

PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ
İŞLETME ARAŞTIRMALARI DERGİSİ
Pamukkale University
Journal of Business Research

e-ISSN: 2757-7260

2023

Cilt: 10, Sayı: 3

Volume: 10, Issue: 3



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





PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ
İŞLETME ARAŞTIRMALARI DERGİSİ
(PIAR)

Pamukkale University Journal of Business Research
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/piar>



Pamukkale Üniversitesi
İşletme Araştırmaları Dergisi
Pamukkale University
Journal of Business Research

Yıl / Year: 2023

Cilt/Volume: 10

Sayı/Issue: 3

E-ISSN : 2757-7260

Yayın Aralığı: Yılda 2 Sayı | Başlangıç: 2014 | Yayıncı: Pamukkale Üniversitesi

Uluslararası hakemli bilimsel bir dergi olan PIAR ilk olarak 2014 yılında yayımlanmıştır. Dergide, Türkçe ve İngilizce dillerinde, İktisadi ve İdari Bilimlerin tüm alanlarında makaleler yayımlanır. Dergide yayımlanan çalışmalardan kaynak gösterilmek şartıyla alıntı yapılabilir. Çalışmaların tüm sorumluluğu yazarına/yazarlarına aittir.

Tarandığımız İndeksler / Indexing & Abstracting in

EBSCO, DOAJ, Academic Resource Index (ResearchBib), ASOS index, BASE (Bielefeld Academic Search Engine), EuroPub, ACARINDEX (Academic Researches Index), Akademik Dokümanlar Dizini (Index of Academic Documents -IAD), Academindex, ASCI Asian Science Citation Index

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



Sahibi / Owner

Pamukkale Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi adına
Dekan Ender Coşkun

Baş Editör / Editor in Chief

Celeddin SERİNKAN, Pamukkale Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
İşletme Bölümü, Türkiye
cserinkan@pau.edu.tr

Bölüm Editörleri / Section Editors

Mehtap Sarıkaya, Pamukkale Üniversitesi, Yönetim, Örgütsel Davranış,
mehtaps@pau.edu.tr

Habib Küçükşahin, Pamukkale Üniversitesi, Muhasebe, Finans,
hkucuksahin@pau.edu.tr

Çetin Kalburan, Pamukkale Üniversitesi, Yönetim Bilişim Sistemleri
ckalburan@pau.edu.tr

Arzu Organ, Pamukkale Üniversitesi, Sayısal Yöntemler, Ekonometri,
aorgan@pau.edu.tr

Mevhibe Türkmen, Pamukkale Üniversitesi, Üretim Yönetimi, Pazarlama,
mturkmen@pau.edu.tr

Sinem Pınar Gürel, Pamukkale Üniversitesi, İktisat,
pgurel@pau.edu.tr

Tolgahan Aydın, Pamukkale Üniversitesi, Kamu Yönetimi, Maliye,
taydiner@pau.edu.tr

İngilizce Dil Editörü / English Language Editor

Hatice Çoban Kumbalı, Pamukkale Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Türkiye, haticecoban@pau.edu.tr

Sekreteryası / Secretariat

Göksal Selahatdin Kelten, Pamukkale Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
Türkiye, gkelten@pau.edu.tr

Melek Cıbrır, Pamukkale Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Türkiye,
mcibir@pau.edu.tr

Editör Kurulu / Editorial Board

Adem Korkmaz, Burdur Mehmet Akif University, Türkiye
Agâh Sinan Ünsar, Trakya University, Türkiye
Alisher Rasulev, Institute of Economics, Uzbekistan
Avdesh Jha, Charutar Vidya Mandal University, India
Ayşe İrmiş, Pamukkale University, Türkiye
Azamat Maksudunov, Kyrgyz Turkish Manas University, Kyrgyzstan
Bo Li, Huaiyin Institute of Technology, China
Chris Stream, University of Nevada (Las Vegas), USA
Cihan Çobanoğlu, University of South Florida, USA
Davide de Gennaro, University of Salerno, Italy
Dejan Maralov, Goce Delchev University, North Macedonia
Djavlonbek Kadirov, Victoria University of Wellington, New Zealand
Edyta Rudawska, University of Szczecin, Poland
Fatih Semerciöz, İstanbul University, Türkiye
Fevzi Okumuş, University of Central Florida, USA
Feyzullah Eroğlu, Pamukkale University, Türkiye
Fuat Sekmen, Sakarya University, Türkiye
Gabriella Piscopo, University of Salerno, Italy
Goudarz Sadeghi, University of Mohaghegh Ardabili, Iran
H. Mustafa Paksoy, Gazianep University, Türkiye
Hasan Gül, Ondokuz Mayıs University, Türkiye
Ionut Minea, University of Alexandru Ioan Cuza, Romania
Joanna Malgorzata Michalak, University of Lodz, Poland
Kai Xue, Qingdao, University of Technology, China
Kasım Baynal, Kocaeli University, Türkiye
Kecheng Liu, University of Reading, United Kingdom
Lavanchawee Sujarittanonta, University Of Nigeria, Nigeria
Mahmut Yardımcıoğlu, Kahramanmaraş Sütçü İmam University, Türkiye
Mehmet Marangoz, Muğla Sıtkı Koçman University, Türkiye
Monika Moraliyska, University of National and World Economy, Bulgaria
Mustafa Mıynat, Celal Bayar University, Türkiye
Mustafa Soba, Uşak University, Türkiye
Naim Kapucu, University of Central Florida, United States of America
Oleksandr Dlugopolsky, West Ukrainian National University, Ukraine
Omar Behadada, Tlemcan University, Algeria
Orazaly Sabden, Institute of Economics, Kazakhstan
Ouassila Lachachi, Tlemcan University, Algeria
Paul Leonard Gallina, Bishop's University, Canada
Ramazan Erdem, Süleyman Demirel University, Türkiye
Selçuk B. Haşiloğlu, Pamukkale University, Türkiye
Seyil Najimudnova, Kyrgyz Turkish Manas University, Kyrgyzstan
Şakir Sakarya, Balıkesir University, Türkiye
Tamer Eren, Kırıkkale University, Türkiye
Teona Mataradze, Tbilisi State University, Georgia
Valentina-Mariana Manou, University of Bucharest, Romania
Veronika Linhartova, Ambis University, Czech Republic
Wafaa Berrached, Tlemcan University, Algeria
Yavuz Demirel, Kastamonu University, Türkiye
Yunchuan Zhang, Wuhan University of Science and Technology, China

Pamukkale Üniversitesi İşletme Araştırmaları Dergisi (PIAR)
Pamukkale University Journal of Business Research

E-ISSN / ISSN 2757-7260

PIAR PIAR

Uluslararası Hakemli Bilimsel Dergi International, Peer Reviewed Scientific Journal

Yayın Sıklığı **Publication Frequency**

Yılda iki kez (Haziran, Aralık) Semi-annual in June, December

Yayın Dili **Publication Language**

Türkçe, İngilizce Turkish, English

Adres **Correspondence Address**

Pamukkale Üniversitesi, Pamukkale University

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Faculty of Economics and Administrative

İşletme Bölümü Sciences, Department of Business

Kınıklı Kampüsü 20160 Denizli / Kınıklı Campus, 20160 Denizli / TÜRKİYE

TÜRKİYE

İletişim / Contacts

E-mail: piar@pau.edu.tr, pauisletmedergisi@gmail.com

Tel: +90(258) 296 26 83 Fax: +90 (258) 296 26 26

Web Sayfası / Web Page

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

2023	10	3
Yıl/Year	Cilt/Volume	Sayı/Issue

Yazar / Author	İÇİNDEKİLER / CONTENTS	Sayfa/ Page
Yazar / Author	Başlık / Title Araştırma Makalesi / Research Paper	Sayfa/ Page
Aydın ŞENOL Sergen SANCAK Halil AKKUŞ	COVID-19 Pandemi Sürecinin Sağlık İşletmelerine Sektörel Etkilerinin Finansal Analizi: Türkiye İlaç Sektörü Örneği <i>Financial Analysis of the Sectoral Effects of the COVID-19 Pandemic Process on Healthcare Businesses: Turkey The Case of the Pharmaceutical Sector</i>	717-734
Tamer BARAN	Likert Tipi Ölçeklerle Elde Edilen Verilerde Cevap Etiketleri Sıralamasının Katılımcıların Cevaplarına Etkisi <i>The Effect of Response Label Order on the Answers of Participants in the Data Obtained by Likert Type Scales</i>	735-744
Simge YENİLMEZEL ALICI İrfan ERTUĞRUL	Evaluation of the Financial Performances of BIST IT Sector by CILOS Based CoCoSo Method <i>CILOS Tabanlı CoCoSo Yöntemi ile BİST Bilişim Sektörünün Finansal Performanslarının Değerlendirilmesi</i>	745-759
Haşmet GÖKIRMAK Fuat SEKMEN	COVID-19'un Avrupa Birliği Ülkeleri Üzerindeki Ekonomik Etkileri <i>Economic Effects of COVID-19 on European Union Countries</i>	760-782
Oday ALKAHLOUT	Dijital İnsan Kaynakları Yönetimi Çalışmalarının Bibliyometrik Analizi (2013-2022) <i>Bibliometric Analysis of Digital Human Resources Management Studies (2013-2022)</i>	783-794
Ahmet GÜLER İbrahim ORGAN	İtalya'da Futbolcu Gelirlerinin Vergilendirilmesi <i>Taxation of Football Player Income in Italy</i>	795-809
Burcu BİRSEN Ayşegül TUŞ	Determination of Customer Loyalty Rate in a Bank Branch Using the Analytical Hierarchy Process (AHP) Method	810-822

	<i>Bir Banka Şubesinde Müşteri Sadakat Oranının Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) Yöntemi ile Belirlenmesi</i>	
Yasemin ASİLTÜRK OKUTAN	Gastroturistlerin Sağlıklı Beslenme Alışkanlıklarının Tespiti: Balıkesir Örneği <i>Determination of Healthy Eating Habits of Gastrotourists: Balıkesir Example</i>	823-834
Ali Murat BOYRAZ R. Dilek KOÇAK	Psikolojik İyi Oluşun İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi: İş Yaşam Dengesinin ve Duygusal Bağlılığın Seri Çoklu Aracılık Rolü <i>The Effect of Psychological Well-Being on Intention to Leave: The Serial Multiple Mediating Role of Work-Life Balance and Affective Commitment</i>	835-853
Mune MOĞOL SEVER	Service Process Enhancement in Medical Tourism with Support of Augmented Reality <i>Medikal Turizmde Artırılmış Gerçeklik (AG) Destekli Hizmet Süreci İyileştirmesi</i>	854-867
Yazar / Author	Başlık / Title Derleme Makale / Review Paper	Sayfa/ Page
Dilek ALAY Aynur TORAMAN	Mıknatıs Hastane Konsepti <i>Concept of Magnet Hospital</i>	868-885

SAYI HAKEMLERİ-2023, Cilt: 10, Sayı: 3
ISSUE REVIEWERS-2023, Volume: 10, Issue: 3

Abdullah BALLI

Abdullah KARAMAN

Abdullah ÖZÇİL

Adile AKTAR

Ahmet ALKAN

Ahmet BARDAKCI

Altuğ ÇAĞATAY

Aydın BAĞDAT

Baki YEĞEN

Bekir DEĞİRMENCİ

Beyhan AKSOY

Çetin BEKTAŞ

Elif KAYA

Emre Esat TOPALOĞLU

Engin ÇAKIR

Erdoğan GAVCAR

Erkan SAĞLIK

Esra GÜREL

Fatma Gül ALTIN

Fuat SEKMEN

Gamze Ebru ÇİFTÇİ

Hakan AYGÖREN

Hicran Utkun DİNCER AYDIN

Hüseyin ŞENKAYAS

İnci DURSUN

Mehmet Ali EKİNCİ

Mehmet KARAHAN

Mehmet KIZILOĞLU

Mehmet MARANGOZ

Nilsen KUNDAKCI

Özgür ÇETİNER

Özlu DOLMA

Pınar UZ

Tuğba AKIN

Tuğba UZUNKAYA ŞATIR

Ümmühan BAYRAM

Yaşar TURNA

Zübeyir BAĞCI

COVID-19 Pandemi Sürecinin Sağlık İşletmelerine Sektörel Etkilerinin Finansal Analizi: Türkiye İlaç Sektörü Örneği

Financial Analysis of the Sectoral Effects of the COVID-19 Pandemic Process on Healthcare Businesses: Türkiye the Case of the Pharmaceutical Sector

Aydın ŞENOL ¹Sergen SANCAK ^{2*}Halil AKKUŞ ³¹ Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, asenol@subu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5136-9463² Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, sergensancak@outlook.com.tr, ORCID: 0000-0002-8379-2722³ Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, halil.akkus@ktb.gov.tr, ORCID: 0000-0002-2044-2717

* Yazışılan Yazar/Corresponding author

Makale Geliş/Received: 05.07.2023

Makale Kabul/Accepted: 30.09.2023

Araştırma Makalesi / Research Paper

DOI: 10.47097/piar.1323263

Öz

17 Kasım 2019 tarihinde Çin'in Hubei bölgesinin başkenti olan Wuhan şehrinde ortaya çıkıp, kısa sürede global ölçekte yayılım gösteren Covid-19 salgını tüm dünyayı etkisi altına alarak insanları ve işletmeleri derinden etkilemiştir. Bu zorlu süreçte işletmeler üzerindeki olumsuz etkiler, Ukrayna-Rusya savaşının da patlak vermesiyle birlikte daha da derinleşerek devam etmektedir. Enerji, gıda, lojistik ve tedarik sektörlerinde yaşanan aksamalar ve aşırı fiyat artışları, dünya ekonomisini ve özellikle işletmeleri finansal açıdan olumsuz yönde etkilemektedir. Bu çalışmadaki amaç, COVID-19'un ilaç sektörü üzerindeki etkilerini Borsa İstanbul A.Ş.de yer alan 7 ilaç şirketi üzerinde 2019-9, 2020-9, 2021-9 ve 2022-9 dönemlerine ait önemli mali verilerini analiz ederek incelemektir. Yöntem olarak, seçili şirketlerin COVID-19 dönemi finansal performansına etkilerini görebilmek adına TOPSIS yöntemi kullanılmıştır. Çalışma sonucunda pandemi döneminde birçok sektör ekonomik anlamda krize sürüklenirken ilaç sektörünün krizi fırsata çevirerek olumlu yönde bir ivme kazandığı anlaşılmıştır. 2020 yılında ECILC ve DEVA şirketlerinin pozitif bir yükseliş gösterdiği, 2022 yılında ise SEYKM ve RTALB şirketlerinin üst sıralarda yer aldığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Finansal Analiz, İlaç Sektörü, COVID-19, Topsis Yöntemi.

Jel Kodları: M40, M49, G32.

Abstract

On November 17, 2019, the Covid-19 outbreak emerged in Wuhan, the capital of Hubei province in China, and quickly spread globally, deeply impacting individuals and businesses. The adverse effects on businesses have been further exacerbated by the outbreak of the Ukraine-Russia war. Disruptions and excessive price increases in the energy, food, logistics, and supply sectors have negatively affected the global economy and businesses financially. The aim of this study is to analyze the effects of Covid-19 on the pharmaceutical sector by examining the significant financial data of seven pharmaceutical companies listed on Borsa Istanbul A.S. for the periods of 2019-9, 2020-9, 2021-9, and 2022-9. The TOPSIS method was employed as a methodology to observe the impact of the selected companies' financial performance during the Covid-19 period. The study reveals that while many sectors were driven into an economic crisis during the pandemic, the pharmaceutical sector managed to turn the crisis into an opportunity and experienced positive momentum. It was found that ECILC and DEVA companies showed a positive growth in 2020, while SEYKM and RTALB companies ranked high in 2022.

Keywords: Financial Analysis, Pharmaceutical Industry, COVID-19, Topsis Method.

Jel Codes: M40, M49, G32.

1. GİRİŞ

17 Kasım 2019 tarihinde Çin'in Wuhan şehrinde keşfedilen ve Ciddi Akut Solunum Sendromu Koronavirüs 2 (SARS-CoV-2) adıyla bilinen bir yeni virüs bulunmuştur (Yılmaz vd., 2020: 92). Virüs kısa sürede tüm dünyada hızlı bir yayılım göstermiştir. Bununla birlikte birçok sektör COVID-19 virüsünün getirmiş olduğu şartlar altında hizmet vermeye devam ederken bazı sektörler çalışma modelini değiştirmek zorunda kalmış bazıları ise bu yeni şartlarla beraber durma noktasına kadar gelmiştir. COVID-19 salgını, neredeyse her alanda büyük etkiler yaratmış ve önemli hasarlara yol açmıştır. Pandemi, sağlık, ekonomi, eğitim, iş dünyası gibi pek çok sektörü derinden etkilemiştir (Balci, 2020: 76).

COVID-19 salgını, sosyal, ekonomik ve toplumsal açılardan çeşitli boyutlara sahip olan bir krizdir. Bu salgın, arz ve talep şoklarının karmaşık bir bileşimini içermekte ve bireylerin tüketim alışkanlıkları dahil birçok davranışlarını etkilemiştir. Özellikle hareket kısıtlamaları, ekonomik faaliyetler üzerinde ciddi bir yük oluştururken, seyahat kısıtlamaları, yolcu hareketliliğini durdurmuş, uzaktan eğitime geçiş modeli ile birlikte eğitim sistemi değişime uğramış, spor ve sanatsal etkinlikler durmuş ve konaklama sektörü neredeyse tamamen durma noktasına gelmiştir. İşgücü piyasasında uzaktan çalışma modeline geçilirken, sosyal ve fiziksel mesafe kuralları, çalışma sistemini değiştirmiş ve bazı üretim noktalarında faaliyet durmuştur (Soylu, 2020: 169).

COVID-19 salgınının insanlar üzerindeki etkisi ve ekonomik sonuçları, yeni nesil aşı teknolojisi platformlarının gözden geçirilmesini ve aşı geliştirme çalışmalarının hızlandırılmasını kaçınılmaz hale getirmiştir (Kazak vd., 2020: 572). Devletler sağlık, ekonomi ve sosyal alanlarda yeni politikalar gerçekleştirmek zorunda kalmıştır. Hükümetler sağlık, ekonomik ve sosyal açılardan birçok problemle karşı karşıya kalmış, salgınla mücadele için birçok ülke sınırlarını kapatma, seyahat engeli, karantina uygulaması gibi pek çok tedbiri hayata geçirmiştir. Bu tedbirlerin akabinde aşı çalışmalarının olumlu sonuçlar vermesi ve küresel ölçekte pandeminin etkilerinin azalmasıyla beraber küresel bir toparlanma sürecine girilmiştir.

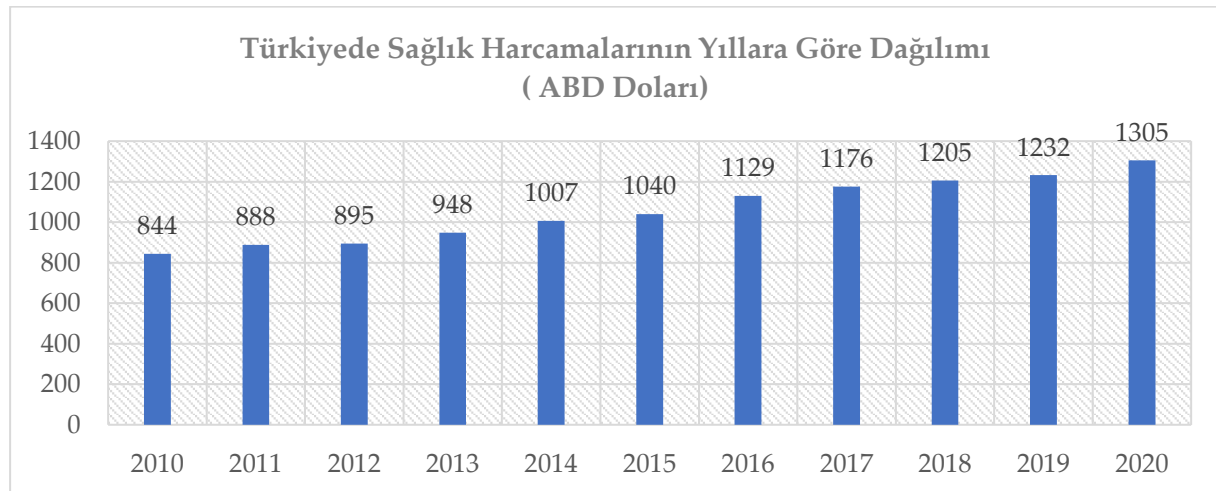
Koronavirüs pandemisi sonrası ortaya çıkan savaşın, petrol, doğalgaz, buğday gibi temel hammaddelerin sınırlılığına yol açması, ulaşım, ithalat-ihracat gibi önemli sektörlerde zorluklar yaşanmasına neden olmuş (Sancak ve Şenol, 2023: 108) emtia sektörlerindeki aksamaların akabinde gelişen fiyat artışları dünya ekonomisini ve özellikle işletmeleri finansal açıdan olumsuz yönde etkilemiştir. Önemli bir halk sağlığı sorunu olan COVID-19 virüsü ticaretten ulaşım, sağlıktan turizme sektörler üzerinde olumsuz bir etki yaratmıştır. Dünyada 2020 yılı için beklenen ekonomik göstergeler pandemin ortaya çıkması ile değişkenlik göstermiştir. Bu dönemde hizmet veren birçok sektör virüsün getirdiği olumsuz şartlardan dolayı ekonomik kriz yaşarken birçok sektörde mevcut durumun getirdiği imkanlar doğrultusunda ekonomik açıdan büyüme göstermiştir. Bu çalışmadaki amaç dünya genelinde sarsıcı bir etki yaratan COVID-19 pandemisinin seçili ilaç firmaları üzerinde yarattığı etkilerin finansal analizini yapmaktır. Finansal analiz, bir şirketin, kurumun mali durumunu, faaliyetlerinin, finansal performansını ve finansal olarak süreci görmek ve şirketle ilgili geleceğe dair çıkarımlarda bulunmak için finansal tablolarda bulunan kalemler arasındaki ilişkilerin ve bu kalemlerin zaman içindeki gelişiminin incelenmesi olarak tanımlanmaktadır (Bülüç vd., 2017: 65).

Çalışmada COVID-19 pandemisinden en çok etkilenen sektörlerin başında gelen sağlık sektörünün bu süreçteki finansal durumu değerlendirmek için Borsa İstanbul A.Ş.de yer alan 7 ilaç şirketi üzerinden analiz yapılmıştır.

2. COVID-19 DÖNEMİ SAĞLIK VE İLAÇ SEKTÖRÜ

2.1. COVID-19 Dönemi Sağlık Harcamaları

COVID-19'un salgını dünya ticaretinde ve global ekonomide küçülmelere sebebiyet vermiştir. Ancak uluslararası ölçekte sağlık harcamalarının payı pandemi ile beraber artış göstermiştir. 2018 yılında Türkiye'de toplam sağlık harcaması 165 Milyar 234 Milyon TL olarak açıklanmıştır. Bu harcamaların %77,5'i devlet tarafından %22,5'i özel sektör tarafından yapılmıştır (<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Saglik-Harcamalari-Istatistikleri-2018-30624>). Toplam sağlık harcamaları 2019 yılında %21 artarak 201 Milyar 31 Milyon TL olarak açıklanmıştır. Bu harcamaların %78'i devlet tarafından %22'si özel sektör tarafından yapılmıştır. 2020 yılında ise %24 artış göstererek 249 Milyar 932 Milyon TL olarak açıklanmıştır. Bu harcamaların %79,2'si devlet tarafından %20,8'i özel sektör tarafından yapılmıştır. 3 yıl genel olarak değerlendirildiğinde perakende satış ve diğer tıbbi malzeme sunanlara yapılan harcamalar toplam harcamaların %25'ini oluşturmaktadır (<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Saglik-Harcamalari-Istatistikleri-2019-33659>).



Grafik 1. Toplam Sağlık Harcamaları (2010-2020)

Kaynak: <https://data.oecd.org/healthres/health-spending.htm>

Grafik 1'de ülkemizdeki Toplam Sağlık Harcaması (ABD Doları/Kişi) 2010 yılından 2020 yılına kadar verilmiş mevcut göstergeler pandeminin ilk ortaya çıktığı 2019 yılından 2020 yılına kadar 73 \$'lık bir artışın olduğunu gözler önüne sermiştir.

2.2. Türkiye İlaç Sanayi ve Gelişimi

İlaç üretimi, dünya genelindeki şirketlerin tarihçesine bakıldığında 19. yüzyılda gerçekleşen sanayi devrimine dayanmaktadır. Sulfonamid ve Penisilin'in 1930'larda keşfedilmesi ve 2. Dünya Savaşı sonrasındaki gelişmeler ile birlikte ilaç endüstrisinin sağlık sektöründe önemli bir konum kazanmıştır. Ülkemizde ise ilaç üretimi, 19. yüzyılın sonlarında küçük laboratuvarlar ve eczaneler tarafından başlamıştır. 1. Dünya Savaşı sırasında, ülkede yaklaşık 30'a yakın ilaç üretilebilir hale gelmişken, diğer ilaçlar ise ithal edilerek sağlanmaya

çalışılmıştır. 1928 yılında çıkarılan kanunla birlikte, Türkiye'de ilaç üretimi ve ithalatı yasal düzenlemelere tabi tutulmuştur. İlaç üretimi, ikinci dünya savaşı sonrasında laboratuvarlar ve eczanelerde devam etmiş, daha sonra yerli ve yabancı sermayeli şirketler tarafından fabrikalar kurulmaya başlanmıştır.

1984 sonrası dönemde, yerli ve yabancı sermayeli şirketlerin yatırımları artış göstermiş ve özellikle 1990'dan sonra Türkiye'nin ilaç pazarına 19 adet yabancı sermayeli ilaç firması girmiştir. 1998 yılı sonunda ilaç sektöründe toplamda 134 şirket faaliyet göstermektedir. Sosyal Sigortalar Kurumu İlaç Fabrikası ve Millî Savunma Bakanlığı Ordu İlaç Fabrikası gibi kuruluşlar kamu sektöründe yer alırken, diğer şirketler özel sektöre aittir (Söğüt, 2006: 19).

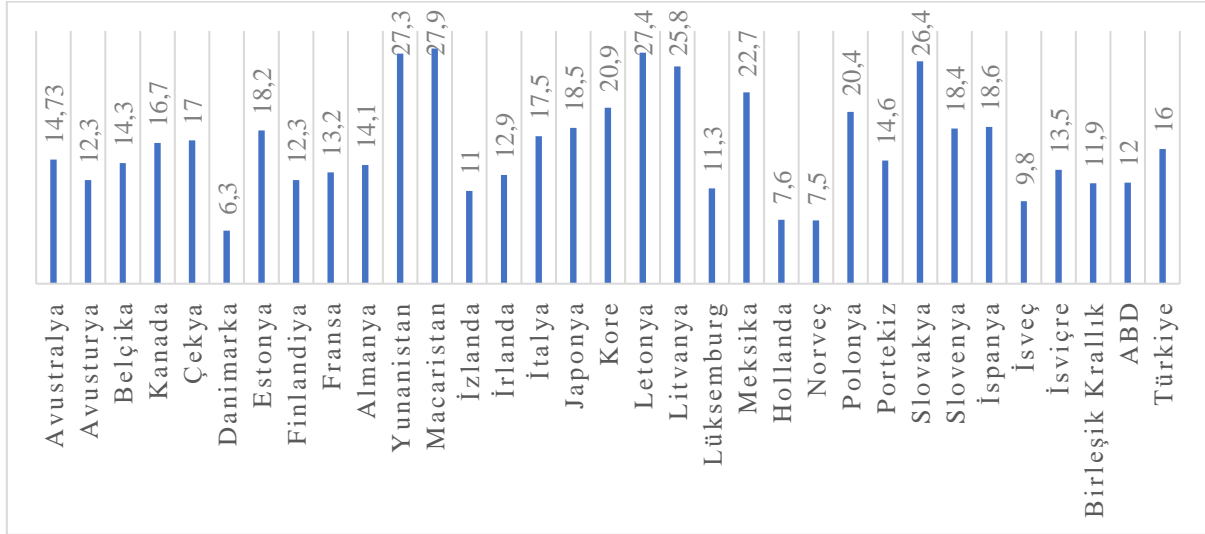
Türk ilaç sektörü, dünya çapında üretim kapasitesi açısından yeterli düzeyde olmasına rağmen, küresel pazarda istenen rekabet gücüne henüz sahip değildir. 2012 yılında Türk ilaç sektörü, Avrupa'da 7. sırada ve dünya genelinde 15. sırada yer almıştır, toplamda 8,6 milyar dolarlık bir hacme sahip olmuştur (Kaynak, 2016: 51).

2.3. COVID-19 Dönemi İlaç Harcamaları

İlaç sektörü ülkemizde kurulan ilk sektörlerden biri olmasına rağmen bir gelişme gösterememiş olup (Tıraş, 2020: 43) ilaç sektöründe sektörel büyümeyi sağlayabilmesi ve dünya ilaç sektöründe lider konuma gelmesi için kendi hammaddelerini işleyip üretebilme ve bunları global pazarında başarılı bir şekilde pazarlayabilme yeteneğine sahip olması son dönemlerde daha çok önem kazanmıştır. Dolayısıyla Ar-Ge çalışmalarının ehemmiyeti daha iyi anlaşılmış, ancak bu çalışmalar uzun yıllar ve yüksek maliyetler gerektiren bir süreçtir. Ülkemiz, bu alanda gelişme potansiyeline ve temel alt yapıya sahiptir, ancak dünya pazarında kendini daha da ileriye taşıyabilmesi adına bu alanda kendisini geliştirmesi gerekmektedir (Bağcı, 2022: 86).

COVID-19 ile beraber sağlık ve ilaç sektöründe sürdürülebilir bir kalkınma gerçekleştirmek için yerel üretimin önemi artmış ve ülkemizde bu sektörlerde önemli adımlar atılmasına yol açmıştır.

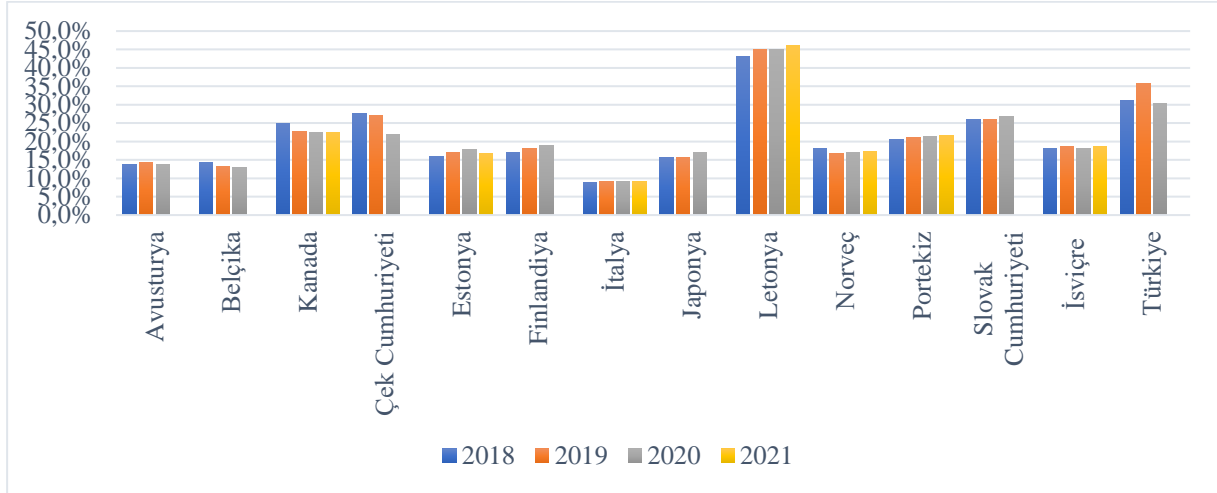
2020 yılında ilaç sektörünün dünyada toplam hacmi 1,48 Trilyon ABD Doları'nın üzerinde gerçekleşmiştir. Türkiye' de ise ilaç sektörünün 2020 yılında ki satış hacmi bir önceki yıla göre yaklaşık %17 büyüyerek 47,9 Milyar TL olmuştur. Türkiye bu büyüme ile 2020 yılında bir basamak düşerek dünyanın 18. Büyük pazarı konumuna gerilemiştir (STB,2021: 9).



Grafik 2. OECD Ülkelerindeki İlaç Harcamalarının Sağlık Harcamaları İçindeki Payı (%)

Kaynak: Bölükbaşı vd., 2021

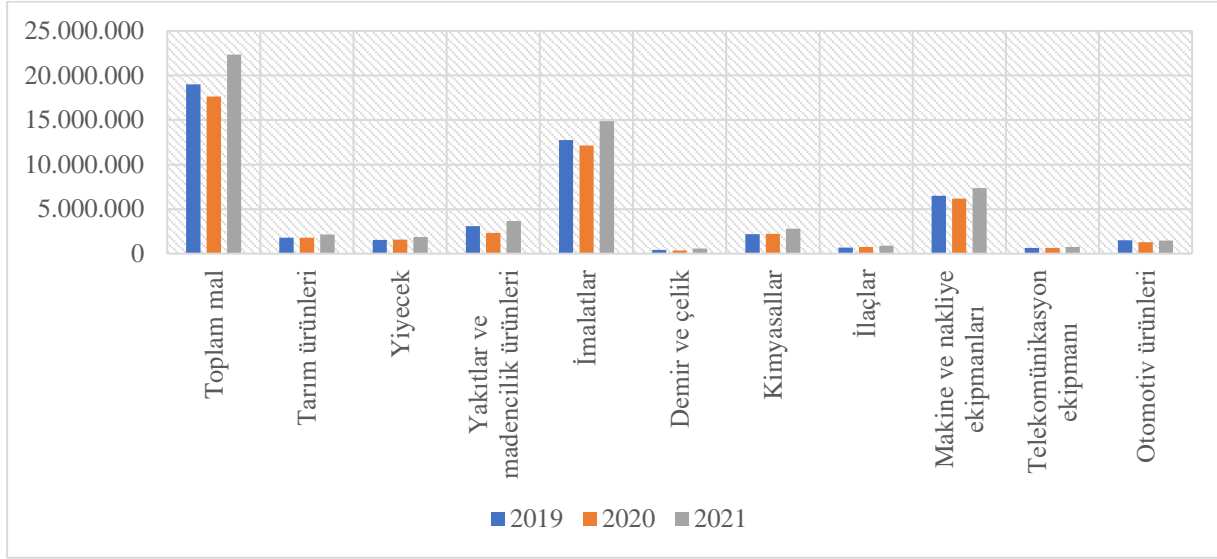
Grafik 2 incelendiğinde 2017 yılı için OECD ülkelerinin ilaç harcamalarının sağlık harcamaları içerisindeki payı verilmiştir. İlaç harcamalarında en yüksek paya %27,9 ile Macaristan sahipken, %6,3 ile Danimarka en düşük paya sahiptir. Türkiye mevcut ülkeler arasında ortalamaya yakın bir paya sahiptir.



Grafik 3. Toplam İlaç Pazarı İçerisindeki Jenerik İlaçların % Payı (Değer)

Kaynak: https://stats.oecd.org/viewhtml.aspx?datasetcode=HEALTH_PHMC&lang=en

Grafik 3'te toplam ilaç pazarı içerisindeki jenerik ilaçların payı yüzde olarak gösterilmiştir. Mevcut veriler incelendiğinde Türkiye, 2018 yılında %31, 2019 yılında %35,8, 2020 yılında %30,4'lük bir paya sahiptir.



Grafik 4. 2019-2021 Yılları Arası Dünya Ticaret İstatistiklerine İlişkin Seçili Sektörel Göstergeler (Dolar)

Kaynak: <https://timeseries.wto.org/>

Grafik 4'teki Dünya Ticaret Örgütü'nün Uluslararası Ticaret İstatistikleri veri tabanından Dünya Ticaret İstatistiklerine ilişkin seçili sektörel göstergeler COVID-19'un etkilerini daha iyi anlayabilmek adına 2019-2020 ve 2021 yılları seçilerek oluşturulmuştur. Grafik incelendiğinde birçok sektörün pandemi öncesi ve pandemi sonrası değişimi gözler önüne serilmektedir. Özellikle çalışmanın ilgi konusu olan ilaç sektörü dünya genelinde 2019 yılında 669.747 \$ seviyelerinde yer alırken sektörün pandemi sonrası 2021 yılında 880.574 \$ ulaştığı görülmektedir.

2.4. Literatür Taraması

Sağlığın korunmasında ve yaşam kalitesinin iyileştirilmesinde önemli rol oynayan, önemli faydalar üreten ilaç endüstrisi; artan gelir düzeyleri, çevresel faktörler ve teknolojik gelişmeler sayesinde insanların daha uzun ve daha kaliteli yaşam sürelerine sahip olduğu günümüzde oldukça dinamik bir yapıya sahiptir. İlaç endüstrisi, nüfusun yaşam kalitesi üzerinde doğrudan etkisi olan ilaçlar sağlayarak ülkelerin sağlık yapısında kritik bir rol oynamaktadır (Duarte, Mota, PintoVarela ve Barbosa-Póvoa, 2022: 324). Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi, Türkiye'de sağlık hizmetlerinin yerine getirebilmesi için ilaç endüstrisi önemli rol üstlenmektedir. İlaç endüstrisinde temel hedef, global ölçüde rekabet edebilecek, ülkesindeki insanların yaşam kalitelerini arttırabilecek, kendi kendine yetebilecek ve hatta ihracat yapabilecek, sürdürülebilir bir sanayi sektörüne sahip olmaktır. Türkiye'de toplam sağlık harcamaları içerisinde ilaç harcamaları yüksek yer tutmakta olup, her geçen gün bu oran artmaktadır. Literatür, incelendiğinde son yıllarda COVID-19 salgının tüm dünyayı etkilemesi ve dünyanın her yerinde küresel afetlerin artması ile beraber sağlık alanında özellikle ilaç endüstrisinde bilimsel araştırmalara ilginin arttığı gözlemlenmektedir.

Dölen vd. (2021)'in COVID-19'un ilaç ve havacılık sektörü üzerine etkisinin araştırıldığı çalışmada şirketlerin ara dönem tablolarını incelemiş ve yapılan araştırmanın sonucunda ilaç sektöründe şirketlerin ellerindeki nakit bulundurma pozisyonlarının arttırıldığı belirtilmiştir. İlaç sektöründe ki şirketler şüpheli ticari alacak riskini en aza indirmeyi amaçladıkları

görülmüştür. Yapılan araştırmada bu şirketlerin dönem karının arttığı belirtilmiştir (Dölen vd., 2021: 165).

COVID-19'un ekonomik etkilerini ve ekonomik tedbirleri incelendiği başka bir çalışmada, 2020 yılında tüm dünyada artan işsizlik sorunundan ve ekonomik krize dikkat çekilmiş, çalışmada sonucunda sağlık harcamalarının artması ve sağlık sektörüne aşırı yüklenilmesine değinilerek 2020 yılı ve sonrasında sağlık harcamalarında ciddi bir artış olacağı öngörülmüştür (Eryüzlü, 2020: 12).

COVID-19'un küresel çaptaki ekonomik etkilerini araştırıldığı başka bir çalışmada; COVID-19'un petrol, havacılık, finans ve sağlık sektörü üzerine etkilerini araştırmıştır. Çalışmada Pandemi, ekonominin farklı sektörlerinde küresel ticareti, faiz oranlarını, finansal piyasa likiditesini olumsuz yönde etkileyen ve talep ve arz şokları yaratan ciddi ekonomik etkiler yarattığına değinerek sağlık sektöründeki harcamalarda artış olduğunu fakat nakit akışlarında azalma olduğunu belirtmiştir (Roy, 2020: 1).

Mali ve denetçi tablolarında pandeminin etkileri üzerine yapılan başka bir çalışmada COVID-19 pandemisinin yarattığı etkilerin incelenen endüstrilerin çoğunda şirketlerin ekonomik olarak derinden etkilediği ele alınmış ve kazanan tek sektörün üretimi artıran ilaç sektörü olduğunu vurgulamıştır (Crucean ve Andreea Claudia, 2021: 105).

İlaç sektöründe pazarlama uygulamalarının COVID-19 sürecinde geçirdiği değişimi ortaya koymak için ilaç sektörü yöneticileri ile yapılan mülakatlardan elde edilen bulgular ile yapılan bir başka çalışmada; COVID-19 sürecinde ilaç sektöründe planlama ve organizasyon, dijitalleşme, üretim ve dağıtım, aşı geliştirme temalarının ön plana çıktığından bahsedilmiştir. Çalışmada, COVID-19 döneminde lojistik, e-perakendecilik ve satış, özel sağlık kurumları ve beşerî ilaç sektörünün de içinde bulunduğu sektörlerin krizden yükselerek çıkabilecekleri vurgulanmıştır (Zeren ve Boynukısa, 2020: 26).

COVID-19 salgını sürecinde borsa İstanbul'da işlem gören ilaç firmalarının finansal performanslarına yönelik çalışma kapsamında seçili şirketlerin 2019-2020 ve 2021 yıllarına ait verilerini ele alan başka bir çalışmada, şirketlerin yıllık finansal performans sıralamaları TOPSIS yöntemi ile anlamlandırılmış sonuç olarak 2019 senesinde SELEC, 2020 senesinde RTALB, 2021 senesinde ise tekrar SELEC'in en iyi finansal performans sergileyen şirketler olduğu tespit edilmiş ayrıca yapılan çalışma neticesinde COVID-19 döneminde finansal performans açısından RTALB'in ivme kazandığı sonucuna ulaşılmıştır (Akgün ve Ahmadzada, 2022: 97).

Literatür çalışmaları genel olarak değerlendirildiğinde, COVID-19'un ekonomik etkilerini ve ekonomik tedbirlerin yoğun şekilde incelendiği, küresel boyutta durgunlukta olan dünya ekonomisinin COVID-19 sonrası tüm dünyada artan işsizlik sorunundan ve ekonomik krize dikkat çekilmiş, sonuçta salgının sağlık harcamalarının aşırı artmasına neden olduğu tespit edilmiştir. Farklı sektörlerde küresel ticaretin, faiz oranlarının, finansal piyasa likiditesini olumsuz yönde etkilendiği ve arz-talep şoklarının ciddi ekonomik etkiler oluşturduğunu, ülkelerin ekonomik olarak derinden etkilendiği ele alınmış ve kazanan tek sektörün sağlık alanında üretimini artıran ilaç ve bağlantılı sektörlerin, şirketlerin, krizden yükselerek çıktığı tespit edilmiştir.

3. ARAŞTIRMANIN AMACI, YÖNTEMİ, KISITLARI VE BULGULARI

3.1. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Bu araştırmanın amacı COVID-19'un ilaç sektörü üzerindeki etkisini incelemektir. Çalışmada Borsa İstanbul A.Ş.de yer alan 7 ilaç şirketinin (ECILC, GENİL, TRILC, DEVA, RTALB, SELEC, SEYKM) 2019-9, 2020-9, 2021-9 ve 2022-9 dönemlerine ait verileri incelenmiştir. Çalışmayı benzeri çalışmalardan ayırt eden husus güncel verileri verebilmek adına 2022 yılının yayınlanan 9 aylık verilerinin kullanılmasıdır.

3.2. Topsis Yöntemi

TOPSIS yöntemi 1980 senesinde Yoon ve Hwang tarafından geliştirilmiştir ve en yaygın olarak tanınan değişkenlerden biri olarak kabul edilebilmektedir (Dumanoğlu, 2010). TOPSIS yöntemi ile rekabetçi bir ortamda firmaların performansını değerlendirmek, karşılaştırmak ve çok kriterli karar verme problemlerini çoklu finansal oranları dikkate alarak çözmek amaçlanmaktadır (Akyüz vd., 2011: 77).

TOPSIS yöntemi temelinde 6 adım ile bir çözüm sürecini içermekle beraber bu süreçler aşağıda verilmiştir.

Adım 1: Karar Matrisinin Oluşturulması

Karar matrisinin satırlarında avantaj ve dezavantajlarını sıralamak istediğiniz karar noktaları, sütunlarında ise kararda kullanılacak değerlendirme kriterleri yer almaktadır. A Matrisi, karar verici tarafından oluşturulan ilk matristir (Ömürbek ve Kınay, 2013: 352).

Karar matrisi aşağıdaki gibi görünmektedir:

$$A_{ij} = \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \cdots & a_{2n} \\ \cdot & & & \cdot \\ \cdot & & & \cdot \\ \cdot & & & \cdot \\ a_{m1} & a_{m2} & \cdots & a_{mn} \end{bmatrix}$$

Aij matrisindeki m karar noktası sayısını, n değerlendirme kriteri sayısını ifade etmektedir.

Adım 2: Normalize Edilmiş Karar Matrisinin (R) Oluşturulması

A matrisinin öğelerinden faydalanarak ve aşağıdaki formül kullanılarak hesaplanmaktadır.

$$r_{ij} = \frac{a_{ij}}{\sqrt{\sum_{k=1}^m a_{kj}^2}} \quad (1)$$

R matrisi aşağıda gösterildiği gibi elde edilmektedir.

$$R_{ij} = \begin{bmatrix} r_{11} & r_{12} & \cdots & r_{1n} \\ r_{21} & r_{22} & \cdots & r_{2n} \\ \cdot & & & \cdot \\ \cdot & & & \cdot \\ \cdot & & & \cdot \\ r_{m1} & r_{m2} & \cdots & r_{mn} \end{bmatrix}$$

Adım 3: Ağırlıklı Standart Karar Matrisinin (V) Oluşturulması

İlk olarak değerlendirme faktörlerine ilişkin ağırlık değerleri (w_i) belirlenmesinin akabinde R matrisinin her bir sütunundaki elemanlar ilgili (w_i) değeri ile çarpılarak V matrisi oluşturulmaktadır.

V matrisinin gösterimi aşağıdaki gibidir:

$$V_{ij} = \begin{bmatrix} w_1 r_{11} & w_2 r_{12} & \cdots & w_n r_{1n} \\ w_1 r_{21} & w_2 r_{22} & \cdots & w_n r_{2n} \\ \cdot & & & \cdot \\ \cdot & & & \cdot \\ \cdot & & & \cdot \\ w_1 r_{m1} & w_2 r_{m2} & \cdots & w_n r_{mn} \end{bmatrix}$$

Adım 4: İdeal (A+) ve Negatif İdeal (A-) Çözümün Belirlenmesi

Bu evrede ağırlıklandırılmış matriste her bir kolonda yer alan maksimum ve minimum değerlerin tespiti sağlanmaktadır.

$$A^+ = \{v_{1+}, v_{2+}, \dots, v_{n+}\} \quad (\text{Maksimum değerler})$$

$$A^- = \{v_{1-}, v_{2-}, \dots, v_{n-}\} \quad (\text{Minimum değerler})$$

Adım 5: Alternatifler Arasındaki Mesafe Ölçülerinin Hesaplanması

Bu aşamada, her bir karar noktasının maksimum ve negatif çözüm noktalarına olan uzaklık değerleri hesaplanmaktadır. Mevcut hesaplama Öklid Uzaklık Yaklaşımı'ndan faydalanılarak yapılmaktadır. Netice olarak, her bir alternatif karar verme birimleri için pozitif ideal ayırım ve negatif ideal ayırım değerleri belirlenmekle beraber pozitif ideal çözüme uzaklığı hesaplamak için kullanılan formüller aşağıda yer almaktadır (Özçelik ve Kandemir, 2015:109).

$$S_i^+ = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^+)^2} \quad i=1,2, \dots, m \quad (2)$$

$$S_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^-)^2} \quad i=1,2, \dots, m \quad (3)$$

Adım 6: İdeal Çözüme Göreli Yakınlığın Hesaplanması

İdeal çözüme göreli yakınlığın hesaplanması aşağıdaki formül kullanılarak yapılmaktadır.

$$c_i^+ = \frac{s_i^-}{s_i^- + s_i^+} \quad i=1,2, \dots, m \quad (4)$$

Formüldeki C_i^+ değeri $0 \leq C_i^+ \leq 1$ aralığında değer almakta ve $C_i^+ = 1$ ilgili olan karar noktasının ideal çözüme olan, $C_i^+ = 0$ ise ilgili karar noktasının negatif ideal çözüme olan mutlak yakınlığını ifade etmektedir. Bütün evreler sırasına göre tamamlandıktan sonra elde edilen veriler doğrultusunda büyüklük sırasına göre sıralanıp karar noktalarının önem sıraları belirlenmektedir.

3.3. Araştırma Kısıtları

Çalışma kısıtları olarak ilaç sektöründe birçok firma olmasına rağmen sadece BİST (Borsa İstanbul) te mali verilerine ulaşabildiğimiz şirketler üzerinden analizler yapılmıştır. Tüm ilaç sektörünün de ele alınarak çalışma yapılması COVID-19 pandemisinin etkilerini daha iyi tespit edilmesi yönünde fayda sağlayacaktır.

3.4. Veri Seti

Çalışmanın tamamlanma prosesinde bilimsel etik kurallarına uyulmuş olup verilerin toplanması, derlenmesi ve düzenlenmesi aşamasında herhangi bir değişiklik uygulanmamıştır. Yapılan çalışmada kullanılan veri seti "Etik Kurul Onayı" gerektirmemektedir. Çalışmanın etik kurul yönünden izin gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır. Çalışma kapsamında kullanılan veri seti Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP) üzerinden temin edilmiştir.

Tablo 1. BIST-Borsa İstanbul'da İşlem Gören İlaç Firmaları

No	BIST Kodu	İşletme Adı
1	ECILC	Eis Eczacıbaşı İlaç Sınai ve Finansal Yatırımlar Sanayi ve Ticaret A.Ş.
2	GENIL	Gen İlaç ve Sağlık Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.
3	TRILC	Türk İlaç ve Serum Sanayi A.Ş.
4	DEVA	Deva Holding A.Ş.
5	RTALB	Rta Laboratuvarları Biyolojik Ürünler İlaç ve Makine Sanayi Ticaret A.Ş.
6	SELEC	Selçuk Ecza Deposu Ticaret ve Sanayi A.Ş.
7	SEYKM	Seyitler Kimya Sanayi A.Ş.

Kaynak: <https://www.kap.org.tr/tr/bist-sirketler>

Yapılan çalışmada kullanılan mali oranlar olarak, likidite oranları, kaldıraç oranları, faaliyet etkinlik oranları ve karlılık oranları ele alınmıştır. Tablo 1'de yer alan seçili firmaların finansal oranları COVID-19 pandemi sürecinin etkilerini daha iyi gözler önüne serbilmek adına 2019/9, 2020/9, 2021/9, 2022/9 dönemlerine ait senelik bazda bilanço dönemi olarak 3.

periyot değerlerinin üzerinde durularak son yıl açıklanan güncel rakamları içermesi amaçlanmıştır. Yapılan analizde kullanılan performans kriterleri Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Finansal Oranlar ve Performans Kriterleri

Likidite Oranları	Cari Oran =Dönen Varlıklar / Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar	CO
	Likidite Oranı =Dönen Varlıklar – Stoklar / Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar	LO
LO	Nakit Oran =(Hazır Değerler + Menkul Kıymetler) / K.V. Yabancı Kaynaklar	NO
Kaldıraç Oranları	Finansal Borç Oranı =(K.V. Finansal Borçlar + U.V. Finansal Borçlar) / Toplam Varlıklar	FBO
	Kaldıraç Oranı =Toplam Borç / Toplam Pasif	KO
Faaliyet Etkinlik Oranları	Aktif Devir Hızı =Net Satışlar / Aktif Toplamı	ADH
	Stok Devir Hızı =Satışların Maliyeti / Ortalama Stok	SDH
Kârlılık Oranları	Aktif Kârlılık =Dönem Net Kârı/Aktif Toplamı	AK
	Özkaynak Kârlılığı =Net Kâr / Özsermaye	ÖK
	Net Kâr Marjı = Net Dönem Kârı / Net Satışlar	NKM

3.5. Araştırmanın Bulguları

Araştırma bulgularında 2022-9 dönemine ait verilerin analizlerindeki süreçler ve elde edilen sonuçlar aşağıdaki tablolarda raporlanmış, 2021-9, 2020-9 ve 2019-9 dönemlerine ait veriler ayrıca hesaplanmış, sonuçlar karşılaştırmalı olarak Tablo 9’da toplu olarak gösterilmiştir.

Adım 1: Karar Matrisinin Oluşturulması

Birinci aşama olarak TOPSIS metodunda karar matrisinin oluşturulması ile başlanılmaktadır. Tabloda 10 alt performans kriteri belirlenmiştir. Mevcut kriterlerin finansal performansa olan etkisinin toplamı 100 olacak şekilde ağırlıklandırılmıştır. Mevcut veriler ışığında oluşturulan standart karar matrisi aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 3. Standart Karar Matrisi

	CO	LO	NO	FBO	KO	ADH	SDH	AK	ÖK	NKM
RTALP	2,86	2,55	0,71	10,49	19,06	0,34	3,36	37,4	54,24	246,79
ECILC	3,06	2,83	2,34	2,52	11,54	0,19	6,62	12,59	14,15	44,59
DEVA	1,41	0,91	0,38	40,37	52,89	0,66	1,47	28,21	57,2	32,21
SELEC	1,39	1,04	0,05	1,39	68,8	2,57	10,82	12,54	37,88	5,5
TRILC	1,27	1,16	0,14	42,16	56,08	1,22	9,33	4,58	9,21	8,77
SEYKM	5,25	4,02	3,01	15,4	31,11	0,75	1,9	50,98	73,11	69,67
GENIL	2,48	1,97	1,05	8,62	28,95	2,3	13,47	37,36	51,83	13,69

Adım 2: Normalize Edilmiş Karar Matrisinin (R) Oluşturulması

Tablo 3'te oluşturulan mevcut matris verilerinden faydalanılarak sütunlarda yer alan her bir değer alakadar sütunun değerinin karesinin toplamının kareköküne bölünmesi ile tek paydaya sabitlenerek normalize edilmiş karar matrisine ulaşılmıştır.

Tablo 4. Normalize Edilmiş Karar Matrisi

	CO	LO	NO	FBO	KO	ADH	SDH	AK	ÖK	NKM
RTALP	0,38	0,41	0,18	0,17	0,17	0,09	0,16	0,46	0,43	0,94
ECILC	0,41	0,46	0,58	0,04	0,10	0,05	0,31	0,16	0,11	0,17
DEVA	0,19	0,15	0,09	0,65	0,46	0,17	0,07	0,35	0,45	0,12
SELEC	0,18	0,17	0,01	0,02	0,60	0,67	0,51	0,16	0,30	0,02
TRILC	0,17	0,19	0,03	0,68	0,49	0,32	0,44	0,06	0,07	0,03
SEYKM	0,70	0,65	0,75	0,25	0,27	0,20	0,09	0,63	0,58	0,27
GENIL	0,33	0,32	0,26	0,14	0,25	0,60	0,64	0,46	0,41	0,05

Adım 3: Ağırlıklı Standart Karar Matrisinin (V) Oluşturulması

Ağırlıklı Standart Karar Matrisinin (V) oluşturulması adımında ise ilk olarak amaç doğrultusunda değerlendirme kriterlerine ilişkin göreceli ağırlık değeri belirlenmekte ($w_{ij}: i: 1,2...N$), sonrasında ise R matrisinin her sütununda yer alan elemanlar alakadar olan w_j^i değeriyle çarpımı sağlanarak V matrisi meydana gelmektedir. Ağırlıklı Standart Karar Matrisi $V_{ij} = (w_{ij} \times R_{ij})$ şeklinde gösterilmektedir (Yayar ve Baykara, 2012). Tablo 5'te mevcut verilere ilişkin ağırlıklı standart karar matrisi(V) verilmiştir.

Tablo 5. Ağırlıklı Standart Karar Matrisi

	CO	LO	NO	FBO	KO	ADH	SDH	AK	ÖK	NKM
RTALP	0,04	0,04	0,02	0,02	0,02	0,01	0,02	0,05	0,04	0,09
ECILC	0,04	0,05	0,06	0,00	0,01	0,00	0,03	0,02	0,01	0,02
DEVA	0,02	0,01	0,01	0,07	0,05	0,02	0,01	0,03	0,05	0,01
SELEC	0,02	0,02	0,00	0,00	0,06	0,07	0,05	0,02	0,03	0,00
TRILC	0,02	0,02	0,00	0,07	0,05	0,03	0,04	0,01	0,01	0,00
SEYKM	0,07	0,07	0,07	0,02	0,03	0,02	0,01	0,06	0,06	0,03
GENIL	0,03	0,03	0,03	0,01	0,03	0,06	0,06	0,05	0,04	0,01

Adım 4: İdeal (A+) Ve Negatif İdeal (A-) Çözümün Hesaplanması

Tablo 6'da A^+ seti için V matrisinin her bir sütununda yer alan en büyük değeri, A^- değeri için de her bir sütunda yer alan en küçük değer seçilmiştir.

Tablo 6. İdeal (A+) ve Negatif İdeal (A-) Çözümü

	CO	LO	NO	FBO	KO	ADH	SDH	AK	ÖK	NKM
S*	0,07	0,07	0,07	0,07	0,06	0,07	0,06	0,06	0,06	0,09
S-	0,02	0,01	0,00	0,00	0,01	0,00	0,01	0,01	0,01	0,00

Adım 5: Alternatifler Arasındaki Mesafe Ölçülerinin Hesaplanması

Tablo 7'de Adım 5'in formülleri doğrultusunda her bir karar noktası için değerlendirme faktör değerinin pozitif (S^+) ile negatif (S^-) ideal seçenekleri için ayrı ayrı uzaklıkları öklitten hesaplanmıştır.

Tablo 7. Alternatifler Arasındaki Mesafe Ölçülerinin Hesaplanması

İDEAL UZAKLIK DEĞERLERİ		NEGATİF İDEAL UZAKLIK DEĞERLERİ	
	S_i^*		S_i^-
RTALP	0,124732591	RTALP	0,11457423
ECILC	0,153031874	ECILC	0,075411867
DEVA	0,151504105	DEVA	0,088888111
SELEC	0,162184575	SELEC	0,094873836
TRILC	0,160697851	TRILC	0,089428417
SEYKM	0,113048126	SEYKM	0,134904171
GENIL	0,132126188	GENIL	0,103057468

Adım 6: İdeal Çözüme Göreli Yakınlığın Hesaplanması

İdeal Çözüme Göreli Yakınlık $c_i^+ = \frac{S_i^-}{S_i^- + S_i^+}$ formülü ile hesaplanmış ve Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8. İdeal Çözüme Göreli Yakınlık

	S_i^*	S_i^-	C_i^*
SEYKM	0,11	0,13	0,54
RTALP	0,12	0,11	0,48
GENIL	0,13	0,10	0,44
DEVA	0,15	0,09	0,37
SELEC	0,16	0,09	0,37
TRILC	0,16	0,09	0,36
ECILC	0,15	0,08	0,33

2020 yılı için, RTALB şirketinin bir önceki yıla göre kaydettiği başarı görülmektedir. Bu durumun sebebi pandeminin yarattığı fırsatlardan kaynaklanmaktadır. 2020 yılı için diğer firmalardan ayrılarak kendisini belli eden, en karlı firmanın RTALB olduğu tespit edilmiştir.

2021 yılına bakıldığında ise, pandeminin etkileri hala devam ederken SEYKM şirketinin diğer şirketler arasından sıyrılarak fark yarattığı görülmektedir.

2022 yılına gelindiğinde hala pandeminin etkilerinin yansıdığı ve Rusya-Ukrayna arasında çıkan savaşın global ölçekte ekonomik, sosyal ve birçok sıkıntıları beraber getirdiği bir dönemde SEYKM şirketinin yüzdelik artış oranının diğer firmalara göre yine fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 9'da seçili şirketlerin yıllara göre dönemlerinin karşılaştırılması verilmiştir.

Tablo 9. Seçili Şirketlerin Yıllara Göre Karşılaştırılması

2022-9			2021-9			2020-9			2019-9		
	Ci*			Ci*			Ci*			Ci*	
SEYKM	0,54	1	GENIL	0,58	1	ECILC	0,51	1	RTALB	0,54	1
RTALB	0,48	2	DEVA	0,47	2	DEVA	0,47	2	GENIL	0,47	2
GENIL	0,44	3	SEYKM	0,45	3	GENIL	0,46	3	ECILC	0,41	3
DEVA	0,37	4	ECILC	0,40	4	SELEC	0,40	4	SEYKM	0,37	4
SELEC	0,37	5	TRILC	0,40	5	SEYKM	0,39	5	SELEC	0,34	5
TRILC	0,36	6	RTALB	0,40	6	RTALB	0,38	6	DEVA	0,23	6
ECILC	0,33	7	SELEC	0,35	7	TRILC	0,35	7	TRILC	0,16	7

Tablo 9 incelendiğinde; RTALB şirketi; 2019/9 döneminde 1. sırada yer alırken, şirket pandeminin yaşandığı 2020/9 döneminde diğer şirketlerin yanında 6. Sıraya gerilemiştir.2021/9 döneminde ise aynı sırasını korumuş 2022/9 döneminde diğer şirketler arasında 2.sıraya yükselmiştir.

GENIL şirketi; 2019/9 döneminde 2. sırada yer alırken, şirket pandeminin yaşandığı 2020/9 döneminde 3. Sıraya gerilemiş, 2021/9 döneminde ise tekrar 1. Sıraya yükselmiş, 2022/9 döneminde ise tekrar 3.sıraya gerilemiştir.

ECILC şirketi; 2019/9 döneminde 3. sırada yer alırken, şirket pandeminin yaşandığı 2020/9 döneminde 1. Sıraya yükselmiş, 2021/9 döneminde ise 4. Sırada yer almıştır. 2022/9 döneminde ise şirket diğer şirketler arasında 7. sırada yer almıştır.

SEYKM şirketi; 2019/9 döneminde 4. Sırada yer alırken, 2020/9 döneminde 5. Sırada yer almış, 2021/9 döneminde 7. Sıraya gerilemiş ve 2022/9 döneminde ise 5. Sıraya yükselmiştir.

SELEC şirketi; 2019/9 döneminde 5. Sırada yer alırken, 2020/9 döneminde 4. Sıraya yükselmiş, 2021/9 döneminde 7. Sırada yer almış ve 2022/9 döneminde ise 5. Sırada yer almıştır.

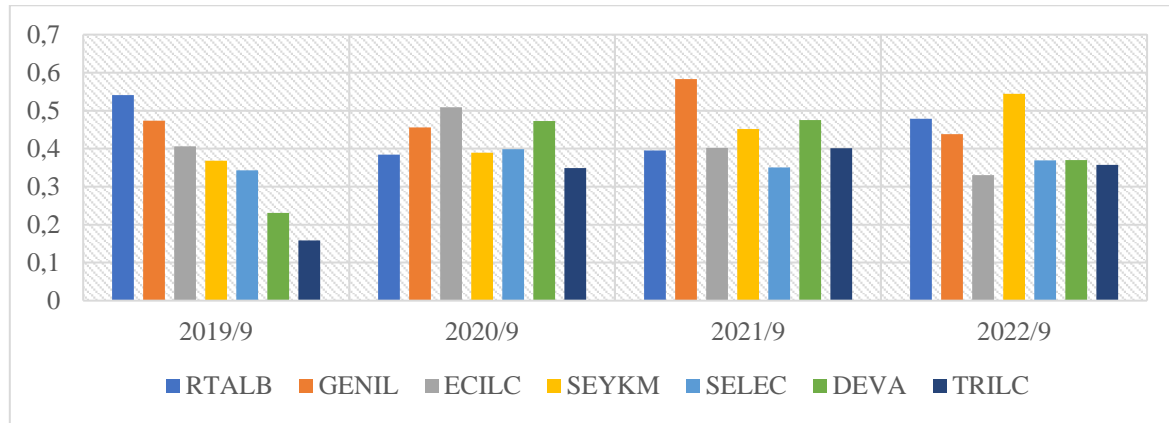
DEVA şirketi; 2019/9 döneminde 6. Sırada yer alırken, 2020/9 döneminde 2. Sıraya yükselmiş, 2021/9 döneminde 2. Sıradaki yerini korumuş, 2022/9 döneminde ise 4. Sırada yer almıştır.

TRILC şirketi; 2019/9 döneminde 7. Sırada yer alırken, 2020/9 döneminde aynı sırasını korumuş, 2021/9 döneminde 6. Sıraya yükselmiş ve 2022/9 döneminde ise aynı sırasını korumuştur.

Tablo 10. Seçili İlk Üç Şirketin Dönem Net Kâr Zararı Tablosu

SEYKM	2022/9	2021/9	2020/9	2019/09
Dönem Net Kâr/Zararı	54.604.913,00	11.037.854,00	8.628.856,00	4.805.101,00
Artış Oranı	% 494,71	% 127,92	% 179,58	
RTALB	2022/9	2021/9	2020/9	2019/9
Dönem Net Kâr/Zararı	209.623.391,00	101.382.080,00	49.552.033,00	5.099.238,00
Artış Oranı	% 106,77	% 104,60	% 871,75	
GENİL	2022/9	2021/9	2020/09	2019/09
Dönem Net Kâr/Zararı	665.209.415,00	199.388.631,00	208.235.298,00	141.937.747,00
Artış Oranı	% 333,62	% 95,75	% 146,71	

Tablo 10 incelendiğinde, SEYKM, RTALB ve GENİL şirketlerinin Dönem Net Kâr/Zararlarının artış oranlarına göre SEYKM şirketinin yüksek bir kâr oranına ulaştığı tespit edilmiştir. TOPSİS ile elde edilen verilen doğruluğu güçlendirilmiştir.



Grafik 5. Seçili Şirketlerin Yıllara Göre Dönemlerinin Karşılaştırmalı Grafiği

Grafik 5'te seçili şirketlerin yıllara göre dönem bazlı sonuçlara şekil olarak verilmiştir. Pandemi öncesinde pandemi sürecinde ve pandemi sonrası şirketlerin genel durumuna bakıldığında birçok şirketin pandemi öncesi sahip olduğu başarının bir sonraki yılın aynı dönemine göre stabil kalmadığı tespit edilmiştir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Aralık 2019'da ilk defa Çin'de görülen COVID-19 kısa zamanda global ölçekte sosyal hayatta ve piyasalarda ciddi etkiler yaratmıştır. Hastalığın hızlı bir şekilde yayılması tüm dünyada pandemi sürecini başlatmış ve devletler tarafından sosyal hayata kısıtlamalar getirilmiştir.

COVID-19 pandemisi dünyada büyük çapta etki yaratmış olup sağlık, sosyal, kültürel ve ekonomik anlamda tüm bireyleri ve işletmeleri derinden etkilemiştir. Pandemi döneminde birçok sektör çalışanı işsiz kalmış, zorunlu hizmetler haricinde üretimde duraksamalar meydana gelmiştir. Değişen süreç piyasalarda ekonomik durgunluk yaratmış, yatırımları olumsuz yönde etkilemiş bununla birlikte şirketler ekonomik krizin etkisi altında kalmıştır. Ancak pandemi de bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak için sağlık, ilaç, gıda, ulaşım, enerji ve e-pazarlama sektörlerinin önemi artmıştır. Bu sektörler COVID-19 krizinden yükselerek çıkma eğilimi göstermişlerdir. Bu gelişmeler ile birlikte 2019 yılında 18.3 Trilyon \$ olarak gerçekleşen dünya mal ticareti pandeminin etkileriyle ve küresel piyasada ki huzursuzlukla beraber 2020 yılında düşüş yaşayarak 17 Trilyon \$' a gerilemiştir. COVID-19 ile birlikte birçok ülke günümüz dünyasında ekonomik ve stratejik yönden büyük önem arz eden ilaç sektöründe kendi kendine yeterlilik ilkesini benimseyerek AR-GE çalışmalarını ve ilaç sektörüne yatırımlarını artırmış olup sürdürülebilirliği sağlamak için çalışmalar başlatmıştır. Dünyada ki hızlı nüfus artışı ile ortalama yaşam süresinin uzaması, bireylerin refah seviyelerinin artması ve COVID-19 ile beraber ilaç sektörü global sermayede daha önemli bir sektör haline gelmiştir. Tüm dünyada sağlık harcamalarının artışına paralel olarak Türkiye'de de toplam sağlık harcamaları 2019 yılında 201 Milyar 31 Milyon TL olurken bu rakam 2020 yılında %24 artarak 249 Milyar 932 Milyon TL olmuştur. İlaç sektöründe ise 2019 yılında 51 Milyar 922 Milyon TL olarak gerçekleşen harcamalar 2020 yılında 63 Milyar 53 Milyon TL'ye ulaşmıştır.

Çalışma sonucunda, COVID-19 pandemisinden en çok etkilenen sektörlerin başında gelen sağlık sektörünün süreçten finansal açıdan olumlu etkilendiği sonucuna ulaşılmış ayrıca bu dönemde hizmet veren bazı ilaç sektörü şirketlerinin de olumlu finansal performans sergileyip öne çıktığı tespit edilmiştir. Pandemi öncesi incelenen firmalar içerisinde RTALB ve GENIL'in üst sıralarda olduğu tespit edilmiş, pandeminin başladığı 2020 yılında ise ECILC ve DEVA şirketlerinin pozitif yönde bir yükseliş gösterdiği tespit edilmiştir. Pandemi sonrası süreç ise incelendiğinde 2021 yılında GENIL ve DEVA şirketlerinin üst sıralarda yer aldığı görülmektedir. 2022 yılına bakıldığında ise özellikle COVID-19 sonrası başlayan Rusya- Ukrayna savaşının meydana getirdiği uluslararası sıkıntıların olduğu bir ortamda SEYKM ve RTALB şirketlerinin üst sıralarda yer aldığı görülmektedir.

Çalışmada, COVID-19 'un Borsa İstanbul'da işlem gören ilaç işletmelerinin mali verileri aracılığı ile pandemi öncesi ve sonrası etkileri TOPSİS yöntemi ile analiz edilmiştir. Yeni çalışmalarda, Rusya-Ukrayna savaşının etkileri ve enflasyon faktörünü de dikkate alarak, gerçekleşecek yılsonu mali veriler ışığında yeni araştırmaların yapılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akgün, A. ve Ahmadzada, A. (2022). COVID-19 salgını döneminde Borsa İstanbul'da işlem gören ilaç firmalarının finansal performanslarının analizi. *Muhasebe ve Finans İncelemeleri Dergisi*, 5(2), 97-116. <https://doi.org/10.32951/mufider.1092168>
- Akyüz, Y., Bozdoğan, T. ve Hantekin, E. (2011). TOPSIS yöntemiyle finansal performansın değerlendirilmesi ve bir uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(1), 73-92.

- Balcı, A. (2020). COVID-19 özelinde salgınların eğitime etkileri. *Uluslararası Liderlik Çalışmaları Dergisi*, 3, 75-78.
- Bölükbaşı, N., Işık, H. ve Söyler, S. (2021). Sağlık harcamaları ve ilaç harcamaları ilişkisi: Türkiye ve OECD ülkeleri açısından bir karşılaştırma. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 7(1), 47-56.
- Bülüç, A. G. F., Özkan, A. G. U. O. ve Ağırbaş, İ. (2017). Oran analizi yöntemiyle özel hastane finansal performansının değerlendirilmesi. *Journal of Academic Value Studies (JAVStudies)*, 11(1), 64-72.
- Crucean, A. C., & Haşegan Camelia-Daniela (2021). Effects of the COVID-19 pandemic estimated in the financial statements and the auditor's report. *Audit Financiar*, 19(1), 105-118.
- Dölen, T., Yanık, S. S. ve Ayanoglu, Y. (2021). COVID-19'un ara dönem finansal raporlama üzerindeki etkileri: Havacılık ve ilaç sektörü üzerine bir araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (Özel Sayı), 149-168. DOI: 10.25095/mufad.948317
- Duarte, I., Mota, B., Pinto-Varela, T., & Barbosa-Póvoa, A. P. (2022). Pharmaceutical industry supply chains: How to sustainably improve access to vaccines? *Chemical Engineering Research and Design*, 182, 324-341. doi: <https://doi.org/10.1016/j.cherd.2022.04.001>
- Dumanoglu, S. (2010). İMKB'de işlem gören çimento şirketlerinin mali performansının TOPSIS yöntemi ile değerlendirilmesi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 29(2), 323-339.
- Eryüzlü, H. (2020). COVID-19 ekonomik etkileri ve tedbirler: Türkiye'de "Helikopter Para" uygulaması. *Ekonomi Maliye İşletme Dergisi*, 3(1), 10-19. <https://doi.org/10.46737/emid.745621>
- Kaynak, S. (2016). Türk ilaç sektörünün rekabet yapısı ve yoğunlaşma analizi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(2), 51. <https://doi.org/10.18074/cnuibf.460>
- Kazak, A., Hintistan, S. ve Önal, B. (2020). Dünyada ve Türkiye'de COVID-19 aşı geliştirme çalışmaları. *Celal Bayar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 7(4), 572. <https://doi.org/10.34087/cbusbed.749009>
- Ömürbek, Y. ve Kınay, Ö. (2013). Havayolu taşımacılığı sektöründe TOPSIS yöntemiyle finansal performans değerlendirmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(3), 343-363.
- Özçelik, H. ve Kandemir, B. (2015). BIST'de işlem gören turizm işletmelerinin TOPSIS yöntemi ile finansal performanslarının değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(33), 97-114. <https://doi.org/10.31795/baunsobed.645449>
- Roy, S. (2020). Economic impact of COVID-19 pandemic. *A Preprint*, (2020), 1-29. Technical Report.

- Sancak, S. ve Şenol, A. (2023). COVID-19 ve Rusya-Ukrayna savaşının sağlık sektörüne finansal etkilerinin analizi: BİST şirketleri örneği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32(1), 107-120. <https://doi.org/10.35379/cusosbil.1152697>
- Soylu, Ö. B. (2020). Türkiye ekonomisinde COVID-19'un sektörel etkileri. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(6), 169-185.
- Söğüt, O. (2006). *Türk ilaç sanayi Ar-Ge çalışmalarında finans sorunları* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Uludağ Üniversitesi.
- Tıraş, H. H. (2020). Türkiye'de ilaç sektörünün gelişimi; bir durum değerlendirmesi. *Journal of Economics and Research*, 1(1), 42-59.
- Yayar, R. ve Baykara, H. V. (2012). TOPSIS yöntemi ile katılım bankalarının etkinliği ve verimliliği. *Business and Economics Research Journal*. 3(4), 21-42.
- Yılmaz, E., Çağlayan, N. ve Yazıcı, S. (2020). COVID-19 pandemisinin gebelik, doğum ve doğum sonrası döneme etkileri ve sürecin yönetimi. *Van Sağlık Bilimleri Dergisi*, COVID-19 Özel Sayı, 92-99.
- Zeren, D., ve Boynukısa, M. (2020). COVID-19 sürecinde beşerî ilaç sektörünün sektör yöneticilerinin perspektifinden değerlendirilmesi ve pandemi sonrasına yönelik projeksiyonlar. *Journal of Management Theory and Practices Research*, 1(1), 26-44.

İNTERNET KAYNAKLARI

- BIST-Borsa İstanbul'da İşlem Gören İlaç Firmaları. <https://www.kap.org.tr/tr/bist-sirketler>
- Toplam İlaç Pazarı İçerisindeki Jenerik İlaçların % Payı (Değer). https://stats.oecd.org/viewhtml.aspx?datasetcode=HEALTH_PHMC&lang=en
- Toplam Sağlık Harcamaları (2010-2020). <https://data.oecd.org/healthres/health-spending.htm>
- TÜİK Sağlık Harcamaları İstatistikleri (2018). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Saglik-Harcamalari-Istatistikleri-2018-30624>
- TÜİK Sağlık Harcamaları İstatistikleri (2019). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Saglik-Harcamalari-Istatistikleri-2019-33659>
- T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı İlaç Sektörü Raporu (2021). <https://www.sanayi.gov.tr/plan-program-raporlar-ve-yayinlar/sector-raporlari/mu0110011407>
- 2019-2021 Yılları Arası Dünya Ticaret İstatistiklerine İlişkin Seçili Sektörel Göstergeler (Dolar). <https://timeseries.wto.org/>

Likert Tipi Ölçeklerle Elde Edilen Verilerde Cevap Etiketleri Sıralamasının Katılımcıların Cevaplarına Etkisi ¹

The Effect of Response Label Order on the Answers of Participants in the Data Obtained by Likert Type Scales

Tamer BARAN ^{1*}

¹ Pamukkale Üniversitesi, tamerbaran65@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8711-6561

* Yazışılan Yazar/Corresponding author

Makale Geliş/Received: 18.07.2023

Makale Kabul/Accepted: 26.10.2023

Araştırma Makalesi / Research Paper

DOI: 10.47097/piar.1329233

Öz

Likert tipi ölçekle oluşturulmuş anket formları pazarlama araştırmalarında en sık kullanılan veri toplama araçlarındandır. Ancak araştırmacıların bu aracı kullanırken anket tasarımına özen göstermeleri gerekir, çünkü tasarım elde edilen veriyi önemli ölçüde etkilemektedir. Bu bağlamda bu çalışmada Likert tipi ölçekler kullanılarak oluşturulmuş anketlerde cevap etiketi sıralamasının elde edilen cevaplarda farklılık oluşturup oluşturmadığının test edilmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda farklı sıralamayla oluşturulmuş 2 anket formu toplam 256 kişiye sunulmuştur. Elde edilen veriler neticesinde katılımcıların ifadelerine verdikleri cevaplara ilişkin oranlar tespit edilmiş ve farklı sıralamayla oluşturulmuş anket formların arasındaki fark olup olmadığını ortaya koymak için bağımsız örneklem t-testi gerçekleştirilmiştir. Bulgular, katılımcıların öncelik etkisinde kaldıklarını ve kendilerine sunulan ilk alternatifini işaretlemeye daha eğilimli olduklarını göstermiştir. Dahası istatistiki olarak anlamlı biçimde azalan sıralamalı anket formunun artan sıralamalı anket formuna göre daha yüksek ortalamaya sahip olduğu bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Anket, Likert Tipi Ölçek, Cevap Etiketleri, Öncelik Etkisi.

Jel Kodları: M30, M31, M39.

Abstract

Survey forms which are created with Likert type scales, are one of the most frequently used data collection tools in marketing research. However, researchers need to be careful when using this tool, as survey design significantly impacts the obtained data. In this context, the present study aims to test whether the response order makes up a difference in the answers. In this direction, 2 survey forms created in different response order were presented to a total of 256 participants. As a result of the data obtained, the ratios of the responses given by the participants to the statements in the scale were determined and the independent samples t-test was performed to reveal whether there was a statistical difference between the surveys created in different response order. The findings showed that the participants were under the primacy effect and were more tend to tick the first alternative up presented. Moreover, it was found that the mean of the descending-order survey form has significantly higher than the ascending-order survey form's mean.

Keywords: Survey, Likert Type Scale, Response Label, Primacy Effect.

Jel Codes: M30, M31, M39.

¹Bu çalışma, 23-25 Haziran 2022 tarihleri arasında Kırşehir'de düzenlenen 26. Ulusal Pazarlama Kongresinde sunulan aynı başlıklı bildirinin düzenlenmiş, genişletilmiş ve gözden geçirilmiş halidir.

1. GİRİŞ

Anket formu nicel araştırmalarda daha fazla verinin nispeten daha kolay elde edilebiliyor olması nedeniyle en sık kullanılan veri toplama araçlarından birisidir. Ancak Redline ve Dillman'ın da (2000) belirttiği üzere anket formu kelimelerden oluşan bir formdan fazlasıdır ve alelade hazırlanmış bir anket formu aracılığıyla toplanan veri miktarı ne kadar yüksek olursa olsun istenen kalitede olmayabilir. Bu bakımdan anket formunun şekilsel tasarımı, veri kalitesini önemli ölçüde etkilemektedir (Chyung vd., 2018a; Friedman vd., 1993). Araştırmacılar, anket formunun şekilsel tasarımında renk kullanımı (Baran, 2020a), ölçek ifadelerinin parçalı kullanımı (Baran vd., 2015), cevap etiketi sayısı (Baran vd., 2023; Bora Semiz ve Altunışık, 2016), ifadelerin olumlu/olumsuz kullanımı (Chyung vd., 2018b), cevap etiketinin sunumunda orta noktanın kullanılıp/kullanılmaması (Chyung vd., 2017), ölçek ifadelerinde sıklık zarflarının kullanımı (Haşiloğlu vd., 2015) gibi hususlara dikkat edilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Bunların yanı sıra anketin şekilsel tasarımında araştırmacıların üzerinde durması gereken hususlardan birisi de katılımcılara sunulan cevap etiketlerinin sıralamasıdır. Çünkü yukarıda belirtilen hususların yanı sıra, söz konusu sıralama da elde edilen verinin kalitesini etkileyen faktörlerden birisidir (Liu ve Keusch, 2017; Maeda, 2015).

Konu özellikle yabancı araştırmacılarca (Barnette, 2000; Betts ve Hartley, 2012; Nicholls vd., 2006) yoğun bir biçimde ele alınırken, yerli literatürde konuyla ilgili çalışma yok denecek kadar azdır. Dahası Brace'in de (2018) ifade ettiği gibi önceki çalışmalar cevap etiketi sunumunun katılımcıların cevapları üzerindeki etkisini ortaya koysa da hangi sıralamanın en doğrusu olduğunu net bir biçimde ifade etmek mümkün değildir. Brace (2018: 128) bu noktada araştırmacıların önceki çalışmaların bulgularını karşılaştırarak hareket etmelerinin kendilerini en doğru çözüme yaklaştıracağını iddia etmektedir. Bu bağlamda mevcut çalışma, Likert tipi ölçeklerde cevap etiketi sıralamasının katılımcıların cevaplarında farklılığa neden olup olmadığını ortaya koyarak literatüre katkı sağlamayı, bunun yanı sıra araştırmacıların karar almalarına yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Çalışma sonunda okuyucular şu soruya cevap bulacaktır:

Araştırma sorusu: Likert tipi ölçekle elde edilen verilerde cevap etiketlerinin farklı sıralamayla sunulması durumunda katılımcıların cevaplarında farklılık söz konusu mudur?

Çalışma şu şekilde organize edilmiştir. İlk bölümde cevap etiketi sıralamasına ilişkin kavramsal bir çerçeve sunulacak ve konuyla ilgili önceki çalışmalar ele alınarak mevcut çalışmanın hipotezleri oluşturulacaktır. Ardından çalışmanın metodolojisi hakkında bilgi verilecek, daha sonra çalışmanın bulguları okuyucuya sunulacaktır. Çalışma sonuç ve öneriler kısmıyla sonlandırılacaktır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Diğer alanlarda olduğu gibi sosyal bilimlerde de ölçme araştırmanın kalitesini önemli ölçüde etkileyen faktörlerden biridir. Araştırmacılar çalışmalarında en uygun ölçüm aracını en etkin biçimde kullanarak mümkün olan en kaliteli veriye ulaşmayı hedeflerler. Bu noktada, ölçümlerin doğa bilimlerindeki gibi kesinlik arz etmemesinden dolayı (Bordé, 2005: 2178), araştırmacılar soyut olguların ölçümünde tahmini sonuçlara ulaşmaya yardımcı olacak sayısal araçları kullanırlar. Bu noktada Likert tipi ölçek, veri toplamada en çok faydalanan ölçme araçlarından biridir.

Araştırmacıların Likert tipi ölçek kullanarak anket formu oluştururken dikkat etmesi gereken en önemli hususlardan biri ölçeğin şekilsel tasarımıdır. Çünkü ölçeğin şekilsel sunumu katılımcıların cevaplarını (Baran, 2020a: 105-106), elde edilen verinin kalitesini (Dillman ve Christian, 2005: 48; Redline ve Dillman, 2000: 6) ve dolayısıyla verinin geçerliliğini ve güvenilirliğini önemli ölçüde etkiler (Edwards vd., 2002: 1). Likert tipi ölçeklerde cevap alternatiflerinin sıralaması ve etiketlerin sunum yönü veri kalitesini etkileyen önemli faktörlerdendir. Chyung vd.'nin de (2018a: 9) vurguladığı üzere her ne kadar kolay gibi görünse de bu kararın anket tasarımı bilgisiyle ve kanıta dayalı alınması gerekir. Konunun öneminden dolayı son dönemde cevap sıralaması ve etiketlerin yönünü konu alan çalışmalar önceki dönemlere göre (Malhotra, 2004: 281) artarak devam etmektedir.

Yapılan çalışmalarda araştırmacılar cevap sıralaması ve cevap etiketi yönünün katılımcıların cevaplarına etkisine dair farklı bulgular ortaya koymuşlardır. Christian vd. (2009: 407-408) ABD'de öğrencileri kapsayan çalışmalarında cevap sıralamasının artan ya da azalan biçimde sunulmasının katılımcıların cevap tercihleri üzerinde etkisi olduğuna dair bulgulara ulaşamamışlardır. Türkiye'de yapılan çalışmada Dursun ve Alnaçık (2019: 175) ölçeklerin cevap alternatifleri sıralamasının katılımcıların cevapları üzerinde etkili olduğuna dair bir bulguya ulaşamamıştır. Benzer şekilde Hofmans vd. (2007) 156 Belçikalı ve Hollandalı katılımcıyı kapsayan çalışmalarında cevap sıralamasının artan ya da azalan biçimde sunulmasının katılımcılardan elde edilen verilerin ortalama puanlarını etkilemediğini, ancak olumlu ifadenin en solda kullanılması durumunda en sağda kullanımına göre daha fazla işaretlendiğini ortaya koymuşlardır. Salzberger ve Koller (2019: 886) Avusturya'da gerçekleştirdikleri deneysel çalışmada CETSCALE'i artan sıralamalı ("Kesinlikle Katılmıyorum"- "Kesinlikle Katılıyorum") ve azalan sıralamalı ("Kesinlikle Katılıyorum"- "Kesinlikle Katılmıyorum") olarak katılımcılara sunmuşlardır. Çalışma sonucunda ortalamalar bakımından iki seçenek arasında anlamlı bir fark ortaya çıkmamakla birlikte, katılımcıların verdiği cevapların standart sapmalarında anlamlı bir farkın söz konusu olduğu bulunmuştur. Çalışmanın bulgularından hareketle yazarlar azalan sıralamanın ("Kesinlikle Katılıyorum"- "Kesinlikle Katılmıyorum") artan sıralamaya göre daha uygun diziliş olduğunu vurgulamışlardır. Yine Weng ve Cheng (2000: 919) 858 Tayvanlı öğrenciyle gerçekleştirdiği çalışmada Likert tipi ölçekle yer alan ifadeleri artan ve azalan sıralamada sunmuş ve çalışma sonucunda sıralamanın katılımcıların tercihleri üzerinde etkisinin olmadığını gösteren bulgulara ulaşmıştır.

Diğer yandan Belson (1966: 34-35) İngiltere'de yaptığı çalışmada Likert tipi ölçekle sunulmuş ifadeleri 167 katılımcıya azalan sıralamalı, 165 katılımcıya ise artan sıralamalı olarak yönelmiştir. Bulgular katılımcılara önce sunulan ifadelerle katılma eğiliminin sonra sunulana göre daha fazla olduğunu ortaya koymuştur. Chan (1991: 537-538), 102 Tayvanlı öğrenciyle gerçekleştirdiği çalışmada 5 kategorili Likert tipi ölçeği artan ve azalan sıralamalı olarak 2 şekilde sunmuştur. Çalışmanın bulguları olumlu cevap etiketini ilk sırada sunulması durumunda daha yüksek ortalamaların oluştuğunu göstermektedir. Bunun yanı sıra bulgular katılımcıların öncelik etkisiyle kendilerine sunulan ilk seçeneği işaretlemeye daha yatkın olduklarını ortaya koymuştur. Hartley ve Betts (2010: 324), 465 katılımcıyı dâhil ettikleri çalışmalarında 11 cevap alternatifli ölçeklerle elde ettikleri veriler sonucunda cevap etiketi sıralamasının katılımcıların cevaplarına etki ettiğini ortaya koyan bulgulara ulaşmışlardır. Yazarların bulguları katılımcıların öncelik etkisinde kaldıklarını ve kendilerine daha önce

sunulan alternatifi işaretleme eğiliminde olduklarını göstermektedir. Smyth vd. (2019: 262) ABD'de 5251 katılımcıyı dahil ettikleri çalışmalarında cevap etiketi sıralamasının katılımcının verdiği cevabı etkilediğini ortaya koymuşlar ve araştırmacılar için olumlu cevap seçeneğinin ilk sırada olmasının en iyi alternatif olduğunu belirtmişlerdir. Yine Yan ve Keusch (2015: 157-158), ABD'de gerçekleştirdikleri ve 498 katılımcıyı kapsayan çalışmalarında, telefonla anket aracılığıyla edinilen verilerde cevap sıralamasının etkisini araştırmışlardır. Yazarlar 11 cevap alternatifli Likert tipi ölçekteki ifadeleri 246 katılımcıya artan sıralamalı, 252 kişiye ise azalan sıralamalı olarak sunmuşlardır. Çalışmanın bulguları katılımcıların karşısına daha önce çıkan cevap etiketine yönelme eğiliminde olduklarını göstermiştir.

Yukarıda sunulmuş önceki çalışmalarından yola çıkılarak çalışmanın hipotezleri şu şekilde oluşturulmuştur.

H1: Katılımcıların cevapları cevap etiketinin sıralamasına göre farklılık göstermektedir.

3. METODOLOJİ

Çalışmanın anket formunda Shimp ve Sharma (1987) tarafından geliştirilmiş CETSCALE kullanılmıştır. Ölçek, orijinalinde ABD'li tüketicilerin yerli ürün tercihlerini milliyetçi merkezilik üzerinden ölçmektedir (Örnek ifade: "Gerçek bir Amerikan vatandaşı her zaman Amerika'da üretilmiş ürünleri satın almalıdır"). Ölçeğin tercih edilme nedeni Türkiye'de daha önce çok defa kullanılmış, geçerliliğinin ve güvenilirliğinin ortaya konulmuş olmasıdır (Baran, 2020a: 105; Baran, 2020b: 1034; Baran, 2021: 422). Bu doğrultuda mevcut çalışmada daha önce Baran (2020a) tarafından Türkiye'de kullanılan ve yeterli güvenilirlik ve geçerlik katsayısına sahip CETSCALE ölçeğinden faydalanılmıştır. Ölçeğin orijinali 7 cevap etiketinden oluşturulmuş olmakla birlikte, bu çalışmada katılımcıların kafa karışıklığını en aza indirmek ve ifadelere en kolay şekilde cevap verebilmelerini sağlamak amacıyla (Baran, 2020a: 107) 5 cevap alternatifli versiyonu hazırlanmıştır. Bu doğrultuda ölçek aracılığıyla artan (Kesinlikle Katılıyorum-Kesinlikle Katılmıyorum" ve azalan "Kesinlikle Katılmıyorum-Kesinlikle Katılıyorum" sıralamalı olmak üzere 2 anket formu oluşturulmuştur. Etiketlerde "Kesinlikle Katılıyorum" 5 kodu ile "Kesinlikle Katılmıyorum ise 1 koduyla kodlanmıştır. Bu doğrultuda çalışmada kullanılan anketlerin cevap sıralaması örnekleri Şekil 1'de sunulmaktadır.

		Cevap etiketi	Cevap alternatifi					Cevap etiketi
Anket-1	Artan sıralamalı ölçek ifadesi	Kesinlikle katılmıyorum	1	2	3	4	5	Kesinlikle katılıyorum
Anket-2	Azalan sıralamalı ölçek ifadesi	Kesinlikle katılıyorum	5	4	3	2	1	Kesinlikle katılmıyorum

Şekil 1. Çalışmada Kullanılan Ölçeğin Cevap Etiketinin Sıralamaları

Anket formlarının oluşturulmasının ardından artan sıralamalı form 169, azalan sıralamalı form ise 138 katılımcıya ulaştırılmış kullanıma uygun olmayan 51 form değerlendirme dışı bırakılmış ve kolayda örnekleme ile araştırmaya dâhil edilen 256 kişiden (Azalan sıralamalı anket formu, 142; Artan sıralamalı anket formu, 114) yüz yüze anket aracılığıyla elde edilmiş verilerle analiz aşamasına geçilmiştir. SPSS 22 istatistik yazılımı kullanılarak betimleyici

analiz ve bağımsız örneklem t-test gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın bulguları sonraki kısımda sunulmaktadır.

4. BULGULAR

Çalışmada katılımcıların çoğunluğunu kadınlar oluşturmaktadır (n: 213 (83,2%). Katılımcıların % 80'ine yakını 18-25 yaş aralığında iken (n: 202), eğitim düzeyleri çoğunlukla Lise ve Lisans mezunudur (Sırasıyla, n: 88, 34,4%; n: 135, 52,7%).

Çalışmanın veri toplama araçlarında yer alan ölçeğin faktör analizi, güvenilirlik analizi, ortalama açıklanan varyans (AVE) ve yapı güvenirliliğine (CR) ilişkin sonuçlar Tablo 1'de sunulmaktadır. Bulgular her iki anket formunda yer alan ölçeğe ilişkin ifadelerin faktör yüklerinin .50'nin üzerinde olduğunu göstermektedir. Anket 1'in Cronbach's α katsayısı .912 Anket 2'nin Cronbach's α katsayısı ise .924'tür. Ölçeğe ilişkin AVE değerleri .50'nin altında olmakla birlikte CR değerleri .90'nın üzerindedir.

Tablo 1. Çalışmada Kullanılan Ölçeğin Anket Türlerine Göre Faktör ve Güvenirlik Analizi Sonuçları

İfade	Anket 1				Anket 2			
	Faktör Yükü	Cronbach's α katsayısı	AVE	CR	Faktör Yükü	Cronbach's α katsayısı	AVE	CR
1	.588	.912	.416	.923	.752	.924	.432	.927
2	.654				.646			
3	.710				.590			
4	.678				.691			
5	.591				.684			
6	.662				.705			
7	.650				.718			
8	.715				.736			
9	.677				.643			
10	.717				.803			
11	.640				.653			
12	.617				.560			
13	.632				.581			
14	.684				.609			
15	.506				.528			
16	.548				.550			
17	.652				.647			

İki anket formunun uygulandığı örnek grupların varyansları arasında fark olup olmadığına yönelik gerçekleştirilen Levene testi sonuçları, varyanslar arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olmadığını göstermektedir (F, .022; p>.05).

Çalışmada katılımcıların anket formlarına göre ifadelere verdikleri cevaplar ve ifadelerin ortalamaları Tablo 2'de sunulmaktadır. Tablodan da görüldüğü üzere katılımcıların her ifade için kendilerine sunulan ilk alternatifin yüzdeleri cevap etiketinin sırasına göre

farklılaşmaktadır. Örneğin ölçeğin ilk ifadesi için “Kesinlikle Katılıyorum” alternatifinin azalan sıralamalı anket formunda işaretlenme oranı % 28,07 iken aynı alternatifin artan sıralamalı anket formunda işaretlenme oranı ise % 17,61’dir. Yine ölçeğin ikinci ifadesinin azalan sıralamalı anket formunda işaretlenme oranı % 7,75 iken artan sıralamalı anket formunda ise % 3,51’dir. Benzer durum, her ifadedeki her cevap etiketi için geçerli olmasa da, ölçeğe ait diğer ifadelerdeki birçok cevap etiketi için geçerlidir. Yine ifadelerin ortalamalarına bakıldığında azalan sıralamayla sunulmuş ölçek ifadelerine ait ortalamaların artan sıralamayla sunulmuş ölçek ifadelerinin ortalamalarına göre yüksek olduğu görülmektedir. Anket formlarına göre aynı ifadeye ait en yüksek fark ölçeğin 13. ifadesine ait iken (.35), en düşük fark ise 6. ifadeye aittir (.02).

Tablo 2. Sunulan Anket Formuna Göre Ölçekte Yer Alan İfadelerdeki Cevap Alternatiflerine İlişkin Oranlar ve Ortalamalar

		1	2	3	4	5	Ortalama
İfade1	Anket1	3,52%	21,13%	30,99%	26,76%	17,61%	3,34
	Anket2	4,39%	12,28%	30,70%	24,56%	28,07%	3,60
İfade2	Anket1	7,75%	30,99%	27,46%	26,06%	7,75%	2,95
	Anket2	3,51%	22,81%	35,96%	21,93%	15,79%	3,24
İfade3	Anket1	11,27%	39,44%	30,28%	11,27%	7,75%	2,65
	Anket2	7,02%	30,70%	32,46%	22,81%	7,02%	2,92
İfade4	Anket1	11,27%	40,14%	28,87%	12,68%	7,04%	2,64
	Anket2	9,65%	37,72%	28,95%	16,67%	7,02%	2,74
İfade5	Anket1	9,86%	20,42%	29,58%	34,51%	5,63%	3,06
	Anket2	6,14%	18,42%	27,19%	32,46%	15,79%	3,33
İfade6	Anket1	2,11%	19,72%	20,42%	44,37%	13,38%	3,47
	Anket2	4,39%	19,30%	18,42%	38,60%	19,30%	3,49
İfade7	Anket1	2,82%	10,56%	26,06%	40,85%	19,72%	3,64
	Anket2	3,51%	6,14%	22,81%	34,21%	33,33%	3,88
İfade8	Anket1	13,38%	31,69%	30,28%	16,90%	7,75%	2,74
	Anket2	16,67%	23,68%	27,19%	18,42%	14,04%	2,89
İfade9	Anket1	17,61%	38,73%	27,46%	8,45%	7,75%	2,50
	Anket2	14,91%	31,58%	32,46%	12,28%	8,77%	2,68
İfade10	Anket1	4,93%	29,58%	31,69%	23,94%	9,86%	3,04
	Anket2	6,14%	15,79%	35,96%	28,07%	14,04%	3,28
İfade11	Anket1	4,23%	16,20%	20,42%	47,18%	11,97%	3,46
	Anket2	3,51%	11,40%	20,18%	42,11%	22,81%	3,69
İfade12	Anket1	9,86%	33,10%	24,65%	23,24%	9,15%	2,89
	Anket2	10,53%	18,42%	32,46%	25,44%	13,16%	3,12
İfade13	Anket1	4,93%	19,72%	21,83%	38,73%	14,79%	3,39
	Anket2	2,63%	12,28%	19,30%	40,35%	25,44%	3,74
İfade14	Anket1	24,65%	37,32%	26,06%	7,75%	4,23%	2,30
	Anket2	18,42%	35,09%	27,19%	11,40%	7,89%	2,55

İfade15	Anket1	1,41%	8,45%	12,68%	53,52%	23,94%	3,90
	Anket2	3,51%	2,63%	10,53%	48,25%	35,09%	4,09
İfade16	Anket1	4,93%	19,01%	25,35%	38,73%	11,97%	3,34
	Anket2	2,63%	17,54%	19,30%	38,60%	21,93%	3,60
İfade17	Anket1	16,20%	45,77%	26,06%	7,04%	4,93%	2,39
	Anket2	14,91%	31,58%	34,21%	14,04%	5,26%	2,63

Diğer yandan azalan ve artan sıralamalı anket formlarının ortalamalarına bakıldığında azalan sıralamalı formun ortalamasının ($\bar{x}=3,2633$) artan sıralamalı formun ortalamasından ($\bar{x}=3,0410$) daha yüksek olduğu bulunmuştur ($\bar{X}_{AzalanSiralama} - \bar{X}_{ArtanSiralama} = .2224$). Çalışmanın hipotezini test etmek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız örneklem t-testi sonucu azalan sıralamalı ölçekle artan sıralamalı ölçeğin uygulandığı gruplar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ortaya koymaktadır (t: -2,445; $p < .05$). Dolayısıyla bulgu çalışmanın hipotezini desteklemektedir.

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Anket formu, daha kısa sürede daha fazla veriyi daha kolay elde etmeye imkân sağlaması dolayısıyla –özellikle sosyal bilimciler tarafından- veri toplamada en fazla kullanılan araçlardandır. Ancak formun doğru tasarlanmaması ve özenli hazırlanmaması durumunda beklenen kalitede verinin elde edilememesinden dolayı araştırmacıların ortaya koydukları çabanın heba olması söz konusu olabilir. Bu noktada araştırmacılarca anlaşılması gereken anket kelimelerden oluşmuş bir formdan daha fazlası olduğudur.

Bu çerçevede üzerinde hassasiyetle durulması gereken hususlardan biri de pazarlama araştırmalarında en sık kullanılan ölçek tiplerinden biri olan Likert tipi ölçeklerde (Bora Semiz ve Altunışık, 2016) katılımcıya sunulan cevap etiketlerinin sıralamasıdır. Bu bağlamda mevcut çalışmanın amacı cevap etiketi sıralamasına göre katılımcıların cevaplarında farklılık olup olmadığı test etmektir. Bu doğrultuda artan ve azalan cevap alternatifli şekilde sıralanmış CETSCALE ölçeğinden oluşan online anket formu iki farklı gruba sunulmuş ve 256 katılımcıdan elde edilen verilere ilişkin istatistiksel bulgular ortaya konulmuştur.

Bulgular Likert tipi ölçekle farklı sıralamada sunulmuş cevap etiketlerine göre katılımcıların verdiği cevapların farklılaştığını göstermektedir. Bu çalışmada Hofmans vd.'nin (2007: 101) bulgularını destekler nitelikte cevap etiketlerinin azalan sıralamalı şekilde sunulması durumunda katılımcıların ilk ifadeyi işaretleme oranının artan sıralamalı cevap etiketlerine göre daha yüksek olduğunu gösteren bulgulara ulaşılmıştır. Dahası her ne kadar Hofmans vd.'nin (2007) çalışmasında anket formlarına göre ortalamalarda anlamlı bir farklılık olduğuna dair bir bulguya ulaşılamamış olsa da bu çalışmanın bulguları Chan'ın (1991) bulgularını destekler niteliktedir. Bulgular artan sıralamayla sunulmuş cevap etiketli ölçeğe verilen cevapların ortalamasının azalan sıralamalı hazırlanmış ölçeğe verilen cevapların ortalamasına göre anlamlı biçimde yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Dolayısıyla bu çalışmanın örneğinde de öncelik etkisinin katılımcıların cevapları üzerinde etkisinin olduğu ve çalışmanın başında sunulan araştırma sorusundan hareketle katılımcıların ifadelerine verdikleri cevapların, ölçeğin cevap etiketi sıralamasına göre farklılık gösterdiği ifade edilebilir.

Sonuç olarak, Likert tipi ölçeklerle anket formu aracılığıyla veri toplamayı amaçlayan araştırmacıların cevap etiketi sıralamasının katılımcıların cevapları üzerinde etkisini göz önünde bulundurmaları ve anket tasarımını bu doğrultuda yapmaları faydalı olacaktır.

Mevcut çalışma, ortaya koyduğu bulgularla anket ve ölçeklerin şekilsel tasarımına ilişkin literatüre katkı sunmaya aday olsa da zaman kısıdı çalışmanın örneklem hacminin görece düşük olmasına neden olmuştur. Yine zaman kısıdının yanı sıra ekonomik kısıtlardan dolayı çalışmanın örnekleme tesadüfi olmayan örneklem yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak belirlenmiştir. Aynı nedenle çalışmada veriler en kolay ulaşılabilir katılımcı grubu olarak üniversite öğrencilerinden elde edilmiştir. Bu da ortaya çıkan bulguların genelleştirilmesini mümkün kılmamaktadır.

Bu bağlamda sonraki çalışmalarda tesadüfi örnekleme yöntemine göre belirlenmiş daha büyük örneklem hacmi üzerinde çalışmak sonuçların genelleştirilebilmesini sağlayarak literatüre önemli katkı sunacaktır. Ayrıca bu çalışmada veriler CETSCALE ölçeği kullanılarak elde edilmiştir. Dolayısıyla sonraki çalışmalarda tutum, algı, davranış vb. farklı konular ele alınarak cevap etiketi sıralamasının katılımcı cevaplarında farklılığa neden olup olmadığı ortaya konulabilir ve bu çalışmanın bulgularıyla karşılaştırılabilir. Böylece araştırmacıların en uygun cevap etiketi sunumuna dair fikir edinilmesine katkıda bulunulacaktır. Bunların dışında gelecek çalışmalar, öncelik etkisinin katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğine yoğunlaşarak literatüre katkı sağlayabilir.

KAYNAKÇA

- Baran, T. (2020a). *Anket formuyla veri toplamada renk ve cevap alternatifleri sayısının cevaplama süresi ve ifade cevaplama sayısına etkisi*. Akademisyen Yayınevi. Bölüm 5, 97-116.
- Baran, T. (2020b). Marka adının tüketicilerin marka tercihi üzerine etkisi: Türkçe ve İngilizce adların karşılaştırılması. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 16(4), 1029-1042.
- Baran, T. (2021). Comparison of parametric and non-parametric methods to analyse the data gathered by a Likert-type scale. In *Handbook of research on applied data science and artificial intelligence in business and industry* (pp. 414-430). IGI Global.
- Baran, T., Aydın, O., Akçay, A. ve Haşiloğlu, S.B. (2015). Pazarlama araştırmalarında anket yöntemi ile veri toplamadaki potansiyel problemlere ilişkin bir araştırma: birden çok ifade içeren ölçek maddeleri, *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 1(2), 19-36.
- Baran, T., Efendioğlu, İ. H., Özkan, B. ve Koç, F. (2023). Pazarlama araştırmalarında kullanılan Likert tipi ölçeklerdeki cevap alternatifleri sayısının ölçek güvenilirliğine etkisi. *İşletme*, 4(2), 287-296.
- Barnette, J. (2000). Effects of stem and Likert response option reversals on survey internal consistency: If you feel the need, there is a better alternative to using those negatively worded stems. *Educational and Psychological Measurement*, 60(3), 361-370. <https://doi.org/10.1177/00131640021970592>
- Belson, W.A. (1966). The effects of reversing the presentation order of verbal rating scales. *Journal of Advertising Research*, 6, 30-37.

- Betts, L., & Hartley, J. (2012). The effects of changes in the order of verbal labels and numerical values on children's scores on attitude and rating scales. *British Educational Research Journal*, 38(2), 319–331. <https://doi.org/10.1080/01411926.2010.544712>
- Bora Semiz, B. ve Altunışık R. (2016). Pazarlama araştırmalarında Likert tipi ölçeklerin özelliklerinin cevaplama tarzları üzerindeki etkilerinin incelenmesi. *Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7(14), 577-598.
- Bordé, C.J. (2005), Base units of the SI, fundamental constants and modern quantum physics, *Philosophical Transactions of the Royal Society of London A: Mathematical, Physical and Engineering Sciences*, 363(1834), 2177-2201.
- Brace, I. (2018). *Questionnaire design: How to plan, structure and write survey material for effective market research*. Kogan Page Publishers.
- Chan, J. (1991). Response-order effects in Likert-type scales. *Educational and Psychological Measurement*, 51(3), 531–540. <https://doi.org/10.1177/0013164491513002>
- Christian, L.M., Parsons, N.L., & Dillman, D.A. (2009). Designing scalar questions for Web surveys. *Sociological Methods and Research*, 37(3), 393–425. <https://doi.org/10.1177/0049124108330004>
- Chyung, S. Y., Barkin, J. R., & Shamsy, J. A. (2018b). Evidence-based survey design: The use of negatively worded items in surveys. *Performance Improvement*, 57(3), 16-25. <https://doi.org/10.1002/pfi.21749>
- Chyung, S. Y., Kennedy, M., & Campbell, I. (2018a). Evidence-based survey design: The use of ascending or descending order of Likert-type response options. *Performance Improvement*, 57(9), 9-16. <https://doi.org/10.1002/pfi.21800>
- Chyung, S. Y., Roberts, K., Swanson, I., & Hankinson, A. (2017). Evidence-based survey design: The use of a midpoint on the Likert scale. *Performance Improvement*, 56(10), 15-23. <https://doi.org/10.1002/pfi.21727>
- Dillman, D.A., & Christian, L.M. (2005). Survey mode as a source of instability in responses across surveys. *Field Methods*, 17(1), 30–52. <https://doi.org/10.1177/1525822X04269550>
- Dursun, İ. ve Alnıaçık, Ü. (2019). Likert ölçeklerinde etiketleme kararları: Kullanılan etiketler ölçüm sonuçlarını etkiler mi?. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (33), 148-196. <https://doi.org/10.14520/adyusbd.549447>
- Edwards, P., Roberts, I., Clarke, M., DiGuseppi, C., Pratap, S., Wentz, R., & Kwan, I. (2002). Increasing response rates to postal questionnaires: Systematic review. *Bmj*, 324(7347), 1183.
- Friedman, H.H., Herskovitz, P.J., & Pollack, S. (1993). The biasing effects of scale-checking styles on response to a Likert scale. *Proceedings of the American Statistical Association annual conference: Survey research methods*. 2, 792–795.

- Hartley, J., & Betts, L. (2010). Four layouts and a finding: The effects of changes in the order of the verbal labels and numerical values on Likert-type scales. *International Journal of Social Research Methodology*, 13(1), 17–27. <https://doi.org/10.1080/13645570802648077>
- Haşiloğlu, S. B., Baran, T. ve Aydın, O. (2015). Pazarlama araştırmalarındaki potansiyel problemlere yönelik bir araştırma: Kolayda örnekleme ve sıklık ifadeli ölçek maddeleri. *Pamukkale İşletme ve Bilişim Yönetimi Dergisi*, (1), 19-28.
- Hofmans, J., Theuns, P., Baekelandt, S., Mairesse, O., Schillewaert, N., & Cools, W. (2007). Bias and changes in perceived intensity of verbal qualifiers effected by scale orientation. *Survey Research Methods*, 1(2), 97–108. <https://doi.org/10.18148/srm/2007.v1i2.79>
- Liu, M., & Keusch, F. (2017). Effects of scale direction on response style of ordinal rating scales. *Journal of Official Statistics*, 33(1), 137–154. <https://doi.org/10.1515/jos-2017-0008>
- Maeda, H. (2015). Response option configuration of online administered Likert scales. *International Journal of Social Research Methodology*, 18(1), 15–26. <https://doi.org/10.1080/13645579.2014.885159>
- Malhotra, N. K. (2004). *Marketing research an applied orientation* (4th ed.) Pearson.
- Nicholls, M.E., Orr, C.A., Okubo, M., & Loftus, A. (2006). Satisfaction guaranteed: The effect of spatial biases on responses to Likert scales. *Psychological Science*, 17(12), 1027–1028. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2006.01822.x>
- Redline, C. D., & Dillman, D. A. (2000). *The influence of alternative visual designs on respondent's performance with branching instructions in self-administered questionnaires*. US Bureau of the Census.
- Salzberger, T., & Koller, M. (2019). The direction of the response scale matters—accounting for the unit of measurement. *European Journal of Marketing*, 53(5), 871-891.
- Shimp, T. A., & Sharma, S. (1987). Consumer ethnocentrism: Construction and validation of the CETSCALE. *Journal of Marketing Research*, 24(3), 280-289.
- Smyth, J. D., Israel, G. D., Newberry III, M. G., & Hull, R. G. (2019). Effects of stem and response order on response patterns in satisfaction ratings. *Field Methods*, 31(3), 260-276.
- Weng, L., & Cheng, C. (2000). Effects of response order on Likert-type scales. *Educational and Psychological Measurement*, 60(6), 908–924. <https://doi.org/10.1177/00131640021970989>
- Yan, T., & Keusch, F. (2015). The effects of the direction of rating scales on survey responses in a telephone survey. *Public Opinion Quarterly*, 79(1), 145-165.

Evaluation of the Financial Performances of BIST IT Sector by CILOS Based CoCoSo Method

CILOS Tabanlı CoCoSo Yöntemi ile BIST Bilişim Sektörünün Finansal Performanslarının Değerlendirilmesi

Simge YENİLMEZEL ALICI ^{1*}

İrfan ERTUĞRUL ²

¹ Pamukkale Üniversitesi, simgeyen@gmail.com, ORCID: 0000-0002-1097-9131

² Pamukkale Üniversitesi, iertugrul@pau.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5283-191X

* Yazışılan Yazar/Corresponding author

Makale Geliş/Received: 12.09.2023

Makale Kabul/Accepted: 20.10.2023

Araştırma Makalesi / Research Paper

DOI: 10.47097/piar.1359342

Abstract

Today, companies that are under intense competition have needed to ensure the flow of information, use and store information effectively with the development of technology. Since these needs are met through IT, the IT sector is becoming increasingly important. The formation of many IT companies in the sector requires investors, lending institutions and shareholders to follow the market. In doing so, it is possible to utilize Multi-Criteria Decision Making (MCDM) methods. By using MCDM methods, it is possible to see and evaluate the changes in the financial performance of different companies in the same sector over the years. In this study, it is aimed to evaluate the financial performance of 8 companies that have gained a place in the IT sector in 2021 under 8 criteria. In this evaluation, the criteria weights were determined by the CILOS method, one of the objective criteria weighting methods, and the ranking of the alternatives was done by the CoCoSo method. As a result of the procedures, the most important criterion is K1 Current Ratio and the company with the best performance among the alternatives is A1 FONET. The fact that the two methods chosen are new methods makes the study original.

Keywords: MCDM, CILOS, CoCoSo, Informatics Sector, Financial Performance Analysis.

Jel Codes: C02, C44, C61.

Öz

Günümüzde yoğun rekabet altında olan şirketler, teknolojinin gelişmesiyle bilgi akışını sağlama, bilgiyi etkin bir şekilde kullanma ve depolama ihtiyacı duymuşlardır. Bu ihtiyaçların karşılanması bilişim ile gerçekleştiğinden bilişim sektörü gün geçtikçe önemli hale gelmektedir. Sektörde birçok bilişim şirketinin oluşması yatırımcıların, kredi verecek kurumların ve ortakların piyasayı takip etmesini gerektirmektedir. Bunu yaparken Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) yöntemlerinden yararlanmak mümkündür. ÇKKV yöntemlerini kullanarak aynı sektördeki farklı firmaların finansal performanslarının yıllar içindeki değişimini görmek ve değerlendirmek mümkündür. Bu çalışmada günümüzde bilişim sektöründe yer edinmiş 8 şirketin 8 kriter altında 2021 yılında gösterdikleri finansal performansları değerlendirilmek istenmiştir. Bu değerlendirme yapılırken kriter ağırlıkları objektif kriter ağırlıklandırma yöntemlerinden olan CILOS yöntemi ile belirlenirken alternatiflerin sıralanması CoCoSo yöntemi ile yapılacaktır. Yapılan işlemler sonucunda en önemli kriter K1 Cari Oran ve alternatifler arasından en iyi performansa sahip şirket A1 FONET olarak belirlenmiştir. Seçilen iki yöntemin de yeni yöntemler olması çalışmayı orijinal kılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: ÇKKV, CILOS, CoCoSo, Bilişim Sektörü, Finansal Performans Analizi.

Jel Kodları: C02, C44, C61.

1. INTRODUCTION

Determining the operating and financial structure characteristics of an enterprise by utilizing its accounting and financial statements is defined as financial performance analysis (Meydan et al., 2016: 148). Performance analysis provides the management effectiveness, operational efficiency, liabilities, profitability and evaluation of past performance and prediction of future performance (Çanakcıoğlu, 2020: 177).

Today, companies that want to survive in an intensely competitive environment have to work towards customer satisfaction, low costs and improving processes. In doing so, it sets goals for itself with the help of financial statements. On the other hand, there are interest groups that want to know the position and status of the business in the sector. At this point, performance measurement provides competitive advantage as well as seeing the current position (Çakır and Perçin, 2013: 449). Financial performance results are very effective in the decision-making of government agencies, lending institutions, shareholders, managers, internal and external stakeholders and investors (Tufan and Kılıç, 2019: 121).

Informatics is a concept that is formed with the help of the results that occur with the use of technology and information together (Başdar, 2018: 43). In general terms, the concept of informatics can be defined as processing, storing and storing information, transmitting information to technical tools in the fastest and easiest way and ensuring the flow of information (Kök, 2006: 125). The information sector is a sector formed by smartphones, tablets, televisions, computers, hardware, software and telecommunication companies that provide the flow of information used by most businesses (Kaygın, 2020: 530). Creating, storing, organizing and transmitting information to people is possible thanks to information technologies (Başdar, 2018: 2).

The unpredictable change trend in technology has led to an increase in the impact of the IT sector on financial markets (Kaygın, 2020: 530). The formation of many IT firms in the sector requires investors, shareholders and lending institutions to follow the market. Since the IT sector is developing day by day and many companies are entering the sector, the study aims to address the IT sector. Multi-criteria decision-making methods can be utilized in this monitoring and evaluation. MCDM methods enable to determine the most appropriate one among the alternatives under the specified criteria and can be applied to most problems in daily life. In this study, it is aimed to evaluate the financial performance of the companies in the IT sector traded in BIST in 2021. During the evaluation, 8 criteria that are used and determinative in financial performance evaluation processes and 8 alternative companies known in the sector were selected. While determining the criteria, the sector and the literature were utilized. Criterion weighting process was performed with the Criterion Impact Lose (CILOS) method, which is one of the objective weighting methods since there is no subjective data, and the alternatives were ranked with the Combined Compromise Solution (CoCoSo) method. The reason for choosing CILOS and CoCoSo methods among multi-criteria decision making methods is that there are not many studies in the literature. In this way, the study maintains its originality.

2. LITERATURE REVIEW

When the literature is examined, most of the sectors traded in BIST have been evaluated their financial performance by using CRM methods, but there is no study in which CILOS and CoCoSo methods, which will be used in this study, are used together. For this reason, an extensive literature review was conducted by including studies on the IT sector, financial performance evaluation and the methods to be used in the study.

Table 1. CILOS and CoCoSo Method Literature Review

Studies with CILOS Method
Podvezko et al. (2017) used the IDOCRIW method to evaluate the performance of construction sectors in the Baltic countries and Poland. Since the IDOCRIW method includes the CILOS method, the study also includes CILOS steps.
Paradowski et al. (2021) conducted a similarity analysis of methods for the objective determination of weights in multi-criteria decision support systems. In this study, Entropy, CILOS, CRITIC and IDOCRIW methods are discussed and their values are compared.
Studies with CoCoSo Method
Yazdani et al. (2018) conducted a study on logistics provider selection with CoCoSo method.
Özdağoğlu et al. (2020) applied CoCoSo and MARCOS methods in ranking Turkish universities.
Stanujkic et al. (2020), Entropy-based CoCoSo method evaluated the progress of EU countries towards achieving the sustainable development goals of the 2030 agenda.
Topal (2021) evaluated the financial performance analysis of electricity generation companies with the Entropy-based CoCoSo method.
Çiftçi et al. (2021) integrated CoCoSo and CRITIC method to evaluate the financial performance of energy companies traded in BIST based on cash flow ratios.
Altıntaş (2021) analyzed the information performance of G7 countries using the CoCoSo method.
Pala (2021) used CCSD and CoCoSo methods to analyze the financial performances of BIST construction index.
Kaygın (2020) evaluated the financial performance of companies traded in the BIST IT sector with the MOORA method. Başdar (2018), wrote his doctoral thesis evaluating the BIST IT sector using TOPSIS and ELECTRE methods. Karaoğlu and Şahin (2018) conducted a study by integrating AHP, VIKOR, TOPSIS, Gray Relational Analysis and MOORA methods in the evaluation of BIST chemical enterprises. Ersoy (2020) used the Gray Relational Analysis method to evaluate the financial performance of BIST transportation companies. Çanakçıoğlu (2020) made an evaluation by integrating Entropy, WASPAS and Borda methods while evaluating the performance of base metal companies traded in BIST. Akyüz et al. (2018) evaluated the performance of paper and paper products printing and publishing enterprises traded in BIST with TOPSIS, PROMETHEE and COPRAS methods. Tufan and

Kılıç (2019) evaluated the financial performance of logistics enterprises traded in BIST with TOPSIS and VIKOR methods. Çakır and Perçin (2013) examined logistics companies by integrating CRITIC, SAW, TOPSIS, VIKOR and borda counting methods. Deste and Halifeoğlu (2019) used TOPSIS method in the evaluation of enterprises in the retail trade sector. Topal (2021) evaluated the financial performance of electricity generation companies using Entropy-based CoCoSo method. Özçelik and Kandemir (2015) used TOPSIS method in the evaluation of tourism enterprises traded in BIST. Küçükönder and Şişmanoğlu (2020) compared different CRM methods by using Entropy, EATWIOS, MAUT, WASPAS and OCRA methods in the evaluation of enterprises in the BIST textile, leather index. Elmas and Özkan (2021) evaluated enterprises in the transportation and storage sector by integrating SWARA and OCRA methods. Atukalp (2019) analyzed the financial performance of cement factories traded in Borsa Istanbul using MOORA method. Şahin and Karacan (2020) analyzed the performance of BIST construction index firms with entropy-based COPRAS and ARAS methods. Ayçin and Aşan (2018) evaluated the financial performance of IT firms traded in BIST by using Entropy and TOPSIS methods. In the criterion weights obtained by the entropy method, the most important criterion was determined as the profitability of sales. Aydın (2021) analyzed the market performance of insurance companies by integrating the SV method and EDAS method in his evaluation. Uygurtürk and Yıldız (2021) examined the efficiency and financial performance of enterprises in the IT sector. They used Data Envelopment Analysis and Gray Relational Analysis methods. In the study, 14 companies were evaluated under the criteria of total assets, operating expenses, sales costs, sales revenue and profit before tax from continuing operations. Tayyar et al. (2014) used AHP and Gray Relational Analysis methods to analyze the financial performance of enterprises operating in the field of information and technology registered in BIST. They used liquidity ratios, financial structure ratios, activity ratios and profitability ratios. The criterion with the most important weight was profitability ratios. Yılmaz Türkmen and Çağıl (2012) evaluated the performance of 12 firms in the IT sector between 2007 and 2010 under the criteria of current ratio, liquidity ratio, receivables turnover ratio, total asset turnover ratio, leverage ratio, net profit margin, return on equity and return on total assets by using TOPSIS method. Dumanoğlu and Ergül (2010) evaluated the financial performance of technology companies traded on the ISE using the TOPSIS method.

3. METHODS

CILOS and CoCoSo methods were used in an integrated manner in the study to evaluate the financial performance of the firms identified in the BIST IT sector in 2021. Information about the methods is given in the rest of the study.

3.1. CILOS Method

A different method to obtain objective weights is the CILOS method (Zavadskas and Podvezko, 2016: 5). The method evaluates the loss of each criterion until one of the remaining criteria achieves the optimal maximum or minimum value. The algorithm, formalization, description and implementation of the method were presented by Zavadskas and Podvezko in 2016. The logic, basic ideas, steps and a calculation algorithm of the criteria impact loss method are as follows.

Step 1. Transformation of Cost Criteria: In the transformation process, minimized criteria are transformed into maximized criteria so that the largest value of a criterion is optimal. In the case of benefit criteria, no transformation is made. Equation (1) is used for this (Bircan, 2020: 56).

$$\tilde{x}_{ij} = \frac{\min x_{ij}}{x_{ij}} \tag{1}$$

Step 2. Normalizing the Transformation Matrix: Data normalization makes visible the comparison of the losses incurred by each criterion in the method. Using Equation (2), a new matrix is obtained, which can be represented by the expression (n_{ij}).

$$n_{ij} = \frac{\tilde{x}_{ij}}{\sum_{i=1}^n \tilde{x}_{ij}} \tag{2}$$

Step 3. Obtaining Square Matrix A: For matrix N, the largest one among the criteria in the column elements is selected. For the maximum value $n_j = \max_i n_{ij} = \max_i n_{ij} = n_{kj}$, k_j is the number of the row where column j is located. A matrix A= || a_{ij} || is formed by taking the entire row into account so that the value a_{ki} j is taken from the maximum value of the i. criterion N matrix. The diagonal elements of matrix A are defined as a_{ii} =n_i and the other elements are defined as a_{ij} =n_{ki} j. Here, the ith row element of matrix A is the element of the k_j row of matrix N (Bircan, 2020: 39).

Step 4. Obtaining the Relative Loss Matrix P: For the calculation of impact losses, the matrix P= || p_{ij} || is found by Equation (3).

$$p_{ij} = \frac{a_{ii} - a_{ij}}{a_{ii}} \tag{3}$$

Step 5. Determination of the Weight System Matrix F: The sum of each column of the P matrix is found and the negative values of these sums are written on the diagonals of the P matrix to form the F matrix (Ecer, 2020: 109).

$$F = \begin{pmatrix} -\sum_{i=1}^m p_{i1} & p_{12} & \dots & p_{1m} \\ p_{21} & -\sum_{i=1}^m p_{i2} & \dots & p_{2m} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ p_{m1} & p_{m2} & \dots & -\sum_{i=1}^m p_{im} \end{pmatrix} \tag{4}$$

Step 6. Solving the Linear Equation System: In the penultimate step, the linear equation system given in Equation (5) is solved with programs such as Excel and MATLAB.

$$Fqt=0 \tag{5}$$

3.2. CoCoSo Method

This method, which has a high stability, robustness and reliability in ranking alternatives, was introduced by Zavadskas, Yazdani, Zarate and Turskis in 2018 (Yazdani et al., 2018). Adding a new alternative to the analyses or removing an existing alternative from the analyses has less impact on the final ranking results obtained with this method compared to the other CRM models. The method first finds the utility values of the alternatives from different perspectives through different aggregation/aggregation operators and then uses an aggregation function to obtain a compromise solution and aggregate the utility values of each alternative (Ecer, 2020: 299). The CoCoSo method is based on the integration of the

weighted sum method and the exponentially weighted product method, the steps of which are given below (Yazdani et al., 2018: 2507-2508):

Step 1 - Creating the Decision Matrix

$$X_{ij} = \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & \dots & x_{1n} \\ x_{21} & x_{22} & \dots & x_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ x_{m1} & x_{m2} & \dots & x_{mn} \end{bmatrix}; i= 1, 2, \dots, m; j= 1, 2, \dots, n. \quad (6)$$

Step 2 - Obtaining the Normalized Matrix

$$r_{ij} = \frac{x_{ij} - \min_i x_{ij}}{\max_i x_{ij} - \min_i x_{ij}}; \text{ fayda kriterleri için} \quad (7)$$

$$r_{ij} = \frac{\max_i x_{ij} - x_{ij}}{\max_i x_{ij} - \min_i x_{ij}}; \text{ maliyet kriterleri için} \quad (8)$$

Step 3 - The sum of the weighted comparability array and the entire power weight of the comparability arrays for each alternative sum of the weighted comparability array and also the amount of power weight of the comparability arrays for each alternative such as S_i and P_i are given in Equations (9) and (10) respectively.

$$S_i = \sum_{j=1}^n (w_j r_{ij}) \quad (9)$$

$$P_i = \sum_{j=1}^n (r_{ij})^{w_j} \quad (10)$$

Step 4 - The relative weights of the alternatives are calculated using the following aggregation strategies. In this step, three evaluation score strategies are used to generate the relative weights of the other options derived using formulas (11), (12) and (13):

$$k_{ia} = \frac{P_i + S_i}{\sum_{i=1}^m (P_i + S_i)} \quad (11)$$

$$k_{ib} = \frac{S_i}{\min_i S_i} + \frac{P_i}{\min_i P_i} \quad (12)$$

$$k_{ic} = \frac{\lambda(S_i) + (1-\lambda)(P_i)}{(\lambda \max_i S_i + (1-\lambda) \max_i P_i)}; 0 \leq \lambda \leq 1 \quad (13)$$

Equation (11) expresses the arithmetic mean of the sums of the scores of S_i and P_i , while Equation (12) expresses the sum of the relative scores of S_i and P_i compared to the best. Equation (13) describes the balanced compromise of the scores of S_i and P_i and is usually chosen by decision makers as $\lambda=0.5$.

Step 5- Using Equation (14), the final ranking of the alternatives is obtained.

$$k_i = (k_{ia} k_{ib} k_{ic})^{\frac{1}{3}} + \frac{1}{3} (k_{ia} + k_{ib} + k_{ic}) \quad (14)$$

4. APPLICATION

As mentioned in the previous sections, the subject of the study is the IT sector traded in BIST. For the study, 8 alternative companies in this sector and 8 criteria deemed necessary for this evaluation were determined. The criteria used in the study were determined by utilizing the literature (Yılmaz Türkmen and Çağıl, 2012: 69; Dumanoglu and Ergül, 2010: 104). After the

weights of the criteria are determined by the CILOS method, the performances of the companies in 2021 will be ranked by the CoCoSo method.

Table 2 shows the criteria to be used in the study.

Table 2. Criteria, Objectives and Codes to be used in the Study

Criteria	Objectives	Codes
Current Ratio	Maximum	K1
Financial Leverage Ratio	Minimum	K2
Liquidity Ratio	Maximum	K3
Return on Equity Ratio	Maximum	K4
Asset Turnover	Maximum	K5
Receivables Turnover Rate	Maximum	K6
Current Assets Turnover Ratio	Maximum	K7
Net Profit Margin	Maximum	K8

Table 3 shows the IT companies included in the study.

Table 3. Companies and Codes to be Evaluated in the Study

IT Companies	Code
Fonet Information Technologies Inc. (FONET)	A1
Arena Computer Industry and Trade Inc. (ARENA)	A2
Karel Electronic Industry and Trade Inc. (KAREL)	A3
Datagate Computer Supplies Inc. (DGATE)	A4
Armada Computer Systems Industry and Trade Inc. (ARMDA)	A5
Despec Computer Marketing and Trade Inc. (DESPC)	A6
Kron Telecommunication Services Inc. (KRONT)	A7
Logo Software Industry and Trade Inc. (LOGO)	A8

4.1. Determination of Criteria Weights with CILOS Method

With the 2020 data, a decision matrix was created and shown in Table 4.

Table 4. Decision Matrix

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8
	MAX	MIN	MAX	MAX	MAX	MAX	MAX	MAX
FONET	2,72	0,3080	2,69	0,0933	0,56	2,72	1,4884	42,50
ARENA	1,26	0,7947	0,95	0,0824	2,15	5,17	1,6347	1,11
KAREL	1,54	0,7073	0,80	0,1166	1,01	3,98	1,0518	6,56
DGATE	1,64	0,7206	1,25	0,1858	3,40	5,58	3,1967	2,78
ARMDA	1,71	0,8058	1,47	-0,0642	1,88	2,86	1,4733	-0,32
DESPC	1,53	0,6501	1,22	0,1044	2,83	5,44	1,9618	5,13
KRONT	1,44	0,4930	1,42	0,2218	0,65	1,57	0,8467	41,54
LOGO	1,07	0,5799	1,06	0,1464	0,60	5,37	0,9755	35,52

With the help of Equation (1), the transformation matrix of the cost criteria is created. The transformation matrix is shown in Table 5.

Table 5. Transformation Matrix

	K1 MAX	K2 MIN	K3 MAX	K4 MAX	K5 MAX	K6 MAX	K7 MAX	K8 MAX
A1	2,72	1,0000	2,69	0,0933	0,56	2,72	1,4884	42,25
A2	1,26	0,3875	0,95	0,0824	2,15	5,17	1,6347	1,11
A3	1,54	0,4355	0,80	0,1116	1,01	3,98	1,0518	6,56
A4	1,64	0,4274	1,25	0,1858	3,40	5,58	3,1967	2,78
A5	1,71	0,3822	1,47	-0,0642	1,88	2,86	1,4733	-0,32
A6	1,53	0,4738	1,22	0,1044	2,83	5,44	1,9618	5,13
A7	1,44	0,6248	1,42	0,2218	0,65	1,57	0,8467	41,54
A8	1,07	0,5311	1,06	0,1464	0,60	5,37	0,9755	35,52

The normalized matrix obtained using Equation (2) is shown in Table 6.

Table 6. Normalizing the Transformation Matrix

	K1 MAX	K2 MIN	K3 MAX	K4 MAX	K5 MAX	K6 MAX	K7 MAX	K8 MAX
A1	0,2107	0,2346	0,2477	0,1052	0,0428	0,0832	0,1179	0,3140
A2	0,0976	0,0909	0,0875	0,0930	0,1644	0,1582	0,1294	0,0082
A3	0,1193	0,1022	0,0737	0,1315	0,0772	0,1217	0,0833	0,0487
A4	0,1270	0,1003	0,1151	0,2096	0,2599	0,1707	0,2531	0,0207
A5	0,1325	0,0897	0,1354	-0,0724	0,1437	0,0875	0,1167	-0,0024
A6	0,1185	0,1112	0,1123	0,1178	0,2164	0,1664	0,1553	0,0381
A7	0,1115	0,1466	0,1308	0,2501	0,0497	0,0480	0,0670	0,3087
A8	0,0829	0,1246	0,0976	0,1652	0,0459	0,1643	0,0772	0,2640

Table 7 was created by selecting the largest one among the criteria in the column elements for the N matrix.

Table 7. Square Matrix (A)

	K1 MAX	K2 MIN	K3 MAX	K4 MAX	K5 MAX	K6 MAX	K7 MAX	K8 MAX
A1	0,2107	0,2346	0,2477	0,1052	0,0428	0,0832	0,1179	0,3140
A2	0,2107	0,2346	0,2477	0,1052	0,0428	0,0832	0,1179	0,3140
A3	0,2107	0,2346	0,2477	0,1052	0,0428	0,0832	0,1179	0,3140
A4	0,1115	0,1466	0,1308	0,2501	0,0497	0,0480	0,0670	0,3087
A5	0,1270	0,1003	0,1151	0,2096	0,2599	0,1707	0,2531	0,0207
A6	0,1270	0,1003	0,1151	0,2096	0,2599	0,1707	0,2531	0,0207
A7	0,1270	0,1003	0,1151	0,2096	0,2599	0,1707	0,2531	0,0207
A8	0,2107	0,2346	0,2477	0,1052	0,0428	0,0832	0,1179	0,3140

Equation (3) was used to construct the relative loss matrix.

Table 8. Relative Loss Matrix (P)

	K1 MAX	K2 MIN	K3 MAX	K4 MAX	K5 MAX	K6 MAX	K7 MAX	K8 MAX
A1	0,0000	0,000	0,0000	0,5795	0,8353	0,5125	0,5344	0,0000
A2	0,0000	0,000	0,0000	0,5795	0,8353	0,5125	0,5344	0,0000
A3	0,0000	0,000	0,0000	0,5795	0,8353	0,5125	0,5344	0,0000
A4	0,4706	0,3752	0,4721	0,0000	0,8088	0,7186	0,7351	0,0168
A5	0,3971	0,5726	0,5353	0,1622	0,0000	0,0000	0,0000	0,9342
A6	0,3971	0,5726	0,5353	0,1622	0,0000	0,0000	0,0000	0,9342

A7	0,3971	0,5726	0,5353	0,1622	0,0000	0,0000	0,0000	0,9342
A8	0,0000	0,0000	0,0000	0,5795	0,8353	0,5125	0,5344	0,0000
TOPLAM	1,6618	2,0929	2,0781	2,8045	4,1500	2,7688	2,8727	2,8194

In the rest of the application, the weighting system matrix is created as in Equation (4).

Table 9. Weight System Matrix

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8
	MAX	MIN	MAX	MAX	MAX	MAX	MAX	MAX
A1	-1,6618	0,0000	0,0000	0,5795	0,8353	0,5125	0,5344	0,0000
A2	0,0000	-2,0929	0,0000	0,5795	0,8353	0,5125	0,5344	0,0000
A3	0,0000	0,0000	-2,0781	0,5795	0,8353	0,5125	0,5344	0,0000
A4	0,4706	0,3752	0,4721	-2,8045	0,8088	0,7186	0,7351	0,0168
A5	0,3971	0,5726	0,5353	0,1622	-4,1500	0,0000	0,0000	0,9342
A6	0,3971	0,5726	0,5353	0,1622	0,0000	-2,7688	0,0000	0,9342
A7	0,3971	0,5726	0,5353	0,1622	0,0000	0,0000	-2,8727	0,9342
A8	0,0000	0,0000	0,0000	0,5795	0,8353	0,5125	0,5344	-2,8194

In the last step of the application, the weighting system matrix is analyzed with the help of Equation (5) to determine the criteria weights. Objective criteria weights are given in Table 10.

Table 10. Objective Importance Weights

K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8
0,1673	0,1329	0,1338	0,1528	0,0798	0,1196	0,1152	0,0986

4.2. Ranking of Alternatives with CoCoSo Method

The decision matrix, which is the first step of the CoCoSo method, is created with the help of Equation (6). The initial decision matrix is given in Table 11.

Table 11. Initial Decision Matrix

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8
	MAX	MIN	MAX	MAX	MAX	MAX	MAX	MAX
Weights	0,1673	0,1329	0,1338	0,1528	0,0798	0,1196	0,1152	0,0986
A1	2,72	0,3080	2,69	0,0933	0,56	2,72	1,4884	42,25
A2	1,26	0,7947	0,95	0,0824	2,15	5,17	1,6347	1,11
A3	1,54	0,7073	0,80	0,1166	1,01	3,98	1,0518	6,56
A4	1,64	0,7206	1,25	0,1858	3,40	5,58	3,1967	2,78
A5	1,71	0,8058	1,47	-0,0642	1,88	2,86	1,4733	-0,32
A6	1,53	0,6501	1,22	0,1044	2,83	5,44	1,9618	5,13
A7	1,44	0,4930	1,42	0,2218	0,65	1,57	0,8467	41,54
A8	1,07	0,5799	1,06	0,1464	0,60	5,37	0,9755	35,52
MIN	1,07	0,3080	0,80	-0,0642	0,56	1,57	0,8467	-0,32
MAX	2,72	0,8058	2,69	0,2218	3,40	5,58	3,1967	42,25

Normalization is performed with the help of Equations (7) and (8). Equation (7) is used for the benefit criteria while Equation (8) is used for the cost criteria.

Table 12. Normalization Matrix

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8
	MAX	MIN	MAX	MAX	MAX	MAX	MAX	MAX
Weights	0,1673	0,1329	0,1338	0,1528	0,0798	0,1196	0,1152	0,0986
A1	1,0000	1,0000	1,0000	0,5506	0,0000	0,2868	0,2731	1,0000
A2	0,1152	0,0222	0,0794	0,5127	0,5599	0,8978	0,3353	0,0336
A3	0,2848	0,1979	0,0000	0,6322	0,1585	0,6010	0,0873	0,1616
A4	0,3455	0,1712	0,2381	0,8742	1,0000	1,0000	1,0000	0,0728
A5	0,3879	0,0000	0,3545	0,0000	0,4648	0,3217	0,2666	0,0000
A6	0,2788	0,3127	0,2222	0,5896	0,7993	0,9651	0,4745	0,1280
A7	0,2242	0,6284	0,3280	0,1000	0,0317	0,0000	0,0000	0,9833
A8	0,0000	0,4537	0,1376	0,7365	0,0141	0,9476	0,0548	0,8419

The power weight amount of the comparability sequences for each alternative, i.e. S_i and P_i , are given in Equations (9) and (10) respectively. The S_i values generated with the help of Equation (9) are shown in Table 13.

Table 13. S_i Values

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	
	MAX	MIN	MAX	MAX	MAX	MAX	MAX	MAX	
Weights	0,1673	0,1329	0,1338	0,1528	0,0798	0,1196	0,1152	0,0986	Total
A1	0,1673	0,1329	0,1338	0,0841	0,0000	0,0343	0,0315	0,0986	0,6825
A2	0,0193	0,0029	0,0106	0,0784	0,0447	0,1073	0,0386	0,0033	0,3051
A3	0,0477	0,0263	0,0000	0,0966	0,0126	0,0719	0,0101	0,0159	0,2811
A4	0,0578	0,0227	0,0319	0,1336	0,0798	0,1196	0,1152	0,0072	0,5678
A5	0,0649	0,0000	0,0474	0,0000	0,0371	0,0385	0,0307	0,0000	0,2186
A6	0,0466	0,0415	0,0297	0,0901	0,0638	0,1154	0,0547	0,0126	0,4545
A7	0,0375	0,0835	0,0439	0,1528	0,0025	0,0000	0,0000	0,0970	0,4172
A8	0,0000	0,0603	0,0184	0,1125	0,0011	0,1133	0,0063	0,0830	0,3950
General Total									3,3218

P_i values generated by Equation (10) are given in Table 14.

Table 14. P_i Values

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	
	MAX	MIN	MAX	MAX	MAX	MAX	MAX	MAX	
Weights	0,1673	0,1329	0,1338	0,1528	0,0798	0,1196	0,1152	0,0986	Total
A1	1,0000	1,0000	1,0000	0,9128	0,0000	0,8613	0,8611	1,0000	6,6352
A2	0,6965	0,6029	0,7125	0,9030	0,9548	0,9872	0,8817	0,7156	6,4541
A3	0,8105	0,8064	0,0000	0,9323	0,8633	0,9409	0,7550	0,8355	5,9439
A4	0,8371	0,7910	0,8253	0,9797	1,0000	0,1000	1,0000	0,7723	7,2053
A5	0,8535	0,0000	0,8704	0,0000	0,9407	0,8732	0,8587	0,0000	4,3965
A6	0,8076	0,8569	0,8177	0,9224	0,9823	0,9958	0,9177	0,8165	7,1168
A7	0,7787	0,9401	0,8614	1,0000	0,7593	0,0000	0,0000	0,9983	5,3379
A8	0,0000	0,9003	0,7669	0,9543	0,7117	0,9936	0,7156	0,9832	6,0256
General Total									49,1154

The relative weights of the alternatives are calculated using the following aggregation strategies. In this step, three evaluation score strategies are used to generate the relative weights of the other options derived using the formulas in Equations (11), (12) and (13).

Table 15. Values of Evaluation Strategies

ALTERNATIVES	K _{iA}	K _{iB}	K _{iC}
A1	0,1396	4,6313	0,9277
A2	0,1289	2,8639	0,8569
A3	0,1187	2,6361	0,7892
A4	0,1482	4,2361	0,9855
A5	0,0880	2,0000	0,5851
A6	0,1444	3,6978	0,9599
A7	0,1098	3,1227	0,7296
A8	0,1224	3,1775	0,8140

The final ranking of the alternatives is obtained using Equation (14). The rankings are given in Table 16. According to the ranking, the firm with the best financial performance is determined as FONET.

Table 16. Performance Scores and Rankings of Alternatives

ALTERNATIVES	K _i	RANKING
FONET	2,7428	1
ARENA	1,9646	5
KAREL	1,8094	7
DGATE	2,6421	2
ARMDA	1,3598	8
DESPC	2,4010	3
KRONT	1,9507	6
LOGO	2,0529	4

The reliability of the result is tested by performing sensitivity analysis with λ values between 0.0-1.0. Sensitivity analysis results are given in Table 17.

Table 17. Sensitivity Analysis Results

	$\lambda=0,0$	$\lambda=0,1$	$\lambda=0,2$	$\lambda=0,3$	$\lambda=0,4$	$\lambda=0,5$	$\lambda=0,6$	$\lambda=0,7$	$\lambda=0,8$	$\lambda=0,9$	$\lambda=1,0$
A1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
A2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
A3	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
A4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
A5	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
A6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
A7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
A8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

According to the results of the sensitivity analysis, there was no change in the ranking of the alternatives. It was determined that the results were consistent.

5. CONCLUSION

Financial performance analysis provides managerial effectiveness, operational efficiency, profitability and future forecasts by utilizing the financial statements of enterprises. In today's competitive environment, financial performance analysis is important for businesses to determine their place and goals in their sector.

Informatics is a concept formed by using technology and information together. The creation, processing and storage of information is provided by information technologies. With the development of technology, the impact of information technologies on financial markets has increased considerably. The formation of many IT firms in the sector has caused investors, shareholders and lending institutions to follow the market. Therefore, the analysis of financial performances has gained importance.

It is possible to make use of CRM methods when analyzing financial performances. Criterion weights can be determined and alternatives can be ranked with CRM methods.

In this study, 8 alternative companies selected from the IT sector traded in BIST were evaluated under 8 criteria. The criteria used in the evaluation were determined by analyzing previous studies in the literature. CILOS method, which is an objective method when there is no need for subjectivity in the evaluation of the criteria, was used. When the criteria weights were analyzed, the criterion with the highest weight was the current ratio and the criterion with the lowest weight was the asset turnover rate. Following the determined criteria weights, the CoCoSo method was used to rank the alternatives. When the result is analyzed, the best performance in 2021 belongs to FONET while the worst performance belongs to ARMADA. When FONET, which has the best performance, is analyzed, it is seen that it has the highest current ratio value.

Since the applied methods are relatively new methods in the literature, the number of studies is small. Therefore, it is thought that the study can fill a gap in the literature. Objective weighting methods have been used in previous studies, but when the weights of the criteria are analyzed, the current ratio still has a significant weight, which increases the consistency of the study. In future studies, the proposed models can be compared by applying different methods in different sectors.

REFERENCES

- Akyüz, F., Yeşil, T., Kara, İ. ve Ersoy, G. (2018). BİST'te işlem gören kâğıt ve kâğıt ürünleri basım ve yayın işletmelerinin TOPSIS, PROMETHEE ve COPRAS yöntemleriyle finansal performanslarının belirlenmesi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(3), 293-314.
- Altıntaş, F.F. (2021). G7 ülkelerinin bilgi performanslarının analizi: CoCoSo yöntemi ile bir uygulama. *Journal of Life Economics*, 8(3), 337-347.
- Atukalp, M. E. (2019). Borsa İstanbul'da işlem gören çimento firmalarının finansal performansını analizi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 81, 213-230.
- Ayçin, E. ve Aşan, H. (2018). BİST'te işlem gören bilişim sektöründeki firmaların finansal performanslarının Entropi ve TOPSIS yöntemleri ile değerlendirilmesi. *İzmir Uluslararası İktisadi İdari Bilimler Kongresi IZCEAS-18* (s. 1-20). İzmir, Türkiye.
- Aydın, Y. (2021). Bütünleşik bir ÇKKV modeli ile sigorta şirketlerinin piyasa performansının analizi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 32, 53-66.
- Başdar, C. (2018). TOPSIS ve ELECTRE yöntemleri ile finansal performansın sıralanması: BIST bilişim sektörü uygulaması [Doktora tezi]. Uludağ Üniversitesi.

- Bircan, H. (2020). *Çok kriterli karar verme problemlerinde kriter ağırlıklandırma yöntemleri*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Çakır, S. ve Perçin, S. (2013). Çok kriterli karar verme teknikleriyle lojistik firmalarında performans ölçümü. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 13(4), 449-459.
- Çanakçıoğlu, M. (2020). BIST'te işlem gören ana metal firmalarının performansının entegre bir çok kriterli karar verme modeli kullanarak değerlendirilmesi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 18(2), 176-197.
- Çiftçi, H.N., Yıldırım, S.K. ve Yıldırım, B.F. (2021). Nakit akış oranlarına dayalı finansal performansların kombine uzlaşık çözüm yöntemi ile analizi: BIST'te işlem gören enerji firmaları üzerine bir uygulama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 92, 207-224.
- Deste, M. ve Halifeoğlu, M. (2019). Perakende ticaret sektöründeki işletmelerin tedarik zinciri yönetimi açısından finansal performans kriterlerinin belirlenmesi: BIST'de bir uygulama. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(18), 751-774.
- Dumanoğlu, S. ve Ergül, N. (2010). İMKB'de işlem gören teknoloji şirketlerinin mali performans ölçümü. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 48, 101-111.
- Ecer, F. (2020). *Çok kriterli karar verme geçmişten günümüze kapsamlı bir yaklaşım*. Seçkin Yayıncılık.
- Elmas, B. ve Özkan, T. (2021). Ulaştırma ve depolama sektörü işletmelerinin finansal performanslarının SWARA-OCRA modeli ile değerlendirilmesi. *İşletme Akademisi Dergisi*, 2(3), 240-253.
- Ersoy, N. (2020). Finansal performansın gri ilişkisel analiz yöntemi ile değerlendirilmesi: Borsa İstanbul Ulaştırma Endeksi'ndeki şirketler üzerine bir araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 86, 223-246.
- Karaoğlu, S. ve Şahin, S. (2018). BİST XKMYA işletmelerinin finansal performanslarının çok kriterli karar verme yöntemleri ile ölçümü ve yöntemlerin karşılaştırılması. *Ege Akademik Bakış*, 18(1), 63-80.
- Kaygın, C. Y. (2020). BİST bilişim sektöründe işlem gören şirketlerin finansal performanslarının MULTIMOORA yöntemleri ile ölçümü. *Muhasebe Bilim Dünyası*, 22(3), 529-546.
- Kök, S. B. (2006). Bilişim teknolojilerinin yönetsel ve örgütsel etkileri. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 123-140.
- Küçükönder, H. ve Şişmanoğlu, E. (2020). BIST tekstil, deri endeksindeki işletmelerin finansal performansları için ÇKKV yöntemlerine dayalı alternatif bir değerlendirme çerçevesi. *Mali Çözüm Dergisi*, 30(159), 91-127.
- Meydan, C., Yıldırım, B.F. ve Senger, Ö. (2016). BIST'te işlem gören gıda işletmelerinin finansal performanslarının gri ilişkisel analiz yöntemi kullanılarak değerlendirilmesi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 69, 147-171.

- Özçelik, H. ve Kandemir, B. (2015). BIST’de işlem gören turizm işletmelerinin TOPSIS yöntemi ile finansal performanslarının değerlendirilmesi. *Balikesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(33), 97-114.
- Özdağoğlu, A., Ulutaş, A., & Keleş, M.K. (2020). The ranking of Turkish universities with CoCoSo and MARCOS. *Economics Business and Organization Research*, 2, 374-392.
- Pala, O. (2021). BIST inşaat endeksinde bütünleşik CCSD-CoCoSo tabanlı finansal performans analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(4), 1500-1513.
- Paradowski, B., Shekhovtsov, A., Baczkiewicz, A., Kizielewicz, B., & Salabun, W. (2021). Similarity analysis of methods for objective determination of weights in multi-criterion decision support systems. *Symmetry*, 13, 1-23.
- Podvezko, V., Kildiene, S., & Zavadskas, E.K. (2017). Assessing the performance of the construction sectors in the Baltic states and Poland. *Panoeconomicus*, 64, 494-512.
- Stanujkic, D., Popovic, G., Zavadskas, E.K., & Binkyte-Veliene, A. (2020). Assessment of progress towards achieving Sustainable Development Goals of the “Agenda 2030” by using the CoCoSo and the Shannon Entropy methods: The case of the EU Countries. *Sustainability*, 12(14), 1-16.
- Şahin, İ. E. ve Karacan, K.B. (2020). Entropi temelli Copras ve Aras yöntemleri ile Borsa İstanbul İnşaat Endeksi (XINSA) firmalarının finansal performans analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 44, 171-183.
- Tayyar, N., Akcanlı, F., Genç, E. ve Erem, I. (2014). BIST’te kayıtlı bilişim ve teknoloji alanında faaliyet gösteren işletmelerin finansal performanslarının analitik hiyerarşi prosesi (AHP) ve gri ilişkisel analiz (GİA) yöntemiyle değerlendirilmesi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 61, 19-40.
- Topal, A. (2021). Çok kriterli karar verme analizi ile elektrik üretim şirketlerinin finansal performans analizi: Entropi tabanlı CoCoSo yöntemi. *Business and Management Studies An International Journal*, 9(2), 532-546.
- Tufan, C. ve Kılıç, Y. (2019). Borsa İstanbul’da işlem gören lojistik işletmelerinin finansal performanslarının TOPSIS ve VIKOR yöntemleriyle değerlendirilmesi. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(1), 119-137.
- Uygurtürk, H. ve Yıldız, İ. (2021). İşletmelerin etkinlikleri ile finansal performansları arasındaki ilişki: Bilişim sektörü üzerine bir araştırma. *Verimlilik Dergisi*, 1, 3-15.
- Yazdanı, M., Zarate, P., Zavadskas, E.K., & Turskis, Z. (2018). A combined compromise solution (Cocoso) method for multi-criteria decision making problems. *Management Decision*, 57(9), 2501-2519.
- Yılmaz Türkmen, S. ve Çağıl, G. (2012). İMKB’ye kote bilişim sektörü şirketlerinin finansal performanslarının TOPSIS yöntemi ile değerlendirilmesi. *Maliye ve Finans Yazıları*, 1(95), 59-78.

Zavadskas, E., & Podvezko, V. (2016). Integrated determination of objective criteria weights in MCDM. *International Journal of Information Technology & Decision Making*, 15(2), 1-17.

COVID-19'un Avrupa Birliği Ülkeleri Üzerindeki Ekonomik Etkileri

Economic Effects of COVID-19 on European Union Countries

Haşmet GÖKIRMAK ¹

Fuat SEKMEN ^{2*}

¹ İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, gokirmak@gmail.com, ORCID: 0000-0003-2294-5382

² Sakarya Üniversitesi, sekmen@sakarya.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8854-8737

* Yazışılan Yazar/Corresponding author

Makale Geliş/Received: 05.09.2023

Makale Kabul/Accepted: 25.10.2023

Araştırma Makalesi / Research Paper

DOI: 10.47097/piar.1357725

Öz

Bu araştırma, 2020 ve 2021 yıllarında COVID-19 pandemisinin Avrupa Birliği'nin ekonomik yapısına etkilerini nitel bir analizle ele almaktadır. COVID-19, 2019'un sonlarında ortaya çıkan ve hızla küresel bir pandemiye dönüşen, SARS-CoV-2 virüsü neden olduğu bulaşıcı bir solunum yolu hastalığıdır. Çalışma, işsizlik, Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYİH) ve ticaret hacmi gibi kritik ekonomik göstergeler üzerinde pandeminin nasıl bir etki bıraktığını incelemektedir. Araştırmanın bulguları, turizm ve üretim sektörlerinin kısa vadede olumsuz etkilendiğini, buna karşın teknoloji ve sağlık sektörlerinin olumlu gelişmeler kaydettiğini göstermektedir. Keynesyen ekonomi teorileri, genellikle ekonomik durgunluk dönemlerinde ya da kriz anlarında hükümetin müdahaleci rolünü vurgular. Bu teorilere göre, ekonomik aktivite düşüş gösterdiğinde ya da tüketim ve yatırım azaldığında, hükümetin proaktif bir şekilde harcama yapması ve ekonomiyi canlandırmak için politikalar oluşturması önerilir. Bu araştırma, Avrupa Birliği üye ülkelerinin Keynesyen ekonomik teorilere uygun bir şekilde, sağlık harcamalarını artırdığı ve doğrudan gelir desteği, üretici sübvansiyonları, istihdam koruma programları ve küçük ve orta ölçekli işletmelere (KOBİ) kredi garantileri gibi önlemler aldığını gözler önüne sermektedir. Bu çalışma ayrıca uluslararası koordinasyon ve ortak stratejilerin öneminin arttığını ve Avrupa Birliği ve Birleşmiş Milletler gibi uluslararası kuruluşların bu tür krizlere karşı koordineli tedbirler ve kaynak tahsisinde kritik roller oynadıklarını belirtmektedir. Çalışma, pandeminin Avrupa Birliği üye ülkelerini farklı ölçülerde etkilediğine dikkat çekmekte ve bu çeşitliliğin gelecekte yeni ekonomik politikaların tasarlanması ihtiyacını doğurabileceğini göstermektedir. Krizin uzun vadeli etkileri belirsiz olsa da etkin bir kriz yönetiminin zararını minimize edebileceği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Makroekonomik Politika, Ekonomik Entegrasyon, Finansal Krizler, COVID-19.

Abstract

This research examines the effects of the COVID-19 pandemic on the economic structure of the European Union through a qualitative analysis for the years 2020 and 2021. COVID-19 is a contagious respiratory disease caused by the SARS-CoV-2 virus that emerged in late 2019 and quickly became a global pandemic. The study details the impact of the pandemic on critical economic indicators such as unemployment, Gross Domestic Product (GDP), and trade volume. The research findings show that the tourism and manufacturing sectors were negatively affected in the short term, while the technology and health sectors recorded positive developments. Keynesian economic theories generally emphasize the government's interventionist role during periods of economic stagnation or crisis. According to these theories, when economic activity declines or consumption and investment decrease, the government should proactively increase spending and develop policies to stimulate the economy. This research reveals that European Union member countries increased healthcare spending and took proactive measures such as direct income support, producer subsidies, employment protection programs, and credit guarantees for small and medium-sized enterprises (SMEs) in line with Keynesian economic theories. The study also notes the growing importance of international coordination and joint strategies, highlighting the critical roles of international organizations like the European Union and the United Nations in coordinating measures and allocating resources against such crises. The study draws attention to the varied impact of the pandemic on different EU member countries. It suggests that this diversity may necessitate the design of new economic policies in the future. Although the long-term effects of the crisis are uncertain, the study concludes that effective crisis management can minimize the damage.

Keywords: Macroeconomic Policy, Economic Integration, Financial Crises, COVID-19.

Jel Kodları: E60, F15, G01, H18.

Jel Codes: E60, F15, G01, H18.

1. GİRİŞ

Avrupa Birliği (AB), 27 üye ülkesi ile birlikte dünyanın en büyük ekonomik bloklarından biridir. Avro Bölgesi olarak bilinen 20 üye ülkesi, ortak bir para birimi olan avroyu kullanmaktadır. Avrupa Birliği'nin ekonomik yapısı, üye ülkelerin ekonomik performansına, sektörel çeşitliliğine ve coğrafi konumuna bağlı olarak oldukça karmaşıktır.

Mali ve ekonomik politikalar, çoğunlukla Avrupa Merkez Bankası ve Avrupa Komisyonu tarafından yönlendirilmektedir. Avrupa Yatırım Bankası gibi finansal kurumlar da altyapı projeleri ve kalkınma amaçlı yatırımlar için finansman sağlamaktadırlar. Bunun yanı sıra, üye ülkeler ekonomik politikalarını koordine etmek için çeşitli platformlar ve toplantılar düzenlenmektedir. AB, tek bir iç pazar oluşturarak mal, hizmet ve sermayenin serbest dolaşımını sağlamaktadır. Ayrıca, AB'nin dünya genelinde birçok ülke ile ticaret anlaşması bulunmaktadır. Bu da AB üye ülkeleri için geniş bir ticaret ağı ve pazar erişimi sağlamaktadır.

2019'da başlayan COVID-19 pandemisi, küresel ekonomiler üzerinde derin bir etki yapmıştır. 12 Haziran 2023 tarihi itibarıyla, pandemi dünya genelinde 690 milyon vaka ve 6,8 milyon ölüme neden olmuştur (Worldometers, 2023). İşsizlik oranları, ticaret hacimleri ve Gayri Safi Yurt İçi Ürün (GSYİH) gibi ekonomik göstergeler eşi görülmemiş dalgalanmalar yaşamış, bu da derinlemesine bir analizin gerekliliğini ortaya koymuştur.

Avrupa Birliği'nin ekonomik yapısı, karmaşık ve çok katmanlıdır. Farklı üye ülkelerin ekonomik ve sektörel çeşitliliği, AB'yi dinamik ve rekabetçi bir ekonomik güç haline gelmiştir. Ancak, bu çeşitlilik aynı zamanda ortak politikaların ve stratejilerin uygulanması konusunda da zorluklar yaratmaktadır.

Bu çalışma, 2020 ve 2021 yılları boyunca Avrupa Birliği üye ülkeleri arasında pandeminin ekonomik sonuçlarını değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Turizm, imalat, teknoloji ve sağlık gibi belirli sektörler incelenmiş, ayrıca gelir dağılımı ve enflasyon oranları üzerindeki sonraki etkiler de değerlendirilmiştir.

COVID-19 pandemisi, sosyal koruma ve sağlık sistemlerinde bariz boşlukları ortaya çıkarmış, böylece milyonlarca aileyi ekonomik açıdan savunmasız hale getirmiştir. Ticaret ve seyahat yoluyla birbiriyle bağlantılı olan küresel bir dünyada, pandemi uluslararası ticareti de olumsuz etkilemiş ve küresel tedarik zincirlerinin yeniden değerlendirilmesini zorunlu kılmıştır.

Avrupa Birliği içindeki COVID-19'a politik yanıt, başlangıçta merkezi olmayan bir yaklaşımı sergilemiştir, her üye ülke ayrı hafifletme stratejileri uygulamıştır. Bu dağınık strateji, AB'nin seyahat kısıtlamaları ve diğer merkezi önlemler almasıyla değişmiş, ilerleyen süreçte daha birleşik bir yaklaşımın gerekliliğini vurgulamıştır.

Almanya ve İsveç gibi ülkeler farklı yaklaşımlar benimsemiş, bu da virüsün yayılımı ve ekonomik sonuçlar üzerinde etkili olmuştur. Örneğin, Almanya sıkı sosyal mesafe uygulamaları, İsveç daha esnek bir strateji benimsemiştir. Bu farklı politikalar, farklı bulaşma oranlarına ve ekonomik etkilere yol açmış, en etkili müdahale yöntemleri hakkında soruları gündeme getirmiştir.

Keynesyen ekonomi teorileri, genellikle ekonomik durgunluk dönemlerinde ya da kriz anlarında hükümetin müdahaleci rolünü vurgulamaktadır. Bu teorilere göre, ekonomik aktivite düşüş gösterdiğinde ya da tüketim ve yatırım azaldığında, hükümetin proaktif bir şekilde harcama yapması ve ekonomiyi canlandırmak için politikalar oluşturması önerilir. Temel olarak ekonominin toplam talep tarafından yönlendirildiğini savunan bu teori, devletin ekonomiye özellikle harcama artışı, vergi indirimi ve faiz oranı düzenlemesi gibi yollarla müdahale etmesi gerektiğini belirtir. Çarpan etkisi ile bu müdahalelerin ekonomik aktiviteyi genişleteceğini, fiyat ve ücretlerin hızlı bir şekilde ayarlanmadığı için piyasa dengesinin kendi kendine sağlanamayabileceğini ve finansal piyasaların her zaman etkin olmadığını iddia eder. Bu yaklaşım, 2008 finansal krizi ve COVID-19 pandemisi gibi olağanüstü dönemlerde ekonomik istikrar için bir çerçeveye sunmaktadır.

Keynesyen teori, ekonomiye canlılık kazandırmak için hükümetin teşvik paketleri oluşturması gerektiğini savunmaktadır. Örneğin, COVID-19 pandemisinde birçok hükümet, vatandaşlarına doğrudan nakit yardımı sağlamış veya işletmelere kredi kolaylıkları getirmiştir. Kriz dönemlerinde, hükümetin altyapı projelerine yatırım yapması, yeni iş imkanları yaratarak hem istihdamı artırabilir hem de ekonomik faaliyetleri canlandırabilir. Sağlık krizleri sırasında, temel ihtiyaç maddelerinin fiyatlarının artabileceği durumlar için hükümet müdahalesi gerekebilir. Keynesyen teori, bu tür müdahalelerin ekonomik dengesizlikleri önlemek için gerekebileceğini savunmaktadır.

Keynesyen ekonomi, para politikalarının da ekonomiyi canlandırmada etkili olabileceğini belirtir. Örneğin, merkez bankaları faiz oranlarını düşürebilir veya daha fazla kredi sağlayabilir. Avrupa Merkez Bankası (ECB), COVID-19 pandemisinin ekonomik etkilerini hafifletmek için bir dizi tedbir aldı. Bunlar arasında varlık alım programlarının genişletilmesi, uzun vadeli refinansman operasyonları ve bankalara likidite sağlama gibi önlemler yer almaktadır. Ancak, ECB faiz oranlarını zaten çok düşük seviyelerde tutuyordu ve bu yüzden faiz oranlarını daha da düşürme konusunda çok fazla hareket alanı olmadığı genellikle kabul ediliyordu. Ancak, diğer ekonomik teşvik tedbirleri ve varlık alım programları gibi araçlar kullanılarak ekonomiyi destekleme çabaları sürdürüldü.

Keynes, işsizliği azaltmak için hükümetin toplu istihdam programları oluşturabileceğini öne sürmüştü. Bu, Avrupa Ülkelerinde özellikle sağlık sektöründe acil ihtiyaç duyulan personel veya diğer krizle ilgili hizmetler için uygulanmıştır.

Hükümetler, COVID-19 pandemisi nedeniyle ortaya çıkan talep ve arz şoklarını karşılamak için ekonomik kaynaklarını zorlamak zorunda kaldı. Mali açıklar büyürken ve bütçe kaynakları tükenirken, kamu sağlığı ile ekonomik sürdürülebilirlik arasında bir denge sağlama zorluğu ortaya çıktı.

Bu çalışma, COVID-19 pandemisinin Avrupa Birliği ekonomileri üzerindeki geniş çaplı etkilerini incelenmekte ve bu etkileri Keynesyen ekonomi teorileri ışığında ele almaktadır. Makale, literatüre birkaç önemli yönden katkıda bulunmaktadır. Öncelikle, turizm, üretim, teknoloji ve sağlık gibi farklı sektörler üzerinde pandeminin etkilerini analiz etmektedir. Ayrıca, çalışma işsizlik, Gayri Safi Yurt İçi Hasıla ve ticaret hacmi gibi kritik makroekonomik göstergeler üzerinde pandeminin nasıl bir etki yarattığını gözler önüne sergilemektedir. Çalışma aynı zamanda, Keynesyen ekonomi teorilerinin kriz dönemlerinde hükümet müdahalesinin ne kadar önemli olduğunu vurgulayan bir perspektif sunmaktadır. Özellikle

Avrupa Birliği üye ülkelerinin, ekonomiyi canlandırmak için proaktif politikalar oluşturduklarını ve bu politikaların genellikle Keynesyen teorilere uygun olduğunu görülmektedir. Son olarak, çalışma, pandeminin Avrupa Birliği üye ülkelerini farklı ölçülerde etkilediğini ve bu çeşitliliğin gelecekte yeni ekonomik politikaların tasarlanması ihtiyacını doğurabileceğini vurgulamaktadır. Ek olarak, çalışma krizin uzun vadeli etkileri belirsiz olsa da, etkin bir kriz yönetiminin zararı minimize edebileceğini ifade etmektedir.

Bu düşünceler göz önüne alındığında, bu çalışma COVID-19'un Avrupa Birliği ekonomileri üzerindeki sektörel etkilerini, farklı üye devletlerin COVID-19'a olan politika yanıtlarının ekonomik sonuçları nasıl etkilediğini ve gelecekteki ekonomik krizler için olası politika sonuçlarının neler olduğunu yanıtlamayı amaçlamaktadır.

Bu çalışma, Avrupa Birliği üye ülkelerinin çeşitli ekonomik göstergelerine, politika yanıtlarına ve bu durumların yarattığı etkilere bir bakış sunabilmek için nitel analiz metodolojisi kullanmaktadır. Veriler ve ekonomik değerlendirmeler Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD), Dünya Bankası (WB), Uluslararası Para Fonu (IMF), Avrupa İstatistik Ofisi (Eurostat), ve Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD) raporlarından alınmıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Ekonomik krizler genellikle işsizlik oranlarının hızla artmasına neden olur. İşletmeler finansman sorunları yaşadıkları için işçi çıkarmak veya iflas etmek zorunda kalabilirler. Ayrıca, ekonomik belirsizlik tüketici güvenini olumsuz etkileyerek, tüketici harcamalarını ve yatırımları azaltabilir. Bu tür bir talep eksikliği, ekonomiyi daha da zayıflatabilir. Merkez bankaları çoğu zaman faiz oranlarını düşürerek ekonomiyi canlandırmaya çalışır, fakat bu her zaman beklenen etkiyi yaratmayabilir. Ekonomik krizlerin küresel etkileri de vardır; bir ülkede yaşanan ekonomik kriz, diğer ülkelere de hızla sıçrayabilir. Ayrıca, bu tür krizler sosyal etkilere de yol açabilir; işsizlik ve yoksulluk oranlarındaki artış, toplumsal huzursuzluğa ve sağlık sorunlarına sebep olabilir.

Pandemiler, genellikle hastaneler ve sağlık çalışanları üzerinde ciddi bir baskı oluşturur, sağlık sistemlerini zorlar. Ekonomik faaliyetler, özellikle hizmet sektöründe, keskin bir düşüş gösterebilir. Üretim ve dağıtım süreçlerinin aksamaması için tedarik zincirlerinin etkin bir şekilde yönetilmesi gereklidir. Ayrıca, pandemiler uzaktan çalışma ve online eğitim gibi yeni çalışma ve eğitim modellerinin hızla benimsenmesini teşvik edebilir. Hükümetler genellikle mali yardımlar ve teşvik paketleri açıklayarak ekonomiyi desteklemeye çalışır. Bu paketler, doğrudan gelir desteği, üretici sübvansiyonları ve kredi garantileri gibi çeşitli önlemleri içerebilir. Pandemilerin psikolojik etkileri de olabilir; sosyal izolasyon ve süregelen belirsizlik, psikolojik sağlık sorunlarına yol açabilir. Pandemi, uluslararası iş birliğinin önemini bir kez daha gözler önüne serdi. Ülkeler ve uluslararası organizasyonlar arasındaki koordinasyon, virüsün yayılmasını kontrol altına almak, aşı ve tıbbi yardımların dağıtımını ve ekonomik toparlanma stratejileri için kritik oldu.

COVID-19 pandemisi, bir sağlık krizi olmanın ötesinde geniş kapsamlı ekonomik etkilere de yol açmıştır, bu durum esasen bir ekonomik krizle birleştiğinde daha da karmaşık ve zorlayıcı sonuçlar doğurmuştur. COVID-19'un çifte kriz etkisi, hükümetlerin, iş dünyasının ve bireylerin karmaşık ve çok yönlü zorluklarla başa çıkmak zorunda kaldığı bir ortam

yarattı. Ancak bu kriz, aynı zamanda yenilik, adaptasyon ve uluslararası iş birliği için de bir fırsat sunmuştur.

Yapılan araştırmalar, COVID-19'un ekonomik etkilerinin derin ve yaygın olduğunu göstermektedir. COVID-19, küresel ölçekte önemli sosyal ve ekonomik sorunlara yol açmıştır. COVID-19'dan korunmak amacıyla sosyal mesafe ve zorunlu karantina uygulamaları da devreye sokulmuştur. Bu salgın, ciddi demografik değişikliklere ve işsizliğe yol açmış, ekonomik faaliyetler insan hayatını korumak için durdurulmuştur. Taşımacılık ve seyahat endüstrileri en kötü etkilenen sektörlerdir; bu dönemde küresel turizm neredeyse sıfıra düşmüştür (Bashir vd., 2020: 1404).

Fernandes'in (2020: 28) çalışması, tedarik zincirleri ve entegrasyon gibi faktörlerin krizin yayılmasına yol açabileceğini işaret etmektedir. Fernandes, mevcut sağlık krizine bağlı olarak yaşanan iktisadi krizin ülkelerin riskleri paylaşmasıyla tamamen ortadan kalkmayacağını, zira ülkelerin çok daha entegre olduğu günümüz koşullarında, mevcut krizin tedarik zincirleri halkalarındaki kopmalara bağlı olarak yayılma etkileri meydana getirdiğini ifade etmektedir. Çalışmada, küresel bir durgunluğun kaçınılmaz olduğu belirtilerek iktisadi faaliyetlerdeki düşüşlerin ne kadar derin ve uzun süreli olacağı, COVID-19'un yayılmasını önlemek için alınan tedbirlerin başarısına, hükümet politikalarının KOBİ'lerdeki likidite sorunlarını hafifletmek ve mali sıkıntı altındaki aileleri desteklemek için aldığı etkilere bağlı olduğu, firmaların ekonomilerin yeniden açılmasına ne kadar hazır ve nasıl tepki vereceğiyle ilgili olduğu belirtilmiştir. Çalışmada GSYİH'de ülkeye bağlı olarak %3-6 arasında değişen bir düşüşler olacağı tahmin edilmiştir.

Akbulaev ve arkadaşları, pandeminin uluslararası ticareti olumsuz etkileyeceğini ve altının önem kazanabileceğini belirtmişlerdir (Akbulaev vd., 2020: 115). Çalışma, pandeminin uluslararası ticareti azaltmasına bağlı olarak küresel ekonomi üzerinde kalıcı bir etkiye sahip olacağını iddia etmektedir. Ekonomik etkinin şiddetinin büyük ekonomilerdeki kısıtlamaların ne kadar süre devam edeceğine, mali tedbirlerin ölçğine ve etkinliğine bağlı olacağını vurgulamıştır. Yazarlar, ayrıca, pandeminin parasal sistemde değişikliklere yol açacağını; örneğin altının önümüzdeki yıllarda tekrar en güvenilir para birimi olacağını belirtmişlerdir.

Nicola ve arkadaşları ise sosyoekonomik etkilerin işgücüne, emtia ve tıbbi malzeme ihtiyacına yansıdığını ifade etmişlerdir (Nicola vd., 2020: 188-189). Yazarlar çalışmalarında COVID-19'e bağlı olarak dünya çapında 4,3 milyondan fazla doğrulanmış vaka ve 290,000'den fazla ölüm olduğunu belirterek yaklaşan bir ekonomik krize ve durgunluğa işaret etmişlerdir. Çalışmada, pandemiden korunmak için uygulanan sosyal mesafenin, kendini soyutlama ve seyahat kısıtlamalarının tüm ekonomik sektörlerde işgücünün azalmasına yol açtığı ve pek çok işin kaybedilmesine sebep olduğu ifade edilmiştir. Ayrıca, eğitim kurumlarının kapanması ve emtia ve mamul ürünlere olan ihtiyacın azaldığı; buna karşılık, tıbbi malzeme ihtiyacının önemli ölçüde arttığı kaydedilmiştir. Çalışmada ek olarak, gıda sektörünün panik-satın alma ve gıda ürünlerinin stoklanması nedeniyle artan ciddi bir taleple karşı karşıya olduğu ve buna bağlı olarak fiyat artışlarının görüleceği belirtilmiştir.

Ozili ve Arun (2023: 28), sosyal mesafenin finansal piyasalar ve işletmeler üzerinde önemli bir etkisi olduğunu, aynı zamanda tüketici ve yatırımcı güvenini de olumsuz etkilediğini belirtmektedir. Yazarlar yapmış oldukları çalışmada bir sağlık krizinin nasıl ekonomik krize

çevrildiği sorusuna cevap aramışlardır. İlk olarak, virüsten korunmak için tavsiye edilen "sosyal mesafe" kuralının finansal piyasaların, işletmelerin ve etkinliklerin kapanmasına yol açan önemli bir faktör olduğu belirtilmiştir. İkinci olarak, virüsün geometrik olarak artması ve buna bağlı olarak pandeminin ne kadar kötüye gidebileceği konusundaki artan belirsizlik, tüketiciler, yatırımcılar ve uluslararası ticaret ortakları arasında tüketim ve yatırımda güven problemine yol açtığı ifade edilmiştir. Yazarlar, sosyal mesafe politikalarının ekonomik faaliyetler ve borsa endeksleri üzerindeki etkisini ampirik olarak incelemişlerdir. Bulgular, borsaların kapalı olduğu gün sayılarındaki artışın, para politikası kararlarının ve uluslararası seyahat kısıtlamalarının ekonomik faaliyet düzeyini ve hisse senedi fiyatlarını ciddi şekilde etkilediğini ortaya koymaktadır. Buna karşılık, ulusal ekonomik hareketlilik ve daha yüksek mali politika harcamaları üzerinde uygulanan kısıtlamalar olumlu bir etki yaratsa da teyit edilen COVID-19 vakalarının sayısının artmasının iktisadi faaliyet düzeyi üzerinde önemli bir etki yaratmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Öztürk ve arkadaşları, COVID19 sürecinde Türkiye'deki sektörel etkileri incelemişler ve metal ürünleri ile makine sektörlerinin en çok etkilendiğini, yiyecek-içecek ve gayrimenkul yatırım sektörlerinin ise en az etkilendiğini ortaya koymuştur (Öztürk vd., 2020: 64). Yazarlar çalışmalarında pandeminin sektörel düzeydeki ekonomik etkilerini günlük verileri sabit etkiler yöntemiyle inceleyerek açıklamaya çalışmışlardır. Elde edilen bulgulara göre, sektörel endeksler Avrupa ve Dünya vaka sayılarından ziyade Türkiye'deki vaka sayılarından daha çok etkilenmektedir. Çalışmaya göre, COVID-19 pandemisinin olumsuz ekonomik etkileri en çok metal ürünleri ve makine sektörlerinde görülmektedir. Spor, bankacılık ve sigorta sektörleri ise bu endüstrileri takip etmektedir. Pandemiye bağlı olarak yaşanan ekonomik durgunluğa rağmen yiyecek-içecek, toptan-perakende satış ve gayrimenkul yatırım sektörlerinin pandemiden en az etkilenen sektörler olduğu ifade edilmiştir.

Chudik ve arkadaşları ise makroekonomik etkilerin uzun süreli olacağını ve ülkelerin bu etkilerden farklı şekillerde etkileneceğini göstermişlerdir (Chudik vd., 2020: 24). Çalışma sonucuna göre, COVID-19 dünya üretiminde önemli bir düşüğe yol açacak ve bu azalış uzun süreli olacak, ülke ekonomileri ise bu durumdan farklı derecelerde etkilenecektir. Örneğin, Çin ve diğer gelişmekte olan Asya ekonomileri üzerindeki etkinin daha az şiddetli olacağı tahmin edilirken, Amerika Birleşik Devletleri, Birleşik Krallık ve diğer birçok gelişmiş ekonomiler için bu etki daha derin ve uzun süreli olacaktır. Yazarlar, Asya dışındaki gelişmekte olan piyasaların kırılganlıklarıyla öne çıktığını belirterek hiçbir ülkenin, İsveç örneğinde olduğu gibi, küresel bağlantılar nedeniyle, pandeminin ekonomik etkisine karşı dirençli olmadığını ileri sürmüşlerdir. Ayrıca, uzun vadeli faiz oranlarının başlıca gelişmiş ekonomilerdeki düşük oranlarının bile altına düşebileceğini, ancak gelişmekte olan piyasalarda böyle bir düşüşün olmayacağını iddia etmişlerdir.

Bu çalışmaların ortak bir yönü, COVID-19'un hem kısa hem de uzun vadede global ekonomiye önemli etkilerinin olacağı ve bu etkilerin sektörel, ulusal ve uluslararası düzeyde farklılık göstereceği yönündedir. Ayrıca, pandeminin etkilerinin hükümet politikaları, mali tedbirler ve uluslararası işbirliği gibi faktörlere bağlı olarak değişebileceği de vurgulanmaktadır. Özellikle Fernandes ve Chudik'in çalışmaları, küresel bağlantıların ve entegrasyonun, yerel önlemlerle tamamen hafifletilemeyecek bir risk yarattığını

göstermektedir. Öztürk ve arkadaşlarının çalışması, yerel faktörlerin de uluslararası dinamikler kadar önemli olabileceğini işaret etmektedir.

3. COVID-19'UN EKONOMİK ETKİLERİ

COVID-19'un ekonomik etkilerini kısa dönem ve uzun dönem olmak üzere iki farklı perspektifte ele almak önemlidir. Kısa dönemde, COVID-19 pandemisi işsizlik oranlarını ciddi şekilde artırmıştır. Bu, özellikle turizm, perakende ve hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren firmaların faaliyetlerini durdurmak veya kısıtlamak zorunda kalmaları nedeniyle çalışanlarını işten çıkarmasıyla belirginleşmiştir. Ayrıca, küresel ticaretin yavaşlaması da dikkat çekici bir kısa dönem etkisidir. Sınırların kapanması ve taşımacılıkta yaşanan sınırlamalar, özellikle dışa bağımlı ekonomiler için ciddi gelir kayıplarına yol açmıştır. Hükümetler bu krize hızlı bir şekilde müdahale etmek için acil teşvik paketleri, kurtarma fonları oluşturmuş ve faiz oranlarında kesintilere gitmiştir.

Uzun dönemde ise, pandemi özellikle teknoloji ve sağlık sektörlerinde yükselişe neden olurken, diğer sektörler için yapısal değişiklikleri kaçınılmaz kılmıştır. Örneğin, birçok işletme iş modelini dijitalleştirmeyi veya otomasyona geçmeyi düşünmeye başlamıştır. Ayrıca, hükümetlerin pandemi mücadelesi için yaptığı yüksek harcamalar, uzun dönemde devlet borçlarına ve ekonomi politikalarına etki edecektir. Bu da gelecekteki harcama ve yatırım kararlarını etkileyecek önemli bir faktördür. Son olarak, pandemi uluslararası ticaret ve işbirliklerini de etkileyecektir; ticaret anlaşmaları, tedarik zincirleri ve hatta ülkeler arası politik ilişkiler yeniden gözden geçirilecektir.

Kısa dönem etkileri acil ve belirgin olurken, uzun dönem etkileri daha yapısal ve genellikle zaman içinde gelişen değişiklikleri ifade eder. Her iki dönem de, ekonomik politikaların ve stratejilerin oluşturulması için dikkate alınmalıdır.

3.1. Kısa Dönemli Etkiler

COVID-19'un kısa dönem etkileri oldukça belirgindir ve birçok alanda hızlı değişikliklere yol açmıştır. Ekonomik açıdan, işsizlik oranları tırmanmış, küçük ve büyük işletmeler zor duruma düşmüş ve küresel ticaret daralmıştır. Özellikle turizm, perakende ve eğlence sektörleri büyük darbe almıştır. Bu durum, hükümetlerin ekonomiyi canlandırmak için çeşitli teşvik paketleri ve kurtarma planları oluşturmasına neden olmuştur.

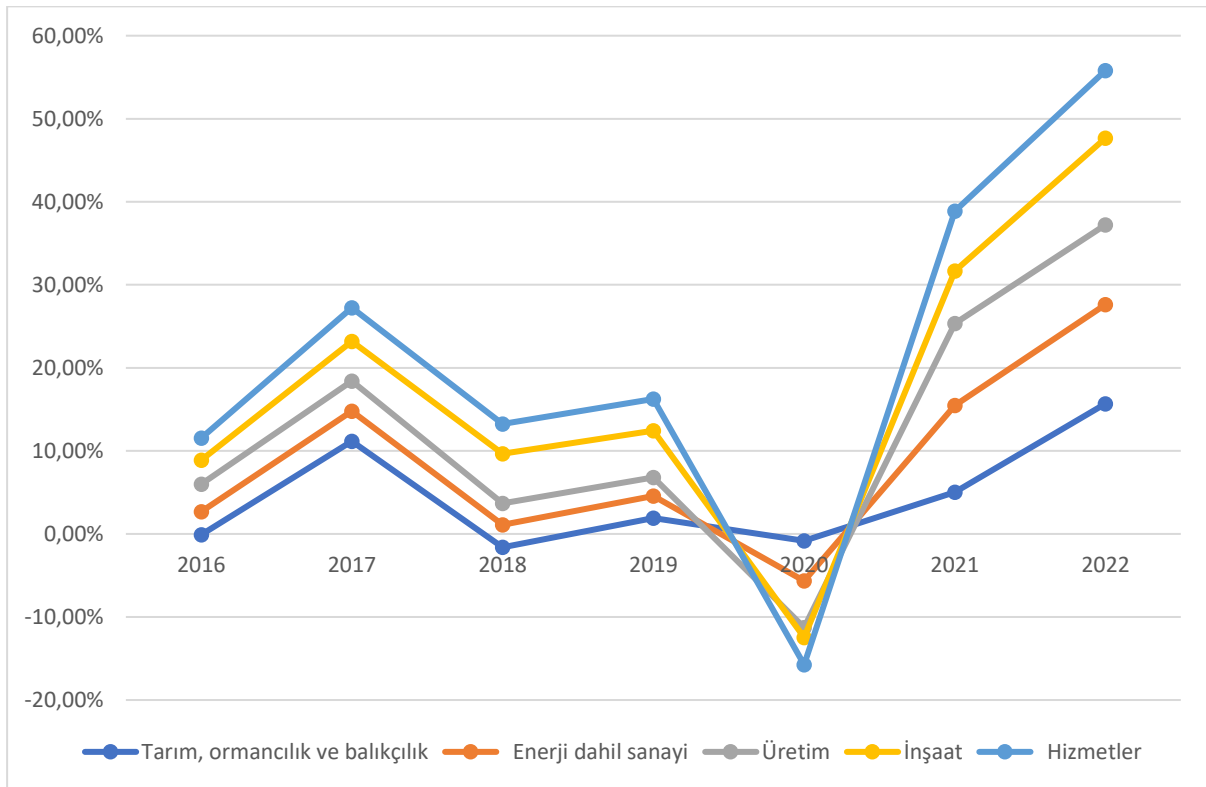
Sağlık sistemleri üzerindeki yük artmış, acil olmayan tıbbi işlemler ertelenmiş ve sağlık çalışanları üzerindeki stres dramatik bir şekilde yükselmiştir. Hastaneler ve sağlık kuruluşları, aşırı talebi karşılamak için kaynaklarını yeniden dağıtmış ve acil durum planları devreye almıştır. Sosyal yaşamda büyük değişiklikler meydana gelmiştir. Sosyal mesafe uygulamaları ve karantina önlemleri sosyal izolasyona yol açmış, bu da psikolojik sağlığı olumsuz etkilemiştir. Uzaktan çalışma ve online eğitim, birçok kesim için yeni normlar haline gelmiştir. Taşımacılık sektörü, özellikle havayolu taşımacılığı, önemli ölçüde etkilenmiş, birçok rota iptal edilmiş veya sınırlanmıştır. Bu durum, küresel hareketliliği ve ticareti olumsuz etkilemiştir.

Hükümetler arası ve uluslararası koordinasyon gereksinimi artmış, ve bu süreçte bazı uluslararası organizasyonlar ve ülkeler öne çıkmış, bazıları ise eleştirilmiştir. Genel olarak, COVID-19'un kısa dönem etkileri, dünya çapında derin ve yaygın değişikliklere neden olmuştur.

COVID-19 salgını, Avrupa Birliği'nde birçok sektörü farklı biçimlerde etkilemiştir. Temel ihtiyaçların karşılanması için kritik olan tarım, ormancılık ve balıkçılık sektörleri nispeten daha az etkilenmiş, ancak bu sektörlerde de işgücü eksiklikleri ve ihracat kısıtlamaları gibi sorunlar yaşamıştır. Enerji ve sanayi sektörlerinde enerji talebinin düşmesi ve tedarik zincirindeki kesintiler üretimi olumsuz etkilemiştir. Ancak, yenilenebilir enerji sektörü yatırım almaya devam etmiştir.

Üretim sektörü, tedarik zincirinin aksamaları ve lojistik sorunları nedeniyle zor günler geçirmiştir. Ancak, tıbbi ekipman ve temizlik ürünleri gibi kritik ürünlerde talep artışı yaşanmıştır. İnşaat sektörü, sosyal mesafe önlemleri nedeniyle yavaşlamıştır; fakat hükümetlerin ekonomik canlandırma paketleri sektöre bir miktar hareketlilik kazandırmıştır.

Hizmet sektörü, özellikle turizm, perakende ve yeme-içme gibi alanlarda büyük daralmalar yaşarken, dijital hizmetler ve e-ticaret büyümeye devam etmiştir. Salgın, ekonomik yapıları ve tüketici davranışlarını derinden etkilemiş, sektörlerin geleceği için yeni normlar ve stratejilerin geliştirilmesini zorunlu kılmıştır. Şekil 1 2016-2022 yılları arasında sektörlerin büyüme oranlarını göstermektedir.



Şekil 1. Avrupa Birliği Sektörel Büyüme Oranları (%) (2016-2022)

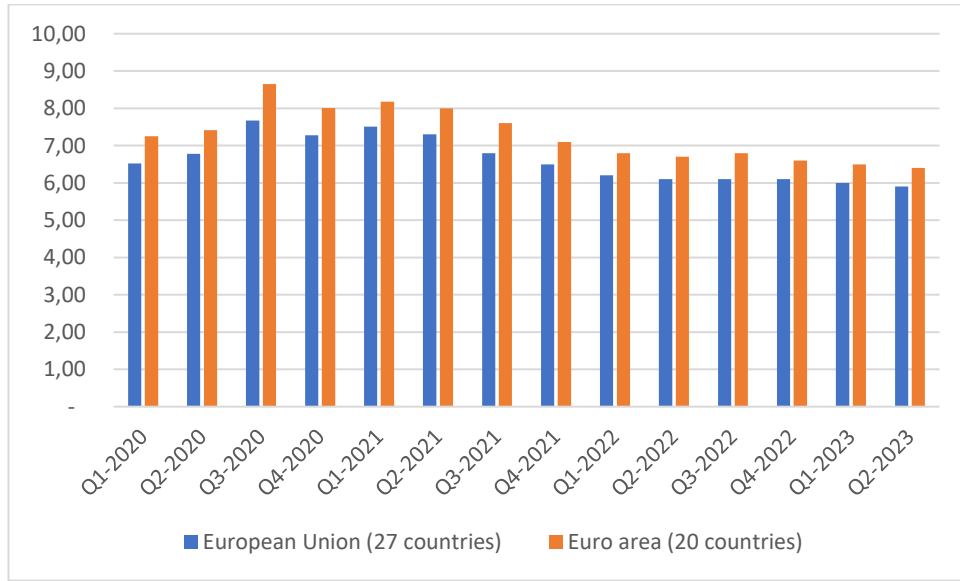
Kaynak: OECD Stat., 2023

3.1.1. İstihdam

Salgın nedeniyle birçok şirket faaliyetlerini azaltmak veya durdurmak zorunda kaldı, bu durum bazı sektörlerde işlerin kaybedilmesine neden oldu. Özellikle turizm, ulaştırma, konaklama, perakende ve hizmet sektörleri gibi sektörlerde büyük iş gücü kayıpları yaşandı.

İşsizlik oranları önemli ölçüde arttı ve birçok insan gelir kaynaklarını kaybetti. WEO 2020'de küresel ekonomik daralmanın %3,1 olduğunu açıklamıştır (IMF, 2021). OECD, küresel ekonominin 1929 Ekonomik Burhan'ından bu yana en derin durgunluğu yaşadığını belirtmiştir. Buna ek olarak OECD, ülkelerin pandemi nedeniyle ticaret ve yatırım kısıtlamalarına gittiklerini ve ülke bazında uygulanmakta olan farklı politik yaklaşımların küresel ekonomiyi yavaşlattığını rapor etmiştir.

Avrupa Birliği İstatistik Ofisi (Eurostat) tarafından yayınlanan üçüncü çeyrek verilerine göre, istihdam edilen kişi sayısı, 2020'nin ikinci çeyreğinde, istihdam Euro bölgesinde %2,9, AB'de ise %2,7 oranında azalmıştır. Şekil 2'de görüldüğü gibi önlemlerin azalmasıyla 2020 yılının üçüncü çeyreğinde istihdam hem Euro bölgesinde hem de AB'de bir önceki çeyreğe göre %0,9 artmıştır (Eurostat, 2023).



Şekil 2. Avrupa Birliği İşsizlik İstatistikleri (2020-2022)

Kaynak: OECD Stat., 2023

3.1.2. GSYİH Değişimleri

COVID-19, 2020'nin başında özellikle Çin'de ekonomik aktivitelerin yavaşlamasına yol açarak büyük bir ekonomik krize neden oldu. Çin'in Wuhan şehrinde fabrikaların kapanması, küresel tedarik zincirlerini bozdu ve bir arz şoku yaşanmasına sebep oldu. Çoğu ülke, hem yurt içi hem de yurt dışı uçuşları iptal etti. Neredeyse tüm ülkelerde büyük ölçekli etkinlikler iptal edildi, ve topluca insanların bir araya gelmemesi için uyarılar yapıldı. İş yerleri kapandı, sosyal etkileşimler sanal ortama taşındı. Birçok hükümet, vatandaşları evde kalmaya teşvik etti ve zorunlu olmayan faaliyetler durduruldu. Bu koşullar, firmalar ve bireyler için düşük tüketici talebi, yatırım belirsizliği ve likidite kısıtlamaları gibi bir dizi talep şokunu tetikledi. Dünya ticareti, turizm, sermaye hareketleri, işçi dövizleri ve emtia fiyatları çöküş yaşadı.

2020 yılı öncesinde, küresel GSYİH'nin %2,3 büyümesi bekleniyordu. Ancak, 2020 yılında bu oran %3,1 daralma olarak gerçekleşti. Bu, 2009 yılında görülen %0,1'lik daralmadan çok daha büyük bir çaptadır ve Büyük Buhran'dan bu yana yaşanan en ciddi ekonomik küçülmeyi

temsil etmektedir. Ancak 2021 yılında %5,4'lük bir artışla ekonomik bir toparlanma kaydedilmiştir (IMF, 2023a).

Uluslararası mal talebinde yaşanan düşüş, dünya ekonomisini olumsuz etkilemeye devam etmektedir. COVID-19 pandemisi, hem ulusal hem de uluslararası düzeyde emek, sermaye, mal ve hizmet hareketlerini kısıtladı, ve tüm ekonomiler 2020 yılında farklı seviyelerde bu durumdan etkilendi. Tablo 1, dünya ekonomilerinin 2019, 2020 ve 2021 yıllarındaki gerçekleşen ve 2023 ile 2024 yılları için öngörülen yıllık büyüme oranlarını sunmaktadır.

Tablo 1. Dünya Ekonomik Görünümü, Reel GSYİH Büyüme (Yıllık Yüzde Değişim)

	2019	2020	2021	2022	2023*	2024*
Dünya	2,8	-3,1	6,0	3,4	2,8	3,0
Gelişmiş Ekonomiler	1,7	-4,5	5,2	2,7	1,3	1,4
Gelişmekte Olan Ekonomiler	3,6	-2,1	6,6	4,0	3,9	4,2
Euro Bölgesi	1,3	-6,3	5,2	3,5	0,8	1,4
Almanya	0,6	-4,6	2,6	1,8	-0,1	1,1
Fransa	1,3	-8,0	6,8	2,6	0,7	1,3
İtalya	0,3	-8,9	6,7	3,7	0,7	0,8
İspanya	2,0	-4,6	5,1	5,5	1,5	2,0

Kaynak: IMF, World Economic Outlook, 2023

*WEO tahminleri

Ekonomik faaliyetin üçte ikisini oluşturan tüketici harcamalarında salgının nedeniyle bir düşüş yaşanmıştır. Salgının insanların ruh sağlığı ve tüketici davranışları üzerinde önemli etkileri olduğu gözlemlenmektedir. Tüketici güvenindeki değişiklerin ilk etkilerini gözlemlemek için virüsü ilk rapor eden ülke olan Çin'e bakılabilir. Mart 2020'ye kadar Çin'de üretim seviyelerinde artış yaşanmakla beraber tüketici harcamaları eski seviyelerine ulaşamadı. Çinli tüketiciler bir önceki mart ayına göre perakendeye harcadıkları miktarın altıda birini harcadılar. Almanya'da da benzer tecrübeler yaşandı. Mağazaların yeniden açılmasına rağmen harcama oranlarının ve tüketici güveninin düşük olduğu gözlemlendi. Motorlu taşıtlar ve motosikletler dışında perakende ticarete ekonominin genelinde izlendiği gibi pandeminin yaşandığı ilk yoğun dönemde satışların önemli oranda düştüğü gözlemlenmiştir. Sonbaharın başlamasıyla satışlarda yeni düşüşler yaşansa da bu düşüşler Mart ve Nisan aylarında yaşanan düşüşlerden daha az olsa da küresel ekonominin toparlanmasının kısa dönemde gerçekleşmeyeceğine işaret etmektedir.

Büyük Buhran'dan bu yana ilk kez hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ekonomiler aynı zamanda durgunluk yaşadılar. Uluslararası Para Fonu'nun (IMF) tahminine göre, 2024 yılına kadar salgının etkisi ile kümülatif üretim kaybının 13,8 milyar dolar olacağı tahmin edilmektedir (IMF, 2020). Pandeminin uzun bir süre devam etmesi halinde şimdiye kadar yaşanmış tüm krizlerden daha derin zararlara yol açması beklenmektedir. Yalnızca ABD'de, işsizlik maaşı talepleri mart ayından itibaren rekor bir değer olan 9,9 milyona yükseldi.

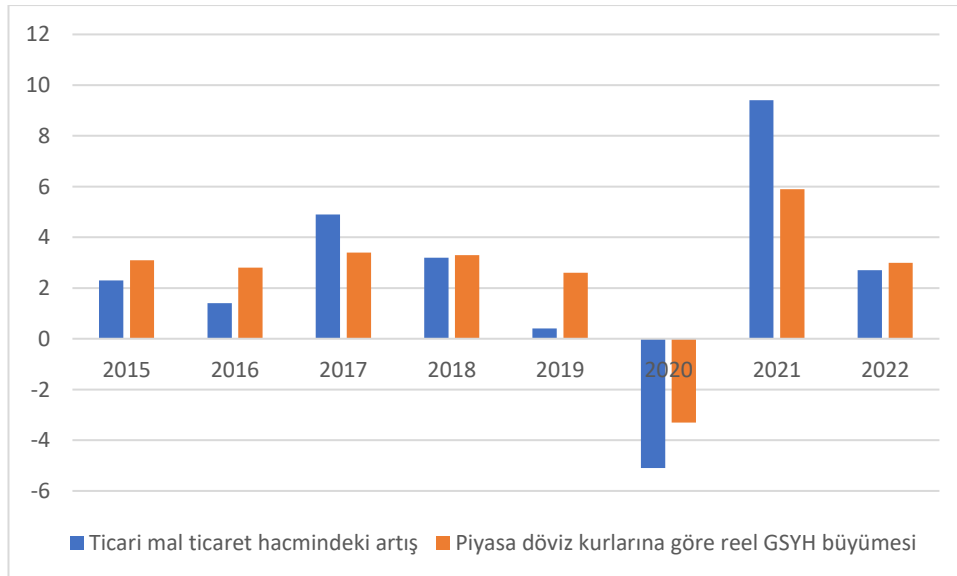
İşçiler işten çıkarıldıkça ve şirketler yatırımı durdurdukça ve hatta iflas ettikçe, işgücüne olan talep azalmaktadır. Salgın kontrol altına alınabilse bile kitlesel işsizlik ve yaygın iflaslar ve özel sektör yatırımlarındaki düşüşler nedeniyle ekonomik geri dönüşlerin zor olması beklenmektedir.

3.1.3. Üretim, Ticaret Hacmi ve İthalat-İhracat Etkileri

COVID-19 salgını, dünya genelinde olduğu gibi Avrupa ülkeleri üzerinde de önemli ekonomik etkilere yol açmıştır. Salgının başlangıcında, birçok Avrupa ülkesi zorunlu kapanmalar, seyahat kısıtlamaları ve diğer kısıtlamalar nedeniyle büyük ekonomik daralmalar yaşadı. Üretim faaliyetlerinin durması, tüketici harcamalarının azalması ve küresel talebin düşmesi gibi faktörler ekonomik büyümeyi olumsuz etkiledi. Salgın, küresel tedarik zincirlerini etkiledi ve uluslararası ticareti azalttı. Seyahat kısıtlamaları ve sınır kontrolleri nedeniyle ihracat ve ithalat büyük ölçüde azaldı. Özellikle, Avrupa'nın turizm sektörü, turist akışındaki düşüş nedeniyle önemli bir darbe aldı.

Pandemi, küresel tedarik zincirlerini ciddi şekilde etkiledi. Birçok ülke, özellikle ilk aylarda, tıbbi malzeme ve yiyecek gibi temel ihtiyaç maddelerinin yetersizliğiyle karşılaştı. Bu durum, ülkelerin kendi üretim kapasitelerini güçlendirmeyi ve tedarik zincirlerini daha sağlam hale getirmeyi düşünmelerine yol açtı.

Avrupa Birliği ülkelerinde pandeminin yoğun olarak hissedildiği Mart ve Nisan aylarında endüstriyel üretimin büyük düşüşler gösterdiği görülmektedir. Bu dönemde sokağa çıkma yasaklarının endüstriyel üretimi düşürdüğü görülmüştür. Şekil 3'de görüldüğü gibi 2020 yılı içinde Euro Bölgesinde üretim miktarı 6,3% azalmıştır. Endüstriyel arzın azalmasında insanların eve kapanmaları ve çeşitli zorunlu olmayan harcamalarını azaltmaları rol oynamıştır. Alınan tedbirler sonucu endüstriyel üretim 2021 yılında 5,0% oranında artış göstermiştir (IMF, 2023).



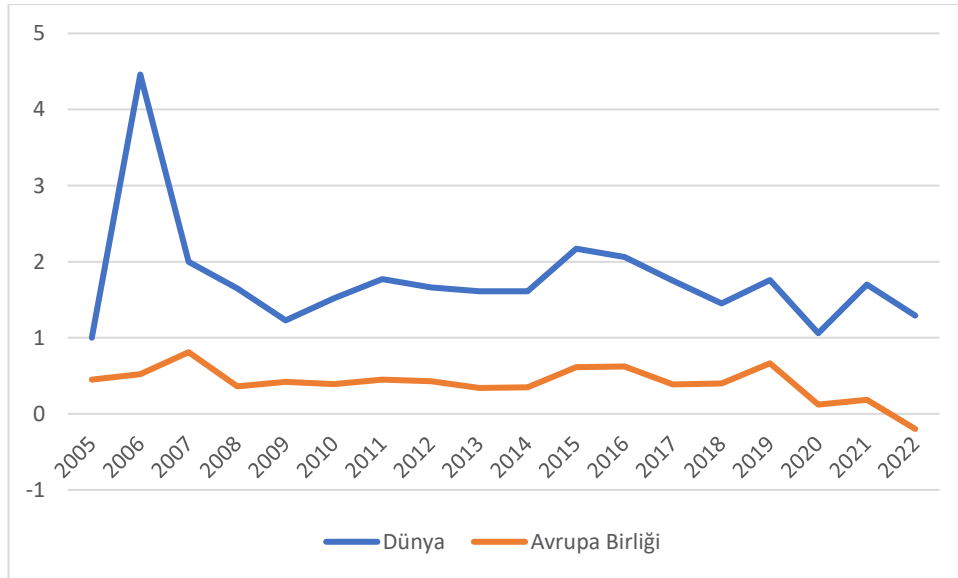
Şekil 3. Dünya Mal Ticaret Hacmi ve GSYİH Büyümesi, 2015-2022

Kaynak: WTO, Global Trade Outlook and Statistics, 2023

COVID-19 salgını farklı sektörleri farklı şekillerde etkiledi. Örneğin, turizm ve havayolu sektörleri salgından olumsuz etkilendi ve büyük kayıplar yaşadı. Diğer yandan, e-ticaret, online hizmetler ve sağlık sektörü gibi diğer sektörlerde ise büyüme ve talep artışı görüldü.

İlk olarak Çin'de başlayan mal üretimindeki kesintiler ve yavaşlama, Çin'deki fabrikalarda ve Çin'den tedarik edilen bileşenleri kullanan ülkelerde dalgalanmaya neden oldu. Çin 2019 itibarıyla küresel ürün ve hizmetlerin yaklaşık %15'ini üreterek dünyanın en büyük ihracatçısıydı. Salgının başladığı Wuhan'da, teknoloji ve tüketici elektroniği, giyim ve tekstil, çelik ve alaşımları ve diğer ürünleri üreten yaklaşık 500 üretim tesisi kapandı. Kısıtlamalar Çin geneline yayılırken, Güney Kore, Japonya ve Amerika da dâhil olmak üzere birçok ülkedeki firmalar tedarik zincirlerindeki aksamalardan etkilendi. Forbes, Fortune 1000 şirketlerinin %94'ünün tedarik zinciri kesintileri yaşadığını bildirdi (Sherman, 2020). Ekonomilerin arz tarafında yaşanan bu olumsuz gelişmeler neticesinde küresel ticaretin büyümesinin önemli ölçüde zayıfladı ve küresel ticaret 2020 yılında yüzde 5,1 daraldı (WTO, 2023: 3).

Mevcut durgunluk, sermaye malları ve dayanıklı tüketim mallarına olan talebi düşürdüğü için durgunluklarda keskin bir rol oynamaktadır. Azalan ticaret hacimleri de kısmen, firmalar yabancı üreticilere bağımlılıktan kaynaklanan kırılabilirlikleri azaltmak için üretimi yeniden kendi ülkelerine taşıdıkça tedarik zincirlerinde değişikliklere yol açmaktadır. Bu gelişmenin bir yansıması olarak Şekil 4'te görüldüğü gibi küresel GSYH'nin bir payı olarak doğrudan yabancı yatırım akışlarının, pandemi öncesi on yıldaki seviyelerinin oldukça altında kalmıştır. Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı, dünya çapındaki doğrudan yabancı yatırımların (DYY) 2020'de %42 oranında azaldığını ve bunun da "küresel üretim ağlarına ve tedarik zincirlerine kalıcı zararlar vereceğini" duyurdu (UNACTAD, 2023).



Şekil 4. Doğrudan Yabancı Yatırım İçe Doğru, Trilyon ABD doları, 2005 – 2022

Kaynak: OECD, FDI flows, 2023

COVID-19 pandemisinin Avrupa Birliği'nde DYY üzerindeki etkileri oldukça çeşitli ve karmaşıktır. Pandeminin ilk aylarında, belirsizlik ve iş dünyasının yavaşlamasıyla birlikte

DYY'de ciddi bir düşüş yaşanmıştır. Ancak bu dönemde, sağlık ve biyoteknoloji gibi bazı sektörler önemli yatırımlar çekmiştir. AB üyesi ülkeler, yerel işletmeleri ve stratejik sektörleri korumak için çeşitli müdahalelerde bulunmuşlardır. Regülasyon ve politika açısından, AB ve üye ülkeleri yabancı yatırımları daha sıkı bir şekilde denetlemeye başlamış, özellikle stratejik öneme sahip sektörler ve teknolojiler üzerindeki kontrolleri artırmıştır. Ayrıca, AB diğer ülkelerle birlikte DYY konusunda ortak politikalar ve standartlar geliştirmeyi hedeflemektedir.

Pandeminin uzun dönemli etkilerinden birisi de bazı şirketleri üretimlerini ana ülkelerine taşımaları (reşoring) olmuştur. Ayrıca, dijital dönüşüm hız kazanmış ve bu da yeni yatırım fırsatları oluşturmuştur. Küresel tedarik zincirlerinin daha dayanıklı hale getirilmesi için stratejik yatırımlar teşvik edilmiştir.

3.1.4. Fiyat Artışları

COVID-19 salgını, Avrupa'nın ekonomik yapısını etkilemeye devam ediyor, ve bu etkiler enflasyon üzerinde de belirginleşiyor. Salgının ilk döneminde, hükümetlerin aldığı sıkı karantina ve seyahat kısıtlamaları nedeniyle talepte ciddi düşüşler yaşandı. Bu durum, özellikle hizmet sektöründe deflasyonist etkilere yol açtı. Ancak, tedarik zincirinde yaşanan aksamalar ve küresel lojistik sorunları, birçok ürün ve hizmetin maliyetini artırdı. Özellikle enerji ve gıda fiyatlarında yaşanan yükselmeler, enflasyonist baskıları artırdı.

Avrupa Merkez Bankası ve üye ülkelerin hükümetleri, ekonomiyi canlandırmak adına genişleyici mali ve parasal politikalar benimsedi. Bu likidite artışı, para arzını genişletti ve enflasyon üzerinde yukarı yönlü bir etki yarattı. Ancak, bu tür politikaların enflasyonist etkisi ülkelere ve sektörler göre değişiklik gösterebiliyor. Enerji fiyatlarının salgın sürecinde dalgalı bir seyir izlemesi, enflasyonun hareketini daha da karmaşıktırdı. Örneğin, petrol fiyatlarında yaşanan yükselmeler, ulaşım maliyetlerini artırarak genel fiyat seviyesine yansıdı.

Uzun vadeli olarak, yüksek kamu borçları ve olası mali sıkılaştırma politikaları, enflasyon beklentilerini etkilemekte. Bunun yanı sıra, pandemi sürecinde değişen tüketici alışkanlıkları ve tasarruf eğilimleri, talep tarafından enflasyonu etkileyecek yeni dinamikler yaratmaktadır.

Sonuç olarak, COVID-19 salgını, Avrupa'da enflasyonu çeşitli şekillerde etkilemiş ve bu etkiler karmaşık bir yapıya sahiptir. Hem talep hem de arz tarafında yaşanan değişimler, ekonomi politikalarının dikkatli bir şekilde planlanmasını gerektirmektedir.

3.1.5. Gelir Dağılımı

COVID-19 salgını, tüm dünya gibi Avrupa'yı da derinden etkiledi. Ancak salgının sosyoekonomik etkileri, toplumun farklı kesimleri arasında eşit dağılmamıştır. Düşük gelirli kesimler, hizmet sektöründe yoğunlaşmış olmaları ve evden çalışma imkanlarının sınırlı olması nedeniyle, daha fazla zarar görmüşlerdir. Özellikle turizm, perakende ve yiyecek-içecek sektörlerinde çalışanlar, işlerini kaybetme riskiyle karşı karşıya kalmışlardır.

Buna karşılık, yüksek gelirli ve beyaz yakalı kesim, teknoloji kullanımı sayesinde evden çalışabilmekte ve bu sayede ekonomik daralmadan daha az etkilenmektedir. Ayrıca, düşük faiz oranları ve genişleyici mali politikalar, finansal varlık fiyatlarını artırarak varlıklı kesimin daha da zenginleşmesine yol açmıştır.

Avrupa ülkelerinin çoğu, vatandaşlarına ekonomik destek sağlayacak sosyal yardım programları uygulamıştır. Ancak bu programlar, her zaman tüm kesimlerin ihtiyaçlarını karşılayamamış ve özellikle serbest meslek sahibi veya geçici işlerde çalışanları dışarda bırakmıştır. Eğitim konusunda da eşitsizlikler derinleşmiştir. Düşük gelirli aileler, çocuklarına gerekli teknolojik imkanları ve uygun bir çalışma ortamı sağlayamamış, bu da uzaktan eğitimin kalitesini etkilemiştir. Kadınlar salgından erkeklerden daha olumsuz etkilenmişlerdir. Çünkü kadınlar, çocuk bakımı ve ev işleri gibi sorumluluklarla daha fazla yüklenmek zorunda kalmışlar ve bu da işgücüne katılımlarını olumsuz yönde etkilemiştir.

Sonuç olarak, COVID-19 salgını Avrupa'da gelir dağılımında mevcut eşitsizlikleri daha da artırmış ve yeni formlarını ortaya çıkarmıştır. Bu eşitsizliklerin uzun vadede toplumsal ve ekonomik yapı üzerinde ciddi etkileri olabileceği düşünülmektedir.

3.2. Uzun Dönemli Etkiler

COVID-19'un uzun dönem etkileri çeşitli alanlarda ve farklı şiddetlerde görülmektedir. Ekonomik açıdan, pandemi birçok sektörü olumsuz etkilemiş, işsizliği artırmış ve küresel ticareti yavaşlatmıştır. Ancak teknoloji ve sağlık sektörleri gibi bazı alanlar, hızlı bir büyüme ve yatırım dönemi yaşamıştır. Aynı zamanda, devlet harcamaları ve borç seviyeleri artmıştır, bu da gelecekte ekonomik politikalara yön verecek önemli bir faktördür. Sağlık sektörü üzerindeki etkileri de dikkate değerdir. Sağlık sistemleri zorlanmış, acil olmayan prosedürler ertelenmiş ve psikolojik sağlık sorunları artmıştır. Ayrıca, pandemi aşı ve ilaç geliştirme süreçlerini hızlandırmış, teletıp gibi uzaktan sağlık hizmetlerinin gelişmesini sağlamıştır.

Sosyal ve kültürel alanda, pandemi sosyal izolasyon, uzaktan çalışma ve eğitim gibi kavramları norm haline getirmiştir. Bu değişiklikler, ruh sağlığından aile dinamiklerine, şehir planlamasından enerji tüketimine kadar birçok alanda uzun vadeli etkilere sahiptir. Eğitim sektörü, uzaktan ve karma eğitim modelleriyle dönüşmüştür. Bu, eğitim erişiminde fırsat eşitsizliklerini hem artırabilir hem de azaltabilir, bu konu gelecekte önemli bir araştırma alanıdır. Pandemi hükümetlerin kriz yönetimi kapasitelerini de test etmiştir. Bu, gelecekteki benzer krizlere yanıt verme kabiliyetini geliştirmek için değerli dersler sunabilir. Özellikle uluslararası işbirliği ve koordinasyon, pandemi sonrası dönemde daha da önemli hale gelecektir.

3.2.1. Yatırımlar ve Yenilikler

COVID-19 döneminde AB üye devletlerinde çeşitli yatırımlar ve yenilikler gerçekleşmiştir. Bu gelişmeler, sağlık, teknoloji, enerji ve sosyal yardım gibi çeşitli sektörleri kapsamaktadır. Pandemi sürecinde hastaneler ve sağlık çalışanları üzerinde büyük bir baskı oluştu. Bu durum, sağlık sistemine ek finansman gereksinimini artırdı. AB ülkeleri, aşı geliştirme ve üretimine önemli yatırımlar yaptılar. Bu yatırımların bir kısmı, Avrupa İlaç Ajansı ve ulusal sağlık bakanlıkları aracılığıyla koordine edildi. Pandemi sırasında, tıbbi malzeme ve ekipman (örneğin, vantilatörler, maskeler) üretimi için yerel ve ulusal yatırımlar yapıldı. Ofis çalışanlarının uzaktan çalışabilmesi için ilgili teknolojilere de yatırım yapıldı. Okulların kapanması ile, online eğitim platformlarına ve araçlarına yatırım artırıldı. Mobil uygulamalar ve veri analizi araçları, COVID-19'un izlenmesi ve kontrolü için geliştirildi. Enerji ve sürdürülebilirlikle ilgili yatırımlara hız verildi. AB'nin yeşil enerjiye ve

sürdürülebilirliğe olan taahhüdü, pandemi döneminde de devam etmiştir. Enerji sektöründe, verimliliği artırmak için çeşitli dijitalleşme projeleri hayata geçirilmiştir.

3.2.2. Sosyal Güvenlik Sistemleri

COVID-19 döneminde sosyal güvenlik sistemleri, AB ülkelerinde büyük bir öneme sahip olmuştur. Pandemi, zaten mevcut olan sosyal güvenlik mekanizmalarının sınırlarını test etmiş ve birçok ülke bu sistemlerini güçlendirmek veya yeniden düzenlemek zorunda kalmıştır. Pandemi sırasında işsizliği önlemek ve şirketleri desteklemek için çeşitli sosyal yardım programları oluşturulmuştur. İşini kaybedenler için yeni beceriler kazandırma ve yeniden istihdama yönelik programlar geliştirilmiştir.

Pandeminin getirdiği ekonomik durgunluk nedeniyle birçok kişi işsiz kalmıştır. İşsizlik yardımları genellikle artırılmış ve daha fazla kişiye ulaşacak şekilde genişletilmiştir. Çalışanların işlerini kaybetmemesi için geçici çalışma programları uygulanmıştır. Bu programlar aracılığıyla, işverenler çalışanlarının bir kısmını devlet destekli olarak istihdam edebilmişlerdir.

COVID-19'un sağlık sistemlerine olan yükü dikkate alındığında, sosyal güvenlik kapsamında sağlık hizmetlerine ek finansman sağlanmıştır. Ayrıca, virüsle mücadele kapsamında test, tedavi ve aşılama hizmetleri genellikle ücretsiz sunulmuştur. Evsizler, göçmenler ve diğer dezavantajlı gruplar için özel sosyal yardım programları oluşturulmuş ve bu gruplara yönelik barınak, yiyecek ve sağlık hizmeti gibi temel ihtiyaçlar karşılanmıştır.

Okulların ve bakım evlerinin kapanması, ebeveynler ve bakıcılara ek yükler getirmiştir. Birçok ülkede bu kişilere yönelik mali destek sağlanmış veya var olan destekler genişletilmiştir. Uzaktan çalışma koşulları ve esnek çalışma saatleri, çalışanların iş ve özel yaşam arasında denge kurabilmesi için sosyal güvenlik politikalarına dahil edilmiştir.

Bu yatırımlar ve yenilikler, AB'nin genel ekonomik ve sosyal yapılarını güçlendirmeye yöneliktir. Ancak, etkilerinin tam olarak nasıl olacağı, yatırımların uygulanma hızına ve vatandaşların bu yeni koşullara adaptasyonuna bağlı olacaktır. Bu politikaların uzun vadeli etkileri ve sürdürülebilirliği, gelecekteki araştırmaların konusu olacaktır.

3.2.3. Ekonomik Politika Değişiklikleri

Hükümetler, genellikle Keynesyen ekonomi teorilerini benimseyerek ekonomiyi canlandırmak için çeşitli teşvik paketleri oluşturdular. Yatırımların seviyesi ve doğası, ekonomik toparlanmanın hızını ve etkinliğini etkilemektedir. Örneğin, altyapı yatırımları, istihdamı artırabilir ve ekonomik aktiviteyi teşvik edebilir. Bu hükümet destekleri üye AB ülkelerinde doğrudan gelir desteği, işsizlik yardımları, kredi garantileri ve vergi indirimleri gibi çeşitli önlemleri içerdi.

AB üye devletlerinin COVID-19 için geliştirdikleri politikalar, ekonomik sonuçlar üzerinde farklı etkilere sahip olmuştur. Kısıtlamaların sertliği, ekonomik aktivite üzerinde doğrudan bir etki yapmıştır. Örneğin, tam kapanma uygulayan ülkelerde perakende ve hizmet sektörü ciddi daralmalar yaşamıştır. Ekonomik teşvik paketlerinin büyüklüğü ve kapsamı, ekonomik daralmayı yavaşlatma kapasitesine sahiptir. Almanya gibi ülkeler geniş teşvik paketleri ile işsizliği ve iflasları minimumda tutmayı başarmıştır. Turizm gibi bazı sektörler, özellikle Güney Avrupa ülkelerinde, pandemiden ciddi şekilde etkilenmiştir. Kuzey Avrupa'da ise

daha çeşitlendirilmiş ekonomiler bu etkileri biraz daha iyi yönetebilmiştir. Pandemi, dijitalleşme ve yeşil enerji gibi alanlarda yenilik ve gelişmeye yol açmıştır. Bu tür yatırımlar, uzun vadede olumlu ekonomik etkilere sahip olabilir.

AB, genel bir çerçeve oluşturarak finansal destek sağlamış olsa da, ulusal hükümetlerin uyguladığı politikaların sonuçları arasında farklar bulunmaktadır. Bu durum, farklı ülkelerde ekonomik toparlanmanın hızında çeşitlenmelere neden olmuştur. Pandemi öncesi borç durumları, ülkelerin ekonomik sarsıntıları ne derecede etkili bir şekilde karşılayabileceğini belirlemiştir.

Bu faktörlerin bir araya gelmesi, AB üye devletlerinin ekonomik performanslarını farklı şekillerde etkilemiştir. Ancak genel olarak, etkin politikalar ve koordinasyon, ekonomik toparlanmayı hızlandırmıştır.

COVID-19 salgını, AB ülkelerini ekonomik ve sosyal açıdan ciddi şekilde etkiledi. Ekonomik belirsizlik ve sağlıkla ilgili endişeler, genel olarak toplumun ruh sağlığını olumsuz etkiledi. Depresyon, anksiyete ve diğer mental sağlık sorunları yaygınlaştı. Bu durum, sosyal hizmetlere olan ihtiyacı artırdı ve aynı zamanda iş yerlerinde üretkenliği etkiledi. Her ülke, vatandaşlarını desteklemek ve ekonomik çöküşü önlemek için farklı sosyal güvenlik önlemleri aldı.

Almanya, bu dönemde Kurzarbeit programını genişleterek işten çıkarmaları önlemeye ve işçilerin gelirini korumaya çalıştı (Bloomberg, 2023). Ayrıca, freelancer ve küçük işletmeler için finansal destek paketleri oluşturuldu. Bu adımlar, ekonomik daralmanın sosyal etkilerini hafifletmeyi amaçlıyordu.

Fransa da benzer bir yaklaşım izledi. "Chômage Partiel" programı aracılığıyla işverenler, çalışanlarını işten çıkarmak yerine devlet destekli bir gelir sağlayabiliyorlardı. Ayrıca, Fransız sağlık sistemine ek kaynaklar ayrıldı ve acil durum fonları oluşturuldu (Eurofound, 2023a). İtalya'da ise "Cassa Integrazione" adlı bir program aktive edildi. Bu program sayesinde, işçilerin maaşları korunuyor ve yoksulluk riski altındaki ailelere nakit yardımlar yapılabiliyordu (Eurofound, 2023b). Diğer AB ülkeleri de benzer stratejiler izledi. Örneğin, İspanya evsizler ve yoksullar için özel yardım programları oluşturdu, Hollanda küçük işletmelere finansal yardım sağladı ve İsveç sağlık sektörüne yatırım yaptı.

Sonuç olarak, AB ülkelerinin sosyal güvenlik sistemleri, pandemiye özgü koşullar ve ülkelerin kendi ekonomik ve sosyal yapılarına göre farklı stratejiler izlemiştir. Bu stratejilerin etkinliği, ancak gelecekte yapılacak kapsamlı analizlerle tam olarak değerlendirilebilecektir.

4. KRİZ YÖNETİMİ

COVID-19 döneminde AB, sağlık, ekonomi, politika ve diplomasi gibi çeşitli alanlarda kriz yönetimi için dikkate değer önlemler almıştır. Sağlık bağlamında, AB aşı dağıtımını için koordine bir yaklaşım benimsemiş ve üye ülkeler arasında aşuya erişim eşitsizliklerini azaltmayı amaçlamıştır. Tıbbi stoklar konusunda, Almanya ve Fransa gibi ülkeler, kendi tıbbi stoklarını ulusal seviyede artırmıştır. Ayrıca, AB'nin "Yeşil Sertifika" programı ile aşılama, test ve iyileşme durumunu gösteren dijital sertifikalar oluşturulmuştur.

Ekonomik alanda, AB, NextGenerationEU ve Avrupa İyileştirme ve Dayanıklılık Fonu gibi mali paketler oluşturarak ekonomik toparlanmayı desteklemiştir. İtalya ve İspanya gibi

ülkeler, küçük ve orta ölçekli işletmeler için finansal yardım paketleri hazırlamışlardır. Ek olarak, hava yolu ve turizm gibi en çok etkilenen sektörlerle özel destek paketleri ve fonlar sunulmuştur.

Politika ve regülasyon açısından, seyahat kısıtlamaları ve karantina politikaları üye ülkeler arasında farklılık göstermiş, ancak genel bir koordinasyon çabası gözlemlenmiştir. AB, pandemi verilerini takip etmek ve paylaşmak için bir veri portalı oluşturmayı planlamıştır.

Diplomasi ve işbirliği anlamında, AB, Çin ve Rusya'nın aşı diplomasisi karşısında birlikte hareket etme gerekliliğini fark etmiş ve Afrika kıtasına aşı dağıtımını ve finansal destek sağlama konusunda aktif rol oynamıştır.

Bu dönem, AB'nin kriz yönetimi kapasitesini ciddi şekilde test etmiş ve bazı eleştirilere de yol açmıştır. Örneğin, aşı dağıtımında yavaşlık ve üye ülkelerin kendi ulusal çıkarlarını koruma eğilimi, AB genelinde birlik ve beraberliği zorlaştırmıştır. Ancak genel anlamda, bu dönem, AB'nin hem iç hem de dış kriz yönetimi kapasitesini gözler önüne sermiş ve üye ülkeler arasında daha sıkı bir işbirliği ve koordinasyonun gerekliliğini vurgulamıştır.

Birleşmiş Milletler (BM), COVID-19 pandemisi sırasında küresel koordinasyon ve tepki mekanizmalarında kritik bir rol oynamıştır. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) gibi BM'nin uzmanlık ajansları, pandemi ile ilgili en güncel bilgi ve yönergeleri paylaşmak, test ve aşılama stratejileri oluşturmak ve ayrıca üye ülkelerle sağlık koordinasyonu sağlamak adına önemli çabalar sarf etmişlerdir. Özellikle COVAX mekanizması aracılığıyla aşı dağıtımında etkin bir rol üstlenmişlerdir.

Ekonomik anlamda, BM Gelişme Programı (UNDP), Dünya Gıda Programı ve diğer ajanslar, ekonomik ve gıda güvencesi sağlamak için uluslararası yardım paketleri oluşturmuş ve dünya genelinde ihtiyaç duyulan bölgelere dağıtmışlardır. Diplomasi ve politika alanlarında BM, üye ülkeler, bölgesel örgütler ve diğer uluslararası kurumlar arasında bir diyalog ve işbirliği platformu oluşturmuştur. Bu platform, pandemiye yanıt konusunda global bir koordinasyon sağlamayı amaçlamaktadır. BM ayrıca, genel farkındalığı artırmak ve yanlış bilgilendirmeyi önlemek için bilgilendirme kampanyaları ve web seminerleri düzenlemiştir. Bu çabalar, özellikle kırsal ve bilgiye erişimi kısıtlı alanlarda oldukça değerli olmuştur. BM İnsani İşler Koordinasyon Ofisi (OCHA) ve diğer ajanslar, özellikle acil insani yardım ve lojistik konularında aktif bir rol oynamıştır. Bu ajanslar, ihtiyaç duyulan bölgelere tıbbi yardım, yiyecek ve diğer acil ihtiyaçları hızlı bir şekilde ulaştırmışlardır.

Bu dönemde, BM'nin koordinasyon çabaları, politik gerilimler ve kaynak kısıtlılığı gibi çeşitli zorluklarla karşı karşıya kalmıştır. Özellikle WHO'nun pandeminin başlangıcında yavaş ve yetersiz bir yanıt vermesi, Çin ile ilgili politik hassasiyetleri ve bilgi paylaşımındaki yetersizlikler eleştiri konusu olmuştur. Ancak genel anlamda, BM'nin bu süreçte oynadığı koordinasyon rolü, üye ülkeler arasında birtakım eşitsizlikleri ve politik çekişmeleri aşmayı hedeflemiş ve küresel bir krizin yönetilmesine katkıda bulunmuştur.

Etkin bir kriz yönetimi, pandemilerin kontrol altına alınmasında kritik bir rol oynayabilir. İlk ve en önemli adım, hızlı bir tepki ve erken tanı olacaktır. Bu sayede virüsün erken dönemde yayılması kontrol altına alınabilir, böylece sağlık sistemleri üzerindeki yük azaltılabilir. Test ve tanı kapasitesinin artırılması, bu bağlamda vazgeçilmezdir.

Sağlık sistemleri yatak, vantilatör ve sağlık personeli gibi kaynaklar açısından yeterli olmalıdır. Bu kaynakların etkin bir şekilde ayrılması ve kullanılması, hastaların uygun tedaviyi zamanında alabilmesi için önemlidir. Aşıların hızlı ve adil bir şekilde dağıtılması da önemlidir. Özellikle yüksek riskli grupların ilk olarak aşılanması, toplum sağlığını koruma adına kritik öneme sahiptir. Etkin bir aşı dağıtım planı, bu sürecin hızlı ve düzenli bir şekilde gerçekleşmesini sağlar.

Ekonomik anlamda ise, ekonomik durgunluğu ve iş kayıplarını önlemek amacıyla devletlerin finansal teşvikler ve destek paketleri sunması gerekmektedir. Bu, özellikle küçük işletmeler ve düşük gelirli gruplar için hayati önem taşır.

Toplumun doğru ve zamanlı bilgilendirilmesi, panik ve yanlış bilgilendirmenin önlenmesi için kritiktir. Kamuoyu, güvenilir kanallar aracılığıyla düzenli olarak bilgilendirilmelidir. Uluslararası koordinasyon da unutulmamalıdır. Virüsün yayılmasını kontrol altına almak ve etkili tedavi stratejileri geliştirmek için ülkelerin birlikte çalışması gereklidir.

Esneklik ve adaptasyon, kriz yönetiminin bir diğer önemli özelliğidir. Durumun dinamik doğası göz önünde bulundurularak, planlar esnek ve hızlı bir şekilde adapte edilebilmelidir. Ayrıca, veri analizi ve teknolojinin kullanımı, pandemi yönetiminin etkinliğini artırabilir. Veri, virüsün yayılma modellerini anlamak ve önlem almak için kritik bir araçtır. Etkin bir kriz yönetimi, bu ve benzeri unsurları içermelidir. Ancak bu şekilde, COVID-19 gibi küresel bir krizin olumsuz etkileri en aza indirilmiş olur.

5. TARTIŞMA

COVID-19 pandemisinin Avrupa Birliği ekonomileri üzerinde sektörel etkileri oldukça çeşitlidir. Turizm ve seyahat sektörü, özellikle Güney Avrupa'da, sınırların kapatılması ve seyahat kısıtlamaları nedeniyle ciddi zarar görmüştür. Üretim ve endüstri sektörleri tedarik zincirlerinin bozulması ve talebin düşmesiyle olumsuz etkilenmiş, buna karşın teknoloji ve bilgi sektörü, uzaktan çalışma ve online alışverişin artmasıyla bir fırsat yakalamıştır. Sağlık ve ilaç sektörleri, pandemi sürecinin kritik öneme sahip olduğu alanlar olarak dikkat çekmekte ve hızlı bir büyüme göstermektedir. Enerji sektörü talep azlığı ve fiyat volatilitesi nedeniyle zorlanmış, ancak bu durum yenilenebilir enerjiye olan yatırımları hızlandırmıştır. Perakende ve hizmet sektörü de karmaşık bir tablo çizmektedir; fiziksel mağazalar ve restoranlar kapanırken, online perakende ve teslimat hizmetleri büyümüştür. Taşımacılık sektörü, özellikle hava taşımacılığı, büyük darbe alırken, lojistik ve kargo taşımacılığı olumlu etkilenmiştir. Eğitim sektörü hızlı bir dijitalleşme süreci yaşamış, ancak bu süreç dijital eşitsizlikleri de derinleştirmiştir. Gayrimenkul sektörü de karmaşık bir etki görmüş, ofis ve ticari gayrimenkul talebi düşerken, konut talebi ve fiyatlar değişken bir seyir izlemiştir. Bu çeşitli etkiler, AB üye ülkelerinin ekonomik toparlanma stratejilerinin de farklılaşmasını gerektirmektedir.

Avrupa ülkeleri, salgının ekonomik etkileriyle mücadele etmek için geniş çaplı mali destek önlemleri aldı. Bu önlemler arasında işletmelere nakit akışını sürdürebilmeleri için kredi ve hibe programları, işsizlik maaşlarının genişletilmesi, kısa çalışma ödeneği gibi sosyal güvenlik önlemleri ve vergi kolaylıkları yer alıyordu.

IMF'nin Avrupa için Bölgesel Ekonomik Görünüm raporunda COVID-19 pandemisinin Avrupa ekonomisinde dramatik can kayıplarına ve büyük hasarlara yol açtığı belirtilmekte

ancak uygulanan politikalar sayesinde çok daha yıkıcı sonuçların önlendiği ifade edilmektedir. Rapora göre, Avrupa reel GSYİH 'sının 2020 yılında yüzde 6,3 küçüldüğüne işaret edilerek bu daralmanın II. Dünya Savaşından beri en büyük daralma olduğunun altı çizilmektedir. Aynı raporda, 2021 yılında Avrupa ülkelerinde reel GSYİH artışının gerçekleşeceği ve yüzde 4,7'lik bir büyümenin olacağı belirtilmektedir. Bir önceki yılın aynı çeyreği ile karşılaştırıldığında, mevsimsellikten arındırılmış GSYİH 2020'nin üçüncü çeyreğinde Euro bölgesinde %4,4 ve AB'de %4,3 azaldığı gözlenmektedir (IMF, 2023b). Bu veriler, GSYİH ile istihdam rakamlarının tutarlı bir şekilde birlikte hareket ettiğini göstermektedir.

Avrupa'daki ekonomik faaliyetlerde yılın ilk yarısında pandemi nedeniyle ciddi düşüşler oldu ve ekonomilerde üçüncü çeyrekte görülen toparlanmanın, kapanma tedbirlerinin kademeli olarak kaldırılması sayesinde gerçekleştiğini söyleyebilir. Ancak son haftalarda pandeminin yeniden canlanması, hükümetleri acil sağlık önlemleri almaya sevk etmiştir. Bu önlemlerin başında; örneğin İtalya'da belli saatlerde sokağa çıkma yasağı, eğitimin online ders sistemiyle devam ettirilmesi, toplu taşıma araçlarının kapasitelerinin düşürülmesi ve alışveriş yerlerinin hafta sonları kapalı tutulması gelmektedir. Birleşik Krallık ise AB'den çıkışının ardından, "sürü bağışıklığı" stratejisi benimsemiştir. Ancak, hastanelerin doluluk oranlarının artması ve tıbbi malzeme sıkıntıları, ülkenin politika değişikliğine gitmesine neden olmuştur. İngiltere parlamentosu elzem olmayan bütün dükkanların, barların, restoranların 4 Kasım-2 Aralık döneminde kapanmasını onaylamıştır.

Avrupa ülkeleri, salgının ekonomik etkileriyle mücadele etmek için geniş çaplı mali destek önlemleri aldı. Hükümetler gelir kayıplarını hafifletme, işe almayı teşvik etme, sosyal yardımı genişletme, krediyi garanti etme ve firmalara sermaye enjekte etme çabalarını içeren çeşitli maliye politikaları uygulamışlardır. Bu önlemler arasında işletmelere nakit akışını sürdürebilmeleri için kredi ve hibe programları, işsizlik maaşlarının genişletilmesi, kısa çalışma ödeneği gibi sosyal güvenlik önlemleri ve vergi kolaylıkları yer alıyordu. Bu önlemler, yaygın şirket iflaslarını önlemiş ve istihdamın kısmen toparlanmasına yardımcı olmuştur. Bununla birlikte, istihdam ve işgücüne katılım, salgın öncesi seviyelerin oldukça altında kalmaktadır ve bu kriz uzun süre devam etmesi durumunda milyonlarca insan işlerini kaybetme riski altında kalacaktır.

Merkez bankaları, ortaya çıkan resesyonun daha da tırmanmasını önlemek için büyük çabalar göstermektedir. Avrupa Merkez Bankası (ECB), İngiltere Merkez Bankası ve Federal Rezerv gibi büyük merkez bankalarından farklı bir yaklaşım seçti. ECB, temel faiz oranlarını düşürmek yerine, bankalar için ucuz krediler başlattı ve tahvil alım programını 20 milyar Euro'dan 120 milyar Euro'ya çıkardı (ECB, 2020). Piyasada güveni arttırmaya yönelik bu önlemlere rağmen, Avrupa hisse senedi endeksleri düşmeye devam etmiş ve 10 yıllık İtalyan devlet tahvillerinin getirileri artmıştır. ECB ayrıca, borç verenlerin sermaye ve likidite tamponlarından yararlanmasına izin vererek Avrupa bankaları arasında kötü kredi portföylerine esnek bir şekilde muamele edildiğinin sinyalini verdi.

Salgın nedeniyle ekonomik faaliyetlerin durmasıyla birlikte, Avrupa ülkelerinin bütçeleri büyük ölçüde etkilendi. Gelir kaynaklarının azalması ve mali destek önlemleri nedeniyle bütçe açıkları arttı. Birçok ülke, ekonomiyi desteklemek için borçlanmaya yönelmek zorunda kaldı.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

COVID-19 salgını, dünya genelinde olduğu gibi Avrupa ülkeleri üzerinde de önemli ekonomik etkilere yol açmıştır. COVID-19'nin sebep olduğu ekonomik krizin daha önce yaşanan ekonomik ve mali krizlerden çok farklı olduğu açıktır. Zira COVID-19 çok sayıda insanın ölümüne yol açmasının yanı sıra arz ve talepte yarattığı olumsuz etkileriyle ekonomide durgunluğa yol açmış, işsizlik oranlarında artışa ve özellikle gelişmekte olan ülkelerde gelir dağılımında bozulmalara dolayısıyla fakirliğin artmasına da sebep olmuştur. Pandeminin yol açtığı bu tür olumsuz koşulları hafifletmek için Avrupa ülkeleri birçok ülkede olduğu gibi bir dizi önlemler almak zorunda kalmıştır. Bu önlemlerin başında, kapalı alanlarda bir araya gelmeye getirilen sınırlamalar, belli saatlerden sonra sokağa çıkma yasağı, lokanta, restoran, kuaför ve spor salonlarının kapanması ve esnek çalışma saatleri uygulamalarına geçilmesidir. Pandemiden korunmak için iktisadi faaliyete getirilen bu kısıtlamalara bağlı olarak üretimde düşüşlerin ve buna bağlı olarak işsizlikte artışların olması kaçınılmazdır.

AB üye devletlerinin COVID-19 için politika çözümleri, ekonomik sonuçlar üzerinde belirgin bir etki yaratmıştır. Her ülke farklı sağlık sistemleri, ekonomik yapılar ve sosyal koşullara sahip olduğu için, aynı politika farklı ülkelerde farklı sonuçlar doğurmuştur. Örneğin, kısıtlamaların erken ve sıkı bir şekilde uygulandığı ülkeler, virüsün yayılmasını kontrol altına alabilirken, ekonomik aktiviteyi büyük ölçüde durdurmuşlardır. Diğer yandan, kısıtlamaları hafifleten veya tamamen kaldıran ülkeler, ekonomik aktiviteyi canlandırmayı başarabilirken, sağlık sistemi üzerinde büyük bir baskı oluşturmuşlardır.

Keynesyen ekonomi yaklaşımını benimseyen ülkeler, genellikle doğrudan gelir desteği, istihdam koruma programları ve kredi garantileri gibi teşviklerle ekonomiyi canlandırmaya çalışmışlardır. Bu tür politikalar, özellikle hizmet sektörü gibi pandemiden ciddi şekilde etkilenen sektörlerde, işsizliği kontrol altına almayı ve ekonomik durgunluğu hafifletmeyi amaçlamıştır. Ancak, bu tür teşvik paketlerinin finansmanı ve uygulanabilirliği, ülkelerin ekonomik gücüne ve borç kapasitesine bağlı olarak değişkenlik göstermiştir. Zengin ülkeler genellikle daha geniş kapsamlı destek paketleri sunarken, daha fakir ülkeler sınırlı kaynaklar nedeniyle daha mütevazı önlemler alabilmişlerdir.

AB üye devletlerinin COVID-19'a olan farklı politika yanıtları, ekonomik sonuçları bir dizi faktöre bağlı olarak değişkenlik göstermiştir. Bu faktörler arasında ülkelerin sağlık sistemlerinin kapasitesi, ekonomik yapısı, sosyal güvenlik ağı ve finansal kaynakları yer almaktadır.

Avrupa ülkeleri arasında koordinasyonun artırılarak ortak tedbirler alınması zorunlu hale gelmiştir. Sağlık harcamalarını arttırılması, tüketicilere doğrudan gelir yardımı yapılması, üreticilere sübvansiyonların sağlanması, istihdamın teşvik edilmesi, sosyal yardımların arttırılması, KOBİ'lere kredi garantisi sağlanması ve iflasla karşı karşıya gelen firmalara sermaye aktarılması ve işsizlik yardımlarının arttırılması ekonomik krizin olumsuz etkilerinin azaltılmasında önemli rol oynayacaktır. Bazı ülkelerin istihdamı koruma programlarını güçlendirmeleri, bunun için de özel sektörle uyum içerisinde hareket etmeleri gerekmektedir. İşten çıkarımları önlemek için çalışılmayan saatler için kamu fonlarından ödemelerin yapılması bir örnek olarak verilebilir.

Pandeminin küreselleşme eğilimlerini tersine çevirerek korumacılığı teşvik etmesi serbest ticaretten elde edilen kazanımların kaybı anlamına gelmektedir. Bu etkiler her ülkede farklılık gösterebilir ve zamanla değişebilir. Avrupa ülkeleri, salgının etkileriyle mücadele etmek ve ekonomilerini toparlamak için çeşitli politikalar ve önlemler almışlardır. Nitekim çoğu ülke, yerli firmaları ve işçileri küresel tedarik zinciri aksaklıklardan koruyan politikalar benimseyerek COVID-19'a yanıt vermektedir. Hükümetlerin hâlihazırda ihracat kısıtlamaları getirdikleri ve diğer sektörlerin de malların, hizmetlerin, emeğin ve sermayenin hareketine daha sıkı kısıtlamalar getirme eğiliminde oldukları görülmektedir. Alınan bu önlemler uluslararası ticareti ve dolayısıyla serbest ticaretin yarattığı faydaları azaltacaktır. Salgının uzun vadeli etkileri ve toparlanma süreci hala devam etmektedir.

Krizler için tedbirler ve olası kriz beklentisine yönelik programlar oluşturulmalıdır. Etkili kriz yönetimi, ülkelerin kriz sonucunda aldığı zarar miktarını büyük ölçüde azaltma potansiyeline sahiptir. Gerek Avrupa ülkeleri ve gerekse Birleşmiş Milletler çatısı altındaki ulusları bir araya getirerek gerekli tedbirlerin alınması, gerekli reformların yapılması, insani yardım kurumlarının güçlenmelerinin sağlanması ve insanlığı tehdit eden tüm konularda uluslararası işbirliğinin sağlanarak sağlık ve ekonomik krizlere karşı gerekli ve yeterli kaynak tahsisinin yapılması gerekmektedir.

COVID-19 krizi, birçok farklı disiplinde araştırma yapılacak geniş bir alan sunmaktadır. Öncelikle, ekonomik etkiler merceği altında, pandeminin uzun dönemli makroekonomik etkileri üzerine çalışmalar yapılabilir. Bu, Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYİH), enflasyon ve işsizlik gibi temel göstergelerin derinlemesine incelenmesini içerebilir. Aynı zamanda, turizm ve perakende gibi olumsuz etkilenen sektörlerin yanı sıra, teknoloji ve sağlık gibi olumlu etkilenen sektörler üzerine sektörel analizler de yapılabilir. Özellikle, temel ürün ve hizmetlerin fiyatlarında meydana gelen değişiklikler ve bunların tüketici davranışları üzerindeki etkileri, ekonomik araştırmaların kritik bir parçası olacaktır.

Sağlık politikaları açısından, aşı dağıtım stratejileri üzerine yapılan araştırmalar oldukça değerli olabilir. Hükümetlerin ve sağlık sistemlerinin pandemi sürecinde nasıl bir performans gösterdiği, sağlık politikalarının etkinliğini değerlendirecek çalışmalar için önemli bir konu oluşturmaktadır.

Psikolojik ve sosyal etkiler söz konusu olduğunda, pandeminin genel ruh sağlığı üzerindeki olumsuz etkileri dikkate alınabilir. Aynı zamanda, yeni çalışma modelleri – uzaktan çalışma, esnek çalışma saatleri gibi – üzerine yapılacak araştırmalar, COVID-19 sonrası çalışma yaşamı için yol gösterici olabilir.

Politika ve hükümet yanıtları da araştırılabilir. Farklı ülkelerde uygulanan ekonomik teşvik paketlerinin kısa ve uzun dönemli etkileri, hükümet politikalarının etkinliğini ölçmek için oldukça önemli olacaktır. Uluslararası işbirliği ve koordinasyon, özellikle Avrupa Birliği ve Birleşmiş Milletler gibi uluslararası kuruluşların pandemiye karşı çözümlerde oynadıkları rol, ayrı bir araştırma konusu olarak ele alınabilir.

Son olarak, pandemi sürecinin hızlandırdığı dijital dönüşüm ve eğitim teknolojileri, teknoloji ve eğitim disiplinlerinde yapılacak araştırmalar için çeşitli olanaklar sunmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akbulaev, N., Mammadov, I., & Aliyev, V. (2020). The economic impact of COVID-19. *Sylwan*, 164(5).
- Bashir, M. F., Ma, B., & Shahzad, L. (2020). A brief review of socio-economic and environmental impact of Covid-19. *Air Quality, Atmosphere & Health*, 13, 1403-1409.
- Chudik, A., Mohaddes, K., Pesaran, M. H., Raissi, M., & Rebucci, A. (2020). A counterfactual economic analysis of COVID-19 using a threshold augmented multi-country model.
- European Central Bank. (2020, April 30). *Our response to the coronavirus pandemic*. Retrieved May 15, 2020. <https://www.ecb.europa.eu/home/search/coronavirus/html/index.en.html>
- Eurostat, European Statistics. (2020). Retrieved July 12, 2020. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/covid-19/economy>
- Eurofound. (2020). *Short-Time Working. Database of National-Level Policy Measures*. EU PolicyWatch. Retrieved September 12, 2023. https://static.eurofound.europa.eu/covid19db/cases/FR-2020-10_462.html
- Eurofound. (2023). *Wages Guarantee Fund (CIG). Database of National-Level Policy Measures*. EU PolicyWatch. Retrieved September 14, 2023. <https://www.eurofound.europa.eu/en/resources/eu-policywatch>
- Fernandes, N. (2020). Economic effects of coronavirus outbreak (COVID-19) on the world economy, *IESE Business School Working Paper No. WP-1240-E*.
- IMF. (2020). *Latest World Economic Outlook Growth Projections*. World Economic Outlook.
- IMF. (2023a). *World Economic Outlook*. Retrieved June 22, 2023. <https://www.imf.org/en/Publications/WEO>.
- IMF. (2023b). *Regional Economic Outlook, Europe*. Retrieved May 24, 2021. <https://www.imf.org/en/Publications/REO/EU/Issues/2020/10/19/REO-EUR-1021>
- Look, C. (2020). *Explaining Kurzarbeit, or swing jobs the German way*. Retrieved September 12, 2023. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-04-03/how-germany-pays-workers-when-their-work-dries-up-quicktake#xj4y7vzkg>
- Nicola, M., Z. Alsafi, C. Sohrabi, A. Kerwan, A. Al-Jabir, C. Iosifidis, M. Agha., & R. Agha. (2020). The socio-economic implications of the coronavirus pandemic (COVID-19): A review. *International Journal of Surgery*, 78, 185-193.
- OECD Stat. (n.d.). *Short-Term Labour Market Statistics*. Retrieved May 22, 2021. <https://stats.oecd.org/Index.aspx?DatasetCode=STLABOUR>
- OECD (2023), *FDI flows (indicator)*. Retrieved September 25, 2023. <https://doi.org/10.1787/99f6e393-en>

- Ozili, P. ve Arun, T. (2023). Spillover of COVID-19: Impact on the global economy. In *Managing inflation and supply chain disruptions in the global economy* (pp. 41-61). IGI Global.
- Öztürk, Ö., M. Y. Şişman, H. Uslu ve F. Çıtak. (2020). Effects of COVID-19 outbreak on Turkish stock market: A sectoral-level analysis. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 56-68.
- Sherman, Erik. (2020, February 21). *94% of the Fortune 1000 are seeing coronavirus supply chain disruptions: Report.* Fortune. Retrieved May 4, 2020. <https://fortune.com/2020/02/21/fortune-1000-coronavirus-china-supply-chain-impact/>
- UNCTAD. (2023, January). *Global foreign direct investment fell by 42% in 2020; outlook remains weak.* Retrieved June 29, 2023. <https://unctad.org/news/global-foreign-direct-investment-fell-42-2020-outlook-remains-weak>
- Worldometers. (2023). *Coronavirus cases.* Retrieved June 12, 2023. <https://www.worldometers.info/coronavirus/>
- World Trade Organization (WTO). (2023). *Global Trade Outlook and Statistics.* Retrieved September 12, 2023. https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/gtos_updt_oct23_e.pdf



Dijital İnsan Kaynakları Yönetimi Çalışmalarının Bibliyometrik Analizi (2013-2022)

Bibliometric Analysis of Digital Human Resources Management Studies (2013-2022)

Oday ALKAHLOUT ^{1*}

¹ Sakarya Üniversitesi, oday46kh@gmail.com, ORCID:0000-0002-3581-3592

* Yazışılan Yazar/Corresponding author

Makale Geliş/Received: 14.09.2023

Makale Kabul/Accepted: 27.11.2023

Araştırma Makalesi / Research Paper

DOI: 10.47097/piar.1359880

Öz

Günümüzde dijital insan kaynakları yönetimi, küresel pazarlarda rekabet eden şirketlerin ilgi odağı haline gelmekte ve en nitelikli çalışanları ve diğerlerini işe almaktan şirketin kaderini etkileyen kararların alınmasında önemli rol oynamaktadır. Bu çalışmada, belirli bir disiplindeki araştırmacıların veya kurumların belirli bir dönemde, belirli bir disiplinde ürettikleri yayınların sayısal bir analizini elde edebileceğimiz için son zamanlarda birçok araştırmacı tarafından kullanılan bir yöntem olan bibliyometrik analiz yöntemi benimsenmiştir. Dijital insan kaynakları yönetimi ile ilgili 1113 yayının analiz edilmesi amaçlanan bu çalışmada, makaleler Scopus veri tabanından temin edilmiştir. 2013-2022 yılları arasındaki dönem belirlenmiş ve sadece idari ve sosyal bilimler ana dalları seçilmiştir. Yayın yıllarındaki makale sayısına, en çok kullanılan ve anahtar ve ana kelimelere, bu alanda yayınlanan yayın yapan yazarlar, ülkeler, dergiler ve üniversiteler arasındaki ilişkiye göre analiz edilmiştir. Araştırmada görseller ve şekilleri çizmek için internette ücretsiz bir program olan VOSviewer kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dijital İnsan Kaynakları Yönetimi, Bibliyometrik Analiz, Scopus.

Jel Kodları: M12, M54, O15.

Abstract

Today, digital human resources management is becoming the focus of attention of companies competing in global markets and plays an important role in making decisions that affect the fate of the company, from recruitment the most qualified employees and others. In this study, the bibliometric analysis method, which is a method used by many researchers recently, has been adopted since we can obtain a numerical analysis of the publications produced by researchers or institutions in a certain discipline in a certain period. In this study, which aims to analyze 1113 publications on digital human resources management, the articles were obtained from the Scopus database. The period between 2013 and 2022 was determined and only the administrative and social sciences majors were selected. It has been analyzed according to the number of articles in the publication years, the most used and key and main words, the relationship between the authors, countries, journals and universities published in this field. VOSviewer was used to draw the maps, which is a free program available on the Internet.

Keywords: Digital Human Resources Management, Bibliometric Analysis, Scopus.

Jel Codes: M12, M54, O15.

1. GİRİŞ

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin ve dijitalleşmenin idari süreçlere kazandırılması, idari çalışma tarzında meydana getirdiği değişim, etkinliği ve performansı nedeniyle gerçek bir devrim olduğu söylenebilmektedir. İnsan kaynakları yönetimi her kurum için önemli olduğundan ve kurumun diğer bölümleri ve departmanları üzerindeki etkisi nedeniyle, işin kalitesi ve insan kaynakları yönetimindeki verimliliği doğrudan organizasyonun tüm bölümlerine yansımaktadır. İnsan kaynakları yönetimi ve dijitalleşme birleştirildiğinde, bu durum organizasyona olumlu ve net bir şekilde yansıtacak ve sürdürülebilir bir rekabet avantajı yaratacaktır. Dolayısıyla, günümüz dünyasındaki tüm kurumlar ve hükümetler bilgi teknolojisindeki bu teknolojik gelişime ayak uydurmaya ve bunu mümkün olan en iyi şekilde yararlanmaya çalışmaktadır.

Dijital teknolojinin gelişmesi ve küreselleşmenin yaygınlaşması, kurum ve kuruluşlar arasında kâğıt dosyaların dijital dosyalara dönüştürülmesi konusunda bir rekabet meydana getirmiştir. Artık işletme sahipleri, yöneticileri ve çalışanları arasındaki ilişkiler, internetin iç ve dış ağları aracılığıyla yürütmektedir. Bunların yanında pazarlama, finansman, muhasebe ve operasyon fonksiyonlarının dijital işletmelere dönüşmesi insan kaynakları yönetiminin de dijital dönüşmesini zorunlu kılmıştır (Genç, 2016: 64).

Dünya genelinde hâkim olan rekabet ortamı, operasyon yönetiminden pazarlama yönetimi ve diğer tüm uzmanlık alanlarına kadar farklı sektörlerde yer alan işletmeleri dijitalleşmeye yöneltmiştir. Bu gelişmeleri takiben insan kaynaklarında da dijital değişim ve dönüşüm başlamıştır. Ancak bu gelişmeler, insan unsurunu ihmal etmek anlamına gelmemektedir. Çünkü dijital İKY hem şirketlerde hem de insan kaynakları biriminde insan faktörünün gelişimi ile yakından ilgilidir. Çalışanlara yeni fırsatlar, beceriler ve mevcut gelişime uygun yönergeler sağlar. Ayrıca dijital İKY, yönetici ve çalışanların birlikte çalışmasını kolaylaştıran işletme yönetimi faaliyetlerine bir miktar yerleşme katmaktadır (Kovancı, 2022).

Dijitalleşme sürecinde “başarıya giden yol zor ve sonsuz derecede uzundur.” Dijitalleşme bir “değişim ve uyum” sürecidir. Bu süreçte; kısa vadeli plan ve seçimler değil, değişime yönelik uzun vadeli karar ve projeler önemlidir. Bu nedenle şirketlerin her biriminde dijital dönüşüm, bilinçli bir şekilde yönetilmeli, şirket kültürü içerisinde tüm kademelere iletilmelidir (Fedat, 2016: 82).

Bu çalışma, dijital insan kaynakları yönetimi alanındaki güncel bilgiye ulaşmak isteyen araştırmacılar, yöneticiler ve öğrenciler için değerli bir kaynak olma potansiyelini taşımaktadır. Ayrıca, bu çalışmanın dijitalleşme ve insan kaynakları yönetimi arasındaki bağlantıları daha iyi anlamamıza katkıda bulunarak, gelecekteki araştırmalar ve uygulamalar için yeni ufuklar açma potansiyeli taşıdığını vurgulamak önemlidir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Dijital İnsan Kaynakları Yönetimi

İnsan kaynakları yönetimi, kurumların performansını artırmanın en temel yoludur. İnsan kaynakları; kişilerin sahip oldukları bilgi, deneyim, yetenek ve becerileri üzerinden kurumun yükselmesi ve ilerlemesinde önemli bir rol oynar. Yenilik yapma, gelişme ve kurumun genel performansının seviyesini yükseltmesi gibi yararlar sağlar. Dolayısıyla İKY

uygulamaları, sürdürülebilir kurumsal gelişimin kaynağı ve eğitim kurumlarında yönetsel yaratıcılığın temelini oluşturmaktadır (Rawi, 2017).

Web teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte kuruluşlar, internet aracılığıyla idare edilen insan kaynakları yönetimine bağımlı hale geldi. Bu sayede dijital insan kaynakları birimi, insan kaynakları yönetimini başta çalışan ve yönetici pozisyonları konusunda uygulamaya geçirdi. Diğer taraftan insan kaynakları dijital yönetimi, insan kaynakları ile ilgili tüm sistemlerin üst düzeyde uygulaması da demektir. Zira bu, insan kaynakları bilgilerine geniş ölçekte kolay erişim sağlamanın yanı sıra bu bilgileri yönetmek için birçok fırsat sunmaktadır (Touahri 2015: 45). Çalışanlara ilişkin fonksiyonların uygulanmasında çeşitli internet kanallarının kullanılması, işletmelerin dijital insan kaynakları yönetimine verdikleri önemin düzeyini göstermektedir. Bu sayede, bilgi teknolojileri, insan kaynakları faaliyetlerinin her alanında planlanıp uygulanabilmektedir. Ayrıca, kurumlar içinde değer yaratmayı amaçlayan İKY ile bilgi teknolojileri arasında bir bütünleşme ve uyum mekanizması meydana getirmektedir. Bunların yanı sıra dijital İKY sistemi işlemleri hızlandırır, hataları ve maliyetleri azaltır. Online olarak gerçekleşen işlemler, insan kaynakları prosedürlerinin takibini ve izlenmesini de geliştirmektedir (İbrahimağaoğlu, 2023: 84)

İnsan kaynakları yönetimi, sanayi devriminin başlangıcına kadar uzanan birçok gelişme ve aşamadan geçmiştir. Bu aşamalardan geçerken günümüze kadar birkaç isim almıştır (Abdel-Rahman, 2019: 210). İlk yıllarda bu alanda yapılan uygulamalar basit nitelikliydi ve işgücünün temel ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlıyordu. İşgücüne yönelik yapılan uygulamalar sanayi devrimi ile gelişmeye başladı. Bu alanda yapılan çalışmalar için özel Amerikan şirketlerinde "Personel Yönetimi" terimi kullanılıyordu. O dönemde konuya yönelik ilgi, istihdama ve en iyi işçiyi seçip doğru yere yerleştirme ihtiyacına yönelmiştir. Sonraki yıllarda "Endüstri İlişkileri"nin gelişimi ile birlikte uygulamalar daha çok işçi sendikaları ile ilişkilendirildi. Çalışanların psikolojik durumları ve kişisel sorunları göz ardı edildiğinden, insan unsurunun öneminin giderek daha fazla fark edilmesi ve yaratıcı enerjisini tam olarak elde etmek için ihtiyaçlarını karşılamaya çalışması sonucunda "Personel Yönetimi" ve "İnsan İlişkileri" kavramları kullanılmaya başlanmıştır. "İnsan Kaynakları Yönetimi" terimi ise ilk olarak, 1990 yılında o dönemde yönetim alanında uzmanlaşmış en büyük kuruluş olan American Association for Personnel Management'ta kullanılmış ve önceki terimlere alternatif olarak ortaya çıkmıştır (Namsha, 2007: 18).

21. yüzyıl ile birlikte İKY önemli gelişmelere sahne olmuştur. İKY en basit şekli ile personel işlerini yönetme görevinden İK geliştirme görevine evrildi. Bu çerçevede insan kaynakları, örgütsel hedeflere ulaşmasını sağlayan ve rekabet avantajı kazandıran bir zenginlik olduğu ilkesinden hareketle "insan sermayesi" veya "entelektüel sermaye" olarak adlandırılmaya başlandı. Böylece modern teknoloji çağında başarı ve rekabet için en önemli faktörler haline gelmiştir (Barakhlia, 2018: 34).

Dolayısıyla bireylerin kurumlara bakış açısı, indirgenmesi gereken bir maliyet unsuru olmaktan çıkıp, kurumun yatırım yapılması ve değeri arttırılması gereken bir varlığı olarak kabul edilmeye doğru değişmiştir. Bu değişiklik, insanların kuruluşun kaynaklarından biri olarak görülmesine yol açmıştır. Bu nedenle bir örgütün bilgi ve beceri düzeyi yüksek insan kaynağına sahip olması durumunda örgütün bu değer varlığını koruması gerektiği söylenebilir (Alzahrani, 2021). Dijital insan kaynakları yönetimi, insan kaynakları

süreçlerinde teknolojik çözümler kullanarak veri analitiği, yapay zekâ, bulut bilişim, mobil uygulamalar ve diğer dijital araçlarla birlikte çalışmaktadır (Öztürk ve Karahançer, 2021). Ayrıca, çeşitli teknolojik programların kullanımı ile canlı sohbet, video konferans ve benzeri uygulamalar aracılığıyla çalışanların birbirleriyle iletişim kurmaları ve birlikte koordine olmaları için fırsatlar sunmaktadır (Halid vd., 2020).

Bibliyometri, araştırmacıların daha önceki yıllarda yayınlanmış verilerden çalışmalarını analiz etmek için kullanabilecekleri bir dizi istatistiksel ve matematiksel tekniği içeren bir araştırma alanıdır (McCain, 1990).

“Bibliyometri” terimi, ilk olarak 1969 yılında Alan Pritchard tarafından ortaya atılan bir kavramdır. Pritchard, bibliyometriyi analiz ederek bu iletişimin süreçlerini ve bir bilim olarak analiz eder. Bilim dalının gerçekliğine ve gelişimine rehberlik etmek için matematiksel ve istatistiksel yöntemlerin uygulanması olarak tanımlar (Lawani, 1981).

Bu çalışma, dijital insan kaynakları yönetimi alanında yüksek etkili dergilerde yayınlanan çalışmalar bağlamında dijital insan kaynakları yönetimindeki güncel konulara ışık tutmayı amaçlamaktadır. Bu nedenle araştırma döneminin son 10 yılını kapsayan 2013 -2022 yılları arasında yapılan çalışmalar ele alınmıştır. Araştırma soruları aşağıdaki gibidir:

- WoS veri tabanında 2013-2022 yılları arasında dijital IKY dergilerinde kaç makale yayınlandı?
- Dijital insan kaynakları yönetimi ile ilgili yayınlanan makalelerde en sık kullanılan anahtar kelimeler nelerdir ve aralarındaki bağlantılar nelerdir?
- Dijital insan kaynakları yönetimi ile ilgili en fazla sayıda çalışmaya sahip ülkeler hangileridir ve ülkeler arasındaki bağlantılar nasıldır?
- Dijital insan kaynakları yönetimi konusunda en çok yayınlanan dergiler ve üniversiteler hangileri?
- En çok atıf alan yazarlar kimlerdir ve aralarındaki bağlantılar nasıldır?

3. GEREÇ VE YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu çalışma, teoride ve uygulamada sıklıkla kullanılan "dijital insan kaynakları yönetimi" kavramının mevcut durumunu ve yapısını keşfetmenin yanı sıra akademisyenler, çalışanlar ve yöneticiler için pratik sonuçlar sunarak literatüre katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Bu, en kabul edilebilir veri tabanlarından biri olan 12 Şubat 2023 tarihli Scopus veri tabanındaki dergilerde 2013-2022 yılları arasında yayınlanan makaleler analiz edilerek yapılmıştır. Scopus, 20.000 derginin bilimsel, teknik, tıbbi ve sosyal disiplinlerdeki uzmanlar tarafından değerlendirildiği, 5.000'den fazla yayıncıdan yaklaşık 22.000 başlığı kapsayan, hakemli akademik dergilerde yayınlanan makalelerin özetlerini ve referanslarını içeren bir veri tabanıdır.

Bu veri tabanından elde edilen veriler VOSviewer yazılımı yardımıyla bibliyometrik analiz yöntemleri ile analiz edilmiştir. Analiz stratejisi olarak şu adımlar izlenmiştir: Veriler Scopus web sitesinden alınmış ve 2013-2022 arası dönem belirlenmiştir. Daha sonra diğer disiplinler

çıkartılarak sadece işletme ve sosyal bilimler onaylanmıştır. Böylece 1113 yayın elde edilmiştir.

3.2. Veri Analizi

Bu literatür taramasında, en yaygın kullanılan içerik analizi yöntemi olması, büyük miktarda verinin verimli bir şekilde işlenmesine olanak sağlaması ve sağlam ve iyi tanımlanmış teorilere dayalı olması nedeniyle bibliyometrik analiz yöntemini kullanmayı amaçlamaktadır (Zhu ve Wang, 2018). Bibliyometri, istatistiksel ve matematiksel teknikleri kullanan bir çalışma dalı olarak, araştırmacıların yayınlanmış verileri analiz etmek için kullanabilecekleri bir dizi yöntem olarak tanımlanmaktadır (Pritchard, 1969).

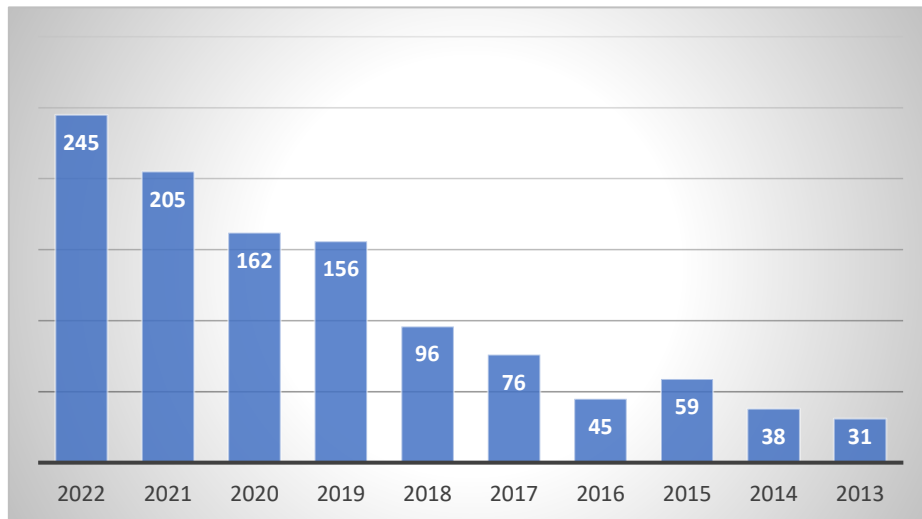
VOSviewer programı, etkileşimleri analiz etmek ve dijital insan kaynakları yönetimi ile konuyla ilgili yayınlanan ana anahtar kelimeler, ülkeler ve uluslararası dergiler arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak için kullanılmıştır. Haritalar aynı programla çizilmiş, gruplara farklı renk ve boyutlarda daireler ve ilişkilere göre daireleri birleştiren çizgiler gösterilmiştir. Yayınca dergi tablo verileri de aynı programdan elde edilmiştir.

4. BULGULAR

4.1. Yayınların Yıllara Göre Analizi

Bu çalışmada, dijital insan kaynakları yönetiminin gelişimi üzerine yapılan bir analizde, özellikle yayın yıllarına odaklanılarak detaylı bir değerlendirme gerçekleştirilmiştir. Yapılan incelemeye göre, 2013 ile 2022 arasındaki dönemde, bildiri konusu olarak dijital insan kaynakları yönetiminin önemli bir yer edindiği görülmektedir. Aşağıdaki Şekil 1'deki veriler incelendiğinde, 2023 yılının henüz tamamlanmamış olması nedeniyle bu yılın istatistiksel analiz dışında tutulduğunu göstermektedir.

Bu süre zarfında, konuyla ilgili yayınlanan bildirimlerin sayısındaki artış, dijital insan kaynakları yönetimi konusunun giderek daha fazla ilgi çektiğini ve araştırıldığını göstermektedir.



Şekil 1. Yayınların Yıllara Göre Dağılımı (2013-2023)

Yukarıdaki Şekil 1'deki verilerden 2013-2022 yılları arasında yapılan çalışmaların günümüze kadar giderek arttığı görülmektedir. Her yıl bir önceki yıla göre daha fazla ilgi gören dijital

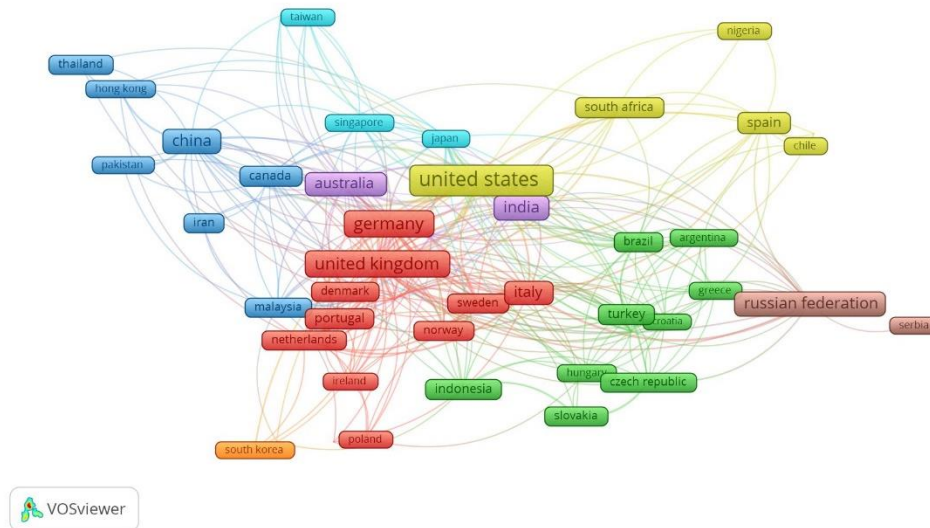
insan kaynakları yönetimi konusunda en fazla çalışma yapılmıştır, örneğin 2018 ile 2019 arasında 60 çalışmalık bir artış vardır. Bu, incelenen dönemde iki yıl arasındaki en büyük artıştır. 2022 yılı 245 yayının ile en çok yayınlanan yıldır.

4.2. Yayınların Ülkelere Göre Analizi

Dergilerde yayınlanan makaleler ülkelere göre incelendiğinde toplam 127 ülkeden makalelerin çoğunun 160 makale ile Amerika Birleşik Devletleri'nden yazarlara ait olduğu belirlenmiştir. Ardından aşağıdaki tabloda gösterildiği gibi İngiltere ikinci sırada gelir sonra, Almanya ve Rusya sıra ile gelmektedir.

Tablo 1. En Çok Yayınlanan Ülkeler

Ülke	Yayın sayısı
Amerika Birleşik Devletleri	160
İngiltere	92
Almanya	90
Rusya	86
Çin	81
Hindistan	69
Avustralya	61
İtalya	55
İspanya	37
Güney Afrika	33
Kanada	32
Portekiz	30
Endonezya	28
Fransa	27
Türkiye	25



Şekil 2. Ülkeler Arası Bağlantılar

VOSviewer yazılımı ile yapılmış olan analiz sonucunda 127 ülkeden en az 5 makaleye sahip ülkeler arasındaki ortak çalışmalar arasındaki ilişkilerin haritası çıkartılmıştır. Ortak çalışma

yapılan 51 ülkeden 5 küme oluşmuştur (Şekil 2). İlk kümede (kırmızı), İngiltere, Almanya, Danimarka, Portekiz, Hollanda, İrlanda, Norveç, İsveç, İtalya ve Polonya gibi ülkeler bulunmaktadır. İkinci kümede (yeşil), Türkiye, Hırvatistan, Brezilya, Çek Cumhuriyeti, Yunanistan, Arjantin, Endonezya, Slovakya gibi ülkeler yer almaktadır. Üçüncü kümede (mavi), Çin, Kanada, Tayvan, İran, Hong Kong, Pakistan, Japonya, Singapur ve Tayland bulunmaktadır. Dördüncü kümede (sarı) ABD, Güney Afrika, İspanya ve Şili gibi yer almaktadır. Son olarak Rusya Federasyonu, Sırbistan ile kahverengi rengini alıyor ve Rusya ile hem Amerika, Çin, İngiltere, Hindistan ve diğer birçok ülke arasında güçlü bağlar var.

4.3. Yayınların Dergilere Göre Analizi

Dijital insan kaynakları yönetimi konusunda en fazla sayıda yayın barındıran dergilere baktığımızda (Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University dergisinde) 11, (University of Johannesburg) dergisinde 9 yayın olduğunu göstermektedir. Scopus web sitesi üzerinden dijital insan kaynakları yönetimi konusunda yayınlanan 160 dergi bulunmaktadır ve bunların çoğunu aşağıdaki tabloda göstermektedir (Tablo 2).

Tablo 2. İlk 15 Dergide Yer Alan Yayın Sayıları

Yayıncı adı	Yayın sayısı
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University	11
University of Johannesburg	9
University of South Africa	9
RMIT University	8
Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule Aachen	7
Monash University	7
University College London	7
Sapienza Università di Roma	7
Istanbul Medipol Üniversitesi	7
University of Oxford	6
Plekhanov Russian University of Economics	6
Saint Petersburg State University	6
Ural Federal University	6
Università degli Studi di Salerno	5
Harvard University	5

4.4. Yayınların Anahtar Kelimelere Göre Analizi

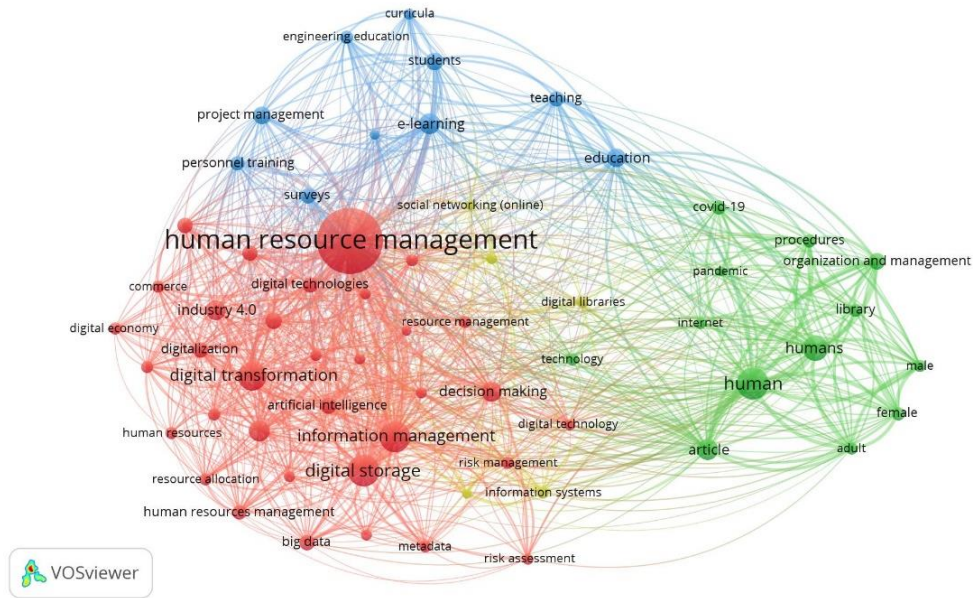
Yazarların kullandığı anahtar kelimelere göre dergilerde yayınlanan makalelere bakıldığında toplam 7335 anahtar kelime içerisinde en çok kullanılan kelime grubu (insan kaynakları yönetimi) kelimesi tespit edilmiştir. Ayrıca (insan) (bilgi yönetimi) gibi en çok kullanılan kelimeleri ve diğer anahtar kelimeleri aşağıdaki Tablo 3'te görebilmekteyiz.

Tablo 3. En Sık Kullanılan Anahtar Kelimeler

Anahtar kelimeler	Tekrar sayısı
Human Resource Management/insan kaynakları yönetimi	407
Digital Storage/Dijital Depolama	122
Human/insan	122
Information Managment/bilgi Yönetimi	113
Digital Transformation/dijital dönüşüm	102

Digital learning/Dijital eğitim	63
Article/Makale	62
knowledge management/Bilgi yönetimi	60
decision making /Karar verme	57
industry 4.0/endüstri 4.0	55
Education/eğitim	52
project management/proje Yönetimi	45
Students/öğrenciler	45
artificial intelligence/yapay zeka	43

Tablo 3'te gözükmeyen diğer anahtar kelimelerle birlikte, 7335 anahtar kelime arasındaki bağlantılarını yapabilmek için VOSViewer ile anahtar kelimeler analiz edilmiştir. Anahtar kelimeler arasında anlamlı bağlantı grupları oluşturmak amacıyla bir kelimenin en az 20 kez tekrar edilmiş olmasına karar verilmiştir. En az 20 kez tekrar edilme kriterini sağlayan 62 kelime arasındaki ilişkilere bağlı olarak 6 ana küme oluşmuştur. Oluşan bağlantılar Şekil 2'de görülmektedir.



Şekil 3. Anahtar Kelimeler Arasındaki Bağlantılar

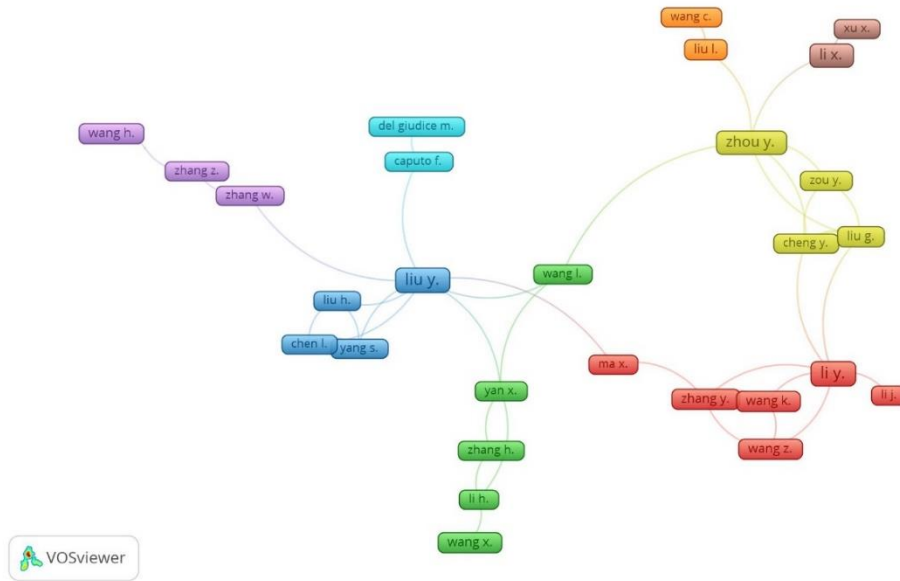
Anahtar kelimeler arasındaki bağlantılara bakıldığında kırmızı, mavi, yeşil ve sarı daireler çıkmakta, aynı renklerdeki bağlantılar kelimeler arasındaki ilişkileri göstermektedir. Renk grupları 3 gruptan oluşmaktadır. Birinci grup (kırmızı renk) insan kaynakları yönetimi, insan kaynakları, karar verme, bilgi yönetimi, dijital depolama, yapay zekâ ve endüstri 4.0 gibi kelimeleri içermektedir. İkinci grup (mavi), proje yönetimi, dijital eğitim, teknoloji, eğitim ve mühendislik eğitimi gibi kelimeleri içermektedir. Yeşil olan üçüncü grup insan, insan, makale, kütüphane, yönetim ve organizasyon, Covid 19, internet gibi kelimeleri içermektedir. Dijital kütüphane, bilgi sistemi, bilgi ve iletişim gibi diğer gruplar arasındaki ilişkiyi gösteren bazı kelimelerin sarı renkte görüldüğünü not etmektedir.

4.5. Yayınların Yazarlara Göre Analizi

Yazar sayısı 3306 olan yayınları yazarlarına göre incelediğimizde en çok yayın yapan yazarın 5 yayını Li Y. olduğunu ancak sadece 3 kez alıntı yaptığını görülmektedir. Ardından yazar Liu Y. 5 yayını ve 72 atıf ile ardından Li X. 4 yayını ve 66 atıf ile gelmektedir. İlk dört yazarın Doğu Asya'dan olduğunu görülmektedir. Atıf sayıları açısından tabloya bakıldığında, en çok alıntı yapan yayıncının 209 kez Bag S., ardından 193 kez Kaye J. olduğunu görülmektedir.

Tablo 4. En Çok Yayın Yapan Yazarlar

Yazar	Yayın Sayısı	Atıf Sayısı
Li Y.	5	3
Liu Y.	5	72
Li X	4	66
Zhou Y.	4	5
Edirisinghe R.	3	91
Fabbri T.	3	7
Fedorova A	3	6
Gillum S.	3	17
Gupta M.	3	7
Kumar N.	3	15
Bag S.	2	209
Kaye J.	2	193



Şekil 4. Ortak Yazarlık Analizi Sonuçları

3306 yazar arasındaki bağlantıların net olarak görülebilmesi için herhangi bir yazar için kriterler en az iki yazarla tanımlanmış ve bu koşulu sağlayan 171 yazar arasında bir görsel çizilmiştir (Şekil 4). Elde edilen sonuçlar göz önüne alındığında, yukarıdaki şekilde

gösterildiği gibi 8 grup vardır. İlk üç yazar arasında ilişki yoktur. Yazar Liu Y. Farklı gruplardan 8 diğer yazarla en büyük ilişkilerin sahibidir.

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada 2013-2022 yılları arasında doğrudan Scopus veri tabanında dijital insan kaynakları yönetimi konulu çalışmalara yer veren dergilerde yayınlanan makalelerin bibliyometrik yöntemle incelenmesi amaçlanmış olup, yayın sayısı 1113'tür. Yıllar ve her yıl yayınlanan makale sayıları incelendiğinde her yıl bir önceki yıla göre artış olduğu ve çalışmaların yarısından fazlasının son 3 yılda yapıldığı dikkat çekmektedir. VOSviewer programı, dijital insan kaynakları yönetimi konusunda yayın yapan en büyük dergileri ve üniversiteleri analiz etmek, haritalandırmak ve belirlemek için kullanıldı ve 11 yayınlı en çok -(Peter the Great St. Petersburg Polytechnic Üniversitesi) yayınlanmıştır, (University of Johannesburg) 9 yayınlı ikinci sıradadır.

Dergilerde yayınlanan anahtar kelimeleri incelediğimizde üç renge ayrılan üç ana grup bulunmaktadır (insan kaynakları yönetimi) ve (dijital depolama, insan, bilgi yönetimi, dijital dönüşüm, dijital eğitim, endüstri 4.0) kelimelerinin kullanıldığı dikkat çekmektedir. En çok kullanılan kelimelerdi ve onlar üzerinde en çok araştırmaların odak noktasıdır. Bir diğer önemli yöntem ise bu alanda araştırma eksikliği ve doldurulması gereken bir boşluk olduğunu ve bu alanda yapılacak çalışmaların literatüre katkı sağlayacağını ve zenginleştirmeye çalışacağını kanıtlamaktır.

Dünya genelinde dijital insan kaynakları yönetimi konusundaki ilk yayınları yapan ülkelerin Amerika ve İngiltere olması, bu ülkelerin hem ekonomik açıdan gelişmiş olmaları hem de dünya genelinde en yaygın olarak kullanılan dillere sahip olmalarıyla ilişkilidir. Amerika ve İngiltere, bilgi ve teknoloji alanındaki lider rolleriyle öne çıkmaktadır. Özellikle, günümüzdeki hızlı teknolojik gelişmelerin temelini atan sanayi devriminin İngiltere'de ortaya çıkması ve bu süreçte Harvard Üniversitesi'nin önemli bir rol oynamış olması, bu ülkelerin dijital yönetim alanındaki liderliğinin tarihî bir bağlamını yansıtmaktadır (Kaufman, 2014).

Almanya ve Çin'in bu sıralamada yer alması, küresel düzeyde teknoloji ve endüstriye yaptıkları katkılarla bilinirliklerini artırmış ülkeler olmalarından kaynaklanmaktadır. Her iki ülke de ekonomik açıdan güçlü bir konumda bulunmakta ve dijital dönüşüm süreçlerine öncülük etmektedir.

Çeşitli ülkeler arasında gerçekleşen ortak çalışmalar, coğrafi, kültürel ve dilsel bağlardan kaynaklanan işbirlikleri ve bağlantıları göstermektedir. Örneğin, Amerika ve İngiltere gibi kıta üzerinde bulunan ülkeler arasındaki bağlantılar, İspanya, Meksika ve Şili gibi farklı coğrafi bölgelerdeki ülkeler arasındaki işbirliklerinden farklılık göstermektedir. Bu durum, dijital insan kaynakları yönetimi konusundaki küresel çabaların ve araştırmaların sadece coğrafi değil, aynı zamanda kültürel ve dilsel etkenlere de bağlı olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak, Amerika ve İngiltere'nin öncü rolleri, gelişmiş ülkelerin dijital insan kaynakları yönetimi konusundaki liderliğini yansıtmakta, ancak çeşitli ülkeler arasındaki işbirliği ve bağlantılar, bu alandaki çalışmaların geniş bir perspektife dayandığını göstermektedir. Yazarlara göre analizleri incelediğimizde ilk yazarların Li Y. olduğunu sıraya gelip sonra Liu Y. , Li X. ve Zhou Y. sıralanmaktadır, ülkelerin analizin yapıldığında listenin başına doğu

Asya'dan bir ülke olmamasına rağmen listede ilk yazarlar doğu Asya'dan belirlenmiştir. Ayrıca yazar Bag S. en çok alıntı yapılan yazardır. Son olarak, belirli yazarların çalışmalarının öne çıktığı ve alıntılarının diğer araştırmacılar tarafından sıkça kullanıldığı görülmektedir. Bu, bu yazarların dijital insan kaynakları yönetimi alanında önemli katkılarda bulduklarını ve bu alandaki çalışmaların temel referans kaynakları olduğunu göstermektedir. Bu çalışma, dijital insan kaynakları yönetimi konusundaki gelecekteki araştırmalar için bir temel oluşturabilir ve bu alandaki literatüre katkı sağlamaya devam edebilir.

Bu çalışmanın elde ettiği bulgular, dijital insan kaynakları yönetimi alanında yapılan araştırmalara yeni bir bakış açısı getirmekte ve gelecekteki çalışmalar için bir temel oluşturmaktadır. Bu alandaki gelişmelerin takip edilmesi ve daha geniş kapsamlı araştırmalara yönelik çabalar, dijital insan kaynakları yönetimi konusundaki bilgi birikimini artırabilir ve bu alandaki uygulamalara değerli katkılarda bulunabilir.

KAYNAKÇA

- Abdel-Rahman Y. (2019). İnsan kaynakları yönetimi ve ticari organizasyonlarda dijital dönüşümün zorlukları. *Journal of Administrative and Economic Research*, (3), 207-219.
- Alzahrani, S. (2021). The impact of application of EHRM practices in achieving institutional excellence. *International Journal of Research and Studies Publishing*, (25), 97-146.
- Barakhlia. S. (2018). *Elektronik yönetimin insan kaynakları yönetiminin fonksiyonları üzerindeki etkisi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Mohamed Boudiaf Üniversitesi.
- Erdal, M. (2004). Bilişim teknolojilerinin öğrenmedeki yeri ve E-İnsan kaynakları yönetimi (E-HRM). Yazıcı S., (Ed.), *E-öğrenme: İnsan kaynakları eğitiminde stratejik dönüşüm içinde*. Alfa Basım Yayım Dağıtım.
- Feda, E. (2016). Dijital insan kaynaklarındaki değişimi anlatan "Dijital İK" e- kitabı yayınlandı. Kariyer. Net. <https://www.kariyer.net/website/BasinOdasi/BasinBultenDetay.aspx?bultenID=308>
- Genç Ç. (2016). E-İnsan kaynakları yönetiminde E-İşe alım süreci. *Anadolu Üniversitesi E-Kurgu İletişim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 24(1), 64-85.
- Halid, H., Yusoff, Y. M., & Somu, H. (2020). The relationship between digital human resource management and organizational performance. *First ASEAN Business, Environment, and Technology Symposium*.
- İbrahimağaoğlu, Ö. (2023). Elektronik insan kaynakları yönetimi ile ilgili bir yazın taraması. *Balkan & Near Eastern Journal of Social Sciences*.
- Kaufman, B. E. (2014). The historical development of American HRM broadly viewed. *Human Resource Management Review*, 24(3), 196-218. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2014.03.003>
- Kovancı, Y. (2022). *Dijital dönüşümün işgücü piyasasına etkisi: sektörel ve mesleki istihdam açısından Türkiye üzerine uygulama* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.

- Lawani, S. M. (1981). Bibliometrics: Its theoretical foundations, methods and applications. *Libri*, 31(1), 294-315.
- McCain, K.W. (1990). Mapping authors in intellectual space: A technical overview, *Journal of the American Society for Information Science*, 41(6), 433-443.
- Namsha, S. (2007). *Küreselleşmeyle yüzleşmek için insan kaynakları yönetimi stratejisi ve bunun Riyad'daki sivil ve güvenlik kurumlarında uygulanma olasılığı, güvenlik bilimlerinde* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Naif Arap Güvenlik Bilimleri Üniversitesi.
- Öztürk, C. ve Karahançer, E. (2021). Elektronik insan kaynakları yönetimi ve örgütsel güven ilişkisi: Siirt üniversitesi personeli örneği. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (37), 206-231.
- Pritchard, A. (1969). Statistical bibliography or bibliometrics. *Journal of Documentation*, 25, 348.
- Rawi, F. (2017). *The impact of human resource management practices on organizational capabilities* [Unpublished master's thesis]. Middle East University.
- Rewaya, H. (2005). *İnsan kaynaklarını planlamak ve geliştirmek için stratejik bir yaklaşım*, Kahire, Aldar aljamiye Evi.
- Touahri, F. (2015). *Cezayir kurumunda bilgi ve iletişim teknolojisi kullanımının insan kaynaklarının performansı üzerindeki etkisi, Ticaret'teki elektrik üretim şirketi vaka çalışması* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Oran Üniversitesi.
- Zhu, W., & Wang, Z. (2018). The collaborative networks and thematic trends of research on purchasing and supply management for environmental sustainability: A bibliometric review. *Sustainability*, 10(5), 1510. DOI: 10.3390/su10051510.

İtalya’da Futbolcu Gelirlerinin Vergilendirilmesi ¹

Taxation of Football Player Income in Italy

Ahmet GÜLER ^{1*}

İbrahim ORGAN ²

¹ Pamukkale Üniversitesi, ahmetg@pau.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2443-9301

² Pamukkale Üniversitesi, iorgan@pau.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4986-0805

* Yazışılan Yazar/Corresponding author

Makale Geliş/Received: 02.10.2023

Makale Kabul/Accepted: 22.11.2023

Araştırma Makalesi / Research Paper

DOI: 10.47097/piar.1370035

Öz

Günümüzde spor bedensel ve zihinsel aktivitenin ötesine geçerek kendine has bir sektör haline dönüşmüştür. Bu sektör içerisinde en büyük pay sahibi spor dalı futboldur. Gelişen teknoloji ile özellikle medya aracılığıyla birçok kitleye ulaşan futbol, ekonomiye sağladığı katkılar nedeniyle akademik alanda çalışmalara konu olmuştur. Futbolcuların elde ettikleri gelirlerin yüksek meblağlara ulaşması sıklıkla gündem konusu olmaktadır. Özellikle popüler futbolcuların gelirlerini yüksek tutmak için vergi oranının düşük olduğu veya verginin hiç olmadığı ülkelerdeki futbol kulüplerine transferlerinin gerçekleştiği görülmektedir.

Birçok Avrupa ülkesinde futbolcuların gelirleri genel esaslara göre vergilendirilmektedir. Ancak İtalya’da yabancı futbolcular için özel vergilendirme rejimi geçici süre de olsa uygulanmaktadır. Bu çalışmada, futbolcuların profesyonel futbolcu sözleşmelerinden kaynaklı gelirlerinin İtalya’da vergilendirilmesi yasal metinler çerçevesinde incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Futbol, Futbolcu, Gelir Vergisi, Ücretler, Vergilendirme.

Jel Kodları: H24, K34.

Abstract

Sports have gone beyond physical and mental activity and have become a sector of their own all over the world. The sport that has the largest share in this sector is football. Football, which reaches many audiences with developing technology, has been the subject of academic studies due to its economic contributions. Hence, the high incomes of football players are often the subject of the agenda. Especially, it is seen that popular football players are transferred to football clubs in countries with low tax rates or no taxes in order to keep their income high.

Although in most European countries, the income of footballers is taxed on a general basis, in Italy, a special taxation regime for foreign footballers is applied, even temporarily. This study examines professional football contracts in Italy within the framework of legal texts.

Keywords: Football, Football Player, Income tax, Employment Income, Taxation,

Jel Codes: H24, K34.

¹Bu çalışma Prof. Dr. İbrahim Organ danışmanlığında 02.12.2022 tarihinde tamamlanan “Futbol Kulübü Çalışanı Olarak Futbolcuların Elde Ettiği Gelirlerin Vergilendirilmesi: Çeşitli Ülke Vergi Mevzuatları İle Türk Vergi Mevzuatının Karşılaştırılması” adlı doktora tezi esas alınarak hazırlanmıştır.

1. GİRİŞ

Spor, fiziksel ve zihinsel sağlığa etki eden, sosyal etkileşimi arttıran, bireysel veya takım halinde gerçekleştirilen aktivitelerdir. Tarihsel süreçte avlanma, koşu, alet kullanma gibi hayatta kalmayı amaçlayan faaliyetler çağın gelişmesi, kültürel ve teknolojik ilerlemeyle çeşitlenerek boş zaman aktivitelerine, hobi veya mesleğe dönüşmüştür. Özellikle 1980'ler sonrası gerçekleştirilen teknolojik atılımlarla iletişim kolaylaşmış, spora doğrudan katılımın yanında dolaylı olarak katılım da hızla artış göstermiştir. Kişiler gerek fiziksel ortamlarda (stadyum, salon gibi) gerek radyo ve televizyon aracılığıyla gerekse dijital ortamda sürekli olarak sporun ve sportif faaliyetlerin içinde tutulmuştur. Sporun kişiler açısından vazgeçilmez bir olgu haline gelmesi onu büyük bir endüstriye dönüştürmüştür². Ulusal ve uluslararası olarak futbolla ilgili birçok organizasyon gerçekleştirilmesi, izleyici kitlesini arttırmaksızın futbolla bütünleştirmektedir. Küreselleşme ile birlikte futbol başlı başına bir ekonomi alanına dönüşmüştür.

Esasen futbolun ana unsurları futbolcular ve futbol kulüpleridir. Futbolcular açısından elde edilen gelir ücrettir. İster kadınlarda olsun ister erkeklerde olsun profesyonel futbolcu gelirleri ücret olarak kabul edilmekte ve vergiye tabi tutulmaktadır. Dolayısıyla profesyonel futbolcunun cinsiyeti fark etmeksizin elde edilen gelirin vergilendirme rejimi aynı olacaktır. Futbolcu ücretleri bugün dünyada ve ülkemizde sıklıkla gündemde yer almaktadır.

Bu çalışmada futbolcu gelirlerinin vergilendirilmesi açısından genel ve özel vergilendirme rejimine sahip olan İtalya'nın futbol tarihi, futbol lig yapısı ile vergilendirme sistemine genel bakış sunularak, profesyonel futbolcu sözleşmelerinden kaynaklı gelirleri özelinde ücret gelirinin vergilendirilmesi 2022 yılı vergilendirme dönemi açısından incelenmiştir.

2. İTALYA'DA FUTBOL TARİHİ VE FUTBOLCU GELİRLERİNİN VERGİLENDİRİLMESİ

2.1. İtalya Futbol Tarihi ve Futbol Liginde Genel Bakış

Futbolun İtalya'da popüler spor dallarından biri olmasının yanında, futbol tarihi açısından da oldukça önemli bir yeri vardır. Günümüz modern futbolunun oynanışı ve kurallarının İngiliz kaynaklı olması eski zamanlarda futbol benzeri topla oynanan oyunların olmadığı anlamına gelmemektedir.

Roma İmparatorluğu döneminde topla oynanan "Harpastum"³ adı verilen oyunun özellikle Romalı askerler arasında oynanan bir oyun olduğu bilinmektedir. Harpastum Romalı askerlerin etkisiyle Galya bölgesinde yaygınlaşmıştır. Yakın coğrafyalarda farklı adlarla oynanan topla oyunlarının varlığı (Örneğin Fransa'da Le Soule) ülkelerin etkileşim içinde bulunduğunu göstermektedir (Erdoğan, 2008: 14).

İngiltere ile olan ticari ilişkilerine bağlı olarak İtalya, modern futbolla 1880'li yıllarda tanışmıştır. "Torino Futbol ve Kriket kulübü" ile "Nobili Torino" İtalya'da kurulan ilk futbol kulüpleri olup bu iki kulüp 1891 yılında "Internazionale Torino" adıyla yeni bir futbol kulübü olarak birleşmişlerdir.

²2022 yılında küresel spor endüstrisi geliri yaklaşık 487 milyar dolardır. Bu rakamın 2027'de 623 milyar doları aşacağı beklenmektedir (Gough, 2023, <https://www.statista.com/statistics/370560/worldwide-sports-market-revenue/>)

³Küçük bir topla oynanan, modern futboldan ziyade rugby benzeri bir oyun.

İtalya'da kurulan futbol kulüplerinin müsabakaları dönemin ilk yıllarında İtalyan Jimnastik Federasyonu tarafından organize edilirken⁴, 26 Mart 1898'de İtalya Futbol Federasyonu (FIGC) kurulmuş, kulüplerin bu federasyonun organizasyonlarına da katılımı olmuştur. İtalya milli takımı ilk milli maçını 15 Mayıs 1910'da oynamıştır. Milano'da Fransa ile oynanan maçı İtalya 6-2 kazanmıştır (FIGC, 2023).

Günümüzde yalnızca FIGC tarafından düzenlenen liglerin şampiyonlukları resmi olarak tanınmaktadır. Tablo 1'de İtalyan futbol ligi sistemi gösterilmiştir.

Tablo 1. İtalya'da Profesyonel Futbol Ligleri

Seviye	Lig Adı
1	Serie A
2	Serie B
3	Serie C (Lega Pro) (3 Grup)

Kaynak: Transfermarkt, Sezona Göre Ulusal Ligler ve Kupa Müsabakaları (İtalya), <https://www.wwww.transfermarkt.com.tr/wettbewerb/national/wettbewerb/75> (22.09.2023)

İtalya lig sistemi piramit şeklinde yapılanmakta olup ilk üç seviye lig profesyonel diğer alt seviye ligler ise amatör ligler olarak belirlenmiştir. Lige yükselme veya ligden düşme neticesinde ligler içerisinde hareketlilik vardır. Futbol kulüplerinin amacı Serie A'ya yükselip lig şampiyonluğu elde etmektir. Piramit yapı uzun vadede de olsa her kulüp için bu imkânı sağlamaktadır.

Tablo 2. İtalya'da İlk Üç Seviye Futbol Ligine İlişkin Bazı İstatistikler (2023)

Ligin Adı	Kulüp Sayısı	Futbolcu Sayısı	Değeri (Euro)
Serie A	20	565	4,58 milyar
Serie B	20	571	474,82 milyon
Serie C (Lega Pro)	60	1599	276,02 milyon
Girona A	20	540	94,06 milyon
Girona B	20	555	93,00 milyon
Girona C	20	537	81.30 milyon

Kaynak: Transfermarkt, Sezona Göre Ulusal Ligler ve Kupa Müsabakaları (İtalya), www.wwww.transfermarkt.com.tr/wettbewerb/national/wettbewerb/75 (22.09.2023)

Yukarıda yer alan tabloda İtalya'nın profesyonel ilk üç seviye ligine ilişkin veriler sunulmuştur. Buna göre en üst seviye lig olan Serie A'nın piyasa değeri 4,58 milyar Euro olup, bu ligde 20 futbol kulübü 565 futbolcu bulunmaktadır. Bu futbolcuların %63,4'ü (358) yabancı futbolculardan oluşmaktadır. Bir alt lig Serie B'nin piyasa değeri ise Serie A'nın değerinin yaklaşık 1/10'udur (474,82 milyon Euro). Başka bir ifadeyle futbol kulüplerinin en üst lige çıkma gayesi kulüp tanınırlığı ile birlikte gelirden daha fazla pay alma yönündedir.

⁴Federasyonca 1913 yılından sonra futbol organizasyonları düzenlenmemiştir (<http://www.rsssf.com/tables/ital-fngichamp.html>)

Tablo 3. Serie A'da Yer Alan Takımların Marka Değerleri (Euro) (2023)

Takım	Piyasa Değeri
Napoli	577,75 milyon
Milan	529,15 milyon
İnter	523,35 milyon
Juventus	433,20 milyon
Roma	381,55 milyon
Atalanta	304,10 milyon
Lazio	284,78 milyon
Fiorentina	246,60 milyon
Torino	175,60 milyon
Bologna	159,85 milyon
Sassuolo	155,60 milyon
Udinese	147,23 milyon
Genoa	102,02 milyon
US Salernitana 1919	100,40 milyon
AC Monza	95,60 milyon
Empoli	92,40 milyon
Hellas Verona	80,28 milyon
US Lecce	74,03 milyon
Cagliari	63,33 milyon
FrosinoneCalcio	54,83 milyon
Toplam	4,58 Milyar

Kaynak: Transfermarkt, Serie A 23/24, www.transfermarkt.com.tr/serie-a/startseite/wettbewerb/IT1 (22.09.2023)

Serie A'da yer alan kulüplerin piyasa değerlerinin toplamı 4,58 milyar Euro'dur. Genel olarak çeşitli ülkelerin futbol liglerinde payın büyük bir kısmını 3 veya 4 takım oluşturmasına rağmen Serie A'da bu durum farklılık göstermektedir. Nitekim bu paylar Napoli % 12 (577,75 milyon Euro), Milan %11,5 (529,15 milyon Euro), İnter % 11,4 (523,35 milyon Euro), Juventus % 9,4 (433,20 milyon Euro), Roma % 8,3 (381,55 milyon Euro), Atalanta % 6,6 (304,10 milyon Euro) olarak görülmektedir.

Tablo 4. Serie A'daki Bazı Futbolcuların Değeri ve Yıllık Maaşı (Milyon Euro) (2023)

Futbolcu	Takım	Piyasa Değeri	Gelir
Dusan Vlahovic	Juventus	70	12,960
Wojciech Szczesny	Juventus	10	12,040
Lautaro Martinez	İnter	85	11,110
Alex Sandro	Juventus	3	11,110
Hakan Çalhanoğlu	Inter	40	11,110
Paul Pogba	Juventus	15	10,260
Alessandro Bastoni	İnter	60	10,190
Federico Chiesa	Juventus	40	9,260
Nicolo Barella	Inter	75	9,260
Bremer	Juventus	40	9,260

Adrien Rabiot	Juventus	40	8,970
Romelu Lukaku	Roma	40	8,970

Kaynak: Transfermarkt (<https://www.transfermarkt.com>) ve Capology (<https://www.capology.com/it/serie-a/salaries/>)

Serie A'da piyasa değeri yüksek olan bazı oyuncular ve bu oyuncuların yıllık maaşları yukarıdaki tabloda gösterilmiştir. Piyasa değeri yüksek oyuncuların çoğunluğunun Juventus'ta oynadığı görülmektedir. Futbolcuların piyasa değerleri ile gelirleri arasındaki farklılıklar futbolcunun sözleşmesine bağlı olarak yıllar içinde gösterdiği performansından kaynaklanmaktadır. Futbolcu başlangıçta yüksek bir bonservis ve buna bağlı yüksek maaşa imza atarken, yıllar içinde performansındaki düşüşe veya artışa bağlı olarak piyasa değeri azalmakta ya da yükselmekte iken maaşı aynı kalabilmektedir.

2.2. İtalyan Vergi Sistemine Genel Bakış

İtalyan vergi sistemi modern maliye anlayışına uygun olarak meydana getirilmiştir. Sistemde yer alan vergiler mali gücün göstergeleri olan gelir, servet ve harcamalar üzerinden alınmaktadır. İtalya'da gelir üzerinden gelir vergisi, kurumlar vergisi; harcamalar üzerinden katma değer vergisi (KDV), özel tüketim vergisi (ÖTV), gümrük vergisi, damga vergisi, finansal işlem vergisi, dijital hizmet vergisi, konaklama vergisi; servet üzerinden emlak vergisi, motorlu taşıtlar vergisi ve veraset ve intikal vergisi alınmaktadır.

Gelir üzerinden alınan temel gelir vergisi (Imposta sui redditi dele persone fisiche), (IRPEF) kişisel gelir vergisidir. Kişisel gelir vergisinin yanında uygulamada bölgesel yönetim ve belediyelerce tahsil edilen gelir vergileri de bulunmaktadır.

Gelir üzerinden tahsil edilen gelir vergisi, gerçek kişilerin elde ettiği kazançlar üzerinden alınmaktadır. Gelir vergisinin ön koşulu olarak kanunda belirtilen gelir unsurlarının elde edilmiş olması gerekmektedir. İtalya Gelir Vergisi Kanunu'nun (İTGVK)⁵ 6. maddesinde vergiye tabi gelirlerin neler olduğu belirtilmiştir. Bunlar (Karaş, 2020: 324);

- Taşınmaz mallardan elde edilen kazanç ve iratlar (gayrimenkul sermaye iradı ve zirai kazanç),
- Yatırım gelirleri (menkul sermaye iradı),
- Ücretler,
- Serbest meslek kazançları,
- Ticari kazanç,
- Diğer gelirlerdir.

İtalya'da mükellefiyet; tam ve dar mükellefiyet olarak ikiye ayrılmaktadır. Buna göre ikametgâhı İtalya'da olanlar, İtalya vatandaşları ve vergilendirme döneminin (bir takvim yılı) büyük bir bölümünde (183 gün veya daha fazla) İtalya'da bulunanlar tam mükellef olarak kabul edilir ve hem yurt içi hem de yurt dışı kazançlarının tamamı üzerinden gelir vergisine tabi tutulurlar (İTGVK, md. 2). İlgili hükümde dar mükellef belirtilmemiş olup bu

⁵Testo unico delle imposte sui redditi n.197, 22/12/1986.

şartlar dışında kalanlar yalnızca yurt içinde elde ettikleri kazanç ve iratlar üzerinden gelir vergisinin muhatabı olacaktır.

Taşınmaz mallardan elde edilen kazanç ve iratlar; İtalya'da taşınmazlar tapu siciline veya kentsel yapı tapu siciline kayıtlı olmalıdır. Taşınmazlardan elde edilen kazanç ilgili kanunda üç kısma ayrılmış olup bunlar; araziden ve binadan elde edilen gelir ile tarım ve ormancılıktan elde edilen gelirlerdir. Tarım ve ormancılıktan elde edilen gelir, fiili hâsılat veya elde edilen gelire göre belirlenmemekte arazinin kadastro değeri dikkate alınarak hesaplanmaktadır (OECD, 2020: 186). Gelir unsurları içerisinde taşınmazlardan elde edilen kazançlar tapuya kayıtlı değer üzerinden belirlenir. Dolayısıyla bina, arsa ve arazilerdeki değişiklikler belediyeye ve vergi dairesine bildirilmelidir.

Yatırım gelirleri; sermayenin kullanımından kaynaklı elde edilen gelirler arasında en çok rastlanılan gelirler faiz geliri ve kar paylarıdır (Senato della Repubblica, Camera dei deputati, 2021: 17). Faiz gelirleri elde edilen kaynağa göre farklı şekillerde vergiye tabi tutulmaktadır. Devlet tahvilinden elde edilen faiz gelirleri üzerinden %12,5 stopaj uygulanır ve bu vergi nihai vergidir. Borsada işlem gören şirketlerce ihraç edilen menkul kıymetlerden elde edilen faiz gelirinden %26 oranında kesinti yapılmakta ve bu gelir beyan edilmemektedir. Banka mevduat hesaplarından kaynaklı faiz geliri de beyan edilmemekte ve uygulanan %26'lık stopaj oranı ile vergi nihai vergi olmaktadır. Ancak yabancı bankalardan kaynaklı faiz geliri beyan edilmelidir (KPMG, 2021). Kar paylarında uygulanan vergilendirme, aktarım yapılacak ortağın nitelikliliğine göre farklılaşmaktadır. Nitelikli ortakta kasit borsada işlem gören şirketin oy hakkının %2'sine veya sermayesinin %5'ine sahip olanlar ile borsaya kayıtlı olmayan şirketler için oy hakkının %20'si veya sermayenin %25'ine sahip olanlardır. Bu kimselerin elde ettikleri kar paylarının % 58,14'ü vergiden istisnadır, kalan tutar üzerinden artan oranlı vergileme yapılmaktadır. Diğer ortakların elde ettikleri kar payına ise %26 oranında stopaj uygulanmaktadır (Oliva, 2022).

Serbest meslek kazançları; uzmanlığa dayalı olarak yapılan sanat ve mesleklerin icrasından elde edilen gelirlerdir. Kavramsal olarak serbest meslek faaliyeti işverene tabi olmaksızın ticari faaliyet dışında kalan nitelikli faaliyeti ifade etmektedir (Mondini, 2021: 3). Fikri haklar, sınai patentler, bilimsel icatlar gibi haklardan elde edilen gelir de serbest meslek kazancı olarak değerlendirilmektedir. Elde edilen kazanç ile kazancın elde edilmesi için yapılan giderler arasındaki fark gelir vergisine tabi tutulur (İTGVK, m. 53-54). Gelir vergisi, artan oranlı tarife uygulanarak hesaplanmaktadır. Yerleşik olmayan kişilerce elde edilen kazanç üzerinden %30 stopaj uygulanmaktadır (PwC: 2021).

Ticari Kazanç; ticari işletmelerin faaliyetlerinden elde ettikleri gelir olarak tanımlanmıştır. Bununla birlikte madenler, taş ocakları, bataklıklar, göller, göletler ve diğer iç suların işletilmesi de ticari faaliyet kapsamında değerlendirilmiştir. Ticari faaliyet sonucu elde edilen gelirlerin tespiti ve vergilendirilmesi farklı şekillerde gerçekleşmektedir. Sermaye şirketleri ile yıllık kazançları 400.000 Euro'yu aşan bireysel işletmeler ve şahıs şirketleri normal vergilendirme rejimi (kurumlar vergisi) ile sabit bir oranda (%24) vergilendirilmektedir. 400.000 Euro'yu aşmayan bireysel işletmeler ise basitleştirilmiş rejimi kullanarak kazançlarını (hasılat-giderler) belirlemektedir. Bu kazançlarına artan oranlı gelir vergisi tarifesi uygulanmaktadır. Yıllık ticari kazançları 65.000 Euro'yu aşmayan mükellefler için ise %15'lik sabit bir vergi uygulaması mevcuttur (Agenzia delle Entrate, 2020).

Diğer Gelir; ticari, zirai ve mesleki faaliyeti haricinde kişinin sahip olduğu taşınmazı elinden çıkarması sonucu, satış fiyatı ile satın alma maliyeti arasında ortaya çıkacak kazanç değer artışı kazancı olarak değerlendirilir ve bu kazanç vergiye tabi tutulur. Ancak taşınmaz beş yıldan fazla süredir elde tutulmuşsa, kazanç vergiden istisna edilmiştir. Beş yıl içinde elden çıkarmadan kaynaklı bu kazançlara artan oranlı tarife uygulanmaktadır (Ubay, 2013: 74). Belirli koşullar altında bu gelirler %26'lık sabit bir oranla da vergilendirilebilmektedir.

Ücret; bireyin sunduğu hizmet karşılığında işveren veya üçüncü bir kişi tarafından (iş ile ilgili olmak kaydıyla) kendisine yapılan aynı ve nakdi ödemeler ile bireye sağlanan menfaatlerin tamamından oluşmaktadır. Bireye nakdi ödeme yapılabilmekle birlikte, ikramiye, konut desteği, taşınma masrafı, şirket arabasının kullanımı, iş ile ilgili seyahat masrafı gibi unsurlar da ücret kapsamında değerlendirilmektedir. Ancak bazı hallerde gelir kabul edilen unsurların bir kısmı vergiden istisna edilmiştir. Taşınma masrafları, çalışan tarafından ödenmiş ve belgelendirilmişse vergilendirilmeyecektir, ancak masrafların işverence karşılanması durumunda (yurt içi 1.549,37 Euro'yu, yurt dışı 4.648,11 Euro'yu geçmemek üzere) %50'si indirim konusu yapılabilmektedir (KPMG, 2021).

İtalya'da ücret gelirinden bir takım indirimler yapılmaktadır. Vergiye tabi gelirden yapılabilecek indirimler şunlardır (PWC, 2023);

- Zorunlu sosyal güvenlik katkı payları (tamamı),
- Engelli bireylerin sağlık harcamaları (tamamı),
- Tamamlayıcı emeklilik fonlarına ödenen katkı payları (5.164,57 Euro'ya kadar),
- Mahkeme kararıyla boşanmış eşe yapılan nafaka ödemeleri (çocuk var ise çocuğa ait kısım hariç),
- Belirli dini kuruluşlara yapılan bağışlardır (1.032,91 Euro'ya kadar).

Yalnızca yerleşik sayılanlara yönelik sınırlı olarak yapılabilecek indirimler de mevcuttur. Bunlar;

- Mükellefin kendisi, eşi ve bakmakla yükümlü oldukları kişiler için yaptıkları 129,11 Euro'yu aşan sağlık harcamaları (aşan kısmın %19'una kadar),
- 1.291,14 Euro'yu aşmayan gönüllü hayat sigortası ve kaza primleri,
- İpotek kredileriyle bağlantılı olarak bankaya yapılan faiz ödemeleri (4.000 Euro'ya kadar),
- Cenaze masrafları (1.550 Euro'ya kadar),
- Eğitim masrafları (İlk ve orta derece için (çocuk başına yıllık) 800 Euro'ya kadar, üst dereceler için öğrenim ücretini geçmeyecek kadar),
- Emlakçuya yapılan ödeme (1.000 Euro'ya kadar),
- Belirli kamu kuruluşlarına yapılan bağışlardır.

Yukarıda belirtilen indirim konuları ve miktarları yanında çalışanın kendisi ve ailesi için hesaplanan vergiden indirilmek suretiyle istihdam indirimi ve aile indirimi uygulamaları bulunmaktadır (KPMG,2021).

İstihdam indirimi, yıllık kazancı 8.000 Euro'ya kadar olanlar için 1.880 Euro, 55.000 Euro'ya kadar (gelirin artışıyla birlikte azalarak) azami 978 Euro, 55.000 üzeri için ise 0 Euro olarak uygulanmaktadır.

Aile indirimi; çalışanın yıllık geliri 2.840,51 Euro'dan az ise eş için uygulanacak temel indirim tutarı 800 Euro olacaktır. Yıllık kazançtaki artışa göre (15.000 Euro'ya kadar) indirim konusu tutar kademeli olarak azaltılacaktır. 15.000 Euro ile 40.000 Euro arasındaki gelirler için tutar 690 Euro olarak sabitlenmiştir. Kazancın 40.000 Euro'dan fazla olması durumunda 80.000 Euro'ya kadar aile yardımı (eş için) kademeli olarak azaltılmakta ve tutar sıfır olana kadar düşebilmektedir. Benzer bir uygulama çocuklar için de geçerlidir. Bir çocuk için söz konusu indirim tutarı 950 Euro'dur. Gelirdeki artışa (95.000 Euro'ya kadar) bağlı olarak tutar kademeli olarak azalmaktadır.

Tablo 5. İtalyan Gelir Vergisi Hesaplama Süreci

Aşama	Açıklama
Brüt gelirin tespiti	Mükellefin vergilendirme dönemi içinde elde ettiği kazanç ve iratlar toplanır.
Net gelire ulaşılması	İşle ilgili harcamalar ve belirtilen diğer indirimler uygulanır. Ücretliler için sosyal güvenlik katkıları, ücret gelirine uygulanacak indirimler belirlenir ve uygulanır.
Verginin hesaplanması	Net gelire artan oranlı vergi tarifesi uygulanarak kişisel gelir vergisi hesaplanır.
Ödenecek vergini bulunması	Yıl içinde ödenen vergilerin mahsubu ile (varsa) istihdam ve aile indiriminin uygulanır.
Bölgesel Gelir Vergisi'nin Hesaplanması	Net gelire %0,70 ila %3,33 arasında bölgesel gelir vergisi oranı uygulanır.
Belediye Gelir Vergisi'nin Hesaplanması	Net gelire %0,1 ila %0,9 arasında belediye gelir vergisi oranı uygulanır.

Kaynak: İtalya Gelir Vergisi Kanunu'nda yer alan hükümlerden yararlanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Ücret gelirleri çalışana yapılan ödemeler esnasında artan oranlı tarife kullanılarak kaynaktan kesinti yoluyla vergiye tabi tutulur. Vergilendirme dönemi bir takvim yılı olup mükellefler vergi beyanlarını Mod. 730 formu ile beyan etmelidirler. Elektronik ortamdan gönderilmeyen beyannameler 1 Mayıs - 30 Haziran tarihleri arasında vergi idaresine verilmelidir. Prensip olarak ödenecek gelir vergisi 257,52 Euro'dan az ise tek taksitle (30 Kasım'a kadar), 257,52 Euro'dan fazla ise iki taksitle (birinci taksit ödenecek verginin %40'ı 30 Haziran'a kadar, ikinci taksit ödenecek verginin %60'ı) 30 Kasım'a kadar ödenmektedir. Ancak Mod. 730 formunu dolduran ücret geliri elde edenler için eksik veya fazla hesaplanan vergi, vergi idaresi tarafından değil Temmuz ayından itibaren işverenlerce maaştan kesinti veya geri ödeme yapılmak suretiyle gerçekleştirilmektedir (Agenzia delle Entrate, 2023).

İtalya'da uygulamada olan özel bir vergilendirme rejimi bulunmaktadır. Bu rejime göre İtalya'da çalışmak isteyen kimselerin son iki vergilendirme döneminde İtalya'da vergi mükellefiyetlerinin bulunmaması ve İtalya'ya yerleşip iki vergilendirme dönemi boyunca

mükellefiyetlerini taahhüt etmeleri durumunda, bu kimseler elde edecekleri istihdam gelirinin %70'ini beş yıl boyunca indirim konusu yapabilmektedirler (WEB_2). İtalya'da son iki vergilendirme döneminde mükellef olmamaları, İtalya'da ikamet etmemeleri ve İtalya'ya döndükten sonra iki vergilendirme dönemi İtalya'da ikamet ederek mükellef olmayı taahhüt etmeleri gerekmektedir. Bununla birlikte profesyonel sporcular için indirim konusu oran %50 olarak uygulanmaktadır (PWC, 2022: 1). Nitekim çıkarılan kararname ile profesyonel futbolcular kalifiyeli gurbetçi olarak sayılacağından indirim konusu oran vergiye tabi gelirin %50'si olacaktır (Houben vd, 2021: 43). Bunlar dışında kalan yani profesyonel olmayan futbolcular için indirim konusu oran %70 olarak uygulanacaktır.

2.3. Bir Meslek Olarak Futbolculuk ve Amatör-Profesyonel Futbolcu Ayırımı

Spor faaliyetini gerçekleştiren kimseler sporcu olarak nitelenmekte ve spor branşına göre basketbolcu, voleybolcu, futbolcu vb. adları taşımaktadırlar. Futbolda amatör ve profesyonel olmak üzere iki statü bulunmaktadır. Amatör futbol daha çok boş vakti kullanmak, eğlenmek vb. gibi nedenlerle yapılırken, profesyonel futbol daha çok para kazanmak amacıyla meslek olarak yapılmaktadır (Yıldız ve diğerleri, 2018: 232).

Profesyonel anlamda futbolculuk, futbol tarihi açısından maddi menfaat sağlama amacıyla başka bir takıma transfer olunması olarak anlaşılmaktadır. Profesyonel futbolcu kimliği ile futbol tarihine geçmiş iki isim 1879 yılında İskoçya'dan Darwen'e transfer olan Fergus Suter ve Jimmy Love'dur (Lewis, 2017: 166). Futbol eğlence, fiziksel aktivite, rekabet duygusu ile müsabaka kazanmanın yanında gelir yaratan bir uğraşı haline dönüşmeye başlamıştır. Futbolda profesyonelleşme 1870'li yıllarda başlamış ve 1885 yılında Futbol Birliği tarafından tanınmıştır (Kerrigan, 2005: 35).

Profesyonel futbolcu ve amatör futbolcu ayırımında genel kıstas futbolcuların faaliyetleri karşılığında ücret elde edip etmedikleridir. Genel olarak ücret elde edenler profesyonel, etmeyenler amatör futbolcu olarak ifade edilmektedir. Ancak, günümüzde amatör liglerde oynayan futbolcuların da futbolu bir meslek haline getirip ücret karşılığında oynuyor olmaları, profesyonel-amatör futbolcu ayırımında bu kıstası tartışılır hale getirmiştir.

Latince kökenli olan amatör kavramı "amare" kelimesinden türetilmiştir. "Hoşlanmak, sevmek" anlamına gelen bu kavram ile sporda amatörlüğü "sporun sevilerek, bir hobi olarak yapılması" olarak tanımlayabiliriz. Başka bir bakış açısıyla amatörlükte spor maddi kazançtan çok manevi kazanç (sağlık, fizik vb...) yönelmekte ve mesleki bir uğraşı söz konusu olmamaktadır (Küçükgüngör, 1999: 40).

FIFA Oyuncu Statüsü ve Transfer Talimatı'nda profesyonel ve amatör ayrımı belirtmiştir. Bu talimata göre (Commentary on the Regulations for the Status and Transfer of Players, Article 2: 12) amatör sporcu, sporu maddi bir amaç gütmeksizin sadece hobi veya eğlenmek üzere yapan kimse olarak tanımlanmış, faaliyeti için yaptığı harcamaları haricinde başkaca bir ücret elde etmeyen ve kulüple yazılı bir sözleşmesi bulunmayan kimse olarak belirtilmiştir. Bu talimata uygun olarak Profesyonel Futbolcuların Statüsü ve Transferleri Talimatı' da (2016, md. 3 ve 4) amatörlüğü bir kulüp ile yazılı bir sözleşmesi olup, faaliyeti için yapılan harcamalardan daha fazla miktarda ödeme yapılan futbolcuların dışında kalanlar olarak tanımlanmış ve devamında spor faaliyeti için yapılan bazı giderlerin karşılanmasını futbolcunun amatörlük statüsünü bozmayacağı belirtilmiştir.

Bu tanımlamaların doğrultusunda profesyonel anlamda spor dalı ile sporcu kavramlarının birbirlerinden ayrılması gerekmektedir. Şöyle ki bir spor dalının profesyonelleşmesi hukuki bir düzenlemeyi gerektirirken sporcu için böyle bir duruma ihtiyaç bulunmamaktadır. Örneğin amatör bir kulüpte gereksinimleri haricinde başkaca gelir elde eden sporcu, tanımlar itibari ile profesyonel olarak nitelenmektedir. Tam tersi düşünüldüğünde profesyonel kabul edilen spor dalında maddi bir karşılık beklemeden faaliyet gösteren amatör sporcular da (Küçükgüngör, 1999: 42) bulunabilir. Özetle bu ayırım da spor dalı için göz ardı edilmek suretiyle futbolcuların sözleşme yoluyla ve meslek edinmek suretiyle, faaliyetleri için gereksinimleri dışında (fazlası) gelir etmesi, futbolcuyu profesyonellik statüsüne sokacaktır.

2.4. İtalya'da Futbolcuların Elde Ettiği Gelirlerin Vergilendirilmesi

Sporcunun bir işverene bağımlı olması veya olmaması neticesinde gelirin türünün değiştiği görülmektedir. Faaliyetin bir iş ilişkisi kapsamında gerçekleşmesi halinde gelir istihdam geliri, hizmetlerin bağımsız bir hizmet ilişkisi çerçevesinde yapılması halinde serbest meslek geliri sayılacaktır. Örneğin futbolcunun gerçekleştirdiği faaliyet futbol kulübü ile sözleşmeden kaynaklandığından istihdam geliri kabul edilecek, nitekim profesyonel bir golfçü için işverene bir bağımlılık oluşmadığından serbest meslek geliri sayılacaktır (Tavecchio vd, 2018: 13). Çalışmada futbolcu gelirlerinden yalnızca profesyonel sözleşmelere dayalı gelir incelendiğinden, ücret gelirinin vergilendirilmesi üzerinde durulmuştur.

Yeni vergilendirme rejimiyle belirlenen şartlar sağlandığında (İtalya'da son iki vergilendirme döneminde mükellef olmamaları, İtalya'da ikamet etmemeleri ve İtalya'ya döndükten sonra iki vergilendirme dönemi İtalya'da ikamet ederek mükellef olmayı taahhüt etmeleri) futbolcu maaşının %50'sini beyan edecektir⁶. Bu durum daha önce de İspanya'da uygulanan Beckham Yasası'na benzetilebilmektedir.

Tablo 6. İtalya Gelir Vergisi Tarifesi (2022)

Vergi Matrahı (Euro)	Vergi Oranı
15.000'ye kadar	% 23
15.001 – 28.000	% 25
28.001 – 50.000	% 35
50.001 ve üzeri	% 43

Kaynak: Agenzia de Entrate (İtalya Gelir İdaresi Başkanlığı) Resmi İnternet Sitesi
<https://www.agenziaentrate.gov.it/portale/web/english/personal-income-tax-rates-and-calculation>
(22.09.2023)

⁶Türkiye'de futbolcuların elde ettiği gelir ücret geliri olarak kabul edilmekte ve bu gelir üzerinden gelir vergisi alınmaktadır. Ülkemizde gerçek kişilerin gelirlerinin vergilendirilmesinde 193 Sayılı Gelir Vergisi Kanunu (GVK) hükümleri uygulanmaktadır. Bu Kanunda maaşın beyan edilecek tutarının tespitinde İtalya'dakine benzer bir uygulama söz konusu değildir. İtalya'da futbolcu maaşının % 50'sinin beyan edilmesinde dikkate alınan hususlardan biri İtalya'da ikamet etmemeleri ya da iki vergilendirme dönemi ikamet etmeleridir. Bu konunun GVK'da izdüşümü olduğu düşünülen hükmü tam ve dar mükellefiyete ilişkindir. GVK'nun 4. ve 6. maddesi bir arada değerlendirildiğinde ikametgâhı Türkiye'de bulunanlar yerli-yabancı futbolcu ayırımı söz konusu olmaksızın tam mükelleftir, ikametgâhı Türkiye'de bulunmayanlar dar mükelleftir. Tam veya dar mükellef olmanın Türkiye'de futbolcuların beyan edeceği gelirin (yurtiçi) tutarını etkilemesi söz konusu değildir.

İtalya'da gelir vergisi artan oranlı tarife dikkate alınarak hesaplanmaktadır. Tarifedeki en düşük oran %23, en yüksek oran ise % 43'tür⁷. Gelir vergisi açısından üç tip gelir vergisi bulunmaktadır. Bunlardan biri yukarıda yer alan tablodaki Ulusal Gelir Vergisi, bir diğeri ikametgâha bağlı olarak alınan ve oranı % 1,23 ila % 3,33 arasında değişen bölgesel gelir vergisi ve son olarak % 0 ila % 0,9 arasında değişen belediye gelir vergisidir.

Tablo 7. İtalya'da Futbolcu Gelirlerinin Vergilendirilmesi (Euro)

Brüt Gelir	1.000.000
Sosyal Güvenlik Katkıları	100.000
<i>Brüt Gelir x %10</i>	
Diğer İndirimler⁸	-
Gelir Vergisine Tabi Gelir	900.000
Hesaplanan Gelir Vergisi	380.160
<i>15.000'e kadar (15.000 x %23)</i>	<i>3.450</i>
<i>15001'den' 28.000'e kadar (13.000 x %27)</i>	<i>3.510</i>
<i>28.001'den 50.000'e kadar (22.000 x %35)</i>	<i>7.700</i>
<i>50.001'den fazlası (850.000 x %43)</i>	<i>365.500</i>
Bölgesel Gelir Vergisi	15.473,3
<i>15.000'e kadar (15.000 x %1,23)</i>	<i>184,5</i>
<i>15001'den' 28.000'e kadar (13.000 x %1,58)</i>	<i>205,4</i>
<i>28.001'den 50.000'e kadar (22.000 x %1,72)</i>	<i>378,4</i>
<i>50.0001'den fazlası (850.000 x %1,73)</i>	<i>14.705</i>
Belediye Gelir Vergisi	7.200
<i>900.000 x %0,8</i>	
Toplam Gelir Vergisi	402.833,3
Net Ele Geçen	497.166,7
<i>(Brüt Gelir – Kesintiler)</i>	<i>(1.000.000 – 502.833,3)</i>

Kaynak: İtalya'da ücret gelirlerinin vergilendirilmesine yönelik olan yasal metinlerden yararlanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 7'de bekâr, çocuğu olmayan ve başkaca gideri bulunmadığı varsayımı altında brüt maaşı 1.000.000 Euro olan ve Milano'da ikamet eden futbolcunun eline geçecek net tutar tespit edilmiştir. Futbolcunun brüt gelirinin 55.000 Euro'dan fazla olması sebebiyle futbolcu istihdam indiriminden yararlanamamaktadır. Hesaplanan gelir vergileri toplamı 402.833,3

⁷Türkiye'de gelir vergisi artan oranlı tarifeye sahip bir vergidir. Ancak GVK'nın Geçici 72. Maddesi ile futbolcu ücret gelirlerinin vergilendirilmesinde artan oranlılık sabit oranlılığa dönüşmüştür. Bu durum 7194 sayılı Kanununun 21. maddesiyle Geçici 72. Madde de yapılan değişiklikle kısmen de olsa giderilmiştir. Son yapılan düzenlemeye göre kulübü ile 1 Kasım 2019 tarihinde önce sözleşme imzalayan futbolcuların elde ettiği gelirler üzerinden oynadıkları liglere göre % 15, % 10 ve % 5 oranında stopaj yapılacaktır. Yapılan bu stopaj nihai vergileme olup, bu gelirler için beyanname verilmeyecektir. Kulüpleri ile 1 Kasım 2019 tarihinde sonra sözleşme imzalayan futbolcuların elde ettiği gelirler üzerinden oynadıkları liglere göre % 20, % 10 ve % 5 oranında stopaj yapılacaktır. Ancak elde edilen ücret geliri toplamının, GVK'nın 103. maddesinde yazılı tarifenin dördüncü diliminde yer alan tutarı (2023 yılı için 1.900.000 TL) aşması hâlinde, bu gelirler yıllık beyannameyle beyan edilecek, beyan edilen bu gelirler üzerinden hesaplanan gelir vergisinden, tevkifat yapmakla sorumlu olanlarca vergi dairesine ödenmiş olması şartıyla, kesilen vergiler mahsup edilecektir.

⁸İndirim konusu bulunmadığı varsayılmıştır. Brüt gelir 55.000 Euro'dan fazla olduğundan çalışan indiriminden yararlanmaktadır.

Euro olup futbolcunun eline geçecek net tutar 497.074 Euro olacaktır. Başka bir ifadeyle gelirinin %40'ı (gelir vergileri toplamı) vergiye tabi tutulmuştur. Şayet futbolcu özel vergilendirme rejimi için gerekli şartları sağlar ise brüt geliri üzerinden %50 gider yapabilecek ve maaşının %50'sini beyan edecektir. Kaba bir hesaplamayla Brüt geliri 1.000.000 Euro olan futbolcunun indirim sonrası vergilendirilebilir geliri olan 500.000 Euro'ya artan oranlı tarife uygulanacak, hesaplanan gelir vergisi 208.160 Euro bulunacak ve net ele geçecek tutar 791.840 Euro olacaktır. Futbolcuların bu indirimden yararlanmaları için son iki vergilendirme döneminde mükellef olmamaları, İtalya'da ikamet etmemeleri ve İtalya'ya döndükten sonra iki vergilendirme dönemi İtalya'da ikamet ederek mükellef olmayı taahhüt etmeleri gerekmektedir (Merola, 2022).

3. SONUÇ

Yüksek meblağlara ulaşan profesyonel futbolcuların İtalya ve Türkiye dahil olmak üzere birçok ülkede doğrudan veya dolaylı olarak ücretli olarak kabul edildiği görülmektedir. Yasal metinlerden hareketle profesyonel futbolcuların kulüp ile aralarındaki sözleşme ile işverenin futbol kulübü olması çalışanın ise futbolcu olması sebebiyle çalışan olarak futbolcuların gelirlerinin ücret olarak kabul edilmesi ve bu esaslara göre vergilendirilmesi gerekmektedir.

Futbolcuların sözleşmelerinden kaynaklı ödemelerin vergilendirilmesi İtalya'da vergi mevzuatında belirlenen genel esaslara göre gerçekleştirilmektedir. Bunun yanında İtalya'da uygulamada olan özel bir vergilendirme rejimi de bulunmaktadır. Bu rejime göre İtalya'da çalışmak isteyen kimselerin son iki vergilendirme döneminde İtalya'da vergi mükellefiyetlerinin bulunmaması ve İtalya'ya yerleşip iki vergilendirme dönemi boyunca mükellefiyetlerini taahhüt etmeleri durumunda, elde edecekleri istihdam gelirinin %50'sini (futbolcular için) beş yıl boyunca indirim konusu yapabilmektedirler. Başka bir ifadeyle İtalya'da son iki vergilendirme döneminde mükellef olmamaları, İtalya'da ikamet etmemeleri ve İtalya'ya döndükten sonra iki vergilendirme dönemi İtalya'da ikamet ederek mükellef olmayı taahhüt etmeleri gerekmektedir. Ulusal gelir vergisinin yanında düşük artan oranlılıkla bölgesel gelir vergisi bunlarla birlikte çok daha düşük bir oranla belediye gelir vergisi hesaplanmaktadır. Bekâr olan ve özel vergi rejimi dışında kalan futbolcunun 1.000.000 Euro brüt gelire sahip olduğu ve indirim konusu bulunmadığı varsayılmıştır ve brüt gelirinin 55.000 Euro'yu aşması sebebiyle çalışan indirimden yararlanmadığı varsayımı altında sadece sosyal güvenlik katkı payının indirilebilmesi sebebiyle vergi matrahı 900.000 Euro olmaktadır. Hesaplanan vergiler toplamı 402.925 Euro (380.170 + 15.555 + 7.200)'dur. Kesintilerin de dâhil edilmesiyle futbolcunun eline geçecek net tutar 497.075 Euro olacaktır. Dolayısıyla yaklaşık olarak brüt gelirin yarısı vergi vb. mali yükümlülüklerle gitmektedir. Özel vergilendirme rejiminin şartlarının sağlanması halinde aynı varsayımlar altında brüt geliri 1.000.000 Euro olan futbolcunun geliri üzerinden hesaplanacak gelir vergisi 208.160 Euro olup, yerli futbolcular için vergi oranı ortalama %40 olurken, yabancı futbolcuların %20'lik oran ile (bu oran uygulamada olmayıp gelirinin %50'sini indirim konusu yapabileceğinden kaynaklanmaktadır) avantaj sağlanmıştır.

Ülkemizde ücretler üzerinden gelir vergisi alınmakta olup futbol liglerinde oynayan futbolcuların elde ettikleri gelirler ücret kabul edilmekte ve elde edilen bu gelir üzerinden gelir vergisi hesaplanmaktadır. Gelir vergisi artan oranlı tarifeye sahip bir vergi olmasına

karşın ülkemizde futbolcuların elde ettiği gelirin vergisi artan oranlı bir tarife üzerinden değil sabit oran bir oran (2023 yılı için 1.900.000 TL'nin üzerindeki hariç) hesaplanmaktadır. Bu durum vergilemede adalet açısından sıklıkla eleştirilmektedir. Stopaj yoluyla ya da beyanname yoluyla ödenen vergilerin futbolcular yerine bağlı oldukları kulüpler tarafından ödenmesi durumu dikkat çekici diğer bir husustur. Ülkemizde futbol gelirlerinin diğer ücret gelirlerinde farklı bir rejime sahip olmasının ardında Türk sporunun (futbolunun) teşvik edilmesi yatmaktadır. Ancak, amaçlanan bu hedefin futbolu geliştirdiğini söylemek mümkün olmadığı gibi, ücret geliri elde eden futbolcuların vergi bilincini de azalttığını söylemek yanlış olmaz. Bununla birlikte ülkemiz için sporculara (futbolculara) yönelik vergisel avantaj doğrudan tek oranlı yapılması yerine İtalya örneğinde olduğu gibi gelirin bir kısmına indirim uygulayarak matrah azaltıcı yöntemlerle sağlanabilir. Bu durumda mükelleflerin (profesyonel futbolcuların) beyanname verme alışkanlığı kazanacakları düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Agenzia delle Entrate. (n.d.). *Regime forfetario (le regole 2020) - Che cos'è*. Retrieved August 6, 2021. www.agenziaentrate.gov.it/portale/web/guest/regime-forfetario-le-regole-2020-infogen-regime-forfetario-le-regole-2020
- Agenzia delle Entrate. (n.d.). *Paying personal income tax*. Retrieved September 22, 2023. www.agenziaentrate.gov.it/portale/web/english/paying-personal-income-tax
- Capology. (n.d.). *2023-2024 Serie A salaries and contracts*. Retrieved September 22, 2023. <https://www.capology.com/it/serie-a/salaries/>
- Commentary on the regulations for the status and transfer of players, Article 2. Retrieved January 1, 2017. http://resources.fifa.com/mm/document/affederation/administration/51/56/07/transfer_commentary_06_en_1843.pdf
- Erdoğan, İ. (2008). Futbol ve futbolu inceleme üzerine. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 26, 1-58.
- FIGC. (2023). *FIGC History*. Retrieved October 1, 2023. <https://www.figc.it/en/figc/history/history-of-the-figc/>
- Gough, C. (2023). *Total sports market revenue worldwide 2022-2027*. Retrieved November 8, 2023. <https://www.statista.com/statistics/370560/worldwide-sports-market-revenue/>
- Houben, R., Van de Vijver A., Appermont N., & Verachttert, G. (2021). *Taxing Professional football in the EU. A comparative and EU analysis of a sector with tax gaps*. Publication for the Economic and Monetary Affairs Subcommittee on tax matters (FISC), Policy Department for Economic, Scientific and Quality of Life Policies, European Parliament, Luxembourg.
- Karaş, G. (2020). İtalyan Vergi Sistemi. Tekin A. ve Sağdıç E. N., (Ed.), *Vergi Sistemleri ve Seçilmiş Ülke Örnekleri* (s. 319-338). IJOPEC Publication.

- Kerrigan, C. (2005), *Teachers and Football, Schoolboy association football in England, 1885-1915*, Routledge Falmer.
- KPMG. (2021). *Italy – Taxation of international executives*. Retrieved December 8, 2021. <https://home.kpmg/xx/en/home/insights/2021/07/italy-taxation-of-international-executives.html>
- Küçükgüngör, E. (1999). Türk hukukunda sporcuların hukuki durumu. *Ankara Barosu Dergisi*, (1), 39-52.
- Lewis, R., *Death in the 'Peaceful Valley': The demise of Darwen Football Club, 1885-1899*. Retrieved May 22, 2022. <https://www.hslc.org.uk/wp-content/uploads/2017/05/145-8-Lewis.pdf>
- Merola, A., (2022). *Italian tax breaks for football players and athletes*. Retrieved September 6, 2023. <https://www.itaxa.it/blog/en/italian-tax-breaks-for-football-players-and-athletes/>
- Mondini, A., (2021). La frammentazione fiscale del lavoro autonomo nei regimi impositivi del suo reddito. *Lavoro Diritti Europa*, (4).
- Tavecchio, A., Caldara, M., & Barone, R. (2018). The Cristiano Ronaldo transfer to Juventus: The new Italian resident regime benefits athletes from around the world. *ITSG Global Tax Journal*, 1(3), 11-16.
- Testounico delle imposte sui redditi n.197, 22/12/1986.
- TFF. (2016). *Profesyonel Futbolcuların Statüsü ve Transferleri Talimatı*.
- Transfermarkt. (t.y.). *Sezona göre ulusal ligler ve kupa müsabakaları (İtalya)*. <https://www.transfermarkt.com/tr/wettbewerbe/national/wettbewerbe/75> (Erişim Tarihi: 22.09.2023).
- Transfermarkt. (t.y.). *Serie A 23/24*. www.transfermarkt.com/tr/serie-a/startseite/wettbewerb/IT1 (Erişim Tarihi: 22.09.2023).
- OECD. (2020). *Taxation in agriculture*. Retrieved December 8, 2021. www.oecd-ilibrary.org/sites/4d0e258a-en/index.html?itemId=/content/component/4d0e258a-en
- Oliva, F. (2022). *Redditidi Capitale: definizione e tassazione*. Retrieved August 6, 2023. <https://www.informazionefiscale.it/redditi-di-capitale-definizione-tassazione-rendite-dividendi>
- PWC. (t.y.). *The Italian special tax regime for inbound workers*. Retrieved September 22, 2023. <https://www.pwc-tls.it/en/services/assets/docs/inbound-employees.pdf>
- PWC. (t.y.). *Worldwide tax summaries- Italy. Individual - Income determination*. Retrieved August 6, 2021. <https://taxsummaries.pwc.com/italy/individual/income-determination>
- PWC. (t.y.). *Worldwide tax summaries- Italy. Individual - Deductions*. Retrieved September 9, 2023. <https://taxsummaries.pwc.com/italy/individual/deductions>

Senato della Republica, Camera dei deputati, (2021). *Taxation in Italy: an Overview*. Dossier No 351/1.

Ubay, B. (2013, Haziran). İtalya Gelir Vergisi Sistemi. *Vergi Raporu*, (165), 68-77.

Yıldız, B. S., Kepoğlu, A. ve Yıldız, S.M. (2018). Mobbing davranışlarının amatör futbolcuların tükenmişliğine etkisi. *CBÜ Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 13(2), 231-246.

Determination of Customer Loyalty Rate in a Bank Branch Using the Analytical Hierarchy Process (AHP) Method ¹

Bir Banka Şubesinde Müşteri Sadakat Oranının Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) Yöntemi ile Belirlenmesi

Burcu BİRSEN ¹

Ayşegül TUŞ ^{2*}

¹ Ziraat Bankası, bbirsen@ziraatbank.com.tr, ORCID: 0000-0002-1400-2969

² Pamukkale Üniversitesi, atus@pau.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1583-0616

* Yazışılan Yazar/Corresponding author

Makale Geliş/Received: 12.10.2023

Makale Kabul/Accepted: 04.12.2023

Araştırma Makalesi / Research Paper

DOI: 10.47097/piar.1373730

Abstract

Considering the high needs and expectations of today's customers, the efforts of businesses to provide and improve customer satisfaction are increasing. For this reason, businesses that make service differentiation are now working not only to satisfy their customers but also to gain their loyalty. This study aims to determine the customer loyalty rate with the Analytical Hierarchy Process (AHP) method taking a bank branch as a sample. No such study has been found to determine the loyal customer rate in the banking sector. Beyond the fact that determining the loyalty rate provides some numerical indicators, the biggest benefit to businesses is that they have information about the extent to which they realize their goals, customer expectations, and needs. Thus, they can establish standards and priorities for the goods or services they produce or will produce and apply different strategies by changing them when necessary. In addition, businesses that access loyal customer information have the opportunity to communicate and maintain relationships with their most valuable assets, their loyal customers, while exploring opportunities to gain their non-loyal customers.

Keywords: Customer Loyalty Rate, Banking Sector, Analytical Hierarchy Process (AHP).

Jel Codes: C02, C69, G21, L21, L89.

Öz

Günümüz müşterilerinin yüksek ihtiyaç ve beklentileri göz önünde bulundurularak işletmelerin müşteri memnuniyetini sağlama ve geliştirme çabaları artmaktadır. Bu nedenle hizmet farklılaştırması yapan işletmeler, artık sadece müşterilerini memnun etmek için değil sadakatlerini kazanmak için de çalışmaktadır. Bu çalışmanın amacı, bir banka şubesini örnek alarak müşteri sadakat oranını Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) yöntemi ile belirlemektir. Bankacılık sektöründe sadık müşteri oranını belirlemeye yönelik böyle bir çalışmaya rastlanmamıştır. Sadakat oranı belirlemenin bazı sayısal göstergeler sağlamanın ötesinde işletmelere en büyük faydası; hedeflerini, müşteri beklentilerini ve ihtiyaçlarını ne ölçüde gerçekleştirdikleri hakkında bilgi vermesidir. Böylece işletmeler, ürettikleri veya üretecekleri mal veya hizmetler için standartlar ve öncelikler belirleyebilir ve gerektiğinde bunları değiştirerek farklı stratejiler uygulayabilir. Ayrıca, sadık müşteri bilgilerine erişen işletmeler, en değerli varlıkları olan sadık müşterileri ile iletişim kurma ve ilişkiyi sürdürme fırsatına sahip olurken sadık olmayan müşterilerini kazanma fırsatlarını keşfeder.

Anahtar Kelimeler: Müşteri Sadakat Oranı, Bankacılık Sektörü, Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS).

Jel Kodları: C02, C69, G21, L21, L89.

¹This study is an article derived from the doctoral thesis submitted to Pamukkale University, Social Sciences Institute in 2022.

1. INTRODUCTION

A loyal customer is not only the most valuable asset of a business but also very important for the continuity of the business. It is not possible for businesses that do not develop different strategies and create value to acquire loyal customers, increase their sales, and thus maintain their profitability. The research on this topic revealed that a 5% increase in customer loyalty increases the operating profit rate between 25% and 85%. Therefore, businesses need to increase their customer loyalty rates to survive in today's competitive environment (Kandampully and Suhartanto, 2000: 346). Businesses are greatly affected by globalization, new business models, and the increasing pace of change due to rising expectations (Tüfekçi ve Tüfekçi, 2006: 172). In addition, today's customer structure exhibits a dynamic and variable situation. This situation creates an effect that makes it difficult for businesses to follow their customers and satisfy them at the same time, and it also reveals the need to determine the loyal customers and the loyal customer rate within the business, which is the subject of this study.

Customer loyalty occurs when businesses create value for their customers and grow with the customer's ownership of the business (Çınar, 2007: 28). Customer loyalty can be defined by examining the customer's shopping habits. So in this study, an application was conducted in which the customers of the bank branch and the products they use were analyzed by using the Analytical Hierarchy Process (AHP) method in the field of banking, which is one of the service-intensive sectors. The fact that no study has been found in the banking sector to determine the loyal customer rate is important in terms of the originality of this study and is expected to contribute to the literature.

The study is organized as follows. In the second section, information on customer loyalty is given and the relevant literature is reviewed. In the third section, the methodology used to determine the customer loyalty rate is presented. In the fourth chapter, the findings are explained together with the application. Finally, in the fifth chapter, the results are discussed, and recommendations are given.

2. CUSTOMER LOYALTY

Customer loyalty, which is not a new concept, is of great importance for businesses because it is difficult to gain customers who desire to remain loyal to the business, and it is very easy to lose them. Customer loyalty is achieved not only by satisfying the customer but also by ensuring the continuity of customer satisfaction. Therefore, it is necessary to maintain the number of existing customers as well as to increase the number of customers. It is not possible for businesses that do not develop a customer retention strategy and look at their customers only as a transaction to survive in today's conditions (Gümüş, 2014: 1).

Customer loyalty is the extent to which the customer resists all competitive effects and how determined the business is to use its goods and services (Erk, 2009: 44). This concept is defined as the frequency of being a customer for a good or service, the customer's constant preference for the same product or business (Dick and Basu, 1994: 99), the probability of a customer purchasing a product and the rate of purchase, i.e. the frequency of purchase (Kumar and Shah, 2004: 318) in the literature. In its broadest sense, customer loyalty can be defined as the desire, tendency, and action of the customer to purchase the same product or to prefer the same business with the usual frequency to find a solution to their similar needs

(Çoban, 2005: 297). Today, the definition of customer is redefined as "freer, more participatory, and more valuable". It is no longer possible to retain customers by simply expanding the product range and increasing product quality. The profitability of customer loyalty is an undeniable fact. Lewitt's statement "The loyalty of satisfied customers is the main key to profitability" reflects this reality (Özdağoğlu vd., 2008: 371).

It is extremely important for businesses to retain their customers in the long run and to adopt approaches that will not cause customer losses, in terms of increasing competitiveness and profitability (Çoban, 2005: 297). According to Drucker (1958), the aim of the business should be not only to make sales but also to acquire customers and retain existing customers. According to Gerson (1997), businesses conduct customer service with the rule of 10. According to this rule, if the cost of acquiring a new customer is £10,000, it takes 10 seconds to lose that customer, and it takes 10 years to recover or fix the problem. Therefore, existing customers should not be lost (Gerson, 1997: 22). This situation is still valid today. In addition, long-term loyal customers take less time and show less sensitivity to price changes (Suh and Youjae 2006: 151). Blackwell (2001) defines the current period as the "customer century" and states that the balance of power has shifted from manufacturers, distributors, or retailers to customers. Capuzzi and Stauffer (2014) draw attention to the value that loyal customers create for businesses and state that acquiring new customers is about five times more difficult and expensive than retaining customers. Stauffer and Capuzzi (2014), who suggest focusing on existing customers, argue that customers agree to spend 15-20% more for a product they like or are satisfied with, and the loyal customer plays the role of an agent in acquiring new customers.

According to the bibliometric analysis of customer loyalty by Mohamad et al. (2022) customer loyalty studies have been conducted extensively in the literature since 1982. Because the study of customer loyalty encompasses different subject areas it is regarded as a topic that is still relevant for future research and is universal. Some studies on this subject in recent years are as follows. Tannady and Purnamaningsih (2023) examined the relationship between brand equity, product quality, and service quality and their impact on consumer satisfaction and loyalty. Utz et al. (2023) examined the effects of trust, distrust, and ambivalence on customer loyalty and designed a blockchain-based loyalty program for green electricity customers to strengthen customer loyalty. Cui et al. (2023) investigated the sustainability of customer loyalty of fresh food e-retailers in China. This research revealed that trust and perceived product risk significantly affect customer loyalty. Al Ruqaishi and Rais (2023) examined the effect of service quality on customer loyalty in the hospitality industry with a structural equation model. They investigated the connection between customer loyalty to the hostel and service quality, particularly customer happiness and trust. Williams and Okechukwu (2023) examined the influence of employee relations strategies on customer loyalty in selected deposit money banks with a survey. They concluded that good employee relations in terms of effective conflict resolutions, employee empowerment to customer loyalty in deposit money banks attract more customers. Hinchcliff et al. (2023) confirmed the moderating effect product type has on the customer loyalty relationship in retail banking regarding high- and low-involvement product categories. Manyanga et al. (2022) examined the effect of customer experience, satisfaction, and word-of-mouth intentions on customer loyalty in the banking sector. Naini et al. (2022) examined the effect of

product, service quality, and customer satisfaction on customer loyalty in one restaurant. According to the authors, the most important indicators are response accuracy, uniqueness of the product, and employee attention which makes customers happy and want to come back to the restaurant.

As a result of the literature review, there are many studies examining customer loyalty, its dimensions, and characteristics. However, no studies were found in which customer loyalty was measured and the loyal customer rate among total customers was determined. It has been determined that a scale in which loyalty is examined with different dimensions is used to measure customer loyalty in very few studies. Srinivasan et al. (2022) identified eight factors customization, contact interactivity, care, community, convenience, cultivation, choice, and character that potentially impact e-loyalty and developed scales to measure these factors. The data demonstrated that all these factors, except convenience, impact e-loyalty, and also e-loyalty has an impact on word-of-mouth promotion and willingness to pay more. McMullan and Gilmore (2003) developed a scale to measure the different phases (cognitive, affective, conative, and action) of customer loyalty. 28 questions on the scale they developed were asked to 438 different members of 250 restaurants by using a 7-point Likert scale. Customers were classified according to their low, medium, and high loyalty status. It is recommended to use the developed scale to maintain the level of high-loyalty customers and to make low-loyalty customers more loyal. Bobâlcă, Gătej, and Ciobanu (2012) also tested customer loyalty by developing a scale consisting of these four different stages. In the research conducted using qualitative and quantitative methods, 31 sellers of cosmetic products operating in Romania were interviewed. The developed loyalty scale was applied to 676 young cosmetic product students of Alexandru Ioan Cuza University. As a result of exploratory and confirmatory factor analysis, it has been concluded that managers can use this loyalty scale which is made of affective, conative, and action loyalty components for efficient customer relationship marketing strategies.

3. METHODOLOGY

In this study, the Analytical Hierarchy Process (AHP) method was used to determine the loyal customer rate in the bank branch. AHP method developed by Saaty (1977) is a mathematical method that can integrate the preferences, experiences, intuitions, knowledge, judgments, thoughts, and intuitions of the group or individual into the decision process in a logical way, and that enables complex problems to be solved by considering them in a hierarchical structure. This method has a wide application area and is used effectively in many decision problems. The reason for this is that it is a method that can be easily understood by decision-makers. One of the biggest advantages of the method is that it provides an analytical evaluation of criteria without numerical values, thanks to the comparison methods (Dağdeviren vd., 2004: 132; Ömürbek vd., 2015: 67).

According to Singh (2016)'s 6-year (2010-2015) review of AHP applications in various fields, AHP has been accepted mostly in the field of management. But it is also used in other fields such as business and marketing, design, environment, agriculture, development, healthcare, banking, manufacturing, construction, and other complex decision-making tasks. Darko et al. (2019) examined AHP in the field of construction and determined the decision areas. These are risk management, sustainable or green construction, transportation, housing, contractor

prequalification and selection, competitive advantage/competitiveness assessment, plant and equipment management, building design, dispute resolution, health and safety management, construction productivity, project delivery systems selection, office projects delivery, facilities management, fire safety management, contractor performance evaluation, procurement/purchasing, bidding, planning and scheduling, information management, earned value management, benchmarking, quality management, knowledge management, international expansion, contractors self-performance measurement, earthmoving projects delivery, high-rise building, pricing, public projects delivery, build-operate-transfer infrastructure projects, value engineering, value enhancement in crucial decisions, design og engineer-to-tender products, drilling, differentai settlement. In short, it can be said that there are many decision areas even in the field of construction, but it is not limited to them. They include different fields such as planning, selecting the best alternative, resource allocations resolving conflict, optimization, etc. (Vaidya and Kumar, 2006: 1-2). Vaidya and Kumar (2006) analyzed different applications of AHP. They classified these applications into three groups applications based on a theme, specific applications, and applications combined with some other methodology. The themes are selection, evaluation, benefit–cost analysis, allocations, planning and development, priority and ranking, and decision-making. The second group consists of the specific applications in forecasting, medicine, and related fields. The third group consists of AHP applications with Quality Function Deployment (QFD). Application areas are personal, social, manufacturing sector, political, engineering, education, industry, government, and others which include sports, management, etc.

The AHP method allows decision-makers to model complex problems in a hierarchical structure by showing the relationship between the goal, criteria, sub-criteria, and alternatives of the problem (Dinçer ve Görener, 2011: 111). In other words, the AHP method is the process of developing numerical values to rank each decision alternative according to the degree of meeting the decision maker's criteria (Urfalı ve Eymen, 2020: 230). The application steps of the AHP method are as follows:

Step 1 - The decision problem is defined and the hierarchical structure is created with the goal, criteria, and alternatives of the problem. The goal of the problem is at the top level, the criteria and sub-criteria are at the middle level and the alternatives are at the lowest level (Saaty, 2008: 85).

Step 2 – Pairwise comparison matrices are created with comparisons made regarding the elements (criteria, sub-criteria, alternatives) in the hierarchical structure determined in the first step. The obtained values reflect comparisons regarding the relative importance of criteria or alternatives. Salty's 1-9 scale given in Table 1 is used when making comparisons.

Table 1. Saaty's 1-9 Scale for AHP

1	Equal importance
3	Moderate importance
5	Strong importance
7	Very strong importance
9	Absolute importance
2,4,6,8	Intermediate values

Source: Saaty, 1980: 6

For n criteria or alternatives nxn pairwise comparison matrix (A) shown in Equation 1 is obtained (Saaty, 1994: 41). The decision maker compares the criteria or alternatives pairwise for the criterion matrix or alternative matrix.

$$A = [a_{ij}]_{n \times n} = \begin{bmatrix} 1 & a_{12} & \dots & a_{1n} \\ 1/a_{12} & 1 & \dots & a_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ 1/a_{1n} & 1/a_{2n} & \dots & 1 \end{bmatrix}_{n \times n} \quad i, j = 1, 2, \dots, n \quad (1)$$

Step 3 - The eigenvector of the matrix (W) is calculated by using Equation 2. It shows the priorities of the criteria or alternatives (Caputo et al., 2013: 212).

$$w_i = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n \frac{a_{ij}}{\sum_{j=1}^n a_{ij}} \quad W = [w_i]_{n \times 1} \quad i, j = 1, 2, \dots, n \quad (2)$$

Step 4 - The consistency ratio (CR) for each of the comparison matrices is calculated as shown in Equation 3. If this ratio is less than 0.10 then the matrix is considered to be consistent (Al Harbi, 2001: 20; Forman and Gass, 2001: 482).

$$CR = CI/RI \quad (3)$$

CI = $(\lambda_{max} - n)/(n - 1)$ and λ_{max} is the largest eigenvalue of A. It is the consistency index. RI is the random index and Table 2 shows the RI values for different n values.

Table 2. RI Values

n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
RI	0	0	0.58	0.90	1.12	1.24	1.32	1.41	1.45	1.49

Source: Saaty, 1980: 21

Step 5 - Using the priorities obtained in Step 3, aggregated (global) priorities are determined throughout the hierarchy and the scores of the alternatives are calculated.

4. APPLICATION

In this study, an application has been made to calculate the loyal customer rate with the AHP method. For the application, the bank branch in Denizli, the city of Türkiye was considered. First of all, decision criteria and alternatives were determined and a hierarchical structure was created as in Figure 1. As a result of the brainstorming made by a team of experts in the relevant bank branch, the decision criteria affecting the contribution of this decision problem to the purpose were determined as the continuity of the product in terms of usage characteristics, the benefit of the product for the bank and the importance of the product for the bank. The banking transactions examined as decision alternatives in the study and offered to customers are demand deposits, time deposits, investment accounts, loans, advance accounts, cards, payments, insurance, and channels.

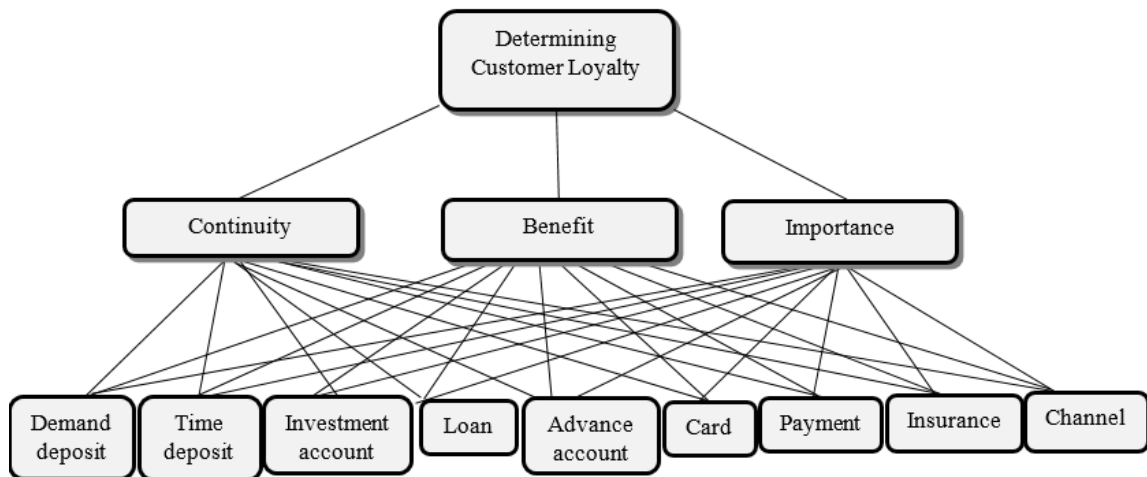


Figure 1. Hierarchical Structure of the Decision Problem

First of all, the criteria forming the hierarchical structure by the decision-making group were compared in pairs using Saaty's scale given in Table 1, and the priority value of each criterion was calculated (Table 3). All calculations were made using the Expert Choice 11 program. According to Table 3, the continuity criterion is in the first place, then the benefit criterion and the last one is the importance criterion.

Table 3. Pairwise Comparison Matrix and Weights of Criteria

LOYALTY	Continuity	Benefit	Importance	Priority values
Continuity	1	3	5	0.637
Benefit	1/3	1	3	0.258
Importance	1/5	1/3	1	0.105

Consistency ratio: 0.04

After the criterion weights were calculated, the alternatives were compared in pairs for each criterion, and their priority values were calculated (Table 4). According to the continuity criterion, the loan is the product with the highest priority value, and the demand deposit is the product with the lowest priority value. According to the benefit criterion, the loan is the product with the highest priority value, while the time deposit is the product with the lowest priority value. According to the importance criterion, investment is the product with the highest priority value, and payment is the product with the lowest priority value. Aggregated priority values were calculated by using the priority values of the products separately based on criteria (Table 4). According to Table 4, the product with the highest priority value is the loan, while the product with the lowest priority value is the advance. The products are scored out of 100 considering these aggregated priority values and these scores are shown in the last column of the same table.

Table 4. Aggregated Priority Values and Scores of Alternatives

Alternatives	Continuity	Benefit	Importance	Aggregated Priority Values	Score
	0.637	0.258	0.105		
Demand Deposit	0.022	0.223	0.159	0.082	8
Time Deposit	0.038	0.018	0.228	0.053	5
Investment Account	0.027	0.024	0.290	0.053	5
Loan	0.265	0.313	0.035	0.253	25
Advance Account	0.059	0.035	0.025	0.050	5
Card	0.113	0.074	0.113	0.104	10
Payment	0.211	0.108	0.019	0.169	17
Insurance	0.086	0.052	0.051	0.075	8
Channel	0.179	0.151	0.079	0.165	17
Total	1.00	1.00	1.00	1.00	100.00

These scores were used to determine the loyalty status of customers and the loyal customer rate in the branch to total customers. First of all, the products actively used by 4,650 customers were determined one by one, the scores indicated in Table 4 were assigned to these products, and a total score was obtained for each customer. Since the concept of loyalty is defined in the literature as the rate of purchase of a product or service, that is, the frequency of purchase, in this study it was decided to define the customer with a total score above 50 as a "loyal" customer, and a customer with a total score below 50 as a "non-loyal" customer. Table 5 shows sample calculations of 2 customers. For example, the first customer in Table 5, using demand, time deposit, investment, card, payment, and channel products, was included in the "loyal" customer group with 62 points. On the other hand, the second customer was in the "non-loyal" customer group with 25 points, using only demand and channel products. The products used by a total of 4,650 customers were examined as in the example, and the loyal customer rate to total customers was determined as 18%.

Table 5. An Example of Customer Loyalty Calculation

Customer	Banking Products									Total Score	Loyalty
	Demand deposit	Time deposit	Investment account	Loan	Advance account	Card	Payment	Insurance	Channel		
1	x	x	x			x	x		x	62	loyal
2	x								x	25	non-loyal

In addition, in the study, whether there is a relationship between the loyalty status of the customers of the relevant bank branch and the customer segments was analyzed by performing the chi-square test at the 5% significance level. Customers are divided into three portfolios, mass and pool customers. Data for two qualitative variables are given in Table 6.

Table 6. Contingency Table

Customer Segments	Loyalty		
	Loyal	Non-loyal	Total
Portfolio	365	891	1,256
Mass	198	406	604
Pool	297	2,493	2,790
Total	860	3,790	4,650

$$\chi^2 = 288.84$$

As a result of the analysis, it was determined that there is a relationship between customer segments and loyalty. This analysis is important in terms of providing information that the bank can increase the loyal customer rate by making effective studies based on customer segments.

5. CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

In the long run, profitability depends on customer satisfaction and loyalty. For this reason, businesses should examine their current and potential customers in detail about the products they use and determine the potential customers and the loyal customer rate on the way to being loyal. Thus, it can be decided how much to invest in these customers, and the continuity of their satisfaction can be ensured by getting to know the loyal customers better.

Businesses that complete their loyalty stages by getting to know their customers through the products they use should create value for their loyal customers to maintain loyalty. Long-time customer value focuses on retaining existing customers and including them in the group of loyal customers instead of finding new potential customers and converting them into real customers. Once customer loyalty is established, more value must be offered to these customers to maintain their loyalty. While businesses that focus on creating customer loyalty focus their resources on creating loyalty in their valuable customers, it is also very important to know which customer is loyal and which customer is valuable in the way of being loyal and these rates among all customers.

In this study customers' loyalty status was examined and the loyal customer rate in the branch to total customers was determined as 18% with the AHP method. The sector average is not known, as there is no study to determine the loyal customer rate for other banks. However, the managers of the bank branch can work to improve the loyalty rate by having an idea about the degree of meeting customer expectations and needs and the realization rate of business goals with the help of this rate. To keep customers with numerous product and service alternatives connected to the same business for a long time, investments in loyal customers can be increased, and product/service differentiation can be made to win over ones who are not loyal. The customer's trust in the business has a direct and positive effect on the customer loyalty process. In addition, trust contributes positively to the loyalty process by affecting the customer's perceptions of the value it offers to the business in favor of the business. In this respect, managers should focus on their work to gain the trust of their customers.

This study is limited to determining the customer loyalty rate of only a single branch of the relevant bank. In the future, a study covering all branches of the bank can be conducted to determine a bank-wide customer loyalty rate. It can also be expanded further by calculating customer loyalty rates of other banks and comparing banks in terms of customer loyalty. Different alternatives and different criteria may be taken into consideration. Studies can be carried out to determine the customer loyalty rate in different sectors other than the banking sector. Different studies can be conducted in which customer loyalty is measured and the ratio of loyal customers in total customers is determined with different MCDM methods other than the AHP method, and comparative analyses can be made using these methods.

REFERENCES

- Al-Harbi, KMAS (2001). Application of the AHP in project management. *International Journal of Project Management*, 19(1), 19-27.
- Al Ruqaishi, A. Y., & Rais, M. I. (2023). Understanding the influence of service quality on customer loyalty in the hospitality industry: A structural equation modeling approach. *International Journal of Multidisciplinary Research and Growth Evaluation*, 4(6), 167-175.
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2001). *Consumer behavior*. Harcourt College Publishers.
- Bobâlcă, C., Gătej, C., & Ciobanu, O. (2012). Developing a scale to measure customer loyalty. *Procedia Economics and Finance*, 3, 623-628.
- Caputo, A. C., Pelagagge, P. M., & Salini, P. (2013). AHP-based methodology for selecting safety devices of industrial machinery. *Safety Science*, 53, 202-218.
- Capuzzi, D., & Stauffer, M. D. (2014). *Foundations of addictions counseling*. Pearson.
- Cui, L., He, S., Deng, H., & Wang, X. (2023). Sustaining customer loyalty of fresh food e-tailers: An empirical study in China. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 35(3), 669-686.

- Çınar, A. T. (2007). *İşletmelerde müşteri hizmeti ve müşteri memnuniyeti ile farklı bankalar ve bölgeler için müşteri memnuniyetini belirlemeye yönelik uygulama* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Adnan Menderes Üniversitesi.
- Çoban, S. (2005). Müşteri sadakatının kazanılmasında veri tabanlı pazarlamanın kullanımı. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(19), 295-307.
- Dağdeviren, M., Akay, D. ve Kurt, M. (2004). İş değerlendirme sürecinde analitik hiyerarşi prosesi ve uygulaması., *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 19(2), 131-138.
- Darko, A., Chan, A. P. C., Ameyaw, E. E., Owusu, E. K., Pärn, E., & Edwards, D. J. (2019). Review of application of analytic hierarchy process (AHP) in construction. *International Journal of Construction Management*, 19(5), 436-452.
- Dick, A. S., & Basu, K. (1994). Customer loyalty: Toward an integrated conceptual framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22, 99-113.
- Dinçer, H. ve Görener, A. (2011). Analitik hiyerarşi süreci ve VIKOR tekniği ile dinamik performans analizi: Bankacılık sektöründe bir uygulama. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(19), 109-127.
- Drucker, P. F. (1958). Marketing and economic development. *Journal of Marketing*, 22(3), 252-259.
- Erk, Ç. (2009). *Müşteri için değer yaratma, müşteri sadakati oluşum süreci ve şirket performansına etkileri üzerine araştırma* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Trakya Üniversitesi.
- Forman, E. H., & Gass, S. I. (2001). The analytic hierarchy process - An exposition. *Operations Research*, 49(4), 469-486.
- Gerson, R. F. (1997). *Müşteri tatmininde süreklilik*. Rota Yayınları.
- Gümüş, C. (2014). *Müşteri memnuniyeti ve müşteriye elde tutmanın müşteri sadakatine etkisi: Bir araştırma* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Afyon Kocatepe Üniversitesi.
- Hinchcliff, M., Kyriazis, E., McCarthy, G., & Mehmet, M. (2023). The moderating role of high-and low-involvement product types on customer loyalty and satisfaction in banking: An Australian perspective. *International Journal of Bank Marketing*, 41(7), 1974-2004.
- Kandampully, J., & Suhartanto, D. (2000). Customer loyalty in the hotel industry: The role of customer satisfaction and image. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(6), 346-351.
- Kumar, V., & Shah D. (2004). Building and sustaining profitable customer loyalty for the 21st century. *Journal of Retailing*, 80(4), 317-329.
- Manyanga, W., Makanyeza, C., & Muranda, Z. (2022). The effect of customer experience, customer satisfaction and word of mouth intention on customer loyalty: The

- moderating role of consumer demographics. *Cogent Business & Management*, 9(1), 2082015.
- McMullan, R., & Gilmore, A. (2003). The conceptual development of customer loyalty measurement: A proposed scale. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 11(3), 230-243.
- Mohamad, V., Putit, L., Ahmi, A., & Abdul, S. A. (2022). Customer loyalty: A bibliometric analysis of the published literature between 1982 and 2021. *Korea Review of International Studies*, 15(4), 95-121.
- Naini, N. F., Santoso, S., Andriani, T. S., & Claudia, U. G. (2022). The effect of product quality, service quality, customer satisfaction on customer loyalty. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 34-50.
- Ömürbek, N., Makas, Y. ve Ömürbek, V. (2015). AHP ve TOPSIS yöntemleri ile kurumsal proje yönetim yazılımı seçimi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, 59-83.
- Özdağoğlu, A., Özdağoğlu, G. ve Öz, E. (2008). Müşteri sadakatinin sağlanmasında müşteri ilişkileri yönetiminin önemi: İzmir'de bir hipermarket araştırması. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22(1), 367-388.
- Saaty, T.L. (1977). A scaling method for priorities in a hierarchichal structure. *Journal of Mathematical Psychology*, 15, 234-281.
- Saaty, T.L. (1980). *The analytic hierarchy process*, McGraw-Hill.
- Saaty, T.L. (1994). How to make a decision: the analytic hierarchy process. *Interfaces*, 24(6), 19-43.
- Saaty, T.L. (2008). Decision making with the analytic hierarchy process. *International Journal of Services Sciences*, 1(1), 83-98.
- Singh, B. (2016). Analytical hierarchical process (AHP) and fuzzy AHP applications-A review paper. *International Journal of Pharmacy and Technology*, 8(4), 4925-4946.
- Srinivasan, S. S., Anderson, R., & Ponnayolu, K. (2002). Customer loyalty in e-commerce: An exploration of its antecedents and consequences. *Journal of Retailing*, 78(1), 41-50.
- Suh, J. C., & Youjae, Y. (2006). When brand attitudes affect the customer satisfaction-loyalty relation: The moderating role of product involvement. *Journal of Consumer Psychology*, 16(2), 145-155.
- Tannady, H., & Purnamaningsih, P. (2023). Determinant factors customer satisfaction and its implication on customer loyalty: From the perspective of customers of Vespa. *International Journal of Science, Technology & Management*, 4(2), 434-438.
- Tüfekçi, N. ve Tüfekçi, K. (2006). Bankacılık sektöründe farklı olma üstünlüğünün ve müşteri sadakatinin yarattığı değer: Isparta ilinde bir uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4, 170-183.

- Urfalı, T. ve Eymen, A. (2020). CBS ve AHS yöntemi yardımıyla Kayseri ili örneğinde rüzgâr enerji santrallerinin yer seçim., *Geomatik*, 6(3), 227-237.
- Utz, M., Johanning, S., Roth, T., Bruckner, T., & Strüker, J. (2023). From ambivalence to trust: Using blockchain in customer loyalty programs. *International Journal of Information Management*, 68, 102496.
- Vaidya, O. S., & Kumar, S. (2006). Analytic hierarchy process: An overview of applications. *European Journal of Operational Research*, 169(1), 1-29.
- Williams, U. F., & Okechukwu, E. U. (2023). Influence of employee relations strategies on customer loyalty in selected deposit money banks in Enugu metropolis. *Interdisciplinary Research Journal of Management and Social Sciences (IRJMSS)*, 10(4), 26-36.

Gastroturistlerin Sağlıklı Beslenme Alışkanlıklarının Tespiti: Balıkesir Örneği

Determination of Healthy Eating Habits of Gastrotourists: Balıkesir Example

Yasemin ASİLTÜRK OKUTAN ^{1*}

¹ Atatürk Üniversitesi, yaseminasilturk25@gmail.com, ORCID: 0000-0001-9134-6995

* Yazışılan Yazar/Corresponding author

Makale Geliş/Received: 27.09.2023

Makale Kabul/Accepted: 15.12.2023

Araştırma Makalesi / Research Paper

DOI: 10.47097/piar.1367353

Öz

Yiyecekler, insanların yaşamsal faaliyetlerini sürdürebilmeleri için gerekli olan besin öğelerini içermektedir. Bireysel tercihlerin yanı sıra yaşanan coğrafi bölge beslenme alışkanlıkları üzerinde etkili olmaktadır. Teknolojide yaşanan gelişmeler gastronomi alanında da kendini göstermekte ve besinlerin üretim tekniklerinin değişmesinde etkili olmaktadır. Bir yörenin gastronomi imajı üzerinde etkili olan yemek-kültür ilişkisi beslenme alışkanlıklarının oluşmasını sağlamaktadır. Gastronomi imajı turizm destinasyonu açısından önemli bir unsur olmaktadır. Bu sebeple bu çalışmada gastroturistlerin seyahatleri esnasındaki beslenme alışkanlıklarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu çalışmada tarama modeli kullanılarak Balıkesir ilini tercih eden gelişigüzel örnekleme yöntemi ile seçilen gastroturistler çalışma gurubunu oluşturmaktadır. Örneklem büyüklüğünün tespitinde evrendeki birey sayısının bilinmediği durumlarda geçerli olan formül kullanılarak 384 kişiden oluşmaktadır. İki bölümden oluşan anket formu kullanılarak elde edilen araştırma verileri SPSS 21.0 paket programı aracılığı ile yüzde ve frekans dağılımları uygulanmıştır. Araştırma kapsamında Balıkesir ilini tercih eden gastroturistlerin sağlıklı beslendikleri ve seyahatleri esnasında da sağlıklı beslenme alışkanlıklarını sürdürdükleri sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Besin, Sağlıklı Beslenme, Beslenme Alışkanlığı, Gastronomi, Gastroturist.

Jel Kodları: Z3, Z32

Abstract

Food contains nutrients that are necessary for people to sustain their vital activities. In addition to individual preferences, the geographical region where people live has an impact on eating habits. Developments in technology also manifest themselves in the field of gastronomy and are effective in changing the production techniques of food. The food-culture relationship, which is effective on the gastronomic image of a region, ensures the formation of eating habits. Gastronomy image is an important element for tourism destinations. For this reason, this study aims to determine the eating habits of gastrotourists during their travels.

In this study, the study group consists of gastrotourists who prefer Balıkesir province by using the survey model and selected by random sampling method. In determining the sample size, a formula valid in cases where the number of individuals in the universe is unknown was used and the sample consisted of 384 people. The research data obtained by using a questionnaire form consisting of two parts were analyzed by applying percentage and frequency distributions through SPSS 21.0 package program. Within the scope of the research, it was concluded that gastrotourists who prefer Balıkesir province eat healthy and maintain their healthy eating habits during their travels.

Keywords: Food, Healthy Nutrition, Eating Habits, Gastronomy, Gastrotourist.

Jel Codes: Z3, Z32

1. GİRİŞ

Besinler insanların yaşamlarını sürdürmesi ve fizyolojik ihtiyaçlarını karşılamaında önemli rol oynamaktadır. Bireylerin hayatları boyunca sağlıklı bir yaşam sürdürebilmesi için beslenmelerine önem vermeleri gerekmektedir. Beslenmede yeterli ve değeli yiyecek seçimi önemli olduğundan kişinin ihtiyaçları doğrultusunda beslenme alışkanlığı edinmesi gerekmektedir (Özçelik, 2000). Çünkü doğru beslenme alışkanlıkları sağlık üzerinde önemli bir etkiye sahiptir.

Teknolojide yaşanan gelişmeler besinlerin üretim yöntemleri üzerinde de etkili olmakta ve geleneksel yöntemlerin yerini endüstriyel yöntemler almaktadır. Bu durumun doğal getirisi olarak beslenme alışkanlıkları değişmekte ve sağlıksız besinlere yer verilmektedir. Sağlıksız beslenme alışkanlıkları ise birçok hastalığa yol açmaktadır (Yücel vd., 2019).

Her toplumun kendine özgü beslenme alışkanlıkları bulunmaktadır. Bu beslenme alışkanlıkları yaşanana coğrafyadan, geleneklerden, sosyo-kültürel yapılardan ve ekonomik koşullardan etkilenecek oluşmaktadır. Bu unsurlarla birlikte yerel yemekler meydana gelmektedir (Kim ve Choe, 2019). Bir yörenin kendine özgü yemekleri onu diğer yerlerden ayırmakta ve gastronomi deneyimi kazandırmaktadır. Bu durum o yöreye turizm pazarlaması için stratejik bir önem kazandırmaktadır.

Turistik gezilerde kişiler gittikleri bölgenin tarihi ve doğal güzelliklerinin yanı sıra o yöreye ait yerel lezzetleri de keşfetmek istemektedirler. Son yıllarda klasik deniz turizmine alternatif olarak yeme-içme deneyimini kazanmaya yönelik yapılan seyahatlerde önemli bir tercih haline gelmektedir (Çavuşoğlu ve Çavuşoğlu, 2018).

Yemek, turistik gezilerin kritik bir bileşeni rolündedir. Çünkü yöresel lezzetler, bölge mutfağı hakkında bilgi vermekte ve yerel halk ile sosyalleşme imkânı sunarak turistlere motivasyon kaynağı olmaktadır (Chang, 2014). Yöresel yeme-içme kültürü neticesinde ortaya çıkan gastronomi turizmi bölge için sürdürülebilir bir ekonomi ile birlikte pozitif yönlü sosyal etkiler sağlamaktadır (Ballı, 2016). Turizm alanında başarılı olmak isteyen ülkeler bu durumun doğal getirisi olarak gastronomi turizmine önem vermektedir.

Kültürel ve tarihsel zenginliğin dışında turistlere yerel tatları ve dokuları tanıma, yaşama ve deneyimleme olanağı sunan gastronomi turizmi o yörenin kültürel mirasını ve kültürel kimliğini yansıtarak oraya rekabet avantajı sağlamaktadır. Kültürel mirasın ve kültürel kimliğin aktarılmasında gastronomik kimlik en etkili faktörlerdendir (Çalışkan, 2013).

Ülkelerin ve milletlerin değerlerine ve tutumlarına göre ortaya çıkan kendilerine has bir mutfakları vardır. Türk mutfağı tarihsel gelişim sürecinde Orta Asya'ya özgü yemeklerinden sonra sırasıyla Selçuklu ve Osmanlı mutfağından etkilenmiştir. Sonuç itibari ile farklı bölge ve ülkelerden birçok kişi tarafından beğenilen ve birbirinden farklı tat ve lezzetlerin olduğu Türk mutfağı ortaya çıkmıştır (Cömert ve Özkaya, 2014).

Turistik gezilerde deneyimlenen yerel lezzetlerin kalitesi sağlık üzerinde etkili olduğundan günümüzde turistlerin sağlıklı gıdalara yönelim gösterdikleri gözlenmektedir. Literatürde gastroturistlerin yiyecek-içecek işletmelerinde tercih ettikleri beslenme alışkanlıklarını belirlemeye yönelik çalışmalar bulunmamaktadır. Bu çalışmada, yiyecek-içecek işletmelerini ziyaret eden gastroturistlerin günlük yaşamlarında nasıl beslendiği ve gastronomi amaçlı seyahatlerinde beslenme alışkanlıklarının dışına çıkıp çıkmadıklarının belirlenmesi

çalışmanın temel amacıdır. Yiyecek-içecek işletmelerini ziyaret eden turistlerin beslenme alışkanlıklarını belirlemeye yönelik bir çalışmaya literatürde rastlanmaması bu çalışmanın önemini ortaya koymaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Beslenme Alışkanlıkları

Beslenme, bireylerin büyüüp gelişmesi ve sağlıklı yaşaması için gerekli tüm besin öğelerinin yeterli miktarda alınmasıdır (Sağlık Bakanlığı, 2019). Beslenme yalnızca bir karın doyurma faaliyeti olarak algılanmamalı, aynı zamanda sağlığı koruyan ve yaşam kalitesini artıran bilinçli bir davranış olarak düşünülmelidir. Beslenmede amaç vücut için gerekli olan besinlerin yeterli ve dengeli miktarlarda alınmasıdır. Sağlıklı beslenme faaliyeti de yaşamı sürdürmek için gerekli olan enerjinin sağlanması için uygun besinlerin tercih edilmesidir (Arslan, 2018).

Yaşamın sürdürülmesinde sağlıklı beslenmenin rolü çok büyüktür. Sağlıklı beslenme, bireylerin sağlıklı yaşaması için ihtiyaç duyulan besinlerin uygun miktarlarda alınmasını içermektedir. Çünkü bir besinin eksik alınması kadar fazla alınması da önemlidir. Bireylerin besin seçimlerinde yaşı, cinsiyeti, çevresi, gelenekleri, ekonomik durumları ve sosyo-kültürel yapısı etkili olmaktadır (Arslan, 2018).

Kültürel yapının beslenme alışkanlıkları üzerindeki etkisi yörenin gastronomi imajına da etki etmektedir. Bir destinasyon bölgesi için gastronomi imajının oluşturulması ve tanıtılması hayati öneme sahiptir. Yöreye ait ürünlerin başka yerde deneyimlenemeyecek olması gastroturist için çekicilik unsuru olmaktadır (Lin, 2018).

Literatürde gastroturistlerin seyahatlerinde gösterdikleri sağlıklı beslenme tutumlarına ilişkin bazı çalışmalar bulunmaktadır. Telfer ve Wall (2000), Asyalı ve Avrupalı ziyaretçilerin Endonezya'yı ziyaretlerindeki yerel ürün tüketim davranışlarını incelemişler ve Asyalı turistlerin Asya yemeklerini tüketme eğiliminde olduklarını, Avrupalı turistlerin ise yerel mutfaklar yerine daha fazla uluslararası yemek talep ettiklerini belirtmişlerdir. Sparks, Bowen ve Klag (2003) çalışmalarında, katılımcıların tatilleri süresince sağlıklı yiyecek tüketim alışkanlıklarını devam ettirdikleri sonucuna ulaşmışlardır. Ancak Chang (2007) turistlerin tatillerinde farklı yemeklerin tadını çıkarma amacıyla sağlıklı beslenme tutumlarını geçici olarak göz ardı ettiklerini gözlemlemiştir. Buna karşın başka bir çalışmada turistlerin sağlık endişesinin yeme davranışının belirli yönlerini etkilediği sonucu elde edilmiştir (Chang, Mak ve Chin, 2011).

Sağlıklı beslenme tutumunun çok boyutlu olduğu ve sağlıklı beslenme bilincine sahip turistlerin homojen bir grup olarak ele alınmaması gerektiğini Chang (2014) çalışması sonucunda belirtmiştir. Lin vd., (2018) ise turistlerin yeme alışkanlıklarının seyahatleri sırasında yerel gıda tüketimini nasıl etkilediğini araştırdıkları çalışmada, bilinmeyen malzemeler, tuhaf tatlar, farklı yemek saatleri ve süresi ve sağlıklı gıda ile ilgili farklı kültürel kavramlar seyahat sırasındaki yeme davranışı önündeki en büyük engeller olarak belirlenmiştir. Sunkul, Pratt ve Chong (2019) ise yerel yemek deneyimine verilen değer ve duygusal çekiciliğin turistlerin seyahatleri sırasında yerel yemek tüketme motivasyonu sağladığı sonucuna ulaşmışlardır.

Ulusal literatürde de gastroturistlerin deneyimlerine yönelik çalışmalar bulunmaktadır (Akyürek ve Kutukız: 2020; Kütük: 2021). Akyürek ve Kutukız (2020) gastroturistlerin gastronomi turlarındaki deneyimlerini nitel araştırma yöntemiyle incelemiştir. Gastroturistlerin deneyim bileşenlerinin 4 tema ve 25 koddan oluştuğu sonucuna ulaşmıştır. Elde edilen temalar arasında en önemli lezzet ve otantiklik en önemli temalar olarak belirlenmiştir. Kütük (2021) ise gastroturistlerin memnuniyetlerine yönelik bir içerik analizi gerçekleştirmiştir. Gastroturistlerin Urla yöresindeki restoranların lezzet, servis kalitesi ve gıda kalitesinden en memnun oldukları alanlar olarak belirlenmiştir.

2.2. Gastroturist Kavramı

Gastroturist kavramı, yalnızca belli bir yörede bulunan besinleri keşfetmek amacıyla farklı yerlere seyahat eden grupları ifade etmektedir (Hatipoğlu, 2010). Gastroturistler, gastronomik deneyim yaşama motivasyonu bulunan ve bir yöreye ait yiyecek-içecek aktivitelerine katılmayı tercih eden özel ilgi turistleridir (Üner, 2014).

Gastronomi turizminde yerel ürünlerin kalitesi önemli bir etkidir. Gastronomi turizmi bu amaçla belli bir bölgeye yapılan seyahatleri içermektedir. Bu faaliyetleri gerçekleştiren turistler farklı beklentileri olan ve yüksek kültür düzeyli ve günlük rutinlerin dışına çıkmak isteyen gruplardır. Çünkü gastroturistler deneyimledikleri yemeklerin geçmişini ve hikâyelerini de merak etmektedirler (Gheorghe, 2014).

Her yerde bulunmayan yiyecekleri keşfetmek için farklı ülkelere seyahat eden gruplar "gastro turist" kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur (Hatipoğlu, 2010). Gastro turisti kavramını temel seyahat motivasyonlarından biri gastronomik deneyimler yaşamak olan, bulunduğu destinasyonda yiyecek içeceklerle ilgili aktivitelere katılan özel ilgi turisti olarak tanımlamak da mümkündür (Üner, 2014). Gastro turist olarak adlandırılan kişiler turist kelimesinin tanımından yola çıkılarak sadece yemek yemek için buldukları ülkeden başka bir ülkeye gidebilecek boş zamana, yeterli maddi imkâna, isteğe ve güdülenmeye sahip turistlerdir.

Toplumun gastronomi ile yakından ilgilenen her bir ferdi geleneksel yemekler, üst tabaka yemekleri ve bir ülkenin özel bir yemeği ile ilgilenmektedir. Bu üç kesimle bütünleşen yemeklerin hepsiyle, uygun yer, zaman ve mekânda ilgilenenlerin oluşturduğu turizm alanında seyahat edenler gastro turist olarak değerlendirilmektedir (Hatipoğlu, 2010). Ayrıca gastro turist; ünlü veya yeni açılan bir yiyecek içecek mekânını ziyaret etmek için uzun yollar kat edebilecek, tatil programını mevsimlik meyve ve sebzeleri hesaba katarak ve yemek festivallerinin zamanını göz önünde bulundurarak yapabilecek bir turist tipi olarak tanımlanmaktadır (Akgöl, 2012). Bu turistler tatillerinde daha çok keşif ruhlarını ortaya çıkaran araştırmacı turist grubuna girmektedir. Kişisel düşkünlükleri, dinlenme ve romantizmin keyfini sürmeyi talep ederler. Yüksek harcama grubundan olan gastro turistler dış mekân aktiviteleri ve kültürel aktivitelerden hoşlanmaktadır (Öney, 2013).

2.3. Yerel Ürün Kullanımı

Yerel gıda genellikle "yaşanılan bölge sınırları içerisinde üretilen tarımsal ve hayvansal kaynaklı gıda ürünleri" olarak tanımlanmaktadır (Kang ve Rajagopal, 2014; Güldemir, 2020; Ozturk ve Akoglu (2020); Seçuk, Seçim ve Pekerşen 2023). Bazı çalışmalar, yerel gıdanın bir bölgenin 16 km. yarı çapında yer alan coğrafi alandan temin edilmesi gerektiğini ifade

etmektedir (Güldemir, 2020). Chambers vd. (2007) ise bireylerin yaşadığı yerden 80 km. yarıçapında üretilen gıdaların yerel gıda sınıflandırması içerisinde yer alabileceğini savunmaktadır. Bu matematiksel verilen dışında yerel gıdanın yaşanılan ilçe veya komşu ilçelerin de dahil olduğu bir alandan ya da daha geniş bir perspektiften coğrafi ve iklimsel olarak bir bölgeden temin edilmesi gerektiği görüşü de bulunmaktadır. Bu farklı görüşler değerlendirildiğinde globalleşen dünyada her bireyin yerel ve yöresel ürün için sınırı farklı olabileceği sonucuna ulaşılmaktadır (Beer, 2015).

Günümüz dünyasında yerel gıdanın temininin kolaylaştığı düşünüldüğünde ise bahsedilen alanlar haricinde merkezi destinasyonlarda da yerel gıdaları içeren menüleriyle yiyecek-içecek işletmeleri hizmet verebilmektedir. Turist sayısında yaşanacak artışla yerel olarak üretilen gıda maddelerini kullanarak üretim yapan restoranların tercih edilecek, bu yiyecek-içecek işletmelerinde gerçekleşen talep artışı ise bölgeye pek çok sosyo-ekonomik avantaj sağlanacaktır. Bunlardan en önemlisi ise yerel gıda üretimin sürdürülebilir kılınmasına verilebilecek desteklerdir (Björk ve Kauppinen-Räisänen, 2016; Türker ve Süzer, 2022).

Gastronomi turizminin sağlıklı besin tüketimi bakımından değerlendirilmesinde önemli bir nokta da yerel ürünlerdir (Smith ve MacKinnon, 2007). Sağlıklı beslenme alışkanlıklarında yerel ürünleri deneyimleyen gastroturistlerin kültürel deneyim edinmeleri ve heyecan arayışları içinde motive olmaları tekrar ziyaret etmelerini etkilemektedir (Bayrakçı ve Akdağ, 2016; Güripek, 2018). Bu amaçla belli bir yöreye özgü besinlerin tanıtılması ve turistlerin bilgilendirilmesi önem arz etmektedir (Ballı, 2016).

Yöresel ürünlerin ön plana çıkarılmasının yanı sıra yerel ürünler kullanılarak hazırlanan dünya mutfakları da gastroturistlerin ilgisini çekmektedir (Öktem, 2014). Yerel gıda ve mutfak kültürü farklılaştırma aracı olarak tanıtım faaliyetlerinde kullanılması turizmde çekicilik faktörü olmakta ve sürdürülebilir bölgesel kalkınmaya destek sağlamaktadır (Forleo ve Benedetto, 2020). Ancak bu noktada mutfak kültürünün pozitif yönde değerlendirilmesi, yerel halk tarafından sahiplenilmesi, nesilden nesile aktarılması, otel ve restoranlar tarafından yerel gıdaya önem verilmesi, şefler tarafından menülerinde yöresel ve etnik yemeklere yer verilmesi gerekmektedir (Güldemir vd., 2021).

3. METODOLOJİ

Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket, üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek amacıyla beş soru bulunmaktadır. İkinci bölümde gastroturistlerin gıda tüketim sıklıklarını belirlemek amacıyla Turconi (2013) tarafından geliştirilen 10 maddeli ölçek kullanılmıştır. Bu bölümdeki ölçeğin Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı $\alpha=0.870$ 'dir. Üçüncü bölümde ise, gastroturistlerin beslenme alışkanlıklarının belirlenmesi amacıyla yine Turconi (2013) tarafından geliştirilen ve 5 maddeden oluşan ölçek kullanılmıştır. Bu bölümdeki ölçeğin Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı $\alpha=0.890$ 'dir.

Araştırmanın verilerinin analizlerinde SPSS 21.0 paket programı kullanılmış ve yüzde, frekans dağılımı analizi yapılmıştır.

Araştırma evrenini Balıkesir ilini tercih eden turistler oluşturmaktadır. Balıkesir ilini ziyaret eden turist sayısının yıllık ortalama 2 milyon civarı olması sebebiyle evrenin tümüne

ulaşılması zaman alacak ve maliyetli olacaktır. Bu sebeple Balıkesir ili İl Kültür Turizm Müdürlüğünden alınan bilgiler doğrultusunda gastroturistler tarafından en çok ziyaret edilen 5 işletme belirlenmiştir.

4. BULGULAR

Katılımcıların demografik özelliklerine ait bulgular Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri (n=384)

	f	%
Cinsiyet		
Kadın	215	52,5
Erkek	169	48,5
Medeni Durum		
Evli	206	53,6
Bekâr	178	46,4
Yaş		
18-30	180	46,9
31-40	70	18,2
41-50	83	21,6
51-60	51	13,3
Aylık Gelir		
1000-3000	27	7,0
3001-6000	29	7,6
6001-9000	84	21,9
9001-15.000	115	29,9
15.000 üzeri	129	33,6
Eğitim Durumu		
İlköğretim	31	8,1
Lise	86	22,4
Ön Lisans	103	26,8
Lisans	108	28,1
Lisansüstü	56	14,6

Tablo 1'de görüldüğü üzere Katılımcıların %52,5'i kadın, % 48,5'i erkektir. %53,6'sı evli iken, %46,4'ü bekârlardan oluşmaktadır. Katılımcıların en yüksek yaş oranını %46,9 ile 18-30 arası oluşturmakta iken, aylık geliri en yüksek olan katılımcılar %33,6 ile 15.00 üzeridir. Ayrıca katılımcıların eğitim durumuna bakıldığında en yüksek oranın %28,1 ile lisans mezunu olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Gastroturistlerin Gıda Tüketim Sıklıkları

	f	%
Her gün süt yoğurt tüketimi		
Evet	195	52,1
Hayır	170	43,0

Hiç tüketmiyorum	19	4,9
Her gün makarna, pilav, ekmek tüketimi		
Evet	214	56,3
Hayır	150	38,7
Hiç tüketmiyorum	20	5,0
Her gün meyve-sebze tüketimi		
Evet	257	65,2
Hayır	105	28,2
Hiç tüketmiyorum	22	6,6
Haftalık tüketilen et porsiyonu		
1-2	163	45,2
3-4	74	21,8
4'ten fazla	60	12,7
Hiç	87	20,3
Haftalık tüketilen balık porsiyonu		
1-2	38	8,6
3-4	114	21,2
4'ten fazla	189	59,3
Hiç	43	10,9
Haftalık tüketilen yumurta sayısı		
1-2	79	13,4
3-4	165	51,9
4'ten fazla	47	11,1
Hiç	93	23,6
Haftalık tüketilen pastane ürünleri porsiyonu		
1-2	193	46,1
3-4	63	14,7
4'ten fazla	85	27,3
Hiç	43	11,9
Haftalık tüketilen fast-food ürünleri porsiyonu		
1-2	79	20,1
3-4	83	24,6
4'ten fazla	78	18,2
Hiç	164	37,1
Haftalık tüketilen alkol		
1-2	214	45,3
3-4	115	22,5
4'ten fazla	25	13,1
Hiç	30	19,1
Balıkesir ziyaretinizde beslenme alışkanlıklarınızın dışını çıkıyor musunuz?		
Evet	227	58

Hayır	157	42
-------	-----	----

Tablo 2’de görüldüğü üzere katılımcıların çoğunluğu (%52,1) her gün süt-yoğurt tüketmektedir. Katılımcıların yarısından fazlasının (%56,3) her gün makarna, pilav ve ekmek tükettikleri, buna karşın yine büyük çoğunluğunun (%65,2) her gün meyve-sebze tükettikleri görülmektedir. Katılımcıların %45,2’si haftada 1-2 porsiyon et tüketmekte iken %20,3’ü hiç et tüketmemektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun (%59,3) haftada 4’ten fazla balık tükettiği ve yarısının (%51,9) haftada 3-4 yumurta tükettiği görülmektedir. Katılımcıların %46,1’inin haftada 1-2 kez pastane ürünleri tükettiği %11,9’unun hiç tüketmediği görülmektedir. Katılımcıların %37,1’inin hiç fast-food tüketmediği ve %45,3’ünün haftada 1-2 kez alkol tükettiği görülmektedir. Katılımcıların yarısından fazlasının (%58) ziyaretleri esnasında beslenme alışkanlıklarının dışına çıktığı görülmektedir. Gastro-turistlerin beslenme alışkanlıklarının yerel yemekleri deneyimleme aşamasında önemli bir rolü vardır.

Tablo 3. Gasro-turistlerin Beslenme Alışkanlıkları

	f	%
Kahvaltı etme durumu		
Her zaman	180	45,7
Sıklıkla	101	25,6
Ara sıra	90	25,4
Asla	13	3,3
Kahvaltıda tercih edilen içecekler		
Çay-Kahve	263	68,3
Meyve suyu	60	18,5
Süt	33	8,9
Diğer	28	4,3
Öğünlerde tatlı yemek durumu		
Her zaman	30	11,2
Sıklıkla	45	15,5
Ara sıra	279	62,1
Asla	30	11,2
Beslenme alışkanlıklarınız		
Her gün farklı	127	46,9
Haftalık değişir	98	28,2
Hafta sonları değişir	91	17,5
Hep aynıdır	68	7,4
Beslenme düzeniniz		
Yüksek proteinli besinler	146	34,5
Yüksek yağ oranlı besinler	48	10,7
Yüksek Karbonhidratlı besinler	67	25,1
Dengeli	123	29,7

Tablo 3’de görüldüğü üzere katılımcıların %45,7 oranında her zaman kahvaltı yaptıkları görülmektedir. Katılımcıların büyük bir oranının (%68,3) kahvaltıda çay-kahve tercih ettikleri, yine büyük bir yarısından fazlasının tatlıyı ara sıra yediği, %46,9 oranında

katılımcının her gün farklı beslendiği ve %34,5 oranı ile yüksek proteinli besin tercih edildiği görülmektedir.

5. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Kültürün beslenme alışkanlıkları üzerindeki etkisi yörelerin gastronomi imajının oluşumuna katkı sağlamaktadır. Yerel destinasyonlarda yaşanacak gastronomi deneyiminin başka yerlerde gerçekleşmeyecek olması o yörenin gastronomi imajı için önemli bir etkidir.

Gastroturistlerin beslenme alışkanlıklarının yerel yemekleri deneyimleme aşamasında önemli bir rolü vardır. Bu çalışmada Balıkesir ilini ziyaret eden gastroturistlerin seyahatleri esnasında beslenme alışkanlıklarının değişip değişmediğinin belirlenmesi amacıyla yapılmıştır.

Balıkesir'i ziyaret eden gastroturistlerin beslenme tercihlerinin sağlıklı olduğu ve ziyaretleri esnasında da bu yönde beslenme tercihlerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen bu sonuç literatürde yer alan çalışmalar ile benzerlik göstermekte ve Aksu (2017), Chang (2017) ve Sparks (2003)'ün gastroturistlerin sağlıklı beslenme alışkanlıklarının seyahatleri esnasında da devam ettirdikleri sonucu ile örtüşmektedir.

Çalışma sonucunda katılımcıların çoğunun düzenli kahvaltı yaptıkları ve kahvaltılarında çay-kahve tercih ettikleri görülmekte ve Derin (2015) çalışması ile benzerlik göstermektedir. Gastroturistlerin haftalık düzenli bir şekilde et-balık tükettikleri ve protein ağırlıklı beslendikleri görülmektedir. Bu sonuç Yıldırım ve Çengel (2013)'in sonuçları ile örtüşmektedir

Gastroturistlerin yerel lezzetleri deneyimlemesi yörenin kültürünü öğrenmelerine katkı sağlamaktadır. Beslenme alışkanlıklarının dışına çıkma konusunda kararsız kalan gastroturistler için yöresel tadım tabakalarının hazırlanması ve ikram edilmesi düşüncelerinin değişmesine katkı sağlayacaktır. Ayrıca özel beslenme guruplarındaki kişiler içinde yöresel ürünlerde çeşitlendirme yapılması ve onlara sunulacak ürün yelpazesinin genişletilmesi önerilmektedir. Bunların yanı sıra yöresel ürünler dünya mutfağında kullanılmalı ve gastroturistler için çekici bir hale gelmesi sağlanabilmektedir

Bu çalışma sınırlı zaman aralığında belirlenen destinasyon bölgesinde ulaşılan gastroturistler ile yapıldığından yer ve zaman kısıtlaması bulunmaktadır. Farklı destinasyon bölgelerinde daha büyük örneklem grupları ile yapılacak diğer çalışmalar ile farklı turist gruplarının beslenme alışkanlıkları ele alınarak yeni çalışmalar yapılabilir. Ayrıca gastroturistler için hazırlanacak tadım tabaklarının bireylerin deneyimleme konusunda önceden bilgi sahibi olmalarına katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Akgöl, Y. (2012). *Gastronomi turizmi ve Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin astronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Mersin Üniversitesi.

Aksu, M., Gezen, A. ve Özcan, S. (2017). Turistlerin yöresel mutfak tercihleri ile ilgili bir araştırma: Bozcaada örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2), 125-137.

- Arslan, M. (2018). Beslenme alışkanlıkları ve fiziksel aktivite düzeylerinin analizi: Marmara Üniversitesi öğretim üyeleri üzerine bir çalışma. *Dicle Tıp Dergisi*, 4(1), 59 – 69.
- Ballı, E. (2016). Gastronomi turizmi açısından Adana sokak lezzetleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Özel sayı), 3-17.
- Bayrakçı, S. ve Akdağ, G. (2016). Yerel yemek tüketim motivasyonlarının turistlerin tekrar ziyaret eğilimlerine etkisi: Gaziantep’i ziyaret eden yerli turistler üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27(1), 96-110.
- Beer, S. (2015). Does the pursuit of local food destroy our environment? Questions of authenticity and sustainability. In P. Sloan, W. Legrand, C. Hindley (Eds), *The routledge handbook of sustainable food and gastronomy*. New York: Routledge.
- Björk, P., & Kauppinen-Räsänen, H. (2016). Local food: A source for destination attraction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(1), 177-194.
- Bucak, T. ve Arıcı, E.Ü. (2013). Türkiye’de gastronomi turizmi üzerine genel bir değerlendirme. *Balıkesir University The Journal of Social Sciences Institute*, 16(30), 203-216.
- Chambers, S., Lobb, A., Butler, L., Harvey, K., & Traill, W. B. (2007). Local, national and imported foods: A qualitative study. *Appetite*, 49(1), 208-213.
- Cömert, M. ve Özkaya F. D. (2014). Gastronomi turizminde Türk mutfağının önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 62-66.
- Chang, R. C. Y. (2007). *An analysis of the Chinese leisure travelers’ dining-out experiences while holidaying in Australia and its contribution to their visit satisfaction* [Unpublished doctoral dissertation]. The Hong Kong Polytechnic University.
- Chang, R. C.Y., Mak, A. H.N., & Chin, J. S.C. (2011). The investigation of healthy eating attitude and travel eating behaviour of Taiwanese tourists. 9. *APavcCHRİE Conference*, Hong Kong.
- Chang, R. C. Y. (2014). The influence of attitudes towards healthy eating on food consumption when travelling. *Current Issues in Tourism*, 20(4), 369–390.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon rekabetçiliği ve seyahat motivasyonu bakımından gastronomik kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 39-51.
- Çavuşoğlu, M. ve Çavuşoğlu, O. (2018). Gastronomi turizmi ve Kıbrıs sokak lezzetleri üzerine bir araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1), 637-651.
- Çelik, S. (2018). Şırnak ilinin gastronomi turizmi potansiyeli. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 2(2018) 41–51.
- Derin, D.Ö., Keskin, S. ve Çelikörs, D. (2015). Konya il merkezinde çalışan bazı kamu memurlarının beslenme alışkanlıkları üzerine bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*. 4(3), 421-439.

- Forleo, M. B., & Benedetto, G. (2020). Creative cities of gastronomy: Towards relationship between city and countryside. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 22, 100247.
- Gheorghe G., Tudorache P., & Nistoreanu P. (2014). Gastronomic tourism, A new trend for contemporary tourism. *Cactus Tourism Journal*, 9(1), 12-21.
- Güldemir, O. (2020). Sürdürülebilir gastronomide yöresel mutfakların rolü ve örnekler. Yüncü R. (Ed.), *Gastronomi ve sürdürülebilirlik* (ss. 46-73). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Güldemir, O., Tugay, O., Şallı, G., Yıldız, E. ve Çelik Yeşil, S. (2021). Bringing fruity meat dishes of Ottoman cuisine into businesses. *Journal of Ethnic Foods*, 8(1), 30.
- Güripek, E. (2018). Hizmet kalitesi algısının belirlenmesine yönelik yiyecek içecek işletmelerinde bir uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(4), 996-1013.
- Hatipoğlu A., Batman, O. ve Sarıışık, M. (2009, 17-18 Nisan). *Gastronomi ve din* [Kongre sunumu]. 3.Ulusal Gastronomi Sempozyumu, Antalya.
- Hatipoğlu, A. (2010). *İnançların gastronomi üzerine etkileri bodrumdaki beş yıldızlı otellerin mutfak yöneticilerinin görüşlerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Sakarya Üniversitesi.
- Kang, S., & Rajagopal, L. (2014). Perceptions of benefits and challenges of purchasing local foods among hotel industry decision makers. *Journal of Foodservice Business Research*, 17(4), 301-322.
- Kim, S., & Choe, J.Y. (2019). Testing an attribute-benefit-value-intention (ABVI) model of local food consumption as perceived by foreign tourists. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(1), 123-140. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2017-0661>.
- Lin, J., Guia Julve, J., Xu, H., & Cui, Q. (2018). Food habits and tourist food consumption: an exploratory study on dining behaviours of Chinese outbound tourists in Spain. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 10(1), 1-18.
- Öktem, Ş. (2014). Standart reçetelerin turizm sektöründe sürdürülebilirliğe katkısı: Mersin yöresi kahvaltı örnekleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 24-33.
- Öney, H. (2013). Gastronomi turizmi. Bahçe S. (Ed.), *Alternatif turizm* (ss. 159-171). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Özçelik, A.(2000). Sağlık Personelinin Beslenme Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma. *Gıda*, 25(2), 93-99.
- Öztürk, S. B., & Akoglu, A. (2020). Assessment of local food use in the context of sustainable food: A research in food and beverage enterprises in Izmir, Turkey. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 20, 100194.

- Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü. (2019). Türkiye Beslenme Rehberi TÜBER 2015, T.C. Sağlık Bakanlığı Yayın No: 1031, Ankara. ISBN: 978-975-590-608-9.
- Sarışık, M. ve Özbay, G. (2015). Gastronomi turizmi üzerine bir literatür incelemesi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 264-278.
- Seçuk, B., Seçim, Y. ve Pekerşen, Y. (2023). Şeflerin Instagram içeriklerinin sosyal medya pazarlaması açısından değerlendirilmesi. Eliaçık M. (Ed.), *Proceedings book V. international Halich congress on multidisciplinary scientific research* (ss. 1584-1602). Adıyaman: İKSAD Publishing House.
- Sparks, B., Bowen, J., & Klag, S. (2003). Restaurants and the tourist market. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(1), 6-13.
- Suntikul, W., Pratt, S., & Chong, Y. W. J. (2019). Factors that influence Chinese outbound tourists' intention to consume local food. *Journal of China Tourism Research*, 15(1), 1-18.
- Telfer, D. J., & Wall, G. (2000). Strengthening backward economic linkages: Local food purchasing by three Indonesian hotels. *Tourism Geographies*, 2(4), 421-447.
- Türker, N. ve Süzer, Ö. (2022). Tourists' food and beverage consumption trends in the context of culinary movements: The case of Safranbolu. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 27, 100463.
- Üner, E. H. (2014). *Her şey dahil sistemde Türkiye gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Atılım Üniversitesi.
- Yıldırım, F. ve Çengel, Ö. (2013). Hızlı gıda tüketimi ve tüketicilerin değerleri ve yaşam tarzlarının ilişkisi üzerine bir araştırma. *Online Academic Journal of Information Technology*, 4(11), 1-14.
- Turconi, G., Celsa, M., Rezzani, C., Biino, G., Sartirana, M. A., & Roggi, C. (2003). Reliability of a dietary questionnaire on food habits, eating behaviour and nutritional knowledge of adolescents. *European Journal of Clinical Nutrition* (2003) 57, 753-763.
- Yücel, A. S., Korkmaz, M., Hergüner, G., Yaman, Ç., Sevil, Ü. ve Küçüközkan, Y. (2019, 10-11 Ekim). *Çocukların aile özelliklerine göre beslenme alışkanlıklarının incelenmesi* [Konferans Sunumu]. 2. Uluslararası Sağlıklı Yaşam Kongresi, İstanbul.

Psikolojik İyi Oluşun İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi: İş Yaşam Dengesinin ve Duygusal Bağlılığın Seri Çoklu Aracılık Rolü

The Effect of Psychological Well-Being on Intention to Leave: The Serial Multiple Mediating Role of Work-Life Balance and Affective Commitment

Ali Murat BOYRAZ¹

R. Dilek KOÇAK^{2*}

¹ Araştırmacı, muratboyraz@yahoo.com, ORCID: 0000-0002-7505-2812

² Ufuk Üniversitesi, dilek.kocak@ufuk.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3077-0706

* Yazışılan Yazar/Corresponding author

Makale Geliş/Received: 22.09.2023

Makale Kabul/Accepted: 18.12.2023

Araştırma Makalesi / Research Paper

DOI: 10.47097/piar.1364871

Öz

Çalışanların olumlu duygular yaşamaları ve sergilemelerinin işten ayrılma niyetini etkilediği bilinmektedir. Bu çalışmanın amacı, psikolojik iyi oluşun (PİO) işten ayrılma niyeti (İAN) üzerindeki doğrudan etkisi ile iş-yaşam dengesi (İYD) ve duygusal bağlılık (DB) aracılık etkisini, Türk Bankacılık sektörü özelinde elde edilen verilerle, Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) çerçevesinde incelemektir. Araştırmada, 626 katılımcıdan anket yoluyla veri toplanmıştır. Bulgular, psikolojik iyi oluşun işten ayrılma niyeti üzerinde doğrudan anlamlı etkisi olduğunu göstermektedir. Ayrıca, PİO ile İAN ilişkisinde, İYD ve DB'nin, seri çoklu aracılık rolü olduğu belirlenmiştir. Bu çalışmanın literatüre öncelikli katkısı, işten ayrılma niyetine bireysel ve örgütsel kaynaklı etkilerin ampirik verilerle ve nedensellik ilişkileri yardımıyla bütünsel bir yaklaşımla ortaya koyulması ve bu sonuçlara dayanarak insan kaynakları ve örgütsel davranış alan yazımına öneriler sunulmasıdır.

Anahtar Kelimeler: Psikolojik İyi Oluş, İşten Ayrılma Niyeti, İş Yaşam Dengesi, Duygusal Bağlılık.

Jel Kodları: D23, L20, M10.

Abstract

It is known that employees' experience and display of positive emotions affect their intention to leave the job. The aim of this study is to examine the direct effect of psychological well-being (PWB) on intention to leave (IL) and the mediating effect of work-life balance (WLB) and affective commitment (AC) within the framework of the Structural Equation Model (SEM), with data obtained specifically from the Turkish Banking Sector. In the study, data was collected from 626 participants through a survey. In addition, it was determined that WLB and AC had a serial multiple mediating role in the relationship between PWB and IL. The primary contribution of this study to the literature is to reveal the individual and organizational impacts on intention to leave with a holistic approach, via the use of empirical data and causality relationships, and to offer suggestions to the human resources and organizational behavior literature based on these results.

Keywords: Psychological Well-Being, Intention to Leave, Work-Life Balance, Affective Commitment.

Jel Codes: D23, L20, M10.

1. GİRİŞ

Çalışanlar her zaman kuruluşların en değerli kaynağı olmuştur. Çalışanların tutum ve davranışlarının anlaşılmasına yönelik yapılan çalışmaların çoğunluğunun amacı, örgütlerin yönetsel kabiliyetlerinin daha etkili ve verimli olması temeline dayanmaktadır. Bu açıdan önemli çalışmaların yer aldığı 'pozitif psikoloji' alanı, bireylerin güçlü yönlerini daha güçlü kılmaya odaklı çalışmalarla, farklı disiplinlere katkı sağlamaktadır. Bununla birlikte yalnız bireysel değil örgütsel kaynaklı etkenlerin ayrı ayrı ve birlikte değerlendirilmesi, sonuç yaratma yeteneği giderek karmaşıklaşan çalışma hayatını daha iyi anlamamıza katkı sağlayacaktır.

Sağlıklı olmak, sadece iyi bir fiziksel sağlığa sahip olmak anlamına gelmemektedir. Aynı zamanda zihinsel ve duygusal refahı da içeren psikolojik sağlık da fiziksel sağlık kadar önemlidir. Pozitif psikoloji alanındaki çalışmalardan biri olarak ele alınan bireylerdeki psikolojik iyi oluşun bireysel ve örgütsel faktörler üzerinde etkili olduğu yapılan araştırmalarla ortaya konmuştur.

Psikolojik iyi oluş, bireyin duygusal sağlığını ve genel yaşamın işleyişini tanımlamak için kullanılmaktadır. Dolayısı ile bireyin iyi hissetmesi ve bu doğrultuda etkili bir şekilde çalışmasına yönelik bir kavramdır (Huppert, 2009: 137). Çalışanlar sosyal, psikolojik, örgütsel ya da ekonomik nedenlerden dolayı işten ayrılma eğilimindedirler. Griffeth, Hom ve Gaertner (2000) işten ayrılma niyetini çalışanın bilerek ve isteyerek işten ayrılmayı istemesi olarak ifade etmişlerdir. Psikolojik iyi oluş kavramının da bir psikolojik faktör olarak ele alındığında işten ayrılma niyetinin belirleyicisi olarak irdelemek mümkündür.

Öte yandan hayatının büyük bir kısmını iş yerinde geçiren çalışan bireylerin iş ile yaşamları arasında sağlıklı denge kurmaları psikolojik açıdan kendilerini iyi hissetmelerine imkan sağlamaktadır. İş-yaşam dengesi işin taleplerini, kişisel yaşamı ve kişiyi yükselten unsurlarla yönetmenin bir yolunu bulmakla ilgilidir. İyi bir iş-yaşam dengesine sahip bireyler, işte mutlu ve üretken olurken, kendilerine ve ailelerine zaman ayırabilmektedir. İş-yaşam dengesini korumak, organizasyon için stratejik öneme sahip ve çalışanlar için önem taşıyan bir konudur.

Örgütsel başarı, örgüt çalışanlarına ve onların bir dizi değer, ilke veya inançlarına olan bağlılıkları ile ilgilidir. Bu nedenle çalışanların örgüte olan bağlılığı örgütün başarısı için olmazsa olmaz unsurlardan biridir. Allen ve Meyer "duygusal, devam ve normatif bağlılık" (1990:1-2) olmak üzere üç öge biçimini içeren örgütsel bağlılık modeli oluşturmuşlardır. Modelde yer alan duygusal bağlılığa bilim insanlarının büyük önem verdiği bilinmektedir (Nadeeshani ve Nishanthi, 2020: 327). Araştırmacılar iş-yaşam dengesinin, çalışanların örgütlerine olan duygusal bağlılıklarını olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuşlardır (Muse, Harris, Giles ve Feild, 2008; Casper, Harris, Taylor-Bianco ve Wayne, 2011; Nadeeshani ve Nishanthi, 2020).

Bu makalenin amacı, çalışanların psikolojik iyi oluşunun işten ayrılma niyeti üzerindeki doğrudan ve iki aracı mekanizmayla etkisini test etmektedir. Bu açıdan iş yaşam dengesi ve duygusal bağlılık aracı değişkenler olarak ele alınmıştır. Araştırma yukarıda ifade edilen faktörleri birlikte ele alarak; Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) çerçevesinde örgütsel davranışın

bir yönünü nedensellik bağlantıları ile anlayarak, açıklamaya çalışmaktadır. Bu amaçla, oluşturulan model, kuramsal bir yapı üzerine inşa edilmiştir.

2. LİTERATÜR ÖZETİ

2.1. Psikolojik İyi Oluş

Pozitif psikoloji alanında ele alınan önemli kavramlardan biri de 'psikolojik iyi oluş'dur. Kavram, karmaşık ve çok boyutlu bir yapıdır. En basit haliyle, genel bir mutluluk duygusu olarak ifade edilebilir. Daha doğru bir yaklaşım, psikolojik iyi oluşu, pozitif işleyişin yönlerini temsil eden bir yapı olarak görmektir (Carmeli, Yitzhak-Halevy ve Weisberg, 2007: 68).

Psikolojik iyi oluş, insan hayatının iyi yönde gitmesiyle ilgili bir kavramdır (Huppert, 2009). Bireyin kendini iyi hissetmesi ve iyi faaliyet gösterebilmenin bir birleşimi olarak tanımlanmıştır; mutluluk, tatmin, iyi bir gelire sahip olmak gibi pozitif faktörlerin ötesinde bireyin hayatı üzerinde söz sahibi olması, kritik unsurlar söz konusu olduğunda da olumlu deneyimler yaşayabilmesidir (Ruggeri vd., 2020: 2).

Öte yandan sürdürülebilir esenlik için bireyler kendilerini her daim iyi hissetmek zorunda da değildir; olumsuz duyguları (örneğin, hayal kırıklığı, başarısızlık, keder, vb.) deneyimlemek de hayatın normal bir parçasıdır ve bu negatif duyguları yönetebilmek, uzun vade de esenlik sağlayabilmek için oldukça önemlidir. Göz ardı edilmemesi gereken bir nokta da olumsuz duyguların aşırı veyahut haddinden fazla uzun sürmesi halinde, bireyin gündelik yaşamını sürdürebilme becerisinin olumsuz etkileneceği, psikolojik iyi oluş halinin tehlikeye girebileceğidir (Huppert, 2009: 137).

Psikolojik iyi oluş, karmaşık ve çok faktörlü bir yapıdır. Yaşam standardına atıfta bulunan 'nesnel ölçümler' ile psikolojik, sosyal ve manevi yönleri ele alan, bireylerin yaşamları hakkında yaptıkları bilişsel ve duyuşsal yargılara dayanan 'öznel ölçümler' olarak iki faktör üzerinden ele alınmaktadır (Trudel-Fitzgerald vd., 2019).

Psikolojik iyi oluş, yalnızca pozitif düşünmek ve hissetmek değil, aynı zamanda kişinin yaşamla olan bağına dair çok yönlü, güçlü bir göstergedir (Ryff,1989). Yetişkin bireylerin hayatlarının büyük kısmı işte geçmektedir. Bu açıdan psikolojik iyi oluş, sadece iş görenler için değil aynı zamanda işverenler, organizasyonlar, çevre ve toplum için de önem arz etmektedir (Warr,1987). Kavram profesyonel, bireysel ve kişilerarası seviyelerde başarı ile ilişkilendirilmiştir. İyi oluş seviyesi yüksek bireyler, iş hayatında çok daha fazla üretkenlik sergilerler, daha etkili öğrenirler, yaratıcılık kapasiteleri yükselir ve daha olumlu sosyal davranışlar sergilerler (Ruggeri vd., 2020).

2.2. İş Yaşam Dengesi

İş yaşam dengesi olgusunu açıklamak üzere farklı tanımlar öne sürülmüştür. İş-yaşam dengesi, kişinin işi ve yaşamı arasındaki ilişki ile istihdam ve kişisel yaşamın taleplerinin eşit olduğu noktadır (Bhat, Yousuf ve Saba, 2023: 2). Delecta, "iş yaşam dengesini, bireyin işinden ve özel hayatından kaynaklanan talepler ile işin dışındaki sorumlulukları ve görevleri yerine getirebilmedeki yeteneği" (2011:186) olarak tanımlanmaktadır. Genel olarak iş yaşam dengesi, işten ve aile yaşamından alınan doyumunun yaşanması olarak da ifade edilmektedir (Farivar, Cameron ve Yaghoubi, 2016: 321). Bir başka tanım da ise iş yaşam

dengesi daha kapsamlı ele alınmış; kişinin tüm yaşamından duyduğu memnuniyet anlamına geldiğini ve uzun saatler çalışırken bile bu memnuniyet hissine ulaşılacağı öne sürülmüştür (Meenakshi, Subrahmanyam ve Ravichandran, 2013: 31).

İş hayatı ile aile yaşamı arasındaki dengesizlik, bireyin iyi oluş halini etkileyerek yaşamdan memnuniyetsizlik, stres, psikosomatik belirtiler, depresyon, genel psikolojik sıkıntı, ilaç kullanımı, alkol tüketimi, madde kullanımı, klinik ruh hali bozuklukları, klinik kaygı bozuklukları ve duygusal tükenme gibi sorunlara neden olabilmektedir (Lowe, 2005: 35).

İşlerine sürekli bağlı olan, hayatlarının odağını işin kendisi haline getiren bireyler stres ve tükenmişlik belirtileriyle uğraşmak zorunda kalabilirler. Şayet kişi rahatlamak ve yenilenmek olmak için zaman bulamıyorsa, işini iyi yapma yeteneği azalarak performans düzeyi düşebilmektedir. Bu duruma engel olabilmek adına, yönetimin bir kişiyi uzun saatler çalışmak yerine işten izin almaya teşvik etmesi birey ve örgüt açısından önem arz etmektedir (Meenakshi vd., 2013: 32).

2.3. Duygusal Bağlılık

Örgütsel bağlılık üzerinde yazında önemli çalışmalar ortaya koyan Meyer ve Allen (1991) bu kavramı, psikolojik bir durum olarak ifade etmiş ve üç ana bileşenli bir çekirdek yapı olarak ele almışlardır. Bu alt bileşenler; duygusal bağlılık, normatif bağlılık ve devam bağlılığıdır (Meyer ve Allen, 1984: 1991; Myer, Allen ve Smith, 1993). Normatif bağlılık çalışanın iş ahlakına ve sorumluluğuna odaklanır (Meyer ve Allen, 1991). Devam bağlılığı kişinin örgütten ayrıldığı takdirde sonuçların, kendisi açısından neye mal olacağını bilincinde olmasını ifade eder (Meyer ve Allen, 1997). Meyer ve Allen'a (1991) göre duygusal bağlılık, bireyin örgüte duygusal açıdan bağlanma durumunu, örgütün amaç ve değerleri ile özdeşleşmesini ve bu doğrultuda örgüte katılım gücünü ifade etmektedir.

Duygusal bağlılık, örgütler tarafından arzu edilen en önemli bağlılık boyutu olarak ifade edilmektedir (Meyer ve Allen, 1991). Nitekim, bu çalışmada da duygusal bağlılık değişkeni ele alınmıştır. Duygusal bağlılığa sahip çalışanlar, örgütün bir parçası olmaktan mutluluk duyar ve kendilerini sistemin parçası olarak gördüklerinden ötürü işten ayrılmayı düşünmezler. Daha spesifik olarak bireyler, içsel motivasyona sahiptirler ve kendilerini örgütün amaç ve değerlerinin bir parçası olarak görmektedirler (Meyer ve Herscovitch, 2001). Örgütün amaçlarına son derece bağlı olan ve örgüte karşı olumlu tutumları olan çalışanların, işe devamlılıkları yüksektir ve hedeflere ulaşılmasına katkıda bulunma konusunda güçlü bir istek duymaları daha olasıdır (Steers, 1977: 48).

2.4. İşten Ayrılma Niyeti

Günümüzde organizasyonlar, çalışanları elde tutmak ve onları örgüte güçlü bir bağlılık duymaya teşvik etme zorluğu ile karşı karşıyadır. Yüksek işten ayrılma niyeti, birincil iş hedeflerini engellemekte ve önemli organizasyonel kayıplara neden olmaktadır (Ahmad Saufi vd., 2023: 02).

İşten ayrılma niyeti, arzulanan bir geleceği gerçekleştirmek ve geçmişin olumsuz deneyimlerinden kaçınmak için hem zihinsel hem de bir eylemsel planını temsil eder (Pelly, 2022). Mobley, "işten ayrılma niyetini fiilen işten ayrılmadan farklı olduğunu, çalışanların iş yerlerinde kalmak ya da istifa ederek ayrılmak için kendi özlerinde yapmış oldukları değerlendirmeler" (1982: 10) olarak açıklamıştır. Bu açıdan bakıldığında işten ayrılma niyeti,

bireylerin yakın gelecekte bir noktada örgütten kalıcı olarak ayrılmalarına ilişkin tahminlere (sübjektif) (Vandenberg ve Nelson, 1999: 1315) atıfta bulunur. Öte yandan bir çalışanın işten ayrılma niyetinin, gerçek işten ayrılmanın güçlü bir belirleyicisi olduğunu söylemek mümkündür (Vandenberg ve Nelson, 1999).

İşten ayrılma niyetinin işten ayrılmayla sonuçlanması bir süreç gerektirir ve bu süreç zarfında farklı unsurların da etkili olabileceği araştırmalara konu olmuştur (Hom, Caranikas-Walker, Prussia vd., 1992: 905). Dolayısı ile işten ayrılma niyetinin, bireylerin mevcut çalışma koşullarından mutlu olmadıklarında ve memnuniyetsizlik yaşadıkları için girilen tahrip edici ve aktif bir süreç olduğu söylenebilir (Rusbelt, Farrell, Rogers ve Mainous, 1988: 601). Şayet bir örgüt, işten ayrılma niyetini azaltmak istiyorsa öncelikle çalışan bireyleri desteklemeye yönelik faaliyetlerde bulunmalıdır (Hughes, Avey ve Nixon, 2010: 352).

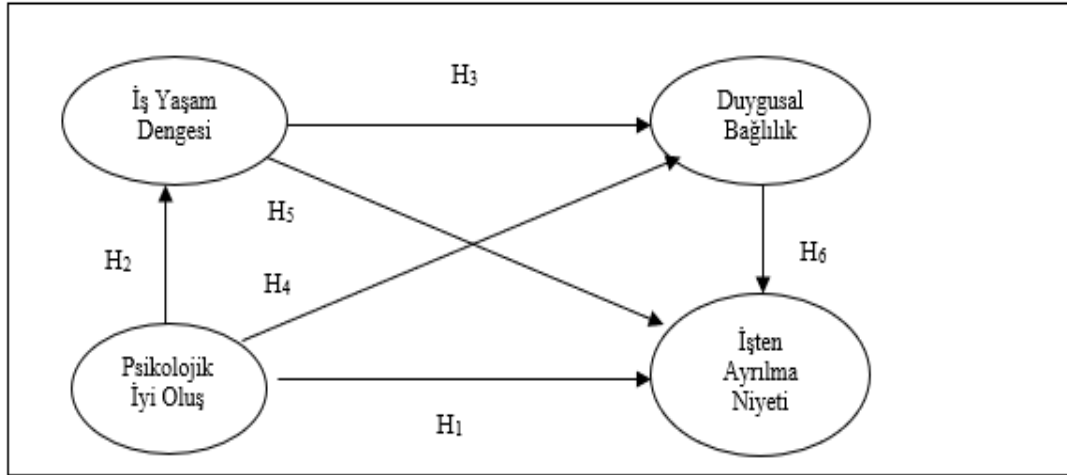
2.5. Kavramlar Arası İlişkiler

Çalışmanın literatüründe açıklanan kavramlar, alanda farklı çalışmalar konu olmuştur. Nitekim, farklı sektör çalışanları üzerinde yapılan araştırmalar da bunu destekler niteliktedir. Örneğin, Köşker'in (2018) öğretmenler üzerinde yaptığı araştırma, psikolojik iyi oluşun öğretmenlerin işten ayrılma niyetlerini azalttığını göstermiştir. Saraswati ve Lie 2020 yılında Endonezya'nın Java kentindeki çalışanlar üzerinde yaptıkları araştırmanın sonucunda psikolojik iyi oluşun iş yaşam dengesinden, baskın ve anlamlı bir şekilde etkilendiği sonucuna varmışlardır. Al-Kabir ve Tirno (2018) çokuluslu şirketlerin çalışanları üzerinde yapmış oldukları araştırmada iş yaşam dengesinin çalışan devri ve işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuşlardır. Benzer şekilde, işten ayrılmayı azaltmanın bir yolunun da çalışanların örgüte olan bağlılığını güçlendirmek olduğu yaygın olarak kabul edilmektedir. Bu kapsamda Mohamed, Taylor ve Hassan'nın (2006) çalışmaları duygusal bağlılık ile işten ayrılma niyeti arasında negatif bir ilişkiyi destekler niteliktedir. Çalışanlarını elde tutmayı ve olumlu bir çalışma ortamı geliştirmeyi amaçlayan örgütler için bu kavramları anlamak ve bu doğrultuda yönetim sürecini ele almak oldukça önemlidir.

Buraya kadar açıklanan kavramlar kapsamında; psikolojik iyi oluş, işten ayrılma niyeti, iş yaşam dengesinin ve duygusal bağlılık arasında doğrudan ve dolaylı etkiler olabileceği düşünülmüş ve yöntem kısmında yer alan model geliştirilmiştir.

3. YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı literatür taraması ile açıklanan değişkenlerin Türk Bankacılık Sektörü özelinde elde edilen veriler ile Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) çerçevesinde incelenmesidir. Bu doğrultuda temel araştırma sorusu, araştırmanın modeli ve yedi hipotez aşağıdaki gibi belirlenmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

H1: Psikolojik iyi oluşun işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H2: Psikolojik iyi oluşun iş yaşam dengesi üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H3: İş yaşam dengesinin duygusal bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H4: Psikolojik iyi oluşun duygusal bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H5: İş yaşam dengesinin işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H6: Duygusal bağlılığın işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H7: Psikolojik iyi oluşun işten ayrılma niyeti etkisinde iş yaşam dengesinin ve duygusal bağlılığın seri çoklu aracılık etkisi vardır.

3.1. Örneklem

Türk Bankacılık sektöründeki beyaz yakalı çalışanlar araştırmanın ana kütesini oluşturmaktadır. Banka çalışanlarının (ana kütle) %34,3'ü özel (yerli), %28'i özel (yabancı), %34,4'ü kamu ve %4,3'ü ise diğer (yatırım ve kalkınma) bankalar tarafından istihdam edilmektedir (TBB-1,2023). Bu sektöre ait veriler Borsa İstanbul'da işlem gören ve finansal tablolarına diğer açık kaynaklardan ulaşılabilen 16 bankanın çalışanlarından elde edilmiştir. Örnek kütleye 6 özel (yerli), 4 özel (yabancı), 3 kamu, 3 katılım bankası alınmıştır. Örnek kütlelerin %38,3'ü özel (yerli), %31,5'i özel (yabancı), %25,7'si kamu, %4,5'i diğer banka çalışanıdır. Söz konusu 16 banka, Haziran 2023 itibariyle Türk Bankacılık Sektöründeki toplam mevduatın %91'ine, özkaynakların %90'ına, çalışan sayısının %85,2'sine sahiptir (TBB-1, 2023).

Araştırma verileri, kartopu ve kolayda örnekleme yöntemine göre ve tesadüfi olarak %13'ü kâğıt kalem, %87'si genel erişim ağı uygulaması ile elde edilmiştir. Nihai örneklem birimi çalışandır. Toplanan 745 anket, uç değer analizi (z skoru dönüşümü yardımıyla), hatalı ve eksik kodlama ile çok değişkenli normallik (Mahalanobis d²) varsayımları dikkate alınarak son kertede 626 kişiye ait anket üzerinden analize tabi tutulmuş ve %95 güven düzeyinde (p<,05) çalışılmıştır. Örneklem hacmi, ana kütlelerin standart sapması hakkında bilgi sahibi olunamadığı için p ve q değerleri %50 olarak alınarak hesaplanmış; en az 384 (Lorcu, 2015:18; Büyüköztürk vd., 2014: 95) katılımcı kriteri dikkate alınarak belirlenmiştir. Örnek

kütlenin %48,7'si kadın, %51,3'ü erkek; %21,4'ü Yüksek lisans/Doktora, %70,2'si Lisans, %6,9'u Yüksekokul, %1,4'ü Lise mezunu, yaş ortalaması 36,06 (ss. = 6,80), ortalama iş hayatı süresi 10,49 yıl (ss. = 7,01), son işyerinde ortalama çalışma süresi 5,85 yıldır (ss. = 5,22).

3.2. Veri Toplama Araçları

Araştırmada Likert tipi 7'li ölçek tercih edilerek anket tekniği birincil kaynak olarak kullanılmıştır. Anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde ölçek maddeleri, ikinci bölümde demografik özellikleri belirleyici sorular bulunmaktadır. Pilot araştırma, 164 çalışan üzerinde gerçekleştirilmiş, örneklemin %20'sinden fazlası olması gerekliliği (Konecnik ve Gartner, 2007: 407-408) ve en az 150 (Özdamar, 2016: 44) anket koşullarının her ikisine de dikkat edilerek uygulanmıştır. Pilot çalışma sonucuna göre ölçeklerden çıkartılan maddelerin, uygulamanın yapıldığı sektörden ve sosyal farklılıktan kaynaklandığı (Seçer, 2015: 172-173) değerlendirilmektedir.

Popülasyon dağılımında endojen değişkenlerin çok değişkenli normallik gerektirdiği (Kline, 2011: 154) varsayımına dayanan YEM, teorik modelin bir bütün halinde değerlendirilmesine imkân tanır. Araştırmada başvuru YEM'in örneklem büyüklüğüne dair dört varsayımı bulunmaktadır (Raykow ve Marcoulides, 2006). "Örneklem büyüklüğü ölçeklerdeki madde sayısının 10 katından ve en az 200 olması nedeniyle öngörülen varsayımını" (Kline, 2011: 12; Tabachnick ve Fidell, 2013:123) karşılamaktadır. Modelin Mardia basıklık değeri 7,45 olarak hesaplanmış ve çok değişkenli normal dağılım varsayımına (Yılmaz ve Varol, 2015:32; Tabachnick ve Fidell, 2013: 74) yönelik kriter sağlanmıştır. Araştırmada çok değişkenli normallik koşulu gerçekleştiği için DFA yapılmış ve "ölçme modeli, en yüksek olabilirlik (ML) kestirim tekniğine ve doğrulayıcı ve alternatif model stratejisine" (Şimşek, 2007: 4-17) göre AMOS programı yardımıyla en uygun model uyumu doğrultusunda kıyaslanmış, uyum iyiliği eşiklerine göre kontrol edilerek belirlenmiştir.

Psikolojik İyi-Oluş ölçeği: Diener ve diğerleri (2010) tarafından geliştirilen, Telef (2013) tarafından Türkçe'ye uyarlaması yapılan ve Cronbach Alfa katsayısı ,80 olarak belirlenmiş Psikolojik İyi Oluş (PIO) "Amaçlı ve anlamlı bir yaşam sürdürüyorum." örnek maddesine benzer 7'li Likert tarzında ölçülmüştür. Ölçekten edinilen yüksek puanın, kişinin birden çok psikolojik kaynağa ve güce sahip olduğunu göstermektedir. 8 maddeli ölçeğin Doğrulayıcı faktör analizi (DFA) sonucunda uyum indeks katsayıları 5 maddeli olarak $\chi^2/sd= 2.500$, SRMR= ,017, RMSEA=,048, GFI=,99, NFI=,99, RFI=,97, CFI=,99 ve IFI= ,99 olarak belirlenmiştir. Ölçekten 3 madde çıkartılmış, kullanılan nihai ölçek tek boyutlu beş maddeden oluşmuş; Cronbach Alfa katsayısı ,79, İkiye Bölme (Split Half) güvenilirlik katsayısı ,80 ve kompozit güvenilirlik katsayısı (CR) ,79 bulunmuştur.

İş-Yaşam Dengesi Ölçeği: Özdevecioğlu ve Aktaş (2007) tarafından Türkçe'ye uyarlaması yapılan Greenhaus, Callanan ve Godshalk'ın (2000) İş Yaşam Dengesi ölçeğinin Cronbach Alfa'sı 0.789 olarak belirlenmiştir. İş Yaşam Dengesi (İYD) "İşim beni ailemden gereğinden fazla uzaklaştırıyor." örnek maddesine benzer 7'li Likert tarzında ölçülmüştür. Ölçekten elde edilen düşük puan, kişinin iş yaşam dengesine işaret etmektedir. 7 maddeli ölçeğin DFA uyum indeksi değerleri 5 maddeli olarak $\chi^2/sd= 1.003$, SRMR= ,004, RMSEA=,007, GFI=,99, NFI=,99, RFI=,99, CFI=,99 ve IFI= ,99 olarak bulunmuştur. Ölçekten 2 madde çıkartılmış, nihai ölçek, tek boyutlu beş maddeden oluşmuş; Cronbach Alfa katsayısı ,94, İkiye Bölme güvenilirlik katsayısı 0.85 ve kompozit güvenilirlik katsayısı (CR) ,93 bulunmuştur.

Duygusal Bağlılık Ölçeği: Meyer ve Allen'in (1997) Örgütsel Bağlılık Ölçeği (ÖBÖ), çalışanların kurumuna ne kadar bağlı olduklarını ölçmek amacıyla geliştirilmiş ve Wasti (1999,2000) tarafından Türkçe 'ye uyarlanmıştır. ÖBÖ, duygusal bağlılık (DB), devam bağlılığı ve normatif bağlılık şeklinde adlandırılan üç farklı boyutta örgütsel bağlılığı ölçmektedir. Araştırma kapsamında ise altı ifadeden oluşan duygusal bağlılık ölçeği kullanılmıştır. Özutku (2008) tarafından Cronbach Alfa'sı ,64, Dağlı, Elçiçek ve Han (2018) tarafından Cronbach Alfa'sı ,80 bulunmuştur. Bu çalışmada DB "Bu kuruluşun sorunlarını gerçekten kendi sorunlarım gibi hissediyorum." örnek maddesine benzer 7'li Likert tarzında ölçülmüştür. Ölçekten elde edilen yüksek puan, kişinin örgüte bağlılığının duygusal yönünün yüksekliğine işaret etmektedir. 7 maddeli ölçeğin DFA uyum indeksi değerleri 4 maddeli olarak $\chi^2/sd= ,001$, SRMR= ,001, RMSEA=,00, GFI=,99, NFI=,99, RFI=,99, CFI=,99 ve IFI= ,99 olarak tespit edilmiştir. Ölçekten 3 madde çıkartılmış, nihai ölçek, tek boyutlu dört maddeden oluşmuş; Cronbach Alfa katsayısı ,89, İkiye Bölme güvenilirlik katsayısı ,93 ve kompozit güvenilirlik katsayısı (CR) ,87 bulunmuştur.

İşten Ayrılma Niyeti Ölçeği: Bluedorn (1982), Netemeyer ve diğerleri (1997) tarafından geliştirilen ve dört sorudan oluşan ölçek Özer ve Günlük (2010) tarafından kullanılmış ve Cronbach Alfa'sı ,82; Güzel, Gök ve İşler (2013) tarafından ilk üç sorusu kullanılmış ve ,83 olarak tespit edilmiştir. İşten Ayrılma Niyeti (İAN) "İşimden ayrılmayı sık sık düşünürüm." örnek maddesine benzer 7'li Likert tarzında ölçülmüştür. Ölçekten elde edilen yüksek puan, kişinin işten ayrılma niyetinin yüksekliğine işaret etmektedir. 4 maddeli nihai ölçeğin DFA uyum indeksi $\chi^2/sd= ,300$, SRMR= ,005, RMSEA=,000, GFI=,99, NFI=,99, RFI=,99, CFI=,99 ve IFI=,99 değerleri şeklinde bulunmuş; Cronbach Alfa değeri ,82, İkiye Bölme güvenilirlik katsayısı ,79 ve kompozit güvenilirlik katsayısı (CR) ,84'tür.

3.3. Ölçeklerin Geçerliliği ve Güvenilirliği

Ölçeklerin yapısal geçerliğini belirlemek için ilk planda yapılacak açımlayıcı faktör analizi (AFA) uygunluğuna Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Barlett testi ile karar verilmiştir. "KMO değerinin ,50'den yüksek olması ve Barlett değerinin anlamlı bulunması çalışma grubundan elde edilen veri setinin, faktör analizi için uygun olduğunu" (Güriş ve Astar, 2014:368) göstermektedir. Korelasyon tablosunda gösterilen tüm değerlerin ve maddelerin faktör yüklerinin ,500'den büyük olduğu tespit edilmiştir (Durmuş, Yurtkoru ve Çinko, 2018:79-88).

Ölçeklerdeki maddelerin çarpıklık ve basıklık değerlerinin ± 2 aralığında bulunması sonucunda tek değişkenli normallik varsayımının karşılandığı (Şencan, 2005:201; Akalın, 2015:130) anlaşılmıştır. Ölçeklerin maddeleri arası korelasyonlar ,90 sınırından, VIF (varyans büyütme faktörü) değerlerinden herhangi birisi 10 sınırından büyük olmaması nedeniyle (Aksu vd., 2017: 6; Tatlıdil, 1996: 35) çoklu doğrusallığın gerçekleşmediği anlaşılmıştır. Temel Bileşenler Analizi tekniğine uyularak yapılacak AFA için uygun olan veriler, muhtemel alt boyutların birbiri ile ilişkisiz olacağı ön kabulü doğrultusunda Varimax rotasyon tercihi ile analiz edilmiştir (Lorcu, 2015: 219-230; Karagöz, 2017: 10-12; Aksu vd., 2017: 5-60). Toplu sonuçlar Tablo 1'de yer almaktadır. Ortak yöntem varyans yanlılığının istatistiksel kontrolü için "Harman Tek Faktör Testi" yapılmış, özdeğeri 1'den büyük dört faktör olduğu, bütün maddeler tek faktöre yüklendiğinde ise tek faktörlü modelin zayıf uyum değerleri gösterdiği ($\chi^2/df=22,471$; GFI=,657; CFI=,667; TLI=,611; RMSEA=,185), sonuçta ortak yöntem yanlılığı oluşmadığına karar verilmiştir.

Tablo 1. Ölçeklerin AFA, Güvenilirlik ve Geçerlilik İstatistikleri

	PİO	İYD	DB	İAN
KMO	,715	,923	,739	,727
Bartlett Testi χ^2	1065,937	4943,468	1835,527	1219,666
df	10	21	6	3
Sig.	,000	,000	,000	,000
Açıklanan Varyans	% 55,53	% 80,51	%75,29	%82,97
Anti image korelasyon tablosu köşegen değerleri	>,500	>,500	>,500	>,500
Madde faktör yükleri	>,500	>,500	>,500	>,500
DFA sonucu madde sayısı	5	5	4	4
CRONBACH ALFA	,79	,94	,89	,90
Boyut İçi Maddeler Arası Korelasyon	<,90	<,90	<,90	<,90
Maddelerin VIF Değerleri	<3	<3	<3	<3
Maddelerin Tolerans Değerleri	>,2	>,2	>,2	>,2
Madde Toplam Korelasyonu (Düzeltilmiş)	>,25	>,25	>,25	>,25
İkiye Bölme Güvenilirliği (Split Half)	,80	,85	,93	,79
CR (Birleşik Güvenilirlik)	,79	,93	,87	,84
AVE (Açıklanan Ortalama Varyans)	,45	,75	,65	,60
MSV (Maksimum Paylaşılan Varyans)	,20	,32	,50	,50
ASV (Ortalama Paylaşılan Varyans)	,17	,21	,27	,34

İlk analizlerin sonucunda KMO değerleri uygun ve Bartlett testleri anlamlı bulunmuştur. İkinci aşamada AFA ile saptanan ölçek maddeleri DFA ile test edilmiş, sonuçlar Tablo 2'de gösterilmiştir. χ^2/df değerinin 2-5 arasında, diğer uyum indeksi değerlerinin (GFI, CFI, NFI, IFI, TLI) ,90'dan büyük olması ve RMSEA ile SRMR değerlerinin ,08 eşliğini geçmemesinden (Seçer, 2015: 190-191; Aksu vd., 2017: 5-6) yola çıkarak ölçeklere ait uyum iyiliği değerlerinin alan yazında vurgulanan standartlarda olduğu belirlenmiştir.

Tablo 2. Ölçeklerin Uyum İyiliği Değerleri (DFA Sonuçları)

N=626 Ölçek	Ki-kare (χ^2)	df	p	χ^2/df	GFI	CFI	NFI	IFI	RFI	SRMR	RMSEA
Psikolojik İyi-Oluş	10,001	4	,04	2.500	,99	,99	,99	,99	,97	,017	,048
İş-Yaşam Dengesi	3,009	3	,37	1.003	,99	,99	,99	,99	,99	,004	,007
Duygusal Bağlılık	,001	1	,97	0.001	,99	,99	,99	,99	,99	,001	,000
İşten Ayrılma	,600	2	,74	0.300	,99	,99	,99	,99	,99	,005	,000

Belirli bir yapıyı ölçmek üzere bir grup göstergenin bir araya gelme derecesini ifade eden birleşme geçerliliği (Hair vd., 2014) Cronbach alfa, birleşik güvenilirlik (CR), ortalama varyans (AVE) değerleri ve faktör yükleri kontrolü ile belirlenebilir. Bu göstergelerin kabul edilme kriterleri, faktör yükleri için ",40-,70 arasında, AVE için ,50, CR ve Cronbach alfa için ise ,70'ten az olmamalıdır" (Hair vd., 2010; Şimşek, 2007: 18). Her bir yapı için AVE; ilgili

yapının diğer yapılarla korelasyonundan daha büyük olduğu durumda, birleşme geçerliliği onaylanmaktadır (Gefen vd., 2000: 1-78). Ölçeklerin güvenilirlik katsayıları Tablo 1'dedir. Ölçeklerin Cronbach Alfa, İkiye Bölme Güvenilirliği ile CR katsayıları ,70 eşliğinden büyüktür. Her boyutun kendi maddeleri arasındaki korelasyon değerleri ,90'dan küçük; madde-toplam korelasyonları ise ,25'ten büyüktür (Seçer, 2015: 172-173). AVE ,500'den, CR değerleri ise AVE değerlerinden büyüktür.

Temel olarak yapıların, diğerlerinden ne derece farklı olduklarını açıklayan ve temsil eden ayrılma geçerliliği kriterlerine göre (Hair vd., 2014) AVE değerleri, ASV ve MSV değerinden büyük olmalıdır. Tüm yapılar için ASV'nin MSV'den, MSV ve ASV'nin AVE'den düşük olması (Tablo 1) ayrılma geçerliliği şartlarının sağlandığına işaret etmektedir. Sonuç olarak, araştırmada kullanılan tüm ölçeklerin yapısal geçerlilik ve güvenilirlik şartlarını taşıdığı (Şencan, 2005: 776-780; Hair vd., 2010) belirlenmiştir.

4. BULGULAR VE SONUÇ

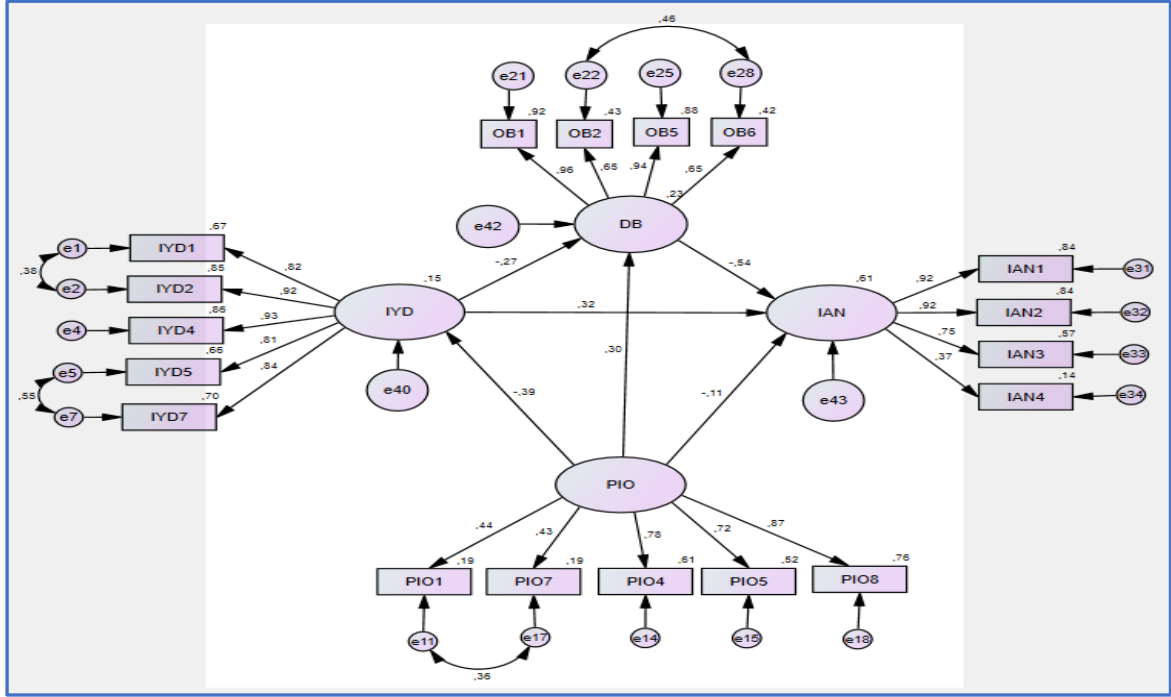
Araştırmada baş vurulan ölçeklerin temel tanımlayıcı istatistikleri ile değişkenlerin arasındaki ilişki yön ve düzeylerini gösteren korelasyon katsayıları Tablo 3'tedir. Sektörde PİO'nun ortanın üzerinde ($\bar{X} = 5,4$ ss=,87), İYD'nin olumsuz yönde ortanın biraz üzerinde ($\bar{X} = 3,90$ ss=1,55), DB'nin ortanın biraz üzerinde ($\bar{X} = 3,95$ ss=1,55), İAN'nin ortanın biraz altında ($\bar{X} = 3,42$ ss=1,46) olduğu; tüm değişkenlerin birbiri ile anlamlı derecede ilişkili olduğu belirlenmiştir.

Tablo 3. Araştırma Değişkenlerinin Tanımlayıcı İstatistikleri ve Korelasyon Analizi Sonuçları

Ölçekler	Ort.	Std. Sap. (ss)	PİO	İYD	DB	İAN
Psikolojik İyi-Oluş	5,41	,87		-,335**	,424**	-,432**
İş-Yaşam Dengesi	3,90	1,55			-,389**	,503**
Duygusal Bağlılık	3,95	1,55				-,712**
İşten Ayrılma Niyeti	3,42	1,46				

**p<,01

Şekil 1'de verilen araştırma modelini test etmek için DFA sonuçlarına dayanarak oluşturulan Şekil 2'deki YEM'in anlamlı yol katsayıları Tablo 4'te sunulmuştur.



Şekil 2. Yapı ve Ölçme Modeli

Bu sonuçlar incelendiğinde, İAN'de PIO'nun ($\beta=-,11$, $p<,05$), DB'nin ($\beta=-,54$, $p<,01$) ve İYD'nin ($\beta=,32$, $p<,05$) anlamlı etkisi olduğu görülmektedir ($\chi^2/sd= 4.546$, SRMR=,065, RMSEA=,075, GFI=,91, NFI=,93, RFI=,92, CFI=,95 ve IFI=,95). Bu tespitler doğrultusunda H1, H5 ve H6 kabul edilmiştir. Diğer bir anlatımla işten ayrılma niyetini PIO ve DB azaltıcı, iş yaşam dengesizliği artırıcı yönde etkilemekte ve bu değişkenler İAN'deki değişimin %62'sini açıklamaktadır.

Tablo 4. Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları, Seri Çoklu Aracılık Modelinin Aracılık Etkisi ve Etki Büyüklüğü

Etkiler	Yol	Tahmin Değeri	Std. Hata	%95 GA		t	p	R ²
				Düşük	Yüksek			
Toplam Etki	PIO-->İAN	-,455	,074	-,530	-,373			,62
Doğrudan Etki	PIO-->İAN	-,111	,040	-,191	-,035	-3,129	<,05	
	PIO-->İYD	-,386	,040	-,464	-,306	-8,576	<,05	,15
	İYD-->DB	-,272	,044	-,358	-,186	-6,378	<,05	,23
	PIO-->DB	,304	,042	,219	,384	6,788	<,05	
	İYD-->İAN	,315	,038	,242	,389	9,049	<,05	
	DB-->İAN	-,542	,035	-,607	-,469	-15,433	<,05	
Toplam Dolaylı Etki	PIO-->İAN	-,343	,030	-,403	-,286			
	PIO-->İYD-->İAN	-,122					<,05	
	PIO-->DB-->İAN	-,165					<,05	
	PIO-->İYD-->DB-->İAN	-,057					<,05	

İYD üzerinde PİO'nun ($\beta=-,39$, $p<0.01$) anlamlı etkisi olduğu; DB üzerinde PİO'nun ($\beta=,30$, $p<,01$) ve İYD'nin ($\beta=,32$, $p<,05$) anlamlı etkisi olduğu belirlenmiş, bu doğrultuda H2, H3, H4 kabul edilmiştir. Başka bir ifade ile PİO, İYD'yi artırmakta (iş-yaşam dengesizliğini azaltmakta), PİO ve iş-yaşam dengesi duygusal bağlılığı artırmaktadır. PİO'nun İYD üzerindeki değişimin %15'ini; PİO ve İYD'nin DB üzerindeki değişimin %23'ünü açıkladığı belirlenmiştir.

PİO'nun İAN'ye etkisinde İYD ve DB' nin seri çoklu aracılık etkisini test etmek için, %95 güven aralığında 5000 yinelemeli Bootstrap yöntemi kullanılmıştır. PİO'nun İAN üzerinde dolaylı etkileri de bulunduğ; İYD ve DB'nin, PİO ile İAN arasındaki ilişkiye aynı anda tamamlayıcı [doğrudan etki ile aynı yönde (Zhao, Lynch ve Chen, 2010:200)] aracılık ettiği (β Dolaylı, toplam = $-,343$, %95 önyükleme GA: $-,403$ ila $-,286$); bu etkiye İYD'nin (β Dolaylı, İYD = $-,122$, $p<,05$) ve DB'nin (β Dolaylı, DB = $-,165$, $p<,05$) anlamlı tamamlayıcı aracı etkisi olduğu; İYD ve DB'nin birlikte de (β Dolaylı, İYD ve DB = $-,057$, $p<,05$) tamamlayıcı aracı etkisi olduğu belirlenmiş ve H7 hipotezi kabul edilmiştir. Diğer bir ifade ile PİO'nun İAN'ye etkisinde İYD ve DB'nin seri çoklu aracılık etkisi vardır. PİO'nun, İYD ve DB ile birlikte de İAN üzerinde anlamlı düzeyde azaltıcı dolaylı etkide bulunduğu belirlenmiştir. Yapılan analizler neticesinde tüm hipotezler kabul edilmiş, PİO'nun, İYD'nin DB'nin İAN'deki değişimi toplamda %62 oranda açıkladığı belirlenmiştir.

5. TARTIŞMA

Bu çalışma Türk Bankacılık sektörü çalışanları özelinde, PİO'nun İAN üzerindeki etkisini, İYD ve DB mekanizmaları özelinde teorileştirmekte ve ampirik olarak incelemektedir. Bu kapsamda araştırmada ortaya koyulan modelin özgün olduğu söylenebilir.

Çalışmadan elde edilen bulgular çerçevesinde genel sonucu ifade etmek gerekirse; çalışanların PİO düzeylerinin yüksekliği, İAN'yi azaltmaktadır. Köşker (2018) öğretmenler üzerinde yapmış olduğu çalışmada, Vaart, Linde ve Cockeran (2013) ise farklı kuruluş çalışanlarından elde ettikleri veriler neticesinde ile benzer sonuca ulaşmıştır. PİO'nun İAN üzerindeki etkisinde iş yaşam dengesinin azaltıcı etkisi de tespit edilmiştir. Saraswati ve Lie (2020) çeşitli iş sektörlerinden ve demografik geçmişlerden gelen 250 çalışandan oluşan örneklemeden topladıkları verilerden, PİO'nun, İYD'den baskın ve anlamlı bir şekilde etkilendiği sonucuna varmışlardır. Bu noktada İYD'yi kurmanın PİO halini deneyimlemek için önemli bir faktör olduğunu söylemek mümkündür. Bununla birlikte, PİO ile İAN ilişkisinde İYD ve DB'nin, ayrı ayrı ve birlikte azaltıcı aracılık etkisi olduğu belirlenmiştir. Literatürde çalışanların PİO'nun, işle ilgili tutumlarını olumlu yönde etkilediğine dair sonuçlar olmasına rağmen, çalışanların DB'leri arasındaki ilişki hakkında daha az şey bilinmektedir (Kundi, Aboramadan, Elhamalawi ve Shahid, 2020: 739). Çalışmamızdan elde edilen bulgular PİO'nun DB'nin bir öncülü olduğu yönü ile Kundi ve arkadaşlarının (2020) çalışmasını destekler niteliktedir.

Sonuçların uygulanabilir olması endüstriyel ve örgütsel ortamlara önemli katkılar sağlayabilir. Çalışanın yaşamla olan bağının güçlü bir göstergesi olarak ele alınan PİO'nun daha çok kişilerin akıl sağlıklarıyla ilişkilendirildiği (Diener vd., 2010), verili bir özellik olduğu (Wright, 2003) ilk alan çalışmalarında iddia edilse de sadece bireyin kişilik özellikleri kaynaklı olmadığı bilinmektedir. Bu doğrultuda pozitif psikoloji alanı ve uygulamalarının normal insanı daha güçlü ve üretken hale getirdiği (Seligman ve Csikszentmihalyi, 2000)

kurumsal ve kültürel boyutlarının da olduğu, çalışanların yaşam kalitelerinin yükseltilmesi, yaşam koşullarından tatmin düzeylerinin artırılması ile de geliştirilebileceği, işyerinde olumlu ilişkiler geliştirici ortamın yaratılması, çevresel beceri ve kişisel gelişim sağlayıcı imkanların sunulması yoluyla da iyileştirilebileceği (Ryff, 1989) ve sonuçta örgütsel performansa katkısı da dikkate alındığında yönetsel çabaların odağına alınması gerekliliği vurgulanabilir.

Nitekim araştırmada PİO, çalışanın işyeri algısına dolayısıyla o işyerinden ayrılma veya kalma niyetine anlamlı doğrudan etkide bulunsa da ($\beta=-,11$, $p<,05$), İYD ve DB algısı üzerinden bu etkileşim değerlendirildiğinde etki katsayısının yüksekliği ($\beta=-,455$, $p<,05$) bulgusundan hareketle toplam etkinin çok daha yoğun olduğu görülmektedir. İşletmelerin kullandığı yönetsel uygulama/mekanizmaların çalışanın İYD'sini ve DB'sini artırıcı etkilere de yol açarak toplamda İAN'yi azaltıcı sinerjistik sonuçlara yol açtığı iddia edilebilir.

Araştırmalarda kullanılan ölçeklerin geçerlik ve güvenilirlikleri teste tabi tutulmuş olsa da kesinlik oluşturamayacağı için bulguların yorumlanması kısıtlılığa tabidir. Katılımcıların anket maddelerine yanıtları öz-değerlendirmelerini yansıtması nedeniyle sosyal beğenilirlik etkisine maruz kalabilecekleri göz önüne alınmalıdır. Verilerin öz-değerlendirme yoluyla toplanması kaynaklı ortak yöntem yanlılığı ihtimaline karşı veri toplama ve analiz aşamasında alan yazında önerilen (Podsakoff vd., 2003) bazı tedbirlere baş vurulmuştur.

Araştırma, gönüllü cevaplayıcı bulma kaynaklı veri elde etme zorluğu, zaman ve maliyet kısıtları nedenleriyle, sadece bankacılık sektörü üzerinde gerçekleştirilebilmiştir. Araştırma bulgularının Türk bankacılık sektörü çalışanları için kesitsel çalışma olması nedeniyle nispeten genellenebileceği iddia edilse de benzer çalışmaların aynı sektörde farklı zamanlarda ve diğer hizmet sektörü alanlarında da yürütülmesi bulguların kesinliğini artıracaktır.

İşgücü devir hızına yol açan İAN'yi azaltıcı tedbirler, işletme performansının değerlendirilmesinde önemli bir araç olan işgücü devir oranını azaltarak işletme performansına olumlu yönde katkı sağlayacaktır. Çalışanların işten ayrılma niyetlerini azaltabilmek için yöneticilerin ya da işverenlerin pozitif duygu ve refaha imkan veren bir çalışma ortamı yaratması önemlidir. Çalışanın yaşadığı PİO düzeyi ne kadar yüksek olursa, İYD sağlaması da kolay olacaktır. Çalışanların İYD'yi sağlamaları aynı zamanda DB seviyelerini de yükseltebilir ve temel bir maliyet kalemi olan işgücü maliyetini ve işgücü devir oranını azaltıcı yönde katkı sağlayabilir. Çalışanların PİO'larına katkı sağlamak, İYD'lerini ve DB'lerini artırıcı uygulamaları besleyerek ve birlikte değerlendirerek çalışanların İAN'lerini sinerjistik sonuç alacak şekilde azaltabilir. Böylece, finans sektöründeki işgücü devir oranını azaltarak organizasyonel başarıyı teşvik edebilir.

Önceleri örgütsel davranış alanı araştırmacıları tarafından, dışarıdan girdiler alıp alınan girdiye göre çalışanların sergilediği davranışları ölçmekle yetinilmiş ve gözlemlenemeyeceği için çalışanın içsel yaşamına gönderme yapmanın anlamsızlığı savunulmuştur. Günümüz çalışma hayatında çalışan davranışının etkin bir kuramını oluşturmak istiyorsak içsel yaşamın dışavurumu olan faktörleri de değerlendirmek zorundayız. Çalışanın davranışında dışarıdan gelen uyarımlar kadar içsel durumların deneyimi ve atfetmeler de belirleyicidir. Pozitif psikoloji alanında yapılan araştırmalardaki; çalışanların işlerini anlamlı bulma düzeylerinin PİO düzeylerini yordadığı (Keleş, 2017), çalışanların işlerinin anlamlı

olmasının, değerli çalışanların elde tutulmasında önemli rol oynadığı (Milliman, Czaplewski ve Ferguson, 2003), çalışanların işlerini anlamlı bulmalarının örgütsel bağlılık düzeylerini arttırdığı gibi çalışan ve örgüt için pozitif çıktılar ile ilişkili olduğuna (Neck ve Milliman, 1994) dair içi içe geçmiş bulguları da birlikte değerlendirdiğimizde çalışanların PİO'larına katkı sağlayacak İK uygulamalarının etkinleştirilmesinin domino etkisi yaratacağı; İYD ve DB'nin artmasını da sağlayarak İAN'yi daha da azaltacağı savunulabilir. Yöneticilerin, genellikle psikolojik iyi oluşu olumlu yönde etkileyen, işten ayrılma niyetini azaltan, iş yaşam dengesini destekleyen ve çalışanlar arasında duygusal bağlılığı teşvik eden bir işyeri ortamı yaratmaya çalışmalıdır. Stratejiler, sağlıklı yaşam programları, esnek çalışma düzenlemeleri, kariyer geliştirme fırsatları sunmayı ve olumlu bir organizasyon kültürü geliştirmeyi içerebilir.

KAYNAKÇA

- Ahmad, Saufi R., Aidara, S., Che Nawi, N.B., Permarupan, P.Y., Zainol, N.R.B., & Kakar, A.S. (2023). Turnover intention and its antecedents: The mediating role of work-life balance and the moderating role of job opportunity, *Front. Psychol.* 14:1137945. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1137945>
- Akalın, M. (2015). *Örnek açıklamalarıyla sosyal bilimlerde araştırma tekniği: Anket*. Seçkin Yayıncılık.
- Aksu, G., Eser, M. T. ve Güzeller, C. O. (2017). *Açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi ile yapısal eşitlik modeli uygulamaları*. Detay Yayıncılık.
- Al Kabir, A., & Tirmo, R.R. (2018). Impact of work-life balance on employees turnover and turnover intentions: An empirical study on multinational corporations in bangladesh. *Jahangirnagar University Journal of Management Research*, 1, 15 – 33.
- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990) The measurement and antecedents of affective, continuance, and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63, 1-18.
- Bhat ,Z. H., Yousuf,U., & Saba, N. (2023). Revolutionizing work-life balance: Unleashing the power of telecommuting on work engagement and exhaustion levels. *Cogent Business & Management*, 10: 2242160. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.22421>
- Bluedorn, A. C. (1982). A unified model of turnover from organizations. *Human Relations*, 35, 135–153.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö., E, Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Pegem Akademi.
- Carmeli, A., Yitzhak-Halevy, M., & Weisberg, J. (2007). The relationship between emotional intelligence and psychological wellbeing. *Journal of Managerial Psychology*, 24(1), 66-78.
- Casper, W., Harris, C., Taylor-Bianco, A., & Wayne, J. (2011). Work-family conflict, perceived supervisor support and organizational commitment among Brazilian professionals. *Journal of Vocational Behavior*, 79(3), 640-652.

- Dağlı, A., Elçiçek, Z. ve Han, B. (2018). Örgütsel bağlılık ölçeği'nin türkçeye uyarlanması: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Electronic Journal of Social Sciences*, 17(68), 1765-1777.
- Delaney, J. T., & Huselid, M. A. (1996). The impact of human resource management practices on perceptions of organizational performance, *Academy of management journal*, 39(4), 949-969.
- Delecta, P. (2011). Work life balance, *International Journal of Current Research*, 3(4), 186-189.
- Diener, E., Wirtz, D., Tov, W., Kim-Prieto, C., Choi, D., Oishi, S., & Biswas-Diener, R. (2010). New well-being measures: Short scales to assess flourishing and positive and negative feelings, *Social Indicators Research*, 97, 143-156.
- Durmuş, B., Yurtkoru, S. ve Çinko, M. (2018). *Sosyal bilimlerde SPSS ile veri analizi*, (7. bs.). Beta Yayınevi.
- Farivar, F., Cameron, R., & Yaghoubi, M. (2016). Work-Family balance and cultural dimensions: From a developing nation perspective, *Personnel Review*, 45(2),315-333.
- Gefen, D., Straub, D., & Boudreau, M.-C. (2000). Structural equation modeling and regression: Guidelines for research practice, *Communications of The Association For Information Systems*, 4(1),1-78.
- Greenhaus, J. H., Callanan, G. A., & Godshalk, V. M. (2000). *Career management*, (3rd ed.). The Dryden Press.
- Griffeth, R.W., Hom, P.W., & Gaertner, S. (2000). A meta- analysis of antecedents and correlates of employee turnover: Update, moderator tests, and research implications for the next millennium, *Journal of Management*, 26,463-488.
- Güriş, S. ve Astar, M. (2014). *SPSS ile istatistik*. Der Yayınları.
- Güzel, F. Ö., Gök, G. A. ve İşler, D. B. (2013). Duygusal emek ve işten ayrılma niyeti ilişkisi: Turist rehberleri üzerinde bir araştırma, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 10(3),107-123.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2010). *Multivariate data analysis*. Pearson.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M., & Sarstedt, M. (2014). *A prima on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage.
- Hom, P.W., Caranikas-Walker, F., Prussia, G.E., & Griffeth, R.W. (1992). A meta-analytical structural equations analysis of a model of employee turnover, *Journal of Applied Psychology*, 77(6),890-909.
- Hughes, L. W., Avey, J. B., & Nixon, D. R. (2010). Relationships between leadership and followers quitting intentions and job search behaviors, *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 17(4),351-362.
- Huppert, F. A. (2009). Psychological well-being: Evidence regarding its causes and consequences, *Applied Psychology: Health And Well-Being*, 1(2),137-164.

- Karagöz, Y. (2017). *SPSS ve AMOS uygulamalı nitel-nicel-karma bilimsel araştırma yöntemleri ve yayın etiği*. Nobel Yayınevi.
- Keleş, H. N. (2017). The relationship between meaningful work and psychological well-being. *The Journal of Happiness & Well-Being*, 5(1),154-167.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling*. Guilford Publications.
- Konecnik, M., & Gartner, W. C. (2007). Customer-based brand equity for a destination. *Annals of Tourism Research*, 34(2), 400-421.
- Köşker, E. (2018). Moderating role of well-being on the relation between psychological contract and intention to leave. *European Journal of Educational Management*, 1(1), 1-8.
- Kundi, Y. M., Aboramadan, M., Elhamalawi, E. M. I., & Shahid, S. (2021). Employee psychological well-being and job performance: Exploring mediating and moderating mechanisms. *International Journal of Organizational Analysis*, 29(3), 736-754.
- Lorcu, F. (2015). *Örneklerle veri analizi SPSS uygulamalı*. Detay Yayıncılık.
- Lowe, G. (2005). *Control over time and worklife balance: An empirical analysis*. A report prepared for the Federal Labour Standards Review Committee. Ottawa, on: Human Resources and Skills Development Canada.
- Meenakshi, S. P., Subrahmanyam C.V., & Ravichandran, K. (2013). The importance of work-life-balance. *Journal of Business and Management*, 14(3), 31-35.
- Meyer, J.P., & Allen, N.J. (1984). Testing the 'side bet theory' of organizational commitment: Some methodological considerations. *Journal of Applied Psychology*, 69(3), 372-378.
- Meyer, J.P., & Allen, N.J. (1991). A three component conceptualization of organizational Commitment. *Human Resources Management Review*, 1(1), 61-89.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1997). *Commitment in the workplace: Theory, research, and application*. Sage Publications.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. ve Smith, C. A. (1993). Commitment to organizations and occupations:Some methodological considerations. *Journal of Applied Psychology*, 78, 538-551.
- Meyer, J. P., & Herscovitch, L. (2001). Commitment in the workplace toward a general model. *Human Resource Management Review*, 11, 299-326.
- Milliman, J., Czaplewski, A. J., & Ferguson, J. (2003). Workplace spirituality and employee work attitudes. An exploratory empirical assessment. *Journal of Organizational Change Management*, 16(4), 426-447.
- Mobley, W.H. (1982) *Employee turnover: Causes, consequences, and control*. Addison Wesley Publishing Company.

- Mohamed, F., Taylor, G.S. & Hassan, A. (2006). Affective commitment and intent to quit: The impact of work and non-work related issues. *Journal of Managerial Issues*, 18(4), 512-529.
- Muse, L., Harris, S. G., Giles, W. F., & Feild, H. S. (2008). Work-life benefits and positive organizational behavior: Is there a connection?. *Journal of Organizational Behavior*, 29, 171-192.
- Nadeeshani, M. H. C. S., & Nishanthi, H. M. (2020). Affective commitment: The role of work-life balance and organizational pride (with special reference to XYZ Glove Manufacturing Company in Sri Lanka). *The Conference Proceedings of 11th International Conference on Business & Information ICBI, University of Kelaniya, Sri Lanka*. ISSN 2465-6399, (pp. 326-348). <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3862204>.
- Neck, C. P., & Milliman, J. F. (1994). Thought self-leadership: Finding spiritual fulfillment in organizational life. *Journal of Managerial Psychology*, 9(6), 9-10.
- Netemeyer, R. G., James S. B., McKee, D. O., & Robert Mc M. (1997). An investigation into the antecedents of organizational citizenship behaviors in a personal selling context. *Journal of Marketing*, 61, 85-98.
- Özdamar, K. (2016). *Eğitim, sağlık ve davranış bilimlerinde ölçek ve test geliştirme yapısal eşitlik modellemesi*. Nisan.
- Özdevecioğlu, M. ve Aktaş, A. (2007). Kariyer bağlılığı, mesleki bağlılık ve örgütsel bağlılığın yaşam tatmini üzerindeki etkisi: İş-aile çatışmasının rolü. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28, 1-20.
- Özer, G. ve Günlük, M. (2010). Örgütsel adaletin muhasebecilerin iş memnuniyeti ve işten ayrılma eğilimlerine etkisi. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 459-485.
- Özutku, H. (2008). Örgüte duygusal, devamlılık ve normatif bağlılık ile iş performansı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 37(2), 79-97.
- Pelly, D. (2022). Worker well-being and quit intentions: Is measuring job satisfaction enough?. *UCD Centre for Economic Research Working Paper Series*, No. WP22/15, University College Dublin, UCD School of Economics, Dublin.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J.-Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879-903.
- Raykow, T., & Marcoulides, G. A. (2006). *A first course in structural equation modeling*. Lavrance Erlbaum Associates.
- Ruggeri, K., Garcia-Garzon, E., Maguire, Á., Matz, S., & Huppert, F. A. (2020). Well-being is more than happiness and life satisfaction: A multidimensional analysis of 21 countries. *Health and Quality of Life*, 18(192), 1-16.

- Rusbelt, C. A., Farrell, D., Rogers, G., & Mainous, A.G. (1988). Impact of exchange variables on exit, voice, loyalty and neglect: An integrative model of responses to decline job satisfaction. *Academy of Management Journal*, 31(3), 599-627.
- Ryff, C.D. (1989). Happiness is everything or is it? explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(6), 1069-1081.
- Saraswati, K. D. H., & Lie, D. (2020). Psychological well-being: The impact of work-life balance and work pressure advances in social science. *Education and Humanities Research*, 478, 580-587.
- Seçer, İ. (2015). *SPSS ve LISREL ile pratik veri analizi: Analiz ve raporlaştırma*. Anı Yayıncılık.
- Steers, R. M. (1977). Antecedents and outcomes of organizational commitment. *Administrative Science Quarterly*, 22(1), 46-56.
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve davranışsal ölçümlerde geçerlilik ve güvenilirlik*. Seçkin Matbaası.
- Şimşek, Ö. F. (2007). *Yapısal eşitlik modellemesine giriş: Temel ilkeler ve LISREL uygulamaları*. Ekinoks.
- Tatlıdil, H. (1996). *Uygulamalı çok değişkenli istatistiksel analiz*. Cem Web Ofset Ltd.
- TBB-1 (t.y.). <https://www.tbb.org.tr/tr/bankacilik/banka-ve-sektor-bilgileri/istatistiki-raporlar/59> (Erişim Tarihi: 13.08.2023)
- Telef, B. B. (2013). Psikolojik iyi oluş ölçeği: Türkçeye uyarlama, geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28(3), 374-384.
- Trudel-Fitzgerald, C., Millstein, R.A., von Hippel, C., Howe, J.C., Thomasso, L.P., Wagner, G. R., & VanderWeele T.J. (2019). Psychological well-being as part of the public health debate? Insight into dimensions, interventions, and policy. *BMC Public Health*, 19, 1712. <https://doi.org/10.1186/s12889-019-8029-x>
- Vaart van der, L., Linde, B., & Cockeran, M. (2013). The state of the psychological contract and employees' intention to leave: The mediating role of employee well-being. *South African Journal of Psychology*, 43(3), 356-369.
- Vandenberg, R.J., & Nelson, J.B. (1999). Disaggregating the motives underlying turnover intentions: When do intentions predict turnover behavior?. *Human Relations*, 52(10), 1313-1336.
- Warr, P. (1987). *Work, unemployment, and mental health*. Oxford University Press.
- Wasti, S. A. (1999). A Cultural analysis of organizational commitment and turnover intentions in a collectivist society. In *Academy of Management Proceedings 1999(1)*, B1-B6. Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.
- Wright, T. A. (2003). Positive organizational behavior: An idea whose time has truly come. *Journal of Organizational Behavior*, 24, 437-442.

- Yılmaz, V. ve Varol, S. (2015). 4. Hazır yazılımlar ile yapısal eşitlik modellemesi: AMOS, EQS, LISREL. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 44,28-44
- Zhao, X., Lynch Jr, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197-206.

Service Process Enhancement in Medical Tourism with Support of Augmented Reality

Medikal Turizmde Artırılmış Gerçeklik (AG) Destekli Hizmet Süreci İyileştirilmesi

Mune MOĞOL SEVER^{1*}

¹ Anadolu University, mmogol@anadolu.edu.tr, 0000-0003-4706-5859

* Yazışılan Yazar/Corresponding author

Makale Geliş/Received: 13.11.2023

Makale Kabul/Accepted: 18.12.2023

Araştırma Makalesi / Research Paper

DOI: 10.47097/piar.1389638

Abstract

Digital technologies play a critical role in streamlining the supply chain process and reducing operational time in service businesses, as demonstrated by the COVID-19 pandemic. Service providers may be able to do their tasks quickly and effectively if they digitize their processes. The goal of the project was to create an application that supported augmented reality (AR) for the order-picking process for a medical facility. Reducing order picking time is this study's secondary goal. Adobe Aero is used in the development of AR apps. Data for 278 observations during a month were analyzed in Minitab-21 using comparison groups. The order-picking process may be implemented using AR, according to the results, and there is a substantial difference in order-picking time after implementing the AR-supported model ($p < 0,05$; mean order-picking time before 0,64, after 0,45). In contrast to the traditional method, the box plot in the AR-supported model indicates that the data range is large and uniformly distributed. AR is a useful tool in the service supply chain for order picking. Order picking time is positively impacted by the AR-supported model.

Keywords: Service-Supply Chain, Order Picking, Augmented Reality, Health Tourism, Tourism.

Jel Codes: L84, L86, M11.

Öz

COVID-19, hizmet sektöründe tedarik zinciri süreçlerin kolaylaştırılmasında ve işlem sürelerinin kısaltılmasında, dijital teknolojilerin hayati olduğunu ortaya çıkarmıştır. Süreçlerini dijitalleştirmiş hizmet işletmelerinin de operasyonlarını zamanında ve etkin bir şekilde tamamlaması mümkün olacaktır. Bu çalışmada bir sağlık kurumunun sipariş toplama sürecine ilişkin Artırılmış Gerçeklik (AG) destekli bir uygulama geliştirilmesi amaçlanmıştır. Sipariş toplama süresinin kısaltılması da çalışmanın ikincil amacıdır. AG uygulaması için Adobe Aero kullanılmıştır. Grupları karşılaştırmak için bir aylık sürede toplanan 278 veri, Minitab 21 ortamında analiz edilmiştir. Sonuçlar göstermektedir ki geliştirilen AG uygulaması, sipariş toplama süreci için kullanılabilir. Diğer bir sonuç ise, AG uygulamasından sonra sipariş toplama süresinde anlamlı bir fark ölçülmüştür ($p < 0,05$, önceki ortalama: 0,64, sonraki ortalama: 0,45). Kutu grafiğinde özetlendiği gibi geleneksel yöntemin aksine, AG-destekli model ölçüm sonuçlarında verilerin daha homojen ve geniş bir aralıkta yayıldığı görülmektedir. Geliştirilen AG uygulaması, hizmet tedarik zincirinde sipariş toplama süresini kısaltmak için uygun bir araç olarak kullanılabilir. AG destekli model, sipariş toplama süresinin azaltılmasında pozitif bir etkiye sahiptir.

Anahtar Kelimeler: Hizmet Tedarik Zinciri, Sipariş Toplama, Artırılmış Gerçeklik, Sağlık Turizmi, Turizm.

Jel Kodları: L84, L86, M11.

1. INTRODUCTION

The World has been challenged with the COVID-19 pandemic which has greater expansion than ever. Even though it was the biggest pandemic: The Black Plague (in 1347s, 200 Million people were killed), now it is reported that COVID-19 will have more effect than ever with confirmed 767 726 861 cases WHO, (2023). So many people have died, and even more people have become ill and lost their jobs & family members, the economy has nearly collapsed in some countries and the inflation rate and production amount decreased dramatically worldwide in the last pandemic. Loss in working hours because of illness, and time that people stay at home and hospitals could be recovered through digital technologies in each industry mostly in health care and health tourism areas.

Healthcare is a robust industry that has strong relations with travel, tourism, wellness, information, communication, and technology. The concepts of health and travel are often used together (Wong & Hazley, 2020). The reason for merging two concepts is the idea behind two is healing. Health tourism is aimed at improving health while on holiday (Connell, 2006). This improvement is mainly based and depends on digital technologies such as AR, as one of the immersive 3D ecosystems.

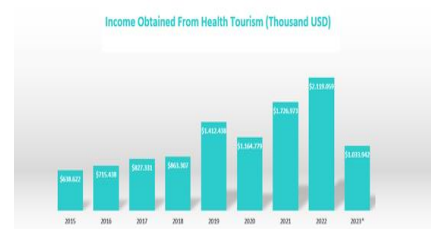
A growingly important segment in the tourism industry is health tourism. It brings in a sizable sum of money for the majority of nations. To put it simply, it's a type of tourism where travelers are driven by concerns related to their health. Health tourism is a niche area in tourism and has become more important than ever. It generates an important amount of revenues for most of the countries. With a simple definition, it is a kind of tourism in which people are motivated by health care matters. According to The United Nations World Tourism Organization:

'Health tourism covers those types of tourism which have as a primary motivation, the contribution to physical, mental and/or spiritual health through medical and wellness-based activities which increase the capacity of individuals to satisfy their own needs and function better as individuals in their environment and society' (WTO, 2018).

Health tourism including wellness and medical areas is the most affected and examined industry in nearly three years from 2020. Travel restrictions, quarantines, and remote working conditions change everyday routines for people of all countries. Compared to 2020(407.423) in 2021 the number of incomings (670.730) increased in Türkiye (Turkey) who are coming for medical purposes (USHAŞ, 2022). Apart from the pandemic effect, medical tourism was expected to generate 1,7-1,8 Billion USD in total. Compared with total tourism expenditure (3,5 Billion USD-UNWTO-pre-pandemic), it is a highly important amount for the tourism industry. The number of tourists visiting Türkiye is depicted in Graph 1.



Graph 1. The # Tourist Visiting Türkiye



Graph 2. The Income of Health Tourism

The number of incoming tourists increases in 2021 and 2022 when the effect of the pandemic decreases, and health tourism revenues have also increased respectively. The COVID-19 pandemic has altered lifestyles. Economies came up again in nearly Great Depression times of the 1930s. In a situation this dire, digitalization and remote control techniques are key to accelerating procedures, lowering error rates, and boosting efficiency. This is a developing topic, particularly in the healthcare sector. Augmented reality, or AR, is one of the useful technology instruments for digitalization in the service supply chain.

Service supply chain management (SSCM) is a management tool for orders, processes, and demands and has a main function in operation management in health tourism operations. The bottleneck at any stage resulted in long waiting times, long customer lines, and unsatisfied customers. To manage the process and be on time all SSCM operations should be scrutinized carefully and meticulously. The recent developments in technology solve real-time solution problems and get instantaneous responses. The increase in the implementation of digital technologies is also shortening processing times. Order picking is one of the main components of SCC operations considering the SSCM. Order picking is a broad meaning of pulling materials from original places, warehouses, or storage. Considering the repetitive processes in routine work, this process takes a long time in daily work. Besides, the bottlenecks in this process mean long waiting times and customer lines in facilities. The study tries to implement one of the digital technologies AR in the main SSCM operation to order picking as a case on healthcare facility. As a secondary aim, the study tries to decrease the order picking time on the process which is subjected to the study.

2. SERVICE SUPPLY CHAIN AND ORDER PICKING TIME

Service Supply Chain Management (SSCM) entails managing the orders, processes, information flow, capacity and demands, and customer and supplier relations from start to end of the customer order process (Ellram, Tate & Billington, 2004; Baltacıoğlu, Ada, Kaplan, Yurt & Kaplan, 2007; Arlbjørn, Freytag & Haas, 2011). Order picking, in particular, needs to be planned extremely carefully and precisely if there are many orders and only a few service providers.

Order picking is the retrieving of material from the warehouse or its original place. Order picking is the most crucial process in the service supply chain (Giannikas et al., 2017; Manzini et al., 2015), that significantly affects customers' service perception and satisfaction. Order picking is accepted as the most labor-intensive and costly activity for enterprises (De Koster, Le-Duc & Roodbergen, 2007). The order-picking process is constituted 60 % of labor activities and its costs are estimated as 65 % of operating expenses (Gademann & Velde, 2005; Tompkins, White & Bozer, 2010). For the service industries, it is also an essential procedure. Any mistakes in the process may result in long waiting times and dissatisfied customers. The time of order picking for specific items can be a significant challenge in healthcare facilities. Due to the supply chain's operational complexity and economic significance, digital technologies like augmented reality are continuously employed in this process (Wang, Wang, Song & Su, 2020).

3. THE ENHANCED REALITY IN MEDICAL TOURISM

The use of new technologies in service processes increased demand for related services. The health care and medical tourism is one of them. Every advance in technology has a positive impact on health tourism (Helmy & Travers, 2009). The use of technology in any area of tourism affects the creator, protector, and enhancer (Stipanuk, 1993). Research revealed that the utilization of ICT, virtual technologies, and virtualization is an important parameter in competitiveness in the tourism industry (Bojnec & Kribel, 2004; Buhalis, 1998)). The quality of health services and good facility conditions make the tourist destination attractive (Üstün & Uslu, 2022). Researchers state that one of the most fundamental factors in choosing a hospital and city in medical tourism is the implementation and use of technology (Sonel et al., 2019). Augmented Reality (AR) is one of the suitable technologies for tourism and health tourism (Wong & Hazley, 2020).

According to Azuma et al. (1997), AR is a system that combines real and virtual in a single ecosystem and provides interaction with reality. AR has numerous implementations including warehouse planning routing, inventory management, last-mile delivery, staff training & consulting, and especially order picking (Ginters et al., 2020; Mourtzis, Samothrakis, Zogopoulos & Vlachou, 2019).

AR is used to decrease error rates, picking times, and learning times (Ponis et al., 2020; Reif et al., 2010). AR-supported systems can also have benefits such as; increased flexibility, improved reliability, increased overall speed, increased adaptability, increased safety and help young users to adapt and enjoy the new technology (Stoltz et al., 2017). AR-supported technologies provide digital transformation in the Industry 4.0 (I 4.0) age (Bright and Ponis, 2021). It is applicable for mobile devices even for daily life routines (Olsson et al., 2012). Using AR in operations has advantages in the faster learning curve, travel savings, and less downtime (Mainelli, 2018).

AR supported order picking studies fall into the subjects: visualization order picking instructions to decrease task completion times and errors, calculation perceived cognitive load (Murauer et al., 2018), to support warehouse operators and operations by decreasing error rates, picking times and learning times, increase the motivation of the user (Reif et al., 2009), to decrease dead times (Schwerdtfeger & Klinker, 2008), to increase user motivation, users' performance and job satisfaction (Plakas et al, 2020).

Health care is one of the revenue-generating service sectors that employ several supply chain operations, such as material handling, the flow of material, and the order-picking process. AR has applications in the healthcare industry's supply chain. According to research, using augmented reality (AR) can cut human error rates in the healthcare sector by up to 45% in some of the most important processes, such as drawing blood samples (<https://techinnovations.info>, 01.08.2022). It is a crucial step in the medical field's Service Supply Chains (SSCs).

However, AR implementation in tourism is frequently reviewed in cultural heritage and museums (Mesáro et al., 2016; Abawi et al, 2004; Alzua-Sorzabal, 200; Olar et al., 2019; Marimon et al., 2010) there are a few studies related on digitalization and I4.0 in medical and health tourism (Amouzagar et al., 2016; Wong & Hazley, 2020). A need exists in supply chain

activities enabled by AR, particularly in order-picking procedures in service industries, particularly medical tourism and health care.

Considering the volume of health tourism, this study describes the design and development of an AR-based application for a healthcare facility supply chain process and evaluates the application's effect on the process.

4. MATERIALS AND METHODS

It is a cross-sectional study. The proposed AR-supported model helps users to get information about the material while seeing it simultaneously. Additionally, it is anticipated that using an AR-supported model to visualize information about linked items will shorten the time it takes to realize and comprehend. Thus, the proposed model aims to decrease the order picking time. It denotes a reduction in operating time overall for a service supply chain.

4.1. Research Location and Period

The study was conducted in a hospital and data was collected between a month between 09.00-17.00 hours randomly.

4.2. Representative and Population

The prospected model is available as a mobile app. In this manner, the user can use his mobile device—a phone, tablet, etc.—to control the process. Digitalization simplifies the procedure compared to traditional ways, as it is an emerging topic in this "post-COVID-new normal" period.

To see the pattern of the process and time between the order-picking cycle, manual operations are observed. In the first randomly observed 100 data the number of error occurrence level is 10 %. The study holds under % a 95 confidence level. The required number of observations(sample) has been calculated as 139 in order to ensure normality and homogeneity ($p > 0,052$ for normality, $p > 0,514$ for homogeneity).

4.3. Dependent and Independent Variables

The dependent variable is order picking time. The Independent variable is the proposed AR technology.

4.4. Unit of Analysis

Study based on order picking in service supply chain operations at hospitals. Therefore, the unit of analysis in this study is the order-picking process in the hospital.

4.5. Data Collection Tools

In order to collect data, an observation form is used in this study. Order picking time is observed before and after AR-mobile application implementation by means of observation forms.

4.6. Problem Synopsis

The AR-supported model provides information for the material from mobile applications. It helps in picking the right material. The study has also a secondary aim such as: decreasing order picking time. Thus, the problem statement and hypothesis are:

Problem: Is the AR-supported order-picking process applicable to hospitals?

The proposed model tries to decrease order picking time. To use any paper list or any document, the user can just use a mobile phone. Employing the mobile app, the right material will be picked for the first time. It means a decrease in time for the order-picking process.

H1: There is a significant decrease in order picking time after AR-supported model implementation.

4.7. Procedures

Procedures Hospitals use a vast array of materials. Mistakes may most likely happen on materials with comparable physical displays. This research will involve the use of tubes of various colors and purposes. Some examples are shown in Picture 1.



Picture 1. Some Materials were Subjected to This Study

The study concentrated on two varieties of blood sample collection tubes: serum and blood collection tubes. Yellow tube is called an SST (Serum Separator Tube) and is used generally for serum and blood separation purposes in Microbiology, Biochemistry, and hormonal tests. A yellow tube generally is used for blood serum. Purple tubes are for Complete Blood Count (CBC), known as hemogram. They are very similar objects in physical appearance. The color of the cap is also not always deterministic for example for new personnel who do not have enough experience in the process. As a result, additional information can occasionally be crucial to the procedure. The initial stage of the investigation involves assigning an ID to the items that are being studied to streamline the procedure. Material information is given in Table 1.

Table 1. The Information about the Material Subjected to the Study

Material Type	Name	ID	Function
Yellow	Serum Separator tube	SST	Taking Blood Serum
Purple	Hematology & Cross Match Tube	CBC	For Hematology tests and -cross-match analysis

The data regarding the materials utilized for the AR-supported model was compiled in Table 1. The second step of the study is developing the AR-mobile app. AR app is developed on Adobe Aero. The only required device to visualize and to insight into the created AR model is a mobile phone. There's no need to carry a hand terminal, a gadget, a paper list, etc. thanks

to AR-assisted systems. Using a specially created augmented reality app, all relevant material information is displayed on the user's phone when they launch the application and point it at the content. The third and final phase of the research involves evaluating the effectiveness of the created application in terms of order picking time during blood sample collection and contrasting the outcomes of the traditional system and the novel AR-supported model.

4.8. Data Collection

Data is collected between a month between 09.00 and 17.00 hours randomly. Observation will be done in order to get results for:

- The natural pattern of the process
- Calculate the order picking time

The AR-assisted model has been developed in AR Adobe software. Although the model was created on a desktop with a 512 GB capacity with processor 11th Gen Intel(R) Core (TM) i9-11950H @ 2.60GHz 2.61 GHz, 16.0 GB RAM, 64-bit operating system Windows 10 Enterprises, it has also a mobile app.

4.9. Statistical Analysis

On Minitab 21, data will be examined and test statistics will be computed. The outcomes obtained before and after the installation of AR are compared using descriptive statistics. In addition to descriptive statistics, a box plot will be drawn. $P < 0.05$ was used to allow type 1 error.

5. RESULTS

Results showed that the AR-supported system is applicable for the process, subjected to this study. The AR app's screenshots are provided here.



Picture 2. The Snapshot from an AR Implementation SST Picking Process

With the use of supporting elements like check marks and drop symbols, as well as acronyms like SST in Picture 2, the AR software facilitates comprehension of the material's function. An image from the AR application for SST picking is shown in Picture 2. Additional symbols, images, and three-dimensional objects are needed to complete the suggested model's augmentation. In the case of simplification, only three symbols from the software were used: SST, check marks, and drop.

The CBC tube selection procedure is another use. Image 3 is a screen grab from Adobe Aero.



Picture 3. The Snapshot from an AR Implementation CBC Tube Picking Process

CBC is another material that is subjected to this study. 3D objects will appear when the user opens the app on their phone and points it at the material. Additionally, the AR app makes it obvious if the user is still unsure if the content is appropriate. The environment is further enhanced via apps.

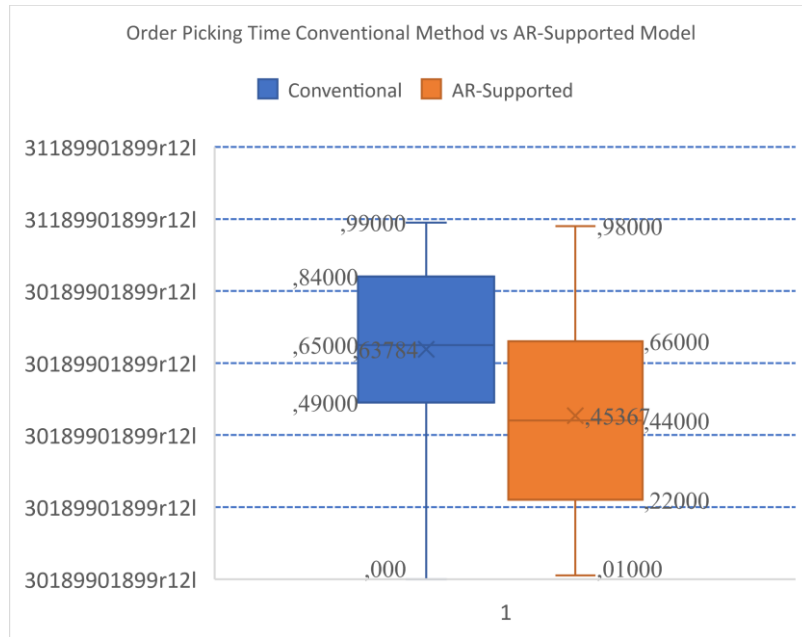
The study is trying to realize the AR app for one of the daily operations in the service supply chain. Besides, the process should be more reliable utilizing a designed model. The designed system in this study is more reliable than the conventional one. The study holds % a 95 confidence level the number of observations is 139 before and after the AR implementation. The test statistics are summarized in Table 2.

Table 2. Test Statistics

	#of Observations	Mean	STD Deviations	P
Conventional	139	0,64	0,25	0,000
AR supported Model	139	0,45	0,26	

*P (= 2,08E-09) < 0,05

In Table 2 order picking time is measured before and after the AR-Supported model was implemented. Also, with comparing two groups P-value has been calculated as < 0,05. Thus, the developed AR-supported model has a positive effect on decreasing order picking time. Since the statistics are significant, the AR-supported system is valuable for the concerned process. Also, the box plot is supported by the test statistics.



Graph 1. Box-Plot of Conventional Method versus AR-Supported Model

According to the box plot data range is wide and data are spread homogenously in AR supported model compared with the conventional method. Besides, in the AR-supported system, order picking time is decreased as shown in Graph 1. Also, according to the box plot median line of the AR-supported model is not aligned with the conventional system. It means, there is a significant difference between groups. Thus, the AR-supported model has a positive effect on decreasing order picking time.

6. DISCUSSION

It is known that the use of technology makes significant contributions to improving processes in labor-intensive sectors such as the service sector. Health tourism is also one of the labor-intensive sectors with increasing demand. It is seen that the digital technologies used have positive effects on improving the processes. In this study, the improvement in the process was demonstrated through the application of AR in a labor-intensive, error-prone process on SSCM.

Service supply chain differs from traditional manufacturing supply chain operations. Customer orders initiate the service supply chain mechanism. Since there is more than one order and in most cases, there exists only one service provider, then the service supply chain operations become crucial. Consequently, in order to prevent client complaints and service lines, it is critical to efficiently organize and oversee the procedure within time constraints. The study focused on one of the human-intensive and error-prone processes on SCCM: order picking with the implementation of AR.

Apart from a few applications on digitalization issues on medical and health tourism issues (Amouzagar et al., 2016; Wong & Hazley, 2020), no further research has been found on health tourism and AR implementation. There are a few studies have been found on the application of AR in tourism. The studies in the field of tourism focused on cultural heritage and museums. The studies in the fields of cultural heritages and museums generally were

intensified on the digitalization, remote viewing, and promotion of museum objects and, in general, in the field of marketing (Mesáro et al., 2016; Abawi et al, 2004; Alzua-Sorzabal, 200; Olar et al., 2019; Marimon et al., 2010). Since there is no research on process improvement in any operational perspectives in health tourism is evaluated as a gap. The main results revealed that AR technology decreases the order picking time significantly. The study is focused on similar items in the blood sample-taking process. Order picking time is short when considering other materials from the main warehouses. Order picking time can be evaluated and shown to be brief, however, in large healthcare facilities, this process can be repeated thousands of times a day. As a result, the order picking time for such a particular item could be disastrous.

7. LIMITATIONS AND STRENGTH OF THE STUDY

The study focused on two types of blood sample-taking tubes. They are the blood and serum-taking tubes. In order to simplify the process only two types of tubes were subjected to this study.

Digitalization has become an emerging buzzword after COVID-19. Besides, the healthcare is the main sector in which the digital technologies are mostly used. Based on this evidence, the approach and the developed AR-app, make the study novel. Eventually, the most prominent outcome of this study is the AR app for the healthcare industry.

8. CONCLUSION

Digital movement into human life accelerated after the COVID-19 pandemic. Maybe the pandemic is one of the facilitators of this digital revolution. In any event, businesses as well as individuals work extremely hard to embrace the digital age. For the time being, most of the technologies are accessible. Even individuals can create content. Furthermore, enterprises are very keen on so-called 'digital transformation'. They want to use new technologies in their operations in order to eliminate errors, and waste and speed up processes. Since the creation convenient and immersive ecosystem, AR-supported technologies are frequently preferred. AR has the potential to revolutionize various industries by improving operational efficiency, enhancing customer experiences, and increasing productivity.

The study can be extended to measure order picking time for some other materials for example materials used in surgery operations or emergencies. The study may also be enlarged to measure the learning effect of AR supported system. It is possible to get prospected results using learning curves.

AR has many functions in the manufacturing, service, health, education, and tourism fields. The idea behind AR is to create an immersive 3-D ecosystem for users. Hence, AR can also measure the process performance, decrease process/transaction times, and decrease learning times in any part of the tourism and service fields.

REFERENCES

- Abawi, D. F., Los Arcos, J. L., Haller, M., Hartmann, W., Huhtala, K., & Träskbäck, M. (2004). *A mixed reality museum guide: The challenges and its realization* [Conference presentation]. 10th International Conference on Virtual Systems and Multimedia.

- Alzua-Sorzabal, A., Linaza, M. T., & Abad, M. (2007). An experimental usability study for Augmented Reality technologies in the tourist sector. *In ENTER*, 231-242. https://doi.org/10.1007/978-3-211-69566-1_22
- Amouzagar, S., Mojaradi, Z., Izanloo, A., Beikzadeh, S., & Milani, M. (2016). Qualitative examination of health tourism and its challenges. *International Journal of Travel Medicine and Global Health*, 4(3), 88-91. <http://doi:10.20286/ijtmgh-040304>
- Arlbjørn, J. S., Freytag, P. V., & De Haas, H. (2011). Service supply chain management: A survey of lean application in the municipal sector. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 41(3), 277-295. <https://doi.org/10.1108/096000311111123796>
- Azuma, R. T. (1997). A survey of augmented reality. *Presence: Teleoperators & Virtual Environments*, 6(4), 355-385. <https://doi.org/10.1162/pres.1997.6.4.355>
- Baltacıoğlu, T., Ada, E., Kaplan, M. D., Yurt And, O., & Cem Kaplan, Y. (2007). A new framework for service supply chains. *The Service Industries Journal*, 27(2), 105-124. <https://doi.org/10.1080/02642060601122629>
- Bright, A. G., & Ponis, S. T. (2021). Introducing gamification in the AR-enhanced order picking process: a proposed approach. *Logistics*, 5(1), 14. <https://doi.org/10.3390/logistics5010014>
- Bojnec, Š., & Kribel, Z. (2004). Information and communication technology in tourism.
- Buhalis, D. (1998). Buhalis, D. (1998). Strategic use of information technologies in the tourism industry. *Tourism management*, 19(5), 409-421. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00038-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00038-7)
- Connell, J. (2006). Medical tourism: Sea, sun, sand and... surgery. *Tourism management*, 27(6), 1093-1100. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.11.005>
- De Koster, R., Le-Duc, T., & Roodbergen, K. J. (2007). Design and control of warehouse order picking: A literature review. *European Journal of Operational Research*, 182(2), 481-501. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2006.07.009>
- Ellram, L. M., Tate, W. L., & Billington, C. (2004). Understanding and managing the services supply chain. *Journal of Supply Chain Management*, 40(3), 17-32. <https://doi.org/10.1111/j.1745-493X.2004.tb00176>
- Gademann, N., & Velde, S. (2005). Order batching to minimize total travel time in a parallel-aisle warehouse. *IEEE transactions*, 37(1), 63-75. <https://doi.org/10.1080/07408170590516917>
- Giannikas, V., Lu, W., Robertson, B., & McFarlane, D. (2017). An interventionist strategy for warehouse order picking: Evidence from two case studies. *International Journal of Production Economics*, 189, 63-76. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2017.04.002>
- Ginters, E., Gutierrez, J. M., & Mendivil, E. G. (2020, Oct, 15-16). Mapping of conceptual framework for augmented reality application in logistics. *61st International Scientific*

- Conference on Information Technology and Management Science of Riga Technical University (ITMS) 1-5.* <http://doi.org/10.1109/ITMS51158.2020.9259302>
- Helmy, E. M., & Travers, R. (2009). Towards the development of Egyptian medical tourism sector. *Anatolia*, 20(2), 419-439. <https://doi.org/10.1080/13032917.2009.10518918>
- Mainelli, T. (2018, May). How augmented reality drives real-world gains in services, training, sales and marketing, and manufacturing. # US43844418, IDC, 10.
- Manzini, R., Accorsi, R., Gamberi, M., & Penazzi, S. (2015). Modeling class-based storage assignment over life cycle picking patterns. *International Journal of Production Economics*, 170, 790-800. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2015.06.026>
- Marimon, D., Sarasua, C., Carrasco, P., Álvarez, R., Montesa, J., Adamek, T., & Gascó, P. (2010). MobiAR: tourist experiences through mobile augmented reality. *Telefonica Research and Development*, Barcelona, Spain.
- Mesáro, P., Mandičák, T., Hernandez, M. F., Sido, C., Molokáč, M., Hvizdák, L., & Delina, R. (2016). Use of Augmented Reality and Gamification techniques in tourism. *E-review of Tourism Research*, 13(1-2): 366-381.
- Mourtzis, D., Samothrakis, V., Zogopoulos, V., & Vlachou, E. (2019). Warehouse design and operation using augmented reality technology: A papermaking industry case study. *Procedia Cirp*, 79, 574-579. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2019.02.097>
- Murauer, N., Müller, F., Günther, S., Schön, D., Pflanz, N., & Funk, M. (2018, June). An analysis of language impact on augmented reality order picking training. *Proceedings of the 11th Pervasive Technologies Related to Assistive Environments Conference*, 351-357. <https://doi.org/10.1145/3197768.3201570>
- Olar, M. L., Samuil, I., Leba, M., & Ionica, A. (2019). Augmented reality in postindustrial tourism. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 572(1), 12-93 IOP Publishing. <http://doi.org/10.1088/1757-899X/572/1/012093>
- Olsson, T., Kärkkäinen, T., Lagerstam, E., & Ventä-Olkkonen, L. (2012). User evaluation of mobile augmented reality scenarios. *Journal of Ambient Intelligence and Smart Environments*, 4(1), 29-47. <http://doi.org/10.3233/AIS-2011-0127>
- Plakas, G., Aretoulaki, E., Ponis, S. T., Agalianos, K., & Maroutas, T. N. (2020). *A proposed technology solution for enhancing order picking in warehouses and distribution centers based on a gamified augmented reality application* [Conference presentation]. The IADIS International Conference Interfaces and Human Computer Interaction & Proceedings of the IADIS International Conference Game and Entertainment Technologies, Virtual 23-25. Zagreb, Croatia: IADIS Digital Library.
- Ponis, S. T., Plakas, G., Agalianos, K., Aretoulaki, E., Gayialis, S. P., & Andrianopoulos, A. (2020). Augmented reality and gamification to increase productivity and job satisfaction in the warehouse of the future. *Procedia Manufacturing*, 51, 1621-1628. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2020.10.226>

- Reif, R., & Günthner, W. A. (2009). Pick-by-vision: augmented reality supported order picking. *The Visual Computer*, 25(5), 461-467. [http://doi.org/ DOI 10.1007/s00371-009-0348-y](http://doi.org/10.1007/s00371-009-0348-y)
- Reif, R., Günthner, W. A., Schwerdtfeger, B., & Klinker, G. (2010). Evaluation of an augmented reality supported picking system under practical conditions. *Computer Graphics Forum* 29(1), 2-12. Oxford, UK: Blackwell Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8659.2009.01538.x>
- Schwerdtfeger, B., & Klinker, G. (2008). *Supporting order picking with augmented reality* [Conference presentation]. 7th IEEE/ACM International Symposium on Mixed and Augmented Reality, 91-94. [http://doi.org/ 10.1109/ISMAR.2008.4637331](http://doi.org/10.1109/ISMAR.2008.4637331)
- Sonel, E., Şeyda, G. Ü. R., & Tamer, E. R. E. N. (2019). Çok ölçütlü karar verme ile sağlık turizminde şehir seçimi ve analizi. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 27-39.
- Stipanuk, D. M. (1993). Tourism and technology: interactions and implications. *Tourism Management*, 14(4), 267-278. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(93\)90061-O](https://doi.org/10.1016/0261-5177(93)90061-O)
- Stoltz, M. H., Giannikas, V., McFarlane, D., Strachan, J., Um, J., & Srinivasan, R. (2017). Augmented reality in warehouse operations: opportunities and barriers. *IFAC-PapersOnLine*, 50(1), 12979-12984. <https://doi.org/10.1016/j.ifacol.2017.08.1807>
- Tompkins, J. A., White, J. A., Bozer, Y. A., & Tanchoco, J. M. A. (2010). *Facilities planning*. John Wiley & Sons.
- Üstün, U., & Uslu, Y. D. (2022). Türkiye'nin sağlık turizminde tercih edilme nedenleri üzerine bir çalışma: Medikal turizm endeksi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (33), 344-353. <https://doi.org/10.31590/ejosat.1020647>
- Wang, W., Wang, F., Song, W., & Su, S. (2020). *Application of augmented reality (AR) technologies in inhouse logistics* [Conference presentation]. E3S Web of Conferences 145, 2018. EDP Sciences. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202014502018>
- Wong, B. K. M., & Hazley, S. A. S. A. (2020). The future of health tourism in the industrial revolution 4.0 era. *Journal of Tourism Futures*, 7(2), 267-272. <https://doi.org/10.1108/JTF-01-2020-0006>

Internet Resources

- Sağlık Turizm Verileri. USHAŞ, Uluslararası Sağlık Hizmetleri A.Ş. Retrieved July 1, 2022. <https://www.ushas.com.tr/saglik-turizmi-verileri/>
- World Health Organization (2023). WHO Coronavirus (COVID-19) Dashboard. Retrieved July 7, 2023. <https://covid19.who.int/>
- World Tourism Organization and European Travel Commission (2018), Exploring Health Tourism – Executive Summary, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/978928442030.8>. 10.07.2023

Why Every Organization Needs an Augmented Reality Strategy. Retrieved August 1, 2022.
https://techinnovations.info/why-every-organization-needs-an-augmented-reality-strategy/?gclid=CjwKCAjwm8WZBhBUEiwA178UnN0gv5sxISjhOHp0tCeZPYgc2tQwAtpC1RvdvLYbx3PCIxEmCvItxoChoAQAuD_BwE

Mıknatıs Hastane Konsepti

Concept of Magnet Hospital

Dilek ALAY ^{1*}

Aynur TORAMAN ²

¹Süleyman Demirel Üniversitesi, dilekalay3@gmail.com, ORCID: 0000-0002-3221-560X

²Süleyman Demirel Üniversitesi, atoraman@yahoo.com, ORCID: 0000-0001-6180-4713

* Yazışılan Yazar/Corresponding author

Makale Geliş/Received: 27.09.2023

Makale Kabul/Accepted: 01.11.2023

Derleme Makalesi / Review Paper

DOI: 10.47097/piar.1367131

Öz

Sağlık hizmet sunumunda önemli yere sahip olan hemşirelerin, kaliteli bakım sunmaları ve nitelikli hemşirelerin hastaneye çekilmesi ve hastanede kalmaları ile ilgili olan "mıknatıs hastane" 1983 yılında Amerikan Hemşireler Akademisi tarafından geliştirilen bir kavramdır. Özellikle hemşirelere yönelik olarak algılanan bir kavram olmasının yanında, hizmet sunucuları ve hizmet alıcıları olmak üzere iki tarafın da beklentilerini karşılayarak en iyi sonuçlara ulaşmaya hedeflemektedir. Derleme yöntemiyle gerçekleştirilen bu çalışmanın amacı mıknatıs hastane kavramını kavramsal açıdan ele alarak sağladığı faydaları incelemektir. Ayrıca mıknatıs hastane olma niyetinde olan kurumlar için rehber niteliğindedir. Sonuç olarak, mıknatıs hastaneler yönetsel açıdan da başarılı süreçlerin yürütüldüğü hizmet veren hizmet alanların memnuniyetinin sağlandığı özellikli kurumlardan sayılmaktadır. Bu hastanelerin sayısının artırılmasıyla çalışan hemşirelerin memnuniyetinin yanı sıra hastaların memnuniyetinin de artacağı açıkça görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Hemşirelik, Mıknatıs Hastane, Kalite, Sağlık Kurumu.

Jel Kodları: I00, I10, M14.

Abstract

"Magnet hospital" is a concept developed by the American Academy of Nurses in 1983, which is related to the provision of quality care by nurses, who have an important place in the provision of health services, and the attraction and retention of qualified nurses to the hospital. As a concept primarily associated with nursing, its aim is to achieve optimal results by meeting the expectations of both parties—service providers and service recipients. The aim of this study, which was carried out by compilation method, is to examine the benefits of the magnet hospital concept by considering it conceptually. It also serves as a guide for institutions that intend to become magnet hospitals. As a result, magnet hospitals are considered to be one of the special institutions where successful processes are carried out in terms of management and the satisfaction of the service users is ensured. It is clearly seen that by increasing the number of these hospitals, the satisfaction of the nurses as well as the satisfaction of the patients will increase.

Keywords: Nurse, Magnet Hospital, Quality, Health Institution.

Jel Codes: I00, I10, M14.

1. GİRİŞ

Sağlık sorunu yaşayan bir bireyin iyi bir bakım alarak iyileşmesinde sağlık çalışanları önemli bir rol oynamaktadır. Hemşireler, uygulanan tedaviye bağlı olarak hasta ile en çok iletişim halinde bulunan sağlık çalışanlarıdır. Hemşireler, meslekleri gereği sosyal, fiziksel ve mental olarak olumsuz etkilenmektedirler (İkinci Somunoğlu vd., 2017: 431). Yapılan araştırmada çalışanların tutum ve davranışlarında sahip oldukları kişiliklerden çok buldukları çalışma ortamındaki sosyal yapıların etkili olduğunu öne sürülmüştür (Laschinger vd., 2003: 411). Kanter'a göre bu sosyal yapılar aracılığıyla çalışanlar bilgiye, öğrenmeye ve öğretmeye, ihtiyaç duyduğu desteğe, gereken kaynaklara, güçlü bir iletişim kurma fırsatına ulaşabilmektedir (Laschinger vd., 2003: 411). Bu doğrultuda hemşireler sosyal yapılardan faydalanarak mesleklerini anlamlı bir şekilde gerçekleştirebilmektedir (Laschinger vd., 2001: 209; Laschinger vd., 2003: 411). Takım çalışması hemşirenin işe devam etme isteğini ve mesleki memnuniyetini olumlu yönde etkileyebilmektedir (Gümüş vd., 2021: 94). Diğer yandan güvenin düşük olduğu bir çalışma ortamında işe devamsızlık, işi bırakma, sınırlı bir öğrenme, motivasyon ve iş tatmininde yetersizlik, sorumluluk paylaşmaktan kaçınma ve tükenmişlik gibi olumsuz etkiler görülebilmektedir (Laschinger vd., 2001: 209). Bu etkiler sadece hemşireleri değil hastaları ve sağlık kuruluşunu ve toplumu da olumsuz etkileyebilmektedir.

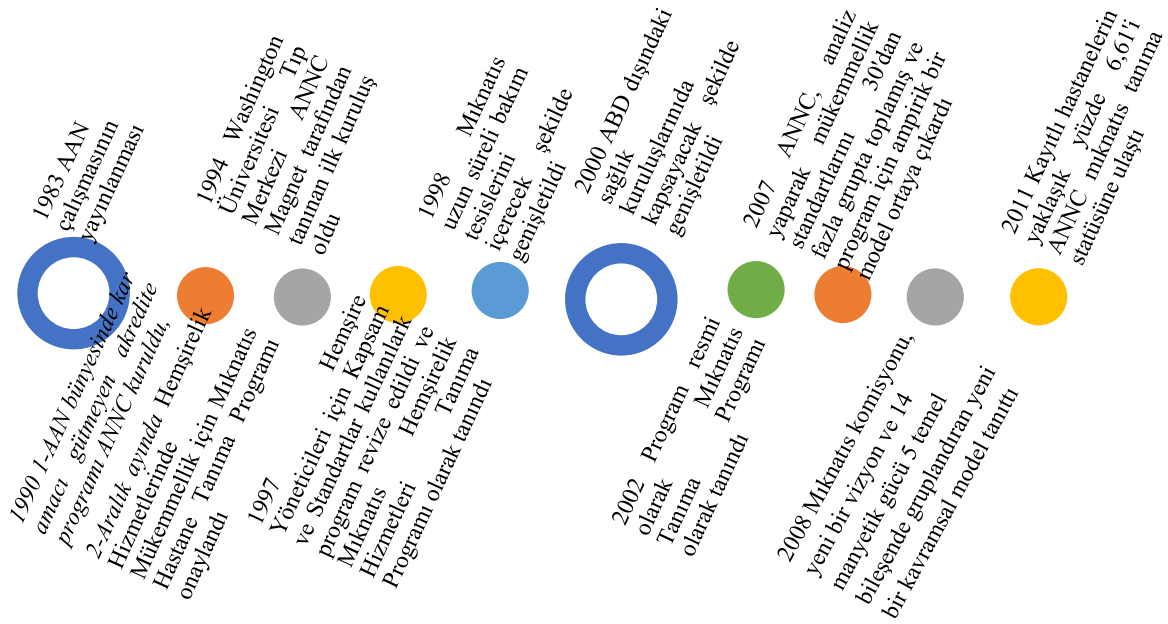
Sağlık alanında hemşirelik mesleğinin kritik rolünü göz önünde bulundurarak Amerikan Hemşireler Birliği (AAN) mıknatıs hastane kavramını geliştirmiştir. Mıknatıs hastane kavramı, hemşirelerin hizmet sunumunda aktif olması, esnek çalışma saatleri ve özerklik seviyelerinin yükseltilerek katılımcı bir yönetim anlayışının benimsenmesinin sağlanmasını, mesleki eğitim ve gelişimlerinin desteklenmesini ifade etmektedir (Upenieks, 2003). AAN'ın 1983 yılında yayınlanan politika çalışmasına dayanan mıknatıs hastane, bir mıknatıs gibi nitelikli hemşireleri çekerek elde tutmaktadır. Ayrıca politika çalışması doğrultusunda kaliteli bakım hizmeti sunan sağlık kurumlarının belirgin örgütsel özellikleri belirlenebilmiştir (Buchan, 1999: 101). Uzun ve detaylı bir süreç sonucunda hastaneler hem çalışanlar hem de kar elde etme hususunda kazançlı bir duruma gelebilmektedir. Amerika, Belçika, Brezilya, Japonya, Ürdün, Lübnan, Suudi Arabistan, Kanada, Avustralya, İngiltere ve Birleşik Krallık ülkelerinde mıknatıs hastaneler bulunmaktadır (American Nurses Credentialing Center (ANCC), 2023). Mıknatıs hastanelerin yaklaşık %98'i Amerika'da bulunmaktadır (ANCC, 2018). Türkiye'de henüz mıknatıs hastane olarak akredite edilmiş bir hastane bulunmamaktadır.

Hemşirelere kararlara katılım desteği veren bir yönetim anlayışı sunan, eğitimle ve kaliteli bakımın geliştirilmesiyle kalite iyileştirme faaliyetlerine katkıda bulunan mıknatıs hastaneler önemli bir yere sahiptir. Hasta bakımının kalitesinin artırılması, çalışanların karar alma süreçlerine katılımının sağlanması ve verimli bir çalışma ortamının yaratılması akreditasyon, kalite çalışmalarının da ortak hedefidir. Bu nedenle akreditasyon ve kalite standartlarının yükseltilmesinde mıknatıs hastane standartları süreçleri kolaylaştıracaktır. Bu çalışmanın amacı mıknatıs hastane kavramını kavramsal açıdan ele alarak sağladığı faydaları incelemek, hemşirelerin bu hastanelerdeki rollerini ve etkilerini görmek ve mıknatıs hastaneye dair genel bir bakış açısı oluşturmaktır.

2. MIKNATIS HASTANE KAVRAMI VE TARİHÇESİ

Çekme ve itme kuvveti olan manyetik alana sahip nesne veya malzemeler mıknatis olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımdan hareketle çalışanı çekme ve elde tutma özelliklerini vurgulamak amacıyla bazı hastaneler için kullanılmıştır. Lundmark'a göre mıknatis hastane kavramı, 1980'lerin başlarında yapılan önemli bir çalışmadan kaynaklanan ve büyük bir hemşire açığı sırasında nitelikli hemşire alımı ve elde tutma örneklerini açıklamaya çalışmıştır. Bunu yaparken de hemşirelikte mükemmelliği destekleyen ve kolaylaştıran organizasyonel ve uygulama ortamı koşullarını belirlemek için bir çerçeve sağlamıştır (Lundmark, 2004: 69).

Mıknatis hastane kavramı, profesyonel hemşirelik uygulamalarını kolaylaştıran ve destekleyen hastane yapılarının niteliklerini incelemek amacıyla 1981 yılında Amerikan Hemşirelik Akademisi (Anderson, 2021: 8) tarafından hazırlanan 1983 yılında yayınlanan politika çalışmasına dayanmaktadır. Bu çalışma, yetkin ve donanımlı hemşireleri çekip elde tutarak kaliteli bakım sunan sağlık hizmeti sunan kurumların belirgin örgütsel özelliklerinin belirlenmesi amacını taşımaktadır (Buchan, 1999: 101). AAN tarafından Amerika'da ciddi bir hemşire sayısı yetersizliğinin ve yüksek hemşire devir hızı gibi sorunların yaşandığı dönemde bazı hastanelerin hemşire çekmek ve elde tutmakta problem yaşamadığı fark edilmiştir (Balmumcu ve Yüceyılmaz, 2018: 81). AAN, bu kapsamda bir itibar yaklaşımı benimseyerek, üyelerinden kendi bölgelerinden mıknatis hastane olma ihtimali olan aday hastanelerin belirlenmesini istemiştir. Fellows tarafından belirli kriterlere sahip 165 aday hastane belirlenmiştir. Bu kriterler, hastanelerin onlar için çalışmaya uygun olması, nispeten düşük hemşire devir hızının olması, hastanenin rekabetçi bir pazarda olduğu ve tek iş gücü istihdamının hemşireler olmamasından oluşmaktadır. Bu hastanelerden 155'i AAN tarafından düzenlenen görev gücünün nihai seçim sürecine katılmayı kabul etmesinin ardından hemşire görüşmeleri ve diğer incelemeler doğrultusunda sıralanmıştır. Daha sonra Teksas Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Araştırma ve Değerlendirme Merkezi tarafından toplu bir puanlama ve sıralama süreciyle ülke kapsamında 41 hastane seçilmiştir (McClure vd., 1983; Buchan, 1999: 101). Bu hastaneler "Magnet Hastaneler", "Altın Standart Hastaneler" veya "Mıknatis Hastaneler" olarak belirlenmiştir (Kramer ve Schmalenberg, 2005b: 275). Seçilen hastaneler temel alınarak belirlenen kriterler aracılığıyla bir hastanenin mıknatis hastane yeterliliğinde olması için sahip olmaları gereken ortak nitelikler belirlenmiştir. Mıknatis hastanelerin kronolojik haritası aşağıda Şekil 1'de verilmiştir.



Şekil 1. Mıknatıs Programının Kronolojik Haritası

Kaynak: ANCC (2022b), yazarlar tarafından uyarlanmıştır.

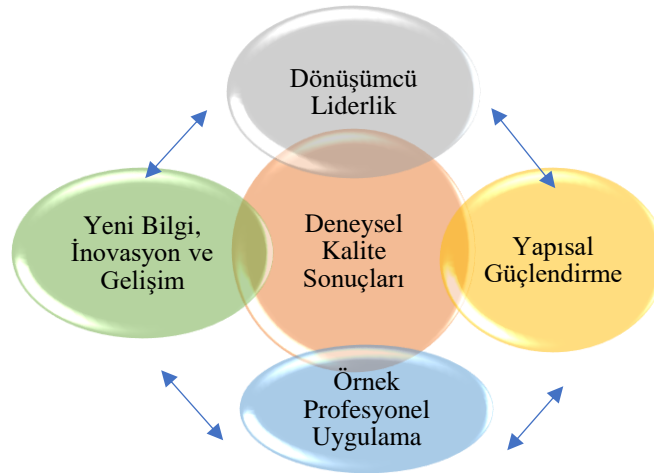
● Mıknatıs programı ilk olarak 1990 yılında, Hemşirelik Hizmetlerinde Mükemmellik için Mıknatıs Hastane Tanıma Programı olarak geliştirilmiştir. AAN'ın Hastanelerde Uygulamaları Görev Gücü tarafından yürütülen kaliteli bakımı teşvik eden iyi nitelikli hemşireleri çekme ve elde tutmak için uygun ortam oluşturan 14 özelliğe dayanmaktadır. Bu 14 özellik "manyetizma gücü" olarak bilinmeye başlanmıştır. Program hemşirelikte mükemmellik sağlayan sağlık kuruluşlarını tanımak ve başarılı hemşirelik uygulamalarını ve stratejilerini yaymak için geliştirilmiş (American Nurses Credentialing Center, 2016) ve ulusal-uluslararası prestij kazandıran bir belgelendirme programı olarak kabul edilmektedir (Tekayak, 2021: 15). Yine 1990 yılında AAN bünyesinde kâr amacı gütmeyen akredite programı American Nurses Credentialing Center (ANCC) kurulmuştur. ● Mıknatıs programının geliştirilmesi ve sürdürülmesinden sorumlu ANCC, ilk mıknatıs ödülünü 1994 yılında Washington Üniversitesi Tıp Merkezi'ne vermiştir. ● 1997 yılında Hemşire Yöneticileri için Kapsam ve Standartlar kullanılarak program yenilenmiş ve Mıknatıs Hemşirelik Hizmetleri Tanıma Programı olarak tanınmıştır. ● Bu program 1998 yılında uzun süreli bakım tesislerini daha sonra 2000 yılında ABD dışındaki sağlık kuruluşlarını da kapsayacak bir şekilde genişletilmiştir. ● Hemşirelikte mükemmelliğin altın standardı ve yol haritası olarak görülen program resmi olarak 2002 yılında Mıknatıs Tanıma Programı olarak değiştirilmiştir (ANCC, 2022a).

Mıknatıs hastanelerde çalışan hemşireler tarafından yapılan bir çalışmada da 8 manyetizma boyutu belirlenmiştir. Bunlar, iyi ve sürdürülebilir bir hemşire-hekim ilişkisi, özerk hemşirelik uygulaması, hasta odaklı kültürel değerler, yetkin çalışma arkadaşları, hemşirelerin hemşirelik uygulamalarını kontrolü, kadro yeterliliği algısı, eğitim desteği ve yönetici hemşire desteğidir (Kramer ve Schmalenberg, 2004b: 366). Daha sonra 2005 yılında bu boyutlardan/özelliklerden kadro yeterliliği algısının kapsamı yeniden düzenlenmiştir

(Kramer ve Schmalenberg, 2005a: 197; Schmalenberg ve Kramer, 2008: 2). Böylece yeni uygulama kılavuzu manyetizma güçleri çerçevesinde yenilenerek mıknatis programının değerlendirme sürecinde değerlendirdiği hususlar ile hemşirelik ve sağlık hizmeti araştırmacılarının üzerinde çalıştığı mıknatis özellikler uyumlaştırılmıştır (Lundmark, 2004: 71). ●2007 yılında ANCC, 2005 Magnet Tanıma Programı kılavuzunu kullanarak mıknatis değerlendirme ekibini analiz ederek mükemmellik standartlarını 30'dan fazla grupta toplayarak program için ampirik bir model oluşturmuştur. ●ANCC, 2008 yılında liderliğin kalitesi, organizasyonel yapı, yönetim tarzı, profesyonel bakım modeli, hemşirelik imajı, kişisel politika ve programlar, hasta bakımının kalitesi (Hoffman, 1983: 456), kalite geliştirme, danışmanlık ve kaynaklar, özerklik, toplum ve sağlık bakım kurumları, hemşire eğiticiler, disiplinler arası ilişkiler ve profesyonel gelişim (Balmumcu ve Yüceyılmaz, 2018: 82; Tekayak, 2021: 32) olarak belirlediği 14 manyetik gücü 5 bileşene ayırmıştır (Allen vd., 2009). Bunlar; dönüşümcü liderlik, yapısal güçlendirme, örnek profesyonel uygulama, yeni bilgi, inovasyon ve gelişim ve deneysel kalite sonuçlarıdır (American Nurses Credentialing Center, 2016; Anderson, 2021: 9). Bu ilke ve manyetik güçler programa uygun bir model haline getirilmiştir (American Nurses Credentialing Center, 2016). ●Amerikan Hastaneler Birliği ABD hakkında hızlı bilgiler 2011'e göre kayıtlı hastanelerin yaklaşık %6,61'i ANCC mıknatis tanıma statüsüne ulaşmıştır (ANCC, 2022a). 2014 yılında ise standartlar %50 sonuç, %50 yapı ve süreci yansıtacak şekilde yeniden düzenlenmiştir (Graystone, 2018: 415).

3. MIKNATIS HASTANE KONSEPTİ

Mıknatis tanıma programı, hemşirelik bakım sunumuna ilişkin kalite iyileştirme taahhüdünde bulunan sağlık kurumlarını belirlemek ve bu kurumlardaki kaliteli hasta bakımı, hemşirelikte mükemmellik ve profesyonel hemşirelik uygulamalarını takip etmektedir (Usha ve Mamata, 2019: 1). Mıknatis hastaneler, düşük hemşire devir hızı ve iyileştirilmiş hasta bakım sonuçlarına sahip (Buchan, 1999: 101), küresel bağlamda başarılı hemşirelik uygulamaları ve stratejileri için lider model olarak görülmektedir (Kramer ve Schmalenberg, 2004a: 47). Mıknatis komisyonu yeni bir vizyon oluşturarak hemşireliğin sürekli gelişimi ve hasta bakımında kaliteli sonuçlar elde etmek için ileride gerekecek değişimler üzerinde mıknatis kuruluşlarının önemini vurgulamaktadır. Mıknatis hastanelerin, ilkelere bağlı, esnek ve yenilikçi; hemşirelik disiplini, hasta, aile ve toplum bakımında öncü rol oynayan kuruluşlar olduğu belirtilmektedir. 2008 yılında mıknatis komisyonu geliştirdiği kavramsal modelle, 14 mıknatis gücü 5 bileşen üzerinde yapılandırarak sonuçların ölçülmesine odaklı, net, yalın ve yol gösterici olmuştur. Hemşirelik ve sağlık bakımındaki küresel sorunlar, yeni mıknatis modeli bileşenlerini kapsamaktadır (ANCC, 2022e). Mıknatis Hastanesinin Beş Bileşeni Şekil 2'de yer almaktadır.



Şekil 2. Mıknatıs Hastanesinin Beş Bileşeni

Kaynak: ANCC (2022g)

-Dönüşümcü Liderlik: Sağlık kuruluşunda istikrar ve büyümenin sağlanması için değerlerini, inançlarını ve davranışlarını günümüzün koşullarına göre dönüştürmesi gerekmektedir. Kişi veya kuruluşu doğru yönlendirerek geleceğin taleplerini karşılamaya çalışan kişi dönüşümcü liderdir. Dönüşüm sağlanırken lider organizasyonu aydınlatmalı ve takip etmeli, dönüşüm fikrinin organizasyonda kök salmasını sağlamaktadır. Bu bileşen iki mıknatıs gücünü temsil etmektedir (ANCC, 2022e). Bunlar; *CNE'nin kalite belgeleri vardır: bir hemşire liderin profesyonel hemşirelik organizasyonlarına katılımı. Açıkça ifade edilmiş bir savunuculuk ve personel desteği felsefesi tarafından yönlendirilen günlük liderlik faaliyetleri olan 'hemşirelik liderliğinin kalitesi' ve görünür, erişilebilir ve personelle iletişim kurmaya kararlı hemşire liderleri ile organizasyonun her seviyesinde katılımcı yönetim olan 'yönetim tarzı' gücünü temsil etmektedir (Kramer ve Schmalenberg, 2005b: 279).*

-Yapısal Güçlendirme: Etkili bir lider tarafından geliştirilen süreçler ve yapılar kuruluşta istenilen sonuca ulaşmak için yenilikçi bir ortam sağlayarak misyon, vizyon ve değerleri hayata geçirmektedir. Kuruluş yapısı, politikaları gibi şeyler aracılığıyla toplumla ilişki kurarak çekirdek yapısını güçlendirebilmektedir. Kuruluşun hasta sonuçlarını ve buldukları topluluğun sağlığını iyileştirmek için kurduğu ortaklıklar bu güçlendirmeye örnek verilebilir. Çeşitli yapılar veya programlarla personelin yetkilendirilmesi, geliştirilmesi ve sürece katılması sağlanmalıdır. Bu bileşen dört mıknatıs gücünü temsil etmektedir (ANCC, 2022e). Bunlar; merkezi değil birim düzeyinde karar vermeyi teşvik eden (hemşirelik liderinin yönetici düzeyinde hizmet verip CEO'ya rapor vermesi) 'organizasyon yapısı' mıknatıs gücüdür. Diğer mıknatıs güçleri ise çalışanların maaş, yan hak, çalışma koşulları ve politikalarının yer aldığı 'personel politikaları ve programları', birbirinden farklı uzun vadeli sosyal yardım programlarında devam eden bir topluluğun olduğu 'topluluk ve sağlık kuruluşu' mıknatıs gücüdür. Son olarak, hasta bakımı için gerekli olan hemşirelik hizmetlerinin bulunduğu 'hemşirelik imajı' gücü ve uzmanlığa dayalı klinik ilerlemenin önemli olduğu, uyum sağlama eğitimi, hizmet içi, sürekli ve örgün eğitim fırsatlarının olduğu 'mesleki gelişim' gücünü temsil etmektedir (Kramer ve Schmalenberg, 2005b: 279).

-Örnek Profesyonel Uygulama: Hastanede bulunan hemşirelik ekibi örnek profesyonel uygulamayı izleyerek çalışma ortamını iyileştirebilir ve böylelikle mıknatıs hastaneye dönüşmesine yol açabilir. Bu uygulamanın oluşması için hemşirelerin hasta, aile, topluluk ve farklı disiplinlerden gruplar üzerindeki rolü; yeni bilgi ve kanıtların uygulanması anlaşılmalıdır. Bu bileşen beş mıknatıs gücünü temsil etmektedir (ANCC, 2022e). Bunlar; *aile hemşirelerinin hemşirelik uygulamasından sorumlu ve sorumlu olduğu teslim modellerinin olduğu 'profesyonel bakım modelleri' gücü, yeterli danışma ve gelişmiş uygulama hemşireleri gibi diğer insan kaynaklarının bulunmasını ifade eden 'danışma ve kaynaklar' gücü bulunmaktadır. Profesyonel standartlarla tutarlı ve çok disiplinli bir bağlamda bağımsız muhakemenin bulunduğu 'özerklik', hemşirelerin uygulamalarına öğretimi dâhil etmelerine izin verilir ve onlardan beklenen 'öğretmen olarak hemşireler' gücü ve tüm disiplinler arasında karşılıklı saygının sergilendiği 'disiplinler arası ilişkiler' gücünü temsil etmektedir (Kramer ve Schmalenberg, 2005b: 279).*

-Yeni Bilgi, İnovasyon ve Gelişim: Mıknatıs kuruluşların yapı taşını yetkin liderlik, yetkili profesyoneller ve örnek uygulama oluşturmaktadır. Fakat bunlar mıknatıs tarafından tanınan kuruluşların ana hedefleri değildir. Bu kuruluşlar mesleki gelişim, hasta bakımı ve kuruluşun iyileştirilmesi, gelişimi ve yenilikçi olmasından sorumludur. Güncel kalarak gelecekte de başarılı olabileceği, hemşirelik mesleğinde yeni bakım modellerinin ve kanıtlarının uygulanması gerektiği düşünülmektedir. Bu bileşen bir mıknatıs gücünü temsil etmektedir (ANCC, 2022e). Bu mıknatıs gücü, eğitimle kaliteli bakımın geliştirilmesini ve bunu kalite iyileştirme faaliyetlerine dâhil eden 'kalite geliştirme'dir (Kramer ve Schmalenberg, 2005b: 279).

-Deneyisel Kalite Sonuçları: Mıknatıs tanıma sürecinde kuruluşlarda yapı ve süreç odaklanılır çünkü nicel sonuçlar gereksizdir sonucun iyi olacağı varsayılmaktadır. Burada kuruluşlara "ne fark yarattın?" sorusuyla yaklaşılarak sorunlara karşı yenilikçi yapı ve çeşitli süreçlere sahip olmaları için teşvik edilir. Böylelikle gelecekte sorun çözme ve öncü olmak konusunda öne çıkacakları düşünülmektedir. Sonuçlar, iş gücü sonuçları, hasta ve tüketici sonuçları ve örgütsel sonuçlar olarak hemşirelikle ilgili klinik sonuçlar bakımından gruplandırılmalıdır. Bu sonuçlarla nicel ölçütler oluşturularak birçok sorun basit ve mükemmel bir şekilde çözülebilmektedir. Bu sonuçlar mıknatıs kuruluşun "karnesi" olarak görülmektedir. Bu bileşen bir mıknatıs gücünü temsil etmektedir (ANCC, 2022e). Bu mıknatıs gücü, kaliteli bakımın sunulduğu ortamı ifade eden "bakım kalitesi" gücüdür (Kramer ve Schmalenberg, 2005b: 279).

Mıknatıs güçler ve bu güçlere karşılık gelen bileşenler Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1. Mıknatıs Güçler ve Bu Güçlere Karşılık Gelen Bileşenler

Bileşenler	Mıknatıs Güçleri
Dönüşümcü Liderlik; problemleri gidermek, sorunlu sistemleri onarmak, çalışanları güçlendirmek ve kurumları geleceğe hazırlamak amacıyla benimsenen bir bileşimdir.	Güç 1. Hemşirelik Liderliğinin Kalitesi Gücü ve Güç 3. Yönetim Tarzı Gücü
Yapısal Güçlendirme; çalışanın geliştirilmesi, yönlendirilmesi ve yetkilendirilmesiyle istenen sonuçlara ulaşmak ve örgütsel hedeflere ulaşmak için personeli güçlendiren bir yapı benimsenen bileşendir.	Güç 2. Organizasyon Yapısı Gücü, Güç 4. Çalışan Politikaları ve Programları Gücü, Güç 10. Topluluk ve Sağlık Kuruluşu Gücü, Güç 12. Hemşirelik Görüntüsü Gücü ve Güç 14. Mesleki Gelişim Gücü

Örnek Profesyonel Uygulama; bu bileşenin amacı, güçlü bir mesleki uygulamasının başarılmasının ötesindedir; profesyonel pratiğin başaracağı şeydir. Mıknatıs organizasyonun gerçek özü budur.	Güç 5. Profesyonel Bakım Modelleri Gücü, Güç 8. Danışma ve Kaynaklar, Güç 9. Özerklik, Güç 11. Hemşire Eğiticiler ve Güç 13. Disiplinler arası İlişkiler
Yeni Bilgi, İnovasyon ve Gelişim; yeni bakım modellerini, var olan kanıtların uygulanmasını, yeni kanıtları ve hemşirelik bilimine görünür katkıları içeren, bilginin üretimini, uygulanmasını, kalitenin geliştirilmesini destekleyen bileşendir.	Güç 7. Kalite İyileştirme Gücü
Deneysel Kalite Sonuçları; hemşirelikle ilgili işgücü, hasta ve tüketici ve örgütsel sonuçlar klinik sonuçlar bakımından gruplandırılarak nicel ölçütler oluşturulmalıdır. Bu kurumun ne fark yarattın sorusunu kolaylıkla cevaplamasını sağlayacak ve mükemmelliğini gösterecektir.	Güç 6. Bakım Kalitesi Gücü

Kaynak: ANCC (2022g) yazar tarafından uyarlanmıştır.

Mıknatıs hastane olmak için gerekli kriterler bakım ve uygulama standartları olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Bakım standartlarında, tanılama, hemşirelik teşhisleri, hasta sonuçlarının tanılanmasından bakımın planlanması, uygulanması ve değerlendirilmesini kapsamaktadır. Uygulama standartları ise bakımın kalitesi, bakım yönetimi, eğitim, bilimsel yaklaşım, iş birliği, araştırma, kaynak kullanımı, performans değerlendirme ve etik ve kültürel kurallara uyumu kapsamaktadır (Uçak, 2008: 147; ANCC, 2022e). Bu standartlar ve ilkeler doğrultusunda Mıknatıs Tanıma Programında, hemşirelik uygulaması ve felsefesi, bakım kalitesi, mesleki gelişim, kanıta dayalı hemşirelik ve karar verme sürecinde hemşirelerin katılımı hususlarında mükemmellik aranmaktadır (Güven ve Oktay, 2009: 104). Mıknatıs hastane standartları, hasta bakımında hataların engellenmesi, hastanın ve hemşirenin tedavi süreçlerindeki uygulamaları bilimsel ve standartlara uygun olarak gerçekleştirebilmesi adına uygulama ve bakım olarak iki boyuttan oluşmaktadır.

Mıknatıs Tanıma Programı *'herkese bilgi, beceri, inovasyon, liderlik ve şefkat getirerek sağlık hizmetlerini küreselleştirme'* vizyonu ve *'hemşirelerin meslekler arası ekipte iş birliği içinde liderlik, bilimsel keşif ve yeni bilgilerin yayılması ve uygulaması yoluyla mükemmellik standardını belirleyerek geliştiği bir ortamda dünya çapında hasta bakımını sürekli olarak yükseltme'* misyonuna sahip meşakkatli, titizlikle incelenen uzun bir süreçten oluşmaktadır (ANCC, 2022a). Bulunulan kurumların konumu, klinik bakım ve sosyo-ekonomik durumu, bulunduğu çevredeki ilçelerin sağlığı gibi unsurlar hastanelerin mıknatıs tarafından belirlenmesini etkileyen bazı unsurlardır (Boamah vd., 2022: 979). Bir sağlık kuruluşunun mıknatıs hastane statüsünde olabilmesi için başhemşirenin en az yüksek lisans derecesine sahip olması gerekmektedir. Eğer yüksek lisans hemşirelik alanında değilse, hemşirelikte lisans derecesine sahip olması gerekmektedir. Yardımcıları, hemşire liderleri ve sorumlu hemşire yöneticilerinin de yine hemşirelik lisans veya daha yüksek dereceye sahip olması istenmektedir (ANCC, 2022d). Hemşirelik hizmeti bölümü sağlık kurumunun içinde olmalı ve bir hemşire yönetici ya da bağımsız otorite tarafından yönetilen sorumlu bir kişi bulundurulmalıdır. Lider hemşirelerin mıknatıs tanıma sürecinde diğer hemşirelerle sürekli iletişim kurarak sürece katılmalarını ve programla uyumlulaştırılmalarını sağlamalıdır (Tekayak, 2021: 26). Ayrıca resmi bir hemşire

araştırma mentoru olan hastanelerin, hemşire araştırmaları yapmasına ve hemşire liderliği çalışmalarına sahip olmasını kolaylaştırdığı belirtilmektedir (Saul ve ark., 2022).

Mükemmel hemşirelik standartlarına ve mıknatıs hastane belgesine sahip olmak isteyen sağlık kuruluşu ANCC'ye başvuru yaparak 335 dolara alınacak mıknatıs tanıma kılavuzu ile mıknatıs modeli bileşenlerini, uygunluk kriterlerini, mıknatıs değerlendirme sürecini ve belge iletme gerekliliklerini öğrenebilmektedir (ANCC, 2022f). ANCC'ye elektronik ortamda başvuru yaptıktan sonra başvuru sahibi 2 yıl içinde hasta bakımı ve sonuçlarıyla ilgili niceliksel ve niteliksel kanıtları gösteren dokümanları sunması gerekmektedir. Belge kanıtları 6 bakım standardı ve 8 bakım kalitesi ve yönetsel uygulama olmak üzere 14 kriterden oluşmaktadır. Sunulan belgeler hemşirelerden oluşan bir değerlendirme ekibi tarafından 0-5 likert ölçeğine göre puanlandırılarak 60 gün içinde geri dönüş yapılmaktadır (Tekayak, 2021: 27). Eğer alınan puan mükemmellik aralığındaysa ekip başvuru sahibini kapsamlı bir şekilde değerlendirmek için yerinde ziyaret etmektedir. Başvuru sahibi sağlık kuruluşu yerinde titizlikle incelendikten sonra mıknatıs komisyonu tarafından değerlendirme raporu dikkate alınarak mıknatıs tanınmasının yapıp yapılamayacağına karar vermek için oylama yapılmaktadır. Oylama sonucu onaylamaya yönelikse mıknatıs tanınması verilmektedir. Mıknatıs tanıma 4 yıl için geçerlidir. Eğer kurum bu süre sonunda tekrar başvurursa ve kalite kriterlerine ve raporlamaya göre performans göstermeye devam ederse mıknatıs tanınması yenilenebilmektedir (American Nurses Credentialing Center, 2016). 2022 yılında mıknatıs hastane olmak için çevrimiçi başvuru ücretleri 6 bin dolar iken; ekspertiz incelemesi ve yıllık ödemeler kurumun lisanslı yatak sayısına göre değişmektedir. Örneğin lisanslı yatak ölçüsü 1-399 arasında olan bir kurumun ekspertiz ve yıllık ödemeler toplamı 61.645 dolar iken, lisanslı yatak sayısı 800-949 arasında olan bir kurumun ödeyeceği toplam tutar 121.250 dolardır. Ayrıca 950 üzeri yatak sayısına sahip bir kurum minimum 144.426 dolar ödemeye ek olarak 950'den sonraki her yatak için ek 70 dolar daha ödeyecektir (ANCC, 2021). 2023 Nisan itibarıyla 612 sağlık kuruluşu mıknatıs statüsünde yer alırken, ABD'de hastanelerin %10'u bu programda yer almaktadır (ANCC, 2023). Mıknatıs hastane programına Türkiye'de Koç Üniversitesi Semahat Arsel Hemşirelik Eğitim ve Araştırma Merkezi (SANERC) ANCC hemşirelik akreditasyonu alan ilk ve tek kuruluştur (ANCC, 2022b). 2010 yılında akredite edilen SANERC 2015 ve 2018 yıllarında akreditelerini tekrar yenilemiştir (SANERC, 2022). Arabistan'da 4, Avusturalya'da 3, Bileşik Arap Emirliği'nde 2, Belçika, Brezilya, Ürdün, Lübnan, İngiltere, Kanada ve Japonya'da 1'er sağlık kuruluşunun mıknatıs programı kapsamındadır.

4. MIKNATIS HASTANELERİN ÖZELLİKLERİ

AAN tarafından mıknatıs hastane olarak seçilen 41 hastane anket ve görüşmeye dayalı araştırmaların odağı olmuştur. Mıknatıs hastane olarak adlandırılan bu hastanelerde hastane yönetiminin, yönetici hemşirelerini karar alma mekanizmasına dâhil ettiği, hasta bakımına ilişkin kararları desteklediği, hemşirelik hizmetlerinin düz bir organizasyon yapısında klinik hemşireler ve yönetici hemşireler arasında en az seviyede olacak şekilde düzenlendiği ve ortak bir ağ kullanarak bütün hemşirelerin karar almaya dâhil edildiği görülmüştür. Kısaca bu hastanelerde hemşirelere ve hemşirelik mesleğine yönelik ilgili bir yönetimin olduğu, hemşire devir hızının azlığı ve işten ayrılma oranlarının daha az olması gibi hususlarda ortak kurumsal özellikleri paylaştığı görülmüştür (Buchan, 1999: 103; Upenieks, 2002; Upenieks, 2002a; Balmumcu ve Yüceyılmaz, 2018: 84). Hemşirelerin düşük tükenmişlik

seviyeleri, yüksek iş tatmini ve iyileştirilmiş hasta bakım sonuçları yine bu hastaneleri diğer hastanelerden ayırt eden özellikler olmuştur (Buchan, 1999: 103; Baumann, 2007: 23; Tekayak, 2021: 26). Bu bağlamda mıknatıs hastanelerin yönetimin hemşirelik mesleği ve hemşirelere gösterdiği ilgi, ücret avantajları ve hemşirelerin liderlik özelliklerinin desteklenmesi olmak üzere 3 stratejinin benimsendiği görülebilir (Baumann, 2007:6). AAN görev gücü tarafından belirlenen mıknatıs hastanelerinin 3 ana başlık altında toplanan temel özellikleri aşağıdaki Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Mıknatıs Hastanelerinin Temel Özellikleri

Yönetim	Mesleki Uygulamalar	Mesleki gelişim
1. Katılımcı ve destekleyici yönetim tarzı, 2. Yetkin ve donanımlı hemşire yöneticiler, 3.Merkezi olmayan organizasyon yapısı, 4. Yeterli hemşire kadrosu, 5. Esnek çalışma programı, 6. Klinik kariyer fırsatları- klinik basamaklar.	1. Bakım sunumuna yönelik profesyonel uygulama modelleri, 2.Profesyonel özerklik ve sorumluluk, 3.Mevcut uzman tavsiyeleri, 4.Çalışanın öğretim sorumluluğuna vurgu.	1.Planlı durak oryantasyonu, 2.Bir hizmete/ sürekli eğitime vurgu, 3.Yetkinliğe dayalı klinik basamaklar, 4.Yönetimi geliştirme.

Kaynak: McClure vd., 1983

Nitelikli ve yetkin hemşireler, optimum hasta bakımı ve optimum çalışma koşulları ile hemşire ve hastalar için en iyi sonuca ulaşmayı hedefleyen mıknatıs hastaneler (Balmumcu ve Yüceyılmaz, 2018: 79), iyi bir hemşirelik bakımı sunmak isteyen hastaneler için bir *model* olmuştur (Uçak, 2008: 147). Mıknatıs hastane felsefesi, iyi nitelikli hemşireleri hastaneye çekmek, burada uzun süre çalışabilmeleri için uygun ortam oluşturmak ve kaliteli hasta bakımında süreklilik sağlamaktır (Upenieks, 2003; Baumann, 2007: 7; Tekayak, 2021: 16). Hemşireler kararlara katılım desteği veren bir yönetim anlayışı ile yönetilmektedir. Yönetimin katılımcı ve destekleyici bir tutum sergilemesi hemşirelik mesleğine değer verdiğini göstermektedir. Hemşire yöneticilerin yetkin ve donanımlı olması görevlerini en iyi şekilde yerine getirebilmesi için önem arz etmektedir. Kurumda merkezi olmayan organizasyon yapısı hiyerarşik olarak bireylerin birbirine daha yakın olmasını ve bireysel katılımı teşvik etmektedir. Yine yönetimin yeterli sayıda hemşire kadrosu bulundurması, esnek çalışma programı oluşturması ve klinik kariyer fırsatları sunması hemşirelerin iş yükünü ve tükenmişliklerini azaltabilecek, gelişmelerini sağlayabilecek, kendilerini daha değerli hissetmelerini sağlayarak daha özverili çalışmalarını sağlayabileceği düşünülmektedir. Bakım sunumuna yönelik profesyonel uygulama modelleri, profesyonel özerklik ve sorumluluk, mevcut uzman tavsiyeleri ve çalışanın öğretim sorumluluğuna vurgu özellikleri hemşirelerin mesleki uygulamalarda profesyonelleşmesini ve bunu uygulamada daha sorumluluk sahibi ve istekli olmasını sağlamakta etkili olabilmektedir. Hemşirelerin planlı durak oryantasyonuna sahip olması, bir hizmete/sürekli eğitime vurgu yapılması, yetkinliğe dayalı klinik basamakların olması ve yönetimi geliştirme özellikleri mesleki gelişimlerini arttırarak daha donanımlı, güncel ve katılımcı olmaları sağlanabilir.

5. MIKNATIS HASTANELERİN SAĞLADIĞI AVANTAJLAR

Mıknatis hastane derecesinde olmak hem hastalar hem de hastane ve hemşirelere birçok fayda sağlamaktadır. Hemşirelerin uygulamalar üzerinde kontrol sahibi olarak hasta bakım hedeflerini gerçekleştirilmesiyle hastalar güvenli, kaliteli ve maliyeti etkili bakım alabilecektir. Bu durum kendini değerli ve yeterli gören mutlu hemşire ve mutlu hasta durumunu oluşturarak hemşirelerin daha istekli ve hazır bir şekilde hizmet sunmasını sağlayacaktır. Hemşirelerin optimum iş tatminine sahip olması daha özverili çalışmalarını destekleyecektir (İspir ve Duygulu, 2018: 184). Bu durumda hastaların bası yarası oranlarında azalma (Goode vd., 2011: 517; Harolds ve Miller, 2022: 220), mortalite oranlarının düşmesi (Aiken vd., 1994: 771; Kutney-Lee vd., 2015: 550), hasta düşmelerinde azalma (Harolds ve Miller, 2022: 218) gibi olumlu durumlar görülebilmektedir (Petit, 2015: 170). Ayrıca yüksek hasta memnuniyeti ve hasta güvenliği, daha iyi bakım (Aamodt vd., 2021: 116) ve geliştirilmiş kalite gibi birçok fayda da sağlanabilmektedir (ANCC, 2022c). Mıknatis hastanelerde hemşirelerin hastalara kaliteli yaşam sonu bakım sağlamakta daha etkili olduğu görülmüştür (Lasater ve Schlak, 2020: 72).

Mıknatis hastane özelliklerinin varlığı hemşireye güven vererek yönetime güveni arttırmakta ve tükenmişliği azaltmaktadır (Laschinger vd., 2001: 210). Mıknatis hastane özelliklerinin varlığı iş yeri yetkilendirmesi ve iş tatminini olumlu yönde etkilemektedir (Upenieks, 2002: 564). Bu hastanelerde çalışma ortamı daha iyi, düşük kaçırılmış hemşirelik (Bilgin vd., 2019: 246) ve hemşirelerde düşük iğne yaralanma oranı görülür (Aiken vd., 1997). Ayrıca hemşirelik uygulamaları üzerinde daha fazla kontrole sahiptirler (Brady-Schwartz, 2005: 398). Hemşirelerde memnuniyeti arttırmakta, hekim-hemşire iş birliği de hemşirenin önemli anlarda karar verebilmesinde etkili olabilmektedir. Kritik anlarda karar verebilmek hemşirenin motivasyonunu, iş tatminini arttırmakta (Laschinger vd., 2003: 420), tükenmişliği azaltmakta ve bakım kalitesini olumlu yönde etkilemektedir (Rafferty vd., 2001: 32). Hemşirenin özerk olması yine bu durumu arttıran bir durumdur (Aiken vd., 1987). Hemşirenin özerkliği iş tatmini, örgütsel bağlılık ve işten ayrılmama niyetlerini arttırmaktadır (McCloskey, 1990). Hemşireler ne kadar çok iş yerinde yetkilendirilirse, özerklik algıları artarsa, uygulama ortamı üzerindeki kontrol ve çalışma ortamında hekimle iş birliği sağlarsa iş tatmini de o kadar çok artacaktır (Laschinger vd., 2003: 410). Kısaca bu hastanelerde bulunan hemşirelerin örgütsel değer, tükenmişlik, iş yükü, memnuniyet, iş doyumu, işe devam etme niyeti gibi hususlarda mıknatis olmayan hastanelere kıyasla çok daha olumlu bir düzeyde olduğu görülmüştür (Lacey vd., 2007). Kurumsal karar vermede etkili olma, paylaşılan yönetişime ve sürekli eğitim fırsatlarından yararlanma ve daha olumlu profesyonel ilişkilere sahip oldukları da görülmektedir (Hess vd., 2011; Harolds ve Miller, 2022: 218).

Mıknatis programı hastanelere prestij ve hemşire istihdamında daha fazla kolaylık sağlamaktadır (Harolds ve Miller, 2022: 218). Klinik sonuçlar, hasta ve hemşire memnuniyeti ve iyileştirmelerinin hem hemşireleri elde tutmada hem de sarf malzemelerin iyi yönetimini mümkün kılarak tasarruf sağlanabilir (February ve Holmes, 2020: 536) ve daha yüksek net yatan hasta geliri elde edilebilir (Karim vd., 2018). Yine hizmet ve maliyet alanlarında maliyet iyileştirmelerinin yapılabildiği, yapılan yatırımların maliyet tahminleri üzerinden potansiyel yatırım getirisinin öngörülebileceği, hemşire devir hızının, hastanelerin boşluk oranlarının ve ajans kullanımının azaltılması ile hastaneye maliyet fırsatları tanımakta ve

genel bir mali getiri sağlayabilmektedir. Ayrıca hemşireleri maliyet iyileştirme üzerinde çalışmaya teşvik eden mıknatıs kanıt kaynaklarda vardır (Drenkard, 2010: 266). Mıknatıs hastanelerde mali faydaların yapılan yatırımlardan daha ağır bastığı görülmektedir (Drenkard, 2010: 266; Jayawardhana vd., 2014: 406; Karim vd., 2018; February ve Holmes, 2020: 536).

6. TARTIŞMA VE SONUÇ

Mıknatıs hastaneler, özellikle sağlık hizmeti sunumunda önemli yere sahip olan hemşirelere mesleki gelişim desteği sağladığı, meslek standartlarının uygulandığı, mesleki öz saygıya sahip bir iş ortamı yaratmaktadır. Mıknatıs hastaneler, mükemmel hemşirelik hizmet sunumu ile kaliteli hasta bakımı sunan, yüksek hemşire memnuniyet oranlarına sahip sağlık kuruluşları olarak belirtilmektedir. Literatürde yapılan çalışmalar göz önünde bulundurulduğunda bir sağlık kuruluşunun mıknatıs statüsüne sahip olmasının uzun, zorlu ve oldukça maliyetli bir süreç olduğu görülmektedir. Fakat süreç sonunda elde edilen çıktının mali getirisinin yatırımı fazlasıyla karşıladığı görülmektedir. İlaveten kuruma kazandırdığı itibarın ve hemşire ve hasta sonuçlarına katkısının sağlık alanındaki kalitede mükemmeliyet yolu yaklaşımına sahip olduğu söylenebilir.

Hemşirelik yönetimi ve diğer hemşireler arasında arayüz olan hemşire-yöneticilerin desteği, hemşirelerin üretkenliğini, hemşire çekiciliğini, elde tutmayı ve iş tatminini de etkilemektedir. Mıknatıs hastanelerdeki yönetici hemşireler yönetmekten çok liderlik etmeye çalışmaktadır. Bu durum mıknatıs olmayan hastanelere kıyasla hemşirelerin destek beklentilerini daha çok karşılamaktadır. Ayrıca çalışanları daha çok tatmin etmekte, ekip çalışmasını kolaylaştırmakta, hemşire-hekim ilişkilerini olumlu etkilemekte, özerkliği desteklemektedir (Kramer vd., 2004: 44). Klinik özerklik ve hemşirelik uygulamaları üzerinde kontrol kritik bir konuma sahiptir. Hemşirelerin özerkliği sıradan hemşirelik uygulamalarının dışına çıkarak bürokratik engeller olmaksızın özgürlük tanımaktadır. Bu şekilde hasta bakımından sorumlu tutulan hemşire, maliyet ve kalış sürelerini azaltırken memnuniyeti arttıracak, bilgi ve becerisini kullanarak daha verimli hizmet sunduğu için kendini daha yeterli ve tatmin hissedecektir (Kramer ve Schmalenberg, 2004a). Ayrıca kaliteli bakım üretiminde önemli bir yere sahip olan özerklik, iş tatmini ve elde tutmanın en önemli belirleyicisidir.

Mıknatıs hastanelerdeki çalışma ortamlarında hizmet sunan klinik birim hemşirelerinin işe devamlılığı, iş tatmini ve iş yaşam kalitesi, hasta güvenliği ve memnuniyeti olumlu yönde daha yüksek olduğu görülmüştür (Kramer vd., 2011: 5). Bu çalışmalar doğrultusunda iş yaşamında nitelikli ve mutlu olan hemşirelerin hasta bakımını daha iyi ve dikkatli sunduğu dolayısıyla kendilerinin yanı sıra hem hasta hem de sağlık kuruluşu için memnuniyeti beraberinde getirebilmektedirler.

Mıknatıs programının organizasyonlara da birçok faydası vardır. Fakat bulunulan çevrenin fiziksel koşulları bazen bu programa ulaşmayı zorlaştırabiliyor. Yapılan bir çalışmada federal olmayan devlet hastanelerinin sayılarının artması, kritik erişim hastanelerinin yüksek bir sayıda olması veya klinik bakım ve sosyoekonomik açıdan kötü ilçelerin bir bölgenin mıknatıs tarafından belirlenmiş bir kuruma sahip olma olasılığını azalttığı görülmüştür (Boamah vd., 2022: 979). Ülkemizde maliyet faktörünün mıknatıs hastane statüsünde olabilmemesinin önündeki zorluklar arasında olduğu söylenebilir. Boamah vd. (2022: 987) göre

sağlık hizmeti liderleri ve sorumlu politika yapımcılarının, politika ve mali müdahale yoluyla daha fazla gereksinim duyan topluluklarda teşvik edici fırsatlar oluşturması gerekmektedir. Böylelikle nitelikli sağlık kuruluşlarında, olumlu çalışma ortamları sayesinde memnun hemşireler daha nitelikli ve kaliteli sağlık bakımı sunarak hastaların ve toplumun memnuniyetini arttırabilirler.

Mıknatis hastane programı, sağlık kuruluşlarına organizasyonel ilerleme fırsat sunarak ekip oluşturmalarını ve bireysel mesleki özsaygının arttırılmasını sağlamaktadır. Ayrıca, mortalite oranlarında ve hasta düşmelerinde azalma, hasta memnuniyetinde artış, yüksek hasta güvenliği gibi birçok hasta sonuçları üzerinde olumlu yönde etki göstermektedir. Akreditasyon ve kalite standartlarının uygulanmasını kolaylıkla sağlaması nedeniyle de sağlık hizmet sunum süreçlerine olumlu katkı sağlayan bu program, sağlık kuruluşuna prestij kazandırmaktadır.

Bakım kalitesi gücüyle, bakım sunumuna yönelik profesyonel uygulama modelleri, profesyonel özerklik ve sorumluluk, mevcut uzman tavsiyeleri ve çalışanın öğretim sorumluluğu özellikleri vurgulanmaktadır. Bu özellikler hemşirelerin mesleki uygulamalarda profesyonelleşmesini ve bunu uygulamada daha sorumluluk sahibi ve istekli olmasını sağlamakta etkili olabilmektedir. Türkiye’de klinik kalitenin amaç ve hedeflerinden bazıları hasta bakım süreçlerini iyileştirmek, hasta ve çalışanların memnuniyetini arttırmak, en iyi sağlık sonuçlarını elde etmek, daha iyi hizmet veren kuruluşların ve profesyonellerin seçilmesini sağlamaktır. Bu bağlamda klinik kalitenin bazı amaç ve hedeflerinin bazı mıknatis hastane ilkeleri ve mıknatis güçlerle benzerlik gösterdiği düşünülmektedir. Klinik kalitede var olan bakım kalitesi ile mıknatis programında var olan bakım kalitesi gücü (Güç 6) ve deneysel kalite sonuçları ilkesi bu duruma örnek gösterilebilir. Bu bağlamda araştırmacılara hemşirelerle yapılacak nicel veya nitel çalışmalarla bu iki ilkenin karşılaştırılması önerilmektedir.

Türkiye’de bu konuda sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu nedenle alan yazına katkı sunmak ve sağlık kuruluşları yöneticilerini mıknatis hastane kavramı ve sağladığı faydalar hakkında bilgilendirmek amacıyla bu çalışma yapılmıştır. Bu çalışmanın derleme araştırması olması çalışmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. Hastanelerin kalite standartlarındaki mevcut durumun görülmesi ve daha iyi bir hale getirilmesi için araştırmacılara özel ve kamu sektöründe çalışan sağlık çalışanları arasında karşılaştırma çalışmaları yapılması önerilmektedir. Ayrıca diğer ülkelerde mıknatis hastane seviyesine sahip hastaneler ile ülkemizde mevcut kalite standartları seviyesinde olan hastanelere dair nicel veya nitel çalışmaların yapılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Aamodt, W. W., Travers, J., Thibault, D., & Willis, A. W. (2021). Hospital magnet status associates with inpatient safety in parkinson disease. *Journal of Neuroscience Nursing Hospital*, 53(3), 116–122.
- Aiken, L. H., Herbert, L. S., & Eileen, T. L. (1994). Lower medicare mortality among a set of hospitals known for good nursing care. *Medical Care*, 32(8), 771–787.
- Aiken, L. H., Sochalski, J., & Lake, E. T. (1997). Studying outcomes of organizational change in health services. *Med Care*. doi: 10.1097/00005650-199711001-00002

- Aiken, Linda H., Sloane, D. M., & Klocinski, J. L. (1997). Hospital nurses' occupational exposure to blood: Prospective, retrospective, and institutional reports. *American Journal of Public Health*, 87(1), 103–107. <https://doi.org/10.2105/AJPH.87.1.103>
- Allen, M., Allison, M. M., Bandy, M. M., Kennedy, J. C., & Sherwill-Navarro, P. (2009). The Magnet journey: Opportunities for librarians to partner with nurses. *Journal of the Medical Library Association*, 97(4), 302–307. <https://doi.org/10.3163/1536-5050.97.4.015>
- American Nurses Credentialing Center. (2016). Facts about the Magnet Recognition Program.
- American Nurses Credentialing Center. (2018). Annual report.
- American Nurses Credentialing Center (ANCC). (2021). Magnet application and appraisal fees for 2022 (Vol. 2022). Retrieved <https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2021/road2021-chemin2021/fs-fi/sex-and-gender.cfm>
- ANCC. (2022a). *About magnet*. American Nurses Credentialing Center. Retrieved March 1, 2023. <https://www.nursingworld.org/organizational-programs/magnet/about-magnet/>
- ANCC. (2022b). *ANCC accreditation*. American Nurses Credentialing Center. Retrieved March 1, 2023. <https://www.nursingworld.org/organizational-programs/accreditation/find-an-accredited-organization/>
- ANCC. (2022c). *Benefits*. American Nurses Credentialing Center Retrieved March 1, 2023. <https://www.nursingworld.org/organizational-programs/magnet/about-magnet/why-become-magnet/benefits/>
- ANCC. (2022d). *International information for the magnet program*. American Nurses Credentialing Center. Retrieved March 1, 2023. <https://www.nursingworld.org/organizational-programs/magnet/international/>
- ANCC. (2022e). *Magnet model- creating a magnet culture*. American Nurses Credentialing Center. Retrieved March 1, 2023. <https://www.nursingworld.org/organizational-programs/magnet/magnet-model/>
- ANCC. (2022f). *Program tools*. American Nurses Credentialing Center. Retrieved March 1, 2023. <https://www.nursingworld.org/organizational-programs/magnet/program-tools/>
- ANCC. (2023). *Find a magnet organization*. American Nurses Credentialing Center. Retrieved March 1, 2023. <https://www.nursingworld.org/organizational-programs/magnet/find-a-magnet-organization/>
- Anderson, J. (2021). *Impact of magnet*. Recognition on Hospital Nursing Culture. Retrieved <http://www.ufrgs.br/actavet/31-1/artigo552.pdf>
- Balmumcu, A. ve Yüceyılmaz, H. (2018). Sağlık hizmetleri yönetiminde kalite modellerinden biri: Miknatis hastaneler. IV. *International Caucasus-Central Asia Foreign Trade And Logistics Congress, Türkiye*, 78-86.

- Baumann, A. (2007). *Positive practice environments: Quality workplaces = quality patient care information and action tool kit*. International Council of Nurses. <https://www.hrhresourcecenter.org/node/1645.html>
- Bilgin, N., Özmen, D., & Bolat, E. (2019). The effects of magnet hospitals on nurse outcomes: Systematic review. *Sağlık ve Hemşirelik Yönetimi Dergisi*, 6(3), 238–248. <https://doi.org/10.5222/shyd.2019.98700>
- Boamah, S. A., Hamadi, H. Y., Bailey, C. E., Apatu, E., & Spaulding, A. C. (2022). The influence of community health on hospitals attainment of magnet designation: Implications for policy and practice. *J Adv Nurs*, 78, 979–990. <https://doi.org/10.1111/jan.15015>
- Brady-Schwartz, D. C. (2005). Further evidence on the magnet recognition program: Implications for nursing leaders. *Journal of Nursing Administration*, 35(9), 397–403.
- Buchan, J. (1999). Still attractive after all these years? Magnet hospitals in a changing health care environment. *Journal of Advanced Nursing*, 30(1), 100–108. <https://doi.org/10.1046/j.1365-2648.1999.01054.x>
- Drenkard, K. (2010). The business case for magnet. *Journal of Nursing Administration*, 40(6), 263–271. <https://doi.org/10.1097/NNA.0b013e3181df0fd6>
- February, T. & Holmes, S. (2020). The business case for magnet in an international hospital. *Journal of Nursing Administration*, 50(10), 533–538. <https://doi.org/10.1097/NNA.0000000000000930>
- Goode, C. J., Blegen, M. A., Park, S. H., Vaughn, T., & Spetz, J. (2011). Comparison of patient outcomes in Magnet and non-Magnet hospitals. *Journal of Nursing Administration*, 41(12), 517–523. <https://doi.org/10.1097/NNA.0b013e3182378b7c>
- Graystone, R. (2018). How magnet designation helps hospitals tackle the nursing shortage. *Journal of Nursing Administration*, 48(9), 415–416. <https://doi.org/10.1097/NNA.0000000000000640>
- Gümüş, M., Orhan, S., Ceylan, A. ve Kızılkaya, E. (2021). Ekip çalışması ve profesyonel özerklik uyumlu mu ve iyileştirilmiş hastane bakımı ile sonuçlanıyor mu? *ISPEC Journal of Social Sciences & Humanities*, 5(2), 82–98.
- Güven, H. ve Oktay, S. (2009). Bakım dostu hastanelerin standartlarının belirlenmesi. *İstanbul Üniversitesi Florence Nightingale Hemşirelik Dergisi*, 17(2), 103–114.
- Harolds, J. A. & Miller, L. B. (2022). Quality and safety in healthcare, part lxxvi: the value of magnet hospital recognition. *Clinical Nuclear Medicine*, 47(2), E218–E220. <https://doi.org/10.1097/RLU.00000000000003223>
- Hess, R., Desroches, C., Donelan, K., Norman, L., & Buerhaus, P. I. (2011). Perceptions of nurses in magnet hospitals, non-magnet hospitals, and hospitals pursuing magnet status. *Journal of Nursing Administration*, 41(7–8), 315–323. <https://doi.org/10.1097/NNA.0b013e31822509e2>

- Hoffman, M. (1983). Mıknatıs hastaneleri: Profesyonel hemşirelerin çekilmesi ve elde tutulması. *AORN Dergisi*, 38(3), 456. [https://doi.org/doi:10.1016/s0001-2092\(07\)65954-7](https://doi.org/doi:10.1016/s0001-2092(07)65954-7)
- İkinci Somunoğlu, S., Ünalın, D. ve Yurdakoş, K. (2017). Mıknatıs hastane özelliklerinin belirlenmesi: Samsun eğitim ve araştırma hastanesi örneği. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 20(4), 429–444.
- İspir, Ö., & Duygulu, S. (2018). The concept of control over nursing practice. *Journal of Education and Research in Nursing*, 15(3), 181–185. <https://doi.org/10.5222/head.2018.181>
- Jayawardhana, J., Welton, J. M., & Lindrooth, R. C. (2014). Is there a business case for magnet hospitals? Estimates of the cost and revenue implications of becoming a magnet. *Medical Care*, 52(5), 400–406. <https://doi.org/10.1097/MLR.0000000000000092>
- Karim, S. A., Pink, G. H., Reiter, K. L., Holmes, G. M., Jones, C. B., & Woodard, E. K. (2018). The effect of the magnet recognition signal on hospital financial performance. *Journal of Healthcare Management*, 63(6), E131–E146. <https://doi.org/10.1097/JHM-D-17-00215>
- Kramer, M., Maguire, P., & Brewer, B. B. (2011). Clinical nurses in magnet hospitals confirm productive, healthy unit work environments. *Journal of Nursing Management*, 19(1), 5–17. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2834.2010.01211.x>
- Kramer, M., & Schmalenberg, C. (2004a). Development and evaluation of essentials of magnetism tool. *Journal of Nursing Administration*, 34(7), 365–378. <https://doi.org/10.1097/00005110-200407000-00010>
- Kramer, M., & Schmalenberg, C. (2005a). Revising the essentials of magnetism tool: There is more to adequate staffing than numbers. *Journal of Nursing Administration*, 35(4), 188–198.
- Kramer, M., & Schmalenberg, C. E. (2005b). Best quality patient care a historical perspective on magnet hospitals. *Nursing Administration Quarterly*, 29(3), 275–287.
- Kramer, M., Schmalenberg, C., Maguire, P., & Mn, C. (2004). Essentials of a magnetic work environment part 3. *Nursing*, 34(8), 44–47.
- Kutney-Lee, A., Stimpfel, A. W., Sloane, D. M., Cimiotti, J. P., Quinn, L. W., & Aiken, L. H. (2015). Changes in patient and nurse outcomes associated with magnet hospital recognition. *Medical Care*, 53(6), 550–557. <https://doi.org/10.1097/MLR.0000000000000355>
- Lacey, S. R., Cox, K. S., Lorfing, K. C., Teasley, S. L., Carroll, C. A., & Sexton, K. (2007). Nursing support, workload, and intent to stay in magnet, magnet-aspiring, and non-magnet hospitals. *Journal of Nursing Administration*, 37(4), 199–205. <https://doi.org/10.1097/01.NNA.0000266839.61931.b6>
- Lasater, K. B., & Schlak, A. E. (2020). Quality of end of life care in magnet and non-magnet hospitals. *Journal of Nursing Administration*, 50(2), 72–77. <https://doi.org/10.1097/NNA.0000000000000851>

- Laschinger, H. K. S., Almost, J., & Tuer-Hodes, D. (2003). Workplace empowerment and magnet hospital characteristics: Making the link. *Journal of Nursing Administration*, 33(7-8), 410-422. <https://doi.org/10.1097/00005110-200307000-00011>
- Laschinger, H., Shamian, J., & Thomson, D. (2001). Impact of magnet hospital characteristics on nurses' perceptions of trust, burnout, quality of care, and work satisfaction. *Nursing Economics*, 19(5), 209-219.
- Lundmark V. A. (n.d.). Magnet environments for professional nursing practice. In Hughes R. G., (Ed.). *Patient safety and quality: An evidence-based handbook for nurses*. Agency for Healthcare Research and Quality (US).
- McCloskey, J. C. (1990). Two requirements for job contentment: autonomy and social integration. *The Journal of Nursing Scholarship*, 22(3), 140-143. <https://doi.org/10.1111/j.1547-5069.1990.tb00196.x>
- McClure, M. L., Poulin, M. A., Sovie, M. D., & Wandelt, M. A. (1983). *Magnet hospitals: Attraction and retention of professional nurses*. Mercia Publications.
- Petit, O. (2015). Do magnet -accredited hospitals show improvements in nurse and patient outcomes compared to non-Magnet hospitals: a systematic review. *JBI Database System Rev Implement Rep*. 13(6), 168-219. <https://doi.org/10.11124/jbisrir-2015-2262>
- Rafferty, A. M., Ball, J., & Aiken, L. H. (2001). Are teamwork and professional autonomy compatible, and do they result in improved hospital care? *Quality in Health Care*, 10(SUPPL. 2), 32-37. <https://doi.org/10.1136/qhc.0100032>.
- Saner, C. (2022). *ANCC akreditasyonu*. Semahat Arsel Hemşirelik Eğitim, Uygulama ve Araştırma Merkezi. <https://sanerc.ku.edu.tr/hakimizda/ancc-akreditasyonu/>
- Saul, T., Rangel, T., Sperry, M. v., Doyle, C., Roney, J. K., & Mendelson, S. (2022). Influence of a formal mentor on hospital-based nurse research resources and outcomes. *Journal of Nursing Administration*, 52(10), 549-553. <https://doi.org/10.1097/NNA.0000000000001197>
- Schmalenberg, C., & Kramer, M. (2008). Essentials of a productive nurse. *Nursing Research*, 57(1), 2-13.
- Tekayak, K. (2021). Bir özel hastanenin mıknatıs hastane standartlarına uygunluğunun belirlenmesi [Yüksek lisans tezi]. Ankara Üniversitesi.
- Uçak, H. (2008). Hastanelerde yenilik ve uygulamalar: sağlık kurumlarında uygulanan yönetim eğilimlerinin değerlendirilmesi. *İç Hastalıkları Dergisi*, 15(3), 145-152.
- Upenieks, V. V. (2002). Assessing differences in job satisfaction of nurses in magnet and nonmagnet hospitals. *Journal of Nursing Administration*, 32(11), 564-576. <https://doi.org/10.1097/00005110-200211000-00004>
- Upenieks, V. V. (2002a). *The interrelationship between and meaning of power and opportunity, nursing leadership, organizational characteristics of magnet institutions, and clinical nurse job satisfaction* [Unpublished doctoral dissertation]. University of Washington.

Upenieks, V. V. (2003). Recruitment and retention strategies: A magnet hospital prevention model. *Nursing Economics*, 21(1).

Usha, A. ve Mamata, T. (2019). *Exploring the magnet hospital work environment: An integrative literature review* [Master's thesis]. Laurea University.