) gibi.

Bu işlevler ampirik literatürde de yoğun bir şekilde tartışılmıştır. Yapılan çalışmalar ağırlıklı olarak, sigortacılık sektörünün ekonomik büyüme ile olan ilişkisi üzerine yoğunlaşmıştır. Güncel ampirik literatürün ekseriyeti, ekonomik büyüme ile sigortacılık faaliyeti arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığını doğrulamaktadır (Pradhan, Arvin ve Norman, 2015, s. 1; Liu, Lee ve Lee, 2016, s. 299; Hatemi-J, Lee, Lee ve Gupta, 2019, s. 221). Literatürde “arz öncüllü büyüme” diye adlandırılan bu hipotez finansal piyasalardaki gelişmelerin istikrarlı bir ekonomik büyümeyi teşvik edeceğini ifade etmektedir. Aslında bu hipotez, neo-klasik görüşe uygun olarak finans piyasalarındaki serbestleşme, yoğunlaşma ve derinleşme adımlarının tasarrufları geleneksel sektörlerden modern sektörlerle transferini özendireceğini ve bu tasarrufların etkin kullanımıyla birlikte yatırım hacmini ve sonuç olarak da ekonomik büyümeyi tetikleyeceği görüşüne dayanmaktadır. (Patrick, 1966, ss. 175-176). Dolayısıyla arz öncüllü bir ekonomik büyümeden bahsedebilmek için finansal piyasalara ilişkin göstergelerden büyümeye doğru bir nedensellik ilişkisi olmalıdır (Öztürk, Darıcı ve Kesikoğlu, 2015, s. 56). Sigortacılık özelinde konuyu arz odaklı ele alan bazı ampirik çalışmalar, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde sigortacılık sektöründeki olumlu gelişmelerin, ekonomik büyüme üzerindeki pozitif etkilerini (Lee ve Lee, 2020, s. 212; Apergis ve Poufinas, 2020, s. 1; Mehmood, Shahbaz ve Jiao, 2021, s. 346; Gonzalez, Wegener ve Basse, 2022, s. 8) farklı mekanizmalar vasıtasıyla ortaya koymuştur. Bununla birlikte ekonomik büyüme ile sigortacılık faaliyeti arasında uzun dönemli ilişki olmadığı sonucuna ulaşan kısıtlı çalışmalara rastlamak da mümkündür (Lee, Lee ve Chiou, 2017, s. 155).

Diğer yandan ekonomik büyümenin sigortacılık sektörünü olumlu etkileyebileceğine ilişkin “talep odaklı büyüme” (Patrick, 1966, s.174) diye adlandırılan hipotez çerçevesinde konuyu ele alan çalışmalar da vardır. Bu çalışmalara Haiss ve Sumegi (2008); Chang, Lee ve Chang (2014); Dalkılıç ve Gülcemal (2022) ve Göksu ve Mere (2022) tarafından yapılan çalışmalar örnek olarak verilebilir. Bu hipotezde nedenselliğin yönü ekonomik gelişmeden finansal sektöre doğrudur (Öztürk vd., 2015, s. 57). Talep takipli hipoteze göre, reel sektörün genişlemesi, finansal sisteme ve sağladığı hizmetlere talebin artmasına yol açmakta ve bu artan talebe bağlı olarak finansal sistemde bir gelişme ortaya çıkmaktadır. Bu hipotezde nedenselliğin yönü ise ekonomik büyümeden finansal sektöre doğrudur (Kar ve Pentecost, 2000, ss. 5-6).

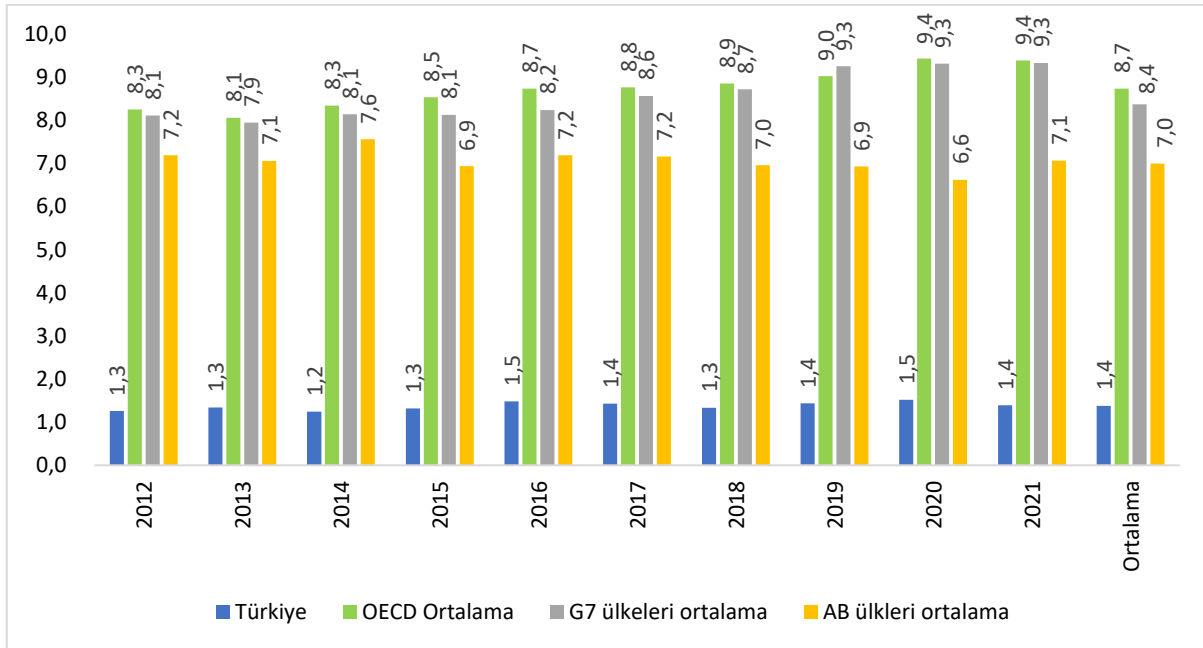
Bu iki hipotezin dışında “geri besleme hipotezi” olarak adlandırılan bir başka görüş de vardır. Bu hipoteze göre, ekonomik büyüme ve sigorta piyasası birbirini tamamlayabilir ve güçlendirebilir. Bu görüşü savunanlar ekonomik büyüme için gelişmiş bir sigorta piyasasının gerekliliğine ve sigorta sektöründeki gelişmelerin ekonomik büyümenin ayrılmaz bir parçası olduğuna vurgu yaparlar. Bu hipotezi doğrulayan çalışmalara Skipper (1997); Kugler ve Ofoghi (2005); Pradhan vd. (2015) ve Mehmood vd. (2021) tarafından yapılan çalışmalar örnek olarak verilebilir.

Mevcut çalışma konuyu talep odaklı bir bakış açısıyla ele alıp sigortacılık sektörünü çalışmanın öznesi konumuna getirmektedir. Ayrıca çalışma yatırım harcamalarının ve dış ticaretin sigortacılık sektörü üzerindeki olası etkilerine A-ARDL gibi nispeten yeni bir yöntemle odaklanarak literatürden ayrılmaktadır. Çalışma kapsamında güncel yöntemlerden elde edilen ampirik kanıtlarla konuya yeni bakış açıları kazandırılarak literatüre katkı sağlanması umulmaktadır.

3. Sigortacılık sektörünün genel görünümü

Aşağıda şekil 1’de çeşitli ülke gruplarının sigorta penetrasyon oranlarına ilişkin veriler Türkiye ile karşılaştırılmalı olarak sunulmuştur. Bu veriler Türkiye’nin ve ülke gruplarının ekonomik ve finansal gelişmişlik seviyeleri hakkında önemli ipuçları sunmaktadır. Sigorta penetrasyon oranları açısından 2012 ile 2021 yılları arasındaki on yıllık dönemde, OECD üyesi 38 ülkenin ortalaması %8,7 olarak gerçekleşmiştir. Aynı dönemde ortalama penetrasyon oranlarının en yüksek olduğu ülke %36,6 ile Lüksemburg’dur. Lüksemburg’un hemen ardından %15,3 ile İrlanda ve %11,5 ile Güney Kore gelmektedir. Ancak son yıllarda İrlanda’nın ortalama penetrasyon oranları azalış eğilimindedir. Hiç şüphesiz bu üç ülke tutar olarak en fazla pirim üreten ülkeler arasında değildir. Ancak gayrisafi yurtiçi hasıllarına oranla sigorta hizmetlerine olan talep diğer ülkelerden daha yüksektir. G7 ülkelerinin ortalama penetrasyon oranı ise aynı dönem için %8,4 olarak gerçekleşmiştir. G7 ülkeleri içerisinde ortalama penetrasyon oranının en yüksek olduğu ülkeler %11,4 ile Amerika Birleşik Devletleri ve

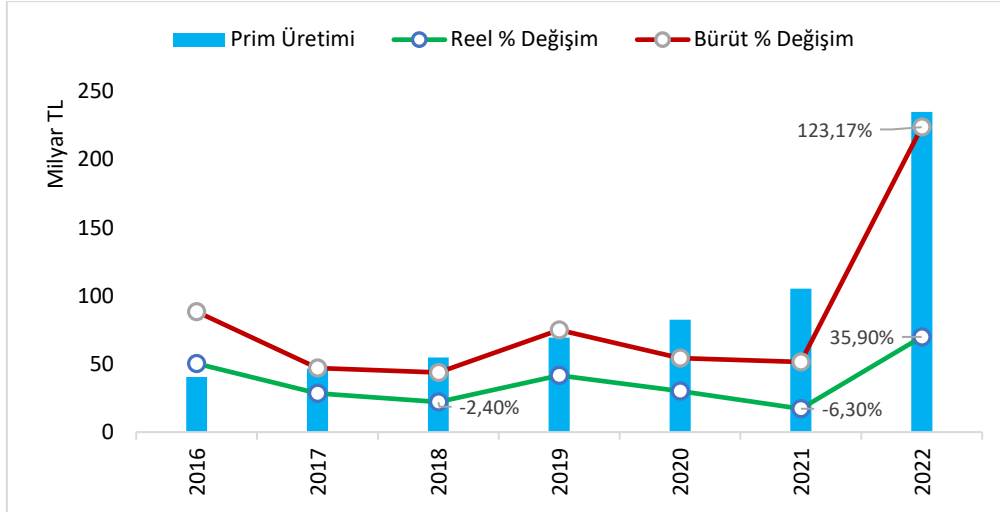
Birleşik Krallık'tır. En düşük ortalama penetrasyon oranına sahip olan ülke ise %4,6 ile Kanada'dır. Kanada dışında kalan diğer ülkelerin aynı dönemdeki ortalama sigorta penetrasyon oranı %9 olarak gerçekleşmiştir. Sigorta penetrasyon oranları Avrupa Birliği (AB) için incelendiğinde aynı dönemde bu oran ortalama %7 olarak gerçekleşmiştir. OECD içerisinde en yüksek penetrasyon oranına sahip olan ülkelerden Lüksemburg ve İrlanda aynı zamanda AB üyesi olduğundan ilk iki sıra yine bu ülkelere aittir. Danimarka ise %10,6'lık oranla üçüncü sırada yer almaktadır. AB içerisinde verisine erişilebilen ülkelerden en düşük penetrasyon oranına sahip ülkeler ise sırasıyla Macaristan, Letonya, Yunanistan ve Litvanya'dır. Bu dört ülkenin ortalama penetrasyon oranı 2012 ile 2021 yılları arasında %2,2 olarak gerçekleşmiştir. Türkiye ise %1,4 ortalama penetrasyon oranıyla OECD içerisinde maalesef en son sırada yer almaktadır. Ayrıca Türkiye, diğer ülke gruplarının ortalama penetrasyon oranlarının da bir hayli gerisinde olup gruplar içerisinde en düşük penetrasyon oranına sahip olan ülkelerin bile oldukça uzağındadır. Benzer gelişmişlik düzeyinde yer alan ülkelerle kıyaslandığında Türkiye açısından oldukça düşük olan bu oran Türk sigortacılık sektörünün farklı boyutlarıyla ele alınmasını gerekli kılmaktadır.



Şekil 1. Dünyada sigorta penetrasyon oranlarının genel görünümü

Notlar: OECD'den alınan veriler kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur. AB kapsamında yapılan hesaplamalar 22 üye ülke için yapılmış olup verisine ulaşamayan Bulgaristan, Güney Kıbrıs, Malta ve Romanya'yı kapsamamaktadır.

Çalışmada sigortacılık sektörünün büyüklüğünü ölçmede sigorta penetrasyon oranları dikkate alınmıştır. Bu göstergenin çalışmanın öznesi olarak seçilmesinin nedeni Türkiye Sigorta Birliği'nin verileri üzerinden açıklanabilir. Aşağıda sunulan şekil 2'ye göre yıllık prim üretimi istikrarlı bir şekilde artmaktadır. 2022 yılında hayat dışı sigortalar ağırlıklı olmak üzere 235 milyar TL'nin üzerinde prim üretilmiştir. Bu tutar şekil 2'de görülebileceği üzere, aynı yıl için 2021 yılına göre bürüt olarak iki kattan daha fazla artmıştır. Ancak enflasyon oranları dikkate alınıp rakamlar reelleştirildiğinde aynı dönem için bu artış yaklaşık olarak %36'larda kalmıştır. Reel prim değişim oranları incelendiğinde 2018 ve 2021 yılındaki negatif olan değişim yüzdeleri dikkat çekmektedir. Dolayısıyla 2022 yılı rakamları içerisinde baz etkisinden de bahsetmek pek de yanlış olmayacaktır. Sonuç olarak, son 7 yılda Türkiye'nin sigorta prim üretimi enflasyon dikkate alınmadan çok hızlı büyüyor gibi görünse de bu artış sigortacılık sektöründen beklenen düzeylerde değildir. Bu artışın sebebinin büyük oranda fiyat hareketlerinden kaynaklandığı ifade edilebilir. Dolayısıyla prim üretimindeki artış karşısında sigorta penetrasyon oranlarının bu oranlarda artmamasının altında bu sebebin (enflasyonun) yattığı açıktır. Sonuç olarak sektörün değerlendirilmesinde enflasyonu dikkate almaksızın sadece prim üretimi üzerinden yapılan incelemeler yanıltıcı sonuçlara neden olabilecektir. Bu yüzden çalışmada sigorta prim üretimi yerine sigorta penetrasyon oranının kullanılması tercih edilmiştir.



Şekil 2. Sigorta prim üretimindeki yıllık reel ve brüt değişimler

Kaynak: Türkiye Sigorta Birliğinden alınan veriler kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

4. Analiz

4.1. Analiz yöntemi

Modelde yer alan tüm değişkenlerin mevcut ve geçmiş dönemli verileri arasındaki dinamik etkileşimlerinin modellenmesine yardımcı olan ARDL yöntemi, değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkilerin anlaşılmasına katkı sağlamaktadır. Gecikmesi dağıtılmış otoregresif yöntem olarak tarif edilecek ARDL yöntemi Pesaran vd. (2001) tarafından geliştirilmiştir. Bu yöntemin diğer eşbütünleşme yöntemlerine göre sahip olduğu önemli avantajları vardır. Değişkenlerin aynı seviyede durağan olma zorunluluğunun olmaması, küçük örneklerde bile etkin tahminler üretmesi bu yöntemin sahip olduğu avantajlardan sadece bir kaçıdır. Ancak bu yöntem, modelde yer alan değişkenler arasında ikinci farkında durağan olan herhangi bir değişken varsa uygulanamaz. Bu durum bu yöntemin önemli bir kısıtını oluşturmaktadır. Türkiye örneklemini için oluşturulan kısıtsız hata düzeltme modeli (UECM-Unrestricted Error Correction Model) aşağıda denklem (1) doğrultusunda oluşturulmuştur.

$$\Delta PEN_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^{p=1} \beta_i \Delta PEN_{t-i} + \sum_{j=0}^{r=2} \beta_j \Delta YAT_{t-j} + \sum_{k=0}^{s=2} \beta_k \Delta TIC_{t-k} + \alpha_1 PEN_{t-1} + \alpha_2 YAT_{t-1} + \alpha_3 TIC_{t-1} + \varepsilon_t \quad (1)$$

Yukarıda denklem 1'de “Δ”ler fark operatörlerini, “ε” hata terimini, “p, r, s” gecikme uzunluklarını, “β₀” sabit terimi, “β”lar kısa dönemli katsayıları, “α”lar uzun dönemli katsayıları ifade etmektedir. Eşbütünleşmenin test edilmesinde F_{OVERALL}, t_{DV} ve F_{IDV} sınır testleri kullanılmıştır. Tüm değişkenlerin gecikmeli değerlerini dikkate alan F_{OVERALL} testinin hipotezleri: H₀= α₁=α₂=α₃=0 ve H_A= α₁≠α₂≠α₃≠0 şeklindedir. Yalnızca bağımlı değişkenin gecikmeli değerini dikkate alan t_{DV} testinin hipotezleri ise H₀= α₁=0 ve H_A= α₁≠0 şeklindedir. Çalışmada sadece bağımsız değişkenlerin gecikmeli değerlerini dikkate alan McNown vd. (2018) ve Sam vd. (2019) tarafından geliştirilen F_{IDV} isimli üçüncü bir test kullanılmıştır. Bu testin hipotezleri ise şu şekildedir: H₀= α₂=α₃=0 ve H_A= α₂≠α₃≠0 şeklindedir. Eşbütünleşme ilişkisinin araştırılmasının ardından kısa dönemli katsayılar ve hata düzeltme terimi katsayısı aşağıda yer alan denklem (2) hata düzeltme modeli (ECM-Error Correction Model) doğrultusunda tahmin edilmektedir:

$$PEN_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^{p=1} \delta_i \Delta PEN_{t-i} + \sum_{j=0}^{r=2} \delta_j \Delta YAT_{t-j} + \sum_{k=0}^{s=2} \delta_k \Delta TIC_{t-k} + \mathcal{J}ECT_{t-1} + \mu_t \quad (2)$$

Nedensellik ilişkilerinin tespitinde durağanlık özellikleri açısından esnek olan Toda-Yamamoto nedensellik analizi kullanılmıştır. Toda-Yamamoto nedensellik testi sınavında dikkate alınan denklem (3)'e göre Y bağımlı değişken, X bağımsız değişken olup H₀ hipotezi X'ten Y'ye doğru nedensellik ilişkisi yoktur şeklindedir. Bu denklem çalışmada yer alan tüm değişkenlere karşılıklı olarak uyarlanmaktadır.

$$Y_t = \gamma_0 + \sum_{i=1}^{k+d_{\max}=3} \gamma_i Y_{t-i} + \sum_{i=1}^{k+d_{\max}=3} \beta_i X_{t-i} + \mu_t \quad (3)$$

4.2. Veri seti

Çalışmada bağımsız değişken olarak kullanılan yatırım harcamaları ve dış ticaret verileri dünya bankası veri tabanından alınmıştır. Yatırım harcamaları verisi, yurtiçi yatırımların gayri safi yurtiçi hasıladan aldığı payı temsil etmektedir. Dışa açıklık verisi ihracat ve ithalat toplamalarının yine gayri safi yurtiçi hasıladan aldığı paya karşılık gelmektedir. Çalışmada bağımlı değişken olarak kullanılan ve bir yılda üretilen sigorta primlerinin (hayat ve hayat dışı sigorta prim toplamının) gayri safi yurtiçi hasıla içerisindeki payını gösteren sigorta penetrasyon oranı verileri ise OECD veri tabanından alınmıştır. Dolayısıyla tüm değişkenler yüzdesel olduğu için herhangi bir logaritmik dönüşüm yapılmamıştır. Çalışma 1983-2021 dönemini kapsamaktadır. Bu dönemin belirlenmesindeki temel kriter tüm verilerin ortak maksimum erişilebilirliği olmuştur. Modellerde sunulan “PEN” sigortacılık sektörü toplam penetrasyon oranını, “YAT” yatırım harcamalarını, “TİC” dış açıklık oranını temsil etmektedir. Analiz kısmında öncelikle çalışmada kullanılan göstergelerin analiz yapmaya uygun olup olmadığı tanımlayıcı istatistikler, korelasyon matrisi ve grafikler vasıtasıyla incelenmiş ve tablo 1’de sunulmuştur. Özet istatistiklere göre sigorta penetrasyon oranı 1983’ten 2021’e ortalama %1 olarak gerçekleşmiştir. Yatırım harcamaları ve dışa açıklık oranı ise aynı dönemde sırasıyla ortalama %25 ve %45 olduğu görülmektedir. Değişkenlerin tamamının normal dağılıma uygun olduğu, Jarque-Bera test istatistiğinin olasılık değerinin 0,1’den büyük olmasından anlaşılabilir (Balkı, 2023, s. 149). Korelasyon matrisi incelendiğinde bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı sorunu olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca sigorta penetrasyon oranı ile yatırım harcamaları ve dış ticaret arasındaki pozitif korelasyon katsayıları dikkat çekicidir.

Tablo 1

Özet istatistikler

	PEN	YAT	TİC
Ortalama	0,997564	25,04712	45,46999
Medyan	1,060000	25,14260	46,78707
Maksimum	1,520000	31,87708	70,83492
Minimum	0,333000	16,18031	29,03105
Std. hata.	0,362047	4,227262	10,31311
Çarpıklık	-0,522270	-0,458933	0,191285
Basıklık	2,034202	2,560617	2,505335
Jarque-Bera	3,288719	1,682745	0,635461
Olasılık	0,193136	0,431118	0,727799
Gözlem	39	39	39
Korelasyon Matrisi			
PEN	1,000000		
YAT	0,666348	1,000000	
TİC	0,815086	0,663428	1,000000

4.3. Bulgular

Verilerin analiz yapmaya elverişli olduğunun anlaşılmasının ardından, kullanılacak analiz yönteminin belirlenmesinde öncelikle geleneksel birim kök testleri olarak nitelendirilebilecek Augmented-DF (Dickey ve Fuller, 1979) ve PP (Phillips ve Perron, 1988) testleri kullanılmıştır. Tablo 2’ye göre penetrasyon oranı ve dışa açıklık değişkenleri açıkça I(1); yatırım harcamaları değişkeni için ise I(0)/I(1) olduğu sonucuna varılmıştır. Yatırım harcamaları değişkeni düzeyde hem ADF hem de PP testlerinin “sabitli ve trendli” değeri için %5 anlamlılık düzeyinde durağandır. Sonuç olarak değişkenlerden hiç birinin I(2) olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 2

Birim kök test sonuçları

PP-Birim Kök Testi				
Düzeyde				
		PEN	YAT	TİC
Sabitli	<i>t-istatistik</i>	-1,6720	-2,5905	-0,1571
	<i>Olasılık</i>	0,4370	0,1037	0,9354
Sabitli ve Trendli	<i>t-istatistik</i>	-2,4464	-3,9827**	-3,0677
	<i>Olasılık</i>	0,3513	0,0179	0,1284
Sabitli ve Trendsiz	<i>t-istatistik</i>	1,5133	1,0029	3,6985
	<i>Olasılık</i>	0,9656	0,9136	0,9999
Birinci Farklarda				
		$\Delta(PEN)$	$\Delta(YAT)$	$\Delta(TİC)$
Sabitli	<i>t-istatistik</i>	-7,1710***	-8,9549***	-6,6649***
	<i>Olasılık</i>	0,0000	0,0000	0,0000
Sabitli ve Trendli	<i>t-istatistik</i>	-8,4042***	-8,8697***	-7,3163***
	<i>Olasılık</i>	0,0000	0,0000	0,0000
Sabitli ve Trendsiz	<i>t-istatistik</i>	-6,1371***	-8,3402***	-5,6354***
	<i>Olasılık</i>	0,0000	0,0000	0,0000
ADF-Birim Kök Testi				
Düzeyde				
		PEN	YAT	TİC
Sabitli	<i>t-istatistik</i>	-1,5349	-2,5905	-0,7866
	<i>Olasılık</i>	0,5054	0,1037	0,8115
Sabitli ve Trendli	<i>t-istatistik</i>	-2,4421	-3,9827**	-3,1042
	<i>Olasılık</i>	0,3534	0,0179	0,1199
Sabitli ve Trendsiz	<i>t-istatistik</i>	1,0702	0,8203	1,2428
	<i>Olasılık</i>	0,9227	0,8847	0,9427
Birinci Farklarda				
		$\Delta(PEN)$	$\Delta(YAT)$	$\Delta(TİC)$
Sabitli	<i>t-istatistik</i>	-6,5551***	-8,2571***	-5,9501***
	<i>Olasılık</i>	0,0000	0,0000	0,0000
Sabitli ve Trendli	<i>t-istatistik</i>	-5,7627***	-8,1553***	-5,9944***
	<i>Olasılık</i>	0,0002	0,0000	0,0001
Sabitli ve Trendsiz	<i>t-istatistik</i>	-6,1372***	-8,1400***	-5,6540***
	<i>Olasılık</i>	0,0000	0,0000	0,0000

Not: (*),(**),(***) sırasıyla %10, %5, %1'de anlamlıdır.

Geleneksel birim kök testlerinin ardından yapısal kırılmaları içsel olarak dikkate alan LS (Lee ve Strazicich, 2003) birim kök testi uygulanmıştır. Aşağıda tablo 3'te sunulan test sonucuna göre bağımlı değişken olan penetrasyon oranı $I(0)$ çıkmıştır. Bağımsız değişkenlerden yatırım harcamaları $I(1)$ iken dış ticareti temsil eden dışa açıklık verisi $I(0)$ 'dır. Dolayısıyla değişkenlerden hiçbirinin $I(2)$ olmaması, bağımlı değişkenin $I(0)$ olması ve değişkenlerin farklı mertebeden durağan olmaları sebebiyle A-ARDL yönteminin uygulanmasına karar verilmiştir.

Tablo 3

Lee-Strazicich birim kök testi sonuçları

	Düzeyde			Birinci Farklarda			Karar
	Lag	Kırılma Dönemi	t-istatistik	Lag	Kırılma Dönemi	t-istatistik	
<i>PEN</i>	1	1997-2001	-6,263074**	-	-	-	I(0)
<i>YAT</i>	0	1987-2004	-5,495440	0	1986-2005	-8,915938***	I(1)
<i>TİC</i>	1	1993-2015	-6,299382**	-	-	-	I(0)

Not: (***),(**) sırasıyla %1, %5'te anlamlıdır.

Verilerin yıllık ve sınırlı olması sebebiyle maksimum gecikme uzunluğunu iki olarak belirlenmiştir. AIC'e (Akaike bilgi kriterlerine) göre en yüksek gecikmeye sahip (1, 2, 2) modelinin en uygun model olduğuna karar verilmiştir. Aşağıda tablo 4'te yer alan sınır testi sonuçlarına göre, $F_{OVERALL}$, t_{DV} ve F_{IDV} istatistik değerleri %5 anlamlılık düzeyinde alt I(0) ve üst I(1) sınır kritik değerleri arasında yer almaktadır. Bu aralık kararsız bölgeyi temsil etmekte olup eşbütünleşmenin olmadığını belirten yokluk hipotezi sonuçsuzdur. Kremers, Ericsson ve Dolado (1992); Banerjee, Dolado ve Mestre (1998) ve Tursoy ve Faisal (2018)'e göre $F_{OVERALL}$ sonuçları için eşbütünleşme ilişkisinin varlığına ilişkin karar hata düzeltme terimine göre verilecektir. Hata düzeltme teriminin negatif ve anlamlı olması tahmin edilen değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığına işaret edecektir. Dolayısıyla modelde yer alan hata düzeltme teriminin negatif ve istatistiki olarak da anlamlı olması yatırım harcamaları, dış ticaret ve sigortacılık penetrasyon oranı değişkenlerinin eşbütünleşik olduğunu göstermektedir.

Tablo 4

A-ARDL eşbütünleşme sonuçları

$f(PEN YAT, TİC)$	Test İstatistiği		Sonuç				
	$F_{OVERALL}$	t_{DV}					
ARDL (1, 2, 2) k:2 m:2 n=37	4,23**	-3,35**	Eşbütünleşik				
	F_{IDV}	5,15**					
Testler	1%		5%	10%	Kaynak		
	I(0)	I(1)	I(0)	I(1)			
$F_{OVERALL}$	5,893	7,337	4,133	5,26	3,373	4,377	Narayan (2005)
t_{DV}	-3,43	-4,1	-2,86	-3,53	-2,57	-3,21	Pesaran vd. (2001)
F_{IDV}	5,35	8,75	3,31	5,64	2,48	4,43	Sam vd. (2019)

Not: Case #III'e göre tahmin edilmiştir. k ve n: Bağımsız değişken ve gözlem sayısını; m: Gecikme uzunluğunu gösterir. (**) %5'te anlamlıdır.

Değişkenlerin eşbütünleşik olarak tespit edilmesinin ardından katsayı tahminlerine geçilmiştir. Aşağıda yer alan tablo 5, ARDL yönteminden elde edilen kısa dönem, uzun dönem ve tanısal test sonuçlarını göstermektedir. Uzun dönem dışa açıklık ve yatırım harcamaları değişkenlerinin katsayıları pozitif ve istatistiki olarak da anlamlıdır. Elde edilen bu sonuç Apergis ve Poufinas'un (2020) çalışmalarıyla oldukça benzerlik göstermektedir. Ancak Apergis ve Poufinas'un (2020) elde ettiği katsayılar mevcut çalışmadan elde edilen katsayılardan oldukça büyüktür. Bu durum araştırmacıların çalışmalarını OECD ülkeleri için yapmış olmalarından kaynaklanabilir. Dolayısıyla Türkiye için pozitif olan katsayılar, yatırımların ve dış ticaretin sigorta sektörü üzerinde olumlu etkilere sahip olduğunu göstermekle birlikte etki büyüklüğü zayıftır. Çünkü yatırım harcamalarının ve dış ticaret hacminin gayrisafi yurtiçi hasıla içerisindeki payı %1 artarsa sigorta penetrasyon oranında sırasıyla %0,3 ve %0,2 gibi düşük artışlar meydana gelecektir.

Tablo 5

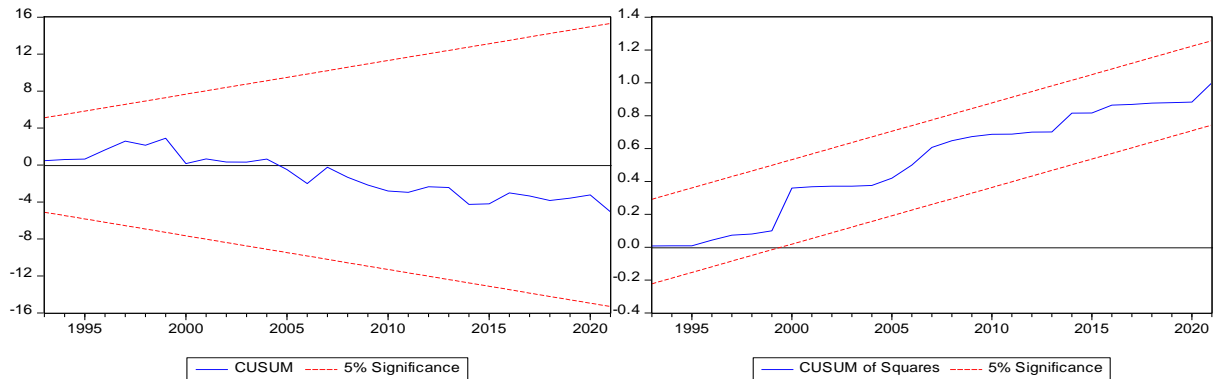
ARDL tahmin sonuçları

a) Uzun dönem (Bağımlı değişken: <i>PEN</i>)	Katsayılar	t-istatistik	Olasılık
<i>YAT</i>	0,033974*	1,750313	0,0906
<i>TİC</i>	0,022935***	3,196675	0,0033
b) Kısa dönem	Katsayılar	t-istatistik	Olasılık
<i>C</i>	-0,223887***	-3,009704	0,0054
$\Delta(YAT)$	-0,006566	-1,416146	0,1674
$\Delta(YAT)_{t-1}$	-0,010703*	-1,954808	0,0603
$\Delta(TİC)$	-0,002658	-0,786812	0,4378
$\Delta(TİC)_{t-1}$	-0,012347***	-3,894765	0,0005
<i>ECT</i> _{t-1}	-0,306707***	-3,683920	0,0009
c) Tanısal testler	Test değeri		Olasılık
<i>Breusch-Godfrey Serial Corr. LM test - X</i> ² _{SC}	2,590078		0,2739
<i>Ramsey RESET test - X</i> ² _{FF}	3,295210		0,0802
<i>Jarque-Bera Normality test - X</i> ² _{NORM}	0,525936		0,7688
<i>ARCH Heteroskedasticity test X</i> ² _{HET(ARCH)}	1,148531		0,2839
<i>Breusch-Pagan-Godfrey Heteroskedasticity test X</i> ² _{HET(BPG)}	2,420374		0,9330
<i>CUSUM = Stable</i>	<i>R</i> ²	0,5094	
<i>CUSUM</i> ² = Stable	<i>Adj-R</i> ²	0,4302	

Not: (*) ve (***) sırasıyla %10 ve %1'de anlamlıdır.

Kısa dönemli katsayı tahmin sonuçlarına göre bağımsız değişkenlerin bir dönem gecikmeli değerlerinin bağımlı değişken üzerinde istatistiki olarak anlamlı ve negatif etkilerinin olduğu söylenebilir. Etki büyüklüğü açısından kısa dönem katsayıların bir dönem gecikmeli etkileri uzun döneme göre daha zayıftır. Dolayısıyla yatırım harcamaları ve dışa açıklık değişkenleri uzun dönemde sigortacılık sektörünü pozitif olarak etkilerken kısa dönemde negatif olarak etkilemektedir ve bu etki de uzun dönemde daha baskındır. Hata düzeltme terimi katsayısı negatif ve istatistiki olarak anlamlıdır. Bu sonuç kısa dönemde ortaya çıkacak bir şokun etkisinin %30'unun uzun dönemde (yaklaşık 3 yıl 3 ayda) ortadan kalkacağı anlamına gelmektedir.

Tanısal testler değerlendirildiğinde, kurulan modelin ve yapılan tahminlerden elde edilen katsayıların güvenilir olduğu söylenebilir. Brown, Durbin ve Evans (1975) tarafından önerilen CUSUM testi hata terimlerinin %95 güven aralığında, istenilen sınırlar içerisinde olup olmadığını gösterirken CUSUM² testi ise kümülatif hata terimlerinin kareleri için aynı sınamayı yapmaktadır (Çetin, Kutlutürk ve Akmaz, 2014, s. 257). Ayrıca şekil 3'te sunulan CUSUM grafikleri %95 güven aralığında, istenilen sınırlar içerisinde olduğundan kurulan modelin istikrarlı olduğunu göstermektedir.

Şekil 3. CUSUM ve CUSUM² grafikleri

ARDL katsayı sonuçları nedenselliğin yönü hakkında herhangi bir fikir vermemektedir. Bu sebeple modelde yer alan değişkenler arasında nedensellik ilişkilerinin tespitinde Toda-Yamamoto nedensellik testi kullanılmıştır. Bu test için öncelikle, uygun gecikme uzunluğunun (k) belirlenmesi gerekmektedir.

Tablo 6'ya göre en uygun gecikme uzunluğu 2'dir. Çünkü optimum gecikme uzunluğu LR testi dışındaki tüm testler için en küçük değerleri aldığı seviyeye göre belirlenir. Dolayısıyla tablo 6'da en küçük değerlerin 2. gecikmede olduğu ve bu seviyenin de en uygun gecikme uzunluğuna karşılık geldiği söylenebilir.

Tablo 6

VAR gecikme uzunluğu kriterleri

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-213,3015	NA	33,22033	12,01675	12,14871	12,06281
1	-147,9397	116,1988	1,454513	8,885538	9,413378*	9,069768
2	-132,2925	25,20941*	1,017820*	8,516248*	9,439967	8,838651*
3	-124,5853	11,13263	1,126828	8,588070	9,907669	9,048645

VAR modellerinin durağanlığı, katsayı matrisinin öz değerlerinin tamamının birim çemberin içerisinde olup olmamasına bağlıdır. Eğer öz değerlerin tamamı birim çemberin içerisinde yer alıyorsa modelin durağan, çemberin dışında öz değerler varsa modelin durağan olmadığı söylenebilir (Hendry ve Juselius, 2001). Analizde kullanılan modelde yer alan bütün değişkenlerin AR polinomunun ters kökleri, birim çemberin içerisinde bulunmaktadır. Bu durum, aynı zamanda modülüs değerinin referans aralığı içinde olmasından da anlaşılabilir. En yüksek modülüs değeri 0,98'dir. Dolayısıyla, bu sonuçlara göre kurulan VAR modelinin istikrarlı olduğu söylenebilir (Karakuş ve Atabey, 2021).

Yukarıda en uygun gecikme uzunluğunu gösteren (k) değeri 2 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca ADF ve PP birim kök test sonuçlarına göre, incelenen veri setinin en yüksek entegre olma derecesinin I(1) olduğu belirlenmiştir. Bu doğrultuda, $k+d_{max}$ değeri 2'dir. Toda-Yamamoto nedensellik testinden elde edilen sonuçlar aşağıda tablo 7'de sunulmuştur.

Tablo 7

Toda-Yamamoto nedensellik testi

Model 1: H_0	$k+d_{max}$	Wald istatistiği	p değeri	Karar	Nedenselliğin yönü
$TİC \not\Rightarrow PEN$	2+1=3	15,74194***	0,0004	H_0 Ret	$TİC \Leftrightarrow PEN$
$PEN \not\Rightarrow TİC$	2+1=3	12,68912***	0,0018	H_0 Ret	
$YAT \not\Rightarrow PEN$	2+1=3	11,51025***	0,0032	H_0 Ret	$PEN \Leftrightarrow YAT$
$PEN \not\Rightarrow YAT$	2+1=3	10,17142***	0,0062	H_0 Ret	
$YAT \not\Rightarrow TİC$	2+1=3	8,895662**	0,0117	H_0 Ret	$YAT \Rightarrow TİC$
$TİC \not\Rightarrow YAT$	2+1=3	4,393887	0,1111	H_0 Kabul	$TİC \not\Rightarrow G/P$

Not: (**) ve (***) sırasıyla %5 ve %1'te anlamlıdır.

Toda-Yamamoto nedensellik testinden elde edilen bulgular şöyledir: sigorta sektörüyle dışa açıklık arasında %1 anlamlılık seviyesinde çift yönlü nedensellik; sigorta sektörüyle yatırım harcamaları arasında %1 anlamlılık seviyesinde çift yönlü nedensellik; yatırım harcamalarından dışa açıklığa doğru tek yönlü %1 anlamlılık seviyesinde nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Bu sonuçlar eşbütünlük testinden elde edilen bulgularla beraber değerlendirildiğinde yatırım harcamaları ve dışa açıklıkla sigortacılık sektörü arasında bir geri beslemenin bu değişkenlerin birbirini güçlendirebileceğini gösterir. Diğer önemli bir bulgu yatırım harcamalarından dışa açıklığa doğru bir nedensellik ilişkisi ihracat ve ithalat üzerinde yatırımların önemli bir etkisi olduğunu göstermektedir.

Nedensellik açısından elde edilen bu sonuçlarla dolaylı olarak örtüşen çalışmalara Skipper (1997); Ward ve Zurbrugg (2000); Arena (2008) ve Mehmood vd. (2021) tarafından yapılan çalışmalar örnek gösterilebilir. Ancak literatürdeki çalışmaların ağırlıklı olarak sigortacılık sektörünün nispeten olgunlaştığı ve derinleştiği ülke ve ülke grupları için yapılması çalışmanın elde ettiği bulguların bu çalışmalarla karşılaştırılmasında yanıltıcı olabilir. Tasarruf açığı, enflasyon, gelir eşitsizliği ve cari açık gibi Türkiye'nin sahip olduğu kendine has yapısal sorunları dikkate almaksızın yapılan değerlendirmeler eksik kalacaktır. Dolayısıyla uygulanan analizler kapsamında mevcut çalışmadan elde edilen bulguların

genellenebilirliğiyle ilgili ihtiyatlı olunması gerektiği söylenebilir. Bulguların daha derinlemesine yorumlanabilmesi için bu çalışmadaki sınırlılıkların giderildiği daha kapsamlı analizlere ihtiyaç vardır.

5. Sonuç

Bu çalışma, ihracat ve ithalat toplamının gayrisafı yurtiçi hasıladan aldıkları payları gösteren dışa açıklık oranı ile yatırım harcamalarının sigortacılık sektörü üzerindeki olası etkilerini tespit etmek amacıyla talep odaklı bir bakış açısıyla tasarlanmıştır. Yöntem olarak A-ARDL ve Toda ve Yamamoto nedensellik testleri kullanılmıştır. Analizler 1983-2021 dönemine ilişkin verilerle Türkiye örneğine uygulanmıştır. Çalışmanın dikkat çekici bulguları şu şekilde özetlenebilir: Yatırım harcamaları ve dışa açıklık oranlarıyla sigortacılık penetrasyon oranlarının eşbütünleşik olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, bu üç değişkenin uzun dönemde birlikte hareket ettiği şeklinde yorumlanabilir. Yatırım harcamaları ve dışa açıklık oranı, sigorta sektörünü uzun dönemde pozitif olarak etkilemektedir. Ancak uzun dönem katsayı değerlerinin oldukça düşük olması bu etkinin sınırlı düzeylerde kaldığını göstermektedir. Uzun dönemin aksine yatırım harcamaları ve dışa açıklık oranı, sigortacılık sektörünü kısa dönemde negatif olarak etkilemektedir. Bu sonuçlar, değişkenler arasındaki ilişkilerin dönemsel olarak ayrıştığını ve nihai etkilerin ortaya çıkması için uzun bir zaman dilimi gerektiğini göstermektedir. Hata düzeltme terimi katsayısı negatif ve anlamlıdır, bu da gelecekte oluşabilecek bir dengesizliğin %30'unun bir sonraki dönemde düzeleceğini işaret etmektedir. Bu durum, kısa dönemli dengesizliklerin uzun dönemde (yaklaşık 3 yıl 3 ayda) düzelmeye eğilimine sahip olduğunu göstermektedir. Nedensellik analizinden elde edilen bulgulara göre, yatırım harcamaları, dışa açıklık oranı ile sigorta sektörü arasında çift yönlü nedensellik ilişkileri tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle bağımsız değişkenlerle bağımlı değişken arasında geri-besleme ilişkisi bulunmaktadır. Bu sonuç, ilk bakışta yatırım harcamalarının, dışa açıklık oranının ve sigorta sektörünün birbirleriyle etkileşim içinde olduğu şeklinde yorumlanabilir. Ancak Türkiye'de sigortacılık sektörünün finans sistemi içerisindeki payı, gelişmekte olan diğer ülkelerle kıyaslandığında, önemli bir tasarruf kaynağı olması ve bu tasarrufların yatırıma dönüşmesi yakın gelecekte pek mümkün görünmemektedir. Pandemiyle beraber iyice belirginleşen makro ekonomik sorunlar ve bu sorunların bireyler ve kurumlar üzerine yansımaları, tasarruf oranlarını gün geçtikçe daha fazla azaltmaktadır. Dolayısıyla sigorta piyasasındaki rekabet düzeyi ve verim artışının finansal sektör kanalıyla ülke büyümesine pozitif etkileri olabilir, ancak yatırım ve ticaret kanallarının sektörü dramatik bir şekilde artırması kolay değildir. Çünkü sigortacılık sektörünün reel kesime fon transfer kabiliyeti maalesef oldukça sınırlı seviyelerdedir. Dolayısıyla, tespit edilen nedensellik ilişkileri, ilişkinin yönünü göstermekle beraber katsayı tahminleri etki büyüklüğünün sınırlı düzeylerde kaldığına işaret etmektedir.

İncelenen veriler ve uygulanan analizler ışığında Türkiye, sigortacılık sektörü açısından gelişmiş ülkelerdeki benzer gelişimi yakalayamamış olup arzulanan rakamların oldukça gerisindedir. Bu olumsuz durumun kurumsal poliçelerden çok bireysel poliçelerden kaynaklandığı söylenebilir. 6 Şubat 2023 tarihinde Kahramanmaraş merkezli depremler 10 ili fiilen etkilemiş olmasının yanında tüm Türkiye'yi derinden sarsmıştır. Böylesi bir katastrofik olaya rağmen zorunlu deprem sigortası oranı 2023 yılı Eylül ayı itibarıyla %58,70 (DASK, 2023) olarak gerçekleşmiştir. Zorunlu olmasına rağmen Türkiye'deki konutların neredeyse yarısının hâlâ sigortasız olması kişilerin sigorta konusunda yeterli bilgi ve bilinç düzeyine sahip olmadığının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Muhtemeldir ki bu durumun bir başka nedeni de kişilerin sigortacılık hizmetlerine erişebilmek için yeterli gelir düzeyine sahip olamamasıdır. Firmaların üstlendikleri risklerin bireylerden daha fazla olması, sigorta konusundaki bilgi ve bilinç düzeylerinin bireylere nispeten daha yüksek olması, yasal zorunluluk gibi faktörler firmaların sigorta yaptırma konusundaki hassasiyetlerinin bireylerden daha fazla olmasına neden olabilir. Ancak bu hassasiyete rağmen yatırım ve dış ticaret kanallarının penetrasyon oranlarında belirgin artışlara yol açması hiç de kolay değildir. Bu kanalların daha etkin hale gelebilmesi için Türkiye'nin dünya ticaretinde, özellikle ihracatta başat ülkelere bir halini gelmesi gerekmektedir. Ayrıca dış ticarete düzenlenen poliçelerin Türkiye'de faaliyette bulunan sigorta şirketlerince satış oranlarının artırılması da bu kanallara işlevsellik kazandırabilecektir.

Sürdürülebilir bir ekonomik büyümenin tesis edilebilmesi için sigortacılık sektörünün önemi göz ardı edilmemelidir. Politika yapıcılar açısından etkin, verimli ve rekabetçi bir sigorta piyasası, yatırımları ve ticaret hacmini arttırarak ekonomik aktiviteler üzerinde pozitif etkileri olan bir mekanizma olarak değerlendirilebilir. Ayrıca sigortacılık sektörünün derinleşmesiyle birlikte emeklilik ve sağlık sistemlerindeki gelişimin, devletin üzerindeki mali baskıları azaltabileceği öngörülebilir. Dolayısıyla

politika yapıcıların sigorta yoğunlaşma oranlarını arttıracak ve sigortanın tabana yayılmasını sağlayacak regülasyonlar yapmalarına ihtiyaç olduğu söylenebilir.

Çalışma kendi içerisinde bazı sınırlılıklar barındırmaktadır. Sigorta penetrasyon verisi için herhangi bir veri ayrıştırma işlemi yapılmamış olup hayat ve hayat dışı sigorta prim toplamı üzerinden değerlendirilmeler yapılmıştır. Bu çalışmanın bulgularının belirli bir dönemde sadece Türkiye örneklemini için geçerli olduğu unutulmamalıdır. Sonuçların genellenebilirliğini arttırmak adına gelecekte yapılacak çalışmalar için kurulan modelin farklı ülke gruplarına daha uzun zaman dilimlerini kapsayacak şekilde hayat ve hayat dışı sigorta primleri için uygulanması tavsiye edilebilir.

Yazar beyanı

Araştırma ve yayın etiği beyanı

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

Etik kurul onayı

Bu çalışma için etik kurul onayı gerekmemektedir.

Yazar katkıları

Çalışma tek yazarlı olduğu için tüm katkı yazara aittir.

Çıkar çatışması

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

Destek beyanı

Bu çalışma için herhangi bir destek alınmamıştır.

Kaynakça

- Apergis, N. ve Poufinas, T. (2020). The role of insurance growth in e growth: fresh evidence from a panel of OECD countries. *The North American Journal of Economics and Finance*, 53, 101217. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.najef.2020.101217>
- Arena, M. (2008). Does insurance market activity promote economic growth? A cross-country study for industrialized and developing countries. *Journal of risk and Insurance*, 75(4), 921-946. Doi: <https://doi.org/10.1111/j.1539-6975.2008.00291.x>
- Balkı, A. (2023). Katılım bankacılığı ve geleneksel bankacılık ile ekonomik büyüme ilişkisinin karşılaştırmalı analizi: Türkiye örneği. *Kocatepe İslami İlimler Dergisi*, 6(Özel Sayı), 141-160. Doi: <https://doi.org/10.52637/kiid.1353457>
- Banerjee, A., Dolado, J. ve Mestre, R. (1998). Error-correction mechanism tests for cointegration in a single-equation framework. *Journal of time series analysis*, 19(3), 267-283. Doi: <https://doi.org/10.1111/1467-9892.00091>
- Brown, R. L., Durbin, J. ve Evans, J. M. (1975). Techniques for testing the constancy of regression relationships over time. *Journal of the Royal Statistical Society Series B: Statistical Methodology*, 37(2), 149-163. Doi: <https://doi.org/10.1111/j.2517-6161.1975.tb01532.x>
- Çetin, A. K., Kutlutürk, M. M. ve Akmaz, H. K. (2014). Eğitim durumuna göre istihdamın GSYH etkisi. *Journal of Management and Economics Research*, 12(22), 249-266. Doi: <https://doi.org/10.11611/JMER206>
- Chang, T., Lee, C. C. ve Chang, C. H. (2014). Does insurance activity promote economic growth? Further evidence based on bootstrap panel granger causality test. *The European Journal of Finance*, 20(12), 1187-1210. Doi: <https://doi.org/10.1080/1351847X.2012.757555>
- Dalkılıç, N. ve Gülcemal, M. E. (2022). Sigorta harcamaları ve gayri safi yurt içi hasıla değişkenlerinin sigorta pazar payına etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14(1), 449-464. Doi: <https://doi.org/10.20491/isarder.2022.1390>
- Deloitte Danışmanlık A.Ş. (2015). *Sigorta acenteleri dünya uygulamaları araştırma ve 2023 vizyonu belirleme raporu*. Ankara: TOBB. Erişim: <https://www2.deloitte.com/tr/tr/pages/financial-services/articles/insurance-agents-world-applications-of-research.html>

- DASK (2023). *Doğal Afet Sigortaları Kurumu*. Erişim. 25 Eylül 2023, <https://www.dask.gov.tr/zorunlu-deprem-sigortasi-istatistikleri>
- Dickey, D. A. ve Fuller, W. A. (1979). Distribution of the estimators for autoregressive time series with a unit root. *Journal of the American Statistical Association*, 74(366), 427-431. Doi: <https://doi.org/10.1080/01621459.1979.10482531>
- Göksu, S. ve Mere. M. (2022). İktisadi hoşnutsuzluk endeksi ve ekonomik büyüme sigortacılık sektörü üzerinde etkili mi?. *International Journal of Social Humanities Sciences Research*, 9(82), 680-689. Doi: <https://doi.org/10.26450/jshsr.3075>
- Gonzalez, M. R., Wegener, C. ve Basse, T. (2022). Re-investigating the insurance-growth nexus using common factors. *Finance Research Letters*, 46, 102231. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102231>
- Haiss, P. ve Sümegi, K. (2008). The relationship between insurance and economic growth in Europe: A theoretical and empirical analysis. *Empirica*, 35, 405-431. Doi: <https://doi.org/10.1007/s10663-008-9075-2>
- Hatemi-J, A., Lee, C. C., Lee, C. C. ve Gupta, R. (2019). Insurance activity and economic performance: Fresh evidence from asymmetric panel causality tests. *International Finance*, 22(2), 221-240. Doi: <https://doi.org/10.1111/infi.12333>
- Hendry, D. F. ve Juselius, K. (2001). Explaining cointegration analysis: Part-II. *The Energy Journal*, 22(1): 75-120. Doi: <https://doi.org/10.5547/ISSN0195-6574-EJ-Vol22-No1-4>
- Kar, M. ve Pentecost, E. J. (2000). *Financial development and economic growth in Turkey: Further evidence on the causality issue*. Economic Research Paper. 00/27, Loughborough University.
- Karakuş, M. ve Atabey, A. Ö. (2021). Genç işsizlik, ihracat ve büyüme arasındaki ilişki: Türkiye için ampirik bir analiz. *Alanya Akademik Bakış*, 5(2), 865-882. Doi: <https://doi.org/10.29023/alanyaakademik.889070>
- Kremers, J. J., Ericsson, N. R. ve Dolado, J. J. (1992). The power of cointegration tests. *Oxford bulletin of economics and statistics*, 54(3), 325-348. Doi: <https://doi.org/10.1111/j.1468-0084.1992.tb00005.x>
- Kugler, M. ve Ofoghi, R. (2005). Does insurance promote economic growth? Evidence from the UK. *In Money Macro and Finance (MMF), Research Group Conference* 8.
- Lee, C. C. ve Lee, C. C. (2020). Insurance activity, real output, and geopolitical risk: Fresh evidence from BRICS. *Economic Modelling*, 92, 207-215. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2020.01.001>
- Lee, C. C., Lee, C. C. ve Chiou, Y. Y. (2017). Insurance activities, globalization, and economic growth: New methods, new evidence. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 51, 155-170. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2017.05.006>
- Lee, J. ve Strazicich, M. C. (2003). Minimum lagrange multiplier unit root test with two structural breaks. *Review of economics and statistics*, 85(4), 1082-1089. Doi: <https://doi.org/10.1162/003465303772815961>
- Levine, R. (2005). *Finance and growth: theory and evidence*. Handbook of economic growth, 1, 865-934. Doi: [https://doi.org/10.1016/S1574-0684\(05\)01012-9](https://doi.org/10.1016/S1574-0684(05)01012-9)
- Liu, G. C., Lee, C. C. ve Lee, C. C. (2016). The nexus between insurance activity and economic growth: A bootstrap rolling window approach. *International Review of Economics & Finance*, 43, 299-319. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.iref.2015.11.004>
- McNown, R., Sam, C. Y., ve Goh, S. K. (2018). Bootstrapping the autoregressive distributed lag test for cointegration. *Applied Economics*, 50(13), 1509-1521. Doi: <https://doi.org/10.1080/00036846.2017.1366643>
- Mehmood, B., Shahbaz, M. ve Jiao, Z. (2021). Do Muslim economies need insurance to grow? Answer from rigorous empirical evidence. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 87, 346-359. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.qref.2021.05.006>
- Narayan, P. K. (2005). The saving and investment nexus for China: Evidence from cointegration tests. *Applied Economics*, 37(17), 1979-1990. Doi: <https://doi.org/10.1080/00036840500278103>
- OECD (2023). *Ekonomik işbirliği ve kalkınma örgütü, OECD Stat Database*. Erişim, 1 Mayıs 2023, <https://stats.oecd.org/>
- Öztürk, N., Darıcı, H. K. ve Kesikoğlu, F. (2015). Ekonomik büyüme ve finansal gelişme ilişkisi: Gelişmekte olan piyasalar için bir panel nedensellik analizi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 30(1), 53-69.

- Patrick, H. T. (1966). Financial development and economic growth in underdeveloped countries. *Economic Development and Cultural Change*, 14(2), 174-189. Doi: <https://doi.org/10.1086/450153>
- Pesaran, M. H., Shin, Y. ve Smith, R. J. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of Applied Econometrics*, 16(3), 289-326. Doi: <https://doi.org/10.1002/jae.616>
- Phillips, P. C. B. ve Perron, P. (1988). Testing for a unit root in time series regression. *Biometrika*, 75(2), 335-346. Doi: <https://doi.org/10.1093/biomet/75.2.335>
- Pradhan, R. P., Arvin, M. B. ve Norman, N. R. (2015). Insurance development and the finance-growth nexus: Evidence from 34 OECD countries. *Journal of Multinational Financial Management*, 31, 1-22. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.mulfin.2015.02.001>
- Sam, C. Y., Mcnown, R. ve Goh, S. K. (2019). An augmented autoregressive distributed lag bounds test for cointegration. *Economic Modelling*, 80, 130-141. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2018.11.001>
- Skipper, H. D. (1997). *Foreign insurers in emerging markets: issues and concerns*. International Insurance Foundation. Washington, DC.
- Toda, H. Y. ve Yamamoto, T. (1995). Statistical inference in vector autoregressions with possibly integrated processes. *Journal of Econometrics*, 66(1-2), 225-250. Doi: [https://doi.org/10.1016/0304-4076\(94\)01616-8](https://doi.org/10.1016/0304-4076(94)01616-8)
- Tursoy, T. ve Faisal, F. (2018). The impact of gold and crude oil prices on stock market in Turkey: Empirical evidences from ARDL bounds test and combined cointegration. *Resources Policy*, 55, 49-54. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2017.10.014>
- Türkiye Sigorta Birliği İstatistikleri (2023). *Türkiye Sigorta Birliği veri tabanı*. Erişim, 1 Mayıs 2023, <https://www.tsb.org.tr/tr>
- Ward, D. ve Zurbrugg, R. (2000). Does insurance promote economic growth? Evidence from OECD countries. *Journal of Risk and Insurance*, 489-506. Doi: <https://doi.org/10.2307/253847>
- World Bank (2023). *Dünya Bankası veri tabanı*. Erişim, 1 Mayıs 2023, <http://www.worldbank.org/>

