



ERCIYES ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
DERGİSİ

ERCIYES UNIVERSITY
JOURNAL OF FACULTY OF ECONOMICS AND
ADMINISTRATIVE SCIENCES

Nisan 2024, Sayı: 67
April 2024, Number: 67

ERCIYES ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

ERCIYES UNIVERSITY
JOURNAL OF FACULTY OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES

Sahibi ve Yönetici Editör | Publisher and Managing Editor

Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Adına,
Dekan, Prof. Dr. Faik BİLGİLİ

Yayın Kurulu | Editorial Board

Prof. Dr. Faik BİLGİLİ
Prof. Dr. Levent ÇITAK
Prof. Dr. Ömer KURTBAĞ
Doç. Dr. Emrah KOÇAK
Dr. Öğr. Üyesi Gökhan ÇOBANOĞULLARI

Danışma Kurulu | Advisory Board

Dr. Ali ACARAVCI Mustafa Kemal University, Turkey	Dr. Karol KUJAWA University of Illinois, USA
Dr. Ahmet Burçin YERELİ Hacettepe University, Turkey	Dr. Lenos TRIGEORGIS Massachusetts Institute of Technology, USA
Dr. Ali KOÇAK The City University of New York, USA	Dr. Mishu Mofakhar HUSSAIN University of Toronto, Canada
Dr. Aviral Kumar TIWARI ICFAI University Tripura, India	Dr. Muhammad Ali NASIR University of Huddersfield, UK
Dr. Celalettin YAVUZ Istanbul Ayvansaray University, Turkey	Dr. Muhammad SHAHBAZ Beijing Institute of Technology, China
Dr. Ceyhun ELGİN Boğaziçi University, Turkey	Dr. Muhammad UMAR School of Business of Qingdao University, China
Dr. Christian Johannes HENRICH Siegen University, Germany	Dr. Narayan SETHI National Institute of Technology Rourkela, India
Dr. Daniel Balsalobre LORENTE University of Castilla La Mancha, Spain	Dr. Nurhan TOGUÇ Istanbul Esenyurt University, Turkey
Dr. Doğan UYSAL Celal Bayar University, Turkey	Dr. O. Can ÜNVER Istanbul İstinye University, Turkey
Dr. Erdal ÖZMEN Middle East Technical University, Turkey	Dr. Olaf LEISSE Friedrich Schiller University Jena, Germany
Dr. Eyüp DOĞAN University of Sharjah, United Arab Emirates	Dr. Pali ROSHA Indian Institute of Technology Bombay, India
Dr. Sayım YORGUN Istanbul University, Turkey	Dr. Zahoor AHMED Beijing Institute of Technology, China
Dr. Gazi Salah UDDIN Linköping University, Sweden	Dr. Solomon Prince NATHANIEL University of Lagos, Akoka, Nigeria
Dr. Hüseyin BAĞCI Middle East Technical University, Turkey	Dr. Utku UTKULU Dokuz Eylül University, Turkey
Dr. İlhan ÖZTÜRK Çağ University, Turkey	Dr. Irina GEORGESCU Bucharest Academy of Economic Studies, Romania

Yayına Hazırlayanlar | Prepared for Publication by

Dr. Öğr. Üyesi Gökhan ÇOBANOĞULLARI
gokhanc@erciyes.edu.tr

Öğr. Gör. Gökhan GÜVEN
gguven@erciyes.edu.tr

Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Bilgi İşlem Öğrenci Grubu

Yayın Kurulu Sekreterleri | Editorial Secretary

Dr. Öğr. Üyesi Kadir AYYILDIRIM
kadirayyildirim@erciyes.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Hatun KORKMAZ
hatunkorkmaz@erciyes.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet KÖSEOĞLU
akoseoglu@erciyes.edu.tr

Arş. Gör. Dr. Selma GÜLİRMAK
selma@erciyes.edu.tr

Arş. Gör. Çağrı KARAKOÇ
cagrikarakoc@erciyes.edu.tr

Dil Editörleri | Language Editorial

Prof. Dr. Levent ÇITAK

Dr. Öğretim Üyesi Nail TANRIÖVEN

Diğer Bilgiler

- Dergimiz yılda üç kez yayınlanan hakemli bir dergidir.
- Türkiye'de en az beş üniversiteye mensup öğretim üyelerinden oluşan bir hakem kurulu vardır.
- Dergimiz Türkiye'de tüm üniversite kütüphanelerine gönderilmektedir.
- Bu derginin elektronik versiyonuna <https://dergipark.org.tr/tr/pub/erciyesibd> internet adresinden ulaşılabilir.
- Dergimizde yayınlanan makalelerde belirtilen görüşlerden makale sahipleri sorumludur.
- Makaleler kaynak gösterilmek koşuluyla iktibas edilebilir.
- Dergimiz TrDizin, EconLit, EBSCOhost, ProQuest, SOBIAD, Scientific Indexing Services, CiteFactor, ResearchBib, DRJI, ASOS Index, Arastirmax, DOAJ, Index Copernicus, Erih Plus ve GoogleScholar veri tabanlarında taranmaktadır.
- Dergimiz uluslararası elektronik dergidir.

More Information

- Erciyes University Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences is a refereed journal published tri-annual.
- Our journal has a board of referees which consists of professors from at least five universities in Turkey.
- Our journal is sent to all university libraries in Turkey.
- Electronic version of the journal is accesible through: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/erciyesibd>
- The authors are responsible for all the opinions expressed in articles published in our journal.
- Articles in the journal can be referred by giving reference.
- Our journal is indexed in TrDizin, EconLit, EBSCOhost, ProQuest, SOBIAD, Scientific Indexing Services, CiteFactor, ResearchBib, DRJI, ASOS Index, Arastirmax, DOAJ, Index Copernicus, Erih Plus and Google Scholar databases
- Our journal is an international electronical journal.

Dergi Yönetim Editörü | Managing Editor



Dr. Faik BİLGİLİ

Erciyes Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Dekani

fbilgili@erciyes.edu.tr



Editör Yardımcıları | Editor Assistants



Dr. Selma GÜLİRMAK

Erciyes Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İşletme Bölümü

selma@erciyes.edu.tr



Dr. Kadir AYYILDIRIM

Erciyes Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Maliye Bölümü

kadirayyildirim@erciyes.edu.tr



Dr. Ahmet KÖSEOĞLU

Erciyes Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İktisat Bölümü

akoseoglu@erciyes.edu.tr



Çağrı KARAKOÇ

Erciyes Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Maliye Bölümü

cagrikarakoc@erciyes.edu.tr



Editörler | Editors



Dr. Ahmet AYSU

Erciyes Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Maliye Bölümü

ahmetaysu@erciyes.edu.tr



Dr. Elif GAZİOĞLU TERZİ

Erciyes Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü

elifgazioglu@erciyes.edu.tr



Dr. Ahmet COŞKUN

Erciyes Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İşletme Bölümü

ahmetcoskun@erciyes.edu.tr



Dr. Emrah KOÇAK

Erciyes Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İktisat Bölümü

emrahkocak@erciyes.edu.tr



Dr. Ayşe CİNGÖZ

Erciyes Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İşletme Bölümü

aysecingoz@erciyes.edu.tr



Dr. Erhan MUĞALOĞLU

Erciyes Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İktisat Bölümü

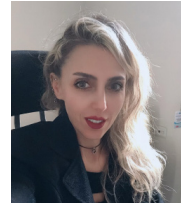
emrahmugaloglu@erciyes.edu.tr



Dr. Banu BİTGEN SUNGUR

Erciyes Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İşletme Bölümü

bitgenb@erciyes.edu.tr



Dr. Esra KÂHYA ÖZYİRMİDOKUZ

Erciyes Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İşletme Bölümü

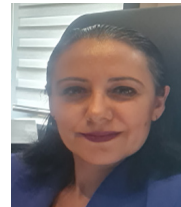
esrahaya@erciyes.edu.tr



Dr. Cüneyt DUMRUL

Erciyes Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İktisat Bölümü

cdumrul@erciyes.edu.tr



Dr. Gökçe MARAŞ

Erciyes Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Maliye Bölümü

gokcecinar@erciyes.edu.tr



Editörler | Editors



Dr. Gökhan ÇOBANOĞULLARI
Erciyes Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Maliye Bölümü
gokhanc@erciyes.edu.tr



Dr. Nail TANRIÖVEN
Erciyes Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Uluslararası İlişkiler Bölümü
nail@erciyes.edu.tr



Dr. Hatun KORKMAZ
Erciyes Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü
hatunkorkmaz@erciyes.edu.tr



Dr. Ömer KURTBAĞ
Erciyes Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Uluslararası İlişkiler Bölümü
omer.kurtbag@erciyes.edu.tr



Dr. Kumru UYAR
Erciyes Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İşletme Bölümü
kumruuyar@erciyes.edu.tr



Dr. Recep ULUCAK
Erciyes Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İktisat Bölümü
r.ulucak@erciyes.edu.tr



Dr. Leyla LEBLEBİCİ KOÇER
Erciyes Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İşletme Bölümü
leyla@erciyes.edu.tr



Dr. Salih Çağrı İLKAY
Erciyes Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İktisat Bölümü
scilkay@erciyes.edu.tr



Dr. Levent ÇITAK
Erciyes Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İşletme Bölümü
lcitak@erciyes.edu.tr



Dr. Yasemin YAVUZ
Erciyes Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İşletme Bölümü
yaseminy@erciyes.edu.tr



Dr. Fatih İLGÜN
Erciyes Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Maliye Bölümü
mfilgun@erciyes.edu.tr





Türkiye’de Döviz Kurunun Tüketici Fiyatları Üzerine Geçiş Etkisi: ARDL ve NARDL Yaklaşımından Kanıtlar	1-13
<small> ARAŞTIRMA MAKALESİ</small>	
<i>Exchange Rate Pass-Through to Consumer Prices in Turkey: Evidences from ARDL and Nonlinear ARDL Approaches</i>	
<small> RESEARCH ARTICLE</small>	
Halil Altıntaş	
Kentsel Dirençliliğin Farklı Boyutları	15-23
<small> ARAŞTIRMA MAKALESİ</small>	
<i>Urban Resilience in The Context of Different Dimensions</i>	
<small> RESEARCH ARTICLE</small>	
Sevil Sezgin Hatipoğlu & Suna Ersavaş Kavanoz	
Su ve Kanalizasyon İdareleri Genel Kurulları Hakkında Bir Değerlendirme	25-33
<small> ARAŞTIRMA MAKALESİ</small>	
<i>An Evaluation of The General Boards of Water and Sewerage Administrations</i>	
<small> RESEARCH ARTICLE</small>	
Orhan Veli Alıcı & Tuğba Yolcu	
Politik Sosyal Medya Pazarlaması: 2023 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri	35-44
<small> ARAŞTIRMA MAKALESİ</small>	
<i>Political Social Media Marketing: 2023 Presidential Elections</i>	
<small> RESEARCH ARTICLE</small>	
Neslihan Yalçınkaya & Mümine Karadağ	
Evaluation of The Change in Perspectives of SME Executives Towards The Industry 4.0 Process and Opportunities in Digital Transformation With The SWARA Method	45-53
<small> RESEARCH ARTICLE</small>	
<i>Kobi Yöneticilerinin Endüstri 4.0 Sürecine Yönelik Bakış Açılarındaki Değişiminin ve Dijital Dönüşümdeki Fırsatların SWARA Yöntemiyle Değerlendirilmesi</i>	
<small> ARAŞTIRMA MAKALESİ</small>	
Damla Çevik Aka	
Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Dış Borçların Belirleyicileri: İşçi Dövizleri Etkisi	55-60
<small> ARAŞTIRMA MAKALESİ</small>	
<i>Determinants of External Debt for Developing Countries: The Impacts of Workers’ Remittances</i>	
<small> RESEARCH ARTICLE</small>	
Ayşe Arı	
Gerilla Pazarlama Faaliyetleri Ve Tüketiciler Üzerindeki Etkisi	61-68
<small> ARAŞTIRMA MAKALESİ</small>	
<i>Guerilla Marketing Activities and Their Impact on Consumers</i>	
<small> RESEARCH ARTICLE</small>	
Vasviye Özlem Akgün & Bedirhan Demir & Mehmet Akif Çini	
Örgütsel Adalet Algısının Çalışanların Prososyal Hizmet Davranışları Üzerindeki Etkisi: Banka Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma	69-78
<small> ARAŞTIRMA MAKALESİ</small>	
<i>The Effect of Organizational Justice Perception on Employees’ Prosocial Service Behaviors</i>	
<small> RESEARCH ARTICLE</small>	
Abdullah Yılmaz	
Bireysel Emeklilik Sistemi’nin Finansal Piyasalara Etkileri: 2006-2023 Türkiye Örneği	79-87
<small> ARAŞTIRMA MAKALESİ</small>	
<i>Effects of Private Pension System on Financial Markets: The Case of 2006-2023 in Türkiye</i>	
<small> RESEARCH ARTICLE</small>	
Halil Tanyıldızı & Şule Yüksel Yiğiter	
Influencerların (Online Etkileyici) Kaynak Güvenilirliği Boyutlarının Sosyo-Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi	89-97
<small> ARAŞTIRMA MAKALESİ</small>	
<i>Investigation of Influencers Source Credibility Dimensions in Terms of Socio-Demographic Variables</i>	
<small> RESEARCH ARTICLE</small>	
Doğukan Livdumlu & Mustafa Ünsalan	



İÇİNDEKİLER | CONTENTS

SAYFA|PAGES

Türkiye'deki 6 Şubat 2023 Depremlerinin BİST-30 Endeksindeki Hisse Senedi Getirileri Üzerindeki Etkilerinin Analitik Olarak İncelenmesi	99-103
<small> ARAŞTIRMA MAKALESİ</small> <i>Analytical Investigation of The Effects of 6 February 2023 Earthquake in Turkey on Stock Returns in BIST-30 Index</i> <small> RESEARCH ARTICLE</small>	
Yaşar Köse & Aliye Ata	
Mapping of E-Sports Sponsorships on Purchasing Decision	103-112
<small> RESEARCH ARTICLE</small> <i>Satın Alma Kararında E-Spor Sponsorluklarının Haritalandırılması</i> <small> ARAŞTIRMA MAKALESİ</small>	
Üzeyir Fidan & Murat Fatih Tuna & Mehmet Ali Deveci	
Hibrit Bir ÇKKV Modeli ile Ulusal ve Uluslararası Sermaye Yapısına Sahip Şirketlerin Finansal Performans Karşılaştırması: Türk Sigorta Sektörü Özelinde Bir Uygulama	113-120
<small> ARAŞTIRMA MAKALESİ</small> <i>Financial Performance Comparison of Companies With National and International Capital Structure With A Hybrid MCDM Model: An Application Specific to The Turkish Insurance Sector</i> <small> RESEARCH ARTICLE</small>	
Mehmet Zafer Taşçı	
Muhasebe Meslek Mensuplarının İş Yaşam Dengesinin İş ve Yaşam Tatminleri Üzerindeki Etkisi: TR72 Bölgesinde Bir Araştırma	121-129
<small> ARAŞTIRMA MAKALESİ</small> <i>The Effect of Professional Accountants' Work-Life Balance on Job and Life Satisfaction: A Study in The TR72 Region</i> <small> RESEARCH ARTICLE</small>	
Hakan Saraç & Derya Onocak	
Effect of Education, Family, Gender and Generations on The Entrepreneurial Intention	131-141
<small> RESEARCH ARTICLE</small> <i>Eğitim, Aile, Cinsiyet ve Kuşakların Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi</i> <small> ARAŞTIRMA MAKALESİ</small>	
Erkam Emin Ayvaz & Mesut Kurulgan	
Bankaların Türev Ürün Kullanımını Belirleyen Faktörler: Borsa İstanbul'da (BİST) Faaliyet Gösteren Bankalar Üzerine Bir Panel Veri Analizi	143-151
<small> ARAŞTIRMA MAKALESİ</small> <i>The Factors Determining The Use of Derivative Products of The Banks: A Panel Data Analysis on Banks Operating in Borsa Istanbul (BIST)</i> <small> RESEARCH ARTICLE</small>	
Sonay Akar	
Çalışanlarda İşe Tutkunluğun Görev Performansına Etkisinde Öz Yeterliliğin Aracı Rolü	153-160
<small> ARAŞTIRMA MAKALESİ</small> <i>Mediating Role of Self-Efficacy in The Relationship Between Work Engagement and Task Performance</i> <small> RESEARCH ARTICLE</small>	
Salih Zeki İmamoğlu & Serhat Erat & Eda Dilara Ayber	
Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının Bütçe Dönemlerinin Doğruluk İlkesi Yönünden Değerlendirilmesi	161-166
<small> ARAŞTIRMA MAKALESİ</small> <i>Evaluation of The Budget Period of The Ministry of Industry and Technology in Terms of The Principle of Accuracy</i> <small> RESEARCH ARTICLE</small>	
Kenan Abacı	
Büyükşehir Belediyelerinin Stratejik Planlarında Şeffaflık Arayışı	167-176
<small> ARAŞTIRMA MAKALESİ</small> <i>The Search for Transparency in The Strategic Plans of Metropolitan Municipalities</i> <small> RESEARCH ARTICLE</small>	
İbrahim Ethem Taş & Sadegül Durgun & Yeter Avşar	
Does E-Government Foster Welfare? An Empirical Investigation for Developing Countries	177-182
<small> RESEARCH ARTICLE</small> <i>E-Devlet Refahı Teşvik Ediyor Mu? Gelişmekte Olan Ülkeler Üzerine Ampirik Bir İnceleme</i> <small> ARAŞTIRMA MAKALESİ</small>	
Abdulmecit Yıldırım & Vedat Almali	



İÇİNDEKİLER | CONTENTS

SAYFA|PAGES

Türkiye’de Katılım Bankaları Fonları ile Mevduat Faizleri İlişkisi; Eşbütünleşme, DOLS ve FMOLS Analizi..... 183-189

||ARAŞTIRMA MAKALESİ

Relationship Between Participation Banks Funds and Deposit Rates in Turkey; Cointegration, DOLS and FMOLS Analysis

||RESEARCH ARTICLE

İsmail Cem Özkurt

Measuring The Agricultural Total Factor Productivity of Provinces in Turkey Using Malmquist Index..... 191-196

||RESEARCH ARTICLE

Türkiye’de İllerin Tarımsal Toplam Faktör Verimliliğinin Malmquist Endeksi ile Ölçümü

||ARAŞTIRMA MAKALESİ

Habibe Yaman & Onur Sungur & Murat Ali Dulupçu



HAKEMLER | REFEREES (SAYI:67 | NUMBER:67)

Prof. Dr. Hamza Ateş	İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Prof. Dr. Yusuf ŞAHİN	Aksaray Üniversitesi
Prof. Dr. Kıvanç Halil ARIÇ	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
Prof. Dr. Hatice ERKEKOĞLU	Kayseri Üniversitesi
Prof. Dr. Levent KÖSEKAHYAOĞLU	Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. Hakan ÇETİNTAŞ	Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Hüseyin AĞIR	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Prof. Dr. Enver AYDOĞAN	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Turan ÖNDEŞ	Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Çiğdem TARHAN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Atılhan NAKTİYOK	Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Pınar ALTIOK GÜREL	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Cuma AKBAY	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Prof. Dr. Metin ARTUKOĞLU	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Edip ÖRÜCÜ	Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Haşim AKÇA	Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Kamil TÜĞEN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Yakup Bulut	Gaziantep Üniversitesi
Prof. Dr. Abdullah ÇELİK	Harran Üniversitesi
Prof. Dr. Feyzullah ÜNAL	Kütahya Dumlupınar Üniversitesi
Doç. Dr. Metin ÖZKARAL	Karabük Üniversitesi
Doç. Dr. Tuba YOLCU	Tarsus Üniversitesi
Doç. Dr. Veysel DİNLER	Hitit Üniversitesi
Doç. Dr. Fulya ZARALI	Kayseri Üniversitesi
Doç. Dr. Hüsniye AKILLI	Nuh Naci Yazgan Üniversitesi
Doç. Dr. Ramazan KURTOĞLU	Yozgat Bozok Üniversitesi
Doç. Dr. Yusuf ESMER	Bayburt Üniversitesi
Doç. Dr. Ceyda ŞATAF	Süleyman Demirel Üniversitesi
Doç. Dr. Gamze ŞEKEOĞLU	Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Filiz YILDIZ CONTUK	Pamukkale Üniversitesi
Doç. Dr. Yıldırım YILDIRIM	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Aygülen Kayahan KARAKUL	İzmir Katip Çelebi Üniversitesi
Doç. Dr. İhsan YİĞİT	Marmara Üniversitesi
Doç. Dr. Özen AKÇAKANAT	Süleyman Demirel Üniversitesi
Doç. Dr. Bilal AKKAYNAK	Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi
Doç. Dr. Mustafa KIRCA	Ordu Üniversitesi
Doç. Dr. İlyas OKUMUŞ	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet Akif DESTEK	Gaziantep Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Yeter AVŞAR	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ergin ULUSOY	Nuh Naci Yazgan Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Eda ÇINAROĞLU	Erciyes Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa DESTE	İnönü Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Kürşad ÖZKAYNAR	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ÜNSALAN	Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Burak LEBLEBİCİOĞLU	İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Selçuk Yasin YILDIZ	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet KOÇAK	Bingöl Üniversitesi



HAKEMLER | REFEREES
(SAYI:67 | NUMBER:67)

- Dr. Öğr. Üyesi Hande KÜÇÜKÖNDER Bartın Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Bora TOPAL Ardahan Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ali ACARAY Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Halil İbrahim GÖKGÖZ Afyon Kocatepe Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Bülent AKDEMİR Giresun Üniversitesi
Öğr. Gör. Dr. Özge ÜNVER DİRLİK Pamukkale Üniversitesi
Arş. Gör. Dr. Semih ÇETİN Hitit Üniversitesi
Dr. Ogün BAYKUŞ Karadeniz Teknik Üniversitesi

Düzeltilme | Erratum

Dergimizin 66. sayısında yayınlanan; "Transcription of The Ledger Declaring The Monthly Revenue Statement of İzmir Efreñ Customs"* isimli makalenin üst bilgisinde "Köse, E. & Apalı, A. & Çulcu, T." olması gereken ifade, dizgiden kaynaklı olarak "Köse, E. & Apar, A. & Çulcu, T." şeklinde hatalı yazılmıştır.

Bu dizgi hatasından dolayı yazarlardan ve okuyucularımızdan özür dileriz.



TÜRKİYE'DE DÖVİZ KURUNUN TÜKETİCİ FİYATLARI ÜZERİNE GEÇİŞ ETKİSİ: ARDL VE NARDL YAKLAŞIMINDAN KANITLAR

HALİL ALTINTAŞ^{1*}

¹ Prof. Dr., Erciyes Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, haltintas@erciyes.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-8565-4294>.

ÖZ

Bu çalışma Türkiye'de enflasyon hedefleme döneminde (2007 Ocak-2021 Mayıs) döviz kurunun enflasyon üzerine etkisini ARDL ve NARDL modelleriyle analiz etmektedir. Doğrusal ARDL modeli, döviz kurundaki artışların enflasyon üzerinde uzun dönemde anlamlı ve önemli artışa neden olduğunu göstermiştir. NARDL modeli sonuçlarında Türkiye'de döviz kurunun enflasyon üzerine geçiş etkisinin kısa ve uzun dönemde asimetrik değişim göstermektedir. Döviz kuru geçişkenliğinin (ERPT) katsayılarının büyüklüklerinin değer kaybı (depreciation) ve değer kazancı (appreciation) durumunda farklılaşmaktadır. Uzun dönemde TL karşısında dolar kurunda %1 değer artışının enflasyon üzerinde sırasıyla, % 0.71 ve % 0.51 artışa, TL karşısında dolar kurundaki azalmanın ise enflasyon üzerinde %0.45 azalışa neden olduğu tahmin edilmiştir. Böylece tüketici fiyatlarının TL'deki değer kaybına TL'deki değerlenmeden daha fazla tepki gösterdiği anlaşılmaktadır. Ayrıca bulgularımız, piyasa gücüne sahip üreticilerin, zayıf rekabetçi piyasa koşullarında kar elde etmek amacıyla asimetrik döviz kuru geçişkenliğini kullanma yönünde spekülasyon davranışlar gösterebileceğine işaret etmektedir. Bu nedenle döviz kurunun enflasyon üzerindeki asimetrik etkilerini azaltmak için politika yapıcının merkez bankasına daha fazla bağımsızlık sağlaması, para politikasının güvenilirliğini artırması ve finansal piyasalarda rekabetçi piyasa yapısını güçlendirmesi gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Döviz Kuru, Enflasyon, Asimetri, NARDL.

Editör / Editor:
Salih Çağrı İLKAY,
Erciyes Üniversitesi, Türkiye

***Sorumlu Yazar/ Corresponding Author:**
Halil ALTINTAŞ,
haltintas@erciyes.edu.tr

JEL:
E31, Q43, Q43, P44

Geliş: 17 Ekim 2023
Received: October 17, 2023
Kabul: 7 Kasım 2023
Accepted: November 7, 2023
Yayın: 30 Nisan 2024
Published: April 30, 2024

Atıf / Cited as (APA):
Altıntaş, H. (2024),
Türkiye'de Döviz Kurunun Tüketici Fiyatları
Üzerine Geçiş Etkisi: ARDL ve NARDL
Yaklaşımından Kanıtlar, Erciyes Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 67,
1-13, doi: 10.18070/erciyesiibd.1377410

EXCHANGE RATE PASS-THROUGH TO CONSUMER PRICES IN TURKEY: EVIDENCES FROM ARDL AND NONLINEAR ARDL APPROACHES

ABSTRACT

Using estimates from the ARDL and NARDL models, this study examines how Turkey's exchange rate pass-through has affected inflation during the inflation targeting period (January 2007–May 2021). According to the linear ARDL model, an increase in exchange rates over time results in a statistically significant rise in inflation. According to the NARDL model's results, there are asymmetric changes in both the short and long term in the pass-through effect of the exchange rate on inflation in Turkey. The exchange rate pass-through to inflation (ERPT) coefficients have varying magnitudes in long-term depreciation and appreciation scenarios. NARDL estimates show that long-term consumer prices are reduced by roughly 0.45% when the exchange rate (dolar/TL) appreciates. Conversely, a 1% depreciation of the exchange rate results in roughly a 0.71% and 0.51% increase in consumer prices, respectively. These results suggest that during depreciation, consumer prices react more than during appreciation. This evidence reveals that producers with market power may be concerned with speculative behaviour to make use of asymmetric exchange rate pass-through in order to profit in weakly competitive market structures. Therefore, the policymaker should provide more independence to the central bank to improve monetary policy's credibility and strengthen the competitive market structure in financial markets in order to reduce the asymmetric effects of the exchange rate on inflation.

Keywords: Exchange rate, Inflation, Asymmetry, NARDL.

GİRİŞ

Yeni açık ekonomi makroekonomik modellerde, döviz kurunun yurt içi fiyatlara geçişkenliğini (exchange rate pass-through-ERPT), para politikasının uluslararası yayılma etkilerini değerlendirmede temel unsurlardan biri olarak görülmektedir (Shintani, Terada-Hagiwara ve Yabu, 2013). Döviz kurunun enflasyon üzerine geçiş etkisi yurtiçi enflasyon oranlarının döviz kurlarındaki değişikliklere tepkisi (Shintani ve diğerleri, 2013) döviz kuru değişikliklerinin yurt içi ve ithalat fiyatları üzerindeki etkisi ve döviz kurundaki değişmelerin yurtiçi fiyatlar (ithalat, üretici ve tüketici fiyatları) üzerinde etkisi olarak farklı tanımlansa da (Altıntaş, 2014; Ozkan ve Erden, 2015), hem gelişmiş ekonomilerde hem de gelişmekte olan piyasa ekonomilerinde yakın zamanda döviz kurunun yurt içi fiyatlara doğru etkisinin azalma eğilimini gösterdiği gözlemlenmektedir (Baharumshah, Soon ve Wohar, 2017).

EPRT analizine olan ilgi, para politikası müdahalelerinin olası etkilerini anlama, ekonomik döngülerin uluslararası aktarımı, küresel ticaret dengesizlikleri ve alternatif döviz optimallliği hakkında önemli tartışmalara bilgi sağlamadaki rolü nedeniyle artmaktadır (Brun-Aguerre, Fuertes ve Greenwood-Nimmo, 2017). Döviz şoklarının yurt içi fiyatlara veya enflasyon seviyelerine aktarımı yüksek olduğunda ülkede döviz kuru rejiminin seçimi etkilenebilmektedir (Ghosh, 2013). Buna karşılık, daha düşük bir geçiş etkisinin söz konusu olduğu ülkelerde enflasyon hedeflemesinin daha kolay uygulanabileceği, bağımsız ve esnek bir para politikası uygulanmasını kolaylaşacağı ve ve ülkenin dış şoklara daha az maruz kalabileceği ileri sürülmektedir (Choudhri ve Hakura, 2006). Özellikle enflasyon hedefleme stratejisini uygulandığı dönemlerde, EPRT'nin geçiş etkisinin süresi ve düzeyi, para politikasının enflasyon öngörüsüne yönelik döviz kuru aktarımının değerlendirilmesi ve yurtiçi fiyatlar üzerine geçiş hızı ve büyüklüğünün bilinmesi açısından son derece önemlidir (Altıntaş, 2014; Pham, Nguyen, Nasir ve Duc Huynh, 2023). Enflasyon dinamiklerinin yönetilmesinde ve enflasyon hedefine ulaşılmasında para politikalarının etkinliği açısından geçişkenliğin derecesi büyük önem taşırken, yüksek geçişkenlik fiyat istikrarı açısından büyük bir engel oluşturmaktadır (Tunc ve Kilinc, 2018). Bu nedenle geçişkenliğin büyüklüğünü doğru bir şekilde tahmin etmek ve olası belirleyicilerini araştırmak son derece önemlidir.

Gelişmekte olan ülkelerde yüksek EPRT oranları, MB'larının uyguladığı para politikalarına olan güvenin azalmasını sağlamaktadır. Uygulamalarda ise EPRT'nin etkisinin simetrik ve doğrusal olduğu kabul edildiğinde, döviz kurlarının fiyatlar üzerindeki asimetrik etkilerinin göz ardı edilebileceği ve para politikalarının etkilerinin önemli ölçüde bozularak etkisiz hale gelebilecektir (Delatte ve López-Villavicencio, 2012). Asimetrikleri açıklayan mevcut literatürde kurdaki değer kaybının, kurdaki değerlenmeye göre farklı büyüklükte bir fiyat tepkisine yol açacağı ve bu asimetrik ilişkinin EPRT modellerinde ihmal edilmemesi gerektiğini vurgulamaktadır (Bussiere, 2013; Delatte ve López-Villavicencio, 2012). ERPT'nin değerlendirilmesinde eksik, değer kaybı durumunda (neredeyse) tamamlanmış olması asimetrik bir ERPT'nin ortaya çıkmasını sağlayacaktır (El bejaoui, 2013). Bu bağlamda, asimetrinin varlığına bağlı olarak simetrik ERPT varsayımı gevşetilmiş ve piyasalarda döviz kurunun yurtiçi fiyatlar üzerine asimetrik etkilerinin yaygın, önemli ve kalıcı olduğunu ortaya koyan çalışmaların sayısı artmaya başlamıştır (Örneğin, Bahmani-Oskooee ve diğerleri, 2018; Brun-Aguerre ve diğerleri, 2017; Delatte ve López-Villavicencio, 2012; Deluna ve diğerleri, 2021; Kassi, Rathnayake, ve diğerleri, 2019; Shintani ve diğerleri, 2013).

Bu çalışma Türkiye'de döviz kurlarının (dolar ve Euro) enflasyon üzerinde simetrik ve asimetrik etkilerinin varlığını inceleyen tartışmalara katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Çalışmada Türk parası karşısında sadece dolar kurunda meydana gelen pozitif ve negatif değişmelerin yanında, Euro kurunda meydana gelen pozitif ve negatif değişmelerin tüketici fiyatları (enflasyon) üzerine asimetrik etkileri de incelenecektir. Böylece döviz kurlarındaki değer artışlarını ve kayıplarının enflasyon üzerinde farklı büyüklükte bir etkiye yol açıp açmadığı araştırılacaktır. Bu yönüyle çalışma, literatürdeki diğer çalışmalardan ayrılmaktadır. Türkiye net petrol ithalatçısı ve enflasyon hedefleme sonrası dönemde esnek döviz kuru rejimi altında

para politikası uygulayan bir ülke olmakla birlikte, yurtdışı global belirsizliklerden etkilenen bir ülkedir. Bu nedenle teorik yaklaşımlara uygun olarak döviz kuru dışında ithalat fiyatları, çıktı açığı, petrol fiyatları ve global politika belirsizliği değişkenleri model tahmininde enflasyonun belirleyicileri olarak kullanılacaktır. Döviz kurunun enflasyon üzerinde simetrik ve asimetrik etkilerinin araştırılmasında sırasıyla (Pesaran, Shin ve Smith (2001) tarafından geliştirilen ARDL ve Shin, Yu ve Greenwood-nimmo (2014) tarafından geliştirilen hem uzun vadeli hem de kısa dönem asimetrikleri yakalayan NARDL (Nonlinear Autoregressive Distributed Lag) yaklaşımı kullanılacaktır. Model tahmini için enflasyon hedefleme sonrası 2007 Ocak-2021 Mayıs dönemi seçilmiştir. NARDL eşbütünleşme diğer doğrusal eşbütünleşme yöntemleriyle karşılaştırıldığında asimetrik ilişki ve etkilerin tespiti bakımından daha üstündür (Altıntaş, 2022). Ayrıca NARDL eşbütünleşme yöntemi, döviz kuru değişiminin yönüne bağlı olarak enflasyonun ne yönde farklı tepki vereceğinin belirlenmesine de izin vermektedir.

Çalışmanın izleyen bölümleri şu şekilde düzenlenmiştir: Döviz kurunun enflasyon üzerine geçişkenliğine ilişkin literatür birinci bölümde, model ve metodoloji ikinci bölümde ve ekonometrik uygulama sonuçları ise üçüncü bölümde analiz edilerek değerlendirilmektedir.

I. TEORİK VE AMPİRİK LİTERATÜR

Döviz kuru geçişkenliğinin yurt içi fiyatlara yansıyan değişimleri, akademisyenlerin ve politika yapımcıların büyük ilgisini çekerken para politikası oluşturmadaki önemi de gün geçtikçe literatürde sıklıkla tartışılmaktadır (Aleem ve Lahiani, 2014; Brun-Aguerre ve diğerleri, 2017; Delatte ve López-Villavicencio, 2012; Deluna ve diğerleri, 2021; Edwards ve Cabezas, 2022; Güney, Riquelme ve Goodwin, 2023; Kassi, Rathnayake, ve diğerleri, 2019; Pham ve diğerleri, 2023). Nominal döviz kurunun yurt içi fiyatlara aktarımının gerçekleşebileceği üç olası kanal vardır. Bunlar: doğrudan etki, dolaylı etki ve doğrudan yabancı yatırım akımı etkisidir. Döviz kuru hareketlerinin ithal ara ve nihai mal fiyatlarını doğrudan etkilemesi doğrudan etki kanalı, döviz kurundaki değişimlerin talep kompozisyonu veya toplam talep ve ücret düzeyleri üzerindeki etkisi ise dolaylı etki kanalı olarak bilinmektedir. Doğrudan yabancı yatırım kararları üzerinde döviz kurlarındaki değişimlerin etkisi ise yabancı yatırım akımı etkisidir (Jiang ve Kim, 2013). EPRT, ihracatçı ve ithalatçı firmalar arasında nominal döviz kurunda %1 değişme sonucunda yerel para birimi cinsinden ithalat fiyatlarında % değişme olarak tanımlanırken, nominal döviz kurundaki %1'lik bir değişimden kaynaklanan diğer yurt içi üretici ve tüketici fiyat endekslerini temsil edilen ara ve nihai fiyat ölçülerindeki yüzde değişimi kapsayacak şekilde genişletilebilmiştir (Patnaik, Shah ve Bhattacharya, 2011).

Teorik olarak, eğer üreticiler ihraç edilen ürünlerin fiyatlarını hedef pazarın para birimi (yerel para birimi) üzerinden, fiyatlandırarak belirlerse yerel para birimi üzerinden fiyatlama stratejisi (local currency pricing strategy -LCP) geçerli olacaktır ve döviz kurlarındaki değişimin yurtiçi fiyatlar üzerine geçiş etkisi sıfır olacaktır. Başka bir deyişle eksik geçiş etkisi, ihracatçı firmanın fiyatlarını ihracat yaptığı ülkenin para birimi cinsinden belirlemesidir (Jiang ve Kim, 2013). İhracatçılar, ithalatçı ülkenin istikrarlı bir para politikasına sahip olmasına bağlı olarak kur değişkenliğinin düşük ve istikrarlı olmasıyla döviz kurundaki küçük değişikliklere fiyatlar duyarlı olmayacak, fiyatlar ancak döviz kuru değişikliklerine uyum sağlaması durumunda artabilecektir. Tam tersine, ihracatçı firmalar fiyatları kendi para birimlerinde belirlemeye karar verirse tek veya tam geçişli EPRT geçerli olacak ve ithalatçı firmalar kendi para birimleri cinsinden artan fiyatları döviz kuru artışlarına tam olarak yansıtacaktır. Bu strateji, üretici para birimi fiyatlandırması olarak bilinmektedir (Kassi, Rathnayake ve diğerleri, 2019; Brun-Aguerre ve diğerleri, 2017). Ancak EPRT üzerine yapılan araştırmalarda hem hedef ülkenin yerel para birimi üzerinden hem de üretici ülkenin para birimi üzerinden fiyatlandırmaya ilişkin sonuçlar reddedilmekte, bunun yerine kısa dönemde nominal döviz kuru değişikliklerinin yurt içi fiyatlara tam olarak yansımadağı (Altıntaş, 2014), yurt içi fiyatlara geçişin sıfır ile bir arasında olduğu yaygın olarak görülmüştür.

Ampirik çalışmaların çoğu, gelişmiş ülkelerde ERPT'nin yurt içi fiyatlara etkisinin düşük olduğunu (Choudhri ve Hakura, 2006),

gelişmekte olan ve yükselen piyasa ülkelerinde ise gelişmiş ülkelere göre ERPT’nin yurt içi fiyatlara etkisinin daha yüksek ve hızlı olduğunu tespit etmişlerdir. Uzun dönemde ise döviz kurunun fiyatlara geçişinin genellikle bire daha yakın, kısa dönemde ise düşük olduğu sonucuna varılmıştır (Campa ve Goldberg, 2002). Ampirik sonuçlar genel olarak değerlendirildiğinde ERPT derecesinin ithalat fiyatları üzerine en yüksek, üretici fiyatları üzerine daha sonra en yüksek ve tüketici (Jiang ve Kim, 2013) fiyatları üzerine en düşük olduğunu göstermektedir (Ito ve Sato, 2008; Jiang ve Kim, 2013). Krugman (1987) ve Dornbusch (1985) düşük geçişkenlik etkisinin eksik rekabet piyasasında faaliyet gösteren firmalardan kaynaklandığını ve bu firmaların döviz kuru şoklarına tepki olarak fiyat artışlarını ayarladıklarını ve özellikle firmanın sattığı malın fiyatı arttıkça kâr marjı düşüyorsa geçişkenliğin eksik olacağını ileri sürmüşlerdir. Ihrig, Marazzi ve Othenberg (2006)’e göre bir firmanın döviz kuru hareketlerinin fiyat üzerindeki etkisi ancak kar marjı pozitif olduğunda azalabilecektir. Eksik geçiş etkisi yerel para birimindeki fiyatlamalardan, yani ihracatçı firmanın fiyatları, ihracat yaptığı ülkenin para birimi cinsinden belirlenmesi durumundan da kaynaklanabilecektir.

Goldberg (1995) ve Kadiyali, (1997) ABD’de döviz kuru geçişkenliğini araştırmışlar ve farklı sektörler için (otomobil ve fotoğraf filmi sektörü) anlamlı bir asimetrik etkilerin varlığı belirlemiştir. Özellikle doların değer kaybetmesi durumunda döviz kuru geçişkenliğinin daha yüksek olduğuna yönelik bulgular elde etmişlerdir.

Taylor (2000) monopolcü rekabet ve dalgalı fiyat yapısına sahip olan firmaların döviz kurunun değer kaybetmesi halinde fiyatlarını önceden belirleyerek tepki vereceklerini, maliyet artışının sürekli olmasının fiyat artışı eğilimini güçlendireceğini ve yüksek enflasyonist ortamın döviz kuru geçiş etkisini artırabileceğini vurgulamıştır. Ayrıca kredibilitesi yüksek ve düşük enflasyona sahip ekonomilerin otomatik olarak düşük döviz kuru geçiş etkisini sağlamada başarılı olacağını ileri sürmüştür. Literatür genellikle bu farkın yüksek enflasyon oranlarına, piyasaya göre fiyatlama stratejisine, devlet tarafından yönetilen fiyatlar gibi kurumsal kısıtlamalara, makroekonomik ve yapısal reformların etkinliğine ve ekonomide ithalatın azalan payına bağlı olarak değişebileceği ve bu gelişmelerin ERPT’nin çok düşük ve önemsiz olmasına yol açabileceğini vurgulamaktadır (Jiang ve Kim, 2013). Ayrıca enflasyon hedeflemesinin benimsenmesi nedeniyle ERPT’nin azaldığı yönünde son yıllarda tartışmalara rastlansa da enflasyon hedeflemesi uygulayan İngiltere, Kanada ve Yeni Zelanda gibi ülkelerde bile EPRT’nin fiyat seviyeleri üzerindeki etkisi düşük olmakla birlikte önemsenmektedir (Pham ve diğerleri, 2023). Bu sonuçlar, Taylor (2000)’un düşük enflasyon seviyesine sahip bir ülkenin ERPT’de bir düşüş yaşayacağı yönündeki argümanını desteklemektedir.

Son yıllarda döviz kuru geçişkenliğine ilişkin geniş bir literatür bulunmaktadır. (Anderl ve Caporale, 2023a; Kassi, Rathnayake, ve diğerleri, 2019; Lin ve Wu, 2012; Osbat, Sun ve Wagner, 2021; Yanamandra, 2015; Zhu ve Chen, 2019). Örneğin, ERPT’nin derecesini değerlendiren birçok ampirik çalışma, döviz kuru değişikliklerinin ihracat, ithalat fiyatları ve yurtiçi diğer emtia fiyatları üzerindeki simetrik olduğunu varsaymaktadır (Devereux ve Yetman, 2002; Lin ve Wu, 2012; Taylor, 2000). Bu varsayım, döviz kurunun değer kazanmasının, değer kaybıyla aynı büyüklükte bir fiyat değişikliğine yol açacağına işaret etmektedir. Ancak çeşitli nedenlerle simetrik yapının geçerli olmayacağı açıktır. Firmalar döviz kuru değişimlerine, bu değişimlerin yönüne ve büyüklüğüne bağlı olarak farklı tepkiler verebilmektedir. Örneğin, tekelci durumlardaki ihracatçılar, döviz kurundaki değer kaybından sonra fiyatlarını düşürmekten ziyade, döviz kurunun değer kazanması halinde fiyatlarını artırmayı daha fazla düşünebilmekte ve bu da asimetrik bir ERPT’ye yol açabilmektedir. Ayrıca, menü maliyeti veya değiştirme maliyetlerinin varlığında ihracatçı veya ithalatçılar, döviz kuru değişikliklerinin küçük olması durumunda, fiyatlarını değiştirmeden bırakabilmekte ve yalnızca döviz kuru değişimi belirli bir eşğin üzerinde olduğunda fiyatlarını değiştirebilmektedir. Bununla birlikte ihracatçılar, yerel para birimi üzerinden mallarının fiyatları belirli bir sınırdan üzerinde değişmediği sürece, fiyatlarını değiştirmeden sabit tutabilmektedirler. Bu durum döviz kuru geçişkenliğinin doğrusal olamayacağı anlamına gelmektedir. Uzun veya kısa dönem ilişkilerinde döviz kuru ve fiyatlar arasında asimetri, genellikle fiyat katlıkları (özellikle aşağı yönlü katlıklar) ile açıklanmaktadır. Fiyat katlıklarının

varlığında, döviz kurunda ortaya çıkan değişimin neden olduğu marjinal maliyet şoklarının fiyatlar üzerine hem kısa vadeli etkileri hem de uzun vadeli etkileri farklılaşabilmektedir. Fiyat katlıklarının derecesi yüksek olduğunda kısa dönemde geçişkenlik etkisinin daha küçük olacağı ancak uzun dönemde geçişin tamamlanacağı varsayılmaktadır (El bejaoui, 2013). Örneğin ihracatçılar para birimi değerlendirildiğinde, ürünlerinin fiyatını ithalatçının para birimi üzerinden sabit tutmak ve pazar payını korumak için döviz kurundaki değişimleri absorbe etmeye karar verebilmektedirler. Bu durumda döviz kurunun geçişkenliği düşük ya da eksik olabilmektedir. Tersine, eğer ihracatçının para birimi değer kaybederse ithalatçı, pazar için malları daha ucuz hale gelir ve bu da ihracatçıları tam bir döviz kuru geçişkenliği benimsemeye teşvik edebilmektedir (Goldberg ve Knetter, 1997). Bussiere (2013)’e göre döviz kurundaki değişimin büyüklüğü düşük olduğunda, ihracatçılar genellikle bu değişikliği karşılamaya ve değişen fiyatlara bağlı maliyetler (yani menü maliyetleri) nedeniyle yurtiçi fiyatları değiştirmemeyi tercih edeceklerdir. Daha büyük bir değerlendirme durumunda ise ihracat fiyatlarını düşürebileceklerdir. Kurda büyük bir değer kaybı durumunda ise fiyatlarını artırma davranışı göstermektedirler.

Ihracat pazarının büyüklüğü ve rekabetin derecesine bağlı olarak ürünün ihracat pazarı büyükse ve yerel talep çok esnekse, pazar paylarını korumak için yabancı firmalar döviz kurundaki değişimleri absorbe etmeleri çıkarına uygun olacaktır. Böylece piyasanın son derece rekabetçi gelişmiş olduğu durumlarda daha düşük marjinal karları kabul edeceklerdir. Aksine, ihracatçılar ürünleri için çok fazla rekabetle karşılaşmıyorsa, ihracatçının fiyatları döviz kuru değişimlerine daha az duyarlı olabilmektedir. Bu durumda piyasaya fiyatlandırma, daha düşük olacak ve buna karşılık döviz kurunu geçiş etkisi daha yüksek olacaktır. Döviz kurundaki değişimlerin süresi de döviz kurunun boyutunun önemli bir belirleyicisi olarak görülmektedir. Uzun dönemde döviz kuru şoklarının devam etmesi halinde, geçişkenliğin çabuk ve tamamlanma eğiliminde olacağı, aksi durumda döviz kuru değişiklikleri geçici ise, ihracatçılar değerlendirme sırasında pazar paylarını korumak için kar marjlarını düşürmeye daha istekli olabileceklerdir.

Döviz kurunun enflasyon üzerine asimetrik geçiş etkisini araştıran ekonometrik çalışmalar ve elde edilen sonuçlar aşağıda özetlenmektedir.

Devereux ve Yetman, (2002) 122 gelişmekte olan ülke için yaptığı çalışmada döviz kurunun enflasyon üzerine geçişini incelemiştir. Daha yüksek ortalama enflasyon oranı ve döviz kurunda daha yüksek oynaklığın ortaya çıktığı genişlemeci para politikası dönemlerinde, incelenen ülkelerde daha sık fiyat değişikliklerine ve döviz kurunun enflasyon üzerine daha yüksek geçişkenliğe yol açtığını göstermiştir. Model sonuçları geçişkenlik ile ortalama enflasyon arasında pozitif fakat doğrusal olmayan bir ilişkiyi ve geçişkenlik ile döviz kuru oynaklığı arasında pozitif bir ilişkinin varlığını ortaya koymuştur. Düşük döviz kuru geçişkenliğinin ise kısmen kısa vadeli fiyat katlıklarının bir sonucu olduğu yönündedir.

Kara ve Ögünç (2008) VAR modeli kullanarak, Türkiye’de enflasyon hedeflemesinin benimsenmesinden sonra ithal enflasyondan (döviz kuru) yurt içi enflasyona geçişin önemli ölçüde zayıfladığını ve yavaşladığını göstermişlerdir. Bu bulgunun nedenini başarılı bir enflasyon hedeflemesi rejiminin uygulanmasıyla elde edilen merkez bankasının güvenilirliğinin artmasına, döviz kurunun değişen davranışına ve beklenti oluşumundaki değişim gibi çeşitli nedenlere dayandırmışlardır. Ayrıca enflasyon hedeflemesi rejiminin benimsenmesinin döviz kuru geçişkenliğini azaltmaya yardımcı olabileceğini ileri sürmüştür. Benzer şekilde (Kara ve Ögünç, 2011) Türkiye’de 2002 Mart- 2011 Haziran dönemi için aylık veriler kullanarak yedi farklı VAR modeliyle döviz kurunun çekirdek tüketici fiyatları üzerindeki geçişkenlik etkisini incelemişler ve geçişkenliğin ortalama % 15 olduğunu belirlemiştir.

Junttila ve Korhonen (2012) 1975-2009 dönemi üç aylık verilerle doğrusal olmayan regresyon modeller (TAR, ESTAR ve LSTAR) kullanarak 9 OECD ülkesi için döviz kurunun ithalat fiyatları üzerine etkisini tahmin etmişlerdir. İncelenen tüm ülkeler genelinde ERPT katsayılarının 1975-1989 döneminde ortalama değer olan 0.74’ten 1990-1999 alt döneminde 0.60’a, aynı dönem aralıkları için ise kısa dönem EPRT katsayısı değerlerinin 0.64’den 0.41’e düştüğü sonucuna ulaşmışlardır. Doğrusal olmayan zaman serisi analizlerinde, düşük enflasyon rejiminde ERPT esnekliğinin düşük, yüksek enflasyon

rejiminde ise ERPT esnekliğinin daha yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Jiang ve Kim (2013) Çin'de döviz kuru değişikliklerinin fiyatlar üzerindeki etkisini 1999-2009 dönemi aylık veriler kullanarak yapısal vektör otoregresyon (SVAR) modeli ile tahmin etmişlerdir. Çin ekonomisinde Temmuz 2005'te ABD dolarına olan sabitleme kaldırıldıça döviz kuru hareketlerinin enflasyonu önemli ölçüde etkilemeye başladığı tespit edilmiştir. Yapılan analizlerde döviz kurunun üretici fiyat endeksine (ÜFE) ve perakende fiyat endeksine (RPI) geçişkenliğinin (EPRT) genel olarak eksik (1'den küçük) olduğu, RPI'ya göre ERPT'nin ÜFE üzerinde daha yüksek olduğunu ve ayrıca ERPT'nin ÜFE ve RPI'ya geçiş etkisinin nispeten hızlı olduğunu göstermişlerdir.

Aleem ve Lahiani (2014) Meksika için 1994 Ocak-2009 Kasım dönemi aylık verilerle TVAR (threshold vector autoregression) modeli kullanarak döviz kurunun enflasyon üzerine geçiş etkisini araştırmıştır. Döviz kurunun enflasyon üzerine geçiş etkisi olarak eşik değer % 0.79 bulunmuş ve döviz kurunun yurtiçi fiyatlara geçiş etkisinin eşik değerinin üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bulunurken eşik değerinin altında ise etkinin anlamsız olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Baharumshah, Sirag ve diğerleri (2017) 1990-2015 dönemi aylık verileri kullanarak Meksika için döviz kurunun enflasyon üzerine geçiş etkisini ARDL ve NARDL modeliyle tahmin etmişlerdir. İki para politikası rejimi (enflasyon hedefleme öncesi ve sonrası) dönemlerinde değişkenler arasında uzun dönem simetrik ve asimetric ilişkinin var olduğunu göstermişlerdir. Simetrik ARDL sonucunda tüm dönem için uzun dönemde döviz kurundaki %1'lik bir artışın enflasyonda %1.09'luk bir artışa yol açtığı belirlenmiş ve böylece ERPT katsayısının 1'e eşit olduğunun reddedilememesiyle üretici para birimi fiyatlandırma stratejisinin Meksika'da geçerli olduğunu ve uzun dönemde döviz kurundaki dalgalanmanın tamamen tüketici fiyatlarına yansımış olduğunu göstermişlerdir. Ancak enflasyon hedefleme öncesi dönemde ise EPRT katsayısının 0.693 bulunmuş ve böylece EPRT katsayısının sıfıra eşit olduğu hipotezinin reddedilmesi, yerel para birimi fiyatlandırma stratejisinin geçerli olduğu göstermiştir. Bu sonuçla enflasyon öncesi dönemde Meksika'da kur artışının enflasyon üzerine geçişinin düşük ve kısmi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Enflasyon hedefleme dönemi sonrası için yapılan NARDL modeli sonuçlarında döviz kurundaki değer kayıpların enflasyon üzerine geçiş etkisinin pozitif ve anlamlı (0.109) bulunurken döviz kurundaki değerlemenin enflasyon üzerine etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Bu sonuç Meksika'da enflasyon hedefleme rejimini benimsenmesiyle kurun geçiş etkisinin derecesinin düştüğünü göstermektedir.

De Mendonça ve Tiberto (2017) 1990-2013 dönemi için gelişmekte olan 114 ülke verileriyle panel veri analizi kullanarak merkez bankası kredibilitelerini dikkate alarak döviz kurunun enflasyon ve oynaklığı üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Elde edilen bulgularda, merkez bankası kredibilitelerinin, döviz kuru geçişkenliğinin enflasyon üzerinde neden olduğu kötü etkileri ortadan kaldırmada çok fazla öneme sahip olduğunu ve dolayısıyla gelişmekte olan ekonomilerde daha fazla fiyat istikrarına katkıda bulunduğu sonucuna varılmıştır.

Kassi, Sun ve diğerleri (2019) yükselen ve gelişmekte olan Asya ülkeleri için 1995Q1-2016Q4 dönemi için döviz kurunun tüketici fiyatlarına asimetric geçişkenliğini NARDL yaklaşımı ve dinamik panel tekniklerini kullanarak tahmin etmişlerdir. NARDL tahmininde yükselen ve gelişmekte olan 6 Asya bölgesinde yerel para biriminde uzun dönemde %1 değer kaybının tüketici fiyatlarını %1.179 - %0.239 arasında artırdığı, 1 ülkede ise %0.932 azalttığı sonucuna ulaşılmıştır. Yerel para birimindeki %1 değer artışının 7 ülkede tüketici fiyatları %6-8.728 ile %-0.350 arasında azalttığı, 1 ülkede (Malezya) %0.084 tüketici fiyatlarında artış sağladığı gözlenmiştir. Sonuçta incelenen ülkelerde kurdaki değer artışı karşısında tüketici fiyat artışlarının kurdaki değer kaybına göre daha büyük tepki verdiği ve sonuçta kurdaki değer kaybının kurdaki değer artışına göre tüketici fiyatlarına etkisinin mutlak değer olarak daha düşük olduğu sonucuna varılmıştır. Bu sonucun ortaya çıkmasını ülkelerdeki aşağı yönlü fiyat katılığına ve zayıf rekabetçi piyasa yapılarına dayandırmışlardır.

Caselli ve Roitman (2019) 1990-2013 dönemi için 27 gelişmekte olan ülkenin döviz kuru dalgalanmalarının fiyatlara aktarımını incelemişlerdir. İncelenen ülkelerde döviz kurunun değerlendirildiği

dönemlerde değer kaybı dönemlerine göre döviz kuru geçişkenliğinin boyutunda asimetriye rastlanmıştır. Ayrıca döviz kurunun %24'ten fazla değer kaybetmesi durumunda doğrusal olmayan durumlara yol açabilecek bir eşik varlığına rastlanmıştır.

Balcılar, Usman ve Agbede (2019) 1986-2016 dönemi üç aylık veriler kullanarak Nijerya ve Güney Afrika'da döviz kurunun (NEER) enflasyona geçişkenliğini tahmin etmişlerdir. Maki eşbütünleşme testine ve ARDL modeli tahminine dayanan sonuçlarda enflasyona yönelik ERPT'nin uzun dönemde Nijerya için tam geçişkenliğine yakın (-0.95) ve Güney Afrika için ise düşük (-0.633) olduğunu bulgusunu elde etmişlerdir. Bu sonuç Nijerya'da ve Güney Afrika'da NEER'da %1 değer artışı sırasıyla enflasyonu %0.95 ve %0.633 azalmasına yol açtığını ve Güney Afrika'da fiyatların Nijerya'ya göre daha yapışkan olduğunu göstermektedir.

Jašová, Moessner ve Takáts (2020) 22 gelişmekte olan ve 11 gelişmiş ekonomi için 1994-2015 üç aylık verilerle GMM metoduyla yaptıkları tahmin sonucunda; gelişmekte olan ülkelerde döviz kuru geçişkenliğinin finansal kriz sonrasında azaldığını ve bu azalmanın enflasyondaki düşüşle ilişkili olduğunu belirtmişlerdir. Gelişmiş ekonomilerde ise döviz kuru geçişkenliğinin ise zaman içinde nispeten düşük ve istikrarlı olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Kotil (2020) Türkiye'de 2005-2009 dönemi aylık verilerle döviz kurunun fiyatlara geçiş etkisini VAR modeli kullanılarak araştırmış ve döviz kurundaki değişimin etkisinin TÜFE'ye göre karşılaştırıldığında ÜFE'de daha yüksek artış gösterdiğini etkinin kısa zamanda tamamlandığını sonucuna ulaşılmıştır.

Deluna ve diğerleri (2021)1998-2019 dönemi üç aylık veriler kullanarak Filipin pesosunun ABD doları karşısında değişiminin enflasyon üzerine etkisini NARDL modeliyle tahmin etmiştir. Enflasyona ilişkin ERPT modelinde değişkenler arasında asimetric eşbütünleşme ilişkisine rastlanmıştır. Model sonucunda Filipin pesosunun ABD doları karşısındaki değer kaybının hem kısa hem de uzun dönemde enflasyonu önemli ölçüde etkilemediği, pesonun 2 ve 3 gecikmeli çeyreklik dönemlerde değer kazanmasının enflasyonu yüzde 0,661 oranında azalttığı ancak pesonun enflasyona olan değerlenme etkisinin uzun dönemde ortadan kalktığını göstermiştir.

Edwards ve Cabezas (2022) İzlanda'da 2003-2019 dönemi için VAR modeli kullandıkları çalışmalarında ERPT'nin tüketici fiyatları üzerine yaklaşık % 0,15 ve uzun dönemde ise yaklaşık % 0,23 etkiye yol açtığını göstermişlerdir. ERPT'nin mal kategorileri arasında önemli ölçüde farklılaştığı; dış ticarete konu olan mallarda, ticarete konu olmayan mallara göre ERPT'nin önemli ölçüde yüksek olduğu sonucu yanında, enflasyon hedeflemesine ilişkin reformların ERPT'nin azalmasını sağladığı bulgusuna ulaşılmışlardır.

Anderl ve Caporale (2023b) 1993-Ocak - 2021 ağustos dönemi için enflasyon hedeflemesi uygulayan beş ülke (Birleşik Krallık, Kanada, Avustralya, Yeni Zelanda ve İsveç) ile enflasyon hedeflemeyen üç ülke (ABD, Avro Bölgesi ve İsviçre) için farklı enflasyon beklentileri rejimleri altında, yumuşak geçiş regresyon (STR) modeliyle döviz kurunun tüketici ve ithalat fiyatlarına geçişini araştırmışlardır. Tahmin sonuçları döviz kurunun hem tüketici hem de ithalat fiyatlarına geçişinin daha güçlü olduğunu ve bazı durumlarda geçiş etkisinin tam olduğunu göstermiştir.

Karaoğlu ve Demirel (2021) 2004:Q1-2019:Q4 dönemi için Türkiye'de kur geçişkenliğini NARDL modeli kullanarak araştırmışlardır. Türkiye'de uzun vadede döviz kuru geçişkenliğinin asimetric olduğunu, kurdaki %1'lik artış uzun dönemde enflasyonu %0.11 yükselttiğini, döviz kurundaki düşüşün enflasyon üzerinde istatistiksel olarak anlamlı olmadığını göstermiştir. Altıntaş (2014) Türkiye'de 1987-2011 dönemi üç aylık verileriyle döviz kurunun enflasyon üzerindeki geçiş etkisini araştırmış ve ARDL modelleri tahmini sonucunda uzun dönemde döviz kurunun yurtiçi tüketici fiyat elastikiyetinin sırasıyla 0.91, 0.85 ve 0.72 olduğunu belirlemiştir. Tüm Türk (2017) Türkiye'de döviz kuru değişimlerinin yurtiçi fiyatlara geçiş etkisinin enflasyon hedeflemesi ile birlikte azalma eğiliminde olduğu tespit edilmiştir. Döviz kuru geçiş katsayısı, enflasyon hedeflemesi öncesi dönemde 0.64 olarak bulunmuşken, enflasyon hedeflemesi sonrası bu katsayı azalmış ve 0.28 olmuştur. Enflasyon hedeflemesi öncesi ve sonrasında, hem LCP (yerli para fiyatlaması) hem de PCP (üretici döviz fiyatlaması) hipotezleri kısa ve uzun dönemde reddedilmiştir. Elde edilen geçiş katsayısı tahminleri,

Türkiye’de döviz kurlarından fiyatlara kısmi geçiş etkisinin varlığını işaret etmektedir.

Karaoğlu ve Kılıçkaplan (2018) Türkiye’de 2004:01–2018:07 dönemine ilişkin verilerle yumuşak geçişli regresyon model kullanarak döviz kurunun enflasyon üzerine geçiş etkisini araştırmıştır. Yıllık tüketici fiyatlarının %7’yi geçmesi durumunda döviz kurunun TÜFE’ye geçiş etkisinin %11,6’ya %4,4’ü aşması halinde ise kurun UFE’ye etkisinin %37,5’e kadar yükseldiği sonucuna ulaşmıştır. Karabacak (2023) Türkiye için ARDL modeli kullanarak 2003Q1-2022Q3 döneminde Türkiye’de döviz kurunun tüketici fiyatları üzerine geçişkenliğini %0.150 olarak tahmin etmiştir. Döviz kuru değişimlerinin enflasyon üzerindeki etkisinin ihmal edilemeyecek seviyelerde olduğunu ifade etmiştir.

II. MODEL VE METODOLOJİ

A. MODEL

Bu çalışma Türkiye’de döviz kurunun enflasyon üzerine geçiş etkisi 2007:M1 ve 2021:M5 dönemi aylık veriler kullanılarak incelenmektedir. Türkiye’de enflasyon hedefleme sonrası (2007-2021) için dolar ve Euro artışlarının enflasyon üzerine geçiş etkisi bu çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Çalışmada kullanılan aşağıdaki modeller [(Alsamara, Mrabet ve Hatemi-J, (2020a); Anderl ve Caporale, (2023); Delatte ve López-Villavicencio, (2012); Kassi ve diğerleri (2019)] çalışmaları temel alınarak oluşturulmuştur. Ayrıca bu modele enflasyonu etkileyen kontrol değişkenleri olarak dünya petrol fiyatları ve global politika belirsizliği değişkenleri eklenerek modellerde elde edilen sonuçların doğrulanması sağlanmıştır.

$$\ln cp_t = \mu + \alpha_1 \ln exc_t + \alpha_2 \ln imp_t + \alpha_3 gap_t + \varepsilon_t \quad (1)$$

Denklemden $\ln exc_t$ nominal döviz kurunu, $\ln imp_t$ ithalat değer endeksini, gap_t çıktı açığını temsil etmektedir. Burada exc_t dolar ve euro’yu temsil ettiğinden, denklem 1 yeniden yazılabilir:

$$\ln cp_t = \mu + \alpha_1 \ln dol_t + \alpha_2 \ln imp_t + \alpha_3 gap_t + \varepsilon_t \quad (2)$$

$$\ln cp_t = \mu + \alpha_1 \ln euro_t + \alpha_2 \ln imp_t + \alpha_3 gap_t + \varepsilon_t \quad (3)$$

Denklem 2 ve denklem 3’ de elde edilen sonuçların güvenilirliğini artırmak amacıyla dünya petrol fiyatları ($\ln op$) ve global politika belirsizlik endeksi ($\ln epu$) değişkenleri modellere dahil edildiğinde aşağıdaki gibi yeniden yazılabilir.

$$\ln cp_t = \mu + \alpha_1 \ln dol_t + \alpha_2 \ln imp_t + \alpha_3 gap_t + \alpha_4 \ln op_t + \alpha_5 \ln epu_t + \varepsilon_t \quad (4)$$

$$\ln cp_t = \mu + \alpha_1 \ln euro_t + \alpha_2 \ln imp_t + \alpha_3 gap_t + \alpha_4 \ln op_t + \alpha_5 \ln epu_t + \varepsilon_t \quad (5)$$

Döviz kurlarındaki ($\ln dol$ ve $\ln euro$) nominal artışlar TL’nin dolar ve Euro karşısında değer kaybetmesi (currency depreciation) anlamına gelmekte ve bu gelişme enflasyonu artırırken, döviz kurundaki azalışlar (currency appreciation) ise TL’nin değer kazanması anlamına gelmekte ve enflasyonun azalmasına neden olmaktadır. Bu nedenle dolar ve Euro’nun artması durumundan enflasyonun artması bekleneceğinden $\alpha_1 > 0$ olacaktır. İthalat birim değer endeksi hem yurtdışı talep koşullarını (Altıntaş, 2014), hem de sanayi sektöründe ithal girdi kullanımındaki maliyet yoğunluğunu temsil ettiğinden (Kara ve Ögünç, 2011), ithalat fiyatlarındaki artışlar, yurtiçi tüketici fiyatlarını artıracaktır ve sonuçta $\alpha_2 > 0$ olması beklenecektir. Literatürde üreticilerin kurdaki artış karşısında artan maliyetlerini yerel para birimi üzerinden fiyatlandırması durumunda ve döviz kurunun enflasyon üzerine geçiş (ERPT) katsayısı ($\alpha_3 = 0$) olacaktır ve bu durumda kendi para birimi üzerinden fiyatlama stratejisi (local currency pricing strategy-LCP) geçerli olacaktır. Ancak üreticilerin fiyatlarını kendi para birimi, yani üretici para birimi fiyatlandırması durumunda döviz kurunun enflasyon üzerine geçişi tam olacaktır. Bu durumda ($\alpha_4 = 1$) değerini alacak ve üretici para birimi fiyatlandırma (producer currency pricing-PCP) stratejisi

geçerli olacaktır. Ancak döviz kurunun yurt içi fiyatlara geçişinin sıfır ile bir arasında olduğu ($0 < ERPT < 1$) yaygın kabul görmektedir. Yeni Keynesçi yaklaşıma göre pozitif çıktı açıkları daha yüksek enflasyonla, negatif çıktı açıkları ise daha düşük enflasyonla ilişkilendirilmekte ve yurtiçi talep koşullarını temsil etmek amacıyla kullanılmaktadır (Anderl ve Caporale, 2023b; Jašová ve diğerleri, 2020; Łyziak, 2019). Çıktı açığının artması talep yönlü etkiyi temsil ettiğinden enflasyonu artıracak ve sonuçta $\alpha_3 > 0$ olması beklenecektir. Teorik olarak petrol fiyatlarının tüketici fiyat endeksini (enflasyonu) artırması hem doğrudan hem de dolaylı olarak ortaya çıkmaktadır. Doğrudan etki, talep üzerinden petrol ürünlerinin nihai ürün olarak kullanılmasına ve petrol ürünlerinin tüketici sepetlerinde daha fazla paya sahip olmasına bağlı olarak petrol fiyatlarının artmasıyla enflasyonun yükselmesi mekanizmasıyla ortaya çıkmaktadır. Dolaylı etki, petrol fiyatlarının üretici fiyatlarını etkilediği için arz yönlü çalışmaktadır. Petrol, üretim sürecinde girdi olarak kullanıldığından petrol fiyatlarındaki artış, üretici fiyatlarını yükseltmekte ve bu gelişme enflasyonu artırmaktadır. Ayrıca, yüksek petrol fiyatları satın alma gücünü düşürdüğünden hane halkının daha yüksek ücret talep etmesine ve firmaların da artan bu maliyeti satış fiyatlarına yansıtmasından maliyet yönlü enflasyonu yükseltebilmektedir (Zakaria, Khiam ve Mahmood, 2021, s.1). Dolayısıyla petrol fiyatlarındaki artışlar, petrol ithal eden ülkelerde tüketici fiyat endeksinin yükselmesine yol açacaktır ve bu nedenle $\alpha_4 > 0$ olması beklenecektir. Savaşlar, gerilimler, petrol fiyatlarındaki artışlar, finansal panikler gibi şoklara neden olan global ekonomik belirsizler, firmaların yatırımları ve işgücü istihdamını olumsuz etkilemekte, bireylerin ve firmaların yatırım ve harcama kararlarında gecikmelere yol açmakta ve sonuçta üretim ve istihdama yapılan yatırımları azaltmaktadır. Diğer taraftan finansman kanalı maliyeti aracılığıyla ekonomi politikasında yaşanan belirsizlikler, risk primini yükseltmekte ve firmaların borçlanma maliyetlerini daha da yükselterek yatırımları ve ekonomik gelişmeyi olumsuz etkilemektedir. Ekonomik belirsizlik ortamında ihtiyati tasarrufların artması, bireylerin tüketim harcamalarını azaltmaya ve tasarruflarını artırmaya zorlamaktadır. Bu davranış kalıbı, reel ekonomi üzerinde olumsuz bir etki yaratarak yatırımın ve büyümenin azalmasına bağlı olarak işletmelerin veya yatırımcıların davranışlarının ekonomi politikasındaki belirsizliklerden olumsuz etkilenmesini kaçınılmaz kılmaktadır (Adeosun, Tabash, Vo ve Anagreh, 2022). Ekonomi politikasındaki belirsizliğin enflasyon üzerindeki etkilerinin, finansal kriz öncesi veya sonrası döneme bağlı olarak değişebileceği belirtilmektedir (Adeosun ve diğerleri, 2022; Corrêa ve Lopes, 2023). Ancak global politika belirsizliğindeki artışın ekonomide bireylerin tüketim ve harcamalarını azaltma ve ertelemeye, aynı zamanda tasarruflarını artırmaya zorladığından toplam talebi azaltıcı etkisinden dolayı, enflasyon üzerinde azaltıcı etkisi ortaya çıkabileceği gibi, ekonomik kriz dönemlerinde maliyet kanalı aracılığıyla risk priminin etkisiyle enflasyon üzerinde artırıcı etkiye neden olabilmektedir. Tüm bu gelişmeler global ekonomik belirsizlik enflasyon üzerinde karma sonuçlara yol açabilmektedir, bu nedenle $\alpha_5 > 0$ veya $\alpha_5 < 0$ olabilecektir. Ekonomi politikasındaki belirsizliğin yatırım ve büyümeyi azalttığı ve işletmelerin veya yatırımcıların davranışlarını olumsuz etkilediği konusunda fikir birliği olsa da enflasyon üzerine etkisinin doğrusal olmadığı ve asimetric etkiye sahip olduğu da ileri sürülmektedir (Anderl ve Caporale, 2023b).

B.METODOLOJİ

Geleneksel Engle-Granger (EG) gibi eşbütünleşme testi yaklaşımları (Engle, 1982; Engle ve diğerleri, 1987) iki değişken kullanırken Johansen ve Juselius yaklaşımı (Johansen, 1988; Johansen ve Juselius, 1990) yaklaşımı ise ikiden fazla değişken kullanabilmektedir. Ancak EG ve JJ yaklaşımları tüm değişkenlerin fark alındığında durağan, kısaca I(1) olmasını gerektirmektedir. Pesaran ve Shin (1998) hata düzeltme (ECM) mekanizmasına dayalı Autoregressive Distributive Lag (ARDL) model geliştirerek değişkenlerin I(0), I(1) veya hepsinin karma olması halinde değişkenler arasında kısa ve uzun dönem ilişkileri göstermişlerdir. ARDL modeli iki aşamalıdır: Birinci aşamada değişkenler arasında uzun dönem ilişkisinin olmadığı sıfır hipotezi eşbütünleşmenin var olduğu alternatif hipoteze karşı F- istatistiği ile test edilmektedir. Pesaran ve diğerleri (2001) çalışmasında alt sınır I(0) ve üst sınır I(1) tablo değerleri olmak üzere iki kritik değeri

raporlamaktadır. ARDL modelinde hesaplanan F-istatistiği değeri üst sınırı aşarsa, sıfır hipotez reddedilmekte ve ikinci aşamaya geçilerek uzun ve kısa dönem katsayılar hesaplanmaktadır. Ancak F-istatistiği değeri alt sınırdan küçükse, boş hipotez reddedilememekte ve bu durumda ARDL modeli uygulanamamaktadır (Sarwar, Hussain ve Maqbool, 2020). Çalışmamızda ampirik analizin doğruluğunu tespit etmek amacıyla simetrik ilişkilerin araştırılması için öncelikle ARDL modeli kullanılmıştır. Ancak eşbütünlüşmeyi test etmede kullanılan ARDL yöntemi uzun ve kısa dönem ilişkileri belirlese de, değişkenler arasında lineer olmayan ilişkileri tespit etmede yeterli olamamakta ve asimetrik ilişkilerin belirlenmesini sağlayamamaktadır. Bu nedenle Shin ve diğerleri (2014) tarafından geliştirilen NARDL modeli sadece değişkenler arasında kısa ve uzun dönemde etkileri belirlemekte, aynı zamanda değişkenler arasındaki asimetrik ilişkinin tespitini sağlamaktadır (Long ve Zhang, 2022). Bu yöntem değişkenler arasındaki dinamik ilişkilerin belirlenmesinin yanı sıra uzun ve kısa dönem potansiyel asimetrielerin tahmin edilmesine olanak sağlaması nedeniyle en uygun metodoloji olarak görülmektedir. Doğrusal olmayan NARDL yaklaşımı tercih etmemizin temel nedeni, döviz kuru hareketlerinin enflasyon üzerindeki etkilerinin simetrik olmaktan ziyade asimetrik özellikler gösterebilmesidir. Döviz kurunun asimetrik etkilerini inceleyen birçok çalışma bulunmaktadır (Alsamara ve diğerleri, 2020; Anderl ve Caporale, 2023a; Baharumshah, Sirag, ve diğerleri, 2017; Ben Cheikh, Ben Zaied ve Ben Ameer, 2023; Delatte ve López-Villavicencio, 2012; Pham ve diğerleri, 2023; Yanamandra, 2015).

Yukarıdaki modeller için asimetrik ayarlama olmaksızın doğrusal ARDL modelleri aşağıdaki gibi yazılabilir:

$$\Delta \ln cp_t = \mu + \alpha_1 \ln cp_{t-1} + \alpha_2 \ln dol_{t-1} + \alpha_3 \ln imp_{t-1} + \alpha_4 gap_{t-1} + \sum_{i=1}^{p-1} \lambda_1 \Delta \ln cp_{t-i} + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_2 \Delta \ln dol_{t-i} + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_3 \Delta \ln imp_{t-i} + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_4 \Delta gap_{t-i} + \varepsilon_t \quad (6)$$

$$\Delta \ln cp_t = \mu + \alpha_1 \ln cp_{t-1} + \alpha_2 \ln euro_{t-1} + \alpha_3 \ln imp_{t-1} + \alpha_4 gap_{t-1} + \sum_{i=1}^{p-1} \lambda_1 \Delta \ln cp_{t-i} + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_2 \Delta \ln euro_{t-i} + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_3 \Delta \ln imp_{t-i} + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_4 \Delta gap_{t-i} + \varepsilon_t \quad (7)$$

$$\Delta \ln cp_t = \mu + \alpha_1 \ln cp_{t-1} + \alpha_2 \ln dol_{t-1} + \alpha_3 \ln imp_{t-1} + \alpha_4 gap_{t-1} + \alpha_5 \ln op_{t-1} + \alpha_6 \ln epu_{t-1} + \sum_{i=1}^{p-1} \lambda_1 \Delta \ln cp_{t-i} + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_2 \Delta \ln dol_{t-i} + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_3 \Delta \ln imp_{t-i} + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_4 \Delta gap_{t-i} + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_5 \Delta \ln op_{t-i} + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_6 \Delta \ln epu_{t-i} + \varepsilon_t \quad (8)$$

$$\Delta \ln cp_t = \mu + \alpha_1 \ln cp_{t-1} + \alpha_2 \ln euro_{t-1} + \alpha_3 \ln imp_{t-1} + \alpha_4 gap_{t-1} + \alpha_5 \ln op_{t-1} + \alpha_6 \ln epu_{t-1} + \sum_{i=1}^{p-1} \lambda_1 \Delta \ln cp_{t-i} + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_2 \Delta \ln euro_{t-i} + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_3 \Delta \ln imp_{t-i} + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_4 \Delta gap_{t-i} + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_5 \Delta \ln op_{t-i} + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_6 \Delta \ln epu_{t-i} + \varepsilon_t \quad (9)$$

Denklem 6, 7, 8 ve 9'da birinci farkı alınmış değişkenlerin katsayıları $\lambda_2, \lambda_3, \lambda_4, \lambda_5$ ve λ_6 kısa dönem katsayılar iken düzey formdaki değişkenlerin katsayıları $\alpha_2, \alpha_3, \alpha_4, \alpha_5$ ve α_6 uzun dönem katsayılarıdır. Ayrıca $\ln cp$ üzerine açıklayıcı değişkenlerin uzun dönem katsayıları şu şekilde hesaplanmaktadır: $\alpha_{cp,dol}(\alpha_{dol}) = -\alpha_2/\alpha_1$, $\alpha_{cp,euro}(\alpha_{euro}) = -\alpha_2/\alpha_1$, $\alpha_{cp,imp}(\alpha_{imp}) = -\alpha_3/\alpha_1$, $\alpha_{cp,gap}(\alpha_{gap}) = -\alpha_4/\alpha_1$, $\alpha_{cp,op}(\alpha_{op}) = -\alpha_5/\alpha_1$, $\alpha_{cp,epu}(\alpha_{epu}) = -\alpha_6/\alpha_1$. Burada α_2 dolar ve Euro'nun ($\ln dol$, $\ln euro$), α_3 ithalat fiyatlarının ($\ln imp$), α_4 çıktı açığının (gap), α_5 dünya petrol fiyatlarının, α_6 global ekonomi politika belirsizliğinin ($\ln epu$) enflasyon ($\ln cp$) üzerindeki uzun dönem katsayılarını temsil etmektedir.

Denklem 6, 7, 8 ve 9 Türkiye'de döviz kurlarının (dolar ve Euro) ve diğer değişkenlerin enflasyon üzerine simetrik etkilerini göstermektedir. Ancak bu modellerde döviz kurlarının tüketici fiyatları cinsinden ölçülen enflasyon üzerine asimetrik etkileri dikkate alınmamaktadır. Bu nedenle döviz kurlarının enflasyon üzerine asimetrik etkilerinin incelenmesinde Shin ve diğerleri (2014) tarafından geliştirilen asimetrik NARDL modeli kullanılacaktır. NARDL modelleriyle döviz kurlarının ayrıştırılan pozitif ve negatif kısmi toplamlarının, ithalat fiyatlarının, çıktı açığının, petrol fiyatlarının ve global politika belirsizliğinin

uzun dönemde enflasyon üzerine etkisi araştırılacaktır. Ayrıca döviz kurlarıyla enflasyon arasında kısa ve uzun dönem asimetrik ilişkiler incelenecektir. Aşağıda Shin ve diğerleri (2014) tarafından döviz kurlarının pozitif ve negatif değişmelerin kısmi toplamları aşağıdaki yöntemle ayrıştırılmaktadır:

$$\ln dol_t^+ = \sum_{j=1}^t \Delta \ln dol_j^+ = \sum_{j=1}^t \max(\Delta \ln dol_j, 0) \text{ ve} \quad (10)$$

$$\ln dol_t^- = \sum_{j=1}^t \Delta \ln dol_j^- = \sum_{j=1}^t \min(\Delta \ln dol_j, 0)$$

$$\ln euro_t^+ = \sum_{j=1}^t \Delta \ln euro_j^+ = \sum_{j=1}^t \max(\Delta \ln euro_j, 0) \text{ ve} \quad (11)$$

$$\ln euro_t^- = \sum_{j=1}^t \Delta \ln euro_j^- = \sum_{j=1}^t \min(\Delta \ln euro_j, 0)$$

Burada $\ln dol_t^+$ ve $\ln euro_t^+$ dolar ve Euro'nun artması kısaca TL'nin dolar ve Euro karşısında değer kaybetmesi (depreciation), $\ln dol_t^-$ ve $\ln euro_t^-$ dolar ve Euro'nun azalması, kısaca TL'nin dolar ve Euro karşısında değer kazanması (appreciation) anlamına gelmektedir. Döviz kurundaki artışların enflasyonu artırıcı etkisi, döviz kurundaki azalmaların enflasyonu azaltıcı etkisinden büyük olması durumunda, enflasyon düzeyinde daha büyük artışların ortaya çıkması beklenebilmektedir. Doğrusal ARDL modellerine (Denklem 6, 7, 8 ve 9) Shin ve diğerleri (2014) tarafından geliştirilen yaklaşıma doğrultusunda, kısa ve uzun dönem asimetriyer ilave edildiğinde aşağıdaki NARDL modelleri gösterilebilir:

$$\Delta \ln cp_t = \mu_0 + \varphi \ln cp_{t-1} + \alpha_1^+ \ln dol_{t-1}^+ + \alpha_1^- \ln dol_{t-1}^- + \alpha_2 \ln imp_{t-1} + \alpha_3 gap_{t-1} + \sum_{i=1}^{p-1} \gamma \Delta \ln cp_{t-i} + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_1^+ \Delta \ln dol_{t-i}^+ + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_1^- \Delta \ln dol_{t-i}^- + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_2 \Delta \ln imp_{t-i} + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_3 \Delta gap_{t-i} + \varepsilon_t \quad (12)$$

$$\Delta \ln cp_t = \mu_0 + \varphi \ln cp_{t-1} + \alpha_1^+ \ln euro_{t-1}^+ + \alpha_1^- \ln euro_{t-1}^- + \alpha_2 \ln imp_{t-1} + \alpha_3 gap_{t-1} + \sum_{i=1}^{p-1} \gamma \Delta \ln cp_{t-i} + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_1^+ \Delta \ln euro_{t-i}^+ + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_1^- \Delta \ln euro_{t-i}^- + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_2 \Delta \ln imp_{t-i} + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_3 \Delta gap_{t-i} + \varepsilon_t \quad (13)$$

$$\Delta \ln cp_t = \mu_0 + \varphi \ln cp_{t-1} + \alpha_1^+ \ln dol_{t-1}^+ + \alpha_1^- \ln dol_{t-1}^- + \alpha_2 \ln imp_{t-1} + \alpha_3 gap_{t-1} + \alpha_4 \ln op_{t-1} + \alpha_5 \ln epu_{t-1} + \sum_{i=1}^{p-1} \gamma \Delta \ln cp_{t-i} + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_1^+ \Delta \ln dol_{t-i}^+ + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_1^- \Delta \ln dol_{t-i}^- + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_2 \Delta \ln imp_{t-i} + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_3 \Delta gap_{t-i} + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_4 \Delta \ln op_{t-i} + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_5 \Delta \ln epu_{t-i} + \varepsilon_t \quad (14)$$

$$\Delta \ln cp_t = \mu_0 + \varphi \ln cp_{t-1} + \alpha_1^+ \ln euro_{t-1}^+ + \alpha_1^- \ln euro_{t-1}^- + \alpha_2 \ln imp_{t-1} + \alpha_3 gap_{t-1} + \alpha_4 \ln op_{t-1} + \alpha_5 \ln epu_{t-1} + \sum_{i=1}^{p-1} \gamma \Delta \ln cp_{t-i} + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_1^+ \Delta \ln euro_{t-i}^+ + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_1^- \Delta \ln euro_{t-i}^- + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_2 \Delta \ln imp_{t-i} + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_3 \Delta gap_{t-i} + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_4 \Delta \ln op_{t-i} + \sum_{i=0}^{q-1} \lambda_5 \Delta \ln epu_{t-i} + \varepsilon_t \quad (15)$$

Modelde p ve q gecikme bağımlı ve bağımsız değişkenlere ilişkin gecikme uzunluğunu göstermektedir. Her model için uzun dönem asimetrik eşbütünlüşmenin varlığı doğrusal ARDL modellerinde olduğu gibi, bir gecikmeli bağımlı ve bağımsız değişkenlerin düzey katsayılarının sıfırdan farklı olmadığı şeklinde kurulan sıfır hipotez Wald testi uygulanarak F-testiyle sınanmaktadır. Örneğin, denklem 12 ve 13 için sıfır hipotez: $\varphi = \alpha_1^+ = \alpha_1^- = \alpha_2 = \alpha_3 = 0$ Denklem 14 ve 15 için sıfır hipotez: $\varphi = \alpha_1^+ = \alpha_1^- = \alpha_2 = \alpha_3 = \alpha_4 = \alpha_5 = 0$ şeklinde kurulmaktadır. Ardından uzun dönemde döviz kurlarının enflasyon üzerine artış ve azalışlarının etkisi sırasıyla şu şekilde hesaplanmaktadır: Dolar ve Euro kurundaki pozitif artışların enflasyon üzerine etkisi: $\alpha_{cp,dol}^+(\alpha_{dol}^+) = -\alpha_1^+ / \varphi$ ve $\alpha_{cp,euro}^+(\alpha_{euro}^+) = -\alpha_1^+ / \varphi$ Dolar ve Euro kurundaki negatif azalışların enflasyon üzerine etkisi: $\alpha_{cp,dol}^-(\alpha_{dol}^-) = -\alpha_1^- / \varphi$ ve $\alpha_{cp,euro}^-(\alpha_{euro}^-) = -\alpha_1^- / \varphi$ şeklinde hesaplanmaktadır. Modellerde α_1^+ ve α_1^- döviz kurlarının (dolar ve Euro) enflasyon üzerine

uzun dönem geçiş etkisi (EPRT) katsayısını göstermektedir. Diğer değişkenlerin enflasyon üzerindeki uzun dönem çarpan katsayıları benzer şekilde hesaplanmaktadır: İthalat fiyatları $\alpha_{cp,imp}$ (α_{imp})= $-\alpha_2/\varphi$, çıktı açığı $\alpha_{cp,gap}$ (α_{gap})= $-\alpha_3/\varphi$, petrol fiyatları $\alpha_{cp,op}$ (α_{op})= $-\alpha_4/\varphi$, ve global ekonomi politika belirsizliği $\alpha_{cp,epu}$ (α_{epu})= $-\alpha_5/\varphi$. Asimetrik eşbütünleşme belirlendikten sonra uzun ve kısa dönem için asimetriklerin varlığına ilişkin Wald testi uygulanmaktadır. Döviz kurlarının (dolar ve Euro) uzun dönem asimetriklerinin varlığını test etmek için sıfır hipotez $-\alpha_1^+/\varphi = -\alpha_1^-/\varphi$ kurulurken, kısa dönem asimetriklerinin varlığını test etmek için sıfır hipotez: $\sum_{i=0}^p \lambda_k^+ = \sum_{i=0}^p \lambda_k^-$, $k=1,2$ ve 3 şeklinde kurulmaktadır. Wald testi sonucunda kısa ve uzun dönem için kurulan sıfır hipotezin reddedilmesi asimetrik etkilerin varlığının kabul edilmesini sağlamaktadır.

NARDL modellerinde asimetrik eşbütünleşme ilişkisi belirlendikten sonra, döviz kurlarının artış ve azalışlarının enflasyon üzerine asimetrik tepkileri kümülatif dinamik çarpanlar yardımıyla grafiklerle gösterilecektir. Çarpanlar, şoktan gerçekleşikten önce ve şok gerçekleşikten sonra ilk dengeden yeni dengeye geçişe ilişkin davranışı ve yeni bir denge oluşumunda geçen sürenin tespit edilmesine yardımcı olmaktadır. Döviz kurlarının artış ve azalışlarının enflasyon üzerine asimetrik tepkileri gösteren kümülatif dinamik çarpanlar şu şekilde hesaplanmaktadır:

$$M_{\ln dol,h}^+ = \sum_{j=0}^h \frac{\partial \ln cp_{t+j}}{\partial \ln dol_t^+}, \quad M_{\ln dol,h}^- = \sum_{j=0}^h \frac{\partial \ln cp_{t+j}}{\partial \ln dol_t^-}, \quad h=1,2,\dots \quad (16)$$

$$M_{\ln euro,h}^+ = \sum_{j=0}^h \frac{\partial \ln cp_{t+j}}{\partial \ln euro_t^+}, \quad M_{\ln euro,h}^- = \sum_{j=0}^h \frac{\partial \ln cp_{t+j}}{\partial \ln euro_t^-}, \quad h=1,2,\dots \quad (17)$$

Shin vd. (2014)'e göre β^+ ve β^- sırasıyla pozitif ve negatif asimetrik uzun dönem katsayılarıdır. Burada $h \rightarrow \infty$, $m_h^+ \rightarrow \beta^+$ ve $m_h^- \rightarrow \beta^-$ dir.

C. VERİ SETİ

Yukarıdaki modellerde $\ln cp_t$ tüketici fiyat endeksinin (2015=100) göstermekte ve OECD veri tabanından alınmıştır. $\ln dol_t$ ve $\ln euro_t$ 1 dolar ve 1 Euro'nun ABD doları ve Euro cinsinden dönem sonu TL karşılığı değerini ifade etmektedir ve IMF'in IFS veri dağıtım sisteminden alınmıştır. $\ln imp_t$ ithalat birim değer endeksinin (2003=100) göstermektedir ve TCMB EVDS sisteminden alınmıştır. gap_t çıktı açığını göstermekte ve çıktı açığının tahmin edilmesinde sanayi üretim endeksi kullanılmıştır. Sanayi üretim endeksi verisi (2015=100) OECD veri tabanından alınmıştır. Çıktı açığının (output gap) tahmin edilmesinde HP filtresine (Hodrick ve Prescott, 1997) dayalı olarak elde edilen endeksin cari değerinden trend değeri arasındaki ($y-y^*$) sapmalar hesaplanmıştır. Çıktı açığı, Yeni Keynesyen modellerde döviz kurunun enflasyon üzerine geçiş etkisinin belirlenmesinde kullanılmaktadır (Simione ve Manguinane, 2021). $\ln op_t$ dolar cinsinden dünya ortalaması petrol fiyatını göstermekte ve IMF'in birincil emtia fiyatları sisteminden (<https://www.imf.org/en/Research/commodity-prices>) alınmıştır. $\ln gpu$ global politika belirsizliğini göstermektedir ve endeks Baker, Bloom, Davis ve diğerleri (2016) tarafından geliştirilmiş ve ilgili siteden (<https://www.policyuncertainty.com/index.htm>) alınmıştır. Değişkenlerden çıktı açığı değişkeni dışında tüm değişkenler logaritmik forma dönüştürülmüştür.

Aşağıda modellerde kullanılan değişkenlere ilişkin korelasyon matrisi ve tanımlayıcı istatistikler gösterilmektedir. Serilerin tanımlayıcı istatistikleri ve korelasyon matrisi gösterilmektedir. Seriler incelendiğinde standart sapması en yüksek dolar ve Euro değişkenlerinin olduğu görülmektedir. Çarpıklık katsayısı $\ln cp$, $\ln dol$, $\ln euro$, $\ln imp$ ve $\ln epu$ serilerinde pozitif olduğundan bu serilerin sola doğru dağılıma, gap ve $\ln op$ serilerinin ise çarpıklık katsayıları negatif ve sağa doğru dağılmaktadır. Serilerin çarpıklık katsayıları gap değişkeni dışında ± 1 sınırları arasındadır ve seriler normal dağılımdan sapmaktadırlar. Serilerin basıklık değerleri pozitif olduğundan seriler şişman kuyruklu dağılım göstermektedir. Jarque-Bera istatistikleri $\ln epu$ değişkeni dışında tüm serilerin normal dağılım göstermediğini ve dolayısıyla bu serilerin doğrusal olmayan asimetrik yöntemlerde tahmin için kullanılabilirliğini göstermektedir. Korelasyon matrisi sonuçlarında ise $\ln cp$ ile $\ln dol$ ve $\ln euro$ arasında pozitif ve anlamlı yüksek korelasyonun olduğu görülmektedir. $\ln cp$ ile gap ve $\ln op$ arasında ise

negatif ve $\ln epu$ arasında ise pozitif ve anlamlı korelasyonun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer değişkenler arasındaki korelasyon ilişkileri farklılıklar göstermektedir.

TABLO 1 | Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyon Matrisi

Panel A: Tanımlayıcı İstatistikler							
	Incp	Indol	Ineuro	Inimp	gap	Inop	Inepu
Ortalama	4.5477	0.9271	1.1565	4.6931	0.0003	4.2381	4.9787
Medyan	4.5111	0.7510	1.0332	4.6637	0.0054	4.2311	4.9540
Maksimum	5.3283	2.1230	2.3175	4.9658	0.0755	4.8904	6.0638
Minimum	3.9537	0.1574	0.5365	4.4607	-0.4009	3.0528	3.8897
Std. Hata	0.3814	0.5704	0.4929	0.1190	0.0540	0.3582	0.4185
Çarpıklık	0.3511	0.5764	0.7860	0.1742	-3.1674	-0.3526	0.1520
Basıklık	2.0564	2.0625	2.4171	1.9374	21.2126	2.5769	2.8947
Jarque-Bera	9.9727***	15.914***	20.262***	9.0138**	2680.25***	4.8751*	0.7461
Prob.	0.006	0.0004	0.0000	0.0110	0.0000	0.0874	0.6886
Gözlem Say.	173	173	173	173	173	173	173

Panel B: Korelasyon Matrisi							
	Incp	Indol	Ineuro	Inimp	gap	Inop	Inepu
Incp	1	0.985***	0.977***	-0.525***	-0.054***	-0.491***	0.789***
Indol		1	0.991***	-0.602***	-0.078	-0.568***	0.787***
Ineuro			1	-0.533	-0.050	-0.503***	0.779***
Inimp				1	0.324***	0.926	-0.386
gap					1	0.410***	-0.225**
Inop						1	-0.432***
Inepu							1

Not: *** ve ** sırasıyla %1 ve %5 anlamlılığı göstermektedir.

III. AMPİRİK UYGULAMA VE SONUÇLAR

A. BİRİM KÖK TESTİ SONUÇLARI

Model tahminlerinden önce değişkenlerin durağanlık testi için birim kök testleri kullanılmıştır. Bu amaçla PP (Phillips ve Perron, 1988), ADF (Dickey ve Fuller, 1979), yapısal kırılmayı tespit eden ZA (Zivot ve Andrews, 1992) ve LM (Lee ve Strazicich, 2003) testleri sonuçlarına yer verilmiştir. ADF, PP ZA ve LM birim kök testlerinde serinin birim köke sahip olmadığı alternatif hipotezine karşı ise serinin birim köke sahip olduğu sıfır hipotezi sınamaktadır. ADF, PP, ZA ve LM birim kök testi sonuçlarında yapısal kırılmalar dikkate alınsa da sıfır hipotez reddedilememekte ve $\ln cp$, $\ln dol$, $\ln euro$ ve $\ln imp$ serilerinin düzeyde $I(0)$ durağan olmadığı, bu serilerin farkı alındığında durağan $I(1)$ olduğu görülmektedir. gap , $\ln op$ ve $\ln epu$ değişkenlerinin ise düzeyde durağan $I(0)$ olduğu görülmektedir. Böylece bağımlı değişken $\ln cp$ 'nin $I(1)$ ve bağımsız değişkenlerin ($\ln dol$, $\ln euro$, $\ln imp$, $\ln op$ ve $\ln epu$) karma bütünlüşme [$I(0)$ ve $I(1)$] derecelerine sahip olmaları, bu serilere ilişkin asimetrik ARDL yaklaşımının uygulanma önkoşulunu sağlamaktadır.

TABLO 2 | Testi Birim Kök Sonuçları

Değişk.	ADF (Düzye)	PP (Düzye)	ZA (Mod. C)	Kırılma T \hat{T}_B	LM (Model Crash)	Kırılma T. \hat{T}_B
Düzye						
Incp	2.509	3.255	-4.641	2014:M4	-1.201	2016:M12
Indol	1.250	1.335	-3.288	2014:M02	-2.318	2018:M07
Ineuro	1.777	1.791	-4.063	2015:M10	-1.733	2018:M07
Inimp	-2.171	-2.133	-4.412	2014:M12	-1.964	2009:M05
gap	-5.20***	-5.01***	-5.307**	2010:M05	-5.559***	2008:M09
Inop	-2.644*	-2.488	-5.037*	2014:M10	-3.108	2014:M12
Inepu	-2.520	-2.904**	-6.08***	2013:M02	-4.973***	2008:M08

TABLO 2 (Devamı) | Testi Birim Kök Sonuçları

Birinci Fark						
$\Delta \ln cp$	-5.33***	-9.558***	-6.55***	2017:M10	-6.233***	2017:M05
$\Delta \ln exc$	-9.62***	-8.672***	-10.1***	2018:M09	-9.809***	2018:M09
$\Delta \ln euro$	-9.86***	-9.439***	-10.4***	2018:M10	-9.773***	219:M10
$\ln imp$	-4.61***	-8.203***	-4.684*	2016:M02	-5.240***	2012:M02
$\Delta \ln op$	-7.80***	-7.804***	-8.10***	2016:M02	-8.652***	2008:M10
$\Delta \ln epu$	-10.2***	19.535***	-6.08***	2008:M05	-4.973***	2008:M05
Anlamlılık Düzeyi						
Düzey						
1%	-3.4689	-3.4685	-5.57		-4.0283	
5%	-2.8784	-2.8782	-5.08		-3.4296	
10%	-2.5758	-2.5757	-4.82		-3.1225	
Birinci Fark						
1%	-3.4689	-3.4687	-5.57		-4.0277	
5%	-2.8784	-2.8783	-5.08		-3.4290	
10%	-2.5758	-2.5757	-4.82		-3.1217	

Not: ***, **, ve * sırasıyla %1, %5 ve %10 düzeyde boş hipotezin reddedildiğini ve serilerin anlamlılığını göstermektedir.

B. BDS (NON-LINEARITY) TESTİ SONUÇLARI

Serilerin ortalamada doğrusal olmayan yapılarını belirlemek amacıyla Brock, Dechert ve Scheinkman (1987) tarafından geliştirilen BDS testi uygulanmıştır. Tablo 3'de BDS test sonuçlarına göre tüm değişkenlerin bağımsız ve özdeş dağılım gösterdiği boş hipotezi reddedilmiş ve böylece tüm serilerin doğrusal olmayan yapıya sahip olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Sonuçta J-B istatistiği ve BDS testi sonuçları NARDL modelini kullanarak katsayıların tahminine devam edebileceğimizi doğrulamaktadır.

TABLO 3 | BDS Testi Sonuçları

Değişkenler	BDS İstatistiği				
	Uzay Boyutu=m				
	m=2	m=3	m=4	m=5	m=6
$\ln cp$	0.2012***	0.3404***	0.4378***	0.5068***	0.5567***
$\ln dol$	0.1926***	0.3247***	0.4157***	0.4798***	0.5236***
$\ln euro$	0.1933***	0.3256	0.4164**	0.4802***	0.5248***
$\ln imp$	0.1782***	0.2998***	0.3805***	0.4324***	0.4643***
gap	0.0050***	0.0098***	0.0145***	0.0189***	0.0230***
$\ln op$	0.0770***	0.1237***	0.1520***	0.1629***	0.1630***
$\ln epu$	0.1348***	0.2307***	0.2910***	0.3271***	0.3443***

Not: ***, **, ve * hata terimlerinin boş hipotezinin %1, %5 ve %10 düzeyde reddedildiğini ve serilerin doğrusal olmayan yapıya sahip olduğunu göstermektedir

C. SINIR TESTİ SONUÇLARI

Birim kök testi sonuçları ARDL ve NARDL eşbütünleşme testi koşullarını sağlamaktadır. Böylece önce simetrik ARDL eşbütünleşme modelleri (Denklemler 6, 7, 8 ve 9), ardından asimetrik ARDL (NARDL) eşbütünleşme modelleri (Denklemler 12, 13, 14 ve 15) tahmin edilmiş ve bu modellere ilişki eşbütünleşme sonuçları aşağıdaki Tablo 3'de gösterilmektedir.

TABLO 4 | Doğrusal ARDL ve NARDL Modeli Eşbütünleşme Testi Sonuçları

ARDL Modeli F-İstatistiği Sonuçları	NARDL Modeli F-İstatistiği Sonuçları		
Eşbütünleşme Modelleri	F-stat.	Eşbütünleşme Modelleri	F-İstat.
Model 6: F($\ln cp / \ln dol, \ln imp, gap$)	9.209***	Model 12 F = ($\ln cp / \ln dol, \ln dol, \ln imp, gap$)	8.215***
Model 7 F($\ln cp / \ln euro, \ln imp, gap$)	8.320***	Model 13 F = ($\ln cp / \ln euro, \ln euro, \ln imp, gap$)	7.323***
Model 8 F($\ln cp / \ln dol, \ln dol, \ln imp, gap, \ln op, \ln epu$)	8.970***	Model 14 F = ($\ln cp / \ln dol, \ln dol, \ln imp, gap, \ln op, \ln epu$)	9.635***
Model 9 F($\ln cp / \ln euro, \ln euro, \ln imp, gap, \ln op, \ln epu$)	7.274***	Model 15 F = ($\ln cp / \ln euro, \ln euro, \ln imp, gap, \ln op, \ln epu$)	5.824***

Not: ARDL modelinde bağımsız değişken sayısı k=3 için %1, %5 ve %10 düzeylerde kritik değerler: 3.65-4.66, 2.79-3.67, 2.37-3.2. k=5 için %1, %5 ve %10 düzeyde kritik değerler: 3.93-5.23, 3.12-4.25, 2.75-3.79. NARDL Modelinde bağımsız değişken sayısı k=4 için kritik değerler: 3.29-4.37, 2.56-3.49, 2.-3.09. k=6 için ***, **, ve %10 düzeylerde sırasıyla kritik değerler: 3.6-4.9, 2.87-4, 2.53-3.59. *** anlamlılık düzeyini göstermektedir. Modellerde bağımlı ve bağımsız değişkenler için maksimum gecikme uzunlukları 12 alınmış ve AIC bilgi kriterine göre en uygun gecikmeler gösterilmiştir.

Yukarıdaki Tablo 4'de gerek simetrik gerekse asimetrik modellerde değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisi, tüm değişkenlerin bir gecikmeli katsayılarının sıfıra eşit olduğu şeklindeki sıfır hipotezle belirlenmektedir. Modellerde F-istatistiği değerinin Pesaran ve diğerleri (2001) tarafından hesaplanan kritik tablo değerlerinin üst sınırını aşması durumunda sıfır hipotezin reddedilmesine ve böylece değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin kabul edilmesi anlamına gelmektedir. Yukarıdaki Tabloda simetrik ARDL ve asimetrik ARDL modellerde hesaplanan F-istatistiği değerlerinin (FPSS test istatistiği) kritik üst sınır değerlerini aştığı ve istatistiksel olarak %1 düzeyde anlamlı olduğu görülmektedir. Sonuçta modellerde değişkenler arasında uzun dönem asimetrik ve simetrik ve eşbütünleşme ilişkisi kabul edilmektedir.

1. Doğrusal ARDL Model Sonuçları

Aşağıdaki Tablo 4'te simetrik ARDL Model sonuçları gösterilmektedir.

TABLO 5 | Simetrik ARDL Model Sonuçları

Değişkenler	Modeller			
	Model 6: Seçilen Model	Model 7: Seçilen Model	Model 8: Seçilen Model	Model 9: Seçilen Model
	(1,1,7,0,0)	(6,12,0,0)	(11,7,0,4,0,0)	(5,1,0,4,0,1)
Panel A: Uzun Dönem Tahminler				
Sabit	0.1184** (0.0168)	0.744197*** (0.000)	0.3115*** (0.0000)	0.4691*** (0.000)
$\ln cp_{t-1}$	-0.0601** (0.0000)	-0.2203** (0.000)	-0.0702*** (0.000)	-0.1100*** (0.000)
$\ln dol_{t-1}$	0.0488*** (0.0000)	-	0.0563*** (0.000)	-
$\ln euro_{t-1}$	-	0.0873*** (0.000)	-	0.0417*** (0.000)
$\ln imp_{t-1}$	0.0263 *** (0.0013)	0.0181*** (0.009)	-0.0185 (0.3673)	-0.0270 (0.1122)
gap_{t-1}	0.1184 (0.2779)	-0.0002 (0.986)	0.0339* (0.0598)	0.0309* (0.0636)
$\ln op_{t-1}$	-	-	0.0157*** (0.0053)	0.0122** (0.0212)
$\ln epu_{t-1}$	-	-	-	0.0055** (0.0343)
Panel B: Kısa Dönem Tahminler				
$\Delta \ln cp_{t-1}$	0.2176*** (0.0079)	0.3833*** (0.0000)	0.1484* (0.0667)	0.2700*** (0.0001)
$\Delta \ln cp_{t-2}$	-0.3399*** (0.0001)	-0.2411** (0.0032)	-0.3542*** (0.0000)	-0.3277 (0.0000)
$\Delta \ln cp_{t-3}$	0.1491* (0.0783)	0.2741*** (0.0010)	0.1184 (0.1527)	0.1691*** (0.000)
$\Delta \ln cp_{t-4}$	-0.3706*** (0.0000)	-0.2577** (0.0014)	-0.4116 (0.0000)	-0.2733*** (0.0001)
$\Delta \ln cp_{t-5}$	0.0573 (0.5273)	0.1342* (0.0833)	0.0176 (0.8444)	-
$\Delta \ln cp_{t-6}$	-0.0205 (0.8214)	-	-0.0374 (0.6769)	-
$\Delta \ln cp_{t-7}$	-0.0869 (0.2842)	-	-0.0831 (0.3044)	-
$\Delta \ln cp_{t-8}$	-0.2148*** (0.0068)	-	-0.2258 (0.0043)***	-
$\Delta \ln cp_{t-9}$	-0.0497 (0.5056)	-	-0.0619 (0.4038)	-
$\Delta \ln cp_{t-10}$	-0.1399* (0.0511)	-	-0.1304* (0.0679)	-
$\ln dol_t$	0.0731*** (0.000)	-	0.0822*** (0.000)	-
$\Delta \ln dol_{t-1}$	0.0075 (0.7073)	-	0.0057 (0.7732)	-
$\Delta \ln dol_{t-2}$	0.0077 (0.6983)	-	0.0067 (0.7312)	-
$\Delta \ln dol_{t-3}$	-0.0312 (0.114)	-	-0.0321* (0.0987)	-
$\Delta \ln dol_{t-4}$	0.0248 (0.215)	-	0.0256 (0.1956)	-
$\Delta \ln dol_{t-5}$	0.0099 (0.605)	-	0.0196 (0.3038)	-
$\Delta \ln dol_{t-6}$	-0.0438 (0.017)	-	-0.0359** (0.0458)	-

TABLO 5 (Devamı) | Simetrik ARDL Model Sonuçları

$\Delta lneuro_t$	-	0.0802*** (0.0000)	-	0.0858*** (0.000)
$\Delta lneuro_{t-1}$	-	-0.02906 (0.2175)	-	-
$\Delta lneuro_{t-2}$	-	-0.03939* (0.0866)	-	-
$\Delta lneuro_{t-3}$	-	-0.06404** (0.0045)	-	-
$\Delta lneuro_{t-4}$	-	-0.0190 (0.3997)	-	-
$\Delta lneuro_{t-5}$	-	-0.02902 (0.183)	-	-
$\Delta lneuro_{t-6}$	-	-0.06392*** (0.0021)	-	-
$\Delta lneuro_{t-7}$	-	0.0039 (0.8399)	-	-
$\Delta lneuro_{t-8}$	-	-0.0529*** (0.0073)	-	-
$\Delta lneuro_{t-9}$	-	-0.0417** (0.0346)	-	-
$\Delta lneuro_{t-10}$	-	-0.01161 (0.5386)	-	-
$\Delta lneuro_{t-11}$	-	-0.0353 (0.594)	-	-
Δgap_t	-	-	-0.0057 (0.7069)	-0.0080 (0.6095)
Δgap_{t-1}	-	-	-0.0360* (0.0428)	-0.0342** (0.0464)
Δgap_{t-2}	-	-	-0.0381** (0.0175)	-0.0307** (0.0504)
Δgap_{t-3}	-	-	-0.0180 (0.2187)	-0.0184 (0.079)
Δgap_{t-4}	-	-	-0.0057 (0.7076)	-
$\Delta lnepu_t$	-	-	-	-0.0009 (0.7748)

Panel C. Uzun Dönem Katsayılar

Değişkenler	Katsayı	Katsayı	Katsayı	Katsayı
$Indol_t$	0.8118*** (0.000)	-	0.8023*** (0.0000)	-
$lneuro_t$	-	0.3964*** (0.000)	-	0.3797*** (0.0000)
$lnim_t$	0.4381*** (0.000)	0.0824*** (0.000)	-0.2637 (0.4005)	-0.2460 (0.1482)
gap_t	0.2047 (0.290)	-0.0008 (0.986)	0.4833* (0.0809)	0.2807* (0.0986)
$lnop_t$	-	-	0.2235** (0.0201)	0.1112** (0.0430)
$lnepu_t$	-	-	-0.02446 (0.4709)	0.0502** (0.0396)
Sabit	1.9706*** (0.000)	2.0481*** (0.0002)	4.4382*** (0.0001)	2.2471*** (0.0014)

Panel D. Diagnostik testler

F_{PSS}	9.220***	8.320***	8.970***	7.274***
EC_{t-1}	-0.0600***	-0.2203***	-0.070***	-0.1099***
Cusum Test	İstikrarlı	İstikrarlı	İstikrarlı	İstikrarlı
Cusum kare	İstikrarlı	İstikrarlı	İstikrarlı	İstikrarlı
χ^2_{NORM}	34.310*** (0.000)	7.541** (0.0230)	11.205*** (0.0036)	14.225*** (0.000)
χ^2_{SC}	0.5104 (0.774)	2.238 (0.326)	0.3818 (0.826)	13.868 (0.499)
$\chi^2_{Re.set}$	2.115 (0.552)	10.377 (0.3101)	2.413 (0.122)	0.5685 (0.452)
χ^2_{Het}	2.317 (0.217)	37.354** (0.0217)	53.355*** (0.0027)	35.194*** (0.008)

Notes: *, ** ve *** sırasıyla %10, 5%, ve %1 düzeylerde anlamlılığı göstermektedir. Δ değişkenlerin birinci farkını göstermektedir Kritik değerler Pesaran ve diğerleri (2001)’nden elde edilmiş ve karşılaştırılmıştır. Parantez içindeki değerler p-olasılık değerleridir. Modellerde bağımlı ve bağımsız değişkenlerin maksimum gecikme uzunluğu 12 alınmış ve AIC bilgi kriterine uygun model belirlenmiştir. χ^2_{SER} Breusch-Godfrey LM otokorelasyon, χ^2_{HET} Breusch-Pagan değişen varyans, χ^2_{NORM} normal dağılım testlerini ve χ^2_{RAMSEY} model kurma hatası testi istatistiklerini, Cus ve Cus(kare) cusum ve cusum kare istikrar testlerini göstermektedir.

Yukarıdaki modellerde $lncp$ ile tüm tahminciler arasında uzun dönem eşbütünlük ilişkisine rastlandıktan sonra uzun dönem katsayıları incelendiğinde şu sonuçlara ulaşılmıştır: Model 6 ve Model 8’de dolar kurundaki ($Indol$) %1 artışın enflasyon ($lnep$) üzerinde uzun dönemde %0.81 ve %0.80 artışa neden olmaktadır ve katsayılar %1 düzeyde anlamlıdır. Model 7 ve Model 9’da Euro kurundaki ($lneuro$) %1 artış ise

enflasyon üzerinde sırasıyla %0.39 ve %0.37 artış sağlamaktadır ve elde edilen katsayılar istatistiksel olarak anlamlıdır. Bu sonuç Türkiye’de uzun dönemde dolar ve Euro’nun değer kaybetmesinin yurtdışı fiyatlar üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğunu, ancak modellerde tahmin ERPT katsayılarının (α_2) birden küçük olmasından dolayı kurun enflasyon üzerinde geçiş etkisinin eksik olduğunu göstermektedir. Elde edilen bu sonuçlara bağlı olarak ERPT’nin sifıra eşit ($\alpha_2=0$) olduğunu ileri süren yerel kur fiyatlaması (LCP) ve EPRT’nin 1’e eşit ($\alpha_2=1$) olduğunu ileri süren üretici kur fiyatlaması (PCP) varsayımları reddedilmiştir. Aynı zamanda kurdaki değer kayıplarının kısmen tüketici fiyatlarına yansıtılması, Türkiye’de rekabetçi bir piyasa yapısının eksikliğinden kaynaklanabilmektedir. Kurdaki değer kaybından dolayı kar marjlarını korumak isteyen üreticiler zayıf rekabet koşullarında maliyet artışlarının bir kısmını fiyatlara yansıtılabilmektedir. Bu sonuçlar Goldberg ve Knetter (1997)’in kur geçişkenliğinin 0 ile 1 arasında olduğuna yönelik görüşlerine, Altıntaş (2014) ve Karaoğlu ve Demirel (2021)’in Türkiye’de kur geçişkenliği çalışmasında elde ettiği sonuçlara uygunluk göstermektedir. İthalat fiyatları ($lnimp$) değişkeni katsayısı ise (petrol fiyatları ve global politika belirsizliğinin dikkate alınmadığı) Model 6 ve Model 7’de enflasyon ($lnep$) üzerinde anlamlı ve pozitif bir etki göstermekte ve ithalat fiyatlarındaki ($lnimp$) yüzde 1 artış sırasıyla, enflasyonu yüzde 0.43 ve yüzde 0.08 oranında artırmaktadır. İki modelde (Model 8 ve Model 9) çıktı açığı değişkeni (gap) ile petrol fiyatları değişkenlerinin enflasyon üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu görülmüştür. Çıktı açığındaki bir birim artış sırasıyla, enflasyonu % 0.48 ve % 0.28 birim artırırken, petrol fiyatlarındaki %1 artış ise enflasyonu sırasıyla, % 0.22 ve % 0.11 artırmaktadır. Model 9’da ise global politika belirsizliği ($lnepu$) değişkeninin enflasyon ($lnep$) üzerinde anlamlı ve pozitif etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmış ve global politika belirsizliğindeki %1 artış enflasyon üzerinde küçük de (% 0.05) olsa pozitif bir etkiye sahip olduğu görülmektedir.

2. Doğrusal Olmayan (NARDL) Modeli Tahmin Sonuçları

Yukarıdaki doğrusal ARDL modeli her ne kadar döviz kurlarıyla enflasyon arasında uzun dönem ilişkisini incelese de döviz kurlarının enflasyon üzerinde doğrusal olmayan ilişkilerini belirlemede yetersiz kalmakta ve asimetrik ilişkilerin tespit edilmesini sağlayamamaktadır. Aşağıda tahmin edilen Model 12, 13, 14 ve 15 nolu doğrusal olmayan ARDL (NARDL) modellerinde döviz kurlarının enflasyon üzerinde sadece kısa ve uzun dönemde etkileri belirlenmemekte, aynı zamanda döviz kuru ve enflasyon değişkenleri arasındaki asimetrik ilişkiler gösterilmektedir.

TABLO 6 | Asimetrik ARDL (NARDL) Model Tahmin Sonuçları

	Model 12 Seçilen Model:	Model 13 Seçilen Model:	Model 14 Seçilen Model:	Model 15 Seçilen Model:
	(11, 7, 1, 0, 0)	(7, 9, 3, 0, 0)	(12, 9, 9, 8, 8, 8)	(5, 10, 0, 4, 0, 0)
Panel A: Uzun Dönem Tahminler				
Değişken	Katsayı	Katsayı	Katsayı	Katsayı
Sabit	0.2072** (0.048)	0.9122*** (0.000)	1.009*** (0.000)	0.618*** (0.001)
$ln cp_{t-1}$	-0.0768*** (0.003)	-0.243*** (0.000)	-0.3053*** (0.000)	-0.1188*** (0.0093)
$ln dol_{t-1}^+$	0.0539*** (0.000)	-	0.1578*** (0.000)	-
$ln dol_{t-1}^-$	0.0448*** (0.000)	-	0.1541*** (0.000)	-
$ln euro_{t-1}^+$	-	0.0915*** (0.000)	-	0.0588*** (0.0008)
$ln euro_{t-1}^-$	-	0.0442** (0.007)	-	0.0053 (0.7123)
$ln imp_{t-1}$	0.0249*** (0.002)	0.0123* (0.062)	0.0398* (0.0615)	0.0411*** (0.0082)
$ln gap_{t-1}$	0.0133 (0.238)	0.0035 (0.762)	-0.0698** (0.0123)	0.0495*** (0.0057)
$ln op_{t-1}$	-	-	0.0213*** (0.0012)	0.0140** (0.0042)
$ln gepu_{t-1}$	-	-	-0.0080* (0.086)	-0.0014 (0.5761)

TABLO 6 (Devamı) | Asimetrik ARDL (NARDL) Model Tahmin Sonuçları

Panel B: Kısa Dönem Tahminler				
$\Delta \ln cp_{t-1}$	0.2008** (0.019)	0.4072*** (0.000)	0.0864 (0.341)	0.2304** (0.0044)
$\Delta \ln cp_{t-2}$	-0.3172*** (0.000)	-0.2344** (0.0101)	-0.3003*** (0.000)	-0.3141*** (0.0002)
$\ln cp_{t-3}$	0.1431* (0.091)	0.2530** (0.003)	0.1217 (0.177)	0.1788** (0.0213)
$\Delta \ln cp_{t-4}$	-0.3379*** (0.000)	-0.2347*** (0.006)	-0.3090*** (0.000)	-0.3179*** (0.000)
$\Delta \ln cp_{t-5}$	0.0541 (0.546)	0.0761 (0.351)	0.0025 (0.977)	-
$\Delta \ln cp_{t-6}$	-0.0131 (0.882)	0.1209 (0.131)	-0.0184 (0.833)	-
$\Delta \ln cp_{t-7}$	-0.0863 (0.275)	-	-0.0280 (0.745)	-
$\Delta \ln cp_{t-8}$	-0.1985** (0.011)	-	-0.1604* (0.0521)	-
$\Delta \ln cp_{t-9}$	-0.0523 (0.478)	-	-0.1316 (0.110)	-
$\Delta \ln cp_{t-10}$	-0.1481** (0.033)	-	-0.1487** (0.0371)	-
$\Delta \ln cp_{t-11}$	-	-	-0.1074 (0.136)	-
$\Delta \ln dolar_t^+$	0.0970*** (0.000)	-	0.1262*** (0.000)	-
$\Delta \ln dolar_{t-1}^+$	0.0216 (0.385)	-	-0.0088 (0.762)	-
$\Delta \ln dolar_{t-2}^+$	-0.0181 (0.471)	-	-0.0811** (0.0056)	-
$\Delta \ln dolar_{t-3}^+$	-0.0478** (0.0488)	-	-0.1520*** (0.000)	-
$\Delta \ln dolar_{t-4}^+$	0.0111 (0.646)	-	-0.0860** (0.0062)	-
$\Delta \ln dolar_{t-5}^+$	0.0207 (0.385)	-	-0.0306 (0.2285)	-
$\Delta \ln dolar_{t-6}^+$	-0.0787*** (0.001)	-	-0.1159*** (0.000)	-
$\Delta \ln dolar_{t-7}^+$	-	-	-0.0886*** (0.0024)	-
$\Delta \ln dolar_{t-8}^+$	-	-	-0.0921*** (0.000)	-
$\Delta \ln dolar_t^-$	-0.0250 (0.613)	-	-0.0457 (0.376)	-
$\Delta \ln dolar_{t-1}^-$	-	-	-0.2350*** (0.000)	-
$\Delta \ln dolar_{t-2}^-$	-	-	-0.1037* (0.0685)	-
$\Delta \ln dolar_{t-3}^-$	-	-	-0.0454 (0.330)	-
$\Delta \ln dolar_{t-4}^-$	-	-	0.0026 (0.955)	-
$\Delta \ln dolar_{t-5}^-$	-	-	-0.0845* (0.074)	-
$\Delta \ln dolar_{t-6}^-$	-	-	0.0096 (0.837)	-
$\Delta \ln dolar_{t-7}^-$	-	-	0.0518 (0.230)	-
$\ln dolar_{t-8}$	-	-	0.1140*** (0.008)	-
$\Delta \ln euro_t^+$	-	0.0936*** (0.002)	-	0.1193*** (0.000)
$\Delta \ln euro_{t-1}^+$	-	-0.0074 (0.799)	-	0.0239 (0.349)
$\Delta \ln euro_{t-2}^+$	-	-0.0167 (0.569)	-	0.0045 (0.7874)
$\Delta \ln euro_{t-3}^+$	-	-0.0794** (0.005)	-	-0.0512* (0.065)
$\Delta \ln euro_{t-4}^+$	-	-0.0299 (0.296)	-	0.0221 (0.421)
$\Delta \ln euro_{t-5}^+$	-	-0.0117 (0.667)	-	0.0209 (0.4476)
$\Delta \ln euro_{t-6}^+$	-	-0.0837** (0.002)	-	-0.0533** (0.0314)
$\Delta \ln euro_{t-7}^+$	-	0.0027 (0.916)	-	0.0219 (0.3874)
$\Delta \ln euro_{t-8}^+$	-	-0.0861*** (0.000)	-	-0.0619** (0.0139)
$\Delta \ln euro_{t-9}^+$	-	-	-	-0.03466 (0.1539)
$\Delta \ln euro_t^-$	-	0.0625 (0.123)	-	-
$\Delta \ln euro_{t-1}^-$	-	-0.0460** (0.028)	-	-

TABLO 6 (Devamı) | Asimetrik ARDL (NARDL) Model Tahmin Sonuçları

$\Delta \ln euro_{t-2}^-$	-	-0.0910 (0.112)	-	-
Δgap_t	-	-	-0.0161 (0.323)	0.0005 (0.9719)
Δgap_{t-1}	-	-	0.0477* (0.051)	-0.0427** (0.01482)
Δgap_{t-2}	-	-	0.0336 (0.140)	-0.0516*** (0.0014)
Δgap_{t-3}	-	-	0.0396* (0.068)	-0.097** (0.0500)
Δgap_{t-4}	-	-	0.0522** (0.014)	-
Δgap_{t-5}	-	-	0.0740* (0.089)	-
Δgap_{t-6}	-	-	0.0748 (0.224)	-
Δgap_{t-7}	-	-	0.0261 (0.134)	-
$\Delta \ln op_t$	-	-	0.0119* (0.089)	-
$\Delta \ln op_{t-1}$	-	-	-0.0098 (0.222)	-
$\Delta \ln op_{t-2}$	-	-	-0.0115 (0.134)	-
$\Delta \ln op_{t-3}$	-	-	-0.0131* (0.0825)	-
$\Delta \ln op_{t-4}$	-	-	-0.0086 (0.244)	-
$\Delta \ln op_{t-5}$	-	-	-0.0059 (0.402)	-
$\Delta \ln op_{t-6}$	-	-	-0.0165** (0.022)	-
$\Delta \ln op_{t-7}$	-	-	-0.0159** (0.0354)	-
$\Delta \ln epu_t$	-	-	-0.0024 (0.453)	-
$\Delta \ln epu_{t-1}$	-	-	0.0049 (0.253)	-
$\Delta \ln epu_{t-2}$	-	-	0.0044 (0.3008)	-
$\Delta \ln epu_{t-3}$	-	-	0.0120 (0.0044)	-
$\Delta \ln epu_{t-4}$	-	-	0.0193 (0.000)	-
$\Delta \ln epu_{t-5}$	-	-	0.0129 (0.0013)	-
$\Delta \ln epu_{t-6}$	-	-	0.0110 (0.0034)	-
$\Delta \ln epu_{t-7}$	-	-	0.0089 (0.371)	-

Panel C. Uzun Dönem Katsayılar

Değişkenler	Katsayı	Katsayı	Katsayı	Katsayı
$\ln dolar_t^+$	0.7185*** (0.000)	-	0.5170*** (0.000)	-
$\ln dolar_t^-$	0.4565** (0.023)	-	0.5049*** (0.000)	-
$\ln euro_t^+$	-	0.3754*** (0.000)	-	0.4950*** (0.000)
$\ln euro_t^-$	-	0.1813** (0.0293)	-	0.0451 (0.734)
$\ln imp_t$	0.1723** (0.0216)	0.0503* (0.059)	0.1302** (0.050)	0.3462* (0.0713)
gap_t	0.7616 (0.263)	0.0145 (0.764)	-0.2285*** (0.006)	0.4172** (0.0443)
$\ln op_t$	-	-	0.0699** (0.0054)	0.1181* (0.0581)
$\ln epu_t$	-	-	-0.0262** (0.064)	-0.00124 (0.5465)

Panel D. Asimetri Test Sonuçları Test (Wald Test F-istatistiği)

Uzun Dönem Asimetri (W_{u})	20.658*** (0.000)	19.1590*** (0.000)	13.3516*** (0.000)	25.567*** (0.000)
Kısa Dönem Asimetri (W_{s})	16.461 (0.2026)	17.3518*** (0.000)	5.4033** (0.0222)	-

TABLO 6 (Devamı) | Asimetrik ARDL (NARDL) Model Tahmin Sonuçları

Panel E. Diagnostik Testler				
F_{PSS}	8.215***	7.322***	9.635***	5.284***
EC_{t-1}	-0.0767***	-0.2437***	-0.3052***	-0.1188***
Cusum Test	İstikrarlı	İstikrarlı	İstikrarlı	İstikrarlı
Cusum Kare	İstikrarlı	İstikrarlı	İstikrarlı	İstikrarlı
χ^2_{NORM}	18.351*** (0.000)	10.240*** (0.0059)	12.034*** (0.0024)	17.593*** (0.0005)
χ^2_{SC}	0.3534 (0.838)	2.401 (0.301)	4.191 (0.123)	21.983 (0.3332)
χ^2_{Reset}	10.872 (0.5228)	10.717 (0.3024)	2.071 (0.107)	21.929 (0.154)
χ^2_{Het}	1.369 (0.168)	0.4407 (0.506)	53.521 (0.769)	27.912 (0.3628)

Not: ***, ** ve * sırasıyla %1, %5 ve %10 düzeyde istatistiksel anlamlılığı göstermektedir Parantez içindeki değerler p-olasılık değerleridir "+" ve "-" sırasıyla döviz kurlarına ($Indol$ ve $Ineuro$) ilişkin değişimlerin pozitif (değer kaybı) ve negatif (değer artışı) kısmı toplamlarını, ($Indol$ ve $Ineuro$) pozitif ve negatif ($Indol$ ve $Ineuro$) şoklara ilişkin tahmin edilen uzun dönem katsayılarını, W_{LR} ve W_{SR} döviz kuru değişimlerinin uzun dönem simetriye ilişkin Wald testi sonuçlarını, Δ birinci fark operatörünü, F_{PSS} F-istatistiğini göstermektedir. Kritik değerler Pesaran ve diğerleri (2001)'nden elde edilmiş ve karşılaştırılmıştır. χ^2_{NORM} , χ^2_{SC} , χ^2_{Reset} ve χ^2_{Het} sırasıyla Breusch-Godfrey LM otokorelasyon, Breusch-Pagan değişen varyans, normal dağılım testlerini ve model kurma hatası testi istatistiklerini, Cus ve Cus(kare) cusum ve cusum kare istikrar testlerini göstermektedir. NARDL Modelinde T=162 gözlem k=4 için alt kritik I(0) ve üst kritik değerler I(1): %1 için 3.602-4.787, %5 için -2.688-3.698, %10 için 2.303-3.222'dir. T=161 gözlem ve k=6 için alt kritik I(0) ve üst kritik değerler I(1): %1 için 4.5-3.97, %5 için 3.077-4.284, %10 için 2.657-3.776'dır. Modellerde maksimum gecikme 12 alınmış ve AIC bilgi kriterine göre en uygun gecikme uzunlukları belirlenmiştir.

Tablo 6'da uzun dönem döviz kurlarına (dolar ve Euro) şoklarına (W_{LR}) ilişkin Wald testi istatistikleri incelendiğinde, uzun dönem simetriye ilişkin Wald testi (W_{SR}) sonuçlarının anlamlı olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar, uzun dönemde dolar ve Euro kuru şokları ile enflasyon arasında uzun dönemde simetrik bir ilişki vardır" şeklinde kurulan hipotezin reddedilmesini ve dolayısıyla döviz kurları şoklarıyla enflasyon arasında asimetrik ilişkinin uzun dönemde varlığını kabul edilmesini sağlamaktadır. Kısa dönem asimetri sonuçları incelendiğinde Model 13 ve 14'de döviz kuru şoklarına ilişkin kısa dönem Wald istatistiği (W_{SR}) sonucunun anlamlı olduğu ve döviz kuru şoklarıyla enflasyon arasında asimetrik ilişkinin bulunduğunu göstermektedir.

Tablo 6'da Panel A sonuçları döviz kurlarının pozitif ve negatif şoklarının yanında enflasyonun diğer belirleyicilerinin enflasyon üzerine uzun dönem (bir gecikmeli değerinin) asimetrik etkileri göstermektedir. İlk bakışta geçmiş enflasyonun cari enflasyonu negatif ve anlamlı etkilediği görülmektedir. Pozitif dolar ve pozitif Euro kuru şokların (kurdaki değer kaybı) enflasyonu pozitif etkilediği, negatif dolar ve Euro kurundaki artışların (kurdaki değer artışı) ise enflasyon üzerinde negatif etkiye sahip olduğu görülmektedir. Ancak pozitif dolar ve Euro kuru şok katsayılarının (sırasıyla, 0.053 ve 0.091), negatif dolar ve Euro şokları katsayılarından (sırasıyla, 0.044 ve 0.042) büyük olması, uzun dönemde pozitif kur artışlarının enflasyon üzerinde daha büyük etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Tüm modellerde ithalat fiyatlarının enflasyon üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye, çıktı açığının iki modelde anlamsız bir modelde (Model 14) negatif, bir modelde (Model 15) ise enflasyon üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Petrol fiyatlarının enflasyon üzerine pozitif etkiye sahip olduğu Model 14 ve Model 15'de elde edilmiştir. Global politika belirsizliğinin enflasyon üzerine pozitif ve anlamlı etkiye sahip olduğu sonucuna Model 14'de rastlanmıştır. Panel B'de ise enflasyon ile pozitif ve negatif döviz kuru şokları ve enflasyonun diğer belirleyicileri arasındaki kısa dönem tahmin sonuçları gösterilmektedir.

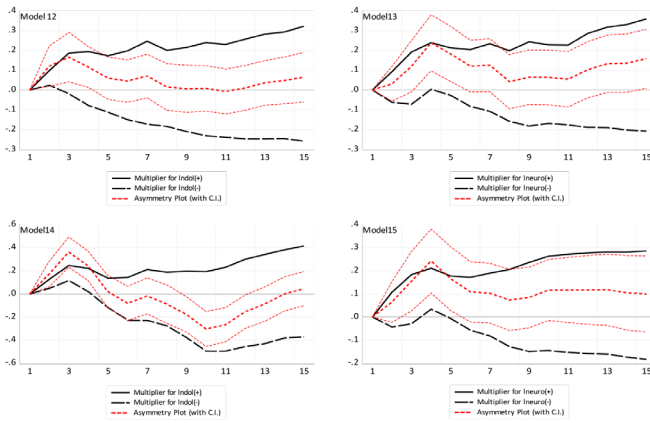
Tablo 6 Panel C'de NARDL modeli tahmin sonuçlarında değişkenlerin enflasyon üzerinde uzun dönem etkileri gösterilmektedir. Hem dolar kurunda hem de Euro kurundaki pozitif ve negatif şokların enflasyon üzerine geçiş etkisi genel olarak anlamlı ve pozitif bulunmuştur. Dolar kurundaki pozitif şokların ($Indol^+$) enflasyon üzerine geçiş etkisi sırasıyla, 0.718 ve 0.517'dir ve pozitif dolar kurunda %1 artış (TL'nin değer kaybetmesi) enflasyon üzerinde % 0.517 ile % 0.718 değer artışına yol açmaktadır. Dolar kurundaki negatif şokların ($Indol^-$) enflasyon üzerine geçiş etkisi 0.456 ve 0.504'dir ve negatif dolar kurundaki %1 artış (TL'nin değer kazanması) enflasyonda % 0.456 ile % 0.504 değer azalışına neden olmaktadır. Euro kurundaki pozitif şokların ($Ineuro^+$) enflasyon üzerine geçiş etkisi ise 0.375 ve 0.495'dir ve negatif Euro

şokların ($Ineuro^-$) enflasyon üzerine geçiş etkisi ise % 0.181 olarak tahmin edilmiştir. Pozitif Euro şokundaki %1 artış enflasyonda % 0.375 ile % 0.495 arasında değer artışına, negatif Euro şokundaki %1 artış ise enflasyon üzerinde % 0.181 azalışa neden olmaktadır. Hem pozitif dolar kurunun hem de pozitif Euro kurunun enflasyon üzerine geçiş etkisi, negatif dolar kurunun ve negatif Euro kurunun enflasyon üzerine azaltıcı etkisinden daha büyüktür ($Indol^+ > Indol^-$; $Ineuro^+ > Ineuro^-$). Türkiye'de ithal ara malı ve hammaddenin ithalattaki payı oldukça yüksek (%88)' olduğu dikkate alındığında, firmaların TL'nin dolar ve Euro karşısında değer kaybetmesiyle ithal girdiler daha pahalalanacak ve ihracatının maliyetleri artacaktır. İhracatçı firmanın kur artışlarını fiyatlarına yansıtmasıyla yurtiçi fiyatlar artacaktır. Ancak kur değişkenliğinin eksik olması, firmalarının piyasa paylarını koruma ve kar marjlarını artırma arasında seçim yapma stratejisinden kaynaklanabilir. Bu sonuçlar dolar ve Euro karşısında TL'deki değer kayıplarının enflasyon üzerine artış etkisinin TL'deki değer artışlarının enflasyon üzerine azaltıcı etkisinden daha büyük olduğunu göstermiştir. Bu sonuçlar Türkiye'de piyasa gücüne sahip firmaların zayıf rekabetçi piyasa koşullarında kar elde etmek amacıyla asimetrik döviz kuru geçişkenliğinden yararlandığını göstermektedir. Elde edilen bulgularımız Kassi, Rathnayake ve diğerleri (2019)'nin 40 Sahra altı Afrika ülkeleri için elde ettiği sonuçlara uygunluk gösterse de, Taylor, (2000)'ün düşük ERPT'nin, üreticilerin fiyatlandırma gücünü azaltan düşük enflasyon ortamıyla pozitif ilişkili olduğu hipoteziyle de çelişmektedir. Doğrusal ARDL modelinde döviz kuru şoklarının büyüklüğü, asimetrik NARDL modelinde elde edilen pozitif döviz kuru şoklarından daha büyüktür. İthalat fiyatlarının enflasyon üzerine geçiş etkisi tüm modellerde pozitif ve anlamlı bulunmuştur. İthalat fiyatlarındaki ($lnimp_t$) %1 artış, tahmin edilen Denklem 12-15'de sırasıyla, % 0.12, % 0.05, % 0.130 ve % 0.346 artışa neden olmaktadır. Bu sonuç yurtdışı maliyet koşullarını temsil eden ara malı ve sermaye mallarının fiyatlarındaki artışın maliyet kanalıyla yurtiçi fiyatlara yansıdığını göstermektedir. Çıktı açığının (gap_t) enflasyon üzerine etkisi karma sonuç vermiş, iki modelde katsayı anlamsız bulunurken bir modelde (model 14) anlamlı ve pozitif, bir modelde (Model 15) negatif ve anlamlı bulunmuştur. Global politika belirsizliğinin ($lnepu_t$) enflasyon üzerine etkisi ise sadece bir modelde (model 14) negatif ve anlamlı bulunmuştur. Bu sonuç Anderl ve Caporale (2023b)'nin global politika belirsizliğinin enflasyonun önemli belirleyicilerinden biri olduğu ve pozitif şokların enflasyon üzerinde azaltıcı etkiye sahip olduğu şeklinde sonuçlarla tutarlıdır.

Aşağıda Grafik 2'de NARDL modelinde döviz kuru (dolar ve Euro) şokları ile enflasyon arasında asimetrik ilişkiler, dinamik çarpan grafikleri ile gösterilmektedir. Bu grafikler Model 12, 13, 14 ve 15 nolu NARDL tahminlerinden elde edilmektedir. Grafiklerde döviz kuru şoklarına ilişki bir birim pozitif ve negatif şokundan sonra kısa ve uzun dönemde enflasyonun asimetrik tepkisi ölçülmektedir. Pozitif döviz kuru şokları TL'nin değer kaybını (depreciation) gösterirken, negatif döviz kuru şokları ise TL'nin değer kazandığını (appreciation) göstermektedir. Sürekli kalın siyah eğriler pozitif dolar ve Euro döviz kuru şoklarına ilişkin bir birim şok artışı karşısında enflasyonun tepkisini, siyah noktalı kesik çizgili eğriler ise negatif dolar ve Euro döviz kurunun bir birim şok karşısında enflasyonun tepkisini göstermektedir. Noktalı kalın kırmızı eğri, asimetri eğrisi olup kırmızı ince noktalarla gösterilen %95 üst ve alt güven aralığı sınırları içerisinde yer almaktadır. Dolar ve Euro şoku asimetri eğrilerinin tüm dönem boyunca %95 güven aralığı sınırları içinde olması, uzun dönemde dolar ve Euro şoklarının enflasyon üzerinde anlamlı etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar tahmin ettiğimiz NARDL modellerindeki kısa ve uzun dönemde tahmin sonuçlarını desteklemektedir. Grafiklerde pozitif dolar ve Euro şoklarının enflasyon üzerine etkisi uzun ve kısa dönemde artıcı, negatif dolar ve Euro şoklarının enflasyon üzerine etkisi azaltıcı yönde olduğu gözlemlenmiştir. Ancak pozitif ve negatif döviz kurlarına enflasyonun tepkisi incelendiğinde, pozitif döviz kuru şoklarının negatif döviz kuru şoklarına göre daha büyük olduğu görülmektedir. Grafiklerde elde ettiğimiz tüm sonuçların NARDL modellerinde tahmin ettiğimiz sonuçları doğruladığını söyleyebiliriz.

<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Dis-Ticaret-Istatistikleri-Aralik-2020-37412>

GRAFİK 2 | Asimetrik ARDL Dinamik Çarpan Etki Grafikleri



SONUÇ

Döviz kurunun tüketici fiyatlarına geçişkenliği (ERPT), özellikle küçük açık ekonomilerde para politikası açısından çok önemli bir konudur. Enflasyon dinamiklerinin yönetilmesinde ve enflasyon hedefine ulaşılmasında para politikalarının etkinliği açısından geçişkenliğin derecesi büyük önem taşırken, yüksek geçişkenlik fiyat istikrarı açısından büyük bir engeldir. Bu nedenle geçişin büyüklüğünü doğru bir şekilde tahmin etmek ve olası belirleyicilerini araştırmak MB'larının fiyat istikrarını sürdürmek ve dış dengesizliklerinin analizi açısından son derece önemlidir. Döviz kurunun fiyatlar üzerindeki etkilerinin göz ardı edilmesi, para politikalarının etkilerini önemli ölçüde bozarak etkisiz hale getirebilmektedir. Uygulamalarda ise EPRT derecesinin simetrik olduğu kabul edilse de döviz kurlarındaki değişimin (değer kaybı ve değerlenme) fiyatlar üzerine farklı büyüklükte bir fiyat tepkisine yol açacağı vurgulanmaktadır.

Bu çalışma Türkiye'de 2007 Ocak ve 2021 Mayıs dönemi için ARDL ve NARDL modeliyle Türkiye'de döviz kurunun (dolar ve Euro) tüketici fiyatları üzerine etkisini incelemektedir. ARDL modeli sonuçlarında dolar kurundaki %1 artışın uzun dönemde enflasyonda %0.80 artışa ve Euro kurundaki %1 artış ise enflasyon üzerinde sırasıyla % 0.30'un üzerinde artışa neden olmaktadır. Bu sonuç Türkiye'de yurtiçi fiyatların TL'nin dolar ve Euro karşısında değer kaybetmesine uzun dönemde anlamlı ve pozitif tepki verdiğini, ancak EPRT katsayılarının 1'den küçük olmasından dolayı geçiş etkisinin eksik olduğunu göstermektedir. NARDL modeli sonuçlarında kısa ve uzun dönemde dolar ve Euro'nun enflasyon üzerinde asimetrik ilişki içinde olduğu görülmüştür. NARDL model sonuçlarında uzun dönemde dolar kurundaki pozitif şokların enflasyon üzerine geçiş etkisi 0.718 ve 0.517'dir ve pozitif dolar kurunda %1 artış, enflasyon üzerinde % 0.517 ile % 0.718 değer artışına yol açmaktadır. Dolar kurundaki negatif şokların enflasyon üzerine geçiş etkisi 0.456 ve 0.504'dür ve dolar kurundaki %1 negatif artış, enflasyonda % 0.456 ile % 0.504 azalışına neden olmaktadır. Euro kurundaki pozitif şokların ($Ineuro^+$) enflasyon üzerine geçiş etkisi ise 0.375 ve 0.495'dir ve negatif Euro şoklarının ($Ineuro^-$) enflasyon üzerine geçiş etkisi ise %0.181 olarak tahmin edilmiştir. Euro'nun TL karşısında değer kazanması durumunda oluşan %1 artış şoku enflasyonda % 0.375 ile % 0.495 artışa yol açarken, negatif Euro şokundaki %1 artış ise enflasyon üzerinde % 0.181 azalışa neden olmaktadır. Bu sonuçlar hem pozitif dolar kurunun hem de pozitif Euro kurunun (depreciation) enflasyon üzerine geçiş etkisinin, negatif dolar kurunun ve negatif Euro kurunun (appreciation) enflasyon üzerine azaltıcı etkisinden daha büyük olduğunu göstermektedir ($Indol^+ > Indol^-$; $Ineuro^+ > Ineuro^-$). Türkiye'de ithal ara malı ve hammaddenin ithalattaki payı %88 gibi çok yüksek bir para sahip olduğu dikkate alındığında, firmaların TL'nin dolar ve Euro karşısında değer kaybetmesiyle üretimde kullandığı ithal girdileri daha pahalalanacak ve ihracatçının maliyetleri artacaktır. İhracatçı firmanın kur artışlarını fiyatlarına yansıtmasıyla yurtiçi fiyatlar artacaktır. Ancak kur değişkenliğinin eksik olması, firmalarının piyasa paylarını koruma ve kar marjlarını artırma arasında seçim yapma stratejisinden kaynaklanabildiği söylenebilir. Diğer taraftan TL'deki değer kayıplarının yaşandığı dönemlerde ERPT'nin etkisinin TL'nin değer kazandığı dönemlere göre enflasyon üzerinde

daha büyük olması, Türkiye'de piyasa gücüne sahip firmaların zayıf rekabetçi piyasa koşullarında kar elde etmek amacıyla asimetrik döviz kuru geçişkenliğinden yararlandığını göstermektedir. Ancak yurtiçi fiyatların döviz kurundaki artışa endekslenmesi ve böylece yurtiçi fiyatların artmasına yönelik bir tepkinin ortaya çıkarmasıyla tüketici refahı azalabilecek, enflasyon hedeflemesi sapabilecek ve rekabetçi para ve kur politikasını engellenecektir. Ayrıca model sonuçlarında ithalat ve petrol fiyatlarındaki artışların Türkiye'de enflasyonu artırdığı ve fiyat istikrarı için önemli risk faktörleri oldukları görülmüştür. Sonuç olarak Türkiye'de incelenen dönemde her ne kadar enflasyon odaklı para politikası uygulansa da kurun enflasyon üzerine geçişkenliği azalmamış ve kurların yurt içi enflasyonu şekillendirmedeki rolü ve etkisi güçlü bir şekilde varlığını hissettirmiştir. Bu nedenle yüksek ERPT'nin enflasyon üzerine geçiş etkisini azaltmak amacıyla enflasyon hedefleme stratejisini azaltacak ve MB bağımsızlığına zarar verecek politika uygulamalarından kaçınılmalı ve para otoritesine enflasyonu tahmin etme ve ekonomide döviz kuru şoklarının etkilerini azaltma fırsatı sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- [1] Adeosun, O. A., Tabash, M. I., Vo, X. V. ve Anagreh, S. (2022). *Uncertainty measures and inflation dynamics in selected global players: a wavelet approach*. *Quality and Quantity*. Springer Netherlands. doi:10.1007/s11135-022-01513-7
- [2] Aleem, A. ve Lahiani, A. (2014). A threshold vector autoregression model of exchange rate pass-through in Mexico. *Research in International Business and Finance*, 30(1), 24–33. doi:10.1016/j.ribaf.2013.05.001
- [3] Alsamara, M., Mrabet, Z. ve Hatemi-J, A. (2020). Pass-through of import cost into consumer prices and inflation in GCC countries: Evidence from a nonlinear autoregressive distributed lags model. *International Review of Economics & Finance*, 70, 89–101. doi:10.1016/J.IREF.2020.07.009.
- [4] Altıntaş, H. (2014). Türkiye'de Döviz Kurunun Enflasyon Üzerine Geçiş Etkisinin Ekonometrik Analizi: 1987 - 2011. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33(1), 163–201.
- [5] Altıntaş, H. (2022). Petrol Fiyatı Şoklarının BİST100 Getiri Endeksi Üzerine Kısa ve Uzun Dönem Asimetrik Etkisi: NARDL Yaklaşımından Kanıtlar. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (62), 25–55. doi:10.18070/erciyesiidb.1067906.
- [6] Anderl, C. ve Caporale, G. M. (2023a). Nonlinearities in the exchange rate pass-through: The role of inflation expectations. *International Economics*. doi:10.1016/J.INTECO.2022.10.003.
- [7] Anderl, C. ve Caporale, G. M. (2023b). *Asymmetries, uncertainty and inflation: evidence from developed and emerging economies*. *Journal of Economics and Finance*. Springer US. doi:10.1007/s12197-023-09639-6.
- [8] Baharumshah, A. Z., Sirag, A. ve Soon, S. V. (2017). Asymmetric exchange rate pass-through in an emerging market economy: The case of Mexico. *Research in International Business and Finance*, 41(April), 247–259. doi:10.1016/j.ribaf.2017.04.034.
- [9] Baharumshah, A. Z., Soon, S. V. ve Wohar, M. E. (2017). Markov-switching analysis of exchange rate pass-through: Perspective from Asian countries. *International Review of Economics & Finance*, 51, 245–257. doi:10.1016/J.IREF.2017.05.009.
- [10] Bahmani-Oskoei, M., Halicioğlu, F. ve Mohammadian, A. (2018). On the asymmetric effects of exchange rate changes on domestic production in Turkey. *Economic Change and Restructuring*, 51(2), 97–112. doi:10.1007/S10644-017-9201-X.
- [11] Baker, S. R., Bloom, N., Davis, S. J., Dashkeyev, V., Deriy, O., Dinh, E., ... Takeda, N. (2016). Measuring Economic Policy Uncertainty. *Quarterly Journal of Economics*, 131(November), 1593–1636. doi:10.1093/qje/qjw024.Advance.
- [12] Balçılar, M., Usman, O. ve Agbede, E. A. (2019). Revisiting the Exchange Rate Pass-Through to Inflation in Africa's Two Largest Economies: Nigeria and South Africa. *African Development Review*, 31(2), 245–257. doi:10.1111/1467-8268.12381
- [13] Ben Cheikh, N., Ben Zaied, Y. ve Ben Ameer, H. (2023). Recent developments in exchange rate pass-through: What have we learned from uncertain times? *Journal of International Money and Finance*, 131, 102805. doi:10.1016/J.JIMONFIN.2023.102805.
- [14] Brock, W. A., Dechert, W. D. ve Scheinkman, J. A. (1987). *A Test for Independence Based on the Correlation Dimension* (C. 0). doi:10.1007/978-3-319-90047-6_5.
- [15] Brun-Aguerre, R., Fuertes, A. M. ve Greenwood-Nimmo, M. (2017). Heads I win; tails you lose: asymmetry in exchange rate pass-through into import prices. *Journal of the Royal Statistical Society. Series A: Statistics in Society*, 180(2), 587–612. doi:10.1111/rssa.12213.
- [16] Bussiere, M. (2013). Exchange rate pass-through to trade prices: The role of nonlinearities and asymmetries. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 75(5), 731–758. doi:10.1111/J.1468-0084.2012.00711.X.
- [17] Campa, J. M. ve Goldberg, L. S. (2002). Nber Working Paper Series Exchange Rate Pass-Through Into Import Prices: a Macro or Micro Phenomenon? <http://www.nber.org/papers/w8934> adresinden erişildi.
- [18] Caselli, F. G. ve Roitman, A. (2019). Nonlinear exchange-rate pass-through in emerging markets. *International Finance*, 22(3), 279–306. doi:10.1111/inf.12344.
- [19] Choudhri, E. U. ve Hakura, D. S. (2006). Exchange rate pass-through to domestic prices: Does the inflationary environment matter? *Journal of International Money and Finance*, 25(4), 614–639. doi:10.1016/j.jimonfin.2005.11.009.

- [20] Corrêa, W. L. R. ve Lopes, L. S. (2023). Monetary policy transmission, productive activity, and inflation in Brazil: Does uncertainty matter? *The Journal of Economic Asymmetries*, 27, e00285. doi:10.1016/J.JECA.2022.E00285.
- [21] de Mendonça, H. F. ve Tiberio, B. P. (2017). Effect of credibility and exchange rate pass-through on inflation: An assessment for developing countries. *International Review of Economics & Finance*, 50, 196–244. doi:10.1016/J.IREF.2017.03.027
- [22] Delatte, A. L. ve López-Villavicencio, A. (2012). Asymmetric exchange rate pass-through: Evidence from major countries. *Journal of Macroeconomics*, 34(3), 833–844. doi:10.1016/J.JMACRO.2012.03.003.
- [23] Deluna, R. S., Loanzon, J. I. V. ve Tatlonghari, V. M. (2021). A nonlinear ARDL model of inflation dynamics in the Philippine economy. *Journal of Asian Economics*, 76, 101372. doi:10.1016/J.ASIECO.2021.101372.
- [24] Devereux, M. B. ve Yetman, J. (2021). Hong Kong Institute for Monetary Research Price Setting and Exchange Rate Pass-Through: Theory and Evidence, (22). <http://ssrn.com/abstract=1009466> <http://www.hkimr.org> adresinden erişildi.
- [25] Dickey, D. A. ve Fuller, W. A. (1979). Distribution of the Estimators for Autoregressive Time Series With a Unit Root. *Journal of the American Statistical Association*, 74(366), 427–431. doi:10.1080/01621459.1979.10482531
- [26] Dornbusch, R. (1985). Exchange Rates And Prices. *NBER Working Paper Series*, (December).
- [27] Edwards, S. ve Cabezas, L. (2022). Exchange Rate Pass-Through, Monetary Policy, and Real Exchange Rates: Iceland and the 2008 Crisis. *Open Economies Review*, 33(2), 197–230. doi:10.1007/S11079-021-09627-5.
- [28] El bejaoui, H. J. (2013). Asymmetric effects of exchange rate variations: An empirical analysis for four advanced countries. *International Economics*, 135–136, 29–46. doi:10.1016/J.INTECO.2013.10.001.
- [29] Engle, R. F. (1982). Autoregressive Conditional Heteroscedasticity with Estimates of the Variance of United Kingdom Inflation. *Econometrica*, 50(4), 987–1007.
- [30] Engle, R. F., Granger, C. W. J., Engle, B. Y. R. F. ve Granger, C. W. J. (1987). Co-Integration and Error Correction: Representation, Estimation, and Testing, 55(2), 251–276.
- [31] Ghosh, A. (2013). Exchange rate pass through, macro fundamentals and regime choice in Latin America. *Journal of Macroeconomics*, 35(1), 163–171. doi:10.1016/J.JMACRO.2012.09.001
- [32] Goldberg, P. K. (1995). Product Differentiation and Oligopoly in International Markets: The Case of the U.S. Automobile Industry. *Econometrica*, 63(4), 891–951.
- [33] Goldberg, P. K. ve Knetter, M. M. (1997). Goods Prices and Exchange Rates: What Have We Learned? *Journal of Economic Literature*, 35(3), 1243–1272.
- [34] Güney, S., Riquelme, A. ve Goodwin, B. (2023). An Analysis of the Pass-Through of Exchange Rates in Forest Product Markets. *Agriculture*, 13(3), 515. doi:10.3390/AGRICULTURE13030515
- [35] Hodrick, R. J. ve Prescott, E. C. (1997). Postwar U.S. Business Cycles: An Empirical Investigation, 29(1), 1–16.
- [36] Ihrig, J. E., Marazzi, M. ve Othenberg, A. D. R. (2006). Exchange-Rate Pass-Through in the G-7 countries. *Board of Governors of the Federal Reserve System International Finance Discussion Papers*, (85).
- [37] Ito, T. ve Sato, K. (2008). Exchange rate changes and inflation in post-crisis Asian economies: Vector autoregression analysis of the exchange rate pass-through. *Journal of Money, Credit and Banking*, 40(7), 1407–1438. doi:10.1111/J.1538-4616.2008.00165.X
- [38] Jašová, M., Moessner, R. ve Takáts, E. (2020). Domestic and global output gaps as inflation drivers: What does the Phillips curve tell? *Economic Modelling*, 87, 238–253. doi:10.1016/J.ECONMOD.2019.07.025
- [39] Jiang, J. ve Kim, D. (2013). Exchange rate pass-through to inflation in China. *Economic Modelling*, 33, 900–912. doi:10.1016/J.ECONMOD.2013.05.021
- [40] Johansen, S. (1988). Statistical analysis of cointegration vectors. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 12(2–3), 231–254. doi:10.1016/0165-1889(88)90041-3
- [41] Johansen, S. ve Juselius, K. (1990). Maximum Likelihood Estimation and Inference on Cointegration — With Applications To the Demand for Money. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 52(2), 169–210. doi:10.1111/j.1468-0084.1990.mp52002003.x
- [42] Junttila, J. ve Korhonen, M. (2012). The role of inflation regime in the exchange rate pass-through to import prices. *International Review of Economics and Finance*, 24, 88–96. doi:10.1016/j.iref.2012.01.005.
- [43] Kadiyali, V. (1997). Exchange rate pass-through for strategic pricing and advertising: An empirical analysis of the U.S. photographic film industry. *Journal of International Economics*, 43(3–4), 437–461. doi:10.1016/S0022-1996(97)00008-1.
- [44] Kara, H. ve Ögünç, F. (2011). *Döviz Kuru ve İthalat Fiyatlarının Enflasyona Etkisi. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Ekonomi Notları*. <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/66502977-a6cb-430b-927d-12737706c5ad/EN1114eng.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-66502977-a6cb-430b-927d-12737706c5ad-m3fw4-B> adresinden erişildi.
- [45] Kara, H. ve Ögünç, F. (2008). Inflation targeting and exchange rate pass-through: The Turkish experience. *Emerging Markets Finance and Trade*, 44(6), 52–66. doi:10.2753/REE1540-496X440604
- [46] Karabacak, M. (2023). Türkiye’de Enflasyonun Dinamikleri ve Döviz Kurunun Yurtiçi Fiyatlara Geçiş Etkisi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 18(1). doi:10.17153/oguibf.1255298
- [47] Karaoğlu, N. ve Demirel, B. (2021). Asymmetric Exchange Rate Pass-Through into Inflation in Turkey: A NARDL Approach. *Fiscaeconomia*, 5(3), 845–861. doi:10.25295/fsecon.925369
- [48] Karaoğlu, N. ve Kılıçkaplan, S. (2018). Döviz Kurunun Yurt İçi Fiyatlara Geçiş Etkisinin Yumuşak Geçişli Regresyon Modeliyle Tahmini. *Bulletin of Economic Theory and Analysis*, 3(3), 195–215. doi:10.25229/beta.465635
- [49] Kassi, D. F., Rathnayake, D. N., Edjoukou, A. J. R., Gngainoin, Y. T., Louembe, P. A., Ding, N. ve Sun, G. (2019). Asymmetry in exchange rate pass-through to consumer prices: New perspective from sub-Saharan African countries. *Economies*, 7(1). doi:10.3390/economies7010005
- [50] Kassi, D. F., Sun, G., Ding, N., Rathnayake, D. N. ve Assamoi, G. R. (2019). Asymmetry in exchange rate pass-through to consumer prices: Evidence from emerging and developing Asian countries. *Economic Analysis and Policy*, 62. doi:10.1016/j.eap.2018.09.013
- [51] Kotil, E. (2020). Exchange Rate Pass-Through Investigation for Turkish Economy. *Frontiers in Applied Mathematics and Statistics*, 5(January), 1–6. doi:10.3389/fams.2019.00066
- [52] Krugman, P. (1987). Pricing To Market When The Exchange Rate Changes. *NBER WORKING PAPER SERIES*, 9(6), 123–128.
- [53] Lee, J. ve Strazicich, M. C. (2003). Minimum Lagrange Multiplier Unit Root Test with Two Structural Breaks. *The Review of Economics and Statistics*, 85(4), 1082–1089.
- [54] Lin, P. C. ve Wu, C. S. (2012). Exchange rate pass-through in deflation: The case of Taiwan. *International Review of Economics & Finance*, 22(1), 101–111. doi:10.1016/J.IREF.2011.10.010.
- [55] Long, S. ve Zhang, R. (2022). The asymmetric effects of international oil prices, oil price uncertainty and income on urban residents’ consumption in China. *Economic Analysis and Policy*, 74, 789–805. doi:10.1016/j.eap.2022.04.008
- [56] Łyziak, T. (2019). Do global output gaps help forecast domestic inflation? Evidence from Phillips curves for Poland. *International Journal of Forecasting*, 35(3), 1032–1041. doi:10.1016/J.IJFORECAST.2019.03.006.
- [57] Osbat, C., Sun, Y. ve Wagner, M. (2021). Sectoral exchange rate pass-through in the Euro Area, 2021(2634).
- [58] Ozkan, I. ve Erden, L. (2015). Time-varying nature and macroeconomic determinants of exchange rate pass-through. *International Review of Economics and Finance*, 38. doi:10.1016/j.iref.2015.01.007.
- [59] Patnaik, I., Shah, A. ve Bhattacharya, R. (2011). Monetary Policy Transmission in an Emerging Market Setting. *IMF Working Papers*, 11(5), 1. doi:10.5089/9781455211838.001.
- [60] Pesaran, M. H. ve Shin, Y. (1998). An Autoregressive Distributed-Lag Modelling Approach to Cointegration Analysis. *Econometrics and Economic Theory in the 20th Century*, 371–413. doi:10.1017/ccol521633230.011
- [61] Pesaran, M. H., Shin, Y. ve Smith, R. J. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of Applied Econometrics*, 16(3), 289–326. doi:10.1002/jae.616
- [62] Pham, T. A. T., Nguyen, T. T., Nasir, M. A. ve Duc Huynh, T. L. (2023). Exchange rate pass-through: A comparative analysis of inflation targeting & non-targeting ASEAN-5 countries. *Quarterly Review of Economics and Finance*, 87, 158–167. doi:10.1016/j.qref.2020.07.010
- [63] Phillips, P. ve Perron, P. (1988). Testing for a Unit Root in Time Series Regression. *Biometrika* 75(2), 335–346.
- [64] Sarwar, M. N., Hussain, H. ve Maqbool, M. B. (2020). Pass through effects of oil price on food and non-food prices in Pakistan: A nonlinear ARDL approach. *Resources Policy*, 69(September), 101876. doi:10.1016/j.resourpol.2020.101876
- [65] Shin, Y., Yu, B. ve Greenwood-nimmo, M. (2014). Modelling Asymmetric Cointegration and Dynamic Multipliers in a Nonlinear ARDL Framework. R. C. Sickles ve W. C. Horrace (Ed.), *Festschrift in Honor of Peter Schmidt* içinde (ss. 281–314). New York, NY: Springer New York. doi:10.1007/978-1-4899-8008-3
- [66] Shintani, M., Terada-Hagiwara, A. ve Yabu, T. (2013). Exchange rate pass-through and inflation: A nonlinear time series analysis. *Journal of International Money and Finance*, 32(1), 512–527. doi:10.1016/J.JIMONFIN.2012.05.024
- [67] Simone, F. ve Manguinane, E. (2021). An Empirical Assessment of the Exchange Rate Pass-through in Mozambique. *IMF Working Papers*, 2021(132), 1. doi:10.5089/9781513573694.001
- [68] Taylor, J. B. (2000). Low inflation, pass-through, and the pricing power of firms. *European Economic Review*, 44, 1389–1408.
- [69] Tümtürk, O. (2017). Türkiye’de Döviz Kurlarının Yurtiçi Fiyatlara Geçiş Etkisi ve Enflasyon Hedeflemesi. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(3). doi:10.18657/yonveek.371996
- [70] Tunc, C. ve Kilinc, M. (2018). Exchange Rate Pass-Through in A Small Open Economy: A Structural VAR Approach. *Bulletin of Economic Research*, 70(4), 410–422. doi:10.1111/BOER.12162
- [71] Yanamandra, V. (2015). Exchange rate changes and inflation in India: What is the extent of exchange rate pass-through to imports? *Economic Analysis and Policy*, 47, 57–68. doi:10.1016/J.EAP.2015.07.004
- [72] Zakaria, M., Khiam, S. ve Mahmood, H. (2021). Influence of oil prices on inflation in South Asia: Some new evidence. *Resources Policy*, 71, 102014. doi:10.1016/J.RESOURPOL.2021.102014
- [73] Zhu, H. ve Chen, X. (2019). Asymmetric effects of oil prices and exchange rates on China’s industrial prices. *Energy Economics*, 84, 104551. doi:10.1016/j.eneco.2019.104551
- [74] Zivot, E. ve Andrews, D. W. K. (1992). Further evidence on the great crash, the oil-price shock, and the unit-root hypothesis. *Journal of Business and Economic Statistics*, 10(3), 251–270. doi:10.1080/07350015.1992.10509904



KENTSEL DİRENÇLİLİĞİN FARKLI BOYUTLARI

SEVİL SEZGİN HATİPOĞLU^{1*} & SUNA ERSAVAŞ KAVANOZ²

¹Dr., Bağımsız Araştırmacı, yssezgin@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-1480-2533>. ²Doç. Dr., Karadeniz Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü, suna.ersavaskavanoz@ktu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-1162-2537>.

Bu makale Sevil SEZGİN Hatipoğlu'nun 2023 yılında Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde tamamladığı "Kentsel Dirençlilik Bağlamında Türkiye'de Belediye Birliklerinin Rolü: Türkiye Belediyeler Birliği" başlıklı doktora tezi çalışmasından üretilmiştir.

ÖZ

Nüfusun ve ekonomi faaliyetlerinin kentlerde yoğunlaşması, kentsel kaynakların aşırı tüketimi, düzensiz planlama, yetersiz altyapı vb. sorunlar kentleri bir dizi çok ve stres karşısında savunmasız hale getirmekte, kent yönetimleri, kent halkının ve kentsel sistemlerin bu sorunlar karşısında savunmasızlığını azaltma, bunlara hazırlıklı olma, uygun kaynaklar ile kapasite geliştirme amaçlı faaliyetler ve politikalar geliştirmektedir. Bu bağlamda, kentlerin çeşitli riskler karşısında dirençliliğini anlatan bir kavram olarak "kentsel dirençlilik" son dönem literatürde ve uluslararası alanda sıkça kullanılmaya başlanmıştır. Ancak, "kentsel dirençlilik" kavramının anlamı üzerinde net bir uzlaşma söz konusu değildir. Kentlerin çok boyutlu, karmaşık sistemler olarak kabulü, kentsel dirençlilik kavramını farklı boyutları ile ele almayı zorunlu kılmaktadır. Bu çalışmanın amacı, kentsel dirençliliğe açıklık getirmek ve kentsel olarak dirençliliğin farklı boyutlarını tespit etmektir. Çalışmada, literatür ve uluslararası politika alanları incelenerek kentsel dirençlilik için 7 alt boyut tespit edilmiştir ve söz konusu boyutlar kentsel dirençlilikle ilişkili olarak anlamlandırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dirençlilik, Kentsel Dirençlilik, Kentsel Dirençlilik Boyutları

Editör / Editor:

Hatun KORKMAZ,
Erciyes Üniversitesi, Türkiye

*Sorumlu Yazar/ Corresponding Author:

Sevil SEZGİN HATİPOĞLU,
yssezgin@hotmail.com

JEL:

Q0, Q3, Q5

Geliş: 19 Ağustos 2023

Received: August 19, 2023

Kabul: 26 Ekim 2023

Accepted: October 26, 2023

Yayın: 30 Nisan 2024

Published: April 30, 2024

Atıf / Cited as (APA):

Sezgin Hatipoğlu, S. & Ersavaş Kavanoz, S.
(2024),
Kentsel Dirençliliğin Farklı Boyutları, Erciyes
Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Dergisi, 67, 15-23,
doi: 10.18070/erciyesiibd.1345818

URBAN RESILIENCE IN THE CONTEXT OF DIFFERENT DIMENSIONS

ABSTRACT

Concentration of population and economic activities in cities, excessive consumption of urban resources, irregular planning, inadequate infrastructure, etc. Problems make cities vulnerable to a series of shocks and stresses, and city administrations develop activities and policies aimed at reducing the vulnerability of urban people and urban systems to these problems, being prepared for them, and developing capacity with appropriate resources. In this context, "urban resilience" as a concept describing the resilience of cities against various risks has begun to be used frequently in recent literature and internationally. However, there is no clear consensus on the meaning of the concept of "urban resilience". Accepting cities as multidimensional, complex systems necessitates considering the concept of urban resilience from different dimensions. The aim of this study is to clarify urban resilience and identify different dimensions of urban resilience. In the study, 7 sub-dimensions for urban resilience were identified by examining the literature and international policy areas, and these dimensions were interpreted in relation to urban resilience.

Keywords: Resilience, Urban Resilience, Urban Resilience Dimensions

GİRİŞ

Direnç kavramı büyük ölçüde çağdaş mühendislik ve ekoloji teorilerinden gelişen kavram olup kentsel politika alanında son yıllarda yaygın olarak kullanılır hale gelmiştir. Dirençlilik kavramının kentsel politika alanında kilit bir eylem planı olarak gündeme gelmesinin altında hızlı kentleşme ile birlikte meydana gelen daha önce benzeri görülmemiş riskler ve zorluklar yatmaktadır. Kentler günümüzde iklim değişikliğinin doğurduğu doğa olayları, afetler, çevre sorunları, sağlıksız kentleşmenin getirdiği sosyo-ekonomik sorunlar gibi farklı sorunlarla yüzleşmektedirler. Çoklu tehlike riskleri ile karşı karşıya kalan kent yönetimleri kentlerin maruz kaldığı/kalacağı riskleri tespit ederek, kent halkının ve kentsel varlıkların gelecekteki savunmasızlığını azaltarak, bir dizi şok ve stresi hafifletip hazırlıklı olarak ve uyum kaynakları ile kapasite geliştirerek kentsel direnci artırmaya çalışmaktadırlar. Çağdaş kentlerin riskler karşısında kırılganlıklarını en aza indirerek dirençliliklerini artırma çabaları kentsel politika alanında giderek artan önemi ile birlikte kentleşme politikalarında yerini almaktadır.

Kentsel dirençlilik, kentlerin karşılaştığı karmaşık birçok sorunla başa çıkmanın bir yolu olarak kentsel politika yapıcılar ve bilim insanları arasında popüler kavram haline gelmektedir. Kavramın kentsel gündemlerde oldukça bahsedilir olmasına rağmen ne anlama geldiği, dirençliliğe hangi faktörlerin katkıda bulunduğu her zaman açık değildir. Kavramda ilişkin literatürde üzerinde mutabık kalınmış bir tanım bulunmamaktadır. Kavram teknik bir terimken sosyal bilimler alanına uygulanması ekolojik yaklaşımlarla mümkün olmuş özellikle sürdürülebilirlik bağlamında afet riskleri ve iklim değişikliği kapsamında kent planlaması çerçevesinde ele alınmıştır (Ersavaş Kavanoz, 2020, s. 6). Dirençlilik kavramının olumlu-olumsuz çağrışımları olmasına rağmen dirençlilik düşüncesi ve “kentsel dirençlilik” kavramı hem akademik hem de politik arenada normatif, arzu edilen hedefler olarak ortaya çıkmıştır (Vale, 2014, s. 194).

Akademik çalışmalar ve uluslararası kuruluşlarca yapılan dirençlilik tanımlamaları çeşitlilik göstermekle birlikte her bir tanımın kentlerin farklı bir boyutuna vurgu yaptığı görülmektedir. Bunun yanında kentsel dirençliliğin farklı kullanımları, dirençliliğin kentler için ne anlama geldiği, sürdürülebilirlik, kırılganlık ve uyum gibi diğer temel kavramlarla nasıl ilişkili olduğu konularında da anlam kargaşasına yol açmıştır. Bu güçlükler kentsel dirençlilik kavramını farklı boyutları ile ele almayı gerekli kılmaktadır. Çalışmada öncelikle kentsel dirençlilik kavramını açıklama girişimlerine yer verilmiş, sonrasında literatürde ve uluslararası alanda kullanım çeşitliliği incelenerek 7 farklı kentsel dirençlilik boyutuna dair anlatıma yer verilmiştir.

Çalışmanın amacı, literatürde dağınık halde bulunan farklı dirençlilik boyutlarını belirlemek ve söz konusu dirençlilik boyutlarının içeriğini tespit edebilmektir. Bu bağlamda çalışma, kentsel dirençlilik literatürüne katkı sağlaması ve önemli bir boşluğu doldurması bağlamında önem taşımaktadır. Çalışmanın tüm süreçlerinde, araştırma ve yayın etiğine uyulması hususunda azami derecede özen gösterilmiştir.

I. KENTSEL DİRENÇLİLİK KAVRAMI VE ELEŞTİRİLERİ

Dirençlilik söyleminin kentsel araştırma ve politikalarda kullanımı arttıkça kavramın tam olarak ne anlama geldiğini sorgulamak önemli hale gelmiştir. Beilin ve Wilkinson (2015), kentsel dirençlilik için her şeyi kapsayacak kadar geniş, tutarlı, kullanışlı bir tanım formüle etmenin zorluğuna dikkat çekerken Davoudi (2012), kavramın tanımlanması ve kullanımı konusunda belirsizliğe dikkat çekmektedir. Kentsel dirençliliğin kim için, ne zaman, nerede, neden ve ne için önemli olduğu sorularını gündeme getiren çalışmalar (Carpenter, Walker, Anderies ve Abel, 2001; Friend ve Moench, 2013; Meerow, Newell ve Stults, 2015; Pendall, Foster ve Cowell, 2010; Vale, 2014) olduğu gibi; kentsel dirençliliğin nasıl uygulandığı ve uygulamanın nasıl anlaşıldığı konusunu içere çalışmalar (Coaffee ve Clarke, 2015; Coaffee vd., 2018) da mevcuttur. Kavram üzerine çalışanlar uygulama boşluğunu kapatmaya yardımcı olmak amacıyla kentsel dirençlilik teorisi ve uygulaması arasında daha iyi bağlantılar geliştirme ihtiyacına dikkat çekmektedirler.

Literatüre bakıldığında, kentsel dirençlilik konusunda, mühendislik, ekoloji ve sosyo ekolojik olmak üzere geniş çapta tartışılan üç alan

dikkat çekmektedir. Mühendislik perspektifinden bakıldığında kentsel dirençlilik, bir kentin değişimi veya stresi absorbe etme, önceki durumuna geri dönme kapasitesini tanımlar (Holling, 1973, s. 21). Burada dirençlilik vurgusu herhangi bir değişimden önceki stabil duruma geri dönme üzerinedir ki mühendislik perspektifini diğer alanlardan ayıran temel farklılık bunu içerir. Ekolojik perspektiften kentsel dirençlilik, bir kentin mevcut yapılarına, toplumsal ilişkilerine ciddi zarar vermeden bir şoka veya felakete uyum sağlama kapasitesini ifade eder (Holling, 1996; Pickett, McGrath, Cadenasso ve Felson, 2014). Bu perspektifte dirençlilik vurgusu herhangi bir şoktan sonra eski duruma geri dönme üzerine değil var olan yeni duruma uyum sağlama üzerinedir. Sosyo ekolojik veya evrimsel perspektiften kentsel dirençlilik, bir kentin değişim veya şoka tepki olarak uyum sağlama, dönüşme kapasitesini tanımlar (Davoudi, 2012; Folke vd., 2010; Wilkinson, 2012). Burada da ise dirençlilik vurgusu, herhangi bir şoktan sonra yeni duruma uyum sağlama yanında dönüşme kapasitesi de içerir.

Dirençlilik, karmaşık kentsel zorluklarla, yüksek düzeyde belirsizlikle başa çıkabilen bir yaklaşım veya yaklaşımlar kümesi olarak da ele alınmaktadır (Wardekker, Jong, Knoop ve Sluijs, 2010, s. 989). Kavram çok çeşitli kentsel risklere ve sorunlara uygulanabilirliği nedeniyle özellikle kentsel planlama ve acil durum yönetimi gibi kentsel çalışmalarda da ilgi görmüştür (Meerow vd., 2015; O'Hare ve White, 2013; Stump, 2013). Genel bir tanım verilecek olursa kentsel dirençlilik, bir kentin ve kentsel sistemlerinin ilk hasarları karşılama, bozulmalardan kaynaklanan etkileri azaltma, değişime uyum sağlama, mevcut veya gelecekteki uyum kapasitesini sınırlayan sistemleri hızla dönüştürme kapasitesidir (Ribeiro ve Gonçalves, 2019, s. 26). Bir kentin sistemlerindeki her türlü afet ve bozulmayı dikkate alan kentsel dirençlilik çalışmaları, kentsel toplulukları aşırı olaylarla karşı karşıya kaldıklarında daha dirençli hale getirmek için önemlidir. Son yıllarda dirençlilik ve kentler arasındaki bağlantılara dair araştırmalardaki artış “kentsel dirençlilik” veya “dirençli kent” gibi kavramların kullanımını yaygınlaştırmıştır.

Kentsel dirençlilik, yirmi birinci yüzyılın başlarında artan ekonomik güvensizliği, terör tehditlerini, güvenlik ihtiyacını, iklim değişikliğinin artan etkisini azaltmak için geliştirilmesi gereken risk toplumu fikrine dayanan bir kavram olarak uluslararası politikada da kullanılmaktadır. Hükümetler ve kurumlar; çevresel tehlikeler, teknolojik kazalar, iklim değişikliği ve terör saldırıları gibi tehditlerle yüzleştiğçe dirençliliğin temel bir politika yanıtı olarak hizmet edebileceğini düşünmeye başlamışlardır (Coaffee, 2013, s. 241). Birleşmiş Milletler (BM), Avrupa Birliği (AB), Dünya Bankası, Uluslararası Para Fonu, uluslararası devlet kurumları ve departmanları, uluslararası sivil toplum kuruluşları ve topluluk grupları dahil olmak üzere birçok kurum ve kuruluş, kentsel dirençliliği ani ve kronik sorunların yönetimi ile ilişkili olarak programlarına almıştır. Kavram dünya kentleri ve dünya çapındaki kentlerin ağ organizasyonları tarafından da benimsenmiştir. Benzer şekilde dirençlilik, AB Kentsel Gündem, BM İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi (UNFCCC), COP21 Paris Anlaşması, Afet Riskini Azaltma İçin Sendai Çerçevesi, Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ve Habitat III Yeni Kentsel Gündem gibi hükümetler arası belgelerde de oldukça önem kazanmıştır.

Kentsel dirençliliğe ilişkin farklı uluslararası kuruluşlarca yapılan tanımlamalar mevcuttur. Birleşmiş Milletler Örgütü dirençliliği, “her türlü tehlikeden etkilenme olasılığına sahip yerleşimlerin, toplumların ve bütün sistemlerin kendilerini koruması, sistemin sürdürülebilirliğini güvence altına alması, kısa sürede yeniden yapılanması, değişime uyum sağlama için gerekli kaynaklara sahip olması ve bu kaynakları etkin bir şekilde kullanabilme becerisi” olarak tanımlamaktadır (United Nations, 2021). Benzer şekilde Birleşmiş Milletler İnsan Yerleşimleri Programı (UN-Habitat) “dirençliliğin küresel gündemlerde anahtar kavram olduğunu, sürdürülebilir ve dirençli kentler için yapılan çağrılarının cevapsız kalmaması gerektiğini” belirtmektedir (UN-Habitat 2020). Yine Birleşmiş Milletler Afet Riskini Azaltma Ofisi (UNISDR) dirençlilik için “tehlikelere maruz kalan bir sistemin veya topluluğun bu tehlikeler karşısında temel yapılarını koruma, zamanında ve etkili bir şekilde dayanma, tehlike sonrası etkileri absorbe etme, uyum sağlama, dönüştürme ve geri kazanma yeteneği” tanımlaması yapmaktadır (UNISDR, 2009). Yerel Çevresel İnisiyatifler İçin Uluslararası Konsey (ICLEI) ise kentsel dirençliliği, temel işlevlerini, yapılarını

ve kimliğini korurken, sürekli değişim ve gelişim karşısında uyum sağlayan, herhangi bir şok ve stresin üstesinden gelmeye hazır olan kent olarak tanımlanmaktadır (ICLEI, 2020). Bu tanımlamalarda görüldüğü üzere dirençli bir kentin şoklara ve streslere uyum sağlaması; uyum kapasitesi, ortak unsur olarak vurgulanmaktadır.

Kentsel dirençlilik kavramının kullanımındaki artış ile birlikte kavrama çeşitli eleştiriler de getirilmiştir. Eleştirilerden ilki, kavramın kullanımının giderek artan yaygınlığına ve çeşitliliğine rağmen pratik uygulamasının sınırlı olması, çoğu zaman tam olarak anlaşılabilirliği olmaması ve ölçülmesinin zor olması üzerinedir (Brand ve Jax, 2007; Chelleri, Waters, Olazabal ve Minucco, 2015; Davoudi, 2012; Leitner, Sheppard, Webber ve Colven, 2018; Meerow vd., 2015; Vale, 2014). Meerow vd. 2015 yılında kentsel dirençlilik için 25 farklı tanım belirlemiştir ve tanımlamalara yönelik literatür hala genişlemeye devam etmektedir. Bu çeşitlilik kavramın disiplinler arasında köprü kuran bir sınır nesnesi olarak işlev görmesini sağlasa da değişen tanımlar çelişkili yorumlar da yaratabilmektedir (Brand ve Jax, 2007, s. 146). Örneğin, dirençlilik “geri sıçrama” olarak tanımlanırsa doğası gereği muhafazakâr bir hedef haline gelebilirken (Davoudi, 2012, s. 304), evrimser bir dirençlilik anlayışı daha radikal dönüşümleri kapsayabilir (Chelleri vd., 2015, s. 189). Bunun yanında dirençlilik çok çeşitli disiplinlere ve politika alanlarına uyarlandığından anlamını yitirip “boş bir gösteren” haline gelebileceği yönünde endişeler de mevcuttur (Weichselgartner ve Kelman, 2015, s. 22). İkinci eleştiri, kavramın insan yerleşimlerinde kullanımı üzerinedir. Bu eleştiri, dirençlilik yaklaşımının “insan içerikli sistemlerden çok maddenin fiziksel hali için daha kabul edilebilir” olabileceği, “sosyo-ekolojik sistemler için değişen gerçekliği yakalamadığı gibi, bir felaketin yol açtığı değişiklikleri ve bu değişiklikler sonucu yeni olasılıkları kapsamadığı” argümanına dayanmaktadır (Manyena, O’Brien, O’Keefe, Rose, 2011, s. 418). Üçüncü eleştiri, dirençlilik konusundaki baskın kavramsallaştırmaların – kökleri mühendislik ve ekolojik teorilere dayanan – politika ve sosyal adaleti yetersiz bir şekilde ele alması üzerinedir (Clark, Huang ve Walsh, 2010; Meerow, Pajouhesh ve Miller, 2019; Ziervogel vd., 2017). Dirençlilik tanımları alanlar ve sektörler arasında farklılık gösterse de kentsel dirençlilik planlaması genellikle güvenlik açıklarını azaltmaya veya uyarlanabilir kapasiteyi artırmaya odaklanır. Tamamen araçsal olan bu kentsel dirençlilik kullanımı, genellikle kırılganlıkları tetikleyen veya pozitif uyumu kısıtlayan eşit olmayan güç ilişkilerini ve yapısal eşitsizlik gibi temel faktörleri gözden kaçırmaktadır (Béné, Wood, Newsham ve Davies, 2018; Meerow vd., 2019). Dirençlilik çalışmalarının doğası gereği muhafazakâr ve neoliberal bir gündemi desteklediğini, sistemik dönüşümleri engellediğini, güce, politikaya ve adalete yeterince dikkat etmediğini savunan çalışmalar da mevcuttur (DeVerteuil ve Golubchikov, 2016; Joseph, 2013; Meerow vd., 2015). Söz konusu çalışmalar kavram ve uygulamasının, devletin kemer sıkma politikaları tarafından yönlendirilen riskin vatandaşlara kaydırılması için neoliberal bir hile olduğunu ileri sürmektedirler. Daha eleştirel olarak Joseph (2013, s. 38), dirençliliğin bir yönetimsellik biçimi ifade ettiğini, toplum üyelerinin zihniyetlerinin, normlarının, özelemlerinin ve eylemlerinin manipülasyonu olarak vatandaşları “araçsallaştırmaya” çalışan gizli bir gündem olduğunu savunmaktadır. Bununla birlikte, bir topluluğun direncinin yalnızca en zayıf halkası kadar güçlü olduğunu, sosyal kırılganlık da dahil olmak üzere birbiriyle bağlantılı hususların ele alınması gerektiğini, bu nedenle bütüncül dirençlilik yaklaşımlarının gerekliliğini savunan çalışmalar da mevcuttur (Bosher, 2014; Coaffee, 2013). Dolayısıyla dirençlilik, “geri dönüş” içeriği nedeniyle statükoyu destekleme, özgürleştirici veya dönüştürücü kentsel gündemleri ele alma konusundaki sınırlı yeteneğe sahip olma gerçekleriyle leştirilmeye devam etmektedir.

Tüm bu eleştiriler bağlamında tek bir kentsel dirençlilik kullanımından ziyade, dirençliliği farklı boyutları olan bir olgu olarak anlamak ve anlamlandırmak önem kazanmaktadır. Literatürde kentsel dirençlilik çalışmalarında dirençliliğin ölçülmesine yönelik uygun bir analitik birimin oluşturulması noktasında halen bir anlaşmazlık söz konusudur. Bununla birlikte, kentsel dirençliliği belli içerikleri üzerinden farklı boyutları bağlamında kategorilere ayırarak tanımlamak mümkündür. Söz konusu farklı boyutlar yalnızca kentlerin dirençliliğini ölçmeye yönelik çalışmalar için değil aynı zamanda kentleri dirençli kılmaya yönelik politikalar geliştirmek için de önemli ipuçları içermektedir.

II. KENTSEL DİRENÇLİLİĞİN FARKLI BOYUTLARI

Mühendislik alanında kullanılan dirençlilik kavramı kentler için kullanılmaya başlandığında birçok farklı içeriğe sahip olan bir anlamı içermiştir. Kentsel dirençlilik kavramının tanımlanmasında netlik olmamasının altında yatan temel nedenlerden biri kentlerin fiziksel mekânlar olmanın ötesinde toplumsal, siyasal, kültürel içeriğe sahip karmaşık sistemler olmasıdır. Bu nedenle, kentlerin dirençliliğini anlama çabası farklı boyutları ortaya çıkarmayı gerektirmektedir.

A. EKOLOJİK DİRENÇLİLİK

Holling (1973, s. 2), ekosistemlerde gözlemlenen doğrusal olmayan dinamikleri anlamaya yardımcı olmanın bir yöntemi olarak dirençlilik kavramını ekolojik literatüre entegre ederken, ekolojik dirençliliği, “sistem yapısını değiştirmeden önce absorbe edilebilecek rahatsızlığın büyüklüğü” olarak tanımlamıştır. Burada dirençlilik yalnızca sistemin bir şoktan sonra geri dönmeye ne kadar sürdüğüne göre değil aynı zamanda ne kadar bozulma alabileceğine ve kritik eşiklerde ne kadar kalabileceğine göre tanımlanmaktadır. Genel dirençlilik denge temelli bir yaklaşım olmasına rağmen ekolojik dirençlilik “tek, istikrarlı bir dengenin varlığını reddeden” ve bunun yerine “çoklu denge” ve “alternatif kararlılık alanları” fikrine dayanan bir yaklaşımdır. Dolayısıyla ekolojide dirençlilik bir denge durumuna (önceki durum olabilir veya olmayabilir) geri dönme hızı ve kritik eşik (tampon kapasitesi) için absorbe edilebilecek rahatsızlığın yoğunluğu ile açıklanır (Davoudi, 2012, s. 301). Bu bakış açısı stres altındayken işlevsel ve kontrollü devam eden sistem ilişkilerine odaklanmaktadır. Gunderson (2010, s. 428), ekolojik dirençliliği “karmaşık sistem dinamiklerini açıklamak için geliştirilmiş kavramlar veya fikirler demeti” olarak tanımlarken, Walker ve Salt (2012, s. 47), “sistemlerin birlikte nasıl kavramsallaştırıldığını ve ilişkide olduğunu açıklamak için oluşturulan tutarlı kavramlar kümesi” olarak tanımlamaktadır.

Wilkinson (2012, s. 105), ekolojistlerin ekolojik rejim değişimlerini tespit etme ve bunlardan kaçınma aracı olarak ekolojik dirençliliğe odaklandığını fakat bu dirençlilik türünün karmaşık sistemleri yönetmek için uygun politika süreçlerini göz ardı edebileceğini, bunun da dolaylı olarak adaleti azaltabileceğini ifade etmektedir. Yani, ekolojik dirençlilik çalışmaları sistem odaklı olduğundan topluluklar üzerinde genellikle eşit olmayan etkiler yaratılmakta ve ekolojik sistemin unsuru olan insan bileşenini çoğu zaman göz ardı edilmektedir. Ekolojik dirençliliğin topluluklar üzerindeki bu etkisi süreci sosyo-ekolojik dirençliliğe kaydırmaktadır. Bu bağlamda sistem yaklaşımı, sosyo-ekolojik sistemlerin temelde üç yönünü ele almaktadır: İlki, normal veya kabul edilebilir bir durumda kalırken bozulmaları absorbe edebilme; ikincisi, kendi kendini organize etme; üçüncüsü, öğrenme ve uyum için kapasite oluşturabilme yeteneğidir (Folke vd., 2002, s. 438). Bu nedenle sosyo-ekolojik dirençlilik sistemleri, “sistemin işlev ve yapısı bozulmadan absorbe edilebileceği değişiklik miktarı”, “sistemin kendi kendini organize etme yeteneğinin derecesi”, “öğrenme ve uyum kapasitesini oluşturma ve artırma yeteneği”nden ele alınmaktadır (Berkes, Colding ve Folke, 2000, s. 13). Sosyo-ekolojik dirençlilik, kentlerin genellikle öngörülemez bir şekilde sürekli değişen karmaşık sistemler olduğunu kabul etmekte, kentlerin planlı müdahalelerle yönetilemeyeceğini bunun yerine uyum sağlama ve hayatta kalma kapasitelerinin geliştirilmesi gerekliliğine vurgu yapmaktadır (Davoudi, Brooks ve Mehmood, 2013, s. 2018).

Dirençlilik teorisinin farklı yorumlarını anlamak için önemli olan uyarlanabilir kapasite ve dönüşüm, sosyo-ekolojik dirençlilik için de karmaşık sistemlerin nasıl davrandığının ve zorluklara nasıl yanıt verdiğinin unsurları olarak ortaya çıkmaktadır (Pickett vd., 2014, s. 149). Dirençlilik çalışmaları, kritik eşik parametreleri içinde bir sistemi sürdürmek için değişimi içeren davranış kalıplarına ve süreçlerine atıfta bulunmaktadır (Folke 2006; Walker, Holling, Carpenter ve Kinzig, 2004). Bu süreç aksaklıklardan ve geçmiş deneyimlerden ders çıkarma kapasitesini, belirsizlik ve değişime hazırlanma, bunlara uyum sağlama becerisini içermektedir (Engle, 2011, s. 625). Yani mevcut sistem devam edemez hale geldiğinde alternatif sistem durumlarından birine geçilerek dönüşümün gerçekleştiği düşünülmektedir. Kendi kendini organize etme, belirsizlikle yaşama, rahatsızlıklara etkili tepki verme ve kaynakları verimli sürdürmenin tümü, uyumlu kapasite oluşturmanın

ve dönüşümün önemli yönleri olarak kabul edilmektedir (Walker ve Salt, 2012, s. 42).

Disiplinler arası bir alan olarak sosyo-ekolojik dirençlilik düşüncesi, dünyanın düzenlenebilir, tahmin edilebilir ve kontrol edilebilir olduğu Kartezyen bilimsel modernizme bir alternatif sunmaktadır. Sosyo-ekolojik sistemler karmaşık, süreksiz, öngörülemez olduğundan sosyo-ekolojik dirençlilik, insan ve doğa olaylarını çoklu mekânsal ölçekler ve zaman dilimleri arasında bütünleştirmektedir (Folke, 2006, s. 260). Ekosistemlerin insan toplumlarını etkilediği gibi insanların da ekosistemleri insan yararına yönetmeye ve yönlendirmeye çalıştığı açıktır. Doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımı arayışında ekolojik ve sosyal sistemlerin tercihen entegre sosyo-ekolojik sistemler olarak incelenmesi ve yönetilmesi gerektiği giderek daha açık hale gelmektedir (Berkes vd., 2000, s. 9).

Özetle, sosyo-ekolojik sistemlerin kaçınılmaz karmaşıklığı genellikle beklenmedik ve öngörülemeyen olaylara yol açmaktadır. Dirençlilik yaklaşımı sosyo-ekolojik sistemlerde beklenmedik ve öngörülemeyen olaylara karşın sürdürülebilirliği sağlamak adına toplumda değişimin nasıl yönetilebileceğinin daha iyi anlaşılması ihtiyacından doğmaktadır. Bu perspektiften bakıldığında ekolojik dirençlilik, değişimin sosyo-ekolojik sistemlerin doğal bir özelliği olduğunu, her zaman olumsuz bir sonuç içermediğini, öğrenme ve iyileştirme için bir fırsat olarak ele alınması gerekliliğini savunmaktadır. Bu bağlamda sosyo-ekolojik sistemlerin temel bileşenlerinden biri olan insan/toplum unsurunun da ayrıca dirençlilik bağlamında ele alınması anlamlı olacaktır.

B. SOSYAL DİRENÇLİLİK

Ekolojide ortaya çıkan dirençlilik analizinin önemli bir bileşeni ekosistemlerin insan dünyasından izole bir şekilde var olmadığının kabul edilmesidir. Bu nedenle dünyadaki ekosistemlerin çoğunun istikrarı ve dirençliliği insan kullanımına sıkı sıkıya bağlıdır (Adger ve Hobdogg, 2014, s. 95). Sosyo-ekolojik sistemlerde dirençlilik, grupların veya toplulukların sosyal, politik veya çevresel stresler ve rahatsızlıklar karşısında uyum sağlama yeteneği ile bağlantılı olduğundan insan failliğini içermekte ve aynı zamanda kolektif eylemin gerekliliğine de vurgu yapmaktadır (Adger, 2000, s. 348). Dolayısıyla dirençliliğe dayalı yaklaşımlar insanların sadece hayatta kalma ve krizlerle başa çıkma yeteneğini değil aynı zamanda gelecekteki riskler karşısında hazırlıklı olma kapasitelerini de içerir (Smyth ve Sweetman, 2015, s. 405). Bireylerin ve toplulukların kriz kaynaklı değişimlerle nasıl başarılı bir şekilde başa çıkabildiğini ve değişimlere nasıl uyum sağlayabileceğini anlamak yani sosyal dirençliliklerini artırmak hem hükümet politikaları açısından hem de yönetsel açıdan giderek daha önemli hale gelmektedir.

Sosyal dirençlilik 6 özelliğe sahiptir (Maclean, Cuthill ve Ross, 2014, s. 149-152):

- **Bilgi, beceri ve öğrenme:** Yerel ihtiyaçlara ve sorunlara yanıt vermek için birey ve grup kapasitelerine atıfta bulunur. Bilgi ortaklıkları, bireyin ve toplumun değişimle başa çıkma, değişime uyum sağlama yeteneği için esastır. Becerilerin pekiştirilmesi ve geliştirilmesi ihtiyacı yönetim, iletişim, iş ve mali yönetim, yerinde koruma yönetimi ile ilgilidir.
- **Topluluk ağları:** Topluluk ağları özelliği ağırlıklı olarak sosyal sermaye kavramından gelir ve bir yerdeki insanları, grupları destekleyen sosyal süreçleri, faaliyetleri kapsar. Değişim zamanlarında bu ağlar temel destek sağlar, topluluk kapasitesini işler hale getirir, fırsatları belirler ve yenilenen iyimserlik, umut için bir odak sağlarlar.
- **İnsan-çevre bağlantısı:** Bu nitelik, insan-çevre karşılıklı bağımlılıklarını ve bağlantılarını kabul eder. İnsanların biyofiziksel ortamlarıyla olan yakın bağları, değişimle başa çıkma, uyum sağlama kapasitelerini artırmaya ve geliştirmeye yönelik dirençlerini etkiler.
- **Topluluk altyapısı:** Topluluk ihtiyaçlarını ve eylemlerini desteklemek için gerekli olan insani hizmetleri, toplum merkezlerini, gençlik rekreasyon tesislerini, uygun ulaşım seçeneklerini, yerel sanatları, müzik ve gıda pazarları gibi çeşitli hizmet ve tesisleri içerir.
- **Farklı ve yenilikçi ekonomi:** Bu özellik, bir dizi endüstri ve hizmetten oluşan yeni, heyecan verici fırsatları destekleyen

bölgesel bir ekonominin önemini vurgulamaktadır. Değişimin yeni istihdam fırsatları yaratabileceğini kabul ederek tüketicilerin değişen talep ve çıkarlarına ayak uydurma ihtiyacını kabul eder.

- **İş birlikçi yönetim:** Bu özellik ise bölgesel karar vermeye yönelik iş birlikçi yaklaşımlar üzerinde durur. Bu tür yaklaşımlarda dikkate alınması gereken kilit unsur, bir sorundan etkilenen kişilerin ortak çıkarlar etrafında etkili, adil karar vermeyi kolaylaştıran süreçler içermesidir. İlgili özel, kamu ve topluluk sektörü paydaşlarının gerçek katılımı, etkili problem çözme için esas olarak kabul edilir. Özellikle sektörler arası ortaklıkların, çapraz ölçekli ağların ve bilim/hükümet iş birliğinin geliştirilmesi, yerel ve bölgesel zorlukların çözülmesi için büyük önemdedir.

En basit topluluklar bile birden fazla sosyal grup içerirler. Gruplar sosyo-ekonomik durumları, coğrafi izolasyon dereceleri veya psikolojik travmaya karşı savunmasızlıkları açısından farklılık gösterirler. Bu grup farklılıkları toplumdaki grupların bir felakete karşı az veya daha çok dirençli olabileceği anlamına gelir (Buckle, Mars ve Smale, 2000, s. 10). Oluşabilecek şok ve krizlerin etkisi varsıllar ve yoksullar için çok farklı olmakla birlikte ayrıca cinsiyet, yaş, kast ve kimliği diğer yönlerine göre de farklılık gösterebilir. Neye karşı dirençlilik? İncelenen tehdit veya risk nedir? soruları toplum içinde her birey veya topluluk için farklı cevaplar gerektirir. Aynı zamanda riskler çevresel (örneğin, toprak kayması, sel, deprem, aşırı iklim olayları), bireysel (örneğin, şiddet mağduru, engelli, göçmen, yoksul), toplum temelli (örneğin, suç oranlarının artması, savaş), yaşam olayı türü (örneğin, yakın bir kişinin ciddi hastalığı veya ölümü, travmatik bir olay deneyimi) veya uzun süreli (örneğin, sürekli gıda kıtlığı, ekonomik kriz) de olabilir. Bu risklere karşı direnç oluşturmada grupların veya dezavantajlı grupların risklerin üstesinden gelebilme kapasitelerinin farklılık gösterdiği açıktır. Bu nedenle sosyal dirençlilik oluşturulurken risk ve kapasite anlayışlarının ve yargıların bağlamlar, gruplar ve aktörler arasında değişebileceğini akılda tutmak önemlidir (Obriest, Pfeiffer ve Henley, 2010, s. 288).

Sosyal dirençlilikte toplum içindeki kırılan gruplar önemli yer tutmaktadır. Bu kırılan gruplardan biri olan kadınlar, sosyal dirençlilik anlayışına toplumsal cinsiyet perspektifinden bakmayı, hane içindeki farklılık ve eşitsizlik gerçeğini kabul etmeyi gerektirir. Sosyal dirençlilik oluşturmada kadınların hanelerde, topluluklarda liderlik rollerini üstlenme ihtiyacını gidermek, haklarını savunmak için hane içi ilişkiler hakkında bilgi sahibi olmak oldukça önemlidir. Çünkü sosyal dirençlilik, hanenin kriz veya zorluk zamanlarında dayanması gereken kaynakları nasıl koruyabileceği, üretebileceği ve çeşitlendirebileceğini içermektedir. Toplumsal cinsiyet dinamiklerini ele almak yalnızca hanelerin direncini artırmak için değil aynı zamanda kadınların ve kız çocuklarının yakın ve gelecekteki refahını korumak için de gereklidir. Şoklar ve başa çıkma mekanizmaları, kadınları ve erkekleri farklı şekillerde etkilediğinden politika yapıcılarının dirençlilik artırıcı programlar, faaliyetler tasarlarken bu farklılıkları dikkate almaları gerekmektedir (Kumar ve Quisumbing 2014, s. 4). Bu bağlamda kentsel dirençlilik oluşturma sürecinde kentlerde önemli bileşenlerden oldukları düşünülen dezavantajlı gruplara dair oluşturulacak sosyal dirençlilik sadece yerel yönetimleri değil, resmi, gayri resmi tüm kurumları içine alan bütüncül bir yaklaşım gerektirmektedir. Aynı zamanda dezavantajlı grupların eşitsizliklere meydan okumak için yeterli haklara, kaynaklara ve kurumsal desteğe sahip olmaları, geleceğin bir parçası olan stres ve şoklara dayanabilecekleri kadar dirençli olmaları sosyal dirençlilik için gereklidir. Ve bu eşitsizliklerin altında yatan temel etken ekonomi olduğundan, toplumsal grupların dirençliliği doğrudan bölgesel ekonomik dirençliliğin artırılması ile ilişkilidir.

C. BÖLGESEL EKONOMİK DİRENÇLİLİK

Dirençlilik kavramının ekonomik ölçümlerine artan ilgiye paralel olarak kentsel ve bölgesel ekonomilerin dirençliliğine ilişkin ortaya çıkan bir literatür bulunmaktadır (Rose, 2007, s. 390). Ekonomik coğrafya ve kentsel-bölgesel planlamaya dayanan bu literatür, kentsel-bölgesel ekonomik sistemlerin evrimini incelemek için karmaşık, çeşitli ve kendi kendini organize eden sistemler gibi ekolojik dirençlilik teorisinin fikirlerini ve terminolojisini kullanmaktadır (Martin ve Sunley, 2007; Pendall vd., 2010; Pike, Dawley ve Tomaney, 2010). Bu doğrultudaki son araştırmalar, dirençliliğin bölgeler ve mekanlar

arasında neden eşit olmadığını açıklayan etmenleri tespit etmekte (Pike vd., 2010) ve dirençlilik ile uzun vadeli büyüme arasındaki bağlantıları incelemektedir (Simmie ve Martin, 2010).

Dirençlilik kavramının bölgesel ekonomik çalışmalarda nasıl tanımlanabileceğini ana hatlarıyla belirleme girişiminde bulunan çalışmalar giderek artmaktadır (Hill, Wial ve Wolman, 2018; Martin ve Sunley, 2007; Pendall vd, 2010). Hill vd. (2018, s. 14), bölgesel ekonomik dirençliliği “bir bölgenin herhangi bir ekonomik bozulmayı öngörme, bozulmaya hazırlık yapma, tepki verme ve bozulmadan kurtulma yeteneği” olarak tanımlar. Pendall vd. (2010, s. 74), “bir bölgenin ekonomisini büyüme yolundan çıkarma ya da büyüme yolundan sapma potansiyeline sahip şoklardan kurtulma yeteneği” olarak tanımlamaktadır.

Bu oldukça geniş tanımlamaların ötesinde kavram ile ilgili belirsizlikler de mevcuttur. Örneğin, kavram bir bölgesel veya kentsel ekonominin kendisine gelen şoka veya rahatsızlığa rağmen yapısını ve işlevini koruma yeteneğini mi yoksa bir bölge veya kentsel sistemin bir şoka tepki olarak hızlı ve başarılı bir şekilde toparlanma yeteneğini mi tanımlamaktadır? Ekonomik olarak dirençli olan ve olmayan bölgeler, belirli bir zaman dilimindeki ekonomik performansları incelenerek tanımlanabilir mi? Bu belirsizliklerle birlikte en azından bazı ilgili belirteçlere indirgenerek bir bölgenin dirençliliği ölçülebilir. Mesela, negatif bir ekonomik şok için şok öncesi-sonrası büyüme oranları ve ekonomik performans seviyeleri tespit edilebilir. Ve de şok sonrası büyüme hızı en az şok öncesi büyüme hızı kadar yüksek olan, belirli bir zaman diliminde şok öncesi ekonomik performans düzeyine ulaşan bir bölge dirençli olarak kabul edilebilir. Tam tersi olarak olumsuz bir şok yaşayan ve bu kriterleri karşılayamayan bölge dirençli olarak kabul edilmeyebilir (Hill vd., 2008, s. 5). Bu açıdan bakıldığında, bir ekonominin belirli büyüklükteki bir krizin olası zararlarını en aza indirebilme yeteneği dirençlilik ile ölçülebilmektedir.

Bölgesel ekonomik dirençliliğin potansiyel alanlarına bakıldığında 3 başlık öne çıkmaktadır (Hill vd., 2008, s. 7);

- **Yönetişim;** özellikle yerel, bölgesel veya eyalet düzeyinde gerçekleştirilen kamu politikası eylemleri, kamu-özel iş birliği çabaları, kamu düzeyinde organize edilen özel sektör çabalarıdır (örneğin, bölge için stratejik bir vizyon oluşturan ve uygulayan bir CEO organizasyonu, bölgenin ekonomik kalkınma programını işletmekle görevli bir ticaret odası, bölgesel bir stratejik vizyon yaratmaya yönelik bir vakıf öncüsüsü).
- **Bölgedeki endüstriler tarafından yönlendirilen sektörler veya firmalar;** bireysel firmaların kendilerini geliştirmelerine yönelik stratejik planları da dahil olmak üzere rekabet edebilirlik veya bir sektördeki firma grupları tarafından o sektördeki tüm firmaların rekabet gücünü artırma çabalarıdır.
- **Kurumsal yapı;** kurumsal tarih ve girişimcilğe ne ölçüde değer verildiği, emek-yönetim ilişkilerinin iş birlikçi mi yoksa düşmanca mı olduğu gibi kurumsal kültür de dahil olmak üzere ekonomik şoklara yanıt vermek için etkili eylemi koşullandıran, kısıtlayan veya teşvik eden kurumsal özelliklerdir.

Ekonomiler her zaman büyük karışıklıklara ve şoklara eğilimli olmuştur: Durgunluklar, büyük politika değişiklikleri, para krizleri, teknolojik atılımlar vb. durumlar ekonomik büyümenin gidişatını ve modelini bozmuş veya istikrarsızlaştırmıştır. Bu tür şoklar ve rahatsızlıklar etkilerini ve sonuçlarını bölgesel, kentsel, yerel ekonomiler ve topluluklar içinde göstermişlerdir. Ulusal veya küresel rahatsızlıklara ek olarak büyük bir işyerinin kapatılması, yerinin değiştirilmesi veya tüm bir endüstrinin yerel olarak kapatılması gibi yerel kaynaklı spesifik aksaklıklar da sık rastlanan durumlardır. Bu nedenle dirençlilik kavramı bölgelerin ve yerel toplulukların şoklara nasıl tepki verdiğini ve şoklardan nasıl kurtulduğunu analiz etmek ve dolayısıyla bu tür şokların ekonomik büyüme ve kalkınmanın mekânsal dinamiklerini şekillendirmede oynayabileceği rolü anlamak için oldukça önemlidir (Martin ve Sunley, 2007, s. 576-578).

Bölgesel ekonomik dirençliliğin bir diğer ilgili alanı doğal afetler sonrası ekonomik dirençliliğidir. Afetlerden kaynaklanan ekonomik kayıpları azaltma ve kurtarma stratejileri bölgesel ekonomik dirençlilik ile bağlantılı iken potansiyel kayıpları azaltmak için afet öncesi tedbirler daha çok afet dirençliliği ile ilgilidir.

Ç. AFET DİRENÇLİLİĞİ

Afet, bir topluluk veya toplumun işleyişinde ciddi bir bozulmaya neden olan, topluluk veya toplumun bu olay ile baş etmede imkânlarının yetersiz kaldığı, fiziksel, sosyal, ekonomik, çevresel kayıplara ortaya çıkaran durumlar olarak tanımlanmaktadır. Afetlerin mülkün zarar görmesi, varlıkların tahribi, hizmetlerin kesintiye uğraması, sosyal, ekonomik, çevresel bozulma ile birlikte insanın fiziksel, zihinsel ve sosyal refahı üzerindeki olumsuz etkileri mevcuttur. Afet riski ise belirli bir gelecek zaman diliminde belirli bir toplulukta veya toplumda meydana gelebilecek yaşam, sağlık durumu, geçim kaynakları, varlıklar ve hizmetlerdeki potansiyel afet kayıplarıdır (UNISDR, 2009). Afet riski genellikle sayısallaştırılması zor olan farklı türdeki potansiyel kayıpları da içerir. Dolayısıyla afet kavramının tanımı mevcut risk koşullarının sonucu olarak afet riski kavramını da yansıtır.

Genel olarak afet dirençliliği üç boyutlu olarak ele alınmaktadır; bunlar sırasıyla uyum sağlama, direnme ve dış etkenlerden hızla kurtulma yeteneğidir. Kentsel afet dirençliliği ise ana araştırma nesnesi olarak bir afete dayandırılırken kentsel sistemlerin işlevsel durumu göz önünde bulundurularak kentlerin afetlere yanıt verme yeteneği olarak da tanımlanmaktadır (Boyd ve Juhola, 2015, s. 4).

Küreselleşmesinin hızlanmasıyla birlikte kentler ekonomik ve sosyal kalkınmada öncü rol oynarken gittikçe sıklaşan doğal afetler ve kazalar kentsel sistemin istikrarını ciddi şekilde tehdit etmektedir. Herhangi bir afet sonrası adaptasyon yeteneğinin, direncin ve kentsel iyileşmenin nasıl geliştirileceği afet yönetimi alanında dikkat çekici bir konu olmaya devam etmektedir. Kentlerin afet için hazırlık ve kurtarma kabiliyetine daha fazla vurgu yapılması nedeniyle geleneksel doğal afet yönetim modelinden farklı olan, kentsel güvenlik yönetimi için yeni bir teorik çerçeve sağlayan kentsel dirençlilik çalışmaları zaman geçtikçe çoğalmaktadır (Chen vd., 2020, s. 2). İklim değişikliği ve doğal afetler, kentsel alanların karşılaştığı direnç oluşturulması gereken birçok tehditten biri olarak ele alınmaktadır. İklim değişikliğiyle ilgili şoklar tipik olarak diğer çevresel, ekonomik ve politik streslerle birlikte ortaya çıkmaktadır. İklim değişikliğine karşı mücadelede dirençliliğin desteklenmesi kentlerin daha geniş etkileşim halindeki şok ve streslere karşı dirençli olmasını sağlayacaktır (Leichenko, 2011, s. 165). Doğal afet araştırmacıları, bir bölgede belirli bir büyüklükteki bir felaketin olasılığını, afet türlerini analiz edebilmekte, afetlerin sıklık döngülerini tahmin edebilmektedir. Ancak iklim değişikliği risk anlayışına yeni bir belirsizlik perspektifi getirmekte, ani sağanaklar, uzun süreli kuraklık dönemleri, düzensiz hava sistemleri gibi olumsuz iklim değişikliği sonuçları kentler için oldukça büyük afet riskleri içeren potansiyel bir tehdit olmaktadır. Dolayısıyla iklim değişikliği ve doğal afetler alanında kullanıma giren dirençlilik kavramı, kent planlamalarına afetlerin birçok etkisini aydınlatma, toplulukların belirsiz risklere uyum sağlama, bunlarla başa çıkmada kentlerin uzun vadeli kapasitelerini artırma amaçlı yardımcı olmaktadır (Gaillard, 2007, s. 523).

Afet risk yönetimi, kent planlamasının önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Belirsizliklerin hâkim olduğu çağımızda kentsel risklerin yönetilebilmesinde dirençlilik kavramının kapsayıcı özelliği afet risk yönetiminin bu alana kaymasına neden olmuştur. Özellikle iklim değişikliği sonucu küresel ısınmanın bilimsel olarak ve uluslararası düzeyde kabulü, sınırlandırılmasının uluslararası anlaşmalara bağlanması gibi önemli gelişmeler, risk azaltımı ve uyumuna yönelik acil, kapsamlı değişimlerin olması gerekliliğini ortaya koymuştur. Dirençlilik bu anlamda öngörülemez tehditleri yönetmede risk odaklı yaklaşımlardaki boşlukları doldurmaktadır. Afet dirençliliği bir kenti sosyal, ekonomik, çevresel tüm yönleri ile ele almayı gerektirirken kentin fiziksel altyapısının dirençliliği de afet riskleri bağlamında önemli bir yer tutmaktadır.

D. KENTSEL ALTYAPI DİRENÇLİLİĞİ

Kentsel altyapı sistemleri, modern toplumun ve ekonomisinin işleyişi için hayati öneme sahiptir. Elektrik güç sistemleri, telekomünikasyon, doğal gaz ve petrol, bankacılık ve finans, ulaşım, su tedarik sistemleri, devlet hizmetleri ve acil durum hizmetleri gibi kritik altyapı sistemlerinin normal işleyişi olmadan ekonomik kalkınma, sosyal refah, halk sağlığı ve güvenliğini sağlamak oldukça güç olacaktır. Bu sistemler kaçınılmaz olarak farklı türde arıza ve tehlikelere maruz kalırlar, çoğu zaman da

bu arızalara karşı savunmasızdırlar. Bu nedenle oluşabilecek arızaların meydana gelme nedenlerini ve etkilerini anlamak amacıyla geleneksel risk senaryolarını kullanan sistem güvenliği analizlerinden farklı olarak tehlikelerin veya kazaların kaçınılmazlığını kabul eden dirençlilik kavramı kentsel altyapı sistemleri için de alternatif bir düşünme biçimi olabilmektedir. Dirençlilik analizleri tehlikelerin veya kazaların kaçınılmaz olduğunu kabul ederek farklı olası tehlikelere göre sistem dirençliliğini iyileştirmeye odaklanır. Kentsel altyapı sistemleri için zamana bağlı bir dayanıklılık ölçütü önerisi dirençlilik literatüründe tartışılmaya devam etmektedir.

Kritik altyapı sistemlerinin hem değeri hem de savunmasızlığı konusunda artan farkındalık bu sistemlerin verimli, güvenilir ve sürdürülebilir planlamasına, tasarımına, işletilmesine, bakımına yönelik uzun vadeli bir stratejiye odaklanan yeni, çok disiplinli yaklaşımlar gerektirmektedir. Sürdürülebilir kentsel altyapı gelişimi gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılamak için doğal ve yapılı kaynak çevrelerini korurken mevcut insan ihtiyaçlarını da karşılamalıdır. Bu entegre yer üstü ve yer altı kaynak kullanımı ve yönetimi bir sistem perspektifi gerektirir. Dirençlilik oluşturma bağlamında bu perspektif maliyet etkinliği, uzun ömür, işlevsellik, güvenlik, estetik, yaşam kalitesi, uyarlabilirlik ve çevresel faydaların en üst düzeye çıkarılmasını hedeflerken tüm olumsuz etkilerin en aza indirilmesini dikkate alır (Nelson ve Sterling, 2012, s. 3200). Bir ülkenin altyapı sistemleri, tartışmasız ekonominin en temel ve kritik itici güçleridir. Altyapı sistemleri ayrıca herhangi bir doğal veya teknolojik felaketten sonra hızlıca kurtulmayı da sağlar. Bu sistemlerin dirençliliği yalnızca kentlerin planlanması açısından değil bölgelerin ve ulusların planlama ve politika değerlendirmeleri açısından da önem taşımaktadır (Sterling vd., 2012, s. 242). Fiziksel altyapı sistemleri, güvenilen ve beklenen hizmetleri sunan dağıtım ve iletim sistemleridir. Başlangıçta basit, doğrusal ve bağlantısız sistemler olarak tasarlanıp kurulmalarına rağmen günümüzde bağlantılı, doğrusal olmayan, karmaşık sistemler haline gelerek özellikle kriz ve afet koşullarında aktif çalışması gereken, mutlak anlamda kontrole ihtiyaç duyan sistemler olmuşlardır (Tülek ve Mirici, 2019, s. 2). Kentte yaşayan insanların bu altyapı sistemlerini ve kamu mekanlarını rahat bir biçimde kullanması mekânsal yaşanabilirlik kalitesinin göstergesi olarak kentsel dirençlilik araştırmalarında yerini almaktadır.

Wang, Xue ve Zhang (2018, s. 2-3), yapmış oldukları çalışmada sürdürülebilir kentsel sistemler için kentsel altyapıların öncelikli olarak dirençli bir şekilde oluşturulmasına vurgu yaparak altyapı dirençliliğinin, kentsel altyapı yaşam döngüsündeki tüm teknik unsurları içine alan teknik boyut, kentsel altyapı için restorasyon süreçlerinde ekonomik faktörleri içine alan ekonomik boyut ve kentsel altyapının işletim ve yönetim aşamalarında sosyal ve organizasyonel önlemleri içine alan yönetim boyutunu içermesi gerekliliğinden bahsetmektedirler. Aynı çalışmada kentsel altyapı dirençliliği geliştirmenin faydalarının, kentsel altyapının afetler sonrasında daha düşük işlevsel kayıplar yaşaması, afetler meydana geldikten sonra hızlı normal duruma geri dönebilmesi, iyileşme sürecini hızlandırarak toplum ve ekonomi üzerindeki olumsuz etkilerini azaltması olduğunu belirtmektedirler.

E. GÖÇ DİRENÇLİLİĞİ

Uluslararası kitlesel göç de dahil olmak üzere göç olgusunun her çeşidi kentsel mekânları demografik, ekolojik, kültürel, toplumsal ve ekonomik açılardan önemli şekilde değiştirmektedir. Bu nedenle yerel yönetimlerin bu çok katmanlı ve karmaşık süreçleri yönetebilmek, göç kaynaklı kentsel sorunlara yanıt verebilmek, kentleri planlamak için bugüne kadar kullandığı geleneksel araçlar, düşünce biçimleri yeterli olamamakta, yerel yönetimler artık yenilikçi çözümlere olanak sağlayacak yeni bilgi, beceri ve uygulama araçlarına ihtiyaç duymaktadırlar (Tuçaltan, 2021, s. XIX). Güncel tartışmalarda göç olgusunun sadece politik ve demografik değil, kentsel bir mesele olduğunun da altı çizilmektedir (Güngördü ve Bayırbağ, 2019, s. 190). Göçmenler/mülteciler göç ettikleri ülkelerde kentsel alanlara yerleşmekte, buralarda yerleşik nüfusla aynı kentsel koşullara tabii olmakta, kendi sosyal, kültürel ve mekânsal pratiklerini sürdürmeye çalışırken yeni bir coğrafyada mevcut topluluklar ile bir arada yaşamının yollarını ve yöntemlerini aramaktadırlar (Altay Kaya, 2021, s. 116). Göç olgusu, hem göç edilen yerin hem de göç alan yerin geliri,

zenginliğini, bilgi tabanını, işgücü arzını etkilemekte ve aynı zamanda doğal kaynakların kullanımını, teknolojinin mevcudiyetini, kaynak oluşturma zorluklarını da içermektedir. Bu zorluklar çeşitli sosyal, ekonomik, demografik sonuçlar ve etkiler yaratmakta, ekonomik refahı, topluluk yapısını değiştirerek dirençlilik oluşturma süreçlerini etkilemektedirler (Adger, Kelly, Winkels, Huy ve Locke, 2002, s. 358).

Kentsel dirençlilik araştırmalarının hâkim olduğu göç ile ilgili literatür incelendiğinde, çalışmaların psikolojik boyutu ile ilgili savunmasız çocukların ve ailelerinin dirençliliğini (Chorn-Pond ve Ungar, 2012; Molina ve Alcántara, 2013; Wild, Wiles ve Allen, 2013) ele alan çalışmalar olduğu gibi toplulukların entegrasyonu ve güvenlik endişelerini ele alan çalışmalar (Falicov, 2005; Gray, Forbes, Briggs-Gawon ve Carter, 2015; Leitner vd., 2018) da mevcuttur. Bazı çalışmalar uluslararası göçmenlerin uygun istihdam, eğitim, barınma ile ilgili zorlukların üstesinden gelmek ve sosyal uyumu sağlamak için bireysel, toplumsal kaynaklarını nasıl kullandığını incelemektedir (Cardoso ve Thompson, 2010; Michail, 2013; Mythen, 2012). Örneğin, ABD’de birçok Latin kökenli göçmen, kayıt dışı göçmenler olarak klişeleştirmeyle bağlantılı psikolojik stresin üstesinden kendi toplulukları içinde seslerini duyurarak gelmektedir (Michail ve Christou, 2015, s. 174). İngiltere’de birçok Müslüman göçmen, aile ve toplum ilişkilerini güçlendirerek kurumsal ırkçılıkla mücadele etmektedir (Mythen, 2012, s. 395). Göçmenlerin kültürel anlamda uygun hizmetler talep ederek, oy haklarını kullanarak ve eğitim alarak dışlanmaya direnme çabaları da bir dirençlilik biçimi olarak tartışılmaktadır (Maiter ve Stalker, 2011; Owens ve Lynch, 2012; Voicu ve Comşa, 2014). Bu çalışmalarda göçmenlerin aile, arkadaş ve diğer sosyal bağlantılar ile kaynaklara erişim üzerindeki önemli etkileri vurgulanmakta, yapısal kısıtlamalar ve hükümet dışı kurumların rolleri büyük ölçüde dirençliliğin belirleyicileri olarak ifade edilmektedir.

Göç dirençliliği oluşturulmaya çalışılırken bu alanın sosyal dirençlilik ile iç içe geçmiş geçirgen bir yapısı olduğu unutulmamalıdır. Sosyal kurumlar genellikle yeni gelen savunmasız nüfuslar için önemli sosyal dayanışma ve sığınak kaynakları oluştururlar. Sosyal dirençlilik açısından, göçmenlere hizmet veren okullar, yerel ticaret odaları, sosyal destek merkezleri gibi kurumlar, yeni gelenleri desteklemeye, temsil etmeye, güçlendirmeye hizmet etmekte, göçmenlerin dirençliliklerini artıran, onların seslerini duyuran dinamikler olmaktadır. Bireylerin kendi arasındaki, kurumlar ve bireyler arasındaki ilişkilere yaptığı vurgu ile sosyal dirençlilik, son derece marjinal ve savunmasız olanlar da dahil olmak üzere bireylerin failliğini vurgulamaktadır (Preston, Shields ve Akbar, 2021, s. 2). Dolayısıyla sosyal dirençliliğin kurumsal bağlam ve yanıtları, yeni gelenlerin hayatlarını yeni bir yerde kurma çabalarını kolaylaştırmada ve toplumsal katkılarını artırmada kritik rollere sahip olduğundan göç dirençliliği oluşturulurken de bu yanıtlar oldukça önem taşımaktadır. Ayrıca göç olgusunun mekânsal dinamiklerini belirlemek, siyasi, ekonomik, sosyal ve kültürel sonuçları hakkında çözüm üretici politikalar oluşturmak ve uygulamak daha çok ulusal/yerel kurumların sorumluluğunda olduğundan göç dirençliliğinin kurumsal dirençlilik ile de güçlü bir ilişki içinde olduğu söylenebilir.

F. KURUMSAL DİRENÇLİLİK

Kentsel dirençliliği, gözlem altındaki belirli bir yerin doğasında bulunan zorluklarla başa çıkmak için sistemik bir kapasiteye sahip olmak olarak kavramsallaştırsak bunu yalnızca yapısal belirleyicilere odaklanmak yerine karar verme süreçleri ve kurumsal çerçevelerle ilişkilendirmemiz gerekecektir. Mekanlar, kurumsal yapılardan oluşsalarda eylemleri gerçekleştiren bireysel veya kolektif aktörlerdir ve değişimi oluşturan da onların eylemleridir. Kurumların evrimi ve performansı hem kamusal hem de özel çok çeşitli bireysel ve kolektif aktörlerin eylemleri arasındaki etkileşimden ortaya çıkmaktadır (Lang, 2011, s. 16). Farklı aktörler sorunları gündeme getirmek, çözümleri teşvik etmek, koalisyonlar oluşturmak ve desteği harekete geçirmek için çeşitli girişimcilik stratejilerini kullanabilirler. Bunların tümü kurumsal yapıları yaratma, bozma veya sürdürme çabalarını oluşturmakta dolayısıyla kurumsal dirençlilik olarak da görülebilmektedirler.

Folke (2006, s. 3), dirençliliği “insanların, toplulukların, toplumların ve kültürlerin sürekli değişen şartlarda değişimle yaşama ve değişim karşısında gelişmeyi sürdürme kapasitesini geliştirme yeteneği” olarak açıklamaktadır. Bu tanımdan hareketle, kurumların dirençlilik

sağlamadaki gerekliliklerini nasıl yerine getireceği soruları ortaya çıkmaktadır. Örneğin, mevcut kurumlar değişim baskılarına nasıl direniyor veya yeni kurumlar zaman içinde nasıl istikrar kazanıyor? Önemli kurumsal işlevler (örneğin, demokratik yönetim, mülkiyet hakları, hesap verebilirlik mekanizmaları vb.) değişen çevresel, sosyal, politik bağlamlara nasıl uyarlanabilir ve dönüştürülebilir hale getiriliyor? Tüm bu sorular, yeniliği kabul edebilmek ve yeni koşullara uyum sağlayabilmek için sosyal sistemleri, kurumsal ortamları daha uyumlu, daha esnek ve değişime daha açık olmaya zorlamaktadır (Berkes vd., 2000, s. 8). Ancak, değişim sırasında kurumsal sistemin faydalı özelliklerini kaybetmemesi için belirli bir düzeyde süreklilik ve daha yüksek seviyelerde kalıcılık da gereklidir (Folke vd., 2010, s. 4). Bu süreklilik kurumsal sistem içinde veya kurumsal sistem dışında (aktörlerin kurumsal hafızası gibi) sağlanabilir. Çok fazla değişikliğe izin veren sistemler hafıza kaybıyla karşılaşabileceği gibi yüksek derecede süreklilik ile karakterize edilen sistemler ise olası şoklar karşısında kesinti yaşayacak ve kriz ortamı oluşacaktır (Herrfahrdt-Pähle ve Pahl-Wostl, 2012, s. 3). Kurumlarda istikrar ve dirençliliğe ilişkin çalışmalardan bazıları kurumsal yapılarıdaki katılıklar, kilitlenmeler ve atalet nedeniyle önemli bir değişim sağlamanın zorluklarını ele alırken (Boyd ve Juhola, 2015; Van Buuren, Ellen ve Warner, 2016) bazıları da kurumların istikrarı ve devamlılığının her durum ve şekilde gerekliliği üzerinde durmaktadır (Greif, 2014; Ostrom, 2014).

Kurumsal dirençlilik, kurumsal çeşitliliği de içermektedir. Bu çeşitlilik, kolayca değiştirilemeyen ve sürekliliği sağlayan (anayasa gibi) kurumlar ile değiştirilmesi daha kolay olan (çevre politikası, su politikası gibi) ve böylece dış değişikliklere tepki vermek için gereken esnekliği sağlayan nispeten istikrarlı yönetim kuralları içeren bir dizi kurumdan oluşmaktadır (Huitema vd., 2009, s. 13). Kurumlar üretilir ve potansiyel olarak dönüştürülürler. İstikrar, kurumların uygunluğunu ve etkililiğini teyit eden, kurallara bağlılığı temin eden ve altta yatan varsayımları, inançları yeniden üreten eylemlerden temel alırken, dirençlilik ise kurumların bozulabilmesinden ve yenilerinin yaratılabilmesinden temel almaktadır. Hem istikrar hem de dirençlilik muhtemelen her yönetim sisteminin ayrılmaz parçaları olacaktır (Beunen, Patterson ve Assche, 2017, s. 13). Dolayısıyla kurumsal dirençlilik, paydaşların kurumsal yapıya olan güvenlerini kaybedecek kadar sık değişikliğe uğramadan kurumsal bir sistemi uyarlamak için sürekliliği ve değişimi yönetmekle ilgilidir (Folke vd., 2002, s. 439). Bu nedenle kurumsal dirençlilik, farklı aktörler tarafından farklı düzeylerde ve zamanlarda gerçekleştirilen bir dizi eylem ve strateji arasındaki etkileşimi ve bunların kurumsal yapıların evrimi üzerindeki kümülatif etkisini dikkate almayı gerektirmektedir (Zhang, Roo ve Dijk, 2015, s. 168).

Kurumların dirençliliğini sağlamak kentsel dirençlilik için önemli ve gerekli olmakta çünkü dirençli kurumların yokluğu sosyal ve ekonomik kalkınmayı engelleyen uzun süreli kriz ortamlarına yol açabilmektedir. Dirençli kurumlara sahip olmayan kentsel sistemler, ani veya kronik stresler sonucunda çökebilecek veya sistemin devam etmesini engelleyen rahatsızlıktan geri dönemeyebilmektedirler. Kurumları kırılğan olan bir kent, güçlü bilişel temellerden yoksun olduğundan olası rahatsızlıklardan ve şoklardan daha fazla olumsuz etkilenebilmektedir. Bu durumda meydana gelen kurumsal çöküş bir bütün olarak sistemin direncini azaltıcı etki yaratabilmektedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Kentsel dirençlilik literatürü gittikçe genişlemekte, kentler için dirençlilik önemli hale gelmektedir. Ancak kentlerin dirençliliğini ölçme çabaları ve kentleri dirençli kılmaya yönelik politikalar birçok farklı boyutu ilgilendirdiğinden tek bir kentsel dirençlilik içeriğinden bahsetmek gittikçe güçleşmektedir. Bu bağlamda çalışmada ekolojik, sosyal, bölgesel ekonomik, kentsel altyapı, afet, göç ve kurumsal dirençlilik olmak üzere 7 dirençlilik boyutu tespit edilmiştir.

Bu dirençlilik boyutlarından 'ekolojik dirençlilik', kentlerin yaşayan bir varlık olduğundan yola çıkarak sistem analizi pratiğinden kentsel dirençliliği ele almaktadır. Kentte yaşayan insan topluluklarını hedefine alan 'sosyal dirençlilik', kentsel dirençlilik ile yakından ilişkili olarak önemi giderek artan bir dirençlilik türü haline gelmektedir. Kentin fiziksel yapısından bahseden 'kentsel altyapı dirençliliği', kentin ekonomik göstergelerini analiz eden 'bölgesel ekonomik dirençlilik' kentleri

farklı özellikleri ile analize tabi tutmaktadır. Son zamanlarda iklim değişikliği, terör saldırıları, pandemiler, teknolojik kazalar gibi kentsel risklerin artması ile gündeme gelen 'afet dirençliliği' kentsel dirençlilik oluşturma sürecinde afetler açısından kenti değerlendirmektedir. Yine aynı şekilde dünyada artan göç hareketleri ile birlikte kentlerin karşı karşıya kaldığı önemli sorunlardan biri olan göç hareketlilikleri de 'göç dirençliliği' açısından kentleri analiz etmektedir. Son olarak kentlerde yönetim ve risk azaltma politikalarının temelini oluşturan kurumların dirençliliğini analiz eden 'kurumsal dirençlilik'te kentsel dirençlilik oluşturmada önemli bir ölçüm birimi olmaktadır.

Kentlere dirençlilik perspektifinden bakıldığında, dirençlilik modellerini, boyutlarını, dirençlilikle ilgili aktörleri birbirinden bağımsız ele almak mümkün olmayacaktır. Çalışmada açıklanan her bir dirençlilik boyutu geçişken bir alan içinde ilişkisel olarak birbirlerinden etkilenmekte ve birbirlerini yakından etkilemektedirler. Kentler fiziksel, sosyal, ekonomik ve kurumsal alanların bütünsel bir yaklaşımla yönetilmesi gerektiği mekânlar olduğundan kentsel dirençlilik oluşturulurken de herhangi bir dirençlilik türünün zayıf olması diğer dirençlilik türlerini de olumsuz etkileyebilecektir. Örnek vermek gerekirse, afet dirençliliği oluşturmada kurumsal dirençlilik oldukça önemlidir. Bir doğal afet sonrası oluşabilecek hasarları hızlı bir şekilde gidermek, afet öncesinde alınabilecek tedbirlerle mal/can kayıplarını en aza indirmek öncelikle afetin meydana geldiği alanlarda yer alan kurumların güçlü bir dirençli yapıya sahip olmasına bağlıdır. Aynı şekilde göç dirençliliği sosyal dirençlilik ile güçlü bir ilişki içerisindedir; kentsel dokuyu tahrip etmeden kente gelen göçmenleri kent mekânlarına adapte edebilmek o bölgedeki sosyal dirençliliğin yüksek olmasıyla ilgilidir. Yine benzer şekilde kentsel altyapı dirençliliği ekonomik dirençlilik ve kurumsal dirençlilik ile eş güdümlüdür; sağlam ve sürdürülebilir kentsel altyapılar oluşturmak yüksek kaynak tahsis ve uzmanlık gerektirdiğinden bölgenin ekonomisi ve ekonomik kurumlarının da güçlü ve dirençli olması gerekmektedir. Sonuç olarak, çalışmadaki her bir dirençlilik boyutu birbirini tamamlayan bazen birbiri yerine geçen bazen de eş olarak hareket edilmesi gereken, aralarında güçlü bir bağın olduğu kentsel dirençlilik alt boyutlarıdır. Kentsel dirençlilik politikalarını geliştirmeyi kolaylaştırmak için dirençliliğin farklı boyutlarını tespit ve anlamlandırmaya yönelik çalışmaların devam etmesi önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

- [1] Adger, W. N. (2000). Social and ecological resilience: are they related?. *Progress in Human Geography*, 24(3), 347-364. <https://doi.org/10.1191/030913200701540465>
- [2] Adger, W. N., Kelly, P. M., Winkels, A., Huy, L. G. ve Locke, C. (2002). Migration, remittances, livelihood trajectories, and social resilience. *AMBIO: A Journal of the Human Environment*, 31(4), 358-366. <https://doi.org/10.1579/0044-7447-31.4.358>
- [3] Adger, W. N. ve Hodbod, J. (2014). Ecological and social resilience. Atkinson Giles (Ed.). *Handbook of sustainable development*, içinde (s. 91-104). Edward Elgar: UK.
- [4] Altay Kaya, D. (2021). Zorunlu göç ve dayanıklılık planlaması: Türkiye'nin Suriye zorunlu göçü deneyimi. *Metu Journal of The Faculty of Architecture*, 38(2), 115-143. <https://doi.org/10.4305/METU.JFA.2021.2.2>
- [5] Beilin, R. ve Wilkinson, C. (2015). Introduction: governing for urban resilience. *Urban Studies*, 52(7), 1205-1217. <https://doi.org/10.1177/0042098015574955>
- [6] Béné, C., Wood, R.G., Newsham, A. ve Davies, M. (2012). Resilience: newutopia or new tyranny? reflection about the potentials and limits of the concept of resilience in relation to vulnerability reduction programmes. *IDS Working Paper*, 2012 (405), 1-61. <https://doi.org/10.1111/j.2040-0209.2012.00405.x>
- [7] Berkes, F., Colding, J. ve Folke, C. (2000). *Navigating social-ecological systems: building resilience for complexity and change*. Cambridge University Press: UK.
- [8] Beunen, R., Patterson, J. ve Assche, K. (2017). Governing for resilience: the role of institutional work. *Current Opinion in Environmental Sustainability*, 28(1), 10-16. <https://doi.org/10.1016/j.cosust.2017.04.010>
- [9] Boshier, L. (2014). Built-in resilience through disaster risk reduction: operational issues. *Building Research & Information*, 42(2), 240-254. <https://doi.org/10.1080/09613218.2014.858203>
- [10] Boyd, E. ve Juhola, S. (2015). Adaptive climate change governance for urban resilience. *Urban Studies*, 52(7), 1234-1264. <https://doi.org/10.1177/0042098014527483>
- [11] Brand, F. S. ve Jax, K. (2007). Focusing the meaning(s) of resilience: resilience as a descriptive concept and a boundary object. *Ecology and Society*, 12(1), 1-16
- [12] Buckle, P., Mars, G. ve Smale, S. (2000). New approaches to assessing vulnerability and resilience. *Australian Journal of Emergency Management*, 15(2), 8-14.
- [13] Cardoso, J. B. ve Thompson, S. J. (2010). common themes of resilience among latino immigrant families: a systematic review of the literature. *Families in Society*, 91(3), 257-265. <https://doi.org/10.1606/1044-3894.4003>

- [14] Carpenter, S., Walker, B., Anderies, J.M. ve Abel, N. (2001). From metaphor to measurement: resilience of what to what?. *Ecosystems*, 4(8), 765–781. <https://doi.org/10.1007/s10021-001-0045-9>
- [15] Chelleri, L., Waters, J., Olazabal, M. ve Minucci, G. (2015). Resilience trade-offs: addressing multiple scales and temporal aspects of urban resilience. *Environment and Urbanization*, 27(1), 181-198. <https://doi.org/10.1177/0956247814550780>
- [16] Chen, C., Xu, L., Zhao, D., Xu, T. ve Lei, P. (2020). A new model for describing the urban resilience considering adaptability, resistance and recovery. *Safety Science*, 128(2020), 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2020.104756>
- [17] Chorn-Pond, A. ve Ungar, M. (2012). An interview with am chorn-pond: helping children in cambodia through the revival of traditional music and art. Micheal Ungar (Ed.). *The social ecology of resilience: a handbook of theory and practice*, içinde (s. 99-110). Springer Science & Business Media: USA.
- [18] Clark, J., Huang, H. ve Walsh, J.P. (2010). A typology of 'innovation districts': what it means for regional resilience. *Economy and Society*, 3(1), 121–137. <https://doi.org/10.1093/cjres/rsp034>
- [19] Coaffee, J. (2013). Rescaling and responsabilising the politics of urban resilience: from national security to local place-making. *Politics*, 33(4), 240-252. <https://doi.org/10.1111/1467-9256.12011>
- [20] Coaffee, J. ve Clarke, J. (2015). On securing the generational challenge of urban resilience. *The Town Planning Review*, 86(13), 249-255. <https://doi.org/10.1080/00336548.2015.1061166>
- [21] Coaffee, J., Therrien, M., Chelleri, L., Henstra, D., Aldrich, D.P., Mitchell, C.L., ... Rigaud, E. (2018). Urban resilience implementation: a policy challenge and research agenda for the 21st century. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 26(3), 403-410. <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12233>
- [22] Davoudi, S. (2012). Resilience: a bridging concept or a dead end?. *Planning Theory & Practice*, 13(2), 299-333. <https://doi.org/10.1177/00420980115574955>
- [23] Davoudi, S., Brooks, E. ve Mehmood, A. (2013). Evolutionary resilience and strategies for climate adaptation. *Planning Practice & Research*, 28(3), 307-322. <https://doi.org/10.1080/02697459.2013.787695>
- [24] DeVerteuil, G. ve Golubchikov, O. (2016). Can resilience be redeemed? resilience as a metaphor for change, not against change. *City*, 20(1), 143–151. <https://doi.org/10.1080/13604813.2015.1125714>
- [25] Engle, N. L. (2011). Adaptive capacity and its assessment. *Global Environmental Change*, 21 (2), 647–656. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2011.01.019>
- [26] Ersavaş Kavanoz, S. (2020). Kent sel direnç kavramı üzerine. *Kent ve Çevre Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 5-24.
- [27] Falicov, C. J. (2005). Emotional transnationalism and family identities. *Family Process*, 44(4), 399-406.
- [28] Folke, C. (2006). The emergence of a perspective for social-ecological systems analysis. *Global Environmental Change*, 16, 253–267. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2006.04.002>
- [29] Folke, C., Carpenter, S., Elmquist, T., Gunderson, L., Holling, C.S. ve Walker, B. (2002). Resilience and sustainable development: building adaptive capacity in a world of transformations. *AMBIO: A Journal of the Human Environment*, 31(5), 437–440. <https://doi.org/10.1579/0044-7447-31.5.437>
- [30] Folke, C., Carpenter, S. R., Walker, B., Scheffer, M., Chapin, T. ve Rockström, J. (2010). Resilience thinking: integrating resilience, adaptability and transformability. *Ecology and Society*, 15(4), 1-9.
- [31] Friend, R. ve Moench, M. (2013). What is the purpose of urban climate resilience? implications for addressing poverty and vulnerability. *Urban Climate*, 6, 98–113. <https://doi.org/10.1016/j.uclim.2013.09.002>
- [32] Gaillard, J. (2007). Resilience of traditional societies in facing natural hazards. *Disaster Prevention and Management*, 16(4), 522-544. <https://doi.org/10.1108/09653560710817011>
- [33] Gray, S. A. O., Forbes, D., Briggs-Gawon, M. ve Carter, A.S. (2015). Caregiver insightfulness and young children's violence exposure: testing a relational model of risk and resilience. *Attachment & Human Development*, 17(6), 615-634. <https://doi.org/10.1080/14616734.2015.1100207>
- [34] Greif, A. (2014). Do institutions evolve?. *Journal of Bioeconomics*, 16(1), 53-60.
- [35] Gunderson, L. (2010). Ecological and human community resilience in response to natural disasters. *Ecology And Society*, 15(2), 1-11.
- [36] Güngördü, F. Z. ve Bayırbağ, M. K. (2019). Policy and planning in the age of mobilities: refugees and urban planning in turkey. Özdemir Sarı ve Burcu Sarı (Eds.). *Urban and Regional Planning in Turkey* içinde (s. 185-212). 1. Baskı. Springer: Switzerland.
- [37] Herrfahrdt-Pähle, E. ve Pahl-Wostl, C. (2012). Continuity and change in social-ecological systems: the role of institutional resilience. *Ecology and Society*, 17(2), 1-14.
- [38] Hill, E., Wial, H. ve Wolman, H. (2008). Exploring regional economic resilience. *Institute Urban and Regional Development*, 2008(4), 1-22.
- [39] Holling, C. S. (1973). Resilience and stability of ecological systems. *Annual Review of Ecology and Systematics*, 4(1), 1-23.
- [40] Holling, C. S. (1996). Engineering resilience versus ecological resilience. Peter Schulze (Ed.). *Engineering Within Ecological Constraints* içinde (s. 31-44). National Academies Press: Washington.
- [41] Huitema, D., Mostert, E., Egas, W., Moellenkamp, S., Pahl-Wostl, C. ve Yalçın, Resul. (2009). Adaptive water governance: assessing the institutional prescriptions of adaptive (co-) management from a governance perspective and defining a research agenda. *Ecology and Society*, 14(1), 1-19.
- [42] ICLEI. (2020, Ocak 22). Resilient cities report 2018. Erişim adresi: https://resiliencies2018.iclei.org/wp-content/uploads/RC2018_Report.pdf
- [43] Joseph, J. (2013). Resilience as embedded neoliberalism: a governmentality approach. *Resilience*, 1 (1), 38–52. <https://doi.org/10.1080/21693293.2013.765741>
- [44] Kumar, N. ve Quisumbing, A. (2014). *Gender, shocks, and resilience*. 11, IFPRI: Washington.
- [45] Lang, T. (2011). Urban resilience and new institutional theory—a happy couple for urban and regional studies?. Bernhard Müller (Ed.). *German annual of spatial research and policy 2010 urban regional resilience: how do cities and regions deal with change*, içinde (s. 15-24). Springer: Berlin.
- [46] Leichenko, R. (2011). climate change and urban resilience. *Current Opinion In Environmental Sustainability*, 3(3), 164-168. <https://doi.org/10.1016/j.cosust.2010.12.014>
- [47] Leitner, H., Sheppard, E., Webber, S. ve Colven, E. (2018). Globalizing urban resilience. *Urban Geography*, 39(8), 1276-1284. <https://doi.org/10.1080/02723638.2018.1446870>
- [48] Maclean, K., Cuthill, M. ve Ross, H., (2014). Six attributes of social resilience. *Journal of Environmental Planning and Management*, 57(1), 144-156. <https://doi.org/10.1080/09640568.2013.763774>
- [49] Maiter, S. ve Stalker, C. (2011). South Asian immigrants' experience of child protection services: are we recognizing strengths and resilience?. *Child & Family Social Work*, 16(2), 138-148. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2206.2010.00721.x>
- [50] Manyena, B., O'Brien, G., O'Keefe, P. ve Rose, J. (2011). Disaster resilience: a bounce back or bounce forward ability?. *Local Environment: The International Journal of Justice and Sustainability*, 16(5), 417-424. <http://dx.doi.org/10.1080/13549839.2011.583049>
- [51] Martin, R. ve Sunley, P. (2007). Complexity thinking and evolutionary economic geography. *Journal Of Economic Geography*, 7(5), 573-601. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbm019>
- [52] Meerow, S., Newell, J.P. ve Stults, M. (2015). Defining urban resilience. a review. *Landscape and Urban Planning*, 147, 38-49. <http://dx.doi.org/10.1016/j.landurbplan.2015.11.011>
- [53] Meerow, S., Pajouhesh, P. ve Miller, T.R. (2019). Social equity in urban resilience planning. *Local Environment*, 24(9), 793-808. <https://doi.org/10.1080/13549839.2019.1645103>
- [54] Michail, D. ve Christou, A. (2016). Diasporic youth identities of uncertainty and hope: second-generation albanian experiences of transnational mobility in an era of economic crisis in Greece. *Journal of Youth Studies*, 19(7), 957-972. <https://doi.org/10.1080/1367261.2015.1136052>
- [55] Molina, K. M. ve Alcántara, C. (2013). Household structure, family ties, and psychological distress among US-born and immigrant latino women. *Journal of Family Psychology*, 27(1), 147-158. <https://doi.org/10.1037/a0031135>
- [56] Mythen, G. (2012). Identities in the third space? solidity, elasticity and resilience amongst young british pakistani muslims. *The British Journal Of Sociology*, 63(3), 393-411. <https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2012.01416.x>
- [57] Nelson, P. P. ve Sterling, R. L. (2012). Sustainability and resilience of underground urban infrastructure: new approaches to metrics and formalism. *GeoCongress 2012: State of the Art and Practice in Geotechnical Engineering*, 3199-3208. <https://doi.org/10.1061/9780784412121.327>
- [58] Obrist, B., Pfeiffer, C. ve Henley, R. (2010). Multi-layered social resilience: a new approach in mitigation research. *Progress in Development Studies*, 10(4), 283-293. <https://doi.org/10.1177/146499340901000402>
- [59] O'Hare, P. ve White, I. (2013). Deconstructing resilience: lessons from planning practice. *Planning Practice and Research*, 28(3), 275–279. <https://doi.org/10.1080/02697459.2013.787721>
- [60] Ostrom, E. (2014). Do institutions for collective action evolve?. *Journal of Bioeconomics*, 16(1), 3-30.
- [61] Owens, J. ve Lynch, S. M. (2012). Black and hispanic immigrants' resilience against negative-ability racial stereotypes at selective colleges and universities in the United States. *Sociology of Education*, 85(4), 303-325. <https://doi.org/10.1177/0038040711435856>
- [62] Pendall, R., Foster, K.A. ve Cowell, M. (2010). Resilience and regions: building understanding of the metaphor. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 3(1), 71–84. <https://doi.org/10.1093/cjres/rsp028>
- [63] Pickett, S. T. A., McGrath, B., Cadenasso, M. L. ve Felson, A.J. (2014). Ecological resilience and resilient cities. *Building Research & Information*, 42(2), 143–157. <https://doi.org/10.1080/09613218.2014.850600>
- [64] Pike, A., Dawley, S. ve Tomaney, J. (2010). Resilience, adaptation and adaptability. *Economy And Society*, 3(1), 59-70. <https://doi.org/10.1093/cjres/rsq001>
- [65] Preston, V., Shields, J. ve Akbar, M. (2021). Migration and resilience in urban canada: why social resilience, why now?. *Journal of International Migration and Integration*, 23, 1421-1441.
- [66] Ribeiro, P.J.G. ve Gonçalves, L.A.J. (2019). Urban resilience: a conceptual framework. *Sustainable Cities and Society*, 1-41. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2019.101625>
- [67] Rose, A. (2007). Economic resilience to natural and man-made disasters: multidisciplinary origins and contextual dimensions. *Environmental Hazards*, 7(4), 383-398.
- [68] Simmie J. ve Martin R. (2010). The economic resilience of regions: towards an evolutionary approach. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 3, 27-43. <https://doi.org/10.1093/cjres/rsp029>

- [69] Smyth, I. ve Sweetman, C. (2015). Introduction: gender and resilience. *Gender & Development*, 23(3), 405-414.
- [70] Sterling, R., Admiraal, H., Bobylev, N., Parker, H., Godard, J., Vahahu, I., ... Hanamura, T. (2012) Sustainability issues for underground space in urban areas. proceedings of the institution of civil engineers. *Urban Design and Planning*, 165(4), 241-254. <https://doi.org/10.11680/udap.10.00020>
- [71] Stumpp, E. (2013). New in town? on resilience and 'resilient cities. *Cities*, 34, 164-66. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2013.01.003>
- [72] Tuğaltan, G. (2021, Mayıs 15). Önsöz: yerel yönetim ve göç dizisi yayınları (2018-2021), Balaban, Osman (Ed.), *İklim Değişikliği, Göç ve Yerel Yönetimler, Yerel Yönetişim ve Göç Dizisi II* içinde (XIX-XXII), SKL International AB. Erişim adresi www.sklinternational.se
- [73] Tülek, B. ve Mirici, M. (2019). Kentsel sistemlerde yeşil altyapı ve ekosistem hizmetleri. *Peyzaj*, 1(2), 1-11.
- [74] UNISDR. (2009, Ağustos 08). United nations office for disaster reduction, terminology on disaster risk. Erişim adresi https://www.unisdr.org/files/7817_UNISDRTerminologyEnglish.pdf
- [75] United Nations. (2021, Aralık 12). World population prospects: The 2017 Revision. Erişim adresi: www.un.org/development/desa/publications/worldpopulation-
- [76] UN-Habitat. (2020, Nisan 23). Resilience. Erişim adresi: <https://unhabitat.org/urban-themes/resilience/>
- [77] Walker, B., Holling, C.S., Carpenter, S. R. ve Kinzig, A. (2004). Resilience, adaptability and transformability in social- ecological systems. *Ecology and Society*, 9(2), 1-5.
- [78] Walker, B. ve Salt, D. (2012). *Resilience thinking: sustaining ecosystems and people in a changing World*. Island Press: London.
- [79] Wardekker, J. A., Jong, A., Knoop, J.M. ve Sluijs J.P. (2010). Operationalising a resilience approach to adapting an urban delta to uncertain climate changes. *Technological Forecasting and Social Change*, 77(6), 987-998. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2009.11.005>
- [80] Wang, L., Xue, X., Wang, Z. ve Zhang, L. (2018). A unified assessment approach for urban infrastructure sustainability and resilience. *Advances in Civil Engineering*, 2018, 1-20. <https://doi.org/10.1155/2018/2073968>
- [81] Weichselgartner, J. ve Kelman, I. (2015). Geographies of resilience: challenges and opportunities of a descriptive concept. *Progress In Human Geography*, 39(3), 249-267. <https://doi.org/10.1177/0309132513518834>
- [82] Wild, K., Wiles, J. L. ve Allen, R. S. (2013). Resilience: thoughts on the value of the concept for critical gerontology. *Ageing & Society*, 33(1), 137-158. DOI: <https://doi.org/10.1017/S0144686X11001073>
- [83] Wilkinson, C. (2012). Social-ecological resilience: insights and issues. *Planning Theory*, 11(2), 148-169. <https://doi.org/10.1177/1473095211426274>
- [84] Vale, L. J. (2014). The politics of resilient cities: whose resilience and whose city?. *Building Research & Information*, 42: 2, 191-201. <https://doi.org/10.1080/09613218.2014.850602>
- [85] Van Buuren, A., Ellen, G. J. ve Warner, J. F. (2016). Path-dependency and policy learning in the Dutch delta: toward more resilient flood risk management in the Netherlands?. *Ecology and Society*, 21(4), 1-11.
- [86] Voicu, B. ve Comşa, M. (2014). Immigrants' participation in voting: exposure, resilience, and transferability. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 40(10), 1572-1592. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2013.873712>
- [87] Zhang, S., Roo, G. ve Dijk, T. (2015). Urban land changes as the interaction between self-organization and institutions. *Planning Practice and Research*, 30(2), 160-178. <https://doi.org/10.1080/02697459.2015.1014226>
- [88] Ziervogel, G., Pelling, M., Cartwright, A., Cgu, E., Deshpande, T., Harris, L., ... Weigh, P. (2017). Inserting rights and justice into urban resilience: a focus on everyday risk. *Environment and Urbanization*, 29(1), 123-138. <https://doi.org/10.1177/0956247816686905>



SU VE KANALİZASYON İDARELERİ GENEL KURULLARI HAKKINDA BİR DEĞERLENDİRME

ORHAN VELİ ALICI^{1*} & TUĞBA YOLCU²

¹Prof. Dr., Tarsus Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, orhanvelialici@tarsus.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-8670-3879>. ²Doç. Dr., Tarsus Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, tugbayolcu@tarsus.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-7131-7545>.

ÖZ

Su ve kanalizasyon idareleri, Türkiye'de Ankara ve İstanbul'da kurulmuş bulunan ve belediyeye bağlı olarak faaliyet gösteren Sular İdaresi deneyiminden de yararlanılarak 1981 yılında birer mahalli idare kurumu olarak teşekkül ettirilmiştir. 1984 yılına dek su ve kanalizasyon idarelerinin genel kurulu daha çok merkezi idarenin uzantısı olacak şekilde bürokrat bir kimlikle oluşturulmuşken 1984 yılında yapılan bir değişiklikle büyükşehir belediye meclisleri su ve kanalizasyon idarelerinin genel kurulu haline getirilmiştir. Nitekim büyükşehir belediyesi meclis üyeleri aynı zamanda ilçe belediyesi meclis üyesi görevini de ifa etmektedir. Belediye mevzuatına dayanılarak karar organı olma vasfı güçlendirilen ve her ay toplanan bu meclislerde görev yapan meclis üyeleri yılda iki kez olağan şekilde toplanan su ve kanalizasyon idarelerinin genel kurullarında da genel kurul üyesi olmaktan ziyade meclis üyesi gibi hareket etmektedirler. Bu sebeple de teknik nitelikli mahalli idare kurumu olan ve özel ihtisas gerektiren bir görevi ifa eden su ve kanalizasyon idarelerinin faaliyetlerinin yürütülmesinde kimi sorunlar yaşanmaktadır. Bu çalışmada genel kurulların yapısı, toplanma ve karar yeter sayısı ile uygulamada karşılaşılan sorunlara yer verilmiş, ayrıca söz konusu yapının karar organı olma vasfı ile temsil kapasitesi irdelenmiştir. Bu hususlar çerçevesinde kimi yargı kararları da nazara alınarak çeşitli çözüm önerilerinde bulunulması hedeflenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Su ve Kanalizasyon İdaresi, Genel Kurul, Büyükşehir Belediyesi Meclisi, Genel Kurul Kararı, Temsiliyet.

Editör / Editor:

Hatun KORKMAZ,
Erciyes Üniversitesi, Türkiye

*Sorumlu Yazar/ Corresponding Author:

Orhan Veli ALICI,
orhanvelialici@tarsus.edu.tr

JEL:

H10, H11, H70

Geliş: 22 Haziran 2023

Received: June 22, 2023

Kabul: 10 Ekim 2023

Accepted: October 10, 2023

Yayın: 30 Nisan 2024

Published: April 30, 2024

Atıf / Cited as (APA):

Alıcı, O. V. & Yolcu, T. (2024),
Su ve Kanalizasyon İdareleri Genel Kurulları
Hakkında Bir Değerlendirme, Erciyes
Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Dergisi, 67, 25-33,
doi: 10.18070/erciyesiibd.1318343

AN EVALUATION OF THE GENERAL BOARDS OF WATER AND SEWERAGE ADMINISTRATIONS

ABSTRACT

The water and sewerage administrations were established as local government organizations in 1981, benefiting from the experience of the Water Administration depending on the municipalities of Ankara and Istanbul in Turkey. While the general boards of water and sewerage administrations had bureaucratic identities as an extension of the central government until 1984; with an amendment made in 1984, it became the general board of the water and sewerage administrations of the metropolitan municipal assemblies. Members of the metropolitan municipality council also undertake the tasks of district municipality council members. Members of the council meeting monthly, who empowered in decision-making by municipal law, act like council members rather than general board members in the general boards of water and sewerage administrations meeting twice a year. Thus, some problems arise in the operations of the water and sewerage administrations, which are technical local government organizations that execute a duty requiring a certain specialization. In this research, the structure of the general boards, the meeting and decision quorum, and the challenges experienced in practice are discussed and highlighted besides their qualifications and capacities of decision-making and representation. It is aimed to offer some solutions within the context, by taking specific verdicts into consideration.

Keywords: The Water and Sewerage Administration, General Board, Metropolitan Municipal Assembly, Resolution of General Assembly, Representation.

GİRİŞ

Su hakkı ile insanların dengeli ve sağlıklı bir çevrede yaşama hakkı devletlerin yurttaşlarına yönelik sunmakla yükümlü olduğu başat görevler arasında yer almaktadır. Bu süreçte merkezi yönetim norm belirleme ve uygulamanın denetimi konusunda bir misyon üstlenirken yerel idareler ve mahalli idare kurumları da belirlenen normları uygulamaktadır. Kentleşme ve kentsel alanlarda artan nüfusa yönelik mahalli müşterek birer hizmet olan insani tüketim amaçlı su temini görevi genel olarak belediyelerce yerine getirilmektedir. Söz konusu süreç metropoliten alanlarda hizmet sunan belediyeler için koordine edilmesi ve gereği gibi yönetilmesi güç bir görev haline dönüşmesi sebebiyle bu alanda özel amaçlı metropoliten hizmet kuruluşlarının teşekkül ettirilmesi gereği doğmuştur. Osmanlı Devleti'nin son dönemlerinde özel ihtisas gerektiren içme suyu gereksiniminin yanı sıra elektrik ve havagazi gibi mahalli müşterek nitelikli hizmetlerin imtiyaz usulü ile yabancı sermayeli şirketler vasıtasıyla yürütüldüğü, cumhuriyetin ilanı akabinde söz konusu şirketlerin ve dolayısıyla da hizmetlerin millileştirildiği bilinmektedir (Arısal, 2023a: 215-217). Akabinde de anılan mahalli müşterek nitelikli hizmetleri sunmak üzere İstanbul'da ve Ankara'da "Sular İdaresi" ile "İstanbul Elektrik, Tramvay ve Tünel İşletmeleri Umum Müdürlüğü" ve "Ankara Elektrik, Havagazi ve Otobüs İşletme Müessesesi" kurulmuştur (Arısal, 2023b:2-3). 1981 yılına dek görev yapan söz konusu idarelerden Ankara Sular İdaresi ile İstanbul Sular İdaresi, kanalizasyon görevini ifa etmemiş olup, sadece içme ve kullanma suyu temini hizmetini sunmuştur.

İstanbul özelinde su ve kanalizasyon hizmetlerinin teknik bir teşekkül tarafından sunulması yönündeki çalışmalar 2560 sayılı "İstanbul Su ve Kanalizasyon İdaresi Genel Müdürlüğü Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun"un 23/11/1981 tarih ve 17523 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanması ile nihayete erdirilmiştir. Söz konusu düzenleme ile ayrı bir tüzel kişiliğe ve bütçeye sahip olan, giderlerinin önemli bir kısmını içme ve kullanma suyu ve atık su ücreti ile finanse eden İstanbul Su ve Kanalizasyon İdaresi (İSKİ) teşekkül ettirilmiştir. Genel Kurul, Denetçiler, Yönetim Kurulu ve Genel Müdürlük şeklinde organlara sahip olan İSKİ'nin Genel Kurulu 1984 yılına dek merkezi idarenin tasarrufunda, bürokratik bir görünüm arz ederken daha sonra yapılan bir mevzuat değişikliği ile İstanbul Büyükşehir Belediyesi Meclisi İSKİ'nin Genel Kurulu haline getirilmiştir.

İSKİ Modeli ve SUKİ şeklinde tanımlanan söz konusu yapı her ne kadar İstanbul için kurulmuş olsa da mezkûr Kanun'un geçici ve ek maddelerinde yapılan değişikliklerle anılan modelin diğer büyükşehir belediyelerinde de uygulanması yoluna gidilmiştir. Böylece zaman içerisinde sayısı artan SUKİ'ler 2014 yılı itibarıyla il mülki sınırı kapsamında da hizmet sunmaya başlamışlardır. Öte yandan belediyeler ve büyükşehir belediyeleri özelinde önemli mevzuat değişiklikleri yapılsa da 2560 sayılı Kanun'da herhangi bir değişikliğe gidilmemesi büyükşehir belediyelerine bağlı bu mahalli idare kurumlarının faaliyetleri sırasında önemli belirsizliklere ve tereddütlere mahal vermeye başlamıştır.

Çalışma kapsamında SUKİ'lerin görev, yetki ve sorumlulukları ortaya konularak genel kurullarının yapısı, toplanma ve karar yeter sayıları ile görev, yetki ve sorumlulukları incelenmiş olup, bilhassa bu oluşumun karar organı olma vasfı 2560 sayılı Kanun hükümleri çerçevesinde tartışılmıştır. Yargı kararları ve genel kurulların işleyişleri ile ilgili tereddütler de incelendiğinde esasında genel kurul üyelerinin daha çok belediye meclisi üyesi gibi hareket ettikleri, dolayısıyla büyükşehir belediye meclislerinde var olan temsiliyet sorununu bu idarenin karar organına taşıdıkları da görülmüştür. Bu çerçevede hizmet topluluğu olan ve çok sayıda farklı kamu hizmetlerini sunan büyükşehir belediyelerinin meclislerinin aynı zamanda teknik bir mahalli idare kurumu olan SUKİ'lerin genel kurulu olma fonksiyonunu da üstlenmesi sebebiyle uygulamada SUKİ'lerin faaliyetlerini olumsuz yönde etkileyen sorunlar ortaya çıkmaktadır. Nitekim büyükşehir belediye meclisleri, ilçe belediye başkanları ile meclis üyelerinin beşte birlik kısımdan teşekkül etmekte ve her ay meclis üyeleri ilçe ve büyükşehir belediye meclisi gündemine gelen konuları 5393 sayılı Belediye Kanunu ile 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu'na göre görüşerek karar vermektedirler. Ancak özel bir mevzuatı ve çalışma prensipleri olan teknik nitelikteki SUKİ'ler ile ilgili konularda ise meclis üyeleri genel kurul üyesi olarak

yılda iki kez olağan şekilde toplanmaktadır. Söz konusu uygulama çerçevesinde bir üyenin hem ilçe hem büyükşehir hem de SUKİ genel kurullarında üye olması "temsiliyet" özelinde bir katılım sorununa da sebebiyet vermektedir. Öte yandan söz konusu üyenin bir sonraki seçimlerde sadece seçildiği ilçe sınırları içerisinde tekrar seçilme gayesi ile hareket edeceği ve öncelikle bu ilçenin hak ve menfaatlerini karar alma organlarında savunacağı da değerlendirildiğinde "hesap verebilirlik" özelinde ciddi bir sorunun da var olduğu anlaşılacaktır. Bu çerçevede çalışmada genel kurulların tarihsel gelişimine, görev, yetki ve sorumluluklarına, oluşumuna, üyelerin çok kimlikli olması sebebiyle tespit edilen sorunlara ve buna bağlı olarak "katılım" ve "hesap verebilirlik" açısından ortaya çıkabilecek sakıncalara değinilerek genel kurulların teşekkülüne yönelik önerilerde bulunulması amaçlanmıştır. Nitekim etkili, ekonomik ve verimli bir hizmet sunumu açısından karar organı vasfını haiz genel kurulların yapısının revize edilmesinde kamu yararı olduğu açıktır. Söz konusu değişimin temsiliyet sorununu gidererek katılım ve hesap verebilirlik açısından da anılan mahalli kamu kurumlarını hizmet sunumunda ve vatandaş memnuniyetinde daha etkin hale getireceği değerlendirilmektedir. Bu çerçevede SUKİ genel kurullarının sorunlarının tespiti akabinde çok kimlikli meclis/genel kurul üyeliği yerine daha etkili, ekonomik ve verimli karar alabilen, temsiliyet sorunu olmayan daha katılımcı, şeffaf ve hesap verebilir bir genel kurulun teşekkülü nasıl olmalıdır sorusunun yanıtı aranmaktadır.

Araştırma ve yayın etiğine uygun olarak nitel araştırma yönteminin kullanıldığı bu makalede öncelikle literatür araştırması yapılmış ve halihazırda anılan modelin uygulanması sırasında genel kurulların faaliyetleri özelinde karşılaşılan sorunlar tespit edilmiştir. Anılan hususlara dair edinilen çeşitli yargı kararları da nazara alınarak öncelikle var olan sorunların giderilmesi maksadıyla genel kurulların teşekkülüne dair çeşitli çözüm önerilerinde bulunulması hedeflenmiştir.

I. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

1981 yılı itibarıyla uygulamaya konulan su ve kanalizasyon idareleri, büyükşehir belediyelerine bağlı olmakla birlikte ayrı tüzel kişiliği haiz, müstakil bütçeli bir mahalli idare kurumudur. Özel amaçlı bir metropoliten hizmet yerinden yönetim kuruluşu olan SUKİ Modeli ile ilgili olarak belediyelere nazaran daha az sayıda akademik ve mesleki çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi üzerinde yapılan bir incelemede; Su ve Kanalizasyon İdarelerinde Ücret Tarifeleri (Saygı, 2022), Çok Tehlikeli Alt Yapı Kazı İşlerinde İş Sağlığı ve Güvenliği (İzmir Büyükşehir Belediyesi Su ve Kanalizasyon İdaresi İZSU örneği) (Aslanboğa, 2021), Yerel Yönetimlerin Atık Su Yönetim Politikaları: İstanbul Su ve Kanalizasyon İdaresi Örneği (Zuhul, 2019), Stratejik Yönetim Kapsamında İç Kontrol ve Kurumsal Risk Uygulaması: Su ve Kanalizasyon İdareleri İncelemesi (Sevil, 2019), Yerel Yönetimlerde İç Denetim: İstanbul Su ve Kanalizasyon İdaresi Örneği (Can, 2013), Diyarbakır Su ve Kanalizasyon İdaresi Malvarlığı Analizi (Erdemir, 2016), Su ve Kanalizasyon İşletmelerinde Tek Düzen Muhasebe Sisteminin Uygulanması ve Bursa Su ve Kanalizasyon İdaresi Genel Müdürlüğü'ndeki (BUSKİ) Uygulaması (Subaşı, 1997) gibi tezler yazıldığı, ayrıca SUKİ Modeli özelinde iş tatmini, örgütsel bağlılık, iş ahlakı gibi teknik konularda da anılan idare çalışanlarını konu alan tezlerin bulunduğu da görülmüştür. Ancak söz konusu modelin tarihsel gelişimi, işleyişi, organlarının mahiyeti ve modelin reorganizasyonuna dair bir tez çalışmasının bulunmadığı tespit edilmiştir.

Öte yandan SUKİ Modeli kapsamında çeşitli konulara odaklanan makale ve kitaplara rastlanılmıştır. "Su ve Kanalizasyon İdareleri Üzerindeki İdari Vesayet Yetkisinin Dönüşümü: Teknik Vesayet" adlı çalışma ile SUKİ Modeli kapsamında faaliyette bulunan kurumlar üzerinde gerek merkezi yönetimin gerekse de yerel yönetimlerin sahip olduğu genel ve teknik nitelikli denetim yetkileri incelenmiş olup, söz konusu denetimin giderek teknik niteliğinin artması sebebiyle "teknik vesayet" kavramının kullanılması gerekliliği üzerinde durulduğu görülmüştür (Alıcı, 2020). Aynı çalışmada idarenin bütünlüğü ilkesi uyarınca büyükşehir belediyesine bağlı olan SUKİ'lerin yönetim kurulu başkanının büyükşehir belediye başkanı, genel kurullarının büyükşehir belediye meclisleri olması nedeniyle aralarında hiyerarşiye varan bir bağın olduğu, diğer taraftan ise SUKİ'lerin ayrı tüzel kişilikleri, bütçeleri ve mevzuatı olması ve birbirlerine karşı dava açabilmeleri sebebiyle de

büyükşehir belediyesi ile aralarında oluşan ilişkinin vesayete benzediği belirtilerek büyükşehir belediyelerinin SUKİ'ler üzerindeki denetim yetkisinin "iç vesayet" kavramı ile anlamlandırıldığı görülmektedir. "Su ve Kanalizasyon İdarelerinin Bütçe Gerçekleşmeleri Üzerinden İl Mülki Sınırı Kapsamında Hizmet Sunumunun Değerlendirilmesi: MESKİ Örneği" çalışmasında ise il mülki sınırı uygulamasına geçiş ile birlikte SUKİ Modelinin etkinliği incelenmekte, kırsal alanlarda hizmet maliyetinin artması ve hizmetten istifade edenlerin sayısının azalmasına bağlı olarak önemli tespitlere yer verildiği görülmektedir (Alıcı, 2017a).

Diğer taraftan yerel yönetim kitaplarında bağlı idare veya kuruluş şeklinde SUKİ Modeline genellikle yer verilmediği de görülmektedir. Gözler, "Mahalli İdareler Hukuku" adlı eserinde SUKİ Modeline detaylı bir şekilde yer vermekte, anılan yapıların birer "Mahalli İdare Kurumu" olduğunu belirterek büyükşehir belediyesi ile arasındaki denetim ilişkisini etraflıca irdelemektedir (2018: 462). "Özel Amaçlı Metropolitan Kuruluşlar" adlı eserde de SUKİ Modeli ile birlikte İETT, EGO ve ESHOT gibi büyükşehir belediyelerine bağlı ulaşım otoriteleri incelenmekte olup, bu yapıların tarihsel gelişimi, gelir ve giderleri, organları, denetimleri tartışılmakta, uygulamaya dair tespit ve iyileştirici önerilerde bulunulduğu görülmüştür (Alıcı, 2017b). SUKİ Modelini inceleyen kapsamlı bir diğer çalışma ise "Şehirlerde Su ve Atıksu Hizmetlerinin Yönetimi" adlı çalışma olup gerek yönetsel gerekse de teknik ve mali anlamda SUKİ Modeli bu çalışmada incelenmiştir (Esen ve Alıcı, 2020). "Büyükşehir Belediyeleri İçin Bir Su Yönetim Modeli Önerisi" adlı çalışmada da yazarlar su kaynaklarının tek elden yönetilmesi açısından SUKİ Modelinin tarımsal sulamayı da kapsayacak şekilde bütün illerde uygulanması gerektiğini vurgulamıştır (Alıcı ve Özasan, 2017). Başa ve Kurt tarafından kaleme alınan "Su ve Kanalizasyon İdarelerinde Akıllı Su Yönetimi Uygulamaları: Tekirdağ Örneği" adlı çalışmada ise hizmet sunumuna dair Tekirdağ özelinde bir uygulamanın incelendiği ve tanıtıldığı görülmüştür (2017:1519-1532).

Suyun ücretlendirilmesi konusunda da gerek su hakkının tesisi gerekse de suyun yönetsel rejimi konusuna değinen bir çalışmada ise suyun ücretlendirilmesi noktasında yaşam ve su hakkı kapsamında insani tüketim özelinde kullanılan suyun ücretsiz olarak vatandaşlara sağlanması, bu tüketim üzerindeki suyun ise su kaynaklarını koruyacak şekilde "kullanan öder" ve "kirlüten öder" ilkeleri uyarınca tasarrufu sağlayacak şekilde ücretlendirilmesi üzerinde durmaktadır. Yine bu açıklamalardan hareketle de suyun 2560 sayılı Kanun'un 23'üncü maddesine göre maliyetinin altında ücretlendirilemeyeceğine ve üzerine bir kar oranının eklenmesi gerektiğine, ayrıca 4736 sayılı Kamu Kurum ve Kuruluşlarının Ürettikleri Mal ve Hizmet Tarifeleri ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun uyarınca da kamu idaresi, kurum ve kuruluşlarının "üretilen mal ve hizmet bedellerine (işletmecilik gereği yapılması gereken ticari indirimler hariç) herhangi bir kişi veya kuruma ücretsiz veya indirimli tarife" uygulanmayacağı hüküm altına alınmıştır (Alıcı, 2022: 313). Öte yandan su hakkı kapsamında 16/12/2021 tarih ve 31691 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 4920 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı ile belediye ve bağlı idarelerde meclis ve genel kurul kararı ile "hane başı aylık toplam kullanımın beşte birini aşmayacak şekilde bir üst sınır koymak suretiyle, insani su hakkı kapsamında ücretsiz veya indirimli su tarifesi belirleyebilecekleri ve söz konusu indirim veya ücretsiz tarifenin 4736 sayılı Kanunun 1'inci maddesinin birinci fıkrası hükmünden muaf olacağı" yönünde bir karar alınmıştır.

Öte yandan çalışma, SUKİ Modelinde genel kurulların yapısı ve temsil sorunu üzerine yoğunlaştığından bu konuda yapılan çalışmalara rastlanmakla birlikte, yerel meclislerdeki temsil konusu farklı çalışmalarda ele alındığı görülmüştür. Alıcı ve Özasan'ın (2020), "Büyükşehir Belediye Meclislerinde Temsil Sorunu ve Meclis Üyelerinin Üstlenebilecekleri Görevlerdeki Orantısızlık" isimli makalesinde büyükşehir belediyesi meclislerindeki temsile yönelik sorunlar ele alınmıştır. Çalışmada ilçe belediye başkanları ile ilçe belediye meclis üyelerinin beşte birinin büyükşehir belediye meclis üyesi olmasına yönelik düzenleme üzerinden kurumsal aidiyet sorunu tartışılmıştır. Yine benzer bir çalışma da Arıkboğa (2017) tarafından kaleme alınan "Büyükşehirlerde Kararları Kim Alıyor? Büyükşehir Belediye Meclislerinde Temsil Sorunu ve Çözüm Önerileri" başlıklı makaledir. Çalışmada büyükşehir belediye meclis üyelerinin ilçe belediyesi meclis

üyeleri arasında değil de il sınırları kapsamında yapılacak bir doğrudan seçilen üyelere oluşması önerilerek hâlihazırda büyükşehir belediyesi meclislerindeki temsil sorunu nüfus ile ilişkilendirilerek irdelenmiştir. Bu duruma yönetsel ve demokratik sorunlar üzerinden çözüm önerileri de sunulmuştur. Ancak literatürde mahalli hizmet kurumu olan SUKİ Modeli kapsamında genel kurulları ve temsil sorununu doğrudan inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Söz konusu sorun, insani bir hak olan su hakkının demokratik temsil ile ilişkilendirilmesi noktasında önem taşımaktadır.

Görüldüğü üzere SUKİ Modeli özelinde yapılan çalışmada, sınırlı sayıda çalışmanın olduğu, belirli bir konu ve uygulama özelinde anılan yönetim modelinin incelendiği görülmüş olup hâlihazırda karar mercii anlamında genel kurulları konu alan bir çalışmaya rastlanılmamıştır.

II. SU VE KANALİZASYON İDARELERİNİN YAPISAL VE İŞLEVSEL YÖNLERİ

Su ve kanalizasyon idareleri, daha önce de değinildiği üzere 2560 sayılı Kanun uyarınca faaliyetlerini yürütmekte olup SUKİ'ler içme, kullanma ve endüstri suyu gereksinimleri karşılayabilmek adına ham suyu yer altı ve yer üstü kaynaklardan temin etmekte, teknik gereklere uygun olarak gerçekleştireceği yatırımlar ile ham suyu artırmakta, insani tüketime uygun hale getirerek altyapı tesisleri ve depolar marifetiyle suyu abonelere ulaştırmaktadır. İçme ve kullanma suyu ile endüstride kullanılan sular atık su şebekeleri marifetiyle toplanmakta, yerleşim yerlerinden uzaklaştırılarak arıtmakta ve çevreye zarar vermeyecek şekilde deşarj edilmekte veya yeniden kullanım alanlarında kullanılmaktadır. Yine bu görevlerin yanı sıra yağmur sularının uzaklaştırılması görevi de masrafların ilgili belediyelerce karşılanması halinde SUKİ'ler tarafından yerine getirilen bir başka hizmettir. SUKİ'ler anılan bu görevlerin yanı sıra bir taraftan da su kaynaklarını ve havzaları da korumakta, anılan teknik nitelikli hizmetleri sunabilmek için kamulaştırma, taşınır ve taşınmaz mal temin etme ve kiralama gibi yetkileri de bulunmaktadır.

ŞEKİL 1 | SUKİ'lerin Görevleri



Kaynak: Alıcı ve Güldüler, 2023

SUKİ'ler; Genel Kurul, Denetçiler, Yönetim Kurulu ve Genel Müdürlük şeklinde örgütlenmektedir. Aşağıda detaylı bir şekilde inceleneceği üzere genel kurul görevini büyükşehir belediye meclisi yerine getirmektedir. 2560 sayılı Kanun uyarınca SUKİ'lerin Devlet İhale Kanunu ile 1050 sayılı Muhasebe-i Umumiye Kanunu'na tabi olmayacağı, alım, satım ve ihalelerinde uygulanacak esas ve usullerin ise bir yöneltmelikle belirleneceği hüküm altına alınmıştır. Öte yandan Sayıştay denetimine de tabi olmayan bu kurumun etkin bir şekilde denetlenmesi adına "Denetçi" uygulamasına yer verilmesi de gerekmiştir. Genel kurul tarafından belirlenen iki denetçinin sürekli olarak SUKİ'lerin faaliyetlerini denetlemesi hüküm altına alınmıştır. Ancak 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu'nun

yürürlüğe girmesi iç denetim sisteminin işler hale gelmesi ve SUKİ'lerin Sayıştay denetimi altına alınması ile "Denetçi" uygulaması etkinliğini giderek yitirmiştir (Alıcı, 2017). Yönetim kurulu ise büyükşehir belediye başkanı başkanlığında, genel müdür ile genel müdür yardımcılığında en kıdemli yardımcılarından biri ile üç yönetim kurulu üyesinden oluşmaktadır. Nitelik ve fonksiyon itibarıyla yönetim kurulu yerel yönetim reformu öncesi belediye encümenini andırmaktadır. Genel müdürlük ise hiyerarşi olarak alt hizmet birimlerinden teşekkül etmektedir. Görüleceği üzere görev ve yetki bakımından mahalli nitelikli teknik bir görev ifa eden SUKİ'lerin diğer yerel yönetim birimlerine göre farklı bir yapı ile örgütlendiği, zaman içerisinde 2560 sayılı Kanun'un reforma tabi tutulmamasına bağlı olarak kimi organlarının da işlevsiz hale geldiği anlaşılmaktadır. SUKİ'lerin genel müdürleri ile yönetim kurulu üyeleri belediye başkanının inhası üzerine Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanı tarafından atanmaktadır. Diğer mahalli idare teşkilatlarına göre SUKİ'lerin mali acidan daha özerk oldukları ve öz gelirlerinin toplam gelirleri içerisindeki oranının ise %75 ile %90 dolayında olduğu görülmektedir (Alıcı ve Güldüler, 2023).

III. GENEL KURUL

2560 sayılı Kanun'un yürürlüğe girdiği zamana bakılırsa genel kurulun baskın bir şekilde merkezi yönetimin taşra teşkilatı ile ve bürokratik bir kimlikle teşekkül ettirildiği görülmektedir. Kanun'un 4'üncü maddesine göre Genel Kurulun; "*İstanbul Valisinin katılmaması durumunda yardımcısı, İstanbul Belediye Başkanı veya görevlendirdiği başkan yardımcısı, belediye başkanınca müdürler arasından seçilen sekiz üye, Milli Savunma, İçişleri, Maliye, Sağlık, Sosyal Yardım, Tarım ve Orman, Sanayi ve Teknoloji, Enerji ve Tabii Kaynaklar, Turizm ve Tanıtma, İmar ve İskân, Bayındırlık, Köy İşleri ve Kooperatifler bakanlıklarınca yerel düzeyde görevli bir üst yönetici buna imkân olmaması durumunda aynı nitelikte merkezden görevlendirilecek birer üye, Çevre Müsteşarlığı, İller Bankası Genel Müdürlüğü, Devlet Su İşleri Genel Müdürlüğü ve İstanbul Sanayi Odası'na görevlendirilecek birer üye ayrıca İSKİ'nin hizmet alanında bulunan belediye ve köylerin, muhtarları ve başkanları arasından kendilerince seçecekleri en fazla beş üyeden*" oluşacağı hüküm altına alınmıştır. 1980 yılında yerel meclislerin feshedilmesi ve 1984 yılına dek genel ve yerel seçimlerin yapılmaması da dikkate alındığında genel kurulun yukarıdaki şekilde teşekkül ettirilmesi yoluna gidilmesi gerekmiştir.

1984 yılında ise 2560 sayılı Kanun'da yapılan değişiklik ile yukarıda zikredilen uygulamaya son verilmiş ve genel kurulun İstanbul Büyükşehir Belediyesi Meclisi olacağı hüküm altına alınmıştır. Söz konusu düzenleme akabinde zaman içerisinde sayısı artan büyükşehir belediyelerinde su ve kanalizasyon idareleri de kurulmuş, anılan mahalli idare kurumlarının genel kurulları ise büyükşehir belediye meclisleri olmuştur. Ancak 6360 sayılı Kanun'un 2014 yılı Mahalli Genel Seçimleri ile uygulanması neticesinde bu idarelerin hizmet alanı da il mülki sınırı haline gelmiştir. Büyükşehir belediye meclisinde ise merkez dışındaki kırsal ilçelerin meclis üyelerinin de büyükşehir belediye meclisine katılması ile düşük nüfuslu ilçe belediyeleri lehine temsil sorunu giderek derinleşmiştir. Anılan sorun SUKİ genel kurullarına da sirayet etmiştir. Büyükşehir belediye meclis üyelerinin, dolayısıyla SUKİ genel kurul üyelerinin doğrudan seçilmemesi, bu organların üyelerinin ilçe belediye başkanları ile meclis üyelerinin beşte birlik kısmında oluşması sebebiyle "katılım" ve "hesap verebilirlik" özelinde önemli sorunların ortaya çıktığı değerlendirilmiştir. Nitekim ilçe belediye başkanı ve meclis üyelerinin sadece ilçe ölçeğinde seçilmesi ve tekrar seçilecek olması sebebiyle ilçe belediye başkanı ve meclis üyelerinin bu kimliklerini ön planda tuttıkları ve ilçe belediyelerinin hak ve menfaatlerini koruma noktasında hareket ettikleri ileri sürülmektedir (Alıcı ve Öztaşın, 2020: 104).

A. GENEL KURULUN GÖREV VE YETKİLERİ

2560 sayılı Kanun'un 6'ncı maddesine göre; beş yıllık ve yıllık yatırım planları ile bütçeyi ve ücret tarifelerini karara bağlamak, personel kadrolarının iptal ve ihdas işlemlerine karar vermek, İSKİ organlarına ait faaliyetleri ve tanzim edilen raporları inceleyerek karara bağlamak, Yönetim Kurulu ile Genel Müdürlük faaliyetlerini denetlemek üzere

iki denetçi seçmek, on yıldan ve on milyon TL'den fazla kiralama ile intifa sözleşmeleri imzalamak üzere Yönetim Kuruluna yetki vermek, gerekmesi halinde yüz bin TL üzerindeki davalarda sulh kararı almak, borçlanmak üzere yönetim kuruluna yetki vermek, yönetmelikleri inceleyerek karara bağlamak ve belediye başkanı ile yönetim kurulu tarafından görüşülmesi istenilen hususları değerlendirerek karara bağlamak Genel Kurulun görevleri arasında sayılmıştır.

5216 sayılı Kanun ile 5393 sayılı Kanun'a bakıldığında belediye ve büyükşehir belediye meclislerinin görev, yetki ve sorumluluklarına göre genel kurulların görev alanlarının daha sınırlı olduğu, yılda iki kez toplanması sebebiyle ağırlıklı olarak yönetim kurullarına yetki verilerek suretiyle idarenin sürekliliği ilkesinin idame ettirilmeye çalışıldığı anlaşılmaktadır.

B. TOPLANMA VE KARAR YETER SAYISI

Genel kurul, 2560 sayılı Kanun uyarınca olağan olarak Mayıs ve Kasım aylarında toplanmaktadır. Öte yandan 2560 sayılı Kanun'un 5'inci maddesinde mezkûr Kanun'da hüküm bulunmayan hallerde 1580 sayılı Belediye Kanunu'nun esas alınacağı da belirtilmiştir. Genel kurulun anılan iki ayda olağan olarak toplanması dışında yukarıda zikredilen kimi görevlerin ifası maksadıyla da toplanması gerekmektedir. Özellikle SUKİ Modelinin il mülki sınırı kapsamında hizmet sunması ile bu gereklilik giderek artmıştır. Genel kurulun böyle bir durumda olağanüstü toplanması maksadıyla herhangi bir hüküm 2560 sayılı Kanun'da olmaması sebebiyle 1580 sayılı Kanun'a bakılması gerekmektedir. Söz konusu Kanun'un 54'üncü maddesinde "*Önemli ve acele bir iş çıkarsa belediye başkanının yazılı çağrısı veya üyeden üçte birinin gerekçeli teklifi veyahut valinin doğrudan doğruya çağırması üzerine meclisler olağanüstü toplanurlar*" hükmü yer almaktadır. Dolayısıyla genel kurulun olağanüstü bir durumun vuku bulması halinde sınırsız bir şekilde toplanabileceği anlaşılmaktadır. Ancak 1580 sayılı Kanun'un 2005 yılında 5393 sayılı Belediye Kanunu ile mülga edilmesi akabinde genel kurulların toplanması hususunda 1580 sayılı Kanun'a değil de 5393 sayılı Kanun'a bakılması gerektiği görüşü ortaya çıkmıştır. Burada 1580 sayılı Kanun'a göre belediye meclislerinin yılda üç kez toplanması uygulaması söz konusu iken 5393 sayılı Kanun ve 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu ile meclislerin her ay olağan olarak toplanmasının göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Her ay mutlak bir şekilde toplanan meclislerin olağanüstü toplanması ile ilgili olarak 5393 sayılı Kanun'un 20'nci maddesinde "*Belediye başkanı, acil durumlarda lüzum görmesi halinde belediye meclisini bir yılda üç defadan fazla olmamak ve her toplantı bir birleşim geçmemek üzere toplantıya çağırır*" hükmü yer almaktadır. Dolayısıyla her ay toplanan meclisin olağanüstü toplanma gerekliliği azalmakta, bu durumda da üç olağanüstü toplanma sayısı ile bu durum kısıtlanmaktadır. Ancak genel kurul, 2560 sayılı Kanun'un ilgili maddesinde herhangi bir değişiklik yapılmaması sebebiyle hâlâ yılda iki kez toplanmaktadır. Ancak SUKİ'ler tarafından olağanüstü toplanma konusunda farklı uygulamalara gidildiği, kiminin 1580 sayılı Kanun'a, kiminin 5393 sayılı Kanun'a bakarak hareket ettiği, kiminin ise büyükşehir belediye meclisinin her ay toplanmasına bağlı olarak bu organın aynı zamanda genel kurul hüviyetini de taşıması sebebiyle gerekmesi halinde her ay toplanma yönünde karar aldığı tespit edilmiştir. Bu konuda özellikle il mülki sınırı kapsamında hizmet sunulması ve gereksinimlerin hızla artması ile birlikte idarenin sürekliliği ilkesinin de bir gereği olarak eski uygulamada olduğu gibi genel kurulun herhangi bir sınırlama olmaksızın önemli ve ivedi bir durumun vuku bulması halinde olağanüstü toplanabileceği değerlendirilmektedir. Nitekim 2560 sayılı Kanun'un 9'n maddesinde "*Gerektiğinde Genel Kurulun olağanüstü toplantıya çağırılması konusunda İstanbul Büyük Şehir Belediye Başkanına öneride bulunmak*" hükmü de dikkate alındığında bu hususta Yönetim Kurulunun öneride bulunması ve büyükşehir belediye başkanının olağanüstü toplanmayı uygun görmesi yeterli olacaktır. Nitekim mevzuat özelinde eski ve yeni hükümlerin çelişmesi halinde eski ve özel hüküm içeren mevzuatın uygulanması da zaruridir.

Genel Kurulun toplanma ve karar yeter sayısı ile ilgili olarak 2560 sayılı Kanun'da bir hüküm bulunmamakta olup anılan hususta da 1580 sayılı Belediye Kanunu'na göre işlem yapılmakta idi. 5393 sayılı Kanun'un yürürlüğe girmesi ile Genel Kurul üye tam sayısının salt çoğunluğu ile toplanmakta, katılanların da salt çoğunluğu ile karar

vermektedir. Ancak söz konusu karar sayısının Genel Kurulun üye tamsayısının dörtte birinden az olamayacağı da 5393 sayılı Kanun'un 22'nci maddesinde hüküm altına alındığı görülmektedir. Diğer taraftan oyalamalarda eşitlik olması halinde Genel Kurul Başkanı'nın oyunun çoğunluk sayılacağı da düzenlenmiştir.

C. KARARLARININ HUKUKİ REJİMİ

2560 sayılı Kanun incelendiğinde genel olarak genel kurulun yılda iki kez toplanması nedeniyle daha çok onay merci şeklinde kurgulandığı görülmektedir. Bir başka deyişle sürekli toplanmayan bir yapının genel olarak bütçenin onaylanmasında ve kesin hesabın kabul edilmesi sürecinde Kasım ve MAYIS aylarında toplanması bu hususu doğrulamaktadır. Öte yandan SUKİ Modelinde yer alan ve belediye encümeni yapısına benzeyen yönetim kurullarının görev ve yetkilerinin de incelenmesi yerinde olacaktır. 2560 sayılı Kanun'un 9'uncu maddesine göre "Genel Müdürlükçe hazırlanan su satışı ve kullanılmış suların boşaltılmasına ilişkin tarifeleri tespit ederek Genel Kurulun onayına sunmak"; "Genel Kurulca verilecek yetki çerçevesinde yurt içi ve yurt dışı borçlanmaları karara bağlamak"; "Kuruluş amacına uygun olarak İSKİ'nin çalışmasına ilişkin esasları tespit etmek ve bunların Genel Müdürlükçe uygulanmasını izlemek"; "Genel Müdürlükçe önerilecek diğer konuları inceleyip karara bağlamak" gibi yönetim kullarının görevleri değerlendirildiğinde genel kurulun yılda iki kez toplanmasına bağlı olarak yönetim kurulunun danışma ve icra organından ziyade genel kurulun ikamesi olacak ölçüde bir karar merci olarak kurgulandığı görülmektedir. Bu açıklamalar çerçevesinde genel kurulun daha çok kendisine intikal ettirilen konuları "incelemek ve onaya bağlamak" gibi bir görevinin olduğu değerlendirilmektedir.

Bu değerlendirmeler çerçevesinde genel kurulun görevlerine bakıldığında "Bütçeyi inceleyerek karara bağlamak"; "Su satışı ve kullanılmış suların boşaltılmasına ilişkin tarifeleri inceleyerek karara bağlamak" şeklinde daha önce yönetim kurulu tarafından nihayete erdirilmiş olan hususları onaylayan bir merci olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim ücret tarifesi özelinde yönetim kurulunun görevini düzenleyen maddede yer alan "Genel Müdürlükçe hazırlanan su satışı ve kullanılmış suların boşaltılmasına ilişkin tarifeleri tespit ederek Genel Kurulun onayına sunmak" hükmü esas alındığında genel kurulun yetkisinin bağlı bir yetki mahiyetine büründüğü görülmektedir. Söz konusu bağlı yetki ise yine 2560 sayılı Kanun'un 23'üncü maddesinde yer alan "Tarife tespit esasları" başlıklı maddeye dayanmakta olup, daha sonra da değinileceği üzere tarifelerin kurumu zarara uğratabilecek şekilde belirlenmemesine ve indirime gidilememesine dayanmaktadır. Nitekim genel kurulun tarife üzerinde sadece eklenecek olan bir karar oranını belirleme noktasında takdir yetkisinin olduğu değerlendirilmektedir.

Öte yandan 5216 sayılı Kanun'un 25'inci maddesine göre "büyükşehir belediye bütçesi ile ilçe belediyelerinden gelen bütçeler (...) büyükşehir belediye meclisince (...) hizmetler arasında bütünlük sağlayacak biçimde aynen veya değiştirilerek kabul edilir" hükmü ile 5393 sayılı Kanun'un 62'nci maddesinde yer alan "Meclis bütçe tasarısını yılbaşından önce, aynen veya değiştirilerek kabul eder" hükümleri dikkate alındığında büyükşehir belediye meclisinin gerek büyükşehir gerekse de ilçe belediyelerinin bütçeleri üzerinde "değiştirerek kabul etme" yetkisi bulunmakta iken aynı meclis genel kurul hüviyeti ile 2560 sayılı Kanun uyarınca onayına sunulan bütçeyi inceleyerek onaylama şeklinde bir karar almaktadır. Başka bir deyişle özel kanun uyarınca "değiştirme" yetkisinin düzenlemede yer almaması sebebiyle bütçe üzerindeki bu yetkinin bağlı bir yetki olduğu değerlendirilmektedir.

Öte yandan büyükşehir belediye meclislerinin bütçe üzerinde sahip olduğu değiştirilerek kabul etme yetkisi imar planları konusunda da bulunmaktadır. Büyükşehir belediye meclisleri ilçe belediyelerinin imar planlarını değiştirilerek kabul edebilmektedir. Ancak büyükşehir belediye meclis üyeleri bütçe ve imar konusunda sahip oldukları bu yetkilerden hareketle genel kurul hüviyeti ile toplanmaları sırasında bütçe ve ücret tarifeleri konusunda da değişiklik yetkilerine sahip olduklarını düşünerek kimi zaman SUKİ'lerin bütçelerinde ve ücret tarifelerinde değişiklik yapma ve hatta bu kararları reddetme yönünde de karar aldıkları görülmektedir.

Genel kurul tarafından herhangi bir kararın alınmaması halinde veya SUKİ tarafından teklif edilen konuların genel kurul tarafından reddedilmesi halinde kararın hukuka aykırı olması ve/veya idarenin

sürekliliğinin tesisi adına ısrar oylamasına gidilmesi gerekmektedir. 2560 sayılı Kanun'da bu konuda bir düzenleme bulunmamakta olup 1580 sayılı Kanun'a atıf yapılmaktadır. Mülga Kanun'un yerini alan 5393 ve 5216 sayılı kanunlarda ise; belediye başkanının hukuka aykırı gördüğü meclis kararları aleyhine gerekçeli bir şekilde tekrar görüşme talebi ile belediyelerde beş, büyükşehir belediyelerinde ise yedi gün içerisinde kararın meclise iade edileceği, mecliste yeniden görüşülmesi istenilmeyen kararlar ile yeniden görüşülmesi halinde meclis üye tam sayısının salt çoğunluğuyla ısrar edilen kararların kesinleşeceği, ısrar kararı ile kesinleşen bu kararlar aleyhine belediye başkanının on gün içerisinde idarî yargıya dava açabileceği hüküm altına alınmıştır. Ancak ısrara konu edilen kararın bütçe olması durumunda bütçenin reddi konusunda ısrar edilmesi meclisin feshine yol açabilecektir. Bu hususta Mahalli İdareler Bütçe ve Muhasebe Yönetmeliği'nin 29 uncu maddesinde "(...) Meclis, bütçeyi bütünüyle reddedemez, aynen veya değiştirilerek kabul eder. Meclis bütçeyi bütünüyle reddeder ve yasal süresi içerisinde bütçe çıkarılamazsa, durum üst yönetici tarafından (...) 5393 sayılı Belediye Kanununun 30'uncu maddelerine göre değerlendirmek üzere Bakanlığa bildirilir" denilmektedir. 5393 sayılı Kanun'un 30'uncu maddesi de meclisin feshini düzenlemektedir.

Aşağıda SUKİ Modelinde genel kurullar tarafından bütçe ve ücret tarifesi konusunda rastlanan çeşitli vakalara ve yargı kararlarına değinilmiştir.

D. GENEL KURUL KARARLARI İLE İLGİLİ YARGI KARARLARI

Genel kurul iş ve işlemler ile ilgili yargıya intikal eden hususların oldukça sınırlı olduğu, genel olarak ücret tarifeleri noktasında yoğunlaştığı görülen uyuşmazlıkların bilhassa 2019 yılında yapılan mahalli genel seçimler neticesinde büyükşehir belediye başkanları ile meclis çoğunluğunun farklı siyasi partilere mensup olmalarından kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Ücret tarifeleri konusunda güncel mahiyette bulunan ve genel kurul/büyükşehir belediyesi meclisi ile belediye başkanı/su ve kanalizasyon idaresi genel müdürlüğü arasında uyuşmazlığa dayanan iki önemli dava bulunmaktadır. Aşağıda bu iki davaya dair bilgilere yer verilmiştir.

12 Eylül 2022 tarihinde Ankara Büyükşehir Belediye Meclisinde büyükşehir ve ilçe belediyeleri ile ilgili konuların görüşülmesi sırasında bir meclis üyesinin verdiği önerge ile tüm su tarifelerinde % 50 oranında indirim yapılması ve 1 Ocak 2023 tarihinden itibaren yılsonuna dek TÜFE oranında indirimli bedel üzerinden artış yapılması teklif edilmiştir. Söz konusu teklif Genel Kurul hüviyeti ile toplanmayan mecliste oy çokluğu ile kabul edilmiştir. Söz konusu karar, gerek Meclis'in Genel Kurul hüviyetiyle toplanmaksızın ASKİ ile ilgili bir konuda karar alamayacağı gerekse de ücret tarifesinin tam maliyet esasına göre m³ maliyetinin üzerine bir kar eklenmeden maliyetin altında kabul edilemeyeceği belirtilerek mezkûr kararın açıkça hukuka aykırı olduğu gerekçesi ile Belediye Başkanı tarafından meclise tekrar iade edilmiştir. Ancak meclis üye tam sayısının salt çoğunluğu ile bu kararda ısrar edilmesi neticesinde anılan indirim kararı kesinleşmiştir. Akabinde de Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı tarafından Ankara Büyükşehir Belediye Başkanlığına (Temsilen Meclis 1. Başkan Vekiline) dava açılması gerekmiştir. Görülmekte olan dava sırasında ücret tarifesinin mahiyeti ile hâlihazırda suyun maliyetinin tespit edilmesi için bilirkişi görevlendirilmesi yapılmış ve neticede 2560 sayılı Kanun'un 23'üncü maddesinde belirtilen hesaplamaya göre suyun zararına satılması yönünde bir karar alındığı tespit edilmiştir. Nitekim 2560 sayılı Kanun'un 23'üncü maddesine göre hesaplanan ve üzerine bir kar oranı eklenen ücret tarifeleri konusunda yasa koyucu açık bir saptayama gitmiştir. "Su satışı, kanalizasyon tesisi bulunan yerlerdeki kullanılmış suların uzaklaştırılması, septik çukurların boşaltılması giderleri için ayrı tarifeler yapılır. Bu tarifelerin tespitinde, yönetim ve işletme giderleri ile amortismanları doğrudan gider yazılan (aktifleştirilmeyen) yenileme, islah ve tevsi masrafla ve bir kar oranı esas alınır" hükmü uyarınca hazırlanan ve belirlenen tarifelerin Genel Kurul tarafından kabul edilmemesi ve bütçe denkleğini bozacak şekilde suda indirim yapılması yönündeki kararın mevzuata aykırı olacağı açıktır. Gerek Bilirkişi Raporu gerekse de zikredilen yasal dayanaklardan hareketle Ankara 9. İdare Mahkemesi E: 2022/2294; K:2023/385 sayılı Kararında özetle; su

ücretinin 2560 sayılı Kanun'un 23'üncü maddesinde belirtildiği şekilde belirlenmesinin gerektiği yönünde emredici bir hüküm bulunduğu, ayrıca belirlenen m³ maliyetinin üzerine bir kar oranının da eklenmesi gerektiğine, söz konusu kar oranının ölçülü ve adil olmak üzere idarenin takdir yetkisi ile belirleneceğine, dolayısıyla her durumda idarenin maliyetinin altında su satamayacağına, dava konusu işlemin tüm su tarifelerinde mevcut tarifenin % 50'si oranında indirim yapılarak tarifenin sabitlenmesi neticesinde m³ başına ortalama % 26,2 oranında bir zarara sebebiyet verildiğine, dolayısıyla su tarifesinin 2560 sayılı Kanun'un emredici hükümlerine aykırı olarak belirlenmesine ilişkin dava konusu işlemin hukuka aykırılık görülmediğine değinerek dava konusu işlemi iptal etmiştir.

Mersin Su ve Kanalizasyon İdaresi Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanan bütçe ve bütçe gelirinin yaklaşık %90'lık kısmını içeren ücret tarifesi 2020 ve 2021 yılları Kasım ayı Olağan Genel Kurullarında kabul edilmemiştir. Akabinde de gerekçeli bir şekilde söz konusu reddedilen kararlar tekrar Genel Kurula iade edilmiştir. Söz konusu ısrar oylamasında bütçenin kabul edilmemesi halinde yasal süresi içerisinde bütçenin çıkarılmayacağı belirtilerek Mahalli İdareler Bütçe ve Muhasebe Yönetmeliği'nin 29'uncu maddesinde yer verilen 5393 sayılı Kanun'un 30'uncu maddesi uyarınca meclisin feshedilme sürecinin başlatılacağı belirtilmiştir. Bunun üzerine yapılan ısrar oylamaları neticesinde daha önceki oylamada ret oyu veren meclis üyeleri çekimser kalmış, böylece bütçe ve ücret tarifesinin yürürlüğe girmesi dolaylı olarak sağlanmıştır.

Aynı kurumun 2022 yılı Kasım ayında gerçekleştirilen Genel Kurulunda ise yine bütçe ve ücret tarifesi kabul edilmemiş, bunun üzerine gerekçesi de belirtilerek hukuka aykırı olduğu değerlendirilen bu kararın tekrar görüşülmesi istenilmiştir. 29.11.2022 tarihinde gerçekleştirilen ısrar oylamasında ise bütçe konusunda daha önce ret oyu veren meclis üyeleri çekimser kalmış, bütçenin dolaylı olarak meclis üye tam sayısının salt çoğunluğu ile ısrar edilmemesine bağlı olarak yürürlüğe girmesi sağlanmıştır. Ancak bütçenin gelir kısmının %90'lık oranını kapsayan ve ısrar oylamasında da reddedilmesi halinde meclisin feshedilmesi durumunun ortaya çıkmayacağı anlaşılan ücret tarifesinin görüşülmesi sırasında ise Genel Kurulda üye tam sayısının salt çoğunluğu ile kararda ısrar edilmiş ve ücret tarifesinin reddi kararı kesinleşmiştir.

İlgili kurum da 2023 yılı bütçesinin ayrılmaz bir parçası olan 2023 ücret tarifesinin reddi akabinde 2022 yılı ücret tarifesi ile 2023 yılında tahsilat yapamayacağını, buna bağlı olarak da hizmette aksamaların yaşanacağını, idarenin sürekliliğine halel getirecek bu yöndeki kararın açıkça hukuka aykırı olduğunu ve su temini ile atık suların bertarafı sürecinde yaşanacak aksaklıkların telafisi güç veya imkânsız hadiselerle sebebiyet vereceği iddiasıyla Genel Kurulun ısrar kararının yürütmesinin durdurulması ve iptali sitemiyle idari yargıya başvuruda bulunmuştur.

Mersin 2. İdare Mahkemesi ise dava konusu işlemin ücret tarifesinin öncelikle mevzuata uygun bir şekilde hesaplanıp hesaplanmadığını tetkik etmek adına bilirkişi heyeti görevlendirmiştir. Bilirkişi heyeti ise yaptığı inceleme neticesinde; "2022 yılı Aralık ayı sonu itibarıyla m³ başına ortalama su maliyetinin 16,19 TL olduğu, su satış bedelinin ise 10,99 m³/TL olduğu, 2023 yılı bütçelenen maliyet bilgileri esas alınarak yapılan hesaplamalara göre; su tarifelerinde %25 artırım yapıldıktan sonra aylık enflasyon oranının yarısı kadar artış uygulanması halinde 2023 yılı Ocak ayı birim su fiyatının 30,91 TL/m³, bütçelenen atık su bedeli dahil birim maliyetinin 35 TL/m³, zararlılık oranının ise %13,39 olacağı, şayet su tarifelerinde sabit bir artırım yapılmaksızın aylık enflasyon oranının yarısı oranında bir artış uygulanması halinde ise 2023 Ocak ayı birim su fiyatının 24,73 TL/m³, bütçelenen atık su bedeli dahil birim maliyetlerle zararlılık oranının %41,53 olacağı, 2023 bütçelenen verileriyle (birim su maliyeti olan 35 TL/m³) en düşük zararlılık oranının (%13,39) su birim satış fiyatının %25 + (TÜFE+ÜFE/2) oranında artırılması durumunda hesaplanan 30,91 TL/m³ satış fiyatının ortaya çıkacağı" hususunu tespit etmiştir. Mahkeme ise değerlendirmesinde "2560 sayılı Kanun'un emredici hükümlerinin aksine maliyetinin altında su satılıp satılmamasında ise idarenin takdir yetkisinin bulunmadığı, zira 2560 sayılı Kanun'un 23'üncü maddesinde bir kar oranının belirlenmesinin zorunlu tutulduğu, dolayısıyla her durumda maliyetinin altında su satılmasının

mümkün olmadığı" değerlendirmesine giderek mevcut durumda Genel Kurulun maliyetin altında su satışına yönelik takdir yetkisinin bulunmadığı; suyun m³ başına % 41,53'e varacak şekilde zarar ile satışına yönelik Genel Kurul üyelerinin çoğunluğunun talebi karşısında MESKİ Genel Müdürlüğünden gelen ve toplam sistem maliyetine göre hesaplanan su ücretine ve ücret tarifesine yönelik Genel Kurulun 29.11.2022 tarih ve 20 sayılı ısrar kararında hukuka aykırılık görülmediği kanaatine varmıştır. Mahkeme bu gerekçelere binaen hukuka aykırılığı açık olan dava konusu işlemin uygulanması halinde telafisi güç zararlar doğabileceğinden hareketle yürütmenin durdurulması yönünde karar vermiştir. Akabinde de yapılan yargılama neticesinde Mersin 2. İdare Mahkemesi E: 2022/1927; K: 2023/1566 sayılı karar ile dava konusu idari işlemi iptal etmiştir.

Bu hususlar çerçevesinde 5216 ve 5393 sayılı Kanun'larda yer alan değişikliklerin 2560 sayılı Kanun'da yapılmaması sebebiyle genel kurulun bütçe ve ücret tarifesi ile ilgili olarak daha çok onama merci şeklinde faaliyette bulunması gerektiği anlaşılmaktadır. Öte yandan genel kurulun siyasi saiklerle faaliyette bulunması, bütçenin kabulü noktasında kayıtsız kalınması ve ücret tarifesini reddetmesi ile tam maliyet esasına rağmen ücret tarifesinde indirime gitmesi, başka bir deyişle idareyi zarara uğratacak şekilde bir tarifeyi kabul etme cihetine gitmesi esasında genel kurulun "Kendisine kanunla verilen görevleri süresi içinde yapmayı ihmal eder ve bu durum belediyeye ait işleri sekteye veya gecikmeye uğratması" hükmüne isabet edeceği, anılan durumda da meclisin feshi sürecinin başlatılmasının gerektiği açıktır. Hâlihazırda meydana gelen uyuşmazlıkların veya tereddütlerin giderilmesi adına öncelikle 2560 sayılı Kanun'un tekrar gözden geçirilmesi ve genel kurulun görev, yetki ve sorumluluklarının daha açık bir şekilde düzenlenmesi, bilhassa bütçe ile ücret tarifesinin kabulünde daha sarıh ve bağlayıcı hükümlere yer verilmesi gerektiği değerlendirilmektedir. Nitekim uygulamada rastlanılan ve tereddüte mahal veren uyuşmazlıkların yargıya intikal ettiği, dolayısıyla idarenin sürekliliği ilkesinin kimi zamanlar aksamaya maruz kaldığı, özellikle vatandaşları ilgilendirecek olan ücret tarifesi gibi konularda vatandaş mağduriyetine de sebebiyet verildiği görülmektedir. Bu bakımdan genel olarak SUKİ Modelinin özeldi ise genel kurulların yapısı, işleyişi, görev, yetki ve sorumlulukları ile hâlihazırda rastlanılan uyuşmazlıkları giderici düzenlemelerin yapılması gerektiği değerlendirilmektedir.

IV. SİYASAL TEMSİLİYET SORUNU ÇERÇEVESİNDE YENİ BİR GENEL KURUL ÖNERİSİ

Yukarıda yer verilen değerlendirme, tespit ve hukuki uyuşmazlıklar nazara alındığında genel olarak genel kurul üyelerinin çift kimlikli oldukları, bir başka deyişle iki farklı belediye tüzel kişiliğini temsil ettikleri, özellikle de büyükşehir belediye meclis üyeliği görevinden ziyade seçtikleri ilçe belediyesinin hak ve menfaatlerini ön planda tuttukları görülmektedir (Alıcı ve Özasan, 2020). Bu tespitten hareketle yılda iki defa olağan şekilde toplanan genel kurullarda büyükşehir belediye meclislerinde vuku bulan ve bilhassa il mülki sınıırı uygulaması ile artan temsiliyet sorununun bu yapılara da sirayet ettiği görülmektedir. Bir başka deyişle genel kurul üyelerinin daha çok ilçe ve büyükşehir belediye meclis üyesi gibi hareket ettikleri anlaşılmaktadır. Bu durum yerel demokraside katılım ve hesap verebilirliği olumsuz yönde etkileyen bir temsil sorununu gündeme getirmektedir.

Demokrasinin temsili niteliğinin uygulandığı günümüz şartlarında temsil mekanizmasının tam anlamıyla işletilmesi demokrasinin başarısını da sağlamaktadır. Halka en yakın yönetim birimi olarak ortaya çıkan yerel yönetimler içerisinde temsil, yüksek bir işlevsellikçe sahip olduğundan (Yıldırım vd., 2011: 509), bu mekanizmanın işletilmesi nispeten daha elverişlidir. Dolayısı ile demokrasiyi işletebilmenin en temel yolu demokrasinin yerelde tesis edilmesi ile mümkündür. Ancak yerel birimlerde temsilin işletilmesi noktasında birtakım sorunlar ile karşı karşıya kalınmaktadır.

Temsil sorunu, her ilçe belediyesi meclisinin beşte birlik kısmı ile belediye başkanından oluşan büyükşehir belediye meclislerinde ilçe belediyelerinin nüfusu ve toplam meclis üyesi farklılıklarına bağlı olarak büyükşehir belediyelerindeki temsil edilme oranlarından kaynaklanan farklılıktır.

TABLO 1 | Belediye Meclisi Üye Sayıları ve Temsil Ettikleri Nüfusa Oranları

Nüfus	İlçe Belediye Meclis Üyesi	Üyelerin 1/5'i	İlçe Bazında BŞB Meclisine Gönderilen Üye Sayısı*	Temsiliyet (Nüfus/Temsilci)
0-10.000	9	1	2	Nüfus/2
10.001-20.000	11	2	3	Nüfus/3
20.001-50.000	15	3	4	Nüfus/4
50.001-100.000	25	5	6	Nüfus/6
100.001-250.000	31	6	7	Nüfus/7
250.001-500.000	37	7	8	Nüfus/8
500.001-1.000.000	45	9	10	Nüfus/10
1.000.001 ve üzeri	55	11	12	Nüfus/12

*İlçe Belediye Başkanı ve Meclis Üyesi Toplamı

Kaynak: Alıcı ve Kızılboğa Özasan, 2020

Tablo 1'e göre ilçe belediyelerinin büyükşehir belediye meclislerinde, dolayısıyla da SUKİ genel kurullarındaki temsiliyet oranlarına yer verilmiştir. Bu veriler çerçevesinde ilçe belediyesinin nüfusu arttıkça büyükşehir belediye meclisinde temsiliyet oranı azalırken nüfus azaldıkça temsiliyet de artmaktadır. Örnek vermek gerekirse Konya iline en az nüfusa sahip olan Yalnhüyük ilçesinden Konya Büyükşehir Belediyesi Meclisine biri başkan olmak üzere iki meclis üyesi katılmaktadır. Dolayısıyla nüfusu 1.710 olan ilçede her bir meclis üyesi 855 kişiyi temsil ederken Selçuklu ilçesinden ise biri başkan olmak üzere on üye Konya Büyükşehir Belediyesi Meclisine katılmakta, nüfusu 690.677 olan ilçede her bir meclis üyesi 69.067 kişiyi temsil etmektedir. Anılan iki ilçe arasında temsilde 80 katlık bir farkın olduğu görülmektedir (Alıcı ve Kızılboğa, 2020: 98). Benzer tespitler Arıkboğa (2014) tarafından 2014 yılı yerel seçimlerine yönelik yaptığı çalışmada da ortaya konmuştur. Çalışma sonuçlarına göre Gaziantep il merkezine uzak olan yedi ilçenin toplam nüfusa oranı % 18 iken mecliste temsil edilme oranı % 62'dir. Benzer durum Eskişehir, Trabzon gibi farklı illerde de gözlenmektedir. Söz konusu bu durum yönetsel bazı sorunlara yol açmakla birlikte demokrasinin temsilde adalet ilkesi ile de çelişen bir durumdur. Bu temsil farklılığı bir büyükşehir belediyesi sınırları içinde farklı nüfuslara sahip çok sayıda ilçe belediyesinin olması halinde giderek artmaktadır. Anılan büyükşehir belediye meclislerinin aynı zamanda SUKİ Modelinde genel kurul fonksiyonunu da üstlenmesi sebebiyle temsilde adaletsizliğin bu teknik yapıyı da "katılım" ve "hesap verebilirlik" özelinde etkilediği değerlendirilmektedir.

Öncelikle, çok kimlikli meclis üyelerinin asli olarak ilçe belediyesi meclis üyeliği görevini içselleştirmeleri ve bu ölçekte seçilmeleri sebebiyle ilçe belediyelerinin hak ve menfaatlerini koruma noktasında öncelikli davranışları bilinmektedir. Dolayısıyla ilçe belediyesi meclis üyeleri bu tüzel kişilik çatısı altındaki kararlarda "katılımı" ve "hesap verebilirliği" sağlarken büyükşehir belediyesi meclisi ve SUKİ genel kurul üyeliği özelinde alınan kararlarda bu özeni göstermemekte, ilçe belediye meclisinde kabul edilerek büyükşehir belediyesi meclisinde incelenen ve görüşülen konularda takip görevini üstlenmektedirler. Bir başka deyişle ilçe belediyesinin çıkarlarını üst ölçekteki mecliste korumakta, ancak bu hususlar dışındaki konular ile diğer tüzel kişiliklerin iş ve işlemlerine dair görüşmelere yeterli hassasiyeti göstermemektedirler. Bu tespit esasında kamu kaynaklarının daha etkili, ekonomik ve verimli kullanılması noktasında yerel çıkarların ilçe özelinde yeterine korunmaya çalışıldığını da ortaya koymaktadır. Bu bakımdan çok kimlikli meclis üyeliği uygulamasının genel kurullar özelinde katılım, şeffaflık, hesap verebilirlik ve verimlilik açısından yeterli karşılığı bulamadığı, bu sebeple anılan tereddütleri ve olumsuzlukları giderecek ölçüde SUKİ'lere özgü genel kurulların teşekkül ettirilmesinin gerekliliği açıkça ortaya çıkmaktadır.

SUKİ Modeli, ifa ettiği görevler itibarıyla teknik mahiyette yoğunlaşan bir mahalli idare kurumu olduğu, bu sebeple görevlerinin özel ihtisas gerektirmesi nedeniyle yönetim ve karar organlarının da buna göre re-organize edilmesi gerektiği açıktır. Bilhassa aşağıda yer verilecek olan bütçe ve ücret tarifelerine dair kararların incelenmesi neticesinde genel kurul üyelerinin teknik niteliği ön planda olan, özel bir mevzuat ile faaliyetlerine devam eden bir mahalli idare kurumunun karar organı olmaktan ziyade belediye meclis üyesi rolü ile hareket

ettikleri değerlendirilmektedir. Nitekim genel kurul üyeleri yılda iki kez toplanma rutini dışında aynı zamanda büyükşehir belediyesi meclis üyesi ve ilçe belediyesi meclis üyesi olarak her ay farklı haftalarda iki kez toplanmaktadırlar. Dolayısıyla belediye mevzuatı özelinde karar alma noktasında bu vazifeyi içselleştirdikleri ve geniş bir takdir yetkisi tanınan "karar organı" olma vasfı ile hareket ettikleri görülmektedir. Genel kurul üyelerinin her ayın ilk haftasında ilçe belediyesi meclis üyesi, ikinci haftasında da büyükşehir belediyesi meclis üyesi olarak karar alma süreçlerinde bulunmaları dışında bu unvanlarla ilgili belediyelerde çok sayıda görev de icra etmektedir. Örnek vermek gerekirse bir ilçe belediyesi meclis üyesi aynı zamanda ilk beşte birlik sıralamada olması halinde ilçe belediyesinde meclis içerisinde denetim komisyonu, ihtisas komisyonları, meclis başkan vekili gibi görevler alabileceği gibi belediyede de siyasi başkan yardımcısı ve encümen üyesi de olabilecektir. Öte yandan aynı meclis üyesi büyükşehir belediyesi üyesi de olacağından büyükşehir belediye meclisinde de aynı görevleri üstlenebilecektir. Ayrıca büyükşehir belediyesinde de encümen üyeliği görevini üstlenebilecek, ilçe ve/veya büyükşehir belediye başkanına başkanın görevlendirmesi halinde vekâlet dahi edebilecektir. Dolayısıyla bir meclis üyesi iki farklı belediyede aynı anda çok sayıda görev alabilmektedir (Alıcı ve Özasan, 2020). Bu açıklamalardan hareketle genel kurul üyelerinin 2560 sayılı Kanun ve bu mevzuat uyarınca yürürlüğe konulan diğer düzenlemelere istinaden farklı bir tüzel kişiliğe sahip olan teknik nitelikli bir mahalli idare kurumu adına karar alma süreçlerine katıldıkları noktasında bilgilendirilmelerinde yarar görülmektedir. Bu önerinin dışında genel kurulların oluşumunda yeni bir düzenlemeye gidilmesi de var olan uyumsuzlukları ve tereddütleri giderebilecek farklı bir çözüm yoludur. Bu hususta da merkezîyetçilikten uzak olacak şekilde 1984 yılı öncesindeki oluşuma benzer bir yapının teşekkül ettirilmesi de uygun olacaktır. Böyle bir yapılanmada büyükşehir meclis üyelerine de yer verilmesi yerel demokrasi açısından önem taşımaktadır. Nitekim var olan temsiliyet sorununu da aşmak için genel kurulların büyükşehir belediye başkanı başkanlığında her ilçe belediyesinden doğal üye olan belediye başkanı ile birer meclis üyesi ile yönetim kurulundan veya bu oluşuma ek olarak her ilçe kapsamında muhtarlar arasından belirlenecek merkez ve kırsal mahalle muhtarlarının da bu organa üye olarak dâhil edilmesi katılımı, hesap verebilirliği ve şeffaflığı artıracaktır. Öte yandan iklim değişikliği ve su kaynaklarının tükenmesi gibi telafisi güç veya imkânsız hadiselerle mücadelede teknik nitelikli bir mahalli idare kurumu olan SUKİ genel kurullarında teknokrat üyelere de yer verilmesinin yararlı olacağı da değerlendirilmektedir. Bu yönde bir düzenleme temsiliyet sorununun giderilmesinin yanı sıra özel bir mevzuat ile teknik konularda çalışan bu mahalli idare kurumlarını daha rasyonel kararlar almaya ve kamu kaynaklarının daha etkili, ekonomik ve verimli kullanılmasına da sevk edebilecektir.

SONUÇ

Mahalli müşterek bir hizmet olarak önemi giderek artan içme ve kullanma suyu ile atık suların uzaklaştırılması ve bertarafı giderek yaşam ve çevre hakkının ayrılmaz bir parçası haline gelmektedir. Bu nedenle söz konusu hizmetlerin sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesi adına idareler uhdesinde rastlanılan olumsuzlukların giderilmesi ve yönetsel yapıların iyileştirilmesi önem taşımaktadır. Türkiye özelinde de Sular İdaresi deneyimine dayanan İSKİ veya SUKİ Modeli de zaman içerisinde ülke genelinde metropoliten alanlarda uygulamaya koyulmuştur. Söz konusu model 2560 sayılı Kanun ile 1981 yılında yürürlüğe konulmuş ve sadece İstanbul için tasarlanmıştır. Ancak Kanun'a eklenen maddelerle modelin diğer büyükşehir belediyelerinde de tatbik edilmesi kararlaştırılmıştır. Akabinde de büyükşehirlerin sayısının ve hizmet alanlarının artırılması ile modelin uygulanması noktasında karşılaşılan sorunların niteliği ve mahiyeti de derinleşerek yaygınlaşmıştır. Bu bakımdan söz konusu Kanun'un diğer büyükşehir belediyelerini ve kırsal alanlarda sunulan hizmetlerin yarattığı sakıncaları da giderecek ölçüde yeniden düzenlenmesinde yarar görülmektedir.

İSKİ Modelinin dayanağı olan mevzuatın günün koşullarına cevap verememesi sebebiyle uygulamada önemli belirsizlikler ve tereddütler yaşanmaktadır. Bilhassa 5216 ve 5393 sayılı kanunlarla yerel yönetimler alanında önemli değişiklikler yapılsa da birer mahalli idare

kurumu olan su ve kanalizasyon idarelerinin mevzuatında bu yönde bir değişiklik yapılmaması söz konusu sorunlara sebebiyet vermektedir. Nitekim büyükşehir belediye meclislerinin aynı zamanda SUKİ Modelinde genel kurul olarak görev yapması nedeniyle uygulamada bütçe ve ücret tarifesinin kabulünde özel ve genel kanun ikileminde kalındığı görülmektedir. Genel kurulların hâlâ yılda iki kez toplanması ve buna bağlı olarak da yönetim kurullarının 2560 sayılı Kanun'a göre daha yetkili kılınması sebebiyle genel kurulların bir karar merciinden çok daha ziyade onama mercii şeklinde kurgulandığı anlaşılmaktadır. Nitekim büyükşehir belediye meclisinin karar organı olma vasfı hayli güçlü iken aynı üyelerin genel kurul hüviyeti ile toplanması halinde özellikle bütçe ve ücret tarifesi konusunda 2560 sayılı Kanun'da yer almayan "değiştirerek kabul etme" yönünde bir karar verme cihetine gittikleri, söz konusu özel Kanun'da yer alan özel hükümleri nazara almadıkları görülmektedir. Özellikle son yıllarda meclis çoğunluğu ve belediye başkanının siyasi partilerinin farklılaşması nedeniyle meclisin farklı saiklerle hareket ettiği ve tam maliyet esasına göre çalışan su ve kanalizasyon idarelerinde mevzuata aykırı olarak idareyi zarar uğratabilecek ve bütçe denkliliğini bozacak şekilde tarifede indirim uygulama yönünde karar almaya çalıştıkları tespit edilmiştir. Genel kurullarda tam maliyet esasına aykırı olacak şekilde tarifede indirim yapılması ve tam maliyet esasına göre hazırlanan tarifenin kabul edilmemesi sonrasında yapılan ısrar oylamalarında da bu tutumun sürdürülmesi neticesinde idarelerin ücret tahsil edemez hale getirildiği ve açılan davalarda yargı mercilerinin yürütmenin durdurulması ve iptal kararları vererek idarenin sürekliliğini sağladığı görülmektedir. Uygulamada rastlanılan bu tereddüt ve belirsizlikler ile karar saiklerinin önlenmesi adına 2560 sayılı Kanun'un yeniden düzenlenerek genel kurulun özellikle bütçe ve ücret tarifesi üzerindeki yetkisinin daha sarıh bir şekilde düzenlenmesinde fayda görülmektedir. Diğer taraftan genel kurul üyelerinin aynı zamanda ilçe ve büyükşehir belediyesi meclis üyeliği ile birlikte bu belediyelerde çok sayıda görev de üstlenebilmektedirler. Söz konusu durum sebebiyle de genel kurul üyeleri daha çok teknik bir kurum olan SUKİ Modeli ile belediye örgütlenmesini özdeş görerek belediyelerde anılan görevlilere tanınan geniş takdir yetkisini SUKİ Modelinde de uygulayabilecekleri görüşünü taşıyabilmektedirler. Buna bağlı olarak da söz konusu üyelerin bahsi geçen tutumları sebebiyle çalışma özelinde yer verilen sorunlar ve tereddütler ortaya çıkabilmektedir.

Bu hususlar da nazara alınarak;

-Genel kurul üyelerinin bu aşamada, 2560 sayılı Kanun ve ikinci mevzuatına istinaden farklı bir tüzel kişiliğe sahip olan teknik nitelikli bir mahalli idare kurumu adına karar alma süreçlerine katıldıkları noktasında bilgilendirilmelerinde yarar görülmektedir.

-Öte yandan genel kurullarda var olan temsiliyet sorununu da gidererek katılımı, şeffaflığı ve hesap verebilirliği artıracak şekilde merkezîyetçilikten uzak, yerel karar organlarını ve kent/kırsal yerleşim yerleri muhtarlarını da kapsayacak şekilde 1984 yılı öncesindeki oluşuma benzer bir yapının teşekkül ettirilmesi ve üzerinde tartışılması gerekmektedir.

-Genel kurulun yeniden teşekkülünde büyükşehir belediye başkanı başkanlığında her ilçe belediyesinden doğal üye olan belediye başkanı ile birer meclis üyesi ile yönetim kurulundan veya bu oluşuma ek olarak her ilçe kapsamında muhtarlar arasından belirlenecek merkez ve kırsal mahalle muhtarlarının da bu organa üye olarak dâhil edilmesinin katılımcılığı, hesap verebilirliği ve şeffaflığı artıracak şekilde öngörülmektedir.

-Genel kurulların teknik nitelikteki konularda daha rasyonel kararlar alabilmesi, kamu kaynaklarının etkili, ekonomik ve verimli kullanılabilmesini teminen teknokrat üyelere de genel kurullarda yer verilmesinin yararlı olacağı değerlendirilmektedir.

-Diğer taraftan 2560 sayılı Kanun'un 1981 yılında beri yürürlükte olması ve 2004 yılı ile birlikte yerel yönetimler özelinde önemli reformlar yapılması sebebiyle SUKİ Modeli özelinde de bir reform çalışmasına gidilerek genel kurulun teşekkülü başta olmak üzere iklim değişikliği ve su kaynaklarının korunması noktasında SUKİ Modelinin daha özerk ve denetleyici bir muhteviyata büründürülmesinde de kamu yararı olduğu değerlendirilmektedir.

Sonuç olarak demokrasinin kasabada tek oyun niteliğine büründüğü günümüzde, temsil mekanizmasını demokrasiye en yakın şekilde işletilebilmesinin yolu olan yerel birimlerde temsil, yerel demokrasi açısından da tartışılmaya değerdir. Özellikle son yıllarda tesiri giderek

artan iklim değişikliği ve su kaynaklarının tükenmesi ile göç gibi sorunlar çerçevesinde yerelde su politikasının yönetilmesinde politik gayelerden ziyade su kaynaklarının korunması ve su hakkının rasyonel bir şekilde tesis edilmesi adına hareket edilmesinde kamu yararı görülmektedir. Bu açıklamalar çerçevesinde SUKİ'lere özgü bir genel kurulun teşekkülü halinde katılımın, şeffaflığın ve hesap verebilirliğin artacağı, kamu kaynaklarının böylece daha etkili, ekonomik ve verimli kullanılacağı da öngörülmektedir. Öte yandan yerel ölçekte iklim değişikliği ile mücadele ve su kaynaklarının korunması gayesiyle SUKİ Modelinin de bir reforma tabi tutulmasında kamu yararı olduğu değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

- [1] Alıcı, O.V. (2017a). Su ve kanalizasyon idarelerinin bütçe gerçekleştirmeleri üzerinden il mülki sınırları kapsamında hizmet sunumunun değerlendirilmesi: *MESKİ örneği*, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 10(52), 904-914.
- [2] Alıcı, O.V. (2017b). *Özel Amaçlı Metropolitan Kuruluşlar*, Ankara: Orion Yayınları.
- [3] Alıcı, O. V. (2021). Su ve kanalizasyon idareleri üzerindeki idari vesayet yetkisinin dönüşümü: teknik vesayet. *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi*, 1(42), 247-268.
- [4] Alıcı, O. V. (2022). Su Hakkının Hukuki ve Yönetimsel Boyutları. *Kentli Hakları*. (Ed. R.K. ÖZASLAN), Ankara: Adalet Yayınevi.
- [5] Alıcı, O. V. ve E. S. Güldül (2023). Su ve Kanalizasyon İdareleri Reformu ve Yerel Su Politikaları. *2000'li Yıllarda Türkiye'de Yerel Yönetimlerde Reform*. (Ed. N. MİŞ ve C. BABAĞLU), Ankara: SETA Kitapları.
- [6] Alıcı, O.V. ve K. Özasan (2017). *Büyükşehir Belediyeleri İçin Bir Su Yönetim Modeli Önerisi*, Aydın İktisat Fakültesi EUREFE Sempozyumu Tam Metin Kitabı, Sayı 2, s.133-146.
- [7] Alıcı, O.V. ve R. K. Özasan (2020). Büyükşehir belediye meclislerinde temsil sorunu ve meclis üyelerinin üstlenebilecekleri görevlerdeki orantısızlık. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 29(1), 95-115.
- [8] Arıkoğlu, E. (2007). Büyükşehirlerde kararları kim alıyor? büyükşehir belediye meclislerinde temsil sorunu ve çözüm önerileri. *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 16(1), 31-54.
- [9] Arıkoğlu, Erbay (2014). Büyükşehir belediye meclislerindeki temsil adaletsizliğinin coğrafi ve siyasi görünümü, *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 2, Sayı 2, ss. 35-61.
- [10] Arısal, M. (2023a). İstanbul'da yabancı sermaye eliyle yürütülen elektrik işleri (1910-1937). *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(1), 215-243.
- [11] Arısal, M. (2023b). İstanbul'da havagazi ve millileştirme sonrası ekonomik tarihi (1945-1967). *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25 (1), 1-27.
- [12] Arıkoğlu, L. (2021). *Çok Tehlikeli Alt Yapı Kazı İşlerinde İş Sağlığı ve Güvenliği (İzmir Büyükşehir Belediyesi Su ve Kanalizasyon İdaresi IZSU örneği)*, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Rumeli Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü İş Sağlığı ve Güvenliği Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- [13] Başa, Ş. ve Kurt, S. (2017). Su ve kanalizasyon idarelerinde akıllı su yönetimi uygulamaları: Tekirdağ örneği, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Y.2017, C.22, Kayfor15 Özel Sayısı, s.1519-1532.
- [14] Can, A. (2013). *Yerel Yönetimlerde İç Denetim: İstanbul Su ve Kanalizasyon İdaresi Örneği*, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi).Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı Mahalli İdareler ve Yerinden Yönetim Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- [15] Esen, A. ve Alıcı, O.V. (2020). *Şehirlerde Su ve Atıksu Hizmetlerinin Yönetimi*, Ankara: Türkiye Belediyeler Birliği Yayını.
- [16] Erdemir, G. (2016). *Diyarbakır Su ve Kanalizasyon İdaresi Malvarlığı Analizi*, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Bahçeşehir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Kentleşme Sistemleri ve Ulaştırma Yönetimi Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- [17] Gözler, K. (2018). *Mahalli İdareler Hukuku*, Bursa Ekin Kitapevi Yayınları.
- [18] Saygı, M. (2022). *Su ve Kanalizasyon İdarelerinde Ücret Tarifeleri*, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Tarsus Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- [19] Sevil, E. (2019). *Stratejik Yönetim Kapsamında İç Kontrol ve Kurumsal Risk Uygulanması ve Bursa Su ve Kanalizasyon İdaresi Genel Müdürlüğü'ndeki (BUSKİ) Uygulanması*, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- [20] Subaşı, Ş. (1997). *Su ve Kanalizasyon İşletmelerinde Tek Düzen Muhasebe Sisteminin Uygulanması ve Bursa Su ve Kanalizasyon İdaresi Genel Müdürlüğü'ndeki (BUSKİ) Uygulanması*, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- [21] Zuhul, S. (2019). *Yerel Yönetimlerin Atık Su Yönetim Politikaları: İstanbul Su ve Kanalizasyon İdaresi Örneği*, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yerel Yönetimler Ana Bilim Dalı / Küresel Şehirler ve İstanbul Araştırmaları Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- [22] Yıldırım, Selahattin (1993). *Yerel Yönetim ve Demokrasi: Kavramlar, Yaklaşımlar*. Ankara: Toki Yayınları.
- [23] 14/4/1930 tarih ve 1471 sayılı Resmî Gazetede yayımlanan 1580 sayılı Belediye Kanunu.
- [24] 23/11/1981 tarih ve 17523 sayılı Resmî Gazetede yayımlanan 2560 sayılı İstanbul Su ve Kanalizasyon İdaresi Genel Müdürlüğü Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun.

- [25] 19/1/2002 tarih ve 24645 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 4736 sayılı Kamu Kurum ve Kuruluşlarının Ürettikleri Mal ve Hizmet Tarifeleri ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun.
- [26] 23/07/2004 tarih ve 25531 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu.
- [27] 13/07/2005 tarih ve 25874 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan 5393 sayılı Belediye Kanunu.
- [28] 16/12/2021 tarih ve 31691 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 4920 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı.
- [29] 16/02/2023 tarihli Ankara 9. İdare Mahkemesinin E: 2022/2294; K:2023/385 sayılı Kararı.
- [30] 13/06/2023 tarihli Mersin 2. İdare Mahkemesinin E: 2022/1927 sayılı Yürütmeyi Durdurma Kararı.



POLİTİK SOSYAL MEDYA PAZARLAMASI: 2023 CUMHURBAŞKANLIĞI SEÇİMLERİ

NESLİHAN YALÇINKAYA¹ & MÜMİNE KARADAĞ²

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Saruhanlı Meslek Yüksekokulu Yönetim Ve Organizasyon Bölümü, İşletme Yönetimi Pr., neslihan.yalcinkaya1@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-6628-5107>. ² Öğr. Gör. Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Saruhanlı Meslek Yüksekokulu Yönetim Ve Organizasyon Bölümü, İşletme Yönetimi Pr., mumineerbil@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-5922-0794>.

ÖZ

2023 Türkiye Cumhurbaşkanlığı Seçimlerinde adaylar günümüzün en etkili iletişim araçları olarak kabul edilen sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanmıştır. Bu çalışmada son tura kalan iki aday olan Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun Instagram paylaşımları içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Analiz için Instagram'ın tercih edilmesinin nedeni en çok kullanılan sosyal medya mecralarından biri olmasının yanı sıra, adayların diğer mecralarda da aynı veya benzer paylaşımlar yaptığının tespit edilmesidir. Instagram, adayların seçmenlerle etkileşim kurduğu, mesajlarını ilettiği ve kendilerini tanıttığı önemli bir platform olmuştur. Adayların paylaşımları, beğeni ve yorum sayıları, görsel içerikler, alt yazı kategorileri, adayların imajı, kampanya stratejileri ve slogan kullanımı gibi farklı faktörler dikkate alınarak analiz edilmiştir. İki ayrı yazar tarafından yapılan değerlendirmelerle analiz yapılarak güvenilirlik hesaplamaları gerçekleştirilmiştir.

Sonuç olarak, Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun Instagram kampanyaları, seçmenlere ulaşmak ve desteklerini kazanmak için çeşitli stratejileri kullanmaktadır. Her iki aday da mesajlarını etkili bir şekilde iletmek ve seçmenleri etkilemek için görsel içerikler, metinler ve duygusal vurguları bir araya getirmektedirler. Erdoğan, lider imajını güçlendirmeye ve vaatlerini vurgulamaya odaklanırken, Kılıçdaroğlu daha geniş bir yelpazede konulara önem vermiş ve ikinci turda eleştirilere yanıt verme stratejisi benimsemiştir.

Anahtar Kelimeler: Siyasal pazarlama, seçim kampanyası, sosyal medya ve seçimler.

Editör / Editor:
Hatun KORKMAZ,
Erciyes Üniversitesi, Türkiye

POLITICAL SOCIAL MEDIA MARKETING: 2023 PRESIDENTIAL ELECTIONS

***Sorumlu Yazar/ Corresponding Author:**
Neslihan YALÇINKAYA,
neslihan.yalcinkaya1@gmail.com

JEL:
M30, M31, M39

Geliş: 17 Temmuz 2023
Received: July 17, 2023
Kabul: 10 Ekim 2023
Accepted: October 10, 2023
Yayın: 30 Nisan 2024
Published: April 30, 2024

Atıf / Cited as (APA):
Yalçinkaya, N. & Karadağ, M. (2024),
Politik Sosyal Medya Pazarlaması:
2023 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri, Erciyes
Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Dergisi, 67, 35-44,
doi: 10.18070/erciyesiibd.1328658

ABSTRACT

In the 2023 Turkish Presidential Elections, candidates actively used social media, which is considered as the most effective communication tools of today. In this study, the Instagram posts of Recep Tayyip Erdoğan and Kemal Kılıçdaroğlu, the two candidates who made it to the last round, were analysed by content analysis method. The reason why Instagram was preferred for the analysis is that it is one of the most widely used social media channels, as well as the fact that the candidates made the same or similar posts on other channels. Instagram has become an important platform where candidates interact with voters, convey their messages and promote themselves. The posts of the candidates were analysed by taking into account various factors such as the number of likes and comments, visual content, subtitle categories, candidates' image, campaign strategies and slogan usage. Reliability calculations were performed by analysing the assessments made by two different authors.

As a result, the Instagram campaigns of Recep Tayyip Erdoğan and Kemal Kılıçdaroğlu utilise various strategies to reach voters and gain their support. Both candidates aim to effectively convey their messages and influence voters by combining visual content, texts, and emotional appeals. While Erdoğan focused on strengthening his leadership image and emphasizing his promises, Kılıçdaroğlu prioritized a broader range of issues and adopted a strategy to respond to criticisms in the second round.

Keywords: Political marketing, election campaigns, social media, and elections.

GİRİŞ

Politik pazarlama, adayların kampanyalarında kullanacakları stratejileri ve iletişim araçlarını içeren bir kavramdır. Adayların politik mesajlarını etkili bir şekilde ilettikleri ve seçmenler üzerinde genellikle olumlu bir izlenim bıraktıkları bir süreçtir. Bu süreç, adayların liderlik yeteneklerini, politik vizyonlarını ve vaatlerini seçmenlere aktarmak için çeşitli araçlar kullanmalarını gerektirmektedir.

Türkiye 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde, adaylar, sosyal medya platformları aracılığıyla geniş bir kitleye ulaşma fırsatına sahip olmuş ve mesajlarını hızlı bir şekilde yayabilmişlerdir. Bu durum, geleneksel medya araçlarının kampanyalar üzerindeki etkisini yok saymak anlamına gelmemelidir. Bu araçlar da kampanyaların vazgeçilmez bir parçası olmaya devam etmektedir.

Bu makalede, 2023 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri ve politik pazarlama kavramı üzerine odaklanarak, adayların Instagram üzerinde yürüttükleri kampanyaların analizi yapılmıştır. Instagram, geniş bir kullanıcı kitlesine sahip olması ve görsel odaklı bir platform olması nedeniyle adayların seçmenlere ulaşması ve mesajlarını etkili bir şekilde iletmeleri için önemli bir kanaldır. Bu seçim sürecinde Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun Instagram paylaşımlarının incelenmesi, adayların stratejilerini ve seçmenler üzerindeki etkilerinin anlaşılmasına çalışılmıştır. Bu sayede, seçim sürecinin dinamiklerini anlamak ve politik pazarlama stratejilerinin etkisini ortaya koymak hedeflenmiştir. Çalışmanın her aşamasında, araştırma ve yayın etiğine tam olarak uyulmasına en yüksek düzeyde özen gösterilmiştir.

İnternet hem bireylerin hem de işletmelerin iletişim yöntemlerini değiştirmiştir. Bireylerin ve kurumların birlikte varlık gösterdiği bir sosyal yapı olan sosyal ağ sayesinde kişiler interaktif ortamda sosyalleşmektedirler. Bu bağlamda sosyal medya, zaman ve mekân kısıtı olmadan kişilerin interaktif ortamda birbirleriyle yaptığı her türlü iletişim ve paylaşımların bütünü şeklinde tanımlanabilir. Yapılan pek çok araştırmaya göre bireyler internette en çok Facebook, Instagram, Twitter, YouTube gibi sosyal medya platformlarında zaman geçirmektedirler (Andaç ve Akbıyık, 2016). Özellikle mobil internet kullanımının yaygınlaşması ile sosyal medya kullanımının da arttığı görülmektedir (Nijssen ve Ordanin, 2020). Alanı hızla genişleyen sosyal medya, pazarlama uzmanları tarafından da yakından takip edilmektedir. Sosyal medya platformlarının hızlı gelişimi en küçüğünden en büyüğüne kadar her türlü kuruluşun pazarlama bölümlerine çok çeşitli olanak ve fırsatlar sunmaktadır. Sosyal medya pazarlaması, ürünün ya da hedeflenen işin potansiyel müşterilere kolayca ulaşmasını sağlayan ve hızla büyüyen bir trenddir (Kaurr, 2016:34).

Günümüzde sosyal medyanın gücünün farkına varan siyasi partiler ve siyasi liderler, işletmeler gibi ürün ve hizmetlerini tanıtmada özellikle de seçim kampanyalarında sosyal medya platformlarını aktif olarak kullanmaktadırlar. Bireylerin sosyal medya platformlarında görüş alışverişlerinde bulunmaları, ortak fikirlerini paylaşmaları ürün/marka tercihlerinde olduğu gibi politik tercihlerinde de etkili olmaktadır (Andaç ve Akbıyık, 2016; Tan ve Armutçu, 2020). Artık her yaşta insanın aktif olarak kullandığı sosyal medya platformları, siyasetçilere milyonlarca seçmenle interaktif bir iletişim kurma imkânı sunmaktadır. Bu durum siyasi parti ve siyasi liderler için daha çok seçmene daha az maliyet ve daha hızlı ulaşmak anlamına gelmektedir. Siyasi partiler profesyonel bir kampanya için pazarlama biliminden faydalanmaktadır. Pazarlama karması unsurlarını siyasi alanda kullanarak yeni stratejiler oluşturmakta ve bu kapsamda siyasi kampanyalar hazırlanmaktadır. Politik pazarlama bir siyasi partinin veya siyasi liderin belirlediği amaç ve hedefler doğrultusunda modern pazarlama tekniklerini kullanmasıdır. Politik pazarlama yalnızca somut ürünlerin değil, fikirlerin de pazarlanabilir olduğu gerçeğini ortaya koymaktadır (Taşdemir, 2018; Tan ve Armutçu, 2020). Özellikle seçim dönemlerinde, sosyal medya platformları siyasetçilere kendilerini tanıtabilecekleri, fikir ve amaçlarını anlatabilecekleri ve vaatlerini sunabilecekleri bir ortam sağlamaktadır (Yalçınkaya N., 2018). Ayrıca paylaşımlarına yapılan beğeni ve yorumlar ile seçmenin duygu ve düşüncelerini anlık olarak görebilme olanağına sahip olmaktadır.

Politik pazarlamada sosyal medya kullanımı sadece içerik paylaşımı yaparak seçmenle etkileşim kurmayı hedeflemektedir. Aynı zamanda sosyal medya platformları politikacıların stratejilerini

yönlendirmelerini sağlayacak olan büyük veri kaynağıdır. Siyasi partiler ve liderler bu büyük veri kaynaklarını kullanarak seçmenleri daha iyi analiz edebilir ve seçim kampanyasını daha etkili bir şekilde oluşturabilirler. Doğru kullanıldığında seçmen kitlesine daha kolay ve hızlı bir şekilde ulaşılmasını sağlaması nedeniyle sosyal medya politik pazarlama kampanyalarında oldukça önemli bir araçtır. Geleneksel politik pazarlama stratejileri, tek yönlü bir iletişim kanalı olarak tanımlanabilirken, sosyal medya politik pazarlamada politikacılar ve seçmenler arasında iki yönlü bir etkileşimi hedefler. Politik pazarlama için sosyal medya stratejileri, politikacıların seçmenlerle doğrudan etkileşimde bulunmalarını, seçmenlerin görüşlerini dinlemelerini ve sorularını yanıtlamalarını içerir. Politikacılar ayrıca kampanyalarını daha kişisel ve içsel hale getirerek, seçmenlerle duygusal bir bağ kurmaya çalışırlar. Sosyal medyanın politik pazarlama açısından artarak devam eden önemi özellikle siyaset ve pazarlama başta olmak üzere çok sayıda disiplinden akademisyenleri de kendine çekmektedir. Hatta bu ilgi politik sosyal medya pazarlaması kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Politik sosyal medya pazarlaması kavramı literatürde yeni sayılmakla birlikte son sekiz yılda yayın sayısında ciddi artış olduğu görülmektedir (Abid vd., 2023).

Sosyal medya, günümüzde siyasette önemli bir yere sahiptir ve politik sosyal medya pazarlaması veya sosyal medyadaki politik pazarlama, sosyal medyanın paydaşlar için değer yaratmak, iletişim kurmak ve sunmak için kullanılması anlamına gelmektedir (Tuten ve Solomon, 2013). Bu alan, özellikle 2008 yılında Barack Obama'nın çevrimiçi başkanlık kampanyasıyla birlikte büyük ilgi toplamıştır (Miller, 2013; Newman, 2016). Aynı şekilde, Donald J. Trump'ın başkanlık kampanyasının, bu alandaki araştırmalar üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Ancak, sosyal medyanın politik pazarlamada etkin bir şekilde kullanıldığı ilk örnek, 2004 adaylık teklifi sırasında Howard Dean tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu örnek, sosyal medyanın siyasi kampanyalar üzerindeki potansiyel etkisini ortaya koymuş ve bugüne kadar politikacılar ve siyasi partiler için önemli bir dönüm noktası olarak kabul edilmiştir. Mevcut durumda, sosyal medya, politik pazarlama stratejilerinin ayrılmaz bir parçası haline gelerek siyasi partilerin seçmenlerle etkileşim kurmalarını, onların dikkatini çekmelerini ve desteklerini kazanmalarını sağlamak için önemli bir araçtır (Abid Harrigan, Roy., 2023).

Sosyal medya pazarlaması, politikacıların seçmenlerle olan psikolojik mesafelerini azaltmasına da yardımcı olmaktadır. Markalar, takipçileriyle doğrudan ve samimi bir şekilde etkileşime geçerek, seçmenlerle kişisel bir bağ kurmaktadırlar (Hiltman vd., 2019). Sosyal medyanın bu özelliği, siyasi markaların seçmenlerle duygusal bir bağ kurmalarına olanak tanır ve bu, politik pazarlama stratejilerinde önemli bir etkiye sahiptir. Sonuç olarak, sosyal medya, siyasi markaların seçmenlerle ilişkilerini geliştirmelerine, markalarını tanıtmalarına ve seçmenleri kampanyalarına dahil etmelerine yardımcı olmaktadır (Bode ve Dalrymple, 2016).

Bu araştırma, Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde adayların sosyal medya paylaşımlarının analiz edilmesi amacıyla yapılan bir çalışmadır. Özellikle Instagram platformunda yapılan paylaşımlar incelenmiş ve Instagram'ın siyasi pazarlama aracı olarak nasıl kullanıldığı analiz edilmiştir. Araştırmada kullanılan yöntem kodlama analizi olarak adlandırılmaktadır. Bu yöntemde, paylaşımların belirli kategorilere ayrılması ve incelenmesi esas alınmaktadır. Adayların Instagram profillerindeki paylaşımların incelenmesi, seçim sürecindeki belirli bir dönemi kapsamaktadır. Yapılan analizde, sadece ikinci tura kalan adayların paylaşımları dikkate alınmış olup üçüncü adayın paylaşımları değerlendirme dışı bırakılmıştır. Ayrıca, zaman ve araştırmacı kısıtlılığı nedeniyle sadece Instagram paylaşımları analiz edilmiş, diğer popüler sosyal medya platformları kapsam dışında bırakılmıştır.

I. LİTERATÜR TARAMASI

Tüm dünyada birçok yazar politik sosyal medya pazarlaması konusunu farklı şekillerde ele almıştır. Örneğin bazı çalışmalarda siyasi partilerin ve adayların seçim kampanyaları sırasında sosyal medya stratejilerini ve kullanımlarını incelenmiştir (Amoncar, 2020; Buccoliero Bellio, Crestini, Arkoudas., 2020; Cornfeld, 2017; Harmer ve Wring, 2013; Harris ve Harrigan, 2015; Jensen ve Bang, 2017; Newman, 2016; Temple 2013; Towner ve Dulio, 2012). Siyasi markaların politik

sosyal medya pazarlamasına yaklaşımını inceleyen bazı çalışmalar ise politikacıların sosyal medyayı, etkileşimli veya ilişkisel bir yaklaşımla benimsemediğini, bunun yerine geleneksel bir şekilde siyasi yayımlar, kendini tanıtmaya ve kendini savunmaya amaçları için kullanıldığını göstermektedir. Söz konusu durum, politikacıların diyaloga açık olmayıp, daha çok kendilerini tanıtmaya veya belli bir mesajı iletmeye amacıyla sosyal medyayı kullandıklarını ortaya koymaktadır. Bu çalışmalar, siyasi markaların sosyal medyanın potansiyelini tam olarak kullanmakta henüz yeterince başarılı olmadıklarını düşündürmektedir (Grusell ve Nord, 2020; Harris ve Harrigan, 2015; Kensi ve Conway-Silva, 2017; Ryoj ve Bondle, 2017, Vesnic-Alujeyic ve Van Bauwell, 2014). Siyasi faaliyetler için sosyal medyanın benimsenmesi konusunu ele alan çalışmalar, politik sosyal medya pazarlamasının aktif takipçiler üzerinde daha belirgin bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Bu, seçmenlerin sadece pasif takipçi olmaktan ziyade, beğeni ve paylaşım gibi aktif katılım gösterdiklerinde oluşmaktadır (Anim, Asiedu, Adams, Acheampong., Boakye, 2019; Dimitrova ve Bystrom 2017; Towner ve Munoz, 2018).

Sosyal medyanın seçmen davranışları üzerindeki etkisini inceleyen birtakım çalışmalar ise Facebook arkadaş sayısı, Facebook arkadaş sayısındaki seçim öncesi değişiklikler, retweetler, hesap türü ve doğrulama rozeti gibi sosyal medya tabanlı göstergelerin seçim sonuçlarını tahmin etmek için kullanılabilirliğini göstermektedir. Bu, sosyal medyanın sadece iletişim aracı olarak değil, aynı zamanda seçim ve politik faaliyetlerin öngörülmesinde bir araç olarak da kullanılabilirliği anlamına gelmektedir. Bununla birlikte, bu sonuçların kesin doğruluğu konusunda belirsizlikler olduğu ve sosyal medya verilerinin yanlış yorumlanması veya yanlış kullanımı durumunda doğru sonuçlar vermeyeceği konusunda uyarılar da yer almaktadır (Cameron, Barrett, Stewardson., 2016; Lin, 2017; Safullah, Pathak, Singh, Anshul., 2017; Shmargard, 2018). Siyasi ilişki pazarlaması konusunda yapılan araştırmalar sosyal medyada politik pazarlama için kullanılacak olan tek uygulanabilir yöntemin ilişki pazarlaması olduğunu ortaya çıkarmıştır (Harris ve Harrigan, 2015). İlişki pazarlaması, vatandaşlar arasında siyasi katılımı arttırmada etkili bir yöntem olarak kabul edilmektedir. Alanda gerçekleştirilen nitel çalışmalar, politikacıların sosyal medyada ilişki pazarlamasını ne ölçüde uyguladıklarını araştırmaktadır. Ayrıca, ilişki pazarlamasının uygulanmasını engelleyen faktörler ve sosyal medya tarafından desteklenen seçmen ilişkilerinin doğası hakkında da bilgi sağlamaktadır. Örneğin, genç seçmenlerin siyasi markalarla kişisel ve sosyal bir ilişki arzusu duyduğu tespit edilmiştir (Abid Harrigan, Roy, 2020; Harris ve Harrigan, 2015).

Politikacılar ve siyasi partiler tarafından yayımlanan içeriklerle ilgili çeşitli araştırmalar söz konusudur. Bu araştırmalar, içeriğin kişiselleştirme düzeyi, üretim teknikleri, duygusal çağrılar, temalar, kelime sayısı, iletişim stilleri ve içerikte kullanılan güvenilirlik ipuçları gibi özelliklerini incelerken (Grusell ve Nord, 2020; Ryoj ve Bondle, 2017; Paul ve Sui, 2019; Penney, 2016; Page ve Dufy 2018), diğerleri ise içeriğin viralliliği ve seçmen sonuçları üzerindeki etkilerini araştırmaktadır (Marquart Brosius, De Vreese, 2019; Walker Banes, Dimitriu, Macdonald, 2017). Bununla birlikte, politik pazarın bileşiminden bazı faktörler, içerik oluşturulurken dikkate alınmalıdır. Bu faktörler arasında cinsiyet, ülke veya kültür ve parti veya birey özellikleri de bulunmaktadır. Bazı araştırmalar, politikacılar ve siyasi partilerin sosyal medya içeriklerini nasıl ürettiklerine ve seçmenler üzerindeki etkilerine daha iyi anlamak için bu faktörleri araştırmışlardır (Abid Harrigan, Roy, 2019; Buccoliero vd., 2020; Paul ve Sui, 2019; Peres, Talwar, Alter, Elhanan, Friedman., 2020). Lalancette ve Raynauld (2019), çevrimiçi görüntü yönetiminin politika ve liderlik üzerindeki etkilerini araştırdıkları çalışmada, seçmenlerin politikacıları değerlendirirken görüntülerin kritik bir rol oynayabileceği ve imaj yönetimi tekniklerinin, politikacıların belirli nitelikleri sergilemesine yardımcı olabileceğini gözlemlemiştir.

Literatürde incelenen konular arasında, pazarlamacı tarafından oluşturulan içeriklerin yanı sıra kullanıcı tarafından oluşturulan içerikler de yer almaktadır. Araştırmalar, kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin virallik düzeyinin, tweetin yüzey özellikleri, dil stili, konu, duygu ve diğer içerik özelliklerine bağlı olduğunu göstermektedir (Berman, Melumad, Humphrey, Meyer, 2019). Özellikle genç seçmenlerin, sosyal paylaşım sitelerinde kullanıcı tarafından oluşturulan kısa içeriği

tercih ettikleri ortaya çıkmıştır. Araştırmalar, kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin, politikacının cinsiyeti, partisi ve pazarlamacı tarafından oluşturulan içeriğin kendisinden etkilendiğini göstermektedir (Jensen ve Bang, 2017; Paul ve Criado, 2020; Penney, 2016). Politik markaların, kullanıcı tarafından oluşturulan içeriklere verdiği yanıtların etkisi de literatürde incelenmektedir. Araştırmalar, politik işletmelerin kullanıcıların geri bildirimlerine ve yorumlarına aktif olarak yanıt vermenin, kullanıcıların politik markaya olan güvenini artırdığını ve etkileşim oranlarını yükselttiğini göstermektedir. Bu nedenle, politik markaların proaktif davranış sergilemeleri ve kullanıcılarla etkileşim halinde olmaları önerilmektedir (Becker, 2020; Berman vd., 2019). Siyasi marka toplulukları üzerine yapılan araştırmalar, adaylara adanmış toplulukların daha etkili olduğunu ve daha fazla karşılıklılık sergilediğini göstermektedir. Bu nedenle, alt kademe adayların marka topluluklarının oluşturulması için genellikle daha fazla çaba harcadığı ve bu toplulukların daha canlı olduğu ifade edilmektedir. Marka toplulukları, siyasi ortak markalaşmada da önemli bir role sahiptir (Billard ve Moran, 2020; Lucarelli Fuschillo, Chytokova, 2020). Diğer çalışmalar da göstermektedir ki, sosyal medya kullanıcılarının siyasi markalara yönelik davranışları, ticari markalara yönelik davranıştan farklılık göstermektedir (Boerman ve Kruijemeier, 2016; Marder Marchant, Archer-Brown, Yau, A, Colliander, 2018).

Politik sosyal medya pazarlaması kapsamında özellikle son birkaç yılda çok çeşitli akademik çalışmalar bulunmakla birlikte Instagram tabanlı politik pazarlama üzerine daha fazla araştırmaya ihtiyaç vardır. Yapılan güncel çalışmalar, Instagram'ın siyasi kampanyalar için kullanımı, destekçilerin harekete geçirilmesi, kamu imajının yönetilmesi, geniş kitlelere ulaşılması, farklı katılım biçimleri oluşturulması ve adayların kendilerini kişiselleştirmesi gibi amaçlarla kullanılabilirliğini göstermektedir (Graham Jackson, Broersma., 2016; Raynauld Lalancette, Tourigny-Kone, 2016; Filimonov, Russmann, Svensson., 2016; Muñoz ve Towner, 2017).

Türkiye'de politik pazarlama üzerine yapılan araştırmalar, son yıllarda giderek artan bir ilgi görmektedir. Bu ilginin temelinde, kitle iletişim araçlarının gelişmesi, siyasi partilerin ve adayların pazarlama faaliyetlerine ağırlık vermesi ve seçmenlerin giderek daha bilgili hale gelmesi gibi faktörler bulunmaktadır. Pazarlama, siyaset ve iletişim alanlarında çalışan birçok araştırmacının ilgi duyduğu politik pazarlama alanında özellikle siyasi partilerin pazarlama stratejileri ve taktikleri üzerine çalışmalar mevcuttur. Türkiye'de politik pazarlama üzerine yapılan ilk araştırmalar, 1990'lı yıllardan itibaren görülmeye başlamıştır. Bu dönemde yapılan çalışmalar, politik pazarlamanın temel kavramları ve ilkeleri üzerine odaklanmaktadır. 2000'li yıllardan itibaren ise, araştırmaların kapsamı ve derinliği giderek artmıştır. Bu dönemde yapılan çalışmalar, siyasi partilerin pazarlama stratejileri ve uygulamaları üzerine yoğunlaşmaktadır. Türkiye'de yapılan araştırmalar incelendiğinde politik pazarlama üzerine bütünsel bir bakış açısıyla yaklaşan birçok çalışma bulunmaktadır (Güler ve Ülker 2010; Yılmaz 2016; Divanoğlu 2017; Tan ve Armutçu 2023).

Son yıllarda ise, politik pazarlamanın dijital boyutu üzerine yapılan çalışmalar öne çıkmaktadır. Bu çalışmalar, siyasi partilerin ve adayların sosyal medya, internet siteleri ve diğer dijital platformları nasıl kullandıklarını incelemektedir. Politik pazarlamayı dijital boyutuyla inceleyen araştırmalarda özellikle 2014 seçimleri ile birlikte, siyasi partilerin dijital pazarlama araçlarını etkin olarak kullanmaya başladıkları görülmektedir (Akyılmaz ve Uçar, 2015; Akdal ve Gezgin 2018; Yalçınkaya, 2018; Tan ve Armutçu 2020; Gedik 2020). Ancak literatürde siyasi bir ürün olarak değerlendirilen adayların dijital paylaşımları üzerine yapılan araştırmalarda da sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu araştırmada, söz konusu paylaşımların Türkiye politikacıları tarafından ne derece benimsendiğinin anlaşılması amacıyla güncel olan 2023 başkanlık seçimleri incelenmiştir. Bu nedenle, Instagram temelli siyasi iletişim, markalaşma ve politik pazarlama üzerine yapılan son araştırmalara dayanarak tümevarımsal bir yaklaşım ile kodlama şeması geliştirilmiştir.

II. METODOLOJİ ve YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın yöntemi, verilerin toplanması, güvenilirliği ve araştırmanın kısıtları hakkında bilgiler verilmiştir.

A. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışmada, araştırmacıların mevcut varsayımlar ve bilgi birikimi temelinde oluşturdukları bir kategorizasyon süreci olan içerik analizi yöntemi tercih edilmiştir. “İçerik Analizi, belirli kurallara dayalı kodlamalarla bir metnin bazı sözcüklerinin daha küçük içerik kategorileri ile özetlendiği sistematik, yinelenbilir bir teknik olarak tanımlanmaktadır” (Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz., 2016). Sözel verilerin sayısallaştırılmasına olanak sağlayan içerik analizi, verileri kategorileştirme, içeriğin anlamını fark etme ve derinlemesine inceleme fırsatı sunduğundan sosyal medya paylaşımlarının analizinde sıklıkla kullanılmaktadır. Seçimlerin ikinci tura kalması ve bu turun seçimin sonucunu belirlemiş olması nedeniyle analizde ikinci turda rekabet eden adayların kampanya paylaşımlarına odaklanılmıştır.

B. ARAŞTIRMANIN GÜVENİRLİĞİ

Araştırmanın güvenilirliğini sağlamak amacıyla, her bir cumhurbaşkanı adayı için iki yazar da ayrı ayrı değerlendirme yapmıştır. Öncelikle ikinci yazar tarafından veri analizi yapılarak önceden oluşturulan Excel tabloları birinci aday için doldurulmuştur. Daha sonra aynı paylaşımlar, birinci yazar tarafından ikinci yazardan bağımsız bir şekilde analiz edilerek Excel tabloları doldurulmuştur. Benzer şekilde ikinci aday için de birinci yazar tarafından ilk veri analizi yapılmış daha sonra ikinci aday aynı verileri bağımsız bir şekilde yeniden analiz etmiştir. Daha sonra, Miles ve Huberman modeli kullanılarak güvenilirlik analizi yapılmıştır. “Bu analiz için, kodlayıcılar arasındaki içsel tutarlılığın ölçümü için kullanılan benzerlik oranı $\Delta = C/(C + \delta) \times 100$ formülü ile hesaplanmaktadır. Burada, Δ güvenilirlik katsayısını, C üzerinde görüş birliği sağlanan konu/terim sayısını, δ ise üzerinde görüş birliği bulunmayan konu/terim sayısını temsil etmektedir. Kodlama denetimiyle sağlanan içsel tutarlılık için, kodlayıcılar arasında görüş birliğinin en az % 80 olması beklenmektedir” (Baltacı, 2017:8). Güvenirlik hesaplama formülüne göre iki kodlama arasındaki uyum yüzdesi %85,19 olarak hesaplanmıştır. Uzlaşma sağlanamayan kodlamalar için, yazarlar bir araya gelerek tekrar bir inceleme yapmış ve ortak bir anlaşmaya varmıştır. Bu süreçte farklı bakış açıları dikkate alınmış ve karşılıklı tartışmalar gerçekleştirilmiştir. Yazarlar, uzlaşma sağlamak için birlikte çalışarak kodlamaları yeniden değerlendirmiştir.

C. ARAŞTIRMANIN KISITLARI

Çalışmada 2023 yılında yapılan Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde sadece ikinci tura kalan adayların Instagram profilleri incelenmiştir. İlk turda yarışan üçüncü aday değerlendirme dışında bırakılmıştır. Bunun yanında gerek zaman kısıtı gerekse araştırmacı sayısının azlığı nedeniyle adayların sadece Instagram paylaşımları araştırmaya dahil edilmiş olup YouTube, Twitter ve Facebook gibi çok kullanılan sosyal medya araçları kapsam dışı bırakılmıştır. Bunun bir diğer önemli sebebi özellikle Instagram, Facebook ve Twitter paylaşımlarının büyük bir kısmının aynı paylaşımlar olmasıdır.

Araştırmada söz konusu adayların resmi kişisel hesap paylaşımları incelenmiş olup, aynı tarihte yapılan Milletvekili Genel Seçimlerinden ayırabilmek ve çakışmaları önleyebilmek amacıyla adayların genel başkan oldukları siyasi partilerin paylaşımları değerlendirmeye alınmamıştır.

Ayrıca çalışmada her iki adayın adaylıklarının Yüksek Seçim Kurulu tarafından onaylandığı 26 Mart 2023 tarihi kampanya başlangıcı kabul edilmiştir. İlk tur kampanyasının 13 Mayıs'ta sona erdiği, ikinci tur kampanyasının ise 14 Mayıs'ta başlayarak 28 Mayıs'a kadar sürdüğü varsayılmıştır. Dolayısıyla araştırmada 1. Tur kampanya süreci olan 26 Mart – 13 Mayıs (48 gün) ile 2. Tur kampanya süreci olan 14 Mayıs-28 Mayıs (14 gün) tarihleri arasındaki paylaşımlar incelenmiştir. Bu tarihten önceki paylaşımların seçimleri etkileme gücü olsa da kapsam dışında bırakılması önemli bir kısıtı oluşturmaktadır. Başka bir şekilde ifade etmek gerekirse, belirli bir dönemi kapsayan veriler, adayların kampanyalarının genel özelliklerini yansıtsa da daha geniş bir zaman çerçevesinde yapılan analizlerle karşılaştırıldığında sınırlı bir perspektif sunabilmektedir.

Paylaşımların incelenmesine 5 Haziran tarihinde başlanmış olup 7 gün boyunca Instagram paylaşımları kodlama cetvellerine aktarılmıştır.

Dolayısıyla bu tarihten sonraki beğeni ve yorum sayısındaki değişimler göz ardı edilmiştir.

Instagram paylaşımlarının analizi ve yorumlanması, bazı zorlukları beraberinde getirmektedir. Özellikle, paylaşımların ardındaki niyetleri veya gerçek etkilerini tam olarak anlamak ve yorumlamak öznel değerlendirmeleri de analize dahil etmeye neden olabilmektedir. Araştırmacıların kendi önyargılarını veya ön kabullerini paylaşımların yorumlanmasına yansıtılmamak için bir araştırmacının yapmış olduğu kodlamalar diğer araştırmacı tarafından yeniden gerçekleştirilmiş ve aynı bakış açısının yakalanması sağlanmıştır. Yine de bu tarz bir içerik analizi sürecinde öznel yargıların tamamen göz ardı edilmesi mümkün olamamaktadır.

D. KODLAMA CETVELLERİ

Kodlama Cetvelleri doldurulurken aşağıdaki açıklamalar dikkate alınarak hazırlanmıştır. Tüm paylaşımlar incelenirken kodlama cetvellerinde bulunan açıklamalara göre değerlendirme yapılmasına özen gösterilmiştir

TABLO 1 | Etkileşim Tablosu

Etkileşim	İçerik
Paylaşım sayısı	Her adayın toplam paylaşım sayısı.
Yorum sayısı	Her adayın paylaşımlarına yapılan yorum sayısı.
Beğeni sayısı	Her adayın paylaşımlarının aldığı beğeni sayısı.

Tablo 1'deki kodlamalar, her iki adayın paylaşımlarıyla ilgili temel verileri içermektedir.

TABLO 2 | Paylaşılan Görsellerin Türü Tablosu

Görsel Türü	İçerik
Altyazılı Tek Resim	Adayın tek bir resminin bir altyazı ile paylaşılan görseli.
Alt Yazısız Tek Resim	Adayın tek bir resminin herhangi bir altyazı olmadan paylaşılan görseli.
Alt Yazılı İki veya Daha Fazla Resim	Adayın iki veya daha fazla resmini içeren bir dizi resim, ile herhangi bir altyazı olmadan paylaşılan görselleri.
Alt Yazılı İki veya Daha Fazla Resim	Adayın iki veya daha fazla resmini içeren bir dizi resim ile beraber altyazıyla paylaşılan görselleri.
Tek Bir Görüntüye Gömülü Metin	Adayın tek bir görüntüsü, görüntünün içinde yer alan metinle birlikte paylaşılan görseli.
Alt Yazılı Tek Video	Adayın tek bir videoyu, videonun altında yer alan bir altyazıyla birlikte paylaşılan görseli.
Alt Yazısız Tek Video	Adayın tek bir videoyu, herhangi bir altyazı olmadan paylaşılan görseli.

Tablo 2'deki kodlamalar, görsel içeriğin farklı türlerini ve içeriklerini temsil etmektedir. Her bir görsel türü, adayların paylaşımlarında kullandıkları görsel formatları ve alt yazı kullanımını ifade etmektedir.

TABLO 3 | Alt Yazı Kategorizasyonu Tablosu

Alt Yazı Kategorisi	İçerik
Metin	Görsel altında yer alan metin içeriği.
Başlık Etiket (Hashtag)	Görselin altında yer alan başlık etiketiyle belirtilen konu/etiket.
Kullanıcı Etiketleme (@user)	Görselin altında kullanıcı etiketleme ile belirtilen kişi / hesap.
Emoji	Görselin altında kullanılan emoji ifadeleri.
Link Ekleme	Görselin altında yer alan bir bağlantı linki.
Konum Bilgisi	Görselin altında paylaşılan konum bilgisi.

Tablo 3'teki kodlamalar, görsellerin alt yazılarında kullanılan farklı kategorileri ve içerikleri temsil etmektedir. Her bir alt yazı kategorisi, adayların paylaşımlarında kullandıkları farklı metin, etiket, emoji, link ve konum bilgisi gibi öğeleri ifade etmektedir.

Tablo 4'teki kodlamalar, adayların paylaşımlarında kullandıkları farklı içerik kategorilerini temsil etmektedir. Her bir kategori, adayların paylaşımlarında belirli bir amacı veya mesajı iletmek için kullandıkları içeriği ifade etmektedir. Bu içerik kategorileri, adayların seçmenlere bilgi verme, kendilerini tanıtmaya, kampanya etkinliklerini duyurma veya seçmenleri oy vermeye teşvik etme gibi amaçlarını yansıtmaktadır.

TABLO 4 | İçerik Tablosu

İçerik Kategorisi	İçerik
Bilgilendirme	Seçmenlere bilgi verme, politika ve vaatler hakkında detaylı açıklamalar yapma.
Tanıtma	Adayın kendisini, partisini veya kampanya temasını tanıtmaya, geçmiş başarılarını vurgulamaya.
Etkinlik Duyurma	Seçmenlere kampanya etkinlikleri, mitingler veya toplantılar gibi etkinlikler hakkında duyuru yapma.
Oy Verme Çağrısı	Seçmenleri oy vermeye teşvik etme, sandığa gitmelerini sağlama çağrısı yapma.

Tablo 5'teki kodlamalar, adayların farklı imajlarını ve ifadelerini temsil etmektedir. Her bir imaj kategorisi, adayların kampanya sürecinde sergiledikleri farklı duygusal durumları veya ifadeleri göstermektedir. Bu imajlar, adayların seçmenler üzerinde farklı duygusal etkiler yaratma veya belirli bir mesajı iletmek için kullanabilecekleri farklı imajları yansıtmaktadır.

TABLO 5 | Aday İmajı Tablosu

Aday İmajı	İçerik
Sinirli	Adayın sinirli bir ifadeyle veya tutumla görüntülediği imaj.
Sakin	Adayın sakin ve huzurlu bir ifadeyle veya tutumla yaratma görüntülediği imaj.
Korku/Endişe	Adayın korkulu veya endişeli bir ifadeyle veya tutumla görüntülediği imaj.
Mutlu	Adayın mutlu ve neşeli bir ifadeyle veya tutumla görüntülediği imaj.
Üzgün	Adayın üzgün veya hüzünlü bir ifadeyle veya tutumla görüntülediği imaj.
Şaşırmsız	Adayın şaşırmsız veya şaşırıcı bir durumla karşılaşmış gibi görüldüğü imaj.

Tablo 6'da yer alan kodlamalar, adayların kampanya sürecinde belirli toplumsal faaliyetlere atıfta buldukları konuları temsil etmektedir. Her bir faaliyet kategorisi, adayların bu konulara yönelik politika ve stratejilerini vurguladığı veya eleştirdiği ifadeleri yansıtmaktadır.

TABLO 6 | Atıfta Bulunan Toplumsal Faaliyet Tablosu

Toplumsal Faaliyet	İçerik
İstihdam	Adayın istihdamla ilgili politikalar, işsizlik oranları, istihdam yaratma stratejileri vb. konulara atıfta bulunduğu ifadeler.
Ekonomi	Adayın ekonomik politikalar, büyüme, enflasyon, gelir eşitsizliği gibi ekonomiyle ilgili konulara atıfta bulunduğu ifadeler.
Kadın ve aile	Adayın kadın hakları, aile politikaları, eşitlik, cinsiyet rolleri vb. konulara atıfta bulunduğu ifadeler.
Gençlik	Adayın gençlerin sorunları, genç istihdamı, eğitim, gençlik politikaları vb. konulara atıfta bulunduğu ifadeler.
Din	Adayın dini konular, dini hoşgörü, dini özgürlükler, dini gruplarla ilişkiler vb. konulara atıfta bulunduğu ifadeler.
Sağlık	Adayın sağlık politikaları, sağlık hizmetleri, sağlık sigortası, hastalık önleme vb. konulara atıfta bulunduğu ifadeler.
Çevre ve İklim	Adayın çevre koruma, sürdürülebilirlik, iklim değişikliği, enerji politikaları vb. konulara atıfta bulunduğu ifadeler.
Spor	Adayın spor politikaları, spor teşvikleri, spor tesisleri, spor etkinlikleri vb. konulara atıfta bulunduğu ifadeler.
Kamu güvenliği	Adayın suçla mücadele, terörle mücadele, polis reformu, hukukun üstünlüğü vb. konulara atıfta bulunduğu ifadeler.
Ulaşım ve Altyapı	Adayın ulaşım politikaları, yol ağları, ulaşım yatırımları, altyapı geliştirme vb. konulara atıfta bulunduğu ifadeler.
Bilim ve Yenilik	Adayın bilim ve teknoloji politikaları, bilimsel araştırmalar, yenilikçilik, Ar-Ge vb. konulara atıfta bulunduğu ifadeler.
Teknoloji	Adayın dijital dönüşüm, yapay zeka, dijital gizlilik, internet politikaları vb. konulara atıfta bulunduğu ifadeler.
İnşaat (deprem)/Konut	Adayın inşaat sektörü, deprem güvenliği, konut politikaları, kentsel dönüşüm vb. konulara atıfta bulunduğu ifadeler.
Seçim	Adayın seçim sistemleri, seçim reformları, adil seçimler, seçmen bilincinin artırılması vb. konulara atıfta bulunduğu ifadeler.
Göçmenler	Adayın göç politikaları, mülteci krizleri, mülteci hakları, göçmen entegrasyonu vb. konulara atıfta bulunduğu ifadeler.

Tablo 7'deki kodlamalar, adayın seçmenlerle iletişimde odaklandığı temel unsurları temsil etmektedir. Adayın seçmenler üzerinde etkili

olmak ve destek kazanmak için seçmen imajı, lider imajı ve/veya vaatlerini vurguladığı içeriklerin hangisini tercih ettiğini göstermektedir.

TABLO 7 | İçeriğin Merkezi Tablosu

İçerik	Açıklama
Seçmen İmajı	Adayın seçmenlere yönelik oluşturmak istediği imajı temsil eden içerikler. Bu içeriklerde aday, seçmenlere hitap ederek onların ihtiyaçlarını ve beklentilerini karşılamaya çalışır.
Lider İmajı	Adayın liderlik vasıflarını vurgulamaya yönelik içerikler. Bu içeriklerde aday, liderlik niteliklerini, deneyimini, liderlik tarzını ve liderlikteki başarılarını ön plana çıkarmaya çalışır.
Vaatler	Adayın seçmenlere sunduğu taahhütlerin yer aldığı içerikler. Bu içeriklerde aday, seçmenlere hangi politikaları uygulayacağını, hangi sorunları çözeceğini, hangi yenilikleri getireceğini ve hangi hedeflere ulaşmayı taahhüt ettiğini belirtir.

Tablo 8'deki kodlamalar adayın iletişim stratejisinde kullanabileceği farklı mesaj iletimi türlerini temsil etmektedir. Telkin, tahrik ve tehdit gibi iletişim türleri farklı etkiler yaratırken, diğer kategori ise bu sınıflandırmaya girmeyen veya birden fazla kategoriye dahil olan mesajları temsil etmektedir. Adayın iletişim stratejisinde hangi tür mesajları kullandığı, hedeflediği etkiyi ve iletişim amacını yansıtmaktadır.

TABLO 8 | Mesaj İletimi Tablosu

İletim Türü	İçerik
Telkin	Adayın seçmenlere istenen bir davranışı yapmaları için nazik ve ikna edici bir şekilde telkin ettiği mesajlar. Bu tür mesajlarda aday, seçmenleri olumlu bir şekilde etkilemek ve tercihlerini yönlendirmek için ikna edici argümanlar kullanır.
Tahrik	Adayın seçmenleri duygusal olarak etkilemeyi ve harekete geçirmeyi amaçladığı mesajlar. Bu tür mesajlarda aday, seçmenlerin duygusal tepkilerini uyandırmak, tutkularını harekete geçirmek ve harekete geçmelerini sağlamak için çeşitli duygusal argümanlar kullanır.
Tehdit	Adayın seçmenlere olumsuz sonuçlarla tehdit ederek istenen davranışı yapmalarını sağlamaya çalıştığı mesajlar. Bu tür mesajlarda aday, seçmenleri korkutarak veya endişelendirerek istediği sonucu elde etmeye çalışır.
Diğer	Yukarıdaki kategorilere girmeyen veya birden fazla kategoriye giren mesajlar için kullanılan genel kategori. Bu kategori, diğer türlerdeki mesajları temsil etmektedir.

III. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Analizde elde edilen bulgular tablolar ve şekiller yardımıyla karşılaştırmalı olarak elde edilmiştir. Kampanya süresi boyunca yapılan ilk tur ve ikinci tur paylaşımları ayrı ayrı incelenmiş ve toplamda yapılan paylaşımlarla birlikte verilmiştir. Tablolarda, her iki adaya ait olan 1. tur ve 2. turda kullanılan içerik verilerinin, toplamda ne kadar sıklıkla kullanıldığı ve yüzdelerle dağılımı verilmiştir. Toplam paylaşımların dağılımı ise her iki tur için ayrı ayrı belirtilmiştir. Tablolarda adayların Instagram paylaşımlarında ilgili içeriği nasıl kullandığı ve hangi turlarda daha çok tercih edildiği gösterilmektedir.

TABLO 9 | Adayların Paylaşımlarının Etkileşim Oranları

Etkileşim	RECEP TAYYIP ERDOĞAN			KEMAL KILIÇDAROĞLU			
	1. TUR	2. TUR	TOPLAM	1. TUR	2. TUR	TOPLAM	
Paylaşım sayısı	n	278	62	340	159	34	193
	%	81,76	18,24	100,00	82,38	17,62	100,00
Yorum sayısı	n	1.138.276	340.213	1.478.489	697.729	525.605	1.223.334
	%	76,99	23,01	100,00	57,04	42,96	100,00
Beğeni sayısı	n	73.652.280	19.102.326	92.754.606	35.314.656	14.523.095	49.837.751
	%	79,41	20,59	100,00	70,86	29,14	100,00

Tablo 9’da adayların kampanya süreci boyunca Instagram hesabından gerçekleştirdiği paylaşımlara ilişkin veriler bulunmaktadır. Recep Tayyip Erdoğan toplamda 340 paylaşım yapılmış olup, bunların 278’i birinci tur kampanyasında, 62’si ise ikinci tur kampanyasında yayınlanmıştır. İlk tur kampanyası 48 gün sürdüğü için günlük ortalama paylaşım sayısı 5,79 iken ikinci tur kampanyası 14 gün sürdüğünden günlük ortalama paylaşım sayısı 4,42 olarak belirlenmiştir.

Paylaşımlara yapılan yorum sayılarına bakıldığında, her bir paylaşım için birinci turda ortalama 4.094,52 yorum yapılmışken ikinci turda bu sayı 5.487,30 olarak gerçekleşmiştir. Beğeni sayıları incelendiğinde ise birinci tur için her bir paylaşım ortalama 264.936,25 beğeni almışken ikinci turda bu sayı 308.102,03 olarak belirlenmiştir. Bu veriler, adayın ikinci turda seçmenlerle etkileşiminin artırdığını göstermektedir.

Kemal Kılıçdaroğlu, kampanya boyunca toplam 193 Instagram paylaşımı yapılmış olup bu paylaşımların 159 adedi ilk tur kampanyası süresince 34 adedi ise ikinci tur kampanyası süresince yayınlanmıştır. 48 gün süren ilk tur seçim kampanyasında günde ortalama 3,31 içerik paylaşılmış, 14 günlük ikinci turda ise günlük 2,42 adet içerik paylaşılmıştır.

Paylaşım başına düşen ortalama yorum sayısı ilk turda 4.388,23 iken ikinci turda bu sayı 6.338,52’ye yükselmiştir. Beğeni sayıları incelendiğinde ilk turda paylaşım başına düşen beğeni sayısı ortalama 222.104,75 iken ikinci turda 427.149,58’e yükselmiştir. Yapılan yorumlar içerik olarak incelendiğinde de ilk turda beklenen sonucun alınmaması neticesinde seçmenlerin ikinci turda daha fazla etkileşime geçerek desteklerini arttırdıkları gözlemlenmektedir. Ancak bu artışın yeni seçmen kazanılması yolunda olduğunu söylemek yanıltıcı olacaktır. Seçim sonuçları da bunu doğrulamaktadır. Artışın sebebinin, partinin mevcut seçmenin ilgisinin artması şeklinde değerlendirilmesi daha doğru bir yaklaşım olacaktır. Başka bir deyişle, adaya zaten destek veren seçmenlerin ikinci turda daha aktif bir şekilde paylaşımlara yorum yapması ve beğeni göstermesi söz konusu olmuştur. Bu etkileşim artışı, mevcut seçmenlerin adaya olan ilgisinin ve desteğinin güçlendiğini göstermektedir.

İlk turda, her iki adayın paylaşımlarına yapılan ortalama yorum sayıları birbirine oldukça yakın olduğu görülmektedir. Ancak, ikinci turda dikkate değer bir değişim yaşanmaktadır. Kemal Kılıçdaroğlu’nun paylaşımları, ikinci turda daha fazla yorum almış ve bu sayıda belirgin bir artış gözlemlenmiştir. Benzer bir eğilim, beğeni sayılarına bakıldığında da görülmektedir. İlk turda, her iki adayın paylaşımları benzer bir beğeni sayısına sahipken, ikinci turda Kemal Kılıçdaroğlu’nun paylaşımları daha yüksek bir beğeni sayısı elde etmiştir.

TABLO 10 | Adayların Paylaşımlarındaki Görsellerin İçeriği

Görselin İçeriği	RECEP TAYYIP ERDOĞAN			KEMAL KILIÇDAROĞLU			
	1. TUR	2. TUR	TOPLAM	1. TUR	2. TUR	TOPLAM	
Altyazılı tek resim	n	79	29	108	3	1	4
	%	28,42	46,77	31,76	1,89	2,94	2,07
Alt yazısız tek resim	n	0	1	1	1	1	2
	%	0,00	1,61	0,29	0,63	2,94	1,04
Alt yazısız iki veya daha fazla resim	n	0	0	0	0	0	0
	%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Alt yazılı iki veya daha fazla resim	n	85	8	93	52	5	57
	%	30,58	12,9	27,35	32,7	14,71	29,53
Tek bir görüntüye gömülü metin	n	4	0	4	2	0	2
	%	1,44	0,00	1,18	1,26	0,00	1,04
Alt yazılı tek video	n	109	24	133	52	24	76
	%	39,21	38,71	39,12	32,7	70,59	39,38
Alt yazısız tek video	n	1	0	1	49	3	52
	%	0,36	0,00	0,29	30,82	8,82	26,94
TOPLAM	n	278	62	340	159	34	193
	%	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Tablo 10, adayların paylaşımlarındaki görsellerin içeriği ile ilgili veriler sunmaktadır. Paylaşımların %39,12’si alt yazılı tek video, %31,76’sı alt yazılı tek resim iken %27,35’i alt yazılı iki veya daha fazla resim içermektedir. Alt yazısız olarak sadece 1 adet paylaşım

yapıldığı görülmektedir. Başka bir ifadeyle, yapılan tüm paylaşımlarla ilgili verilerek istenen mesajlar alt yazılar ile desteklenmiştir. Birinci tur ve ikinci tur paylaşımları oransal olarak incelendiğinde ikinci tur kampanyasında alt yazılı tek resimli içeriklerin daha çok tercih edildiği tespit edilmektedir (%46,77).

Kemal Kılıçdaroğlu’nun yapmış olduğu paylaşımlarda bulunan görsellerin içeriği incelendiği Tablo 12’te söz konusu paylaşımların %39,38’inin alt yazılı tek video olduğu, %29,53’ünün alt yazılı iki veya daha fazla resim olduğu, % 26,94’ünün de alt yazısız tek video olduğu görülmektedir. Kemal Kılıçdaroğlu’nun paylaşımlarında da alt yazılı içerikler, özellikle tek videolar, önemli bir yer tutmaktadır. İkinci turda alt yazılı tek video görsellerinin %70,59 oranla daha fazla tercih edildiği görülmektedir.

Tablo 11, adayların paylaşımlarının alt yazı kategorizasyonunu göstermektedir. Tabloya göre, Recep Tayyip Erdoğan’ın paylaşımlarında metinler %55,33’lük bir oranla en yaygın alt yazı kategorisini oluşturmaktadır. Başka bir şekilde söylemek gerekirse, Recep Tayyip Erdoğan’ın paylaşımlarının büyük çoğunluğu metinlerden oluşmaktadır. Metinlerde özellikle paylaşım ile ilgili ayrıntılı bilgiler verildiği gözlemlenmiştir. Emojiler %24,67’lik bir oranla dikkat çeken bir kategori olarak öne çıkmaktadır. Alt yazılardaki emojiler incelendiğinde büyük bir kısmının bayrak emojisi olduğu tespit edilmiştir. Emoji kullanımında bayrağın tercih edilmesi, ulusal birliğe atıfta bulunulduğunu göstermektedir. Bu, seçmenler arasında birlik ve dayanışma duygusu oluşturmayı hedefleyen bir strateji izlendiğini vurgulamaktadır. Recep Tayyip Erdoğan’ın paylaşımlarındaki alt yazılar genellikle uzun ve geçmişte gerçekleştirilen işlere vurgu yapmaktadır. Tek bir paylaşım da birden çok konuya vurgu yapılmakla birlikte en çok teknoloji, savunma sanayi ve deprem sonrası konut projeleri konularına odaklanılmıştır.

TABLO 11 | Adayların Paylaşımlarının Alt Yazı Kategorizasyonu

Alt Yazı Kategorizasyonu	RECEP TAYYIP ERDOĞAN			KEMAL KILIÇDAROĞLU			
	1. TUR	2. TUR	TOPLAM	1. TUR	2. TUR	TOPLAM	
Metin	n	272	60	332	106	30	136
	%	51,81	80	55,33	41,41	78,95	46,26
Başlık etiketi (Hashtag)	n	20	0	20	87	3	90
	%	3,81	0,00	3,33	33,98	7,89	30,61
Kullanıcı Etiketleme (@ user)	n	2	1	3	2	0	2
	%	0,38	1,33	0,5	0,78	0,00	0,68
Emoji	n	139	9	148	0	1	1
	%	26,48	12	24,67	0,00	2,63	0,34
Link ekleme	n	0	0	0	1	0	1
	%	0,00	0,00	0,00	0,39	0,00	0,34
Konum bilgisi	n	92	5	97	60	4	64
	%	17,52	6,67	16,17	23,44	10,53	21,77
TOPLAM	n	525	75	600	256	38	294
	%	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Tablo 11’e göre, Kemal Kılıçdaroğlu’nun paylaşımlarının %46,2’sinin bir metin ile desteklendiği görülmektedir. Metinler genellikle paylaşımlarla ilgili ayrıntılı bilgileri içermektedir. Ayrıca, paylaşımların %30,61’inde başlık etiketi (hashtag) kullanımı tespit edilmiştir. Bu hashtag’lerin 28 Nisan’a kadar olan süreçte “SanaSöz”, 14 Mayıs’a kadar olan süreçte “Haydi” ve “HaydiTürkiye”, 14 Mayıs’tan sonra ise “KararVer” şeklinde olduğu gözlemlenmiştir. Özellikle gençlerle ilgili yapılan paylaşımlarda ise “DeğişimSeninElinde” hashtag’i dikkat çekmektedir. Konum bilgisi ise paylaşımların %21,77’sinde kullanılmıştır. Bu, mitinglerle ilgili paylaşımlarda tercih edilen bir alt yazı kategorisidir. Kemal Kılıçdaroğlu’nun seçim kampanyası sürecinde konum bilgisi kullanımıyla da mitinglerin ve seçim etkinliklerinin takipçilere duyurulması sağlanmıştır.

Adayların paylaşımlarının içerik kategorilerini gösteren Tablo 12’ye göre, Recep Tayyip Erdoğan’ın paylaşımlarının çoğunluğu bilgilendirme amacıyla yapılmıştır. İlk turda %46,14, ikinci turda ise %51,52 oranında paylaşımlar bilgilendirme içeriği taşımaktadır. Toplamda ise paylaşımların %47,12’si bilgilendirme amacıyla yapılmıştır. Etkinlik duyurma içerikli paylaşımlar da dikkate değerdir. İlk turda %26,36,

ikinci turda ise %3,03 oranında etkinlik duyurma içeriği tercih edilmiştir. Toplamda ise paylaşımların %22,08'i etkinlik duyurma amacıyla yapılmıştır. Oy verme çağrısı içeren paylaşımlar ise daha az oranda yer almaktadır. Bu verilere göre, Recep Tayyip Erdoğan'ın paylaşımlarının büyük bir çoğunluğu bilgilendirme odaklıdır, etkinlik duyurma da önemli bir paya sahiptir, ancak oy verme çağrısı içeren paylaşımlar daha az sayıdadır.

TABLO 12 | Adayların Paylaşımlarının İçeriği

İçerik	RECEP TAYYİP ERDOĞAN			KEMAL KILIÇDAROĞLU			
	1. TUR	2. TUR	TOPLAM	1. TUR	2. TUR	TOPLAM	
Bilgilendirme	n	203	51	254	54	30	84
	%	46,14	51,52	47,12	33,33	66,67	40,58
Tanıtma	n	72	8	80	5	1	6
	%	16,36	8,08	14,84	3,09	2,22	2,9
Etkinlik duyurma	n	116	3	119	81	2	83
	%	26,36	3,03	22,08	50	4,44	40,1
Oy verme çağrısı	n	49	37	86	22	12	34
	%	11,14	37,37	15,96	13,58	26,67	16,43
TOPLAM	n	440	99	539	162	45	207
	%	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kemal Kılıçdaroğlu'nun paylaşımlarında iki turda farklı bir içerik dağılımı görülmektedir. İlk turda %33,33, ikinci turda ise %66,67 oranında bilgilendirme içeriği ağırlıklıdır. Toplamda ise paylaşımların %40,58'i bilgilendirme amacıyla yapılmıştır. Tanıtma ve etkinlik duyurma içeriği daha az oranda yer almaktadır. Tanıtma içeriği ilk turda %3,09, ikinci turda ise %2,22 oranında paylaşımlarda kullanılmıştır. Etkinlik duyurma içeriği ise ilk turda %50,00, ikinci turda ise %4,44 oranında yer almaktadır. Oy verme çağrısı içeren paylaşımlar ise her iki turda da önemli bir rol oynamaktadır.

Tablo 13'te adayların yapmış oldukları paylaşımlarda öne çıkan imajı incelenmiştir. Bu tablodaki paylaşım sayısının toplam paylaşım sayısından az olmasının nedeni tüm içeriklerde adayın ön planda olmamasından kaynaklanmaktadır. Kimi içeriklerde seçmenler, kimi içeriklerde geliştirilen teknoloji ve yatırımlar kiminde ise adayın birden fazla profili kullanılmıştır. Recep Tayyip Erdoğan'ın aday imajı incelendiğinde, ilk turda çoğunlukla sakın bir imaj sergilendiği görülmektedir. %43,02 oranında paylaşımlarda sakın bir imaj iletilmiştir. İkinci turda da sakın imaj devam etmiş olup %31,82 oranında yer almıştır. Toplamda ise paylaşımların %41,75'i sakın bir imajı yansıtmaktadır. Mutlu imaj da önemli bir oranda yer almıştır. İlk turda %52,91, ikinci turda ise %68,18 oranında paylaşımlarda mutlu bir imaj sergilenmiştir. Toplamda ise paylaşımların %54,64'ü mutlu bir imajı yansıtmaktadır. Diğer duygusal kategoriler olan sinirli, üzgün, korku/endişe ve şaşırılmış imajlar ise daha az oranda yer almıştır.

TABLO 13 | Adayların Paylaşımlarındaki İmaj

Aday İmajı	RECEP TAYYİP ERDOĞAN			KEMAL KILIÇDAROĞLU			
	1. TUR	2. TUR	TOPLAM	1. TUR	2. TUR	TOPLAM	
Sinirli	n	6	0	6	8	11	19
	%	3,49	0,00	3,09	5,84	35,48	11,31
Sakin	n	74	7	81	87	19	106
	%	43,02	31,82	41,75	63,5	61,29	63,1
Korku / Endişe	n	0	0	0	0	1	1
	%	0,00	0,00	0,00	0,00	3,23	0,6
Mutlu	n	91	15	106	39	0	39
	%	52,91	68,18	54,64	28,47	0	23,21
Üzgün	n	1	0	1	3	0	3
	%	0,58	0,00	0,52	2,19	0,00	1,79
Şaşırılmış	n	0	0	0	0	0	0
	%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOPLAM	n	172	22	194	137	31	168
	%	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Tablo 13'e göre Kemal Kılıçdaroğlu'nun aday imajı incelendiğinde, ilk turda en yaygın olarak sakın bir imaj sergilendiği görülmektedir. Paylaşımların %63,50'si sakın bir imajı yansıtmaktadır. İkinci turda da sakın imaj devam etmiş olup, %61,29 oranında yer almıştır. Toplamda ise paylaşımların %63,10'u sakın bir imajı yansıtmaktadır. İlk turda sinirli bir imaj %5,84 oranında yer alırken, ikinci turda bu oran %35,48'e yükselmiştir. Toplamda ise sinirli imajın %11,31'i yansıtılmıştır. Korku/endişe imajı ise ilk turda yer almayıp, ikinci turda %3,23 oranında paylaşımlarda kullanılmıştır. Mutlu bir imaj ise ilk turda %28,47 oranında yer alırken, ikinci turda kullanılmamıştır. Toplamda ise paylaşımların %23,21'i mutlu bir imajı yansıtmaktadır. Tablo 10'a göre, Kemal Kılıçdaroğlu'nun aday imajı çoğunlukla sakinlik üzerine kurulmuştur. Ancak ikinci turda sinirli imajın daha fazla yer aldığı gözlemlenmektedir. Mutlu imajın ise ikinci turda yer almaması dikkat çekmektedir.

TABLO 14 | Recep Tayyip Erdoğan'ın Paylaşımlarında Atıfta Bulunulan Toplumsal Faaliyet

Atıfta Bulunulan Toplumsal Faaliyet	RECEP TAYYİP ERDOĞAN					
	1. TUR		2. TUR		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
İstihdam	14	3,67	2	2,3	16	3,42
Ekonomi	28	7,35	4	4,6	32	6,84
Kadın ve aile	5	1,31	5	5,75	10	2,14
Gençlik	16	4,2	7	8,05	23	4,91
Din	2	0,52	1	1,15	3	0,64
Sağlık	5	1,31	2	2,3	7	1,5
Çevre ve İklim	5	1,31	2	2,3	7	1,5
Spor	0	0,00	1	1,15	1	0,21
Kamu güvenliği	30	7,87	2	2,3	32	6,84
Ulaşım ve Altyapı	14	3,67	2	2,3	16	3,42
Bilim ve Yenilik	12	3,15	3	3,45	15	3,21
Teknoloji	52	13,65	3	3,45	55	11,75
İnşaat (deprem)/Konut	28	7,35	5	5,75	33	7,05
Seçim	170	44,62	48	55,17	218	46,58
Göçmenler	0	0,00	0	0,00	0	0,00
TOPLAM	381	100,00	87	100,00	468	100,00

Tablo 14, Recep Tayyip Erdoğan'ın Instagram paylaşımlarında hangi toplumsal faaliyetlere daha fazla vurgu yaptığını göstermektedir. İncelendiğinde, seçimler, teknoloji, ekonomi ve inşaat/konut konularının ön plana çıktığı görülmektedir. İlk turda, paylaşımların %44,62'si seçim konusunu ele almaktadır. İkinci turda da seçim konusu önemli bir yer tutmuş ve paylaşımların %55,17'sinde yer almıştır. Toplamda ise paylaşımların %46,58'i seçimlerle ilgilidir. Diğer önemli konular arasında ise "teknoloji" (%11,75), "ekonomi" (%6,84), "inşaat (deprem)/konut" (%7,05) ve "kamu güvenliği" (%6,84) yer almaktadır. Teknolojiye yapılan yatırımlar kampanya süresince sık sık vurgulanmıştır. Ayrıca deprem bölgesinin yeniden yapılandırılması da en çok üzerinde durulan diğer bir kon olarak görülmektedir. Göçmenler konusuna ise hiç değinilmemiştir. Recep Tayyip Erdoğan'ın paylaşımlarında bu konuya dair herhangi bir vurgu bulunmamaktadır.

Tablo 15, Kemal Kılıçdaroğlu'nun Instagram paylaşımlarında atıfta bulunulan toplumsal faaliyetlere ilişkin verileri içermektedir. İlk turda, paylaşımların %38,65'i "Seçim" konusuna odaklanmıştır, özellikle "seçim güvenliği" önemli bir vurgu almıştır. İkinci turda da seçim konusu önemli bir yer tutmuş ve paylaşımların %38,89'u seçimlerle ilişkilendirilmiştir. Toplamda ise paylaşımların %38,69'u seçimlerle ilgilidir. Diğer önemli konular arasında "Ekonomi" ve "İstihdam" (%19,60), "Gençlik" (%12,56), "Kadın ve aile" (%4,52) ve "Kamu güvenliği" (%8,54) yer almaktadır. Özellikle ikinci turda kamu güvenliği ve göçmenler konusuna daha fazla atıf yapıldığı görülmektedir. İlk turda %6,75 oranında kamu güvenliğine vurgu yapılırken, ikinci turda bu oran

%16,67'ye yükselmiştir. Benzer şekilde, göçmenlerle ilgili konuların ikinci turda %13,89 oranında yer aldığı görülmektedir. Bu durum, ilk turda istenilen sonucu alamayan adayın ikinci turda eleştirilere cevap verme stratejisini benimsediği şeklinde yorumlamak mümkündür.

TABLO 15 | Kemal Kılıçdaroğlu'nun Paylaşımlarında Atıfta Bulunulan Toplumsal Faaliyet

Atıfta Bulunulan Toplumsal Faaliyet	KEMAL KILIÇDAROĞLU					
	1. TUR		2. TUR		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
İstihdam	11	6,75	0	0	11	5,53
Ekonomi	25	15,34	3	8,33	28	14,07
Kadın ve aile	9	5,52	0	0,00	9	4,52
Gençlik	21	12,88	4	11,11	25	12,56
Din	2	1,23	0	0,00	2	1,01
Sağlık	3	1,84	0	0,00	3	1,51
Çevre ve İklim	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Spor	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Kamu güvenliği	11	6,75	6	16,67	17	8,54
Ulaşım ve Altyapı	1	0,61	0	0,00	1	0,5
Bilim ve Yenilik	1	0,61	1	2,78	2	1,01
Teknoloji	6	3,68	0	0,00	6	3,02
İnşaat (deprem)/ Konut	8	4,91	3	8,33	11	5,53
Seçim	63	38,65	14	38,89	77	38,69
Göçmenler	2	1,23	5	13,89	7	3,52
TOPLAM	163	100,00	36	100,00	199	100,00

Tablo 15 incelendiğinde Recep Tayyip Erdoğan'ın kampanyasının seçim odaklı ve teknoloji yatırımlarını vurgulayan bir strateji üzerine kurulduğu, Kemal Kılıçdaroğlu'nun ise seçimlerin yanı sıra ekonomi, gençlik ve kadın ve aile konularına da önem verdiği görülmektedir. Ayrıca, ikinci turda Kılıçdaroğlu'nun kamu güvenliği ve göçmenler konularına daha fazla vurgu yaparak eleştirilere yanıt verme stratejisini benimsediğini söylemek mümkündür.

TABLO 16 | Adayların Paylaşımlarındaki İçerik Merkezi

İçeriğin merkezi	RECEP TAYYİP ERDOĞAN			KEMAL KILIÇDAROĞLU			
	1. TUR	2. TUR	TOPLAM	1. TUR	2. TUR	TOPLAM	
	n	%	%	n	%	%	
Seçmen imajı	79	21,70	21,21	39	23,93	8,82	21,32
Lider imajı	201	55,22	59,6	71	43,56	88,24	51,27
Vaatler	84	23,08	19,19	103	32,52	2,94	27,41
TOPLAM	364	100,00	100,00	163	100,00	100,00	197

Tablo 16'da, adayların Instagram paylaşımlarındaki içeriklerin merkezi gösterilmektedir. Recep Tayyip Erdoğan'ın kampanya süresi boyunca en fazla vurgu yapılan konu "Lider imajı"dır. İlk turda %55,22, ikinci turda ise %59,60 oranında paylaşımlar lider imajı üzerine odaklanmıştır. Toplamda ise paylaşımların %56,16'sı lider imajıyla ilgilidir. Seçmen imajına yapılan atıflar, ilk turda %21,70, ikinci turda %21,21 oranında gerçekleşmiştir. Vaatlere yapılan atıflar ise ilk turda %23,08, ikinci turda %19,19 olarak kaydedilmiştir. Toplamda ise paylaşımların %21,60'ı seçmen imajı, %22,25'i ise vaatlerle ilgilidir. Recep Tayyip Erdoğan'ın paylaşımlarının içeriğinde genellikle geçmişte yapılan çalışmalara odaklanıldığı görülmektedir.

Tablo 16 ile ilgili veriler incelendiğinde, Recep Tayyip Erdoğan'ın Instagram paylaşımlarında lider imajını ve seçmenlere yönelik imajını güçlendirmeye ve vaatlerini vurgulamaya odaklandığı sonucuna ulaşmak mümkündür. Lider imajının ön plana çıkması,

adayın karizmatik liderlik özelliklerini ve güvenilir bir lider olarak algılanma stratejisini yansıtmaktadır. Ayrıca, seçmen imajı ve vaatlerin vurgulanması, adayın seçmenleri etkileme ve onlara yönelik mesajlarını önemseyen bir kampanya stratejisi izlediğini göstermektedir. Lider imajına güçlendirmeye yönelik paylaşımların büyük çoğunluğunda müzik kullanılmıştır. Müzikler/şarkılar özellikle Recep Tayyip Erdoğan'a yönelik sevgi mesajları içermektedir. İkinci turdan sonra Erdoğan'ın seçmene seslenişlerde seçmen ile bu şarkıları söylediği paylaşımlarda artış olduğu görülmektedir.

Kemal Kılıçdaroğlu'nun Instagram paylaşımlarındaki içeriklerin merkezi ile ilgili verilere bakıldığında, kampanya süresi boyunca en fazla vurgu yapılan konu "Lider imajı" olduğu görülmektedir. İlk turda %43,56, ikinci turda ise %88,24 oranında paylaşımlar lider imajı üzerine odaklanmıştır. Toplamda ise paylaşımların %51,27'si lider imajıyla ilgilidir. Seçmen imajına yapılan atıflar, ilk turda %23,93, ikinci turda %8,82 oranında gerçekleşmiştir. Vaatlere yapılan atıflar ise ilk turda %32,52, ikinci turda ise sadece %2,94 olarak kaydedilmiştir. Toplamda ise paylaşımların %21,32'si seçmen imajı, %27,41'i ise vaatlerle ilgilidir.

Kemal Kılıçdaroğlu'nun Instagram paylaşımlarında lider imajını güçlendirmeye odaklandığı ve ikinci turda bu konuya daha yoğun bir vurgu yaptığı sonucuna ulaşmak mümkündür. Ayrıca, seçmen imajına ve vaatlere yapılan atıfların daha düşük oranlarda olduğu görülmektedir. Vaatlere daha az atıf yapılması ise, adayın vaatlerini belirgin bir şekilde vurgulamaktan ziyade diğer konulara odaklanmayı tercih ettiğini göstermektedir.

Tablo 17 göz önüne alındığında, Recep Tayyip Erdoğan'ın Instagram paylaşımlarının mesaj iletiminde telkin stratejisine ağırlık verdiği görülmektedir. İlk turda telkin stratejisiyle yapılan paylaşımların oranı %64,39 iken ikinci turda bu oran %72,58'e yükselmiştir. Telkin, adayın seçmenleri üzerinde etki bırakma, ikna etme ve belirli bir düşünce veya davranışı benimsetme amacını taşıyan bir stratejidir. Bu verilere göre Recep Tayyip Erdoğan, seçmenleri üzerinde olumlu bir etki bırakmayı ve onları olumlu yönde yönlendirmeyi hedeflemiştir. Ayrıca, ikinci turda tahrik stratejisinin daha fazla kullanıldığı görülmektedir. Tahrik stratejisiyle yapılan atıfların oranı ilk turda %15,11 iken ikinci turda %27,42'ye yükselmiştir. Tahrik, duygusal tepkileri uyandırmayı, gerginlik yaratmayı veya hedef kitlenin tepkisini provoke etmeyi amaçlayan bir stratejidir. Bu durum, ikinci turda daha duygusal ve tepki uyandıran bir yaklaşım benimsendiğini göstermektedir.

Tehdit stratejisine yapılan atıflar ise genel olarak düşük oranlarda kalmıştır (%2,52). İkinci turda ise hiç tehdit içeren atıf bulunmamaktadır. Bu, Recep Tayyip Erdoğan'ın Instagram paylaşımlarında daha çok pozitif ve etkileyci bir dil kullanmayı tercih ettiğini göstermektedir.

TABLO 17 | Adayların Paylaşımlarındaki Mesajların İletimi

Mesaj iletimi	RECEP TAYYİP ERDOĞAN			KEMAL KILIÇDAROĞLU						
	1. TUR	2. TUR	TOPLAM	1. TUR	2. TUR	TOPLAM				
	n	%	%	n	%	%				
Telkin	179	64,39	72,58	45	27,58	65,88	61,01	47,06	58,55	
Tahrik	42	15,11	27,42	17	10,43	17,35	28	17,61	47,06	22,8
Tehdit	7	2,52	0,00	0	0,00	2,06	16	10,06	5,88	9,33
Diğer	50	17,99	0,00	0	0,00	14,71	18	11,32	0,00	9,33
TOPLAM	278	100,00	100,00	62	100,00	100,00	159	100,00	34	193

Tablo 17'den de anlaşılacağı üzere, Kemal Kılıçdaroğlu seçim kampanyası süresince Instagram paylaşımlarında mesaj iletiminde telkin stratejisine önem vermiştir. İlk turda telkin stratejisiyle yapılan atıfların oranı %61,01 iken ikinci turda bu oran %47,06'ya düşmüştür. İkinci turda tahrik stratejisinin kullanımının arttığı görülmektedir. Tahrik stratejisiyle yapılan atıfların oranı ilk turda %17,61 iken ikinci turda %47,06'ya yükselmiştir. Kemal Kılıçdaroğlu'nun Instagram paylaşımlarında telkin stratejisine odaklandığı ancak ikinci turda tahrik stratejisine daha fazla ağırlık vererek stratejisinde değişikliğe gittiği görülmektedir.

SONUÇ

2023 Cumhurbaşkanlığı Seçimlerinde ikinci tura kalan, adayların ilk ve ikinci tur Instagram paylaşımlarının incelenmesi sonucunda, ikinci turda her iki aday için de beğeni ve yorum sayılarında artış olduğu gözlemlenmiştir. Özellikle Kemal Kılıçdaroğlu'nda bu artış daha yüksek bir oranda gerçekleşmiştir. Yorumların içeriği incelendiğinde, ilk turda beklenen sonucun alınmamasının seçmenleri ikinci turda daha fazla etkileşime geçmeye yönlendirdiği görülmüştür. Ancak bu artışın yeni seçmen kazanılması anlamına gelmediği, mevcut destekçilerin ikinci turda daha aktif bir şekilde adaya destek verdiğini göstermektedir.

Adayların paylaşımlarındaki görsel içerikler incelendiğinde, her iki adayın da büyük bir kısmının alt yazılarla desteklendiği görülmüştür. Bu durum, adayların görsel içeriğe önem verdiğini ve mesajlarını alt yazılarla daha etkili bir şekilde ilettiğini göstermektedir. Alt yazılı içerikler, paylaşımların anlaşılabilirliğini artırarak seçmenlere daha etkili bir iletişim sağlamaktadır.

Recep Tayyip Erdoğan'ın paylaşımlarında metinlerin ve emojilerin en yaygın alt yazı kategorileri olduğu gözlemlenmiştir. Bu durum, metin tabanlı iletişimin ve duygusal ifadelerin önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Ayrıca, emoji kullanımında bayrağın tercih edilmesi, ulusal birliğe atıfta bulunulduğunu göstermektedir. Recep Tayyip Erdoğan'ın paylaşımlarındaki alt yazılar genellikle uzun ve geçmişte gerçekleştirilen işlere vurgu yapmaktadır. Tek bir paylaşımda birden çok konuya vurgu yapılmasına rağmen, en çok teknoloji, savunma sanayi ve deprem sonrası konut projeleri gibi konulara odaklanılmıştır. Kemal Kılıçdaroğlu'nun paylaşımlarında metinlerin önemli bir rol oynadığı görülmüştür. Metinler aracılığıyla detaylı bilgiler paylaşılırken, başlık etiketleri ise kampanyanın temalarını ve mesajlarını vurgulamaya yönelik olarak kullanılmıştır.

Alt yazı kategorilerinin dikkatli bir şekilde kullanılması, paylaşımların etkili bir şekilde iletilmesine ve seçmenlerin ilgisini çekmesine yardımcı olmaktadır. Metinlerin ayrıntılı bilgileri sunması, başlık etiketlerinin kampanya mesajlarını öne çıkarması ve konum bilgisinin etkinliklerin duyurulmasına katkı sağlaması, her iki aday için de sosyal medya stratejisinin bir parçası olarak değerlendirilebilir.

Adayların imajı incelendiğinde, Recep Tayyip Erdoğan'ın aday imajında daha çok sakinlik ve mutluluk vurgulanmıştır. Kemal Kılıçdaroğlu'nun aday imajında ise sakinlik ön planda olup, mutluluk da dikkate değerdir. Her iki adayın imajı, seçmenlere pozitif ve güven veren duygusal mesajlar iletilmesi üzerine kurulmuştur.

Genel olarak, her iki adayın da stratejileri ve vurguladıkları konular arasında farklılıklar olduğu görülmektedir. Recep Tayyip Erdoğan daha çok lider imajını güçlendirmeye ve vaatlerini vurgulamaya odaklanırken, Kemal Kılıçdaroğlu daha geniş bir yelpazede konulara önem vermiş ve ikinci turda eleştirilere yanıt verme stratejisi benimsemiştir. Bu veriler, her iki adayın seçmenleri etkilemek ve güven sağlamak için farklı stratejik yaklaşımlar benimsediklerini göstermektedir.

Politik pazarlama, etkili iletişimle başlamaktadır. Adaylar veya partiler, seçmenlere kendilerini, politik vizyonlarını ve vaatlerini açık ve çekici bir şekilde iletmek için reklam kampanyaları, mitingler, televizyon röportajları, basın toplantıları ve diğer iletişim araçlarının yanında son dönemde sosyal medya araçlarını da etkin bir şekilde kullanmaya başlamışlardır. Sosyal medya, geleneksel stratejileri desteklemek amacıyla tercih edilirken, Instagram her yaşta kitleye ulaşabilmek açısından tercih edilmektedir. Sonuç olarak, 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun Instagram paylaşımları incelendiğinde, her iki adayın da sosyal medyayı özellikle aday (ürün) konumlandırma stratejisinin başarısında kullandığı görülmektedir. Paylaşımlar seçmenlerin zihninde daha güçlü bir izlenim bırakacak şekilde kurgulanmıştır. Ayrıca mesaj oluşturma ve halkla ilişkiler stratejilerinin etkinliğini arttırmak gibi amaçlar için de Instagram paylaşımları kullanılmaktadır. Bu stratejiler, adayların mevcut destekçilerini etkilemeyi, mesajlarını etkili bir şekilde iletmeyi ve seçmenlerin ilgisini çekmeyi hedeflemektedir. Instagram, adayların seçmenlerle doğrudan etkileşime geçtiği ve kampanyalarını geniş kitlelere ulaştırdığı bir platform olmuştur. Ancak, bu çalışma sadece Instagram paylaşımlarına dayalıdır ve bir perspektif sunmayı hedeflemektedir. Bu nedenle adayların yürüttüğü kampanyaların genel performansını tam olarak yansıtmaması söz konusu olabilmektedir.

Diğer iletişim kanallarının ve etkileşimlerin de dikkate alınması gerektiği unutulmamalıdır.

KAYNAKÇA

- [1] Abid, A., Harrigan, P., ve Roy, S. (2019). Online Relationship Marketing Through Content Creation And Curation. *Marketing Intelligence ve Planning*, 38(6), 699-712
- [2] Abid, A., Harrigan, P., ve Roy, S. (2020). A Relationship Marketing Orientation In Politics: Young Voters' Perceptions Of Political Brands' Use Of Social Media. *Journal Of Strategic Marketing*
- [3] Abid, A., Roy, S. K., Lees-Marshment, J., Dey, B. L., Muhammad, S. S., ve Kumar, S. (2023). Political Social Media Marketing: A Systematic Literature Review And Agenda For Future Research. *Electronic Commerce Research*, 1-36.
- [4] Akdal, Ö. Ü. T., & Gezgin, S. (2018). Dijital Siyaset İle Siyasal Katilimin Değişen Kimliği Ve Dili. *Political Communication In Theory And Practice: Non-western Approaches*, ISBN: 978-975-8254-77-4
- [5] Akyılmaz, B., ve Uçar M. (2015). 2014 Türkiye Cumhurbaşkanlığı Seçiminin Politik Pazarlama Stratejileri Açısından Analizi. *Sakarya İktisat Dergisi*, 4(1), 70-88.
- [6] Amoncar, N. (2020). Entrepreneurial Marketing And Digital Political Communication: A Citizenled Perspective On The Role Of Social Media In Political Discourse. *Journal Of Research In Marketing And Entrepreneurship*, 22(2), 145-159
- [7] Andaç, A., ve Akbiyık, F. (2016). Siyasal Pazarlama Açısından Sosyal Medya Kullanımı: Isparta İli Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(3).
- [8] Anım, P., Astedu, F., Adams, M., Acheampong, G., ve Boakye, E. (2019). "Mind The Gap": To Succeed In Marketing Politics, Think Of Social Media Innovation. *The Journal of Consumer Marketing*, 36(6), 806-817.
- [9] Baltacı, A. (2017). Nitel Veri Analizinde Miles-Huberman Modeli. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(1), 1-14.
- [10] Becker, A. (2020). Trump Trumps Baldwin? How Trump's Tweets Transform SNL Into Trump's Strategic Advantage. *Journal of Political Marketing*, 19(4), 386-404.
- [11] Berman, R., Melumad, S., Humphrey, C., ve Meyer, R. (2019). A Tale Of Two Twitterspheres: Political Microblogging During And After The 2016 Primary And Presidential Debates. *Journal of Marketing Research*, 56(6), 895-917.
- [12] Billard, T., ve Moran, R. (2020). Networked Political Brands: Consumption, Community And Political Expression In Contemporary Brand Culture. *Media, Culture & Society*, 42(4), 588-604.
- [13] Bode, L., ve Dalrymple, K. (2016). Politics In 140 Characters Or Less: Campaign Communication, Network Interaction, And Political Participation On Twitter. *Journal of Political Marketing*, 15(4), 311-332.
- [14] Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. A., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, 21. Baskı, Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- [15] Buccoliero, L., Bellio, E., Crestini, G., ve Arkoudas, A. (2020). Twitter And Politics: Evidence From The US Presidential Elections 2016. *Journal of Marketing Communications*, 26(1), 88-114.
- [16] Cameron, M., Barrett, P., ve Stewardson, B. (2016). Can Social Media Predict Election Results? Evidence From New Zealand. *Journal of Political Marketing*, 15(4), 416-432
- [17] Cornfeld, M. (2017). Empowering The Party-crasher: Donald J. Trump, The First 2016 GOP Presidential Debate, And The Twitter Marketplace For Political Campaigns. *Journal Of Political Marketing*, 16(3-4), 212-243.
- [18] Dimitrova, D., ve Bystrom, D. (2017). Role Of Social Media In The 2016 Iowa Caucuses. *Journal Of Political Marketing*, 16(3-4), 386-406.
- [19] Uslu Divanoğlu, S. (2017). Kuşak Farklılıklarının Politik Pazarlama ve Siyasal İletişim Açısından Değerlendirilmesi. *Electronic Turkish Studies*, 12(31).
- [20] Filimonov, K., Russmann, U., ve Svensson, J. (2016). Picturing The Party: Instagram And Partycampaigning In The 2014 Swedish Elections. *Social Media + Society*, 2(3). *Advance Online Publication*.
- [21] Gedik, Y. (2020). Pazarlamada yeni bir pencere: Dijital pazarlama. *Journal of Business in the Digital Age*, 3(1), 63-75.
- [22] Graham, T., Jackson, D., ve Broersma, M. (2016). New Platform, Old Habits? Candidates' use of Twitter During The 2010 British And Dutch General Election Campaigns. *New Media and Society*, 18, 765-783.
- [23] Grusell, M., ve Nord, L. (2020). Not So Intimate Instagram: Images Of Swedish Political Party Leaders in The 2018 National Election Campaign. *Journal of Political Marketing*.
- [24] Güler, E. G., & Ülker, E. (2010). Politik Pazarlama Ve Örnek Bir Olay İncelemesi: Barack Obama. *Social Sciences*, 5(2), 92-107.
- [25] Harmer, E., ve Wrang, D. (2013). Julie And The Cybermums: Marketing And Women Voters In The UK 2010 General Election. *Journal of Political Marketing*, 12(2-3), 262-273.
- [26] Jensen, M., ve Bang, H. (2017). Populism And Connectivism: An Analysis Of The Sanders And Trump Nomination Campaigns. *Journal of Political Marketing*, 16(3-4), 343-364.
- [27] Kaurr G. (2016). "Social Media Marketing", *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 4,7, 34-36.
- [28] Kenski, K., Filer, C., ve Conway-Silva, B. (2017). Communicating Party Labels And Names On Twitter During The 2016 Presidential Invisibile Primary And Primary Campaigns. *Journal of Political Marketing*, 16(3-4), 267-289.
- [29] Lalancette, M., Ve Raynauld, V. (2019). The Power Of Political Image: Justin Trudeau, Instagram, And Celebrity Politics. *American Behavioral Scientist*, 63(7), 888-924.

- [30] Lin, H. (2017). How Political Candidates' Use Of Facebook Relates To The Election Outcomes. *International Journal Of Market Research*, 59(1), 77–96.
- [31] Lucarelli, A., Fuschillo, G., ve Chytкова, Z. (2020). How Cyber Political Brands Emerge: A Sociomaterial Analysis Of The Italian Five Star Movement And The Czech Pirate Party. *European Journal Of Marketing*.
- [32] Marder, B., Marchant, C., Archer-Brown, C., Yau, A., ve Colliander, J. (2018). Conspicuous Political Brand Interactions On Social Network Sites. *European Journal of Marketing*, 52(3/4), 702–724.
- [33] Marquart, F., Brosius, A., ve De VREESE, C. (2019). United Feelings: The Mediating Role Of Emotions In Social Media Campaigns For EU Attitudes And Behavioral Intentions. *Journal of Political Marketing*
- [34] Miller, W. (2013). We Can't All Be Obama: The Use Of New Media In Modern Political Campaigns. *Journal of Political Marketing*, 12(4), 326–347.
- [35] Muñoz, C. L., ve Towner, T. L. (2017). The Image Is The Message: Instagram Marketing And The 2016 Presidential Primary Season. *Journal of Political Marketing*. Advance online publication.
- [36] Newman, B. (2016). Reinforcing Lessons For Business From The Marketing Revolution In U.S. Presidential Politics: A strategic triad. *Psychology and Marketing*, 33(10), 781–795.
- [37] Nijssen, E. J., ve Ordanini, A. (2020). How Important Is Alignment Of Social Media Use And R&D-Marketing Cooperation For Innovation Success?. *Journal of Business Research*, 116, 1-12.
- [38] Page, J., ve Dufy, M. (2018). What Does Credibility Look Like? Tweets And Walls In U.S. Presidential Candidates' Visual Storytelling. *Journal Of Political Marketing*, 17(1), 3–31.
- [39] Paul, J., ve Criado, A. (2020). The Art Of Writing Literature Review: What Do We Know And What Do We Need To Know? *International Business Review*, 29(4), 101717.
- [40] Paul, N., ve Sui, M. (2019). I Can Feel What You Feel: Emotion Exchanges In Twitter Conversations Between Candidates And The Public. *Journal Of Political Marketing*.
- [41] Penney, J. (2016). Motivations For Participating In "Viral Politics": A Qualitative Case Study Of Twitter Users And The 2012 US Presidential Election. *Convergence* (London, England), 22(1), 71–87.
- [42] Peres, R., Talwar, S., Alter, L., Elhanan, M., ve Friedmann, Y. (2020). Narrowband Influencers And Global Icons: Universality And Media Compatibility In The Communication Patterns Of Political Leaders Worldwide. *Journal Of International Marketing*, 28(1), 48–65.
- [43] Raynauld, V., Lalancette, M., ve Tourigny-Kone, S. (2016). Political Protest 2.0: Social Media and The 2012 Student Strike In The Province Of Quebec, Canada. *French Politics*, 14(1), 1-29.
- [44] Safullah, M., Pathak, P., Singh, S., ve Anshul, A. (2017). Social Media As An Upcoming Tool For Political Marketing Effectiveness. *Asia Pacific Management Review*, 22(1), 10–15.
- [45] Sarıkaya, H. (2022). Dijital Pazarlama. *Pazarla-Ma Teoriden Pratiğe*, 145-160, Efe Akademi Yayınları, ISBN: 978-605-71382-0-0
- [46] Tan A., ve Armutçu, B. (2020). Türkiye'de Dijital Politik Pazarlama. *International Journal of Business and Economic Studies*, 2(1), 1-14.
- [47] Tan, A., & Armutcu, B. (2023). Post-Truth Pazarlama, *Sosyal Bilimler Üzerine Araştırmalar - IV*, 1-16
- [48] Taşdemir, Nalan (2018), "İhracatta İnternet ve E-Ticaretten Faydalanma Yolları ve Bir Uygulama", Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- [49] Temple, M. (2013). The media and the message. *Journal of Political Marketing*, 12(2–3), 147–165.
- [50] Towner, T., ve Dulho, D. (2012). New Media And Political Marketing In The United States: 2012 And Beyond. *Journal of Political Marketing*, 11(1–2), 95–119.
- [51] Towner, T., ve Muñoz, C. (2018). Baby Boom Or Bust? The New Media Effect On Political Participation. *Journal of Political Marketing*, 17(1), 32–61.
- [52] Tuten, T., ve Solomon, M. (2013). *Social Media Marketing*. Pearson
- [53] Walker, L., Baines, P., Dimitru, R., ve Macdonald, E. (2017). Antecedents Of Retweeting In A (Political) Marketing Context. *Psychology & Marketing*, 34(3), 275–293.
- [54] Yalçınkaya, N. (2018). Türkiye'deki Siyasi Partilerin Dijital Pazarlama Kanallarını Kullanımı. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 25(1), 199-216.
- [55] Yılmaz, K. G. (2016). Politik Pazarlama Karmasına Kavramsal Ve Güncel Bir Bakış. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 413-431.



EVALUATION OF THE CHANGE IN PERSPECTIVES OF SME EXECUTIVES TOWARDS THE INDUSTRY 4.0 PROCESS AND OPPORTUNITIES IN DIGITAL TRANSFORMATION WITH THE SWARA METHOD

DAMLA ÇEVİK AKA^{1*}

¹Dr. Öğr. Üyesi, Kırklareli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, damlacevik@sakarya.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-9622-273X>.

Ethical Statement: It was decided that this study does not pose any ethical objections by the Kırklareli University Scientific Research and Publication Ethics Board dated 28.11.2022 and numbered E-35523585-302.99-69463.

ABSTRACT

The aim of this study is to determine the perspectives of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Turkey towards the digital transformation that comes with Industry 4.0 and to determine the potential development and orientation of the information they had. In this study, the questions asked to thirty-two SME executives five years ago with a semi-structured interview were again directed to the same individuals. According to the results, it's been seen that the executives have more knowledge of the Industry 4.0 process and have more information about the relevant technologies compared to the answers in 2017. In addition, executives have started to take more part in activities in this field. During the five-year period, the issue that the executives are concerned about most was cyber security and budget planning. In the second application of the study, it's also aimed to determine the importance levels of some opportunities that are predicted to be caused by the Industry 4.0 transformation process on SMEs. In order to realize this aim, Step-Wise Weight Assessment Ratio Analysis (SWARA) application was made with five experts, and the first three opportunities with the highest level of importance were determined as low-cost production, competitiveness and improvement in production defects.

Keywords: Digital Transformation, Industry 4.0 advantages in SMEs, Industry 4.0 in SMEs, Opportunities, SWARA.

Editör / Editor:

Selma GÜLİRMAK,
Erciyes Üniversitesi, Türkiye

*Sorumlu Yazar/ Corresponding Author:

Damla ÇEVİK AKA,
damlacevik@sakarya.edu.tr

JEL:

D81, L21, M11

Geliş: 4 Nisan 2023

Received: April 4, 2023

Kabul: 16 Ekim 2023

Accepted: October 16, 2023

Yayın: 30 Nisan 2024

Published: Nisan 30, 2024

Atıf / Cited as (APA):

Çevik Aka, D. (2024),

Evaluation of The Change in Perspectives of SME Executives Towards The Industry 4.0 Process and Opportunities in Digital Transformation With The SWARA Method, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 67, 45-53, doi:10.18070/erciyesiibd.1276967

KOBİ YÖNETİCİLERİNİN ENDÜSTRİ 4.0 SÜRECİNE YÖNELİK BAKIŞ AÇILARINDAKİ DEĞİŞİMİNİN VE DİJİTAL DÖNÜŞÜMDEKİ FIRSATLARIN SWARA YÖNTEMİYLE DEĞERLENDİRİLMESİ

ÖZ

Çalışmanın amacı, Türkiye'deki KOBİ'lerin Endüstri 4.0 ile gelen dijital dönüşüme yönelik bakış açılarının tespit edilmesi ve sahip oldukları bilgilerin potansiyel gelişiminin ve yöneliminin belirlenmesidir. Çalışma beş yıl önce yapılandırılmış mülakat ile otuz iki KOBİ yöneticisine yöneltilen soruların tekrar aynı bireylere yöneltilmesi yoluyla gerçekleşmiştir. Bu uygulama sonuçlarına göre yöneticilerin 2017 yılındaki verdikleri cevaplara nazaran Endüstri 4.0 sürecine daha fazla hakim oldukları ve ilgili teknolojiler hakkında daha fazla bilgi sahibi oldukları görüldükçe, bu alandaki etkinliklerde de daha fazla yer almaya başlamıştır. Beş yıllık dönem içinde yöneticilerin en fazla endişe duyduğu alan siber güvenlik ve bütçe planlaması olarak belirlenmiştir. Diğer taraftan çalışmanın ikinci uygulamasında; Endüstri 4.0 dönüşüm sürecinin KOBİ'ler üzerinde sebep olacağı öngörülen bir takım fırsatların uzmanlar tarafından önem düzeylerinin belirlenmesi de amaçlanmıştır. Bu amacı gerçekleştirmek üzere beş uzmanla SWARA uygulaması yapılmış olup, en yüksek önem seviyesine sahip ilk üç fırsat düşük maliyetli üretim, rekabet gücü ve üretim hatalarında iyileştirme olarak belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Dönüşüm, KOBİ'lerde Endüstri 4.0 Avantajları, KOBİ'lerde Endüstri 4.0, Fırsatlar, SWARA

INTRODUCTION

Businesses have the need to adapt to change and transformation with the constantly changing outside world. With the ongoing technological developments, issues such as managing product and process complexity, shortening production times, mass customization, and increasing productivity occur (Soltysova & Bednar, 2015). Today's businesses also need to have a flexible production system that will adapt to customer needs (Koren, 2010). Developments and increasing pressures in many directions have been effective in the development of new industrial periods. The fourth industrial revolution is a transformation in which smart systems, future-oriented technologies and cyber physical systems (CPS) are applied in terms of human-machine interaction (Sanders, Elangeswaran & Wulfsberg, 2016). The new industrial era is about having information technologies based on machine and device communication and human aspect (Dorst et al., 2015). The new industrial era, also referred to as Industry 4.0, is a process that requires a very complex and holistic approach.

Due to the fact that Industry 4.0 studies mainly focus on large-scale companies, it is seen that certain situations in SMEs are ignored. Moeuf, Pellerin, Lamouri, Tamayo-giraldo and Barbaray (2017)'s study on Industry 4.0 revealed that only 28 percent of the existing research are related to SMEs. The applicability and development of Industry 4.0 is an important area in SMEs, which constitute a large part of the economy in countries and are seen as an important part of the value chain. Therefore, there is need for research that can help SMEs effectively implement new digital technologies so that they can strengthen their cooperation with their partners and remain strong in the supply chain (Moeuf et al., 2017; Müller, Buliga & Voigt, 2018; Han & Trimi, 2022).

Although the emergence of the new industrial era and its potential benefits has led many small and medium-sized enterprises to adopt the smart business paradigm, it has recently been more discussed due to a number of obstacles. Facing many challenges in the adoption of Industry 4.0 technologies in SMEs is one of the issues emphasized by both practitioners and researchers in the field. SMEs have found it difficult to adapt to the changes in their production environment caused by Industry 4.0. There are still challenges for SMEs as new technologies require large investments and high levels of expertise (Han & Trimi, 2022). In addition, some guidance that determines the strategy of new industry elements may be required for these enterprises with significantly limited resources (Safar, Sopko, Bednar & Poklemba, 2018). On the investment side, developments continue to make especially information and communication technology resources more affordable for SMEs most of the time (Moeuf et al., 2017).

The lack of information on the new transformation is still a critical issue today, especially within the framework of SMEs. It is known that many executives are reluctant to share their knowledge about innovations. This situation can cause obstacles in terms of cooperation. On the other hand, the speed of development of technology can leave behind the adoption of technologies by SMEs (Oliff & Liu, 2017). Although businesses have to make more efforts to not stay behind their competitors, it is often not economically and administratively possible to keep up with the speed of technology. In addition, at the point of data management, one of the most fundamental issues of Industry 4.0, cloud computing technology supports the management of big data in SMEs. However, despite its many benefits, SMEs have been found to be quite concerned about the use of big data. Especially the processes of storing, analyzing and transforming big data for effective decision making are quite difficult (Sitton & Rodríguez, 2017).

There are important findings in the literature regarding the applicability of Industry 4.0 in SMEs and the opportunities it will provide. It can be stated that the process leading SMEs to shift their production and organizational structures to Industry 4.0 and their implementation provides various opportunities (Schröder, 2017; Rauch, Dallasega & Matt, 2017). By leveraging Industry 4.0 technologies, a small and medium-sized business can increase its corporate agility, adaptability and flexibility to cope with today's competitive environment by becoming a valuable and innovative partner (Han & Trimi, 2022). Especially the cost advantages that Industry 4.0 will provide in SMEs are also a subject studied by different researchers (Lasi, Fettke, Kemper,

Feld & Hoffmann, 2014; Posada et al., 2015; Valdeza, Braunera, Schaara, Holzingerb & Zieflea, 2015). Manufacturing businesses invest heavily in innovative technologies to reduce production costs and remain competitive in the market (Colotla et al., 2016). Since SMEs generally do not have large resources to invest in new technologies, they are expected to be efficient in capital allocation (Erol, Jaeger, Hold, Ott & Sihn, 2016). Another is that Industry 4.0 provides higher resource efficiency (Tortorella & Fettermann, 2018). This situation also allows businesses to gain operational and strategic advantages by using their resources more effectively. The fact that these opportunities, which Industry 4.0 will potentially create on SMEs, have been studied in a limited area, has once again revealed the need for studies in the field.

In the literature, a number of studies have been conducted in recent years on the applicability of Industry 4.0 in SMEs. However, existing studies show that Industry 4.0 roadmaps, frameworks and readiness assessments in SMEs reflect the limited specific needs and challenges (Mittal, Ahman Khan, Romero & Wuest, 2018). A number of researchers focused on identifying barriers to the implementation of Industry 4.0 (Ancillo, Gavrilla, Diez & Beseler, 2021; Kazantsev et al., 2022), while a group of researchers focused on identifying facilitators (Turkes et al., 2019, Stentoft, Wickstrøm, Philippsen & Haug, 2021). However, it has been determined that existing studies partially focus on the special needs of SMEs. Turkes et al., (2019) conducted a survey with 176 people in order to determine the views and perceptions of SME managers in Romania about the driving forces and obstacles in implementing Industry 4.0 (Turkes et al., 2019). Stentoft et al., (2021) conducted a survey with 308 respondents to test their SMEs readiness for digitized production. In these two studies, instead of a specific sector, many large-scale production sectors were studied. From this point of view, studies that evaluate the perspectives of managers on the application of Industry 4.0 technologies in SMEs and accordingly determine a roadmap have been limited to a few studies as far as is known. In addition, the fact that the studies were not carried out directly in the automotive sector has been a matter of curiosity for the businesses that carry out this activity. For this reason, the limited literature has revealed the gap in the field and has led to the preparation of this study.

The objective of this study is to determine the perspectives of SMEs towards Industry 4.0 and how their knowledge has changed in today's digital business environments. This study focuses on identifying the potential development and direction in five years by re-performing the application for SMEs in 2017 in the same businesses. In addition, one of the important issues is how Industry 4.0, which is advancing with new technological developments, can change the business models and process management of enterprises. In this study, it is also aimed to determine the importance levels of possible opportunities to be encountered in SMEs in the Industry 4.0 transformation process. Another aim of the study is to evaluate the category weights reached as a result of expert evaluations and the answers given to the semi-structured questions by the experts.

The study is important in terms of determining how much SMEs have improved themselves in the Industry 4.0 process in the last five years and how close they have come to the process. In the business world, where information technologies and access to information are now easier, it is expected that it will be important in terms of determining the obstacles and advantages that businesses think they will face and revealing the current progress of the industry process. In this respect, it is thought that the results of the study will guide new technology developers and practitioners.

The study is believed to be one of the original studies in its field in terms of being repeated with the same focus group in a 5-year time period and revealing the potential development in SMEs. As far as is known, no other study has been conducted in which the study was repeated on the same sample. In this respect, it is thought that the findings will contribute to the literature. In addition, it is thought that a different evaluation will be put forward in terms of presenting the answers together by weighting the relevant criteria in the questions. The application in the research is carried out on the executives of thirty-two SMEs in the automotive sector. Each of the experts was selected from (male) engineers who have been working in their sector for ten years or more. Within this group, there are employees from different fields such

as industrial, mechanical, mechatronics and automotive engineering. These enterprises were selected from the Marmara Region, mostly from Sakarya, Kocaeli and Istanbul. Due to the ease of accessibility to businesses, we have focused especially on businesses in this region. At the same time, one-on-one interviews with five people were required for the expert opinions on the weighting of the categories in the research question seven. These people were selected from executive-level engineers who have been working full-time in the automotive industry for more than ten years. Two of the engineers are mechanical engineers, two are industrial engineers and one is a mechatronics engineer.

I. MATERIALS AND METHODS

In the study, research questions prepared as a result of both literature review and one-to-one interviews with people in the sector were used. In-depth interviews have been very important in the preparation of these research questions and the criteria have been categorized by supporting the literature. Provided that the purpose of the research questions remains the same with the previous study, only the sentences are expressed in a more understandable form. In total, thirty-two SME executives were interviewed one-on-one, and semi-formatted interviews were conducted within the framework of pre-prepared questions. A total of seven questions were asked to thirty two SME executives and the results were visualized with graphics in line with the answers received. On the other hand, the SWARA method was needed to weight the criteria in the last research question.

A. SWARA (Step-Wise Weight Assessment Ratio Analysis)

SWARA is a multi-criteria decision-making method developed and applied by Keršulienė, Zavadskas and Turskis in 2010. The method is preferred for wanting to assign weights to the criteria in any problem solution where there are many criteria. At SWARA, experts play a critical role in prioritizing and weighting criteria. Most of the time, in cases where the decision makers are at different levels of importance, research can be carried out in SWARA by giving different degrees to the decision makers. The skills and experiences of the decision makers are the most decisive point in revealing the importance of each criterion in the method (Ghorshi Nezhad, Zolfani, Moztafzadeh, Zavadskas & Bahrami, 2015). Linguistic terms are used in the method, which is based on determining criterion weights by taking into account expert opinions.

The SWARA method has been used in various studies within different research fields and subjects. Considering the studies in recent years, in 2021, the method was used in studies such as evaluating risk factors (Ulutas, Meidute-Kavaliauskiene, Topal & Demir, 2021; Ghoushchi et al., 2021), weighting the criteria affecting medical tourism (Ghasemi, Mehdiabadi, Spulbar & Birau, 2021), prioritizing location selection criteria in logistics activities (Hashemkhani Zolfani, Gorcun & Kucukonder, 2021), evaluating the most appropriate production strategy for the efficiency of the automotive industry (Mahdiraji, Zavadskas, Arab, Turskis & Sahebi, 2021), weighting the green supplier selection criteria (Tas, Cakir & Ulukan, 2021), weighting the performance evaluation criteria (Khalili & Alinezhad, 2021), evaluating the barriers to the adoption of the internet of things in the circular economy (Cui, Liu, Rani & Alrashedi, 2021), weighting the socioeconomic risk factors in the health sector (Rehman, Rehman, Naz, Mumtaz & Jianglin, 2021).

In 2022, SWARA method was used in studies such as weighting the environmental, economic and social criteria that affect the selection of the most suitable place for medical waste storage (Ghoushchi et al., 2022), analyzing the risks in supply chain management (Sivageerthi, Bathrinath, Uthayakumar & Bhalaji, 2022), prioritizing the risks in electricity generation processes (Karamollaoglu, Yucedag & Dogru, 2022), weighting the green supplier evaluation criteria (Tus & Adali, 2022), evaluating the drivers and challenges of the circular economy in the clothing industry (Koca, Egilmez, Demir, Karamaşa & Gokcan, 2022), evaluating the financial criteria of companies that generate electricity from energy sources (Erdogan, Tutcu, Talas & Terzioglu, 2022), assessing technology risks for supply chain management (Hu, Al-Barakati & Rani, 2022), weighting the proposed criteria to evaluate

green approaches and digital marketing strategies (Korucuk, Aytekin, Ecer, Karamasa, & Zavadskas, 2022).

Recently, the method was used in studies such as weighting the criteria that affect the supplier selection (Gezmisoglu, Unlu & Cagil, 2023), finding the importance of the military helicopter pilot selection criteria (Kurnaz, Ozdagoglu & Keles, 2023), prioritizing the earthquake risk criteria (Guler, Avci & Aladag, 2023), evaluating the criteria that ensure the long-term sustainability of the rail transport system (Bouraima, Qiu, Stević, & Simić, 2023), prioritizing lean facilitators in improving supply chain agility (Sharma, Sohani & Yadav, 2023), evaluating the criteria that are effective in establishing distribution centers (Puška, Štilić & Stević, 2023) ranking energy consumption optimization strategies in buildings (Ranjbar, Balali, Valipour, Pignatta & Wei, 2023).

In this study, the SWARA method was applied in order to rank the importance levels of the criteria in some research questions of the application by the experts. It is a good approach to benefit from expert opinions in problems where data is difficult to access. The biggest reason for preferring the method is that decision makers consisting of experts can use their own "subjective evaluations" in practice. It is easier to operate with fuzzy sets, which are used to model the instability of decision makers. Also, one of the reasons is that the method requires less processing. SWARA needs fewer pairwise comparisons compared to the AHP method (Stanujkic, Karabasevic & Zavadskas, 2015). For this reason, the use of the method has been an advantage in terms of time. Since the five decision makers in the study work in the same sectors and have similar experiences, the weighting of the decision makers in SWARA is considered equal. However, depending on a different experience, different weights can be assigned to decision makers in practice. Finally, one of the reasons why the method is preferred is due to the limited use of SWARA in studies on Industry 4.0. As far as is known, SWARA has not been used in studies prepared against the Industry 4.0 approach in SMEs. For this reason, it can be stated that the method has original value in terms of the relevant literature.

SWARA Method Steps:

The steps of the SWARA method are as follows (Kersulienė et al., 2010):

Step 1: All criteria in the study are listed first. All criteria are then ranked by the decision makers in order of importance from highest to lowest. According to this order, the geometric mean of the criteria is calculated.

Step 2: Each of the criteria is compared in pairs by the decision makers. S_j notation is defined to show how important each criterion is from the next criterion.

Step 3: For each decision maker, the values of K_j , Q_j indicating the importance weight, and W_j indicating the relative importance weight are calculated.

$$K_j = \{1, j=1; S_j + 1, j > 1\} \quad (1)$$

$$Q_j = \{1, j=1; Q_{j-1}/K_j, j > 1\} \quad (2)$$

As in Equations (1) and (2), the value of K_1 and Q_1 of the first criterion is always 1. The values of the other criteria are reached in line with the expressed equations.

$$W_j = Q_j / \left(\sum_{k=1}^n Q_k \right) \quad (3)$$

Equation (3) is applied to obtain relative importance weights. The relative importance weight value is obtained by dividing the importance weight (Q_j) of each criterion by the total importance weight (Q_k) of all criteria.

Step 4: The relative importance weights of the criteria are summarized in a single table by each decision maker and the final weight values are reached by taking the geometric averages.

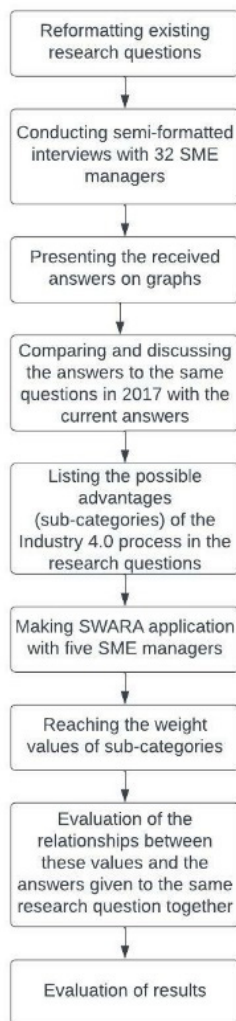
II. APPLICATION

A. RESEARCH DESIGN

Figure 1 shows the process steps followed in the application. During the application process, the existing questions were rearranged so that the research questions, which were previously prepared and studied on this

subject, could be understood more easily and not cause any confusion. Then, the questions prepared in the first step were asked to thirty two SME managers who were interviewed before, and the interview was continued in a semi-formatted manner. In the third step, the answers from the managers were prepared in graphic form as a result of simple analysis. Together with these graphs, the data collected in 2017 (Cevik (2018)'s study) were brought together and the results were compared and discussed. In the next step, the criteria for the second application of the study were determined and listed in a more understandable and simple way. Then, five experts were interviewed in order to reach the weight values of the criteria. At this stage, the steps of the method were followed in order to apply SWARA, which is one of the multi-criteria decision-making methods. In the continuation of the process, it was interpreted by thirty two SME managers by comparing the evaluations made to the research questions in the previous application and the weight values reached for the criteria.

FIGURE 1| Research Steps



B. SEMI-FORMATTED INTERVIEW

In this section, direct questions were asked to thirty two SME executives in order to determine their perspectives on the Industry 4.0 process. The criteria in the study were determined in line with the literature reviews and expert opinions in the previous Cevik (2018)'study period.

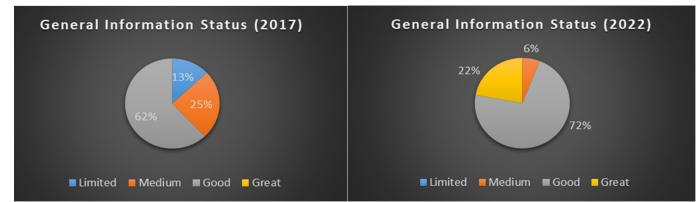
1. Research questions and results

All research questions in the study were taken from Cevik (2018) and Cevik (2019)'s studies. All the answers of SME executives to the relevant research questions are visualized below. At the same time, the answers given to the same questions in 2017 are evaluated together with

their current situation.

Research Question 1: Which level do you think you have mastery of the applications, technologies, objectives, in short, processes used in Industry 4.0?

FIGURE 2| General Knowledge of SME Executives for Industry 4.0



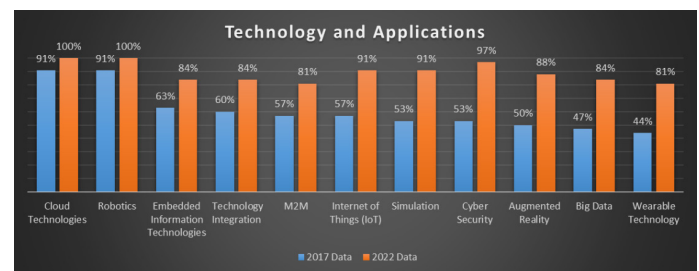
As seen in Figure 2, 22% of experts today find their general knowledge level about the applications, technologies and targets used in Industry 4.0 to be very good; 72% find it at a good level and 6% at a moderate level. No expert thinks they have limited knowledge of Industry 4.0.

Compared to the answers from five years ago, while the experts who answered “good or very good” regarding their dominance in Industry 4.0 processes were at the level of 62%, this rate has reached 94% today.

Research Question 2: Which of the following technologies and applications, which are specifically evaluated within the scope of Industry 4.0, do you think you have enough information about their application areas and possible effects?

These technologies and applications are technology integration, simulation, cyber security, robotics, machine-to-machine communication (M2M), internet of things (IoT), embedded information technologies, wearable technology, cloud technologies, big data and augmented reality.

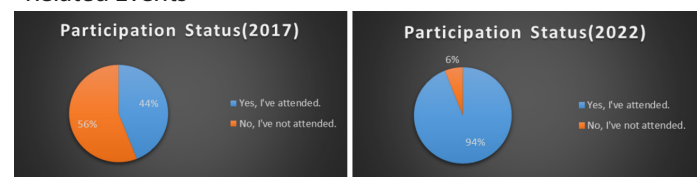
FIGURE 3| General Knowledge of SME Executives on Industry 4.0 Technologies



As seen in Figure 3, each of the interviewed SME executives considers their knowledge of cloud technologies and robotics to be fully sufficient today. According to the answers received from the executives five years ago, these two technologies were the technologies about which the most information was learned, and this priority situation has not changed over time. Another sufficient technology is cyber security with a rate of 97%. However, in 2017, the level of knowledge on cyber security by executives remained at the level of 53%. The Internet of Things (IoT) and Machine-to-Machine (M2M) technologies resulted in a critical rate of 91% as other technologies with sufficient knowledge of their application areas and possible effects.

Research Question 3: Have you attended any (online/face to face) congresses, fairs or seminars related to Industry 4.0?

FIGURE 4| Participation of SME Executives in Industry 4.0 Related Events

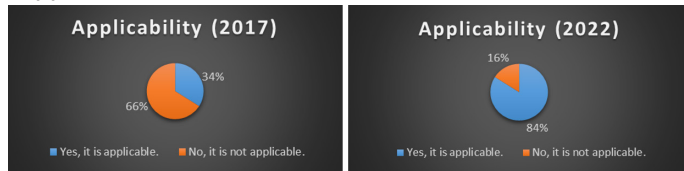


As seen in Figure 4; 94% of the executives declared that they attended congresses, fairs or seminars on any platform (online/face-to-face) related to Industry 4.0. The activities developed by both the public

and many private sectors with the increasing awareness of the process started to grow rapidly. According to Figure 4; in these five years, 38% of the executives participated in the relevant activities and increased their share in the total to 94%. This is a rate that can be seen as a very successful rate. Almost all of the participants took part in Industry 4.0.

Research Question 4: Do you think Industry 4.0 applications are applicable in SMEs with today’s developments?

FIGURE 5 | Views on the Applicability of Industry 4.0 Applications in SMEs



According to Figure 5; 84% of executives think that Industry 4.0 is applicable in SMEs; 16% still think that it cannot be applied. When we look at the change in five years, 18% of the group who answered “Not applicable” had the difference that it was applicable, and the segment who found it applicable comprised a larger portion.

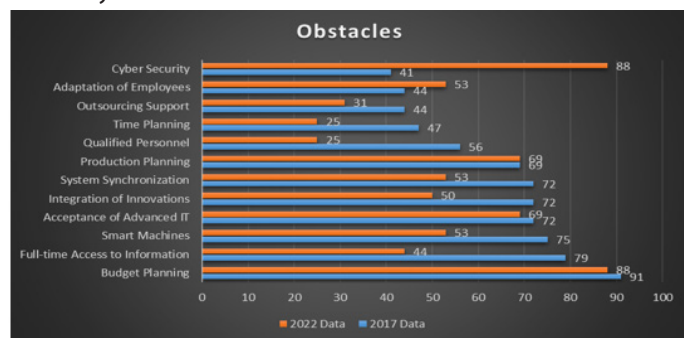
Research Question 5: Do you think SMEs may face difficulties with the application of technologies in Industry 4.0?

Each of the thirty-two SME executives interviewed for this research question agreed that there may be many challenges in the Industry 4.0 process. Although many executives think that Industry 4.0 can be applied in SMEs, they declare that there will be some difficulties in the same way. This research question resulted in the exact same answers given in 2017. The next research question is customized according to the answers to this question. It is important for businesses to examine the problems they will encounter and the possible problems that will arise.

Research Question 6: Which barriers do you see as likely to be encountered in the implementation of Industry 4.0 in SMEs?

These obstacles are budget planning, adaptation of employees, cyber security, outsourcing support, time planning, qualified personnel, production planning, system synchronization, integration of innovations, acceptance of advanced information technologies, smart machines, full-time access to information.

FIGURE 6 | Possible Obstacles to be Encountered in the Industry 4.0 Process



According to Figure 6, the most likely obstacles to the implementation of Industry 4.0 in SMEs are seen by 88% of executives as cyber security and budget planning. Especially cyber security is one of the most crucial points of this graphic. Looking at the data in 2017, only 41% of the executives saw this as an obstacle, but today it is considered as one of the biggest constraints by the vast majority of executives. In this case, there is no doubt that the cyber attacks that even very large corporate companies are faced with have been effective. The security of the systems that provide the data is in a critical place today, as all the actions and movements of the businesses are kept as data.

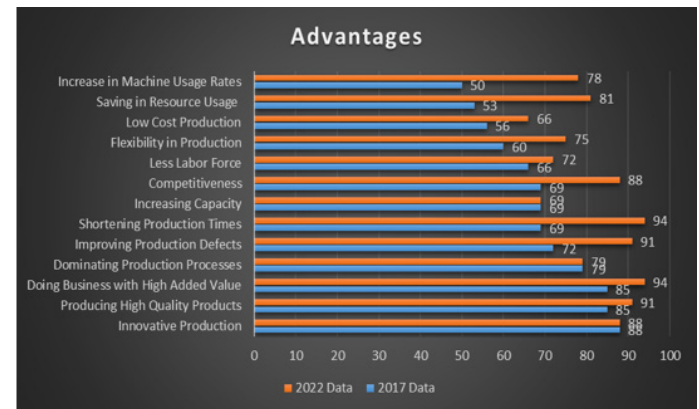
The third obstacle that today’s executives think they will encounter in the Industry 4.0 process is access to advanced information technologies and the integration of innovations into the existing system. The inclusion of new technologies in existing production systems, the use of information technologies in the production system and the planning

of production in this direction with innovations are seen as the main obstacles of the Industry 4.0 process.

Another important point of this research question was the difference in executives’ evaluations of access to information. While in 2017, 79% of the executives stated that access to information regarding Industry 4.0 is a major obstacle, today 44% of the executives define this as a problem. Executives began to see these challenges less worrisomely in other categories under the survey.

Research Question 7: In which areas do you think SMEs will gain advantage by implementing Industry 4.0?

FIGURE 7 | Possible Advantages to be Encountered in the Industry 4.0 Process



According to Figure 7, with the implementation of Industry 4.0 in SMEs, the situations that 94% of the executives think will provide the most opportunities were determined as shortening the production times and doing business with high added value. Other advantages of Industry 4.0 were determined by 91% of the researchers as reducing production errors and producing quality products. It was observed that the rates for these four advantages reached higher values when compared to the results of previous studies. In particular, the opportunity that Industry 4.0 will provide in terms of production times was approved by 69% of the executives in 2017 data, while this rate is 25% higher today. In short, in the past five years, SME executives have increased their awareness in this direction by reaching more detailed information about the real potential results of Industry 4.0.

When all categories are evaluated together, in terms of the benefits of Industry 4.0, low-cost manufacturing has been approved and accepted by only 66% of executives. In this case, the high budget requirement of Industry 4.0 (based on the answer given in Research Question 6) was undoubtedly effective. Some of the executives continue to be concerned about the production costs as a result of the high investments of the process. When the answers for 2017 and 2022 are compared, a category that creates a remarkable situation in the bars in Figure 7 is the increase in machine usage rates. In 2017, 50% of the executives thought that Industry 4.0 applications would improve machine utilization rates; today, this rate has reached the level of 78%. Due to the fact that new technologies and equipment produce and use real data, it is expected that the increase in machine usage rates will be in this direction.

C. CRITERIA WEIGHTING WITH SWARA

In order to determine the importance level of the sub-categories (opportunities) in the research question 7 and directed to the executives, the SWARA application was carried out. The related equations and data of this application were entered directly into the EXCEL program and the results were obtained with the help of the solver.

The criteria used in the study are shown in Table 1.

TABLE 1| Criteria in the study

Criteria	Explanation
C1	increasing in machine usage rates
C2	saving in resource usage
C3	low cost production
C4	flexibility in production
C5	less labor force
C6	competitiveness
C7	increasing capacity
C8	shortening of production times
C9	improvement in production defects
C10	dominating production processes
C11	doing business with high added value
C12	producing quality products
C13	innovative production

The experts involved in the study are also indicated by E_j.

Steps followed to weight the relevant criteria:

Step 1: The order of importance of 13 different criteria in the study was determined by five decision makers, and their geometric averages were taken accordingly. Then, Table 2 was created according to this order of importance.

TABLE 2| Ranking of Criteria and Determining the General Ranking

	E1	E2	E3	E4	E5	Geo. Average
C3	1	5	5	1	1	1.903
C6	2	1	4	2	2	2
C9	3	2	3	5	3	3.063
C12	4	3	2	3	4	3.103
C11	7	4	1	4	5	3.545
C2	5	6	8	8	6	6.490
C8	6	7	9	10	9	8.060
C4	11	11	6	6	11	8.631
C1	10	10	7	7	12	8.992
C10	9	8	10	11	8	9.127
C13	12	9	12	9	7	9.602
C7	8	12	12	9	10	10.07
C5	13	13	13	13	13	13

According to Table 2, the top five indicators that experts consider the most important from the possible advantages of the Industry 4.0 process are low-cost production, competitiveness, improvement in production defects, producing quality products and doing business with high added value, respectively.

Step 2: According to Table 3, each criterion is compared with the next criterion by the decision makers and it is determined how much more important it is. The criterion with the lowest geometric mean should remain blank and it is expressed as S_j by taking the ratios of the binary criteria for each other criterion (Ruzgys, Volvačiovas, Ignatavičius & Turskis, 2014).

TABLE 3| Binary Comparison and Weighting of Criteria

Rank	Criteria	G. Av.	E1	E2	E3	E4	E5
			S ₁	S ₂	S ₃	S ₄	S ₅
1	C3	1.903					
2	C6	2	0.15	0.00	0.00	0.10	0.20*
3	C9	3.063	0.05	0.00	0.00	0.15	0.05
4	C12	3.103	0.10	0.10	0.00	0.00	0.10
5	C11	3.545	0.10	0.10	0.00	0.15	0.10
6	C2	6.490	0.00	0.05	0.20	0.10	0.05
7	C8	8.060	0.15	0.10	0.15	0.15	0.15
8	C4	8.631	0.15	0.10	0.00	0.00	0.15
9	C1	8.992	0.00	0.00	0.10	0.10	0.10
10	C10	9.127	0.00	0.00	0.05	0.10	0.00
11	C13	9.602	0.10	0.10	0.10	0.00	0.00
12	C7	10.07	0.0	0.0	0.0	0.0	0.10
13	C5	13	0.15	0.10	0.10	0.10	0.10

*The expert, who is expressed as the fifth decision maker in the study, considers C3 (low cost production) to be relatively more important by 20% than C6 (Competitiveness).

Step 3: K_j, Q_j (weight of importance) and W_j (weight of relative importance) are calculated for each experts. For this, all relevant tables are customized for each of the experts individually. Equations (1,2, and 3) of the method were used for Table 4 obtained in this step. Table 4 was created for E1 only.

TABLE 4| Calculation of Criterion Weights for E1

Rank	Criteria	S _j	K _j	Q _j	W _j
1	C3		1.00	1.00	0.120*
2	C6	0.15	1.15	0.869	0.104
3	C9	0.05	1.05	0.827	0.099
4	C12	0.10	1.10	0.751	0.090
5	C11	0.10	1.10	0.682	0.082
6	C2	0.00	1	0.682	0.082
7	C8	0.15	1.15	0.593	0.071
8	C4	0.15	1.15	0.515	0.062
9	C1	0.00	1	0.515	0.062
10	C10	0.00	1	0.515	0.062
11	C13	0.10	1.10	0.468	0.056
12	C7	0.00	1	0.468	0.056
13	C5	0.15	1.15	0.406	0.056
T: 8.291					

It is obtained by dividing the importance weight (Q_j) of the relevant criterion by the total Q_j value to obtain the final overall weight values. For example, the weight value of the C3 criterion is obtained by E1 with the equation “1/0.8291=0.120”. While Table 4 reveals the weight values of only the first expert (E1), similar tables are obtained for the other four decision makers. At this point, the final overall weight values expressed as W_j are particularly important and the weights of the criteria are shown in Table 5.

TABLE 5| Overall Weights of Performance Criteria

C	W ₁	W ₂	W ₃	W ₄	W ₅	G. Av.
C3	0.120*	0.101	0.099	0.122	0.131	0.114
C6	0.104	0.101	0.099	0.111	0.108	0.105
C9	0.099	0.101	0.099	0.097	0.103	0.100
C12	0.090	0.091	0.099	0.097	0.094	0.094
C11	0.082	0.084	0.099	0.085	0.085	0.087
C2	0.082	0.080	0.082	0.077	0.081	0.080
C8	0.071	0.073	0.071	0.066	0.071	0.070
C4	0.062	0.066	0.071	0.066	0.061	0.065
C1	0.062	0.066	0.064	0.060	0.056	0.062
C10	0.062	0.066	0.059	0.055	0.056	0.060
C13	0.056	0.059	0.054	0.055	0.056	0.056
C7	0.056	0.059	0.054	0.055	0.051	0.055
C5	0.056	0.054	0.048	0.050	0.046	0.051

As can be seen in Table 5, the first five indicators, which are considered the most important among the possible advantages of Industry 4.0 by

SME executives, constitute half of the total weight score. Among the opportunities that the Industry 4.0 process will offer, the most important activities with a total weight value of 50% are low-cost production, competitiveness, improvement in production defects, producing quality products and doing business with high added value. The other eight advantages were also given 50% share by the experts in terms of the opportunities that the Industry 4.0 process will provide. In this study, the last priority category from the potential benefits of Industry 4.0 was determined by the experts as “less labor force”.

CONCLUSION

The most important point of the interview with the executives is that the awareness and knowledge of the executives about Industry 4.0 has increased. The general level of knowledge regarding the application areas and the effects of some technologies that are specially evaluated within the scope of Industry 4.0 has resulted in the knowledge of at least 80% of the executives. In the five years that have passed, the executives' own research on Industry 4.0 technologies or some informative meetings and trainings they attended have been effective in the rise of these values. In the research on the applicability of Industry 4.0 applications in SMEs, the 16% who do not think that it is applicable today still think that Industry 4.0 requires a lot of effort, especially on SMEs. For this reason, executives have declared that it will not be possible for new technologies to be applicable unless these deficiencies are eliminated. Although some executives agreed with this idea, the majority agreed that it would be feasible when looking at the big picture.

The combination of the results of the “Research Question 7” together with the weight values reached in the second part of the application can be interpreted differently. Although experts express the greatest opportunity they want to reach with the new industrial period as low-cost production, only 66% of 32 SME executives think that an advantage will be provided in this direction. In other words, although low-cost production was seen as the top priority opportunity, the confidence in its realization remained at 66%. In the category of competitiveness, which is shown as the second most important, it was revealed that 88% of SME executives see Industry 4.0 as a process that increases the competitiveness of businesses. It has been determined that the experts have confidence in the realization of this with the results of the new industrial era supporting the competitiveness of the businesses. At the point of improvement in production defects, which has the third highest weight, 91% of the experts believe in the opportunities that Industry 4.0 will offer in this direction. In the category of producing quality products, which is shown as the fourth important advantage, it has been revealed that 91% of SME executives see Industry 4.0 as a process that increases the quality of the products produced by businesses. With the results that the new industrial era supports the quality improvement of the products, it has been determined that the experts have high confidence in this realization. With the findings on “doing business with high added value”, almost all of the executives have revealed their confidence in this potential that Industry 4.0 will provide.

Executives expressed the advantage with the lowest priority as capacity increase in the enterprise and less labor required. 69% of the executives are in favor of the fact that Industry 4.0 will provide an advantage for capacity increase. However, the desire of the executives for the advantage they will gain in terms of production capacity has lagged behind compared to other situations. It is possible that they see this advantage behind, especially because businesses produce according to demand and often cannot work at full capacity. On the other hand, 72% of SME executives agree that Industry 4.0 requires less workforce. Other executives did not give a positive opinion, possibly due to the workforce they need in the use and application of technologies.

Researchers with similar research areas can repeat the work for businesses of different sizes in different sectors in the future. The existence of studies in this direction can bring new perspectives to the literature by changing the tendency of different sectors to Industry 4.0 and the order of expected advantages. Low-cost production is seen as the top priority with the application of Industry 4.0 in the automotive sector, while priority may change in different industries. This may contribute to technology developers and practitioners developing special software for different systems and offering different solutions.

In another application point of the study, it was aimed to determine the importance levels of possible advantages in the Industry 4.0 process and 13 criteria were evaluated by five experts. The SWARA method was used for criterion weighting and the most important and least important advantages were listed as a result of the analysis. The industrial revolution, which developed on the basis of information technologies, brings radical changes in businesses. According to the findings, the most important advantage of Industry 4.0 is low cost production. Already the Industry 4.0 initiative focuses on the ability of manufacturing systems to respond dynamically and cost-effectively to respond to market needs (Jepsen et al., 2021; Herrero, Sanguesa., Martinez, Garrido & Calafate, 2021; Asif, Searcy & Castka, 2022) . It can be stated that the process offers many fast and low-cost solutions for manufacturing companies with old machines aiming to adopt the Industry 4.0 paradigm (Vuković, Jorg, Hosseinifard, & Fantoni, 2022). The second highest weighted criterion is that Industry 4.0 can increase the competitiveness of enterprises. The fourth industrial revolution is a critical issue for the sustainability of firm competition (Tvaronaviciene & Burinskas, 2020). The effect of competition was seen as important for the experts in this study. The impact of Industry 4.0 on global competition increases the importance of the process (Yalcin, 2018). Many studies also show that the effects of this transformation on competition depend on the technology applied (Somohano-Rodríguez & Madrid-Guijarro, 2022).

The third important criterion among the possible advantages in the Industry 4.0 process by the experts is that improvement in production defects can be achieved. This advantage is a strength that can be obtained with the existence of a very good quality control system. Quality Control has emerged as a major global trend among manufacturers adopting smart manufacturing practices (Johnson, Bali, Kolanur & Tanwashi, 2022). Industry 4.0 has the tools to realize zero-defect production (Cheng et al., 2022), which provides a significant power to businesses in production. The criterion of producing quality products, which is also a measure of meeting customer needs, has taken its place among the most important criteria as expected. This criterion is also linked in many ways with the improvement criterion in manufacturing defects. The quality of manufactured products is a key factor for success in the manufacturing industry. It is known that the Industry 4.0 process significantly affects the results of businesses by increasing quality and efficiency (Milošević, Arsić, Glogovac, Rakić & Ruso, 2022). Existing production systems that are consistent in meeting customer wants and needs must be adaptable while maximizing the quality of their products (May & Kiritsis, 2019)

Finally, in this application where the potential effects of Industry 4.0 are prioritized, the study can be repeated by using different methods of multi-criteria decision making methods. By using the same criteria, different researchers may prefer criterion weighting methods such as Fuzzy Analytical Hierarchy Process, Fuzzy Analytical Network Process, BWM (Best Worst Method) and FUCOM (Full Consistency Method). It may also be important to compare the results obtained by different methods with the results of this study. In addition, it will be important for researchers who are interested in the subject to improve the study by adding different criteria. Finally, although the application was made in the automotive sector, it is also a matter of curiosity what the results will be in different sectors.

THANKS

I would like to thank my advisor Dr. Kamil Taşkın, who supported me in the preparation of the research questions included in this study in 2017.

ETHICAL STATEMENT

It was decided that this study does not pose any ethical objections by the Kırklareli University Scientific Research and Publication Ethics Board dated 28.11.2022 and numbered E-35523585-302.99-69463.

REFERENCES

- [1] Ancillo, A. D., Gavrilla, S. G., Diez, J. R. F. D., & Beseler, J. C. (2021). LATAM and Spanish SME barriers to Industry 4.0. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*. 35(2), 204-222.

- [2] Asif, M., Searcy, C., & Castka, P. (2022). Exploring the role of industry 4.0 in enhancing supplier audit authenticity, efficacy, and cost effectiveness. *Journal of Cleaner Production*, 331, 129939.
- [3] Bouraima, M. B., Qiu, Y., Stević, Ž., & Simić, V. (2023). Assessment of alternative railway systems for sustainable transportation using an integrated IRN SWARA and IRN CoCoSo model. *Socio-Economic Planning Sciences*, 86, 101475.
- [4] Çevik, D. (2018). *Üç boyutlu yazıcı teknolojisinin seri ve kesikli üretim sistemleri üzerine etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü, Sakarya, 502650.
- [5] Çevik, D. (2019). KOBİ'lerde Sanayi 4.0'in uygulanabilirliği ve yönetici bakış açılarının değerlendirilmesi. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 4(2), 277-291.
- [6] Cheng, F. T., Lee, C. Y., Hung, M. H., Mönch, L., Morrison, J. R., & Liu, K. (2022). Special issue on automation analytics beyond Industry 4.0: From hybrid strategy to zero-defect manufacturing. *IEEE Transactions on Automation Science and Engineering*, 19(3), 1472-1476.
- [7] Colotla, I., Fæste A., Heidmann, A., Winther, A., Høngaard Andersen, P., Duvold, T., & Hansen, M. (2016). *Winning the Industry 4.0 race—How ready are danish manufacturers?* BCG & Innovationsfonden.
- [8] Cui, Y., Liu, W., Rani, P., & Alrasheedi, M. (2021). Internet of Things (IoT) adoption barriers for the circular economy using Pythagorean Fuzzy SWARA-CoCoSo decision-making approach in the manufacturing sector. *Technological Forecasting and Social Change*, 171, 120951.
- [9] Dorst, W., Glohr, C., Hahn, T., Knafla, F., Loewen, U., Rosen, R., & Winterhalter, C. (2015). *Umsetzungsstrategie Industrie 4.0—Ergebnisbericht der plattform Industrie 4.0*. BITKOM eV, VDMA eV, ZVEI eV Berlin, Frankfurt.
- [10] Erdogan, H., Tutcu, B., Talas, H., & Terzioğlu, M. (2022). Performance analysis in renewable energy companies: Application of SWARA and WASPAS methods. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 1-22.
- [11] Erol, S., Jaeger, A., Hold, P., Ott, K., & Sihni, W. (2016). Tangible Industry 4.0: A scenario-based approach to learning for the future of production. *Procedia Cirp* 54, 13–18. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2016.03.162>.
- [12] Gezmişoğlu, G., Unlu, A., & Cagil, G. (2023). Supplier evaluation with factor analysis based hybrid SWARA-VIKOR methods. *Journal of the Faculty of Engineering and Architecture of Gazi University*, 38(4), 2231-2239.
- [13] Ghasemi, P., Mehdiabadi, A., Spulbar, C., & Birau, R. (2021). Ranking of sustainable medical tourism destinations in Iran: An integrated approach using Fuzzy SWARA-PROMETHEE. *Sustainability*, 13(2), 683.
- [14] Ghoshri Nezhad, M. R., Zolfani, S. H., Moztaarzadeh, F., Zavadskas, E. K., & Bahrani, M. (2015). Planning the priority of high tech industries based on SWARA-WASPAS methodology: The case of the nanotechnology industry in Iran. *Ekonomika istraživanja*, 28(1), 1111-1137.
- [15] Ghoushchi, S. J., Gharibi, K., Osgoeei, E., Ab Rahman, M. N., & Khazaeili, M. (2021). Risk prioritization in failure mode and effects analysis with extended SWARA and MOORA methods based on Z-numbers theory. *Informatica*, 32(1), 41-67.
- [16] Ghoushchi, S. J., Bonab, S.R., Ghiaci, A. M., Haseli, G., Tomaskova, H., & Hajiaghahi-Keshteli, M. (2022). Landfill site selection for medical waste using an integrated SWARA-WASPAS framework based on spherical fuzzy set. *Sustainability*, 13 (24).
- [17] Guler, E., Avci, S., & Aladag, Z. (2023). Earthquake risk prioritization via two-step cluster analysis and SWARA-ELECTRE methods. *Sigma*, 41(2), 356-372.
- [18] Han, H., & Trimi, S. (2022). Towards a data science platform for improving SME collaboration through Industry 4.0 technologies. *Technological Forecasting & Social Change*, 174.
- [19] Hashemkhani Zolfani, S., Gorcun, O. F., & Kucukonder, H. (2021). Evaluating logistics villages in Turkey using hybrid Improved Fuzzy SWARA (IMF SWARA) and Fuzzy MABAC techniques. *Technological and Economic Development of Economy*, 27(6).
- [20] Herrero, A. C., Sanguesa, J. A., Martinez, F. J., Garrido, P., & Calafate, C. T. (2021). Mitigating electromagnetic noise when using low-cost devices in Industry 4.0. *IEEE Access*, 9, 63267-63282.
- [21] Hu, Y., Al-Barakati, A., & Rani, P. (2022). Investigating the internet-of-things (IOT) risks for supply chain management using q-rung orthopair fuzzy-SWARA-ARAS framework. *Technological and Economic Development of Economy*, 1-26.
- [22] Jepsen, S. C., Worm, T., Johansen, A., Lazarova-Molnar, S., Kjærsgaard, M. B., Kang, E. Y., ... & Schwee, J. H. (2021, September). A research setup demonstrating flexible Industry 4.0 production. In *2021 International Symposium ELMAR* (pp. 143-150). IEEE.
- [23] Johnson, V. C., Bali, J. S., Kolanur, C. B., & Tanwashi, S. (2022). Industry 4.0: Intelligent quality control and surface defect detection. *3c Empresa: investigación y Pensamiento Crítico*, 11(2), 214-220.
- [24] Koca, G., Egilmez, O., Demir, E., Karamasa, Ç., & Gokcan, H. (2022). Analysis of drivers and challenges in circular economy with SWARA and BWM methods in clothing sector. *Journal of Mehmet Akif Ersoy University Economics and Administrative Sciences Faculty*, 9(2).
- [25] Karamollaoglu, H., Yucedag, I., & Dogru, I. A. (2022). Risk assessment for electricity generation management process with SWARA based Fuzzy TOPSIS Method. *Journal of Polytechnic*, ISSN: 2147-9429.
- [26] Kazantsev, N., Pishchulov Grzgorzy, Mehandjiev, N., Sampaio, P., & Zolkiewski, J. (2022). Investigating barriers to demand-driven SME collaboration in low-volume high-variability manufacturing. *Supply Chain Management-An International Journal*. 27(2), 265-282.
- [27] Keršulienė, V., Zavadskas, E. K., & Turskis, Z. (2010). Selection of rational dispute resolution method by applying new Step-Wise Weight Assessment Ratio Analysis (SWARA). *Journal of Business Economics and Management*, 11(2), 243–258.
- [28] Khalili, J., & Alinezhad, A. (2021). Performance evaluation in aggregate production planning using integrated RED-SWARA method under uncertain condition. *Scientia Iranica*, 28(2), 912-926.
- [29] Koren Y. (2010). *The global manufacturing revolution: Product-process-business integration and reconfigurable systems*, John Wiley & Sons, New York, USA, ISBN 0470583770.
- [30] Korucuk, S., Aytekin, A., Ecer, F., Karamasa, Ç., & Zavadskas, E. K. (2022). Assessing green approaches and digital marketing strategies for twin transition via fermatean Fuzzy SWARA-COPRAS. *Axioms*, 11(12), 709.
- [31] Kurnaz, S., Özdağoğlu, A., & Keleş, M. K. (2023). Method of evaluation of military helicopter pilot selection criteria: A novel Grey SWARA approach. *Aviation*, 27(1), 27-35.
- [32] Lasi, H., Fettke, P., Kemper, H. G., Feld, T., & Hoffmann, M. (2014). Industry 4.0. business and information systems engineering. *Business & Information Systems Engineering*, 6(4), 239-242.
- [33] May, G., & Kiritsis, D. (2019). *Zero defect manufacturing strategies and platform for smart factories of Industry 4.0*. In Proceedings of the 4th International Conference on the Industry 4.0 Model for Advanced Manufacturing: AMP 2019 4 (pp. 142-152). Springer International Publishing.
- [34] Mahdiraji, H. A., Zavadskas, E. K., Arab, A., Turskis, Z., & Sahebi, I. G. (2021). Formulation of manufacturing strategies based on an extended SWARA method with intuitionistic fuzzy numbers: An automotive industry application. *Transformations in Business and Economics*, 20(2).
- [35] Milošević, I., Arsić, S., Glogovac, M., Rakić, A., & Ruso, J. (2022). Industry 4.0: Limitation or benefit for success?. *Serbian Journal of Management*, 17(1), 85-98.
- [36] Mittal, S., Ahman Khan, M., Romero, D., & Wuest, T. (2018). A critical review of smart manufacturing & Industry 4.0 maturity models: Implications for Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs). *Journal of Manufacturing Systems*. 49, pp.194-214.
- [37] Müller, J. M., Buliga, O., & Voigt, K. (2018). Fortune favors the prepared: how SMEs approach business model innovations in Industry 4.0. *Technol. Forecast. Soc. Chang.* 132, 2–17.
- [38] Moeuf, A., Pellerin, R., Lamouri, S., Tamayo-giraldo, S., & Barbaray, R. (2017). The industrial management of SMEs in the era of Industry 4.0. *Int. J. Prod. Res.* 56, 1118–1136.
- [39] Oliff, H., & Liu, Y. (2017). *Towards Industry 4.0 utilizing data-mining techniques: a case study on quality improvement*. Paper presented at the CIRP Conference on Manufacturing Systems. Elsevier B.V.167–172.
- [40] Posada, J., Toro, C., Barandiaran, I., Oyarzun, D., Stricker, D., de Amicis, R., & Vallarino, I. (2015). Visual computing as a key enabling technology for industrie 4.0 and industrial internet. *IEEE Computer Graphics and Applications*, 35(2), 26-40.
- [41] Puška, A., Štilić, A., & Stević, Ž. (2023). A comprehensive decision framework for selecting distribution center locations: A hybrid improved fuzzy SWARA and fuzzy CRADIS approach. *Computation*, 11(4), 73.
- [42] Rauch, E., Dallasega, P., & Matt, D. T. (2017). Critical factors for introducing lean product development to small and medium sized enterprises in Italy. *Procedia CIRP*, 60, 362–367.
- [43] Rehman, S., Rehman, N., Naz, M., Mumtaz, A., & Jianglin, Z. (2021). Application of grey-based SWARA and COPRAS techniques in disease mortality risk assessment. *Journal of Healthcare Engineering*.
- [44] Ruzgys, A., Volvaciovas, R., Ignatavičius, Č., & Turskis, Z. (2014). Integrated evaluation of external wall insulation in residential buildings using SWARA-TODIM MCDM method. *Journal of Civil Engineering and Management*, 20(1), 103-110.
- [45] Safar, L., Sopko, J., Bednar, S., & Poklemba, R. (2018). Concept of SME business model for Industry 4.0 environment. *TEM Journal*, 7(3), 626-637.
- [46] Sanders, A., Elangeswaran, C., & Wulfsberg, J. (2016). Industry 4.0 implies lean manufacturing: Research activities in Industry 4.0 function as enablers for lean manufacturing. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 9(3), 811-833.
- [47] Schröder, C. (2017). *The Challenges of Industry 4.0 for small and medium-sized enterprises*; Friedrich-Ebert-Stiftung: Bonn, Germany.
- [48] Sharma, H., Sohani, N., & Yadav, A. (2023). A fuzzy SWARA-WASPAS based approach for determining the role of lean practices in enabling the supply chain agility. *International Journal of System Assurance Engineering and Management*, 14(Suppl 1), 492-511.
- [49] Sitton, I., & Rodríguez, S. (2017). Pattern extraction for the design of predictive models in Industry 4.0. *International Conference on Practical Applications of Agents and Multi-Agent Systems*, 258–261.
- [50] Sivageerthi, T., Bathrinath, S., Uthayakumar, M., & Bhalaji, R. K. A. (2022). A SWARA method to analyze the risks in coal supply chain management. *Materials Today-Proceedings*, 5, 935-940.
- [51] Stanujkic, D., Karabasevic, D., & Zavadskas, E. K. (2015). A framework for the selection of a packaging design based on the SWARA method. *Engineering Economics*, 26(2), 181-187.
- [52] Stentoft, J., Wickstrøm, K. A., Philipsen, K., & Haug, A. (2021). Drivers and barriers for industry 4.0 readiness and practice: empirical evidence from small and medium-sized manufacturers. *Production Planning & Control*, 32(109), 811-828, doi: 10.1080/09537287.2020.1768318.
- [53] Soltysova, Z., & Bednar, S. (2015). Complexity management in terms of mass customized manufacturing. *Polish Journal of Management Studies*, 12(2), 139-149.

- [54] Somohano-Rodríguez, F. M., & Madrid-Guijarro, A. (2022). Do Industry 4.0 technologies improve Cantabrian manufacturing SMEs performance? The role played by industry competition. *Technology in Society*, 70, 102019.
- [55] Tas, M. A., Cakir, E., & Ulukan, Z. (2021). *Spherical fuzzy SWARA-MARCOS approach for green supplier selection*. 3C Tecnología, Technology as an enabler in business, management, environmental, and social science, Edición Especial, 115-133. <https://doi.org/10.17993/3ctecno.2021.specialissue7.115-133>
- [56] Tortorella, L. G., & Fettermann, D. (2018). Implementation of Industry 4.0 and lean production in Brazilian manufacturing companies. *Int. J. Prod. Res.* 56, 2975–2987.
- [57] Turkes, M. C., Oncioiu, I., Aslam, H. D., Marin-Pantelescu, A., Topor, D. I., & Căpusneanu, S. (2019). Drivers and barriers in using Industry 4.0: A perspective of SMEs in Romania. *Processes*, 7(3), 153. doi:10.3390/pr7030153.
- [58] Tus A., & Adali, E.A. (2022). Green supplier selection based on the combination of Fuzzy SWARA (SWARA-F) and Fuzzy MARCOS (MARCOS-F) Methods. *Gazi University Journal of Science*, 35(4), 1535-1554.
- [59] Tvaronaviciene, M., & Burinskas, A. (2020). Industry 4.0 significance to competition and the EU competition policy: a literature review. *Economics & Sociology*, 13(3), 244-258.
- [60] Ulutas, A., Meidute-Kavaliauskiene, I., Topal, A., & Demir, E. (2022). Assessment of collaboration-based and non-collaboration-based logistics risks with plithogenic SWARA Method. *Logistic*, 5(4), 82.
- [61] Valdeza, A. C., Braunera, P., Schaara, A. K., Holzingerb, A., & Zieflea, M. (2015). *Reducing complexity with simplicity-usability methods for Industry 4.0*. Paper presented at Proceedings 19th Triennial Congress of the IEA, 9(14).
- [62] Vuković, M., Jorg, O., Hosseinifard, M., & Fantoni, G. (2022). Low-Cost digitalization solution through scalable IIoT prototypes. *Applied Sciences*, 12(17), 8571.
- [63] Yalcin, M.F. (2018). Industry 4.0, Turning point in the global competition in terms of Turkey. *Sosyoekonomi Journal*, 26 (36).



GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELER İÇİN DIŞ BORÇLARIN BELİRLEYİCİLERİ: İŞÇİ DÖVİZLERİ ETKİSİ

AYŞE ARI¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Mersin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, ayseari@mersin.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-8485-5932>.

ÖZ

Bu çalışmada işçi dövizlerinin dış borçlar üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Bu amaçla üst-orta gelir grubu ülkeler 1998-2019 dönemi için GMM (genelleştirilmiş momentler yöntemi) tahmincisi ile analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre işçi dövizleri dış borçları negatif etkilemektedir. Dış borçlar üzerinde negatif etkiye sahip diğer değişkenlerin ise dışa açıklık ve yurtiçi tasarruflar olduğu görülmüştür. Enflasyon, kamu harcaması ve nominal döviz kurunun ise dış borçları pozitif etkilediği tespit edilmiştir. Bu durumda dış borçlara bağımlılığın azaltılması için tasarrufları, işçi dövizlerini ve dış ticareti teşvik edici politikaların uygulanması gerektiği söylenebilir. İlave olarak düşük bir enflasyon oranı, döviz kuru ve bütçe açığının hedeflenmesi dış borçlanma yükünün azalmasına katkı sağlayabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Dış borç, işçi dövizleri, gelişmekte olan ülkeler.

Editör / Editor:

Fatma ÜNLÜ,
Erciyes Üniversitesi, Türkiye

*Sorumlu Yazar/ Corresponding Author:

Ayşe ARI,
ayseari@mersin.edu.tr

JEL:

F34, F24, H63

Geliş: 5 Şubat 2023

Received: February 5, 2023

Kabul: 31 Ekim 2023

Accepted: October 31, 2023

Yayın: 30 Nisan 2024

Published: April 30, 2024

Atıf / Cited as (APA):

Arı, A. (2024),
Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Dış Borçların
Belirleyicileri: İşçi Dövizleri Etkisi, Erciyes
Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Dergisi, 67, 55-60,
doi: 10.18070/erciyesiibd.1291328

DETERMINANTS OF EXTERNAL DEBT FOR DEVELOPING COUNTRIES: THE IMPACTS OF WORKERS' REMITTANCES

ABSTRACT

In this study, we investigated the effect of workers' remittances on foreign debt. For this purpose, we analyzed the upper-middle income countries for the period 1998-2019 by employing the GMM (generalized method of moments) estimator. According to the results of the analysis, workers' remittances affect foreign debt negatively. Other variables that have a negative impact on external debt are openness and domestic savings. It has been also determined that inflation, government expenditure and nominal exchange rate have positive effects on foreign debt. In this case, it can be said that policies which encourage savings, remittances and foreign trade should be implemented in order to reduce dependence on foreign debt. In addition, targeting a low inflation rate, exchange rate and budget deficit may contribute to reduction of the external borrowing burden.

Keywords: Foreign debt, workers' remittances, developing countries.

GİRİŞ

Dış borçlar, gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkeler için önemli ekonomik sorunlardan birisi olup ekonomik faaliyetlerin gerçekleştirilmesinde yabancı kreditorlerden sağlanan toplam borçlanmayı ifade etmektedir. Gelişmekte olan ülkeler makroekonomik politikaları genellikle ekonomik büyüme ve kalkınmayı sağlamak hedefi üzerine oluşturmaktadır. Ancak ekonomik büyüme ve kalkınma için yatırımlar ve sermaye oluşumu gerekmektedir. Gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerde ise, yeterli düzeyde yurt içi tasarrufların olmaması yöneticileri dış borçlara yönelmektedir (Danish vd.,2022, s. 342; Waheed ve Abbas, 2021, s. 2). Öte yandan küreselleşme ile birlikte ülkeler dış dünyayla bütünleşecek şekilde politikalar uygulamıştır. Böylece dış ticaretle birlikte istihdamın artması ve ülkeye döviz girişinin sağlanması istenmektedir. Ancak ithalatın ihracatı aşması durumunda, dış borçlanmanın yaşanması kaçınılmaz olmaktadır (Dawood, vd.,2021, s. 254).

Gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerde dış borçlanma yoluna başvurulması, başlangıçta ülke ekonomisinin uzun dönemde kalkınmasına katkı sunması sebebiyle uygun bir strateji olarak kabul edilebilir. Çünkü dış borçlanma ile birlikte ulusal ekonomide fiziksel ve beşeri sermaye yatırımları gerçekleştirilebilmekte ve böylece altyapı, eğitim ve sağlık gibi alanlardaki yatırımlar finanse edilebilmektedir. Hatta dışlama etkisinin ve enflasyon üzerinde baskılayıcı etkisinin çok zayıf olması sebebiyle dış borçlanmanın bütçe açıkları ya da yatırımların finansmanı için uygun bir yöntem olacağı savunulmaktadır. İkiz açık durumu da dikkate alındığında dış borçlanmanın döviz kurunu destekleyici etkisi de görülebilecektir. Borçlanmanın, kamu harcamalarının ve vergilerin zamana yayılması avantajını sağlayabilmesi de söz konusudur (Mahara ve Dhakal, 2020, s. 277; Mulugeta, 2021, s. 3).

Diğer taraftan yüksek düzeylerde borçlanılması ve borçların üretken alanlara aktarılmaması, borçlanmanın geri ödenmesini zorlaştırabilir. Bu durum borçları ödeyebilmek amacıyla ülkeyi daha fazla borçlanmaya yönelterek ülke ekonomisini savunmasız bırakabileceği ifade edilmektedir. Böylece dış borçların sürdürülebilirliği konusunda endişeler artacak ve başta ulusal para piyasası ve ekonomik büyüme olmak üzere tüm ekonomi olumsuz etkilenerek krize sürüklenebilecektir (Al-Fawaz, 2016, s. 116; Lau ve Lee, 2016, s. 1973).Yapılan pek çok çalışmada da dış borçların ekonomik büyümeyi olumsuz etkilediği ortaya konulmuştur (Bkz., Hakimi vd. (2019), Atique ve Malik (2012), Choong vd. (2010), Haider vd. (2012), Lau ve Lee (2016)). Borçların büyük ölçüde üretken olmayan kamu harcamalarının finansmanı için kullanıldığına değinen Adam Smith ve Ricardo gibi iktisatçılar ise, kamu harcamalarının finansmanı için doğru tercih olarak vergileri göstermiştir (Mahara ve Dhakal, 2020, s. 277). Fakat yöneticiler vergileri çok fazla artırma yolunu tercih etmeyebilir. Çünkü vergilerdeki artış, tüketim ve yatırım dengesini bozabilir. Ayrıca vergiler, bireylerin harcanabilir gelirini azaltacağından satın alma gücünü olumsuz etkileyecektir. Ülkedeki harcamalar için gerekli fon ihtiyacı, borçlanma ve vergilerin yanı sıra para basarak da finanse edilebilir. Para basmak ise enflasyon yaratıcı ve ekonomiyi bozucu etkisi sebebiyle çoğunlukla başvurulan bir yöntem değildir. Bu nedenle ülkenin fon ihtiyacı için borçlanma yoluna gidilmesi daha çok tercih edilebilmektedir. Ulusal finansal piyasaların yeterince gelişmemiş olması ise ülkeleri dış borçlanmalara yöneltebilmektedir. Özellikle ekonomik büyüme ve yüksek enflasyon dönemlerinde ülkedeki fon ihtiyacının artacağı ifade edilmektedir (Rahman vd., 2021, s. 411).

Teorik ve uygulamada dış borçlar üzerinde belirleyici olan faktörden birisi olarak tasarruf açığına işaret edilmektedir (Omar ve Ibrahim, 2021, s. 36; Al-Fawaz, 2016, s. 116). İlaveten dış borçlanmanın genellikle bütçe açıklarıyla beraber yaşandığı görülmektedir. Dış borçlanma üzerinde ülkenin ekonomik büyümesinin de etkili olması söz konusudur. Ekonomik büyümenin düşük olduğu ülkelerde dış borçlanma ihtiyacının artacağı söylenebilir. Dış borçları etkileyen bir başka faktör ise döviz kurudur. Döviz kuru, diğer ülkelerle yapılan ticaret ve sermaye hareketinin ve dış borç ödemelerinin gerçekleşmesini sağlamaktadır. Döviz kuru arttıkça dış borçlanmanın artması beklenecektir. Nüfusun yaşlanması, işsizlik, politik istikrarsızlık ve bozulmalar gibi faktörler de dış borcun belirleyicileri olarak gösterilmektedir (Mulugeta, 2021, s.

4; Dawood, vd., 2021, s. 254).

Dış borçlanma üzerinde etkili olabilecek bir başka faktör olarak ise işçi dövizlerine işaret edilmektedir. İşçi dövizleri, gelişmekte olan ülkelerdeki döviz ve sermaye kıtlığı, yoksulluk, gelir eşitsizliği ve ödemeler dengesi açığı gibi makroekonomik sorunların giderilmesine olumlu katkı sağlayabilmektedir. Bununla beraber işçi dövizleri, döviz alan hanehalkının iş kurmasına, ev almasına, eğitim ve sağlık alanlarına harcama yapabilmesine imkan tanımaktadır. Özetle işçi dövizlerinin, hanehalkı ve ülke gelirini artırması ve yeni yatırım projelerinin gerçekleştirilmesinde aktif rol üstlenbilmesi söz konusudur. Son dönemde ise ülkedeki işçi dövizlerinin, harcamalar için finansman sağlayarak dış borçlanma gereksiniminin azalmasına da katkı sunabileceği ileri sürülmektedir (Hussain ve Chani, 2018, s. 60).

İşçi dövizlerinin dış borçları etkilemesi, uluslararası rezervler kanalıyla gerçekleşebilecektir. Fakat işçi dövizlerinin dış borçlar üzerindeki etkisi konusunda net bir şey söylenememektedir. Çünkü işçi dövizlerinin rezervler üzerindeki etkisi ve rezervlerin dış borçlar üzerindeki etkisi belirsizdir. Bununla birlikte işçi dövizleri, doğrudan yabancı yatırımlar ve dış yardımlar gibi önemli bir dış finansman kaynağı olduğundan gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerde uluslararası rezervleri pozitif etkilemesi beklenmektedir (Dawood, vd., 2021, s. 253). Ancak işçi dövizleri, geldiği ülkenin uluslararası rekabet edebilirliğini olumsuz etkileyebilir ve böylece uluslararası rezervleri azaltabilir. Bu durum, işçi dövizlerinin ulusal paranın değer kazanmasına yol açarak ihracatı kısıtlamasından kaynaklanacaktır. Literatürde Hollanda Hastalığı etkisi (Dutch disease effect) olarak ifade edilen bu etkiye göre, dış finansmanlardan birisi olan işçi dövizleri geldiği ülkelerde genellikle tüketim amacıyla kullanılmaktadır. Özellikle ticareti yapılmayan mal ve hizmet tüketimine yönelen işçi dövizleri, söz konusu malların fiyatını yükselterek reel kurun değerlenmesine ve üretim faktörlerinin ticareti yapılmayan mal ve hizmet sektörüne kaymasına yol açacaktır. Böylece ücretler ve maliyet artışlarının da etkisiyle ticari mallar sektöründe daralmalar ve döviz geliri azalması gözlenecektir (Mijiyawa ve Oloufade, 2022, s. 9).

İşçi dövizleri neticesinde artan ya da azalan uluslararası rezervlerin dış borçlar üzerindeki etkisi de kesin değildir. Ülkeler, beklenmedik kriz durumuna karşı likiditeyi artırmak için uluslararası rezerv talep edebilir. Böylece uluslararası rezervlerin ekonomik koşulların iyi olduğu dönemlerde artırılıp risklere karşı sigorta görevi üstlenmesi amaçlanabilir. Bu durumda uluslararası rezervler ve dış borçlar arasında negatif bir ilişkiliden söz edilebilecektir. Öte yandan uluslararası rezervler ülke ekonomisi için teminat görevi üstlenebilir ve böylece ülkelerin dış borçlanmasında kolaylık sağlayabilir. Bir başka deyişle rezervlerin artması, ülkelerin borçlarını geri ödeyebilme imkânını yansıtacağından rezervler ve dış borç arasında pozitif ilişki görülmesi de olası bir durumdur (Mijiyawa ve Oloufade, 2022, s. 9).

Bu çalışmanın amacı da işçi dövizlerinin dış borçlar üzerindeki olası etkisini ortaya koymaktır. Bu amaçla üst-orta gelir grubu ülkeler ele alınmıştır. Çalışmada 1998-2019 dönemini kapsayan veriler kullanılmış ve GMM yöntemi ile analiz edilmiştir. Gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerde özellikle 1970'lerle birlikte dış borçlanmanın arttığı ve ekonomi için sorun teşkil etmeye başladığı görülmektedir. 2008 finansal krizi süreci de söz konusu ülkeler için dış borç sorununun öne çıktığı bir başka dönem olmuştur. Bunun nedeni olarak yüksek seyreden bütçe açıkları, tasarruf-yatırım açığı ve dış ticaret açıklarına işaret edilmektedir. Öte yandan son yıllarda gelişmekte olan ülkelerin dış finansman kaynaklarına kolay erişilebilmesi ve borçlanma koşullarının nispeten uygun olması da ülkelerin dış borçlarının artmasında önemli olabilmektedir. Bu nedenle dış borçların azalmasını sağlayan faktörlerin ortaya konulması yöneticiler için yol gösterici olabilecektir (Omar ve Ibrahim, 2021, s. 35; Abdullahi vd., 2015, s.746). Bu kapsamda yöneticilerin uygun politikaları tespit ederek dışa bağımlılığın azaltılması hedefine ulaşmasında gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkeler için önemli bir döviz kaynağı olan işçi dövizlerinin dış borçlar üzerindeki olası etkisini tespit etmek önemli olacaktır. İlaveten literatürde işçi dövizleri-dış borç ilişkisini analiz eden sadece Mijiyawa ve Oloufade'ye (2022) ait çalışma olması nedeniyle bu çalışmada ulaşılabilecek bulgular önem taşıyacaktır. Mijiyawa ve Oloufade (2022) çalışmasında alt gelir grubu ve orta gelir grubu 50 ülkeyi 1970-2017 dönemi için analiz etmiştir. Analiz sonuçlarına göre işçi dövizleri

dış borçları pozitif etkilemektedir. Çalışmada ayrıca nominal döviz kurunun ve borçlanma faiz oranının dış borçları tetiklediği görülmüştür. Ekonomik büyüme ile tasarruf-yatırım açığının ise dış borçlar üzerinde hafifletici etkisi söz konusudur.

Çalışma temel olarak üç bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın izleyen ilk bölümünde konu ile ilgili literatür taramasına yer verilmiştir. İkinci bölümde çalışmanın yöntemi açıklanmıştır. Üçüncü bölümde analizlerden elde edilen bulgular ortaya konulmuştur. Çalışma, ulaşılan sonuçların açıklandığı sonuç bölümü ile tamamlanmıştır.

I. LİTERATÜR ÖZETİ

Dış borcu etkileyen faktörleri araştıran yoğun bir literatür bulunmaktadır. Bu çalışmalarda dış borç üzerinde belirleyici faktörler olarak çoğunlukla faiz oranı, bütçe açıkları, cari açık, ekonomik büyüme, tasarruf, enflasyon ve döviz kuru tespit edilmiştir (Awan vd., 2011, s. 11). Konu ile ilgili son yıllarda yapılan çalışmalardan örneğin Waheed (2017), petrol ve gaz ihraç eden ülkeleri ele almıştır. Petrol ve gaz ihraç eden ülkelerin yüksek gelire sahip ve cari fazla veren ülkeler iken petrol ve gaz ithal eden ülkelerin düşük gelire sahip ve cari açık veren ülkeler olduğuna işaret eden yazar her iki ülke grubunun dış borçlarının yüksek olduğuna vurgu yapmıştır. Waheed (2017), 2004-2013 dönemini analiz ettiği çalışması sonucunda petrol ve gaz ihraç eden ülkelerde enflasyon, cari açık ve kamu harcamasının dış borcu artırırken, petrol ithal eden ülkelerde cari açık, faiz ödemeleri, petrol fiyatı, doğrudan yabancı yatırımlar ve ulusal yatırımların dış borçları artırdığını tespit etmiştir.

Omar ve Ibrahim (2021), Somali ekonomisi için dış borçların belirleyicilerini incelediği çalışmasında 1980-2018 zaman aralığını ele almış ve ARDL yöntemine başvurmuştur. Analizlerden elde edilen bulgulara göre, dış borçları artıran faktörler döviz kuru ve ulusal yatırımlardır. Dış borçları azaltıcı etki gösteren faktörlerin ise kamu harcamaları ve reel kişi başı gelir olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar kısa ve uzun dönem için birbirini desteklemektedir. Mensah vd. (2017) ise 24 Afrika ülkesi için dış borçları panel VAR yaklaşımı ile araştırmıştır. Çalışmada dış borçların vergi, enflasyon ve ekonomik büyüme ile negatif ilişkili iken, kamu harcaması ve ulusal borçlanma ile pozitif ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Etiyopya üzerine yoğunlaşan Mulugeta (2021) ise 1981-2018 zaman aralığını ARDL yöntemi ile analiz etmiştir. Analiz sonuçlarında reel kişi başı GSYİH, bütçe açığı ve politik istikrarsızlığın dış borç stokunu kısa ve uzun dönemde pozitif etkilediği görülmüştür. Aynı çalışmada altyapının gelişmişliği ve dışa açıklığın dış borçların azalmasına katkı sunduğu belirlenmiştir. Danish vd. (2022) Güney Asya Bölgesel İşbirliği SAARC ülkelerinden 4'ü (Bangladeş, Hindistan, Pakistan ve Sri Lanka) için dış borçların belirleyicilerine odaklanmıştır. Ulaşılan bulgulara göre, bütçe açıkları, döviz kuru değer kaybı ve ödemeler dengesi açıkları ile bozulma dış borçlanmayı artırmaktadır. Bu nedenle yöneticilerin ihracatı teşvik edici politikalara başvurmalarının önemine işaret edilmiştir. İlaveten devletin bütçe açıklarının önüne geçmesi gerektiği belirtilmiştir. Saxena ve Shanker (2020) ise Hindistan'ı 1990-91 ve 2016-2017 dönemi için incelemiş ve OLS yaklaşımı sonucunda dış borcun bütçe açıkları, uluslararası rezervler, dış ticaret, ulusal tasarruflar, enflasyon ve faiz oranları ile büyük ölçüde açıklanabildiğini tespit etmiştir. Bir başka çalışmada Ürdün ekonomisi için dış borçların belirleyicilerini araştıran Al-Fawwaz (2016), 1990-2014 dönemine odaklanmıştır. Al-Fawwaz (2016) çalışmasında ARDL yöntemini kullanmış ve dış ticaret haddinin borçları pozitif etkilerken kişi başı reel GSYİH'nin borçları negatif etkilediğini gözlemlemiştir. Pyeman (2014) Malezya ekonomisini çoklu regresyon ve Granger nedensellik yaklaşımları ile analiz etmiştir. Yazar 1972'den 2012'ye kadar olan yıllara ait verileri kullanmış ve dış borçlar üzerinde ekonomik büyüme, doğrudan yabancı yatırımlar ve ihracatın etkili olduğunu tespit etmiştir.

Waheed ve Abbas (2021) ise İslam ülkelerini 2004-2016 zaman aralığı için incelemiş ve söz konusu ülkeleri petrol ve gaz ihraç ve ithal eden ülkeler olarak karşılaştırmalı analiz etmiştir. Analiz sonuçlarında petrol ve gaz ihraç eden ülkelerde dış borçların azalmasını sağlayan değişkenler olarak ekonomik büyüme, kamu geliri, nüfus ve doğrudan yabancı yatırımlar tespit edilmiştir. Dış borçları artırıcı değişkenler olarak ise cari açık, enflasyon, kamu harcaması ve dışa açıklık tespit edilmiştir. Petrol ve gaz ithal eden ülkeler için ise ekonomik büyüme,

cari işlemler dengesi, yatırımlar, işgücü ve kamu gelirinin dış borçları hafifletici etki gösterdiği yönünde bulgulara ulaşılmıştır. Bu ülkelerde dış borçları artırıcı faktör olarak döviz rezervleri ve doğrudan yabancı yatırımlar tespit edilmiştir.

Nijerya örneğini ele alan Adamu (2019), dış borçları artırıcı faktörler olarak mali açıklık, petrol fiyatları, tasarruf ve döviz kurunu belirlemiştir. Brafu-Insaidoo vd. (2019) ise Gana ekonomisini analiz etmiştir. Yazar ARDL yaklaşımı sonuçlarında dışa açıklığın dış borçları azaltırken ekonomik büyümenin dış borçlanmayı artırdığını belirlemiştir. Nijerya örneğini ele alan bir başka çalışmada Fatukasi vd. (2020), 1981-2018 dönemini kapsayan bir analiz gerçekleştirmiştir. FMOLS yöntemine başvuran yazar, döviz kuru ve güvensizliğin dış borçlar üzerinde belirleyici olduğunu gözlemlemiştir. Çalışmada ayrıca, iyi ve etkin bir şekilde yönetilen dış borçların, dış borçları ve ithalatın ihracata oranını düşüreceğini tespit etmişlerdir. Benzer şekilde Abdullahi vd. (2015) de Nijerya ekonomisini ele almış ve ARDL yöntemi ile analiz gerçekleştirmiştir. Çalışma sonucunda uzun ve kısa dönemde faiz oranları, bütçe açıkları ve döviz kurunun dış borçlar üzerinde belirleyici olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Bir başka çalışmada Din vd. (2020) Pakistan'ı 1976-2018 dönemi için ARDL yöntemi ile analiz etmiştir. ARDL modelinde ulaşılan sonuçlarda savunma harcaması ve dışa açıklığın dış borçları artırdığı görülmüştür. Dış borçları azaltan faktörler olarak ise, kamu geliri, enflasyon, ekonomik faaliyetlerdeki artış, yerli paranın değer kaybetmesi ve sermaye girişleri tespit edilmiştir. Awan vd. (2014) ise Pakistan ekonomisinde dış borçları eşbütünleşme ve ECM yöntemini kullanarak sorgulamıştır. 1976-2014 yıllarını kapsayan çalışmada ARDL modeline göre döviz kuru, bütçe açıkları ve dışa açıklık dış borçları pozitif etkilemektedir. Dış yardımlar ve dış ticaret haddinin dış borçlar üzerindeki etkisinin ise anlamsız olduğu görülmüştür. Asghar vd. (2022) ise Pakistan ekonomisindeki dış borçların azaltılabilmesi için, tüketim ürünlerinin ithalatının azaltılmasına işaret etmiştir. Ayrıca sürdürülebilir bir ekonomik büyüme ve enflasyon hedefine bağlı kalınması ve döviz kuru istikrarına önem verilmesi gerektiği ifade edilmiştir.

Rahman vd. (2021) yaşlı nüfustaki artışın sağlık, sosyal güvenlik ve transfer harcamalarına olan ihtiyacı artıracakı gerekçesiyle dış borçlanmayı artıracakına dikkat çekmiştir. Bu amaçla 36 üst-orta gelir grubu ülkeye ait verileri 2000-2017 dönemi için sistem-GMM tekniğini kullanarak analiz etmiştir. Yazar analiz sonucunda savını destekler şekilde 65 yaş üstü nüfustaki artışın dış borçlanmayı artırdığını belirlemiştir.

Beyene ve Kotosz (2020b), yüksek borçlu yoksul ülkeler için bir analiz gerçekleştirmiştir. Yazar çalışmasında 1990-2017 zaman aralığını panel düzeltilmiş hatalar yöntemiyle analiz etmiştir. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre, dış borçların azalmasında ihracat, istikrar ve doğrudan yabancı yatırımlar katkı sunarken ekonomik büyüme ve ithalat dış borçların artması yönünde bir etkiye yol açmaktadır. Beyene ve Kotosz (2020a) ise yüksek borçlu ülkelere Etiyopya ekonomisini 1981-2016 zaman aralığını kapsayacak şekilde analiz etmiş ve borçların azalmasında dışa açıklık, ekonomik büyüme ve enflasyonun etkili olduğunu gözlemlemiştir. Azolibe (2020) ise 39 yüksek borçlu ülkeyi FMOLS yaklaşımı ile incelemiştir. Çalışma sonucunda dış borçları ekonomik büyüme ve döviz rezervlerinin azalttığı görülmüştür. Buna karşın nüfus artışı, bozulma, işsizlik ve kamu harcamasının dış borçlar üzerindeki etkisi pozitifdir.

Khan vd. (2021) ise savunma harcamalarının dış borçlarla ilişkisine odaklanmıştır. Bu amaçla silah ithalatçısı 35 ülkeyi ve 1995-2016 yıllarını kapsayan bir analiz gerçekleştirmiştir. Yazar ülkeleri üst-orta ve alt-orta gelir grubu ülkeler olarak iki gruba ayırmıştır. Panel PMG analizi sonucunda savunma harcamasının genel olarak dış borçları artırdığını tespit etmiştir. Ancak Avrupa ve Orta Asya ülkelerinde savunma harcamasının dış borçları azaltıcı etkisi olduğunu görmüştür. Benzer şekilde savunma harcamasının dış borçlarla ilişkisine yoğunlaşan Abbas ve Wizarat (2018) ise, Güney Asya ülkelerinden Pakistan, Bangladeş, Hindistan, Nepal ve Sri Lanka ekonomilerini kapsayan bir örneklem oluşturmuştur. Panel sabit etki tekniğine yer veren ve 1990-2015 zaman aralığını ele alan yazar, savunma harcamasının dış borçları artırdığı yönünde sonuçlara ulaşmıştır.

Chiminya vd. (2018) 36 Sahra altı ülkesini ele aldığı çalışmasında

1975-2012 dönemini incelemiş ve politik faktörlerin dış borçlar üzerinde belirleyici olduğunu gözlemlemiştir. Bu kapsamda demokratik olarak yönetilen ülkelerin otokratik ülkelere kıyasla daha çok borçlanma yoluna başvurduğunu tespit etmiştir. Parlamenter sistemle yönetilen ülkelerin ise başkanlıkla yönetilen ülkelere daha fazla borç stokunun olduğunu belirlemiştir. Bir başka çalışmada Aladejare (2023), Batı Afrika ülkelerini 1981-2020 döneminde incelemiştir. Yazar panel PMG yöntemine yer verdiği çalışmasında dış ticaret ve ekonomik entegrasyonun kısa vadede dış borç birikimlerini tetikleyebileceğini tespit ederken makroekonomik yönetimin dış borçlar üzerindeki etkisinin ise nötr olduğunu belirlemiştir. Uzun dönem bulguları ise dış ticaret ve ekonomik entegrasyonun dış borçları hafifletici etki gösterdiği yönündedir. Chuku (2013), 12 ECOWAS ülkesini 1970'den 2009'a kadar olan yılları kapsayacak şekilde panel GLS yöntemi ile analiz etmiş ve dış borçların belirleyicilerini sorgulamıştır. Ulaşılan sonuçlara göre, enflasyon, rezervler, kişi başına gelir ve reel petrol fiyatları dış borçlarla negatif ilişkili iken GSYİH açığı ve reel döviz kuru değer kaybı dış borçlarla aynı yönde ilişkiye sahiptir.

Demikha vd. (2021) ise tarihsel verileri kullanarak Osmanlı İmparatorluğunda dış borçları belirleyen faktörleri araştırmıştır. ARDL yöntemine başvuran yazar, 1881-1913 yıllarını kapsayan bir analiz gerçekleştirmiştir. Ulaşılan sonuçlara göre, ekonomik büyüme dış borçları azaltırken kamu harcamaları dış borçları artırmıştır.

Sonuç olarak, dış borçların belirleyicilerini araştıran çalışmalarda çeşitli ülke ya da ülke grupları ele alınmış ve farklı yöntemlerle analiz edilmiştir. Analizlerde dış borçların temel belirleyicileri olarak enflasyon, ekonomik büyüme, cari açık, faiz oranı, döviz kuru ve kamu harcaması gibi makroekonomik değişkenlerin etkisi araştırılmıştır. Ancak analiz sonuçlarına göre, söz konusu makroekonomik değişkenlerin etkisi ve yönü konusunda tam bir uzlaşma sağlanamadığı söylenebilir. Farklı bulgulara ulaşılması, analizlerde kullanılan yöntem, zaman aralığı ve ülkenin sosyo-politik yapısından kaynaklanabilir. Çünkü ülkenin yönetim şekli ve nüfus yapısı gibi sosyo-politik değişkenlerin de dış borçlar üzerinde etkisinin olabileceğini tespit eden çalışmalar literatürde yer almaktadır.

II. YÖNTEM

Bu çalışmada işçi dövizlerinin dış borçlara etkisi üst-orta gelir grubu ülkeler için araştırılmıştır. Bu amaçla veri bulunabilirliği çerçevesinde 24 ülke (Arnavutluk, Azerbaycan, Ermenistan, Kazakistan, Meksika, Türkiye, Bostwana, Brezilya, Bulgaristan, Çin, Kolombiya, Kosta Rika, Dominik Cumhuriyeti, Fiji, Gabon, Gürcistan, Guatamala, Ürdün, Moldova, Paraguay, Peru, Güney Afrika, Tayland) 1998-2019 dönemi için analiz edilmiştir. Dış borçları temsil etmek üzere dış borçların GSYİH'ya oranı bağımlı değişken olarak kullanılmıştır. İşçi dövizleri değişkeni olarak ise, işçi dövizlerinin GSYİH içerisindeki payına modelde yer verilmiştir. Dış borçların belirleyicileri olarak modelde yer alan diğer değişkenler mevcut literatür dikkate alınarak kamu harcaması, yurtiçi tasarruflar, döviz kuru, enflasyon ve ticari dışa açıklık olarak belirlenmiştir. Kamu harcamasını temsilen kamunun nihai tüketim harcamasının GSYİH'ya oranı modellenmiştir. Dışa açıklık değişkeni olarak ise ihracat ve ithalatın GSYİH'ya oranı tercih edilmiş ve böylece dış dünya ile gerçekleştirilen ticaret hacminin dış borç üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Enflasyon oranı olarak tüketici fiyatlarıyla hesaplanan enflasyon oranı dikkate alınmıştır. Çalışmada yer alan model aşağıdaki gibidir;

$$BORC = f(KAMU, TAS, TİCAR, ENF, DÖVİZ, İŞÇİ) \quad (1)$$

Burada BORC, KAMU, TAS, TİCAR, sırasıyla dış borçları, kamu harcamasını, tasarrufları ve dışa açıklığı ifade etmektedir. ENF, KUR ve İŞÇİ ise, enflasyon, döviz kuru ve işçi dövizlerini göstermektedir. Değişkenlere ilişkin veriler Dünya Bankası veri tabanından temin edilmiştir. Eşitlik (1)'deki modelin tahmini için Arellano ve Bond (1991) tarafından geliştirilen GMM tekniği kullanılmıştır. Böylece bağımlı değişkenin gecikmeli değerinin regresörler arasında yer aldığı GMM modeli aşağıdaki gibi yazılabilir;

$$BORC_{it} = \theta_1 BORC_{it-1} + \theta_2 KAMU_{it} + \theta_3 TAS_{it} + \theta_4 TİCAR_{it} + \theta_5 ENF_{it} + \theta_6 DÖVİZ_{it} + \theta_7 İŞÇİ_{it} + \theta_8 e_{it} \quad (2)$$

Eşitlik (2)'deki e_{it} , hata terimini göstermektedir. Bağımlı değişkenin gecikmeli değerleri açıklayıcı değişken olarak modele dahil edildiğinde, OLS tahminleri yanlı ve tutarsız olacaktır. Bu durumda sabit etki modelleri de yanlı sonuçlar üretecektir. Anderson ve Hsiao (1981) bu modeller için araç değişken yöntemini kullanmayı uygun bulmuştur. Ancak Arellano ve Bond (1991), Anderson ve Hsiao (1981)'nin yaklaşımının tüm moment koşullarının kullanılmaması nedeniyle tutarlı ancak etkisiz sonuçlar vereceğini ileri sürerek, GMM tekniğinin daha iyi tahmin edici yöntem olacağını belirtmiştir (Khan ve Jalil, 2020: 7). Ancak GMM yöntemi, yatay kesit boyutunun zaman serisi boyutundan büyük olduğu durumlarda tutarlı tahminler üretilmektedir (Abd Rahman vd., 2022, s. 7).

III. BULGULAR

Eşitlik (2)'deki modelin GMM yaklaşımıyla elde edilen tahmin sonuçları Tablo 1'de özetlenmiştir. Tablo 1'deki bulgular işçi dövizlerinin dış borçları negatif etkilediğini göstermektedir. Mijiyawa ve Oloufade (2022, s. 10)'ya göre işçi dövizleri Hollanda Hastalığı etkisiyle ülkenin rekabet gücünü zayıflatıp rezervleri azaltırken, rezervlerin teminat amacıyla kullanılması durumunda işçi dövizleri ve dış borçlar arasında negatif bir etki ortaya çıkabilecektir. Öte yandan işçi dövizleri uluslararası rezervleri artırabilir ancak uluslararası rezervler kriz döneminde ihtiyaç duyulan likiditeyi sağlamak için talep edildiğinde, işçi dövizlerinin dış borçlar üzerinde negatif bir etkiye yol açması söz konusu olabilecektir.

Tablo 1'deki bir başka sonuca göre, üst gelir grubu ülkelere kamu harcaması dış borçları artırmaktadır. Kamu harcamasının dış borçları pozitif etkilemesi, bütçe açıklarını ve böylece finansman ihtiyacını tetikleyeceği yönündeki teorik yaklaşımı desteklemektedir. Tasarrufların ise dış borçları azalttığı tespit edilmiştir. Bu sonuç, yurtiçi tasarruflardaki artışın finansman ihtiyacını karşılayarak dış borç talebini azaltacağını ifade eden yaygın görüşle uyumludur.

TABLO 1 | GMM Tahmin Sonuçları

Değişkenler	Katsayı	Std.hata	t-ist.	Olas.
BORC(-1)	0,741981	0,054298	13,66500	0,0000
KAMU	0,016797	0,002325	7,225792	0,0000
İŞÇİ	-0,008621	0,001796	-4,801336	0,0000
TAS	-0,005650	0,001078	-5,239630	0,0000
TİCAR	-0,000844	0,000339	-2,490285	0,0131
DÖVİZ	6,77E-5	2,99E-05	2,263677	0,0240
ENF	0,004855	0,000928	5,232237	0,0000
Sargan testi	14,46659 (0,633843)			
AR(1)	-0,717012 (0,4734)			
AR(2)	-0,269585 (0,7875)			

Tablo 1'de ayrıca dışa açıklığın dış borçları negatif etkilediği görülmektedir. Dış ticaretle birlikte dış borçların azalması Khan vd (2021)'nin üst gelir grubu ülkeler için elde ettiği kanıtlarla aynı doğrultudadır. Dışa açıklık değişkeninin dış borçları artırması ya da azaltması söz konusu olabilecektir. Çünkü artan ithalat nedeniyle ihtiyaç duyulan finansmanın daha yüksek dış borç talebine dönüştüğü söylenebilir. Öte yandan ihracattaki bir artış ise, ülkeye döviz girişi sağlayacağından ülkenin dış borç talebinin azalmasına yardımcı olacaktır (Khan vd., 2021, s. 594). Bu durumda ihracat ve ithalatın hangisinin daha büyük olduğu önem taşıyacaktır. Fakat dışa açıklığın neticede ülkeye döviz girişi sağlayan kanallardan birisi olduğu ve dış ticareten ekonomik büyüme ve kalkınmanın olumlu etkileneyeceği de kabul edilmektedir. Bu durumda dışa açıklığın dış borçlanmayı negatif etkilemesi beklenebilecektir (Mahara ve Dhakal, 2020, s. 280).

Bunlara ilaveten GMM tahmin sonuçları enflasyonun dış borçları artırıcı etki gösterdiği şeklindedir. Enflasyon için elde edilen pozitif katsayı Waheed ve Abbas(2021)'in İslam ülkeleri için ulaştığı

bulgularla örtüşmektedir. Söz konusu bu pozitif ilişki, enflasyonun makroekonomik istikrarsızlığı yansıtması ve bu nedenle enflasyonun döviz kurunu baskılayarak dış borçları artırması ile açıklanabilmektedir (Waheed ve Abbas, 2021, s. 6). Ancak enflasyonun dış borçları negatif etkilediği bulgusuna ulaşan çalışmalar da literatürde mevcuttur (Örneğin, Saxena ve Shanker (2020), Beyene ve Kotosz (2020a), Chuku (2013)). Enflasyonun negatif katsayıya sahip olması, enflasyonun yükseldiği dönemlerde ürünlerin değerinin yükselmesi sebebiyle devletin elde edeceği vergi gelirlerinin artmasıyla açıklanabilmektedir. Devletin vergi gelirlerindeki artışa beraber dış borçlanmaya duyulan ihtiyaç azalacaktır (Adane vd., 2018, s. 12). Tablo 1'de döviz kurunun dış borçlar üzerindeki etkisinin ise pozitif olarak tespit edildiği görülmektedir. Nominal kurun yükselmesi ulusal paranın değer kaybetmesini yansıtacaktır. Ulusal paranın değer kaybetmesi ise dış borcun artmasına yol açacaktır (Mijiyawa ve Oloufade, 2022, s. 13).

SONUÇ

Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde ekonomik büyüme yöneticileri için en önemli hedeflerden birisidir. Ancak ekonomik büyümeyi teşvik eden bu ülkelerde yatırımlar için gerekli finansmanın sağlanması amacıyla dış borçlanma yoluna başvurulduğu görülmektedir. Dış borçlanma üzerinde ulusal tasarrufların yetersiz olması ve yüksek bütçe açıkları gibi faktörlerin temel rol üstlendiği kabul görmektedir. Literatürde dış borçlanma üzerinde etkili olabilecek bir başka faktör olarak işçi dövizleri gösterilmektedir.

Bu çalışmada işçi dövizlerinin dış borçlanma üzerindeki olası etkisi üst-orta gelir grubu ülkeler için araştırılmıştır. Bu kapsamda 24 ülke 1998-2019 zaman aralığı için GMM yöntemi ile analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarında işçi dövizlerinin dış borçları negatif etkilediği görülmüştür. Dış borçlar üzerinde negatif etkiye sahip diğer değişkenler olarak ulusal tasarruflar ve ticari dışa açıklık tespit edilmiştir. Öte yandan döviz kuru, enflasyon ve kamu harcamasının dış borçları pozitif etkilediği belirlenmiştir.

Sonuç olarak, işçi dövizlerinin dış borçlar üzerindeki etkisinin anlamlı ve negatif olduğu belirlenmiştir. Yöneticilerin ülkeye döviz girişi sağlaması ve ekonomik büyümeyi artırması amacıyla, işçi dövizlerini teşvik eden politikalar uygulamasının dış borçları azaltıcı etki de göstermesi işçi dövizlerinin bir başka avantajını ortaya çıkarmaktadır. Bu durumda, dış borç yükündeki artışın ülke ekonomisine zarar vermemesi için, ihracatı ve tasarrufu artıracak politikalara ilaveten işçi dövizlerini teşvik eden politikalar uygulanarak dış borçlara bağımlılığın azaltılması hedeflenebilir. İlaveten enflasyonu düşürücü ve ulusal paranın değer kaybetmesini önleyici politikalar ortaya konulması, ekonomik büyüme ve istikrarın sağlanması açısından en önemli hedefler iken, aynı politikaların dış borç yükünün de azalmasına katkı sunması, söz konusu politikaları uygulama konusunda yöneticileri daha çok teşvik edebilecektir.

KAYNAKÇA

- [1] Abbas, S., ve Wizarat, S. (2018). Military expenditure and external debt in south Asia: A panel data analysis. *Peace Economics, Peace Science and Public Policy*, 24(3), 1-7. <https://doi.org/10.1515/peps-2017-0045>
- [2] Abd Rahman, N.H., Ismail, S., Abd Samad, K., Handayani, B.D., Rahman, Y.A., ve Sakitri, W. (2022). The Effects of Regulatory Performance on the Debt-Growth Relationship: Cases of Upper-Middle-Income Economies. *Economies* 10(10), 235, 1-14. <https://doi.org/10.3390/economies10100235>
- [3] Abdullahi, M.M., Bakar, N.A.A., ve Hassan, S.B. (2015). Determining the macroeconomic factors of external debt accumulation in Nigeria: An ARDL bound test approach. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 21, 745 - 752. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.098>
- [4] Adamu, I. M. (2019). Re-visiting the drivers for increasing external debt. *Journal of Contemporary Issues and Thought*, 9 (June): 40-53. <https://doi.org/10.37134/jcit.vol9.5.2019>
- [5] Adane, O., Mulugeta, W., ve Melaka. T. (2018). Determinants of external debt in Ethiopia. *Horn of Africa Journal of Business and Economics* (HAJBE), 1(2), 1-16. <https://ejhs.ju.edu.et/index.php/jbeco/article/view/604>
- [6] Aladejare, S.A. (2023). How significant is trade, macroeconomic management, and economic integration for foreign indebtedness in West African Countries? <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-2559805/v1>
- [7] Al-Fawwaz, T. M. (2016). Determinants of external debt in Jordan: an empirical study (1990-2014). *International Business Research*, 9(7),116-123.<http://dx.doi.org/10.5539/ibr.v9n7p116>
- [8] Anderson, T. W., ve Hsiao, C. (1981). Estimation of dynamic models with error components, *Journal of the American Statistical Association*, 76(375), 598-606. <https://doi.org/10.2307/2287517>
- [9] Anoruo, E., Young, D., ve Ahmad, Y. (2006). Dynamics of external debts among heavily indebted poor countries (HIPC): A Panel data approach. *Journal of International Business Research*, 5(1), 41-52. <https://www.proquest.com/docview/215464075/fulltextPDF/70A594DEF1024388PQ/1?accountid=12398>
- [10] Arellano, M. B., ve Bond, S. (1991). Some tests of specification for panel data: Monte Carlo evidence and an application to employment equations. *The Review of Economic Studies*,58(2), 277-97. <https://doi.org/10.2307/2297968>
- [11] Asghar, N., Amjad, M. A., ve Rehman, H. (2022). Historical perspective of external debt in Pakistan: identifying key determinants/strategies. *Review of Economics and Development Studies*, 8(1), 13-24. <https://doi.org/10.47067/reads.v8i1.427>
- [12] Atique, R., ve Malik, K. (2012). Impact of domestic and external debt on the economic growth of Pakistan. *World Applied Sciences Journal*, 20(1), 120-129. DOI:10.5829/idosi.wasj.2012.20.01.1621
- [13] Awan, A., Asghar, N., ve Rehman, H. (2011). The impact of exchange rate, fiscal deficit and terms of trade on external debt of Pakistan: a cointegration and causality analysis. *Australian Journal of Business and Management Research*, 1(3), 10-24. 10.52283/NSWRCA.AJBMR.20110103A02
- [14] Awan, R.U., Anjum, A., ve Rehim, S. (2014). An econometric analysis of determinants of external debt. A case of Pakistan. *British Journal of Economics, Management & Trade*, 5(4), 382-391. DOI:<https://doi.org/10.9734/BJEMT/2015/8837>
- [15] Azolibe, C. B. (2020). Determinants of external indebtedness in heavily indebted poor countries: What macroeconomic and socio-economic factors matter?. *The American Economist*, 66(2),1-16. <https://doi.org/10.1177/0569434520938326>
- [16] Beyene, S. D., ve Kotosz, B.(2020a). Macroeconomic determinants of external indebtedness of Ethiopia: ardl approach to cointegration. *Society and Economy*, 42(3),313-332. <https://doi.org/10.1556/204.2020.00013>.
- [17] Beyene, S. D., ve Kotosz, B. (2020b). Determinants of external indebtedness in heavily indebted poor countries: an empirical evidence using panel - corrected standard error regression. *Journal of Applied Economic Sciences*, 1(67),229-242. DOI: [https://doi.org/10.14505/jaes.v15.1\(67\).21](https://doi.org/10.14505/jaes.v15.1(67).21)
- [18] Brafu-Insaideo, W. G., Ahiakpor, F., Vera Ogeh, F., ve William, G. C. (2019). Macro-determinants of short-term foreign debt in Ghana. *Cogent Economics and Finance*, 7(1), 1630161. <https://doi.org/10.1080/23322039.2019.1630161>.
- [19] Chiminya, A., Dunne, J. P., ve Nikolaidou, E. (2018). The determinants of external debt in sub-Saharan Africa. *School of Economics Macroeconomics Discussion Paper Series*, No: 2018-02, School of Economics, University of Cape Town. <https://docs.google.com/>
- [20] Choong, C.K., Lau, E., Liew, V.K.S., ve Puah, C.H. (2010). Does debts foster economic growth? The experience of Malaysia. *African Journal of Business Management*, 4(8), 1564-1575. <https://www.internationaljournals.com/articles/does-debts-foster-economic-growth-the-experience-of-malaysia.pdf>
- [21] Chuku, A. C. (2013). Analysis of external debt dynamics in ECOWAS economies. *Central Bank of Nigeria Economic and Financial Review*, 51(2), 93-114. <https://dc.cbn.gov.ng/efr/vol51/iss2/4/>
- [22] Danish, M.H., Jamsaid, F., ve Shahzadi, S. (2022). Macroeconomic determinants of external debt in selected SAARC countries: a panel data analysis. *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*, 12(1), 341-35. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7087785>
- [23] Dawood, M., Baidoo, S.T., ve Shah, S.M.R. (2021). An empirical investigation into the determinants of external debt in Asian developing and transitioning economies. *Development Studies Research*, 8(1), 253-263. DOI:10.1080/21665095.2021.1976658
- [24] Demikha, L., Shaharuddin, A. ve Edris, M.M.A.M. (2021). The Macroeconomic determinants of external debt in Ottoman Empire: a study of data from 1881-1913. *The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*, 18(1), 120-136. DOI: <https://doi.org/10.33102/jmifr.v18i1.336>
- [25] Din, M.U., Saeed, K., Khattak, S.W., Fatima, A., Intiaz, S., ve Ullah, S. (2020). Macroeconomic Determinants of Foreign Indebtedness: Evidence from Pakistan. *Indian Journal of Economics and Business*, 19 (2), 117-130. <http://www.ashwinanokha.com/resources/v19-2-10-Samiullah%20Farooq-December%202020.pdf>
- [26] Fatukasi, B., Kolawole, B.G., Falade, A.O.O., ve Ayeomoni, I.O. (2020). Determinants of external debt in Nigeria: insecurity as the prevalent issue. *International Journal of Management Studies and Social Science Research*, 2(2),1-8. <https://www.ijmsssr.org/paper/IJMSSSR00102.pdf>
- [27] Haider, A., ve Ali, A. (2015). Socio-Economic determinants of crimes: a cross-sectional study of punjab districts. *International Journal of Economics and Empirical Research*, 3(11), 550-560. http://tesdo.org/shared/upload/pdf/papers/IJEER.%203_11_.%20550-560%20.pdf
- [28] Hakimi, A., Boussaada, R., ve Karmani, M. (2019). External debt, investment, and economic growth: a seemingly unrelated regression model for low-income countries. *Journal of Economic Integration*, 34(4), 725-745. <https://www.jstor.org/stable/26820392>
- [29] Hussain, A., ve Chani, M. I. (2018). Remittances, foreign debt and economic growth: a cross country analysis. *Bulletin of Business and Economics*, 7(2), 59-71. <https://bbejournal.com/index.php/BBE/article/view/175/131>
- [30] Khan, L., Arif, I. & Waqar, S. (2021). The impact of military expenditure on external debt: The case of 35 arms importing countries. *Defence and Peace Economics*, 35(5), 588-599. <https://doi.org/10.1080/10242694.2020.1723239>
- [31] Khan, M., ve Jalil, A. (2020). Determinants of interest margin in Pakistan: a panel data analysis. *Economies*, 8(25), 1-13. doi:10.3390/economies8020025

- [32] Lau, E., ve Lee, A.S.Y. (2016). Determinants of external debt in Thailand and the Philippines. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(4), 1973-1980. <https://www.econjournals.com/index.php/ijefi/article/view/2151/pdf>
- [33] Mahara, T.S., ve Dhakal, S. (2020). Macroeconomic determinants of external debt in Nepal: The ARDL Approach. *Quest Journal of Management and Social Sciences*, 2(2), 275-289. DOI: <https://doi.org/10.3126/qjmss.v2i2.33299>
- [34] Mensah, D., Aboagye, A.Q.Q., Abor, J.Y., ve Kyereboah-Coleman, A. (2017). External debt among HIPC's in Africa: Accounting and panel VAR analysis of some determinant. *Journal of Economic Studies*, 44(3), 431 – 455. DOI: <https://doi.org/10.1108/JES-05-2015-0080>
- [35] Mijiyawa, A.G., ve Oloufadi, D.K. (2022). Effect of remittance inflows on external debt in developing countries. *Open Economies Review*, 1-38. <https://doi.org/10.1007/s11079-022-09675-5>
- [36] Mulugeta, E.T. (2021). Macroeconomic determinants of external debt accumulation in ethiopia: an ardl bound testing approach. *African Journal of Economics and Sustainable Development*, 4(2), 1-28. DOI: 10.52589/AJESD-5CHIK2TR.
- [37] Omar, Z.M., ve Ibrahim, M.I. (2021). Determinants of external debt: the case of Somalia. *Asian Development Policy Review*, 9(1), 33-43. DOI: 10.18488/journal.107.2021.91.33.43
- [38] Pyeman, J., Noor, N. H. H. M., Mohamad, W. M. F. W., ve Yahya, A. A. (2014). Factors affecting external debt in Malaysia: An empirical investigation. In *Proceedings of the 1st AAGBS International Conference on Business Management 2014* (AiCoBM 2014), 449-455. Springer
- [39] Rahman, N. H., Ismail, S., ve Ridzuan, A.R. (2021). Ageing population and external debt: an empirical investigation. *Journal of Business Economics and Management*, 22(2), 410–423. <https://doi.org/10.3846/jbem.2020.13690>
- [40] Saxena, S.P., ve Shanker, I. (2020). Determinants of external debt in India. *Business Analyst, A Refereed Journal of SRCC*, 41(1), 81-94. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3860063
- [41] Waheed, A., ve Abbas, S. (2021). Determinants and sustainability of external debt: a panel data analysis for selected islamic countries, *MPRA Paper, No. 107486*. <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/107486/>
- [42] Waheed, A. (2017). Determinants of external debt: a panel data analysis for oil and gas exporting and importing countries. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(1), 234-240. <https://www.econjournals.com/index.php/ijefi/article/view/3742>



GERİLLA PAZARLAMA FAALİYETLERİ VE TÜKETİCİLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

VASVİYE ÖZLEM AKGÜN¹ & BEDİRHAN DEMİR^{2*} & MEHMET AKİF ÇİNI³

¹Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü, ozlemakgun@selcuk.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-0597-7318>. ²Yüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, bedirhandemir.ticaret@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-0066-6684>. ³Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, Cihanbeyli Meslek Yüksekokulu Muhasebe ve Vergi Bölümü, mehmetakifcini@selcuk.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-7619-978X>.

Etik Kurul Onayı: Selçuk Üniversitesi Etik Kurulu, 10.05.2023 tarihli, 516468 sayılı yazı ve E-22752295-050.01.04-521029 sayılı karar

ÖZ

Bugünün pazarlama ortamında, tüketicilere ulaşma ve onların dikkatini çekme konusunda kullanılan yöntemler, gelenekselin oldukça ötesindedir. Tüketim alışkanlıkları teknolojik gelişmelerin etkisiyle kökten değişmiştir ve değişmeye de devam etmektedir. Bu durum satışları artırma ya da marka sadakati geliştirme niyetinde olan pazarlama yöneticilerini dikkat çekici, inovatif, farklılık yaratan ve geleneksel olmayan tutundurma kampanyaları geliştirmeye zorlamaktadır. Gerilla pazarlama, pazarlama uzmanlarının bu ihtiyacını karşılayacak modern pazarlama yöntemleri arasındadır. Düşük bütçelerle ve alışılmadık yöntemlerle dikkat çekici pazarlama kampanyaları ortaya koymaya odaklanan gerilla pazarlama uygulamaları, hedef kitlelerin ilgisini çekmenin ve marka bilinirliğini artırmanın bir yolu olarak son dönemde sıklıkla tercih edilen modern pazarlama uygulamalarındandır.

Yapılan bu çalışmanın amacı; merak uyandıran yöntemlerle müşterilerin zihninde daha kalıcı ve hatırlanabilir olmayı hedef edinen gerilla pazarlama faaliyetlerinin, tüketicilerin satın alma niyeti üzerindeki etkisini araştırmaktır. Araştırma kapsamında 401 katılımcı ile anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Yapılan istatistikî analizler neticesinde; gerilla pazarlama bileşenlerinden yenilik, sürpriz, duygusal uyarılma ve netliğin tüketicilerin satın alma niyeti üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğu; alaka, estetik ve mizahın ise anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olmadığı bulgusu elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gerilla Pazarlama, Tüketici Satın Alma Kararı, Pazarlama İletişimi.

Editör / Editor:

Leyla LEBLEBİCİ KOÇER,
Erciyes Üniversitesi, Türkiye

*Sorumlu Yazar/ Corresponding Author:

Bedirhan DEMİR,
bedirhandemir.ticaret@gmail.com

JEL:

D11, D90, M31, Z13

Geliş: 23 Mayıs 2023

Received: May 23, 2023

Kabul: 14 Kasım 2023

Accepted: November 14, 2023

Yayın: 30 Nisan 2024

Published: April 30, 2024

Atıf / Cited as (APA):

Akgün, V. Ö. & Demir, B. & Çini, M. A. (2024),
Gerilla Pazarlama Faaliyetleri ve Tüketiciler
Üzerindeki Etkisi, Erciyes Üniversitesi İktisadi
ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 67, 61-68,
doi: 10.18070/erciyesiibd.1301417

GUERRILLA MARKETING ACTIVITIES AND THEIR IMPACT ON CONSUMERS

ABSTRACT

In today's marketing environment, traditional methods are no longer sufficient to reach and attract consumers. Technological developments have significantly changed consumption habits and required marketing managers to develop innovative, fascinating and unconventional marketing concepts. Guerrilla marketing has emerged as a contemporary approach to meet this need. Guerrilla marketing focuses on creating an eye-catching marketing mix that attracts the attention of the target audience and increases brand awareness through low budgets and unconventional methods. It has become increasingly popular in modern marketing as a way to attract consumers and increase brand loyalty. The aim of this study is to investigate the effect of guerrilla marketing activities, which aim to be more permanent and memorable in the minds of customers with intriguing methods, on consumers' purchase intention. A survey was conducted with 401 participants within the scope of the research. As a result of the statistical analysis, it was found that innovation, surprise, emotional arousal and clarity, which are the components of guerrilla marketing, have a significant and positive effect on consumers' purchase intention; It was found that relevance, aesthetics and humor did not have a significant and positive effect.

Keywords: Guerilla Marketing, Consumer Purchasing Decision, Marketing Communications.

GİRİŞ

Küreselleşmeyle birlikte işletmeler arasındaki rekabet artmış ve işletmeler artan rekabet ortamında varlıklarını sürdürebilmek için çeşitli çözüm yolları geliştirmeye başlamıştır. İşletmelerin varlıklarını sürdürebilmesinin en temel ve basit yolu, tüketicileri ve müşterileri anlayabilmekten ayrıca onların istek ve ihtiyaçlarına cevap verebilmekten geçmektedir. Tüketicilerin beklenti ve ihtiyaçları yıllar boyunca aile yapısı, kültür, sosyal faktörler, demografik faktörler, psikolojik faktörler, teknolojik gelişmeler vb. pek çok unsurun etkisiyle değişmiş ve gelişmiştir. Bu durum pazarlama anlayışının da gelenekselden, moderne dönüşümünü zorunlu kılmıştır. İşletmeler de bu sebeple yayın, doğrudan posta, telefon, reklam panosu, dergi ve gazete gibi tutundurma çalışmalarını içeren geleneksel pazarlamadan, tüketiciye daha iyi hizmet etmeyi ve tüketiciyi anlamayı amaç edinen tutundurma faaliyetlerini bünyesinde barındıran modern pazarlama anlayışına yönelmiştir.

Gerilla pazarlama, modern pazarlama yöntemleri arasında öne çıkan yöntemlerden birisidir. Gerilla pazarlama en kısa haliyle alışılmadık dışında taktiklerle ve beklenmeyen yerlerde, beklenmeyen zamanlarda yürütülen tutundurma kampanyalarıdır. Gerilla pazarlama kavramı, literatürde ilk olarak Jay Conrad Levinson tarafından 1984 yılında kaleme alınmıştır (Scheibe, 2013, s. 108). Gerilla pazarlama hem küçük ve orta ölçekli işletmeler hem büyük işletmeler hem de çok uluslu şirketler tarafından tercih edilen bir pazarlama modelidir. Maliyetin diğer pazarlama yöntemlerine göre daha az olması, bir başka ifade ile düşük bütçelerle gerçekleştirilebilir oluşu, geleneksel yöntemlere kıyasla daha fazla dikkat çekici olması, değişen tüketici beklentilerine daha hızlı yanıt veriyor olması, akılda kalıcı olması ve marka bilinirliğine olumlu katkı sunması gerilla pazarlamanın tercih edilmesindeki en temel sebepler arasında yer almaktadır.

Yapılan bu çalışmanın amacı; gerilla pazarlamanın bileşenleri (Dinh ve Mai, 2015, s. 191-192) olan, yenilik, alaka, estetik, sürpriz, mizah, duygusal uyarılma ve netliğin tüketicilerin satın alma niyeti üzerindeki etkisini incelemek ve analiz etmektir. Bu amaç doğrultusunda bahsi geçen bileşenlerin tüketici satın alma niyetine etkisine yönelik hipotezler oluşturulmuş ve yapılan saha çalışması ile elde edilen veriler, istatistiksel yöntemlerle test edilmiştir. Çalışmanın tüm aşamalarında akademik ve yayın etiğine dikkat edilmiş ve çalışmanın titizlik ile yürütülmesine özen gösterilmiştir.

I. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

A. PAZARLAMA VE GERİLLA PAZARLAMA

Pazarlama ile ilgili genel bir yanlış yorumlama, pazarlamanın sadece satış ve reklam faaliyetlerinden ibaret olduğu şeklindedir. Satış ve reklam, pazarlama buzdüğünün yalnızca görünen kısmıdır. Pazarlama; kârlı müşterileri bulmak, onları elde tutmak ve geliştirmek için kullanılan bir sanat ve bilim olarak kabul edilmektedir (Metodijeski, Temelkov ve Stankovska, 2016, s. 125). Amerikan Pazarlama Birliğinin (AMA-American Marketing Association) kabul ettiği pazarlama tanımı "Pazarlama, müşteriler, ortaklar ve genel olarak toplum için değeri olan teklifleri yaratma, iletme, sunma ve değiş tokuş etme etkinliği, kurumlar dizisi ve süreçleridir" şeklindedir (AMA, 2022).

Tüketiciler, her gün çok sayıda reklam mesajına maruz kalmaktadır. Aynı tür reklamlara tekrar tekrar maruz kalan müşteriler, bu reklamları engelleme ya da görmezden gelme eğilimine girmektedir. Pazarlama uzmanlarına da yöneticiler tarafından, bu savunmaların ardına geçebilecek yeni reklamlar geliştirmeleri konusunda baskı yapılmaktadır (Katke, 2016, s. 151). Gerilla pazarlamayı; geleneksel pazarlamadan ayıran en temel özelliği, alışılmadık (alışılmalı) dışında doğasıdır. Gerilla pazarlama, hedef kitlede mümkün olan en büyük etkiyi yaratmayı amaçlayan, geleneksel olmayan bütünsel pazarlama iletişimi faaliyetlerini içermektedir (Nufer, 2013, s. 1). Geleneksel pazarlama stratejilerinin önemini yitirdiği bugünün pazarlama ortamında küçük bütçeye sahip büyük hayalleri olan işletmeciler için ideal pazarlama stratejisi olarak kabul edilen gerilla pazarlamanın amacı; bir müşterinin mal veya hizmeti satın almasını sağlamak veya onunla ilgilenebilecek diğer kişilere bahsetme olasılığını artırmaktır (Onurlubaş, 2017, s. 31;

Xavier ve Jayan, 2021, s. 141). Tablo 1. geleneksel pazarlama ve gerilla pazarlama arasındaki temel farkları ortaya koymaktadır.

TABLO 1 | Geleneksel Pazarlama ve Gerilla Pazarlama Karşılaştırması

	Geleneksel Pazarlama	Gerilla Pazarlama
Belirleyici Güç	İşletmenin mali gücü	Hayal gücü, yenilikçi fikirler, zaman
Değerlendirme	Satış rakamları	Karlılık düzeyi
Büyüme Yöntemi	Doğrusal büyüme	Geometrik büyüme
Teknoloji	Kullanımı güç, zahmetli ve pahalı	Kullanımı kolay, ucuz
Rekabet	Rekabet ön planda, yeni fırsat arayışı	Rakiplerle yapılan iş birliği sayesinde yeni fırsat arayışı
Reklam Yeri Seçimi	Yüksek ücretli geleneksel pazarlama kanalları tercihi	Bilinenin dışında reklam kanalları tercihi

Kaynak: Nardalı, 2009, s. 108

Gerilla pazarlama, geleneksel reklamcılıktan daha etkili, yaratıcı, şaşırtıcı, eğlenceli ve ilgi çekici olarak değerlendirilmektedir. Gerilla reklamı, ürün tanıtımında kullanılan ve ürünü pazara tanıtmak için alışılmadık veya riskli yollar kullanan bir reklam biçimidir (Singhal, 2021, s. 74). Gerilla pazarlama, kesin mesajların iletilmesi için uygulanan ekonomik bir pazarlama yöntemidir. Aynı zamanda gerilla pazarlama; olağandışı, beklenmedik, düzensiz ve sıra dışı olarak nitelendirilen bir reklam ve pazarlama yaklaşımıdır. Bu nedenlerle gerilla pazarlama, markaların iletişim stratejilerinde önemli bir konum kazanmıştır (Chionne ve Scozzese, 2014, s. 155-156). Gerilla pazarlama, bir mal veya hizmetin yalnızca açık, kullanışlı özelliklerinden ziyade örtük niteliklerini de tanıtmaya dayanmaktadır. Ürünün kendisi yerine ürünle birlikte gelen fikri tanıtarak, ürünle ilişkili duygusal ideolojiye hitap etmektedir. Gerilla pazarlama, bir ürünü faydacı bir temelden ziyade ideolojik bir temelde farklılaştırarak tüketicilerin duygularına hitap etmeye çalışmaktadır. Uygun maliyet-fayda oranı, gerilla etkisi olarak bilinmektedir. Gerilla pazarlama yoluyla işletmeler, bir müşteriye yapılan her bir çıktının etkisini artırarak maliyet-fayda analizlerini en üst düzeye çıkarmayı amaçlamaktadır (Jayesh ve Jacob, 2019, s. 189). Gerilla pazarlama, duruma özgü olağandışılıkla yoluyla organizasyona avantaj sağlamak için geleneksel pazarlama karmasını stratejik ve taktik olarak değiştiren bir pazarlama metodudur. Kısaca gerilla pazarlama; pazarlama uzmanlarının, kalıcı ve hatırlanacak bir etki yaratmak için doğru müşterileri hedefleyerek, beklenmeyen zamanlarda alışılmadık teknikler kullanmasıdır (Dinh ve Mai, 2015, s. 191). Pazarlama karması elemanlarını kullanan gerilla pazarlama, ağırlıklı olarak tutundurma için kullanılmaktadır (Gedik, 2020, s. 73).

1. Gerilla Pazarlamanın Boyutları

Gerilla pazarlamayı oluşturan ve çalışmanın modeline de dahil edilen bileşenler; yenilik, alaka düzeyi, estetik, sürpriz, mizah, duygusal uyarılma ve mesaj netliğidir (Dinh ve Mai, 2015, s. 191-192). İlgili bileşenler kısaca şu şekilde özetlenebilmektedir:

- Yenilik:** Yenilik kavramı reklam stratejisi için kritik önem taşıdığından, pazarlama açısından giderek daha fazla önemsendiği ifade edilmektedir. Gerilla pazarlamanın birincil yatırım alanı; zaman, enerji ve hayal gücüdür. Gerilla taktikleri, bu hedefe ulaşmak ve olumlu bir ilk izlenim bırakmak için yaratıcı olmalıdır (Dinh ve Mai, 2015, s. 191-192).
- Alaka düzeyi:** Reklamdaki bilgilerin, reklam mesajını nasıl desteklediğini veya yönlendirdiğini göstermektedir (Mudrik, Rigelsky, Gavurona, Bačić ve Fedorko, 2020, s. 15). Alaka düzeyi, bir reklamda yer alan bilgilerin reklamnın mesajını nasıl iyileştirdiğinin veya azalttığına bir yansımasıdır (Dinh ve Mai, 2015: 192). İki farklı alaka düzeyi vardır. Bunlar; reklam alaka düzeyi ve marka alaka düzeyidir. Reklam alaka düzeyi, bir ürünün mesajı iletilirken reklam mesajının anlamlı olup olmadığını incelerken; marka alaka düzeyi, tüketicilerin reklamı yapılan markaya ilişkin vizyonunun uyumlu olup olmadığını incelemektedir (Mudrik vd., 2020, s. 15).

- c. Estetik:** Estetik, reklamın yapısının uyumunu ifade etmektedir (Mudrik vd., 2020, s. 15). Estetik tercih, yalnızca benimsenen biçime dayanmamalı aynı zamanda reklamların karmaşıklığını ve yeniliği de hesaba katmalıdır (Mercanti-Guérin, 2008, s. 103-104). Bu sebeple, estetik bir reklamın zevkli olabilmesi için iki kriteri karşılaması gerekmektedir. Bunlar; tahmin edilebilir olmak ve aynı zamanda sürpriz unsuruna sahip olmaktadır (Wallendorf, Zinkhan ve Zinkhan, 1981, s. 52).
- d. Sürpriz:** Gerilla pazarlamanın, alışılmışın dışında ve gösterişli faaliyetlerle gerçekleşmesi beklenmektedir. Bu nedenle, müşterinin dikkatini çekme açısından sürpriz oldukça önemlidir (Baltes ve Leibing, 2008, s. 47). Sürpriz kısaca, değerlendirme başlamadan önce ve reklamla ilk temastan itibaren yaşanan şoku ifade etmektedir (Mercanti-Guérin, 2008, s. 102).
- e. Mizah:** Ürüne, dikkat çekmektedir. Reklamda mizah, reklama ve markanın kendisine karşı daha olumlu bir tutuma yol açmaktadır ve müşterileri satın almaya teşvik etmektedir (Mudrik vd., 2020, s. 15). Gerilla pazarlamada, doğru dili kullanmak önemlidir. Tüketicilerin dikkatini reklama çekebilmek için reklamın; eğlenceli, mizahi, arkadaş canlısı olması gerekmektedir (Levinson ve Horowitz, 2010, s. 119).
- f. Duygusal uyarılma:** Her yeniliğin, reklamların tüketiciler tarafından kabul edilip edilmeyeceğini belirleyen duygusal sonuçları vardır (Mudrik vd. 2020, s. 15-16). Duygusal uyarılma veya reklamlarla etkileşimin, sosyal amaç girişimleri için etkili bir araç olduğu kanıtlanmıştır. Duygusal çekiciliğin, istenen reklam hedefi için kullanılması konusunda ortak bir görüş vardır (Sciulli, Bebko ve Bhagat, 2017, s. 1-2).
- g. Mesaj netliği:** İnsanların bir ürün veya marka hakkında düşünceleri için önce reklam mesajını anlamaları gerekmektedir. Gerilla ve viral tutundurma kampanyaları söz konusu olduğunda, reklamlar alışılmadık bir şekilde yürütülüp yerleştirildiğinden, reklam mesajının müşteriler tarafından kolay anlaşılır olmasını sağlamak önemlidir (Mudrik vd. 2020, s. 15).

B. TÜKETİCİLERİN SATIN ALMA NİYETİ

Tüketicinin, bir mal veya hizmeti satın alma eyleminden önce karar verme süreci söz konusudur. Tüketici bağlamında satın alma kararları, tüketici tarafından problem çözme süreci boyunca geliştirilen çeşitli alternatiflerden yargıya dayalı mal ve hizmet seçimleri olarak değerlendirilmektedir. Tüketici, ürün hakkında öğrendiği bilgilerin tamamını, ürün hakkında zaten bildikleriyle birleştirmekte, seçenekleri bir dizi kriterlere göre değerlendirilmekte ve ardından en iyi davranışın ne olduğuna karar vermektedir (Marcus, 2019, s. 46). Satın alma niyeti, pazarlama literatüründe önemli bir kavramdır. Pazarlama yöneticileri, mevcut veya yeni ürünlerin satışlarını tahmin etmenin yanı sıra, yeni ve mevcut ürünlere yönelik; ürün talebi, pazar bölümlendirme ve promosyon stratejileri ile ilgili pazarlama kararlarına yardımcı olmak için tüketicilerin satın alma niyetleriyle ilgilenmektedir (Tuu ve Olsen, 2010, s. 79). Pazarlamacılar, tüketicileri bir ürünle ilgili marka sadakati oluşturmaya çalışabilmekte ve bunu yapmak için yeni yöntemler (promosyonlar, mesajlar, reklamlar) geliştirebilmektedir (Tsiotsou, 2006, s. 214). Tüketicinin karar alma süreci, Şekil 1’de özetlenmektedir.

ŞEKİL 1 | Tüketiciyi Yönlendirme



Kaynak: İslamoğlu ve Altunışık, 2017, s. 4.

İslamoğlu ve Altunışık'ın (2017) oluşturduğu modeldeki çıktılarından bir tanesi de satın alma faaliyetidir. Bu süreci nelerin etkilediği de girdiler kısmında belirtilmiştir. Son yıllarda gerçekleşen atılımlar ile teknoloji gelişmiş ve tüketicilerin karar verme mekanizmaları daha karmaşık hale gelmiştir. Geçmiş dönemlerde talebin fazlalığından

dolayı üreticinin elinde olan güç, zamanla tüketicilerin eline geçmiştir. Yalnızca teknoloji değil artan rekabetten kaynaklı olarak da işletmeler hayatta kalabilmek için tüketicileri anlama ve ürünlerine değer katma arayışına girmişlerdir. Sunulan bu değerleri potansiyel müşterilere aktarıp, kâr marjını artırmak pazarlamacıların en temel sorumluluklarından bir tanesidir. Şekil 1’de görüldüğü gibi tüketicilerin karar verme süreçlerini etkileyen faktörlerden bir tanesi de yönlendirici dışsal faktörlerdir. Bu faktörler diğer pazarlama karması elemanları ile ne kadar entegreli kullanılabilirse, pazarlama faaliyetleri de o kadar olumlu ve anlamlı sonuçlar vermektedir (İslamoğlu ve Altunışık, 2017, s. 4-5).

II. LİTERATÜR TARAMASI

Çalışmanın bu kısmında, gerilla pazarlama ile ilgili yapılan, ulusal ve uluslararası literatürde öne çıkan bazı çalışmalara yer verilmiştir.

Baltes ve Leibing (2008) tarafından gerçekleştirilen ve gerilla pazarlama faaliyetlerinin, bilişim hizmetleri alanında uygulanabilirliğini tespit etmenin amaçlandığı çalışma sonucunda, bilişim hizmetleri alanında ürün benzeri bir temsilin oluşturulabildiği ve duygusal değerlerle bağlantı kurulabildiği her durumda gerilla pazarlamanın bilişim hizmetlerinde uygulanabilir olduğu bulgusu elde edilmiştir.

Nawaz vd.'nin (2014) çalışmasının amacı, gerilla pazarlamanın tüketici satın alma davranışı üzerindeki etkisini araştırmaktır. Araştırma kapsamında tüketiciler üzerinde yapılan 200 anket değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda, gerilla reklamların tüketicilerin satın alma kararında önemli bir etkisi olduğu ortaya konulmuştur.

Volna'nın (2014) yapmış olduğu çalışmanın temel amacı, gerilla pazarlamanın tüketicilerin satın alma davranışı üzerindeki etkilerini analiz etmektir. Araştırmada tüketicilerin, gerilla pazarlama faaliyetlerinin sonucunda hangi duygularının uyandırıldığı sorgulanmıştır. En yaygın olarak uyandırılan duygu türleri eğlence, heyecan ve mutluluk olarak tespit edilmiştir. Çalışmanın sonucunda, gerilla pazarlamanın tüketicilerin satın alma davranışları üzerinde olumlu bir etkisi olduğu sonucuna varılmıştır.

Iqbal ve Lohdi (2015) tarafından hazırlanan çalışmanın amacı, gerilla pazarlamanın tüketiciler üzerindeki etkisini incelemektir. Çalışmanın saha uygulaması 204 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Yapılan çalışma sonucunda; gerilla pazarlamanın tüketicilerin satın alma davranışı üzerinde önemli bir etkisi olduğu bulgusu elde edilmiştir. Ayrıca çalışma; müşterilerin her zaman farklı ve yaratıcı şeyler istediğini ve bu ihtiyaçların gerilla pazarlama ile karşılanabileceği, bu tatmin etmelerin de müşteri sadakati oluşturacağını ve müşterilerin tekrar tekrar satın alma kararı verebileceğini de ortaya koymuştur.

Dinh ve Mai'nin (2015) yapmış olduğu çalışmanın amacı, gerilla pazarlamanın tüketici davranışı üzerindeki etkilerinin tespitidir. Çalışmada katılımcılar 20 gerilla reklamına maruz bırakılmış ve reklama yönelik algıları tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu etkileri incelemek için Faktör analizi ve Çoklu regresyon analizi kullanılmıştır. Çalışma, gerilla pazarlamanın tüketici satın alma niyeti üzerinde önemli bir etkisinin olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, çalışmanın sonucunda, yaratıcılık, duygusal uyarılma ve mesaj netliğinin satın alma niyeti üzerinde önemli etkileri olduğu, mizah ve sürpriz in ise etkili bulunmadığı tespit edilmiştir.

Jeevan (2016) tarafından hazırlanmış çalışmanın temel amacı, gerilla pazarlamanın bilinirliğini ölçmek ve gerilla pazarlamanın tüketiciler üzerindeki etkisini incelemektir. Bilişim teknolojisi, pazarlama, reklamcılık alanındaki profesyonellerden oluşan 120 katılımcıdan oluşan bir örneklem seçilmiş ve çalışma sonucunda, katılımcıların %60'ının gerilla pazarlamadan haberdar olduğu ve bu nedenle gerilla pazarlamanın geleneksel pazarlama yöntemine göre kitlelere daha etkili biçimde ulaşmada önemli bir alternatif olduğu tespit edilmiştir.

Akhtar vd. (2016) tarafından hazırlanmış çalışma, 200 kişilik bir katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Toplanan verilerin analizi sonucunda, gerilla pazarlamanın tüketicilerin satın alma davranışı üzerinde önemli bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Tüketici davranışlarındaki değişimin %89,4'ünün gerilla pazarlama ile açıklandığı sonucuna varılmıştır.

Onurlubaş'ın (2017) yapmış olduğu çalışmada gerilla pazarlamanın tüketici algılarını nasıl etkilendiği araştırılmış ve İzmir’de yaşayan 384 kişiye anket yapılmıştır. Çalışmada demografik özelliklere göre, gerilla pazarlamanın tüketici davranışları üzerindeki etkisi araştırılmıştır.

Çalışma sonucuna göre kadınlar, gerilla pazarlama yöntemini erkek katılımcılara göre daha sıra dışı bulmaktadır ve bu pazarlama tekniğinde iletişimin daha iyi olduğunu düşünmektedir. Ortalama yaş arttıkça, tüketiciler gerilla pazarlama yönteminin daha sıra dışı olduğunu düşünmektedir. Evli katılımcılar, gerilla pazarlama yöntemini evli olmayan ve boşanmış katılımcılara kıyasla daha sıra dışı bulmaktadır. Aynı zamanda eğitim durumu arttıkça, tüketiciler gerilla pazarlama yönteminin olağanüstü, ilginç ve şaşırtıcı olduğunu düşünmektedir.

Yıldız (2017) yapmış olduğu çalışmasıyla gerilla pazarlamasının marka farkındalığı ve tüketicilerin satın alma niyeti üzerindeki etkilerini analiz etmeye çalışmıştır. Yapılan istatistiksel değerlendirmenin sonunda, gerilla pazarlamasının satın alma niyetinin etkileri ile ilgili; mizahın satın alma niyetinde önemli bir etki yaratmadığı, yenilik, sürpriz, estetik, ilgi, netlik ve duygusal uyarılma, satın alma niyeti üzerinde önemli ve olumlu bir etkiye sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Powrani ve Kennedy (2018) yapmış oldukları çalışmada, gerilla reklamcılığın farkında olan ve gerilla reklamcılığına maruz kalan Sri Lanka Eastern Üniversitesi'nden 380 öğrenci üzerinde anket uygulaması gerçekleştirmiştir. Çalışma sonucuna göre, yenilik, estetik, alaka, netlik, mizah, duygusal uyarılma ve sürpriz bileşenlerinin Y Kuşağı tüketicilerinin satın alma niyetine yüksek düzeyde ve pozitif yönde katkısı olduğu ortaya konulmuştur.

Ahmed vd. (2020) tarafından yapılan çalışmanın amacı, küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ'ler) için gerilla pazarlama tekniklerini ve bu tekniklerin tüketicilerin satın alma kararları üzerindeki etkilerini araştırmaktır. Araştırma kapsamında tüketiciler üzerinde yapılan 584 anket değerlendirilmiştir. Çalışma sonucunda, viral pazarlama, sokak grafikleri ve unutulmaz ve garip unsurlar içeren gerilla pazarlama tekniklerinin, tüketicilerin satın alma kararında olumlu ve önemli bir etkiye sahip olduğu bulgusu elde edilmiştir.

Nitel bir araştırma niteliği taşıyan Rogers'in (2021) çalışması, gerilla pazarlama faaliyetlerinin fast-food alanında hizmet veren markaların Z kuşağı algılarını ve bağlılıklarını nasıl değiştirdiğini algılamaya yöneliktir. Yapılan çalışma, gerilla pazarlamasının olumlu bir marka imajı ve marka çağrışımları yaratmada etkili bir pazarlama stratejisi olduğu ve aynı zamanda bu pazarlamayı kullanan fast-food markaları bağlamında tüketicilerin zihninde en üst sıraya yerleştirdiği sonucuna varılmıştır. Ayrıca, gerilla pazarlamasının mevcut marka bağlılıklarını pekiştirme yeteneğine sahip olduğu ancak kendi başına marka sadakati üretmeyeceği, yalnızca olumlu marka algıları üretebileceği anlaşılmıştır. Gerilla pazarlamasının markaları daha yaratıcı, ilgi çekici ve zeki gösterdiği kanısına varılmıştır.

Akdoğan ve Tarhan'ın (2022) gerçekleştirmiş olduğu çalışmanın amacı, gerilla pazarlamasının Y kuşağı tüketicilerinin satın alma davranışını nasıl etkilediğini belirlemektir. 406 katılımcının cevabı, değerlendirmeye alınmıştır. Çalışmada gerilla pazarlamasının boyutları özgünlük, estetik, mizah, güvenilirlik, harekete geçirme, kolaylık ve ilginçlik olarak belirlenmiştir. Çalışma sonucunda; bu boyutlardan estetik, güvenilirlik, ilginçlik ve harekete geçirmenin Y kuşağı tüketicilerinin satın alma davranışı üzerinde anlamlı ve pozitif yönde bir etki olduğu tespit edilmiştir.

Dubauskas ve Išoraitė (2022) tarafından gerçekleştirilen çalışma ile finansal hizmet kurumlarında, gerilla pazarlama araçlarının kullanım yöntemi ve uygulamaları tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmada finansal gerilla pazarlamasının geleneksel pazarlamadan ayrıldığı hususlara vurgu yapılmış, finans sektöründeki gerilla pazarlama faaliyetlerinin hedef kitle üzerinde coşku ve bağlılık yaratan bir pazarlama yaklaşımı olduğu ifade edilmiştir.

Shahriari ve Kashani (2022) tarafından yapılan çalışmanın amacı, sosyal medyada yapılan gerilla pazarlama reklamlarının marka imajı üzerindeki etkinin tespit edilmesidir. 382 kişi üzerinde gerçekleştirilen saha çalışmasından elde edilen verilerin istatistiksel analizleri sonucunda, gerilla pazarlama reklamlarının markanın zihinsel ve işlevsel imajı üzerindeki etkisini doğrulamıştır.

III. YÖNTEM

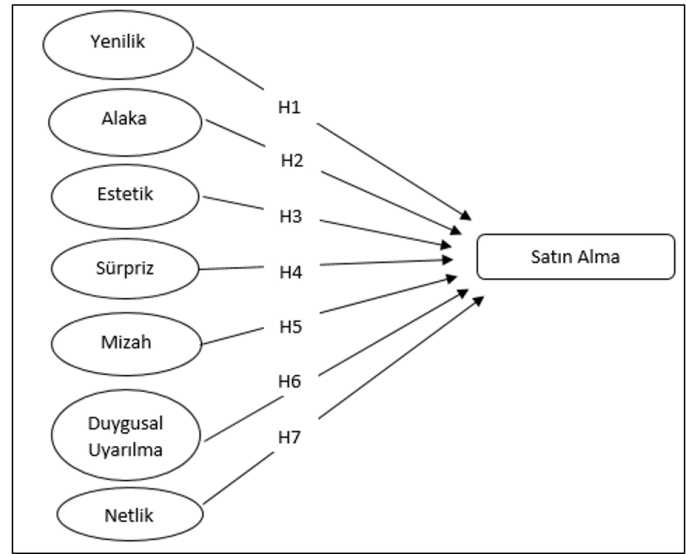
Gerilla pazarlama, modern pazarlama çağında önemi giderek artan yaratıcılığa dayalı olan, düşük bütçe ve yatırımlarla gerçekleştirilebilen ve geleneksel olmayan araçlarla sürdürülen yenilikçi bir kavram ve

pazarlama şeklidir. Yapılan bu çalışmanın amacı, hiper rekabet ortamında alışılmışın dışında yöntemlerle ve düşük bütçelerle işletmelere önemli avantajlar sunan gerilla pazarlama bileşenlerinin, tüketicilerin satın alma niyeti üzerindeki etkisinin ölçülmesidir. Araştırmanın yöntem kısmında araştırma modeline, hipotezlere, evren ve örnekleme, veri toplama yöntemine, yapılan saha çalışması sonucu elde edilen verilerin analiz ve bulgularına yer verilmiştir.

A. ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZLERİN OLUŞTURULMASI

Bu çalışmada, geleneksel olmayan pazarlama stratejilerini ifade eden gerilla pazarlama bileşenlerinin satın alma niyeti üzerine etkisi araştırılmıştır. Bu kapsamda gerilla pazarlamayı oluşturan bileşenler modele dâhil edilmiştir. Bu bileşenler; yenilik, alaka düzeyi, estetik, sürpriz, mizah, duygusal uyarılma ve mesaj netliğidir (Dinh ve Mai,

ŞEKİL 2 | Araştırma Modeli



2015, s. 191-192). Nunthiphatprueksa'nın (2017), Dinh ve Mai (2015), Powrani ve Kennedy'nin (2018) çalışmalarından yararlanılarak geliştirilen teorik model Şekil 2'de gösterilmektedir.

Teorik model kapsamında geliştirilen hipotezler sırasıyla aşağıda ifade edilmiştir:

H1: Gerilla pazarlama bileşenlerinden yenilik, tüketicilerin satın alma niyetini pozitif yönde etkiler.

H2: Gerilla pazarlama bileşenlerinden alaka, tüketicilerin satın alma niyetini pozitif yönde etkiler.

H3: Gerilla pazarlama bileşenlerinden estetik, tüketicilerin satın alma niyetini pozitif yönde etkiler.

H4: Gerilla pazarlama bileşenlerinden sürpriz, tüketicilerin satın alma niyetini pozitif yönde etkiler.

H5: Gerilla pazarlama bileşenlerinden mizah, tüketicilerin satın alma niyetini pozitif yönde etkiler.

H6: Gerilla pazarlama bileşenlerinden duygusal uyarılma, tüketicilerin satın alma niyetini pozitif yönde etkiler.

H7: Gerilla pazarlama bileşenlerinden netlik, tüketicilerin satın alma niyetini pozitif yönde etkiler.

B. ARAŞTIRMANIN EVREN VE ÖRNEKLEMİ

Araştırmanın evrenini Konya'da yaşayan 18 yaş ve üzeri yetişkinler oluşturmaktadır. Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi sonuçlarına göre 2022 yıl sonu itibarıyla, Konya nüfusu 2 milyon 296 bin 347 kişi iken bu rakamın 633 bin 620'sini Birleşmiş Milletler tanımına göre 0-17 yaş grubunu içeren çocuklar oluşturmaktadır (TÜİK, 2023). Bu verilere dayanarak yapılacak çalışmanın evren büyüklüğü; 1.662.727 kişidir. İlgili evren büyüklüğü bağlamında %95 güven aralığına göre hesaplanan örneklem sayısı göre 384'tür. Çalışma kapsamında hazırlanan anket formları 412 katılımcıya gönderilmiş, 401 katılımcıdan geri dönüş sağlanmış ve değerlendirilmeye alınan 401 anket ile örneklemin evreni temsil gücü sağlanmıştır.

C. VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ

Çalışmada, birincil veri toplama tekniklerinden biri olan anket tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırmada kolayda örnekleme metodu tercih edilmiştir. Anketi doldurmadan önce katılımcılara gerilla pazarlamasının ne olduğu örnekler yardımıyla açıklanmıştır. Anket uygulaması, Konya ilinde ikamet eden 18 yaş ve üzeri katılımcılara çevrimiçi veya yüz yüze olacak biçimde gerçekleştirilmiştir. Veri toplama süreci Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Etik Kurul onayı ile gönüllülük esasına dayandırılarak yürütülmüştür.

Anket formu, iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların, demografik özelliklerini tanımlayacak sorular yer almaktadır. İkinci bölüm, gerilla pazarlama faaliyetleri ile alakalıdır. Bölümün girişinde, katılımcıları bilgilendirmek için çalışma konusunu oluşturan gerilla pazarlama kavramı açıklanmış ve gerilla pazarlama faaliyetleri arasında seçilen Mc. Donald's, Ikea, Nivea, Lego ve Kitkat gibi küresel markaların örnek uygulamalarına yer verilmiştir. Bu bölümün ölçeği için Nunthiphatprueksa'nın (2017) geliştirdiği ölçekten faydalanılmıştır. Nunthiphatprueksa ölçeği geliştirirken yenilik, alaka ve estetik bileşenleri için Guerin (2008)'den, sürpriz bileşeni için Guerin (2008) ve Scherer (2005)'den, mizah bileşeni için Zhang (1996)'dan, duygusal uyarılma bileşeni için Dinh ve Mai (2015)'den, netlik bileşeni için Pelsmacker, Geuens ve Anckaert (2002)'den ve satın alma niyeti ölçeği için Pelsmacker, Decock ve Geuens (1998)'den yararlanılmıştır. Ölçeklerin Türkçeye uyarlanmasında; öncelikle ölçekler Türkçeye çevrilmiştir ve çevirilerin uygunluğu için de İngilizce dil uzmanından görüş alınmıştır. İkinci bölüm toplam 31 sorudan oluşmaktadır. Bu sorular 5'li Likert ölçek (1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum ve 5-Kesinlikle Katılıyorum) türündedir.

D. VERİ ANALİZİ VE BULGULAR

Araştırma kapsamında, uygulanan anket sonucundan elde edilen örnekleme ait katılımcıların demografik yapısının frekans tablosu Tablo 2'de gösterilmektedir.

TABLO 2 | 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri (n=401)

Özellikler	f	%	Özellikler	f	%
Cinsiyet		Gelir Durumu			
Erkek	220	54,9	0-5500 TL	164	40,9
Kadın	181	45,1	5501-7500 TL	69	17,2
Medeni Durum		7501-9500 TL			
Bekar	278	69,3	9501-11000 TL	37	9,2
Evli	123	30,7	11000 TL ve üzeri	70	17,5
Yaş		Meslek			
18-30 yaş	244	60,8	Öğrenci	106	26,4
31-40 yaş	91	22,7	Çalışmıyor	72	18
41-50 yaş	53	13,2	Akademisyen	12	3
50 yaş ve üzeri	13	3,2	Serbest Meslek Çalışanı	61	15,2
Eğitim Durumu		Özel Sektör Çalışanı			
İlköğretim	22	5,5	Kamu Çalışanı	45	11,2
Lise	76	19			
Ön Lisans	71	17,7			
Lisans	199	49,6			
Lisansüstü	33	8,2			

Tablo incelendiğinde; araştırmaya katılan kişilerin çoğunluğunun erkek (%54,9), medeni durumunun bekar (%69,3), 18-30 yaş aralığında (%60,8), lisans düzeyinde eğitime sahip (%49,6), 0-5500 aralığında gelir düzeyi bulunan (%40,9) ve mesleği öğrenci olan (%26,4) katılımcılardan oluştuğu görülmektedir.

1. Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri

Tablo 3'te, araştırmada yer alan ölçekler, alt boyutlar ve değişkenler için güvenilirlik katsayısı (Cronbach Alfa), KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) ve Barlett değerleri, açıklayıcı (keşfedici) ve doğrulayıcı faktör analizi sonuçları, toplam açıklanan varyans değerleri ve uyum iyiliği değerleri gösterilmektedir.

TABLO 3 | Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri

Ölçekler	Değişkenler	Faktör Yüklere		Güvenilirlik Analizleri
		AFA	DFA	
Yenilik	1	0,82	0,84	Cronbach $\alpha=0,908$
	2	0,79	0,79	
	3	0,85	0,84	
	4	0,78	0,79	
	5	0,83	0,82	
Alaka	1	0,91	0,89	Cronbach $\alpha=0,844$
	2	0,84	0,83	
	3	0,7	0,73	
Estetik	1	0,87	0,89	Cronbach $\alpha=0,925$
	2	0,86	0,88	
	3	0,82	0,79	
	4	0,9	0,88	
Gerilla Pazarlama	5	0,79	0,82	Cronbach $\alpha=0,869$
	1	0,95	0,9	
	2	0,87	0,92	
	4	0,71	0,76	
	Sürpriz	1	0,81	
2		0,95	0,92	
3		0,86	0,86	
4		0,91	0,92	
Mizah	1	0,92	0,93	Cronbach $\alpha=0,94$
	2	0,92	0,92	
	3	0,91	0,91	
Duygusal Uyarılma	1	0,86	0,87	Cronbach $\alpha=0,946$
	2	0,92	0,91	
	3	0,91	0,91	
Netlik	1	0,92	0,92	Cronbach $\alpha=0,86$
	2	0,92	0,92	
	3	0,91	0,91	
	4	0,92	0,92	
Satın Alma	1	0,91	0,9	Cronbach $\alpha=0,86$
	2	0,82	0,82	
	3	0,74	0,75	
Notlar	(i) Varimax Döndürme tekniği uygulanmıştır.			
	(ii) Gerilla Pazarlama (KMO=0,963, Barlett Test $\chi^2=10688,123$ $p<0,001$); Satın Alma (KMO=0,714, Barlett Test; $\chi^2=575,212$ $p<0,001$)			
	(iii) Gerilla Pazarlama (Toplam Açıklanan Varyans (%): 73,662); Satın Alma (Toplam Açıklanan Varyans (%):67,928)			
	(iv) Tüm Doğrulayıcı Faktör Analiz (DFA) sonuçları istatistik olarak anlamlıdır $p<0,001$			
DFA Uyum İyiliği Değerleri	$\chi^2/df=2,486$, GFI=0,858; AGFI=0,823; NFI=0,923; TLI=0,945; CFI=0,953, RMSEA=0,061			

Araştırmada öncelikle ölçeklerin güvenilirliği test edilmiş ve her bir boyutun Cronbach α katsayısı incelenmiştir. Bu katsayının en az 0,70 olmasına dikkat edilmiştir. Sürpriz boyutu haricinde diğer tüm boyutların 0,70 değeri üzerinde olduğu belirlenmiştir. Sürpriz boyutunda ise madde 3'ün ölçek güvenilirliğini düşürdüğü görülmüştür (madde 3 dahil edildiğinde ölçek güvenilirliği 0,654, dahil edilmediğinde ise 0,869 olmaktadır). Bu bağlamda sürpriz boyutuna ait olan madde 3 çalışmadan çıkarılmıştır.

Araştırmada her bir ölçeğe ait KMO değerinin 0,70'ten büyük olması ve Barlett testinin ise $p<0,005$ koşulunu sağlamasına, her bir boyuttaki özdeğerin (eigenvalue) 1'den büyük olmasına, açıklanan toplam varyans oranının tüm ölçeğin 2/3'ünü açıklamasına dikkat edilmiştir. Tablo 3 incelendiğinde tüm KMO ve Barlett değerlerinin ve

açıklanan varyans oranlarının istenen seviyede olduğu görülmektedir. Ayrıca açıklayıcı faktör analizi süresince, değişkenler arasında binişiklik olup olmadığı incelenmiş ve her bir değer için asgari faktör yükünün 0,50'nin üzerinde olması şartı aranmıştır (Comrey ve Lee, 1992; Çokluk, Şekercioğlu ve Büyükoztürk, 2012). Açıklayıcı faktör analizi sonucunda hiçbir değişkenin faktör yükünün minimum sınır altında olmadığı ve binişiklik olmadığı tespit edilmiş ve doğrulayıcı faktör analizine geçilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizinde varyansların 1'den yüksek ve standardize edilmiş faktör yük değerlerinin 0,50'den yüksek olması şartı aranmıştır (Field, 2000; Tabachnick ve Fidel, 2001). Tüm değişkenlerde bu şartlar sağlanmıştır. Ayrıca DFA sonunda uyum iyiliği değerleri kontrol edilmiştir. Değerlerin kabul edilebilir sınırlar içerisinde olduğu belirlenmiş ve analize devam edilmiştir (Marsh, Hau, Artelt, Baumert ve Peschar, 2006).

2. Çoklu regresyon analizi

Regresyon analizine başlamadan önce verilerin bu analize uygun olup olmadığı incelenmiştir. Bu nedenle öncelikle verilerin normal dağılıp dağılmadığı çarpıklık ve basıklık (skewness, kurtosis) değerlerine bakılarak incelenmiştir. Veriler normal dağılmaktadır. Ardından bağımlı ve bağımsız değişkenlerin dağılım grafiği incelenmiş ve verilerin doğrusal bir dağılıma sahip olduğu belirlenmiştir. Bir diğer şart bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantının olmamasıdır. Araştırmada yer alan bağımsız değişkenlerin arasındaki korelasyon ilişkileri incelenmiş ve tüm ilişki değerlerinin " $r < 0,80$ " şartını sağladığı görülmüştür. Ayrıca tolerans değerlerinin 0,20'den büyük, Varyans Büyütme Faktörü (VIF) değerlerinin ise 10'dan küçük olup olmadığına bakılmıştır. Tolerans değerleri 0,283 ile 4,11 arasında, VIF değerleri ise 2,43 ile 3,53 aralığındadır. Böylelikle araştırma için çoklu bağlantılık koşulu da sağlanmıştır.

Araştırmada standardize hata değerleri kontrol edilmiş ve -3,0 ve 2,86 arasında olduğu görülmüştür. Cook maksimum değeri ise 0,16'dır. Böylelikle araştırma verileri içerisinde uç değer olmadığı tespit edilmiştir.

Regresyon analizi yapılabilmesi için tahminlere ait hataların normal dağılıp dağılmadığının kontrol edilmesi gerekir. Analizlere ilişkin histogram incelendiğinde hataların normal dağılıma sahip olduğu belirlenmiştir. Bir diğer şart ise eş varyanslılıktır (homoskedastiklik). Yine verilere ait grafik incelenmiş ve verilerin eş varyanslılık şartını sağladığı da belirlenmiştir.

Araştırma sonucunda Durbin Watson katsayısı 1,724 bulunmuştur. Böylelikle verilerde hataların birbirinden bağımsız olduğu yani otokorelasyon olmadığı görülmüştür. Sonuç olarak araştırmanın verilerinin regresyon analizi için gerekli tüm şartları sağladığı görülmüştür.

Çoklu Regresyon Analizi, bir bağımlı değişken üzerinde birden fazla bağımsız değişkenin etkisini ortaya koymaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2018). Tüketicilerin, satın alma niyetine karar vermelerinde, gerilla pazarlama bileşenlerinden; yenilik, alaka, estetik, sürpriz, mizah, duygusal uyarılma ve netliğin ne kadar belirleyici olduğunu tanımlayabilmek amacıyla çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Değişkenlere ait ortalama, standart sapma ve korelasyon katsayıları Tablo 4'te gösterilmektedir.

TABLO 4 | Değişkenlere Ait Ortalama, Standart Sapma ve Korelasyon Katsayıları (n=401)

Değişkenler	Ort.	Ss.	1	2	3	4	5	6	7
1.Yenilik	4,222	0,886	1						
2.Alaka	4,231	0,83	0,693**	1					
3.Estetik	4,272	0,819	0,691**	0,792**	1				
4.Sürpriz	4,195	0,919	0,634**	0,692**	0,717**	1			
5.Mizah	4,106	0,966	0,611**	0,639**	0,674**	0,718**	1		
6.Duygusal Uyarılma	3,956	1,055	0,672**	0,643**	0,654**	0,661**	0,717**	1	
7.Netlik	4,443	0,82	0,608**	0,680**	0,708**	0,651**	0,650**	0,569**	1
8.Satın Alma Niyeti	3,865	0,898	0,623**	0,639**	0,648**	0,659**	0,634**	0,680**	0,611**

Not. ** p<.01

Tablo 4'e bakıldığında bağımlı değişken Satın Alma Niyeti ile bağımsız değişkenler arasında anlamlı ilişkiler olduğu görülmektedir. Özellikle bağımsız değişkenler arasındaki korelasyon katsayıları incelendiğinde, pozitif yönlü ilişkiler olduğu görülmektedir.

Gerilla pazarlama ve satın alma niyeti arasındaki ilişkiyi belirleyebilmek amacı ile çoklu regresyon analizi uygulanmıştır. (Tablo 5). Analiz sonucuna göre, gerilla pazarlamasının satın alma niyetine etkisi varyansın anlamlı bir kısmını açıkladığı ($F(7,39) = 79,165$, $p < .000$, $R^2 = 0,585$, Düz. $R^2 = 0,578$) sonucuna ulaşılmıştır. Başka bir ifadeyle model toplam varyansın %58'ini açıklamıştır.

TABLO 5 | Çoklu Regresyon Analizi (N=401)

Bağımlı Değişken: Satın Alma Niyeti							
	R	R ²	Düz. R ²	Std. Hata	F	P	
Model	0,765	0,585	0,578	0,583	79,165	0	
Bağımsız Değişken	B	Std. Hata	Std. Beta	t	p	Tolerans	VIF
Sabit	0,196	0,175		1,119	0,264		
Yenilik	0,102	0,052	0,101	1,971	0,049	0,402	2,491
Alaka	0,096	0,064	0,089	1,506	0,133	0,303	3,298
Estetik	0,075	0,068	0,069	1,108	0,269	0,275	3,637
Sürpriz	0,167	0,054	0,171	3,125	0,002	0,352	2,844
Mizah	0,057	0,051	0,062	1,121	0,263	0,349	2,869
Duygusal Uyarılma	0,237	0,045	0,279	5,272	0	0,378	2,645
Netlik	0,142	0,055	0,13	2,571	0,011	0,412	2,426

Not. * p<.05; ** p<.01

Çoklu regresyon analizi sonucuna göre araştırmada ileri sürülen H1, H4, H6 ve H7 hipotezleri şartları (H1 $p=0,049 < 0,05$; H4 $p=0,02 < 0,01$; H6 $p=0,000 < 0,01$ ve H7 $p=0,011 < 0,05$) sağladıkları için kabul edilmiştir. H2, H3 ve H5 hipotezleri ise şartları (H2 $p=0,133 > 0,05$; H3 $p=0,269 > 0,05$ ve H5 $p=0,263 > 0,05$) sağlamadıkları için reddedilmiştir. Bir başka deyişle gerilla pazarlaması bileşenlerinden olan; yenilik, sürpriz, duygusal uyarılma ve netlik bileşenlerinin etkisi satın alma niyeti üzerinde anlamlı etki yaratırken alaka, estetik ve mizah bileşenlerinin etkisinin anlamsız olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Hipotezlerin red-kabul durumları Tablo 6'da gösterilmiştir.

TABLO 6 | Hipotez Tablosu

H	Gerilla pazarlama bileşenlerinden yenilik , tüketicilerin satın alma niyetini pozitif yönde etkiler.	KABUL
H1	Gerilla pazarlama bileşenlerinden yenilik , tüketicilerin satın alma niyetini pozitif yönde etkiler.	KABUL
H2	Gerilla pazarlama bileşenlerinden alaka , tüketicilerin satın alma niyetini pozitif yönde etkiler.	RED
H3	Gerilla pazarlama bileşenlerinden estetik , tüketicilerin satın alma niyetini pozitif yönde etkiler.	RED
H4	Gerilla pazarlama bileşenlerinden sürpriz , tüketicilerin satın alma niyetini pozitif yönde etkiler.	KABUL
H5	Gerilla pazarlama bileşenlerinden mizah , tüketicilerin satın alma niyetini pozitif yönde etkiler.	RED
H6	Gerilla pazarlama bileşenlerinden duygusal uyarılma , tüketicilerin satın alma niyetini pozitif yönde etkiler.	KABUL
H7	Gerilla pazarlama bileşenlerinden netlik , tüketicilerin satın alma niyetini pozitif yönde etkiler.	KABUL

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

İçinde bulunduğumuz modern pazarlama ortamında mal ve hizmetler, benzersiz olsa da hızlı biçimde kopyalanmaları veya taklit edilmeleri muhtemeldir. Bu durum rekabetin artmasına sebep olmaktadır. İşletmeler sürdürülebilirliklerini koruyup, daha fazla kar elde etmek ve pazar paylarını artırmak için rekabet avantajı sağlayacak farklı pazarlama taktikleri ile hedef müşterilerine ulaşmayı amaçlamaktadır. Teknolojinin gelişmesi ile çeşitli pazarlama kanalları ortaya çıkmış ve tüketici beklentileri de farklılaşmıştır. Geleneksel pazarlama anlayışından modern pazarlama anlayışına geçen işletmeler, teknolojik gelişmelerin de etkisiyle tüketicileri daha iyi anlayıp onlara daha hızlı

yanıt verebilme imkânı bulmuştur. Modern pazarlamanın bir ürünü olan gerilla pazarlama stratejisini uygulayan işletmeler, düşük maliyet ve beklenmedik taktiklerle hedef kitlelerinin dikkatini çekmeyi ve marka bilinirliklerini artırmayı amaçlamaktadır. Gerilla pazarlama, temelde işletmelerin hayal gücüyle ve üretkenliğiyle ortaya çıkan ve işletmeleri hızlı hareket etmeye sevk eden bir pazarlama yaklaşımıdır. Özellikle rekabet avantajı kazanmak isteyen ve hedef kitleleri şaşırtma amacı olan işletmelerin tercih ettiği gerilla pazarlamanın etkili, şaşırtıcı ve akılda kalıcı olması için zamanlama ve lokasyon önem arz etmektedir. Yanlış zamanda ve yerde yapılan gerilla pazarlama faaliyetleri, ulaşılmak istenen amacın tam tersi yönde bir etki de doğurabilmektedir. Karlılığın azalması ya da marka imajının zedelenmesi bu gibi olumsuz sonuçlar arasında yer almaktadır. Bu yüzden gerilla pazarlama faaliyetlerini sürdürecektir olan uygulayıcıların ve pazarlama uzmanlarının stratejilerini titizlikle geliştirmeleri, bilhassa içerik kadar yeri ve zamanı da doğru şekilde planlamaları gerekmektedir (Levinson ve Hanley, 2007, s. 108).

Yapılan bu çalışmanın amacı, gerilla pazarlama faaliyetlerinin tüketici satın alma niyetine olan etkisinin ölçülmesidir. Gerilla pazarlamanın Dinh ve Mai'ye (2015) göre yenilik, alaka, estetik, sürpriz, mizah, duygusal uyarılma ve netlik olmak üzere yedi alt bileşeni bulunmaktadır. Bu bileşenlerden faydalanılarak oluşturulan 7 hipoteze çoklu regresyon analizi uygulanmış ve hipotezler IBM SPSS 25.0 paket programı ile test edilmiştir. Akademik ve yayın etiğine titizlikle uyulan bu çalışmada, bu bileşenlerin tüketicilerin satın alma niyeti üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğu analiz edilmeye çalışılmıştır. Çalışma kapsamında, Konya ilinde ikamet eden 18 yaş üstü 401 kişi ile anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Yapılan istatistiksel analizlere göre; gerilla pazarlamanın birinci, dördüncü, altıncı ve yedinci bileşenleri olan yenilik, sürpriz, duygusal uyarılma ve netliğin tüketicilerin satın alma niyeti üzerinde anlamlı ve pozitif yönde etkisi vardır. Literatür kapsamında elde edilen bulgular; Dinh ve Mai (2015), Yıldız (2017), Powrani ve Kennedy (2018) tarafından gerçekleştirilen çalışmaları destekler niteliktedir. Ayrıca Akdoğan ve Tarhan'ın (2022) çalışmasına göre de duygusal uyarılmanın Y kuşağı tüketicileri satın alma davranışı üzerinde anlamlı ve pozitif yönde etkisi vardır. Yıldız (2017) ile Powrani ve Kennedy'e (2018) göre ikinci ve üçüncü bileşenler olan alaka ve estetiğin tüketici satın alma niyeti üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi olurken yapılan bu çalışmada, böyle bir sonuç tespit edilememiştir. Akdoğan ve Tarhan'a (2022) göre de estetik bileşenin Y kuşağı tüketicilerinin satın alma niyeti üzerinde anlamlı ve pozitif yönde etkisi vardır. Dördüncü bileşen olan sürprizin Yıldız (2017) ile Powrani ve Kennedy'e (2018) göre tüketicilerin satın alma davranışı üzerinde anlamlı ve pozitif yönde etkisi söz konusudur. Yapılan bu çalışmadaki analiz verileri de bu bulguyu destekler niteliktedir. Buna karşın Dinh ve Mai'e (2015) göre sürpriz bileşeninin tüketicilerin satın alma etkisi üzerinde anlamlı ve pozitif yönde bir etkisi yoktur. Beşinci bileşen mizahın tüketici satın alma niyeti üzerindeki etkisi; Yıldız (2017), Dinh ve Mai (2015) bulduğu sonuçlardaki gibi anlamlı ve pozitif yönde değildir. Bu çalışmanın aksine Powrani ve Kennedy (2018) ve Özkan ve Gaga (2022) mizah bileşeninin tüketici satın alma niyeti üzerinde anlamlı ve pozitif yönde bir etkisi olduğuna ulaşmıştır. Karşılaştırılan çalışmalar incelendiğinde; gerilla pazarlama bileşenlerinden yenilik, sürpriz, duygusal uyarılma ve netliğin, tüketici satın alma niyeti üzerinde anlamlı ve pozitif yönde bir etkisi olduğu konusunda benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Diğer üç bileşende ise birtakım araştırmalara göre farklı bulgular elde edildiği görülmektedir. Bu durumun temel sebebinin; ilgili çalışmaların yapıldığı örneklemin, zamanın, ülke-bölgenin, kültürün vb. unsurların farklılık göstermesinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Bir başka deyişle gerilla pazarlama faaliyetlerine maruz kalan tüketiciler; ülke-bölge, kültür, zaman vb. gibi etkenlerden kaynaklı olarak stratejilere farklı tepkiler verebilmektedir.

18 yaş ve üzeri 401 katılımcı ile gerçekleştirilen bu araştırmanın sonuçları gerilla pazarlama faaliyetlerinin tüketici satın alma niyeti üzerindeki etkilerini ortaya koyması bakımından literatüre katkı sunmaktadır. Sonuçlar özellikle yenilik, sürpriz, duygusal uyarılma ve netliğin tüketici satın alma niyetini pozitif yönde etkilediğini göstermektedir. Marka yöneticilerinin ve gerilla pazarlama stratejisini benimseyen pazarlamacıların, izleyecekleri bütünleşik pazarlama faaliyetlerinde özellikle bu bileşenleri dikkate almaları tavsiye edilmektedir. Bugünün çağdaş pazarlama ortamında rekabet avantajı

elde etmek isteyen yöneticilerin; gerilla pazarlamanın sağladığı fırsatları göz ardı etmemeleri ve doğru şekilde uygulanacak gerilla pazarlama faaliyetlerine daha fazla önem vermeleri, tüketicilerin satın alma niyetini olumlu yönde etkileyecek ayrıca bu durum markanın tüketicilerin zihninde daha iyi konumlanmasına da katkı sunacaktır. Yapılan bu çalışma, yalnızca Konya ilinde yaşayan tüketicileri kapsamaktadır ve nicel araştırma yöntemlerinden sadece anket tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Gelecekteki araştırmalar için, araştırmacılara örneklem büyüklüğünü genişleterek daha kapsamlı bir saha araştırması gerçekleştirmeleri, araştırma yöntemi olarak yalnızca nicel yöntem kullanmak yerine nitel ya da karma araştırma yöntemlerinden de faydalanmaları, gerilla pazarlamanın satın alma niyetine olan etkisinde farklı değişkenlerin de aracı rollerini incelemeleri önerilmektedir.

KAYNAKLAR

- [1] Ahmed, R., Quresh, J., Streimikiene, D., Vveinhardt, J. ve Soomro, R. (2020). Guerrilla marketing trends for sustainable solutions: Evidence from sem-based multivariate and conditional process approaches. *Journal of Business Economics and Management*, 21(3), 851-871.
- [2] Akdoğan, M. Ş. ve Tarhan, M. (2022). Gerilla pazarlama faaliyetlerinin Y kuşağı tüketicilerinin satın alma davranışları üzerindeki etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14(1), 85-98.
- [3] Akhtar, N., Ahmad, H., Shahid, M., Abbas, W., Raza, H. ve Ahmad, A. (2016). Impacts of guerrilla marketing on consumer buying behavior. *International Review of Management and Business Research*, 5(2), 634-642.
- [4] AMA-American Marketing Association (2022). "Definition of Marketing", Erişim adresi <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
- [5] Baltes, G. ve Leibing, I. (2008). Guerrilla marketing for information services? *Emerald New Library World*, 109(1/2), 46-55.
- [6] Chionne, R. ve Scozzese, G. (2014). Some evidence on unconventional marketing: Focus on guerrilla marketing. *International Business Research*, 7(12), 153-166.
- [7] Comrey, A. L. ve Lee, H. B. (1992). A First Course in Factor Analysis. (2th Edition), New Jersey: Hillsdale, Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- [8] Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve Lisrel Uygulamaları*, Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- [9] Dinh, T. D. ve Mai, K. N. (2015). The effects of guerrilla marketing on gen Y's purchase intention: A study in Ho Chi Minh City, Vietnam. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 6(4), 191-198.
- [10] Dubauskas, G. ve Isoraitė, M. (2022). Guerrilla marketing tools in financial service organizations. *Independent Journal of Management & Production*, 13(2), 627-647.
- [11] Field, A. (2000). *Discovering Statistics using SPSS for Windows*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
- [12] Gedik, Y. (2020). Gerilla Pazarlama: Araçları, Avantajları ve Stratejileri Üzerine Teorik Bir Çerçeve. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (17)2, 68-86.
- [13] Guerin, M. M. (2008). Consumers' perception of the creativity of advertisements: development of a valid measurement scale. *Recherche et Applications en Marketing*, 23(4), 97-118.
- [14] Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe-Yöntem-Analiz*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- [15] <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Cocuk-2022-49674>. Erişim Tarihi: 10.04.2023
- [16] Iqbal, S. ve Lohdi S. (2015). The impacts of guerrilla marketing on consumers' buying behavior: A case of beverage industry of Karachi. *Arabian Journal of Business and Management Review*, 6(2), 184-191.
- [17] İslamoğlu, H. ve Altunışık, R. (2017). *Tüketici Davranışları*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- [18] Jayesh, S. ve Jacob, J. K. (2019). The impact of guerrilla marketing on consumer's purchase intentions. *IJRAR- Uluslararası Araştırma ve Analitik İncelemeler Dergisi*, Special Issue, 189-196.
- [19] Jeevan, P. (2016). A study on awareness and effectiveness of guerrilla marketing technique-An innovative means of advertising. *International Journal of Management, IT and Engineering*, 6(1), 495-507.
- [20] Katke, K. (2016). Guerrilla marketing for effective marketing communication: A special reference to social media marketing. *Asia Pacific Journal of Research*, 1(XLI), 151-157.
- [21] Levinson, C.L. ve Hanley, P.R.J. (2007). *Tüketicilerin Bilinçaltını Fethetmek İçin Gerilla Pazarlama Devrimi*. (Çev.: Fetcher, Y.). İstanbul: MediaCat Kitapları.
- [22] Levinson, J. C. ve Horowitz, S. (2010). *Guerrilla Marketing Goes Green: Winning Strategies to Improve Your Profits and Your Planet*, Hoboken: John Wiley ve Sons.
- [23] Marcus, A. O. (2019). Dominance of spouses of igbo households in purchase decision of household goods in Anambra State, Nigeria. *British Journal of Marketing Studies (BJMS)*, 7(3), 44-72.
- [24] Marsh, H. W., Hau, K.T., Artelt, C., Baumert, J. ve Peschar, J. L. (2006). "OECD's Brief Self-Report Measure of Educational Psychology's Most Useful Affective Constructs: CrossCultural, Psychometric Comparisons Across 25 Countries". *International Journal of Testing*, 6(4), 311-360.

- [25] Mercanti-Guérin, M. (2008). Consumers' perception of the creativity of advertisements: development of a valid measurement scale. *Recherche et Applications en Marketing (English edition)*, 23(4), 97-118.
- [26] Metodijeski, D., Temelkov, Z. ve Stankovska, A. (2016). Guerrilla marketing: An important tool for managers in tourist sector. *Macedonian International Journal of Marketing*, 2(3), 124-129.
- [27] Mudrik, M., Rigelsky, M., Gavurona, B., Baçik, R. ve Fedorko, R. (2020). Comparison of influence of selected viral advertising attributes on shopping behavior of Millennials-empirical study. *Innovative Marketing*, 16(3), 14-25.
- [28] Nardalı, S. (2009). Gerilla pazarlaması ve uygulamadaki bazı örnekleri. *Yönetim ve Ekonomi*, 16(2), 107-119.
- [29] Nawaz, A., Raheem, A. R., Areeb, J., Ghulam, M., Hira, S. ve Rimsha, B. (2014). Impacts of guerrilla advertising on consumer buying behavior. *Information and Knowledge Management*, 4(8), 45-52.
- [30] Nufer, G. (2013). Guerrilla marketing-Innovative or parasitic marketing? *Modern Economy*, 4, 1-6.
- [31] Nunthiphatprueksa, A. (2017). Is guerilla marketing worth investing? The impacts of guerilla marketing on purchase intention. *UTCC International Journal of Business and Economics*, 9(2), 39-59.
- [32] Onurlubaş, E. (2017). A Research on the determination of consumer perceptions related to guerrilla marketing methods: Sample of Izmir Province. *EMAJ Emerging Markets Journal*, 7(1), 30-40.
- [33] Özkan, B. ve Gaga, M. (2022). The effect of guerilla marketing activities on purchase intention. *VII. International European Conference on Social Sciences*, 848-854, Antalya/Turkey.
- [34] Pelsmacker, P. D., Decock, B. ve Geuens, M. (1998). Advertising characteristics and the attitude towards the ad- a study of 100 likeable tv commercials. *Marketing and Research Today*, 27(4), 166-179.
- [35] Pelsmacker, P. D., Geuens, M. ve Anckaert, P. (2002). Media context and advertising effectiveness: the role of context appreciation and context/ad similarity. *Journal of Advertising*, 31(2), 49-61.
- [36] Powrani, K. ve Kennedy, F. (2018). The Effects of Guerrilla Marketing on Generation Y Consumer's Purchase Intention. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 7(1), 1-12.
- [37] Rogers, D. (2021). *Guerrilla marketing: a qualitative study on generation Z, exploring perceptions and loyalties around fast food advertising* (Doctoral dissertation, The IIE).
- [38] Scheibe, A. (2013). Unconventional methods of marketing communications. *Business and Non-profit Organizations Facing Increased Competition and Growing Customers' Demands*, 12, 103-116
- [39] Scherer, K. R. (2005). What are emotions? And how can they be measured? *Social Science Information*, 44(4), 695-729.
- [40] Sciulli, L. M., Bebko, C. P. ve Bhagat, P. (2017). How emotional arousal and attitudes influence ad response: using eye tracking to gauge nonprofit print advertisement effectiveness. *Journal of Marketing Management*, 5 (1), 1-11.
- [41] Shahriari, S. ve Haghshenas Kashani, F. (2022). The effect of guerrilla marketing dimensions through usefulness mediation variables and acceptance of information in brand image in social networks studied by students of Tehran Azad University of Research Sciences. *Journal of Marketing Management*, 17(54), 1-23.
- [42] Singhal, R. (2021). Impact of guerrilla marketing on the buying behavior of consumers. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research*, 8(3), 73-77.
- [43] Tabachnick, B. G. ve Fidel, L. S. (2001). *Using Multivariate Statistics* (Fourth Edition), MA: Allyn and Bacon.
- [44] Tsiotsou, R. (2006). The role of perceived product quality and overall satisfaction on purchase intentions. *International Journal of Consumer Studies*, 30(2), 207-217.
- [45] Tuu, H. H. ve Olsen, S. O. (2010). Certainty, risk and knowledge in the satisfaction-purchase intention relationship in a new product experiment. *Emerald Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 24(1), 78-101.
- [46] Volna, D. (2014). *Analysis of Guerilla Marketing Effects on Customer Perception*, Technical University of Ostrava Faculty of Economics, Diploma Thesis. Erişim Adresi: <https://dspace.vsb.cz/handle/10084/105812?locale-attribute=en>
- [47] Wallendorf, M., Zinkhan, G. ve Zinkhan L. S. (1981). Cognitive Complexity and Aesthetic Preference. C. H. Elizabeth ve B. H. Morris (Yay. haz.). *SV- Symbolic Consumer Behavior* içinde (s. 52-59). New York, NY: Association for Consumer Research.
- [48] Xavier, L. ve Jayan, V. L. (2021). The guerrilla marketing technique. *Perspectives on Business Management ve Economics*, IV, 138-143.
- [49] Yıldız, S. (2017). Effects of guerrilla marketing on brand awareness and consumers' purchase intention. *Global Journal of Economics and Business Studies*, 6(12), 177-185.
- [50] Zhang, Y. (1996). Responses to humorous advertising: The moderating effect of need for cognition. *Journal of Advertising*, 25(1), 15-32.



ÖRGÜTSEL ADALET ALGISININ ÇALIŞANLARIN PROSOSYAL HİZMET DAVRANIŞLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: BANKA ÇALIŞANLARI ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

ABDULLAH YILMAZ*

*Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, abduhahyilmaz@selcuk.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-7443-6064>.

Etik Kurul Onayı: Selçuk Üniversitesi Etik Kurulu, 21.11.2022 tarihli, 408510 sayılı yazı ve E-22752295-900-420532 sayılı karar

ÖZ

Bu çalışma, "Örgütsel adalet algısı çalışanların prososyal hizmet davranışlarını etkilemekte midir?" ve "Örgütsel adalet algısı ile prososyal hizmet davranışları kuramsal bir temelde buluşmakta mıdır?" soruları üzerine ortaya çıkmış olup; eşitlik, sosyal mübadele ve karşılıklı norm kuramları temelinde inşa edilmiş, nicel ve ampirik bir çalışmadır. Çalışma ile çalışanların örgütsel adalet algılarının prososyal hizmet davranışları üzerindeki etkisinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda Konya ilinde faaliyet gösteren banka çalışanları üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Araştırma kapsamında kolayda örnekleme yöntemi seçilmiş olup veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Geri dönüşü gerçekleşen 452 anketten elde edilen veriler "SPSS 29 ve AMOS 24 programları" ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda etkileşim adaleti algısının müşterilere yönelik prososyal hizmet davranışı ve çalışma arkadaşlarına yönelik prososyal hizmet davranışı üzerinde pozitif ve istatistiksel bakımdan anlamlı etkisinin; dağıtım adaleti algısının ise çalışma arkadaşlarına yönelik prososyal hizmet davranışı üzerinde negatif ve istatistiksel bakımdan anlamlı etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar ile literatüre katkı sunulduğu ve ileride yapılacak benzer araştırmalar için tartışma ortamı yaratıldığı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel adalet, Örgütsel adalet algısı, Prososyal davranış, Prososyal hizmet davranışı.

Editör / Editor:

Selma GÜLİRMAK,
Erciyes Üniversitesi, Türkiye

*Sorumlu Yazar/ Corresponding Author:

Abdullah YILMAZ,
abduhahyilmaz@selcuk.edu.tr

JEL:

D23, M10, M14, L20, G21

Geliş: 13 Nisan 2023

Received: April 13, 2023

Kabul: 23 Kasım 2023

Accepted: November 23, 2023

Yayın: 30 Nisan 2024

Published: April 30, 2024

Atıf / Cited as (APA):

Yılmaz, A. (2024),

Örgütsel Adalet Algısının Çalışanların
Prososyal Hizmet Davranışları Üzerindeki
Etkisi: Banka Çalışanları Üzerinde Bir
Araştırma, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari
Bilimler Fakültesi Dergisi, 67, 69-78,
doi: 10.18070/erciyesiibd.1282770

THE EFFECT OF ORGANIZATIONAL JUSTICE PERCEPTION ON EMPLOYEES' PROSOCIAL SERVICE BEHAVIORS

ABSTRACT

This study emerged on the questions "Does the perception of organizational justice effect the prosocial service behaviors of the employees?" and "Do organizational justice perceptions and prosocial work behaviors meet on a theoretical basis?"; a quantitative and empirical study built on the theories of equality, social exchange, and norm of reciprocity. From this point of view, it is aimed to determine the effect of organizational justice perceptions on prosocial service behaviors. In this direction, a research was conducted on bank employees operating in Konya. Convenience sampling method was chosen within the scope of the research and survey method was used as data collection tool. The data obtained from 452 questionnaires were analyzed with "SPSS 29 and AMOS 24 programs." As a result of the research it was determined that, the positive and statistically significant effect of the perception of interactional justice on prosocial service behavior towards customers and prosocial service behavior towards colleagues; the perception of distributive justice had a negative and statistically significant effect on the prosocial service behavior towards co-workers. It is thought that the results contribute to the literature has been made and a discussion environment has been created for similar studies to be conducted in the future.

Keywords: Organizational justice, Organizational justice perception, Prosocial behaviors, Prosocial service behaviors.

GİRİŞ

Adalet, bireysel ve örgütsel düzeyde olumlu ve olumsuz birçok sonucu beraberinde getiren önemli bir unsurdur. Çalışanların örgütlerindeki kaynakların dağılımına, örgütsel karar ve süreçlerin işleyişine ve bu süreçlerdeki etkileşim ve ilişkilerin niteliğine dair adalet algıları, örgütteki davranış ve tutumlarını şekillendirmektedir. Söz konusu davranışlardan birisi de çalışanın bireylere, gruplara veya örgütüne yönelik faydalı davranışlarını içeren prososyal davranışlardır. Prososyal davranışlar tamamen gönüllülük esasına dayalı, diğerkâmlık temelli pozitif davranışlar olması nedeniyle her örgütte varlığı arzulanan örgütsel bir dinamiktir. Örgütlerde adalet algısının çalışanların prososyal davranışları üzerinde pozitif etkileri olacağından hareketle ulusal ve uluslararası literatürde bu etkileşime odaklanan farklı araştırmalar (Hunt, 1990; Montada ve Schneider, 1991; Demirel ve Dinçer, 2011; Thornton ve Rupp, 2016; Sucu, 2020; Basirun vd., 2022) yapılırsa da, örgütsel adalet algısının farklı boyutlarının prososyal davranışlar veya prososyal hizmet davranışları üzerindeki etkisine, ayrıca örgütsel adalet algısının prososyal hizmet davranışlarının hangi boyutları üzerinde ne düzeyde etkisinin olduğuna dair ampirik araştırmaların sınırlı sayıda olduğu belirlenmiş, dahası ulusal literatürde bu ilişki veya etkileşimi irdeleyen bir araştırmaya rastlanılmamıştır. Nitekim Thornton ve Rupp (2016) da örgütsel adalet ikliminin prososyal davranışlar üzerindeki etkilerini belirlemek için daha fazla araştırmaya ihtiyaç olduğunu belirtmişlerdir. Buradan hareketle söz konusu metodolojik boşluğu doldurmaya yönelik bir adım atarak, özellikle ulusal literatüre katkı sağlamak amacıyla “Örgütsel adalet algısı çalışanların prososyal hizmet davranışlarını etkilemekte midir?” sorusu çalışmanın çıkış noktasını oluşturmuş; çalışma, “Örgütsel adalet algısı ile prososyal hizmet davranışları kuramsal bir temelde buluşmakta mıdır?” sorusu doğrultusunda kurgulanmıştır. Çalışma ile örgütsel adalet algısının çalışanların prososyal hizmet davranışları üzerindeki etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda çalışma kapsamında, öncelikle kavramsal bir çerçeve çizilmiş ve kavramlar arasındaki ilişkiler dayandıkları kuramlar bağlamında irdelenerek araştırmanın hipotezleri kurulmuştur. Sonrasında araştırmanın metodolojisi ile bulgularına yer verilmiştir. Çalışma sonuç, tartışma ve öneriler ile sonlandırılmıştır.

I. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu başlık altında örgütsel adalet ve prososyal hizmet davranış kavramları ile iki kavram arasındaki ilişkiler ele alınmıştır.

A. ÖRGÜTSEL ADALET ALGISI

Adalet, “Herkes kendine uygun düşeni, kendi hakkı olanı verme” (TDK, 2022), “tarafsız veya adil olma kalitesi” (Merriam-Webster Dictionaries, 2022) olarak tanımlanabilir. Örgütsel adalet ise bir çalışanın örgütteki kaynak dağılımının adaletine ilişkin algısı olarak tanımlanmaktadır. Örgütsel adalet, yönetimin etik standartlara, dine veya yasalara uygun olarak ahlaki açıdan doğru olan karar ve eylemlerini ifade etmektedir. Buna göre örgütsel adalet, adil ücret ve teşvikler, terfi için eşit fırsatlar ve performans değerlendirme prosedürleri gibi maddi ve maddi olmayan ödüllerle ilgili görülmektedir (Yean ve Yusuf, 2016, s. 798). Örgütsel adalet algısı, bireylerin tüm faaliyet, davranış ve eğilimlerinde ortaya çıkan bir tür doyum olarak ele alınmakta; stratejik düşünme ve değer yönetiminin temeli, aynı zamanda tüm örgütsel değer ve ilkelerin vazgeçilmezleri olarak görülmektedir. Bir adaletsizlik durumu ise tüm örgütsel zarar ve yanlışların nedeni olarak ele alınmaktadır (Chegini, 2009, s. 173).

Örgütsel adaletin temellerini irdelerken çeşitli kuramlardan söz etmek mümkündür. Bu kuramları, proaktif ve reaktif boyutlar ile süreç ve içerik boyutları kapsamında değerlendirmek mümkündür. Reaktif-proaktif boyut, Van Avermaet, McClintock ve Moskowitz (1978) tarafından önerilmiş ve Greenberg (1982) tarafından eşitlik kuramı literatürünü açıklamada kullanılmıştır. Reaktif boyut, insanların algılanan adaletsiz durumlardan kaçma veya kaçınma girişimlerine, bir diğer ifadeyle adaletsizliklere verilen tepkilere odaklanmaktadır. Bunun tersine proaktif boyut, adaleti teşvik etmek için tasarlanmış davranışlar üzerinde durmakta ve adil ortamlar yaratmaya çalışan davranışları incelemektedir. Proaktif ve reaktif boyut arasındaki fark, adaletsizliği

gidermeye çalışmak ile adalete ulaşmaya çalışmak arasındadır (Greenberg, 1987, s. 9-10).

Örgütsel adaletin üç boyutundan söz edilebilir. Bunlar dağıtım adaleti, prosedürel adalet ve etkileşim adaletidir. İlk olarak dağıtım adaleti, ödüllerin hakkaniyete uygun bir şekilde dağıtılma derecesidir (Niehoff ve Moorman, 1993, s. 531). Dağıtım adaleti, Adams’ın eşitlik kuramından doğmaktadır. Eşitlik kuramına göre insanlar kendi girdi ve çıktılarının oranını, diğer kişilerin girdi ve çıktılarının oranıyla karşılaştırmaktadırlar. Dağıtımlar, ödüllerin katkılarla orantılı olarak eşleştiği ölçüde adildir. Eşitlik, bir tahsis normudur, bir diğer ifadeyle ödüllerin ve kaynakların belirli dağıtımları adil ve adaletli olarak tanımlayan kriterleri belirleyen bir sosyal kuraldır (Greenberg, 1990, s. 400; Ambrose ve Arnaud, 2005, s. 61). Girdi ve çıktı oranında eşitlik sağlanırsa dağıtım adaleti sağlanacak ve her iki taraf da tatmin olacaktır. Aksi halde dağıtımın adaletli olduğu söylenemeyecektir. Dağıtım adaletinde görülebilecek eşitsizlikler, bireyleri davranışsal ya da psikolojik tepkilerle eşitliği yeniden sağlamaya motive edecektir. Dağıtım adaleti, örgütte görülen adaletsizliğe karşı tepkileri incelemesi ve bireylerin adil olmayan davranış ve süreçlerden uzak durmalarını ele alması yönüyle reaktif bir niteliğe sahiptir. Ayrıca bireylerin kazanımların doğasına, düzeyine ve dağılımına nasıl tepki verdiklerini açıklamada oldukça fazla kullanılmaktadır. Ancak bilim insanları, bu sonuç odaklı yaklaşımın tek başına tüm adalet algısını açıklamadığını fark ederek örgütsel adaletin farklı boyutlarını ele almanın gerekliliğini savunmuşlardır (Greenberg, 1990, s. 400-401; Çolak ve Erdost, 2004, s. 56; İyigün, 2012, s. 55).

Örgütsel adaletin bir diğer boyutu da prosedürel adalettir. Prosedürel adalet, dağıtım kararlarından etkilenenlerin bu kararların, adil yöntem ve kurallar çerçevesinde alınıp alınmadığına dair algılarını ifade etmektedir. Prosedürel adaletin temel rolü, dağıtım adaletini güçlü ve adil kılmaktır (Niehoff ve Moorman, 1993, s. 531, 534). Prosedürel adalet, bireyin örgüt içinde adaleti sağlama çabalarına odaklanması yönü ile proaktif özellik göstermektedir (Ambrose ve Arnaud, 2005, s. 61). Prosedürel adaletle ilişkin çağdaş araştırmaların kökleri Thibaut ve Walker’ın (1978) prosedürel adalet kuramı ve Leventhal’ın (1980) adalet yargı kuramına dayanmaktadır (Ambrose ve Arnaud, 2005, s. 61). Leventhal (1980, s. 35), adalet kararları kuramında prosedürel adaleti, ‘bir bireyin, tahsis sürecini düzenleyen sosyal sistemin prosedürel bileşenlerinin adaletine ilişkin algısı’ olarak tanımlamıştır. Bireylerin altı karar kuralını kullanarak prosedürel adalet yargılarını oluşturmaları beklenir: tutarlılık, önyargıyı bastırma, doğruluk, düzeltilebilirlik, temsil edilebilirlik ve etiklik. Prosedürler, bu altı özelliği taşıdığı ölçüde adil sayılır. Prosedürlerin bireyler arasında ve zaman içinde tutarlı olmasını ifade eden *tutarlılık*; prosedürlerin tarafsız olması gerekliliğini vurgulayan *önyargının bastırılması*; prosedür ve kararların mümkün olduğunca doğru bilgiye dayanması *doğruluk*; prosedürlerin kötü kararları düzeltmek için belirli mekanizmalara dayanması *düzeltilbilirlik*; prosedürlerin tüm tarafların görüş ve önerilerini dikkate alma gerekliliği *temsiliyet* ve prosedürlerin etik standartlara dayanma zorunluluğunu ifade eden *etik özellikleri ön plana çıkarmaktadır* (Leventhal, 1980, s. 40-44; Çolak ve Erdost, 2004, s. 58).

Örgütsel adaletin son boyutu, etkileşim adaletidir. Çalışanların örgütsel adalet algıları yalnızca bireysel katkı ve kazanımlarının karşılaştırılmasına, bir diğer ifadeyle dağıtıma dair kararlara ve ilgili karar süreçlerine göre değil, aynı zamanda örgütteki iletişim ve insani ilişkilerin niteliğine göre de şekillenmektedir (İyigün, 2012, s. 59). Nitekim etkileşim adaleti, yöneticilerin dağıtıma yönelik örgütsel işleyiş ve karar süreçlerini örgüt içerisindeki bireylere dürüst ve saygılı bir dille açıklamalarını ve kararların uygulanması esasındaki davranışlarının adil olmasını içermekte, bu bağlamda proaktif bir nitelik göstermektedir. Dolayısıyla etkileşim adaleti örgüt içerisindeki bireyin yöneticisi ile aralarındaki ilişkinin ve iletişimin niteliğine dikkat çekmektedir (Greenberg, 1990, s. 411; İyigün, 2012, s. 55, 59). Örgütsel adalet ile ilgili literatürde etkileşim adaletinin prosedürel adalet kapsamında ele alındığı çalışmalar da yer almaktadır (Doğan ve Varoğlu, 2016, s. 37). Ancak bilim insanlarının çoğunluğunun bu iki boyutun birbirinden ayrı olduklarına yönelik görüşleri mevcuttur. Örgütsel adalet kuramlarının boyutları bağlamında değerlendirildiğinde dağıtım adaletinin adaletsizlik algısı sonrasındaki tepkileri içermesi nedeniyle “reaktif”; etkileşim adaleti ile prosedürel adaletin ise

örgütteki adaleti tesis etme, örgütsel süreç ve iletişimi adil kılma odağı nedeniyle “proaktif” özelliğe sahip oldukları söylenebilir (İçerli, 2010, s. 71).

Örgütsel adalet algısı kavramı, yönetim literatüründe uzun zamandır kendine yer bulan ve üzerine çokça konuşulan bir kavram olmakla birlikte; örgüt ve çalışanlar ile yakın teması göz önüne alındığında kavramın uzun bir süre daha literatürde yer almaya devam edeceği, öncülleri ve ardıllarına dair daha nice çalışmalara konu olacağı açıktır. Bu çalışmada ise kavramın, prososyal davranış ile sonuçlanıp sonuçlanmayacağı irdelenmektedir.

B. PROSOSYAL HİZMET DAVRANIŞI

Prososyal davranışlar, birey tarafından yönlendirilen ve diğer birey veya bireylere fayda sağlaması beklenen davranışlardır. Yardım etme, paylaşma, bağışta bulunma, iş birliği yapma, gönüllü olma, rehberlik etme, kurtarma ve çalışma arkadaşlarını savunma gibi diğerleri için faydalı olduğu düşünülen davranışlar prososyal davranış biçimleridir (Brief ve Motowidlo, 1986, s. 710-711; Eagly, 2009, s. 645). Dolayısıyla çalışanların örgütüne veya çalışma arkadaşlarına yönelik yardımsever davranışları prososyal örgütsel davranışlar kapsamında ele alınmaktadır (Bettencourt ve Brown, 1997, s. 41). Prososyal örgütsel davranış, bir örgüt üyesi tarafından görevlerini ifa ederken etkileşim hâlinde olduğu birey, grup veya örgüte yönelik olan ve yönlendirilen birey, grup veya örgütün refahını iyileştirme niyetiyle gerçekleştirilen davranışlardır (Brief ve Motowidlo, 1986, s. 711). Prososyal örgütsel davranışlar başkalarına yardımcı olmak ve onlara fayda sağlamak adına sergilenen davranış biçimleri olmakla birlikte, çalışanlar bu davranışları sonucunda ödüllendirilebilir ya da ödüllendirilmeyebilirler. Zira bazı olumlu prososyal örgütsel davranışlar bireyin rol tanımlarının bir parçası olabilirken, diğer yandan bazı prososyal örgütsel davranışlar ekstra rol kapsamına girmektedir. Ekstra rol kapsamındaki prososyal örgütsel davranışlar örgütler, bireylerden resmi olarak gerçekleştirmelerini istememektedirler, bu davranışlar, herhangi bir ödüllendirmeyle sonuçlanmayan gönüllülük esasına dayanan davranışlardan oluşmaktadır (George ve Bettenhausen, 1990; George, 1991, s. 299).

Prososyal örgütsel davranış birkaç ayrıma tabi tutmak mümkündür. Öncelikle bazı prososyal örgütsel davranışlar, örgütsel amaçların gerçekleştirilmesine katkıda buldukları için işlevseldir, bazıları ise değildir. Örgüt üyeleri birbirleriyle iş birliği yaptıklarında, örgütü beklenmeyen tehlikelerden korumak için hareket ettiklerinde, başkalarına örgüt hakkında olumlu şeyler söylediklerinde örgütün gelişmesi daha olasıdır. Bu işlevsel davranışlar örgütün hayatta kalma ve amaçlarına ulaşma yeteneklerini artırmaktadır. Ancak örgütsel etkinliği azaltabilecek prososyal örgütsel davranış biçimleri de vardır. Örneğin, iş arkadaşlarının örgütsel hedeflerle tutarsız, bireysel hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olan, onları hak ettikleri örgütsel cezalardan korumak için kasıtlı olarak davranışlarda bulunan veya müşterilere örgütsel çıkarlara aykırı şekillerde hizmet veren örgüt üyeleri, prososyal davranışlarda bulunmakla birlikte, bunu örgütsel başarıya katkıda bulunan yollarla yapmamaktadırlar. Bu tür işlevsel olmayan prososyal örgütsel davranışlar, örgütün etkinlik ve başarısını da baltalamaktadır (Brief ve Motowidlo, 1986, s. 711).

İşlevsel olup olmasının yanında prososyal örgütsel davranışlar, “rol tanımlı” ve “rol ötesi” prososyal davranışlar olarak ikiye ayrılmaktadır. Rol tanımlı prososyal örgütsel davranışlar, bireyin işinin ve rolünün bir parçası olan davranışlardır ve örgüt tarafından belirlenirler. Örneğin, müşterilere karşı nazik ve yardımsever olması talimatı verilen satış personeli, aynı proje üzerinde çalışan diğerlerini desteklemesi ve iş birliği yapması talimatı verilen araştırma ve geliştirme ekibinin üyesi ve yönetim ekibinin yeni, genç bir üyesine mentörlük sorumluluğu verilen yönetici, rolün öngördüğü prososyal davranışları gösterecektir. Rol ötesi prososyal örgütsel davranışlar, işin bir parçası olarak gerçekleştirilen ve resmi olarak belirlenmiş rol gereklilikleri olmayan davranışlardır ve örgüt tarafından bireylere özel olarak yüklenmemektedirler (Brief ve Motowidlo, 1986, s. 712).

Son olarak prososyal örgütsel davranışlar hedefin çeşitliliğine göre “müşteriye” ve “çalışma arkadaşlarına (ast, akran ya da üst olabilir)” yönelik prososyal hizmet davranışları olarak ikiye ayrılmaktadır (Brief ve Motowidlo, 1986, s. 712). Müşteriye yönelik prososyal davranışlar, çalışanın müşterinin menfaatine yönelik sergilediği ve kendisinden

beklenen rol davranışı ile uyumlu tutumları ifade etmektedir. Çalışma arkadaşlarına yönelik prososyal davranışlar ise çalışanların iş arkadaşlarına yönelik özgeci davranışlarıdır. Bu davranışlar iş yükü fazla olanlara yardım etme, devamsızlık yapanların işlerini üstlenme gibi tamamen gönüllülük temellidir (Kelley ve Hoffman, 1997, s. 409).

Prososyal davranışlar, genişleyen hizmet sektöründeki birçok birey ve örgüt için performansın önemli bir bileşenidir (George, 1991, s. 299). Özellikle son yıllarda hizmet sektöründe faaliyet gösteren birey ve örgütler için prososyal hizmet davranışlarının önem kazanması ile uluslararası literatürde prososyal hizmet davranışı kavramı doğmuştur. Daha sonra kavram, ulusal literatürde de kendine yer bulmuştur (Yeşiltaş vd., 2013, s. 337). Prososyal hizmet davranışı, prososyal örgüt davranışının bir türü olarak görülmektedir.

Prososyal hizmet davranışı, bireylerin hizmet kalitesini iyileştirme ve artırmaya yönelik müşterilere ve örgütlerindeki iş arkadaşlarına yönlendirdikleri, yardım niteliğindeki isteğe bağlı davranışlar olarak tanımlanmaktadır (Ackfeldt ve Wong, 2006, s. 728). Bireylerin prososyal hizmet davranışları yalnızca hizmet ürünlerinin kalitesini belirlemekle kalmamakta, aynı zamanda müşteri memnuniyetini, iş performansını ve örgütsel büyümeyi de etkilemektedir. Bu noktada prososyal hizmet davranışı, örgütsel etkinliği artırma noktasında bir araç olarak görülmesi nedeniyle örgütler için hayati önem taşımaktadır (George ve Bettenhausen, 1990; Kim ve Jang, 2018, s. 224). Prososyal hizmet davranışları, bir bireye yardım etme veya fayda sağlamayı içeren bir eylemi ifade edebilmekle birlikte, topluma fayda sağlayan genel davranışları da yansıtabilmektedir (White vd., 2019, s. 2). Bu yönüyle prososyal hizmet davranışı, hizmet sağlayıcıların diğer bireylere karşı yararlı davranışlar göstermesinin yanında, diğer çalışanların rol içi veya rol dışı görevlerini geliştirmeye amaçlayan, böylelikle örgütsel işleyişi iyileştiren davranışları içermektedir (Kim ve Jang, 2018, s. 224). Prososyal hizmet davranışını; müşteriye yönelik prososyal hizmet davranışı ve çalışma arkadaşlarına yönelik prososyal hizmet davranışı olmak üzere ikiye ayırmak mümkündür (Bettencourt ve Brown, 1997, s. 41). Ackfeldt ve Wong (2006, s. 728) prososyal hizmet davranışının müşteri ayağının rol tanımlı ve rol ötesi olarak ayrıldığını savunmaktadırlar. Benzer şekilde Bettencourt ve Brown (1997) da çalışmalarında bu ikili ayrıma gitmişlerdir. Yazarlar, prososyal hizmet davranışlarının örgütün işlevlerine yönelik olduğunu belirtmeyi ihmal etmemişlerdir.

Günümüzde örgütlerin rekabet koşullarının çetin olduğu iş dünyasında avantaj elde etmek istemeleri doğaldır. Bu noktada örgütler, çalışanların rol tanımları kapsamında müşterilere en iyi hizmeti sunmalarını beklemektedirler. Bunun yanında, çalışanların rol tanımları kapsamında yer almayan konularda da çaba göstermeleri ve müşterilere yönelik hizmet davranışları sergilemeleri; benzer şekilde iş arkadaşlarına karşı yardımsever davranışları istenmektedir. Zira global rekabet şartları, çalışanların görevlerini ifa etmesinin ötesine geçerek müşteriler ile çalışma arkadaşlarına karşı yardımsever olmalarını da gerektirmektedir (Yeşiltaş vd., 2013, s. 337). Araştırmalar göstermektedir ki iş birimi etkinliği ve müşteri ilişkileri performansını olumlu yönde etkilemesi nedenleri ile örgütlerin, prososyal hizmet davranışlarına değer vermeleri ve bu davranışları teşvik edici uygulamalar üzerinde durmaları gerekmektedir (Ackfeldt ve Wong, 2006, s. 728).

C. ÖRGÜTSEL ADALET ALGISI VE PROSOSYAL HİZMET DAVRANIŞI ARASINDAKİ İLİŞKİ

Çalışma kapsamında kavramların açıklanması noktasında yararlanılan örgütsel adalet, sosyal mübadele ve karşılıklı norm kuramları temel alınarak iki kavram arasında bağlantılar kurulabilmektedir. Eşitlik ve hakkaniyet bireyler için sosyal yaşamlarında önemli bir değer olarak yer almaktadır (Doğan ve Varoğlu, 2016, s. 28). Sosyal mübadele ilişkilerinde eşitlik arayan bireyler, bir örgüte dâhil olduklarında örgütleri ve diğer bireyler ile ilişkilerinde de eşitlik aramaktadırlar (Akgündüz, 2021, s. 33). Örgütsel adalet kuramının temelini oluşturan eşitlik kuramının konusunu örgütteki bireylerin işleri için gösterdikleri performansını, diğerleri ile kıyaslamaları sonucunda vardıkları yargılar oluşturmaktadır. Adams’ın ileri sürdüğü eşitlik kuramına göre bireyler sadece kendilerine verilen ödüllerle ilgilenmemekte, gösterdikleri çaba sonucunda elde ettikleri kazanımları, diğer bireylerin elde ettikleri

kazanımlar ile karşılaştırmaktadırlar. Bu noktada eşitlik kuramının katkı ve kazanım kavramları üzerine inşa edildiği görülmektedir. Katkı, bireyin kişisel özellikleri ile örgüte sunduğu avantajları belirtmektedir. Yaş, eğitim düzeyi, işine gösterdiği özen buna örnek verilebilir. Birey bu katkıları ile belirli kazanımlar elde edeceğini düşünmektedir. Bu kazanımlar, performansı karşısında aldığı ücret olabileceği gibi başka fayda ve ayrıcalıklara sahip olma, tanınma, yükselme vb. faktörleri de içermektedir. Birey, kendi katkı/kazanım oranı ile diğerlerininkini karşılaştırarak bir değerlendirme yapmakta, bu değerlendirme sonucunda eşitlik ya da eşitsizlik durumunu değerlendirmekte, eşitsizlik algılaması durumunda bireysel bir rahatsızlık duymakta ve bu rahatsızlık eşitliği sağlamak adına daha fazla çaba harcamasına neden olmaktadır. Eşitsizlik algılaması durumunda birey, eşitliği sağlamak adına katkılarını bilişsel olarak değiştirme, çarpıtma veya ilişkiyi sonlandırma davranışlarında bulunabilecektir. Bireyin katkı/kazanım oranlaması yapması kendisi için önemlidir. Örgüte getirdikleri ve getirmekte oldukları karşısında elde ettikleri ve edecekleri sonucunda birtakım sonuçlar elde edecektir. Ancak bu sonuçlar sadece sayısal veriler olmayacaktır. Bu hesaplamalar, planlı ya da plansız şekilde bireyin gözüne kestirdiği bir diğer örgüt üyesi ile kendi gözlem, bilgi ve algısının bir orana dönüştürülmesi yoluyla yapılmaktadır (Ulukapı ve Bedük, 2013, s. 772; Doğan ve Varoğlu, 2016, s. 26-29; Akgündüz, 2021, s. 35).

Bireyler örgütleri ve yöneticileri tarafından adil muamele görmek isterler. Bu adil muamele bireyin sadece performansını değil, aynı zamanda tutumlarını da etkileyecektir (Sağır, 2016, s. 190). Bireyin adaletle ilgili değerlendirmeleri, davranışlarına yön verecektir. Birey örgüt ortamında adil davranıldığına inandığında örgütün ihtiyaçlarını ön planda tutacaktır. Aynı şekilde, adaletsizlik algısı da sadece duygularla ilgili kalmayacak, davranışları da etkileyecektir. Olası bir adaletsizlik ile karşı karşıya kalınması durumunda adaleti onarma yönünde bir güdü, davranışlara yön verecektir. Elbette ki bu davranışsal tepkinin çeşitli belirleyicileri olacaktır. İşte bu noktada eşitlik kuramı, adaletsizliğin algılanması durumunda duygusal bir rahatsızlığın ortaya çıkacağını ve bu durumun bireyi örgütün ihtiyaçlarına yöneltmek yerine, eşitliği yeniden sağlama yönünde güdüleyeceğini belirtmektedir (Çoklar Okutkan, 2021, s. 239; Akgündüz, 2021, s. 36). Birey kendisine haksız davranıldığını düşündüğünde, eşitliği sağlamanın bir yolu olarak gördüğü isteğe bağlı davranışları azaltacaktır (Organ, 1988).

Birey, örgütle ilişkilerini yalnızca ekonomik bir değiş tokuş olarak görmek yerine, kendisine adil davranılması ile ilişkilerini sosyal bir alışveriş olarak görmeye başlayabilir (Organ, 1988). Örgütsel adalet, örgüt bünyesindeki bireyler arasındaki ikili ilişkilerin önemli bir parçasıdır (Sağır, 2016, s. 186). Bireyler örgütleri tarafından kendilerine adil davranıldığını düşündüklerinde, aralarındaki ilişkiyi sosyal bir değişim olarak adlandırmaktadırlar. Bu adalet duygusu korunduğu sürece birey, örgüt tarafından adil davranılacağından emin olacak ve ekstra rol davranışları konusunda endişe duymayacaktır (Organ ve Konovsky, 1989; George, 1991, s. 299). Örgüt içerisinde prosedür adaletinin sağlanması ile birey; görev ve sorumluluklarını aşarak, örgüt için faydalı davranışlar sergileyecek, rolü dışına çıkararak örgütü ve örgüt bünyesindeki diğer bireyler için yararlı davranışlarda bulunmaya istekli olacaktır (Moorman, 1991; Organ ve Moorman, 1993; Doğan ve Varoğlu, 2016, s. 38).

Bireyler adaletsizliğe gösterdikleri tepkiler noktasında da farklılıklar göstermektedirler. Bazıları bu durumdan büyük endişe duyarken, diğerleri duyarlı davranabilirler. Bu durum, "adalete duyarlılık kuramı" ile açıklanmaktadır (Gollwitzer vd., 2009, s. 999). Schmitt vd. (1995) tarafından öne sürülen adalet duyarlılık kuramı, bireylerin adaletsizliği farklı algıladıkları ve adaletsizliğe farklı tepkiler gösterdiklerini savunmaktadır. Adaletsizliğe karşı bireyin davranışsal tepkileri değerlendirildiğinde, adalet duyarlılık kuramı, bireyin prososyal ya da antisosyal davranışlarda bulunma eğilimlerinden bahsetmektedir. Bu boyutlardan gözlemci, yararlanıcı ve fail duyarlılığının 'prososyal'; mağdur duyarlılığının ise 'antisosyal' davranışlarla ilişkisi dikkat çekmektedir (Çoklar Okutkan, 2021, s. 236, 241).

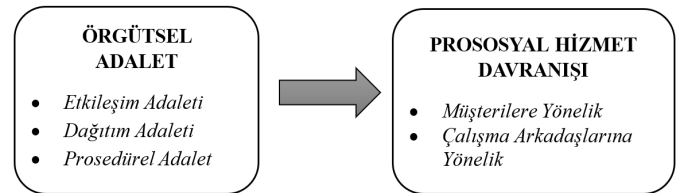
Sosyal ortamlarda bireyler, sosyal mübadeleyi gerçekleştirmektedirler. Değişim ilişkilerine dâhil olan bireyler, bir tarafın diğerinden daha fazlasını elde etme olasılığına veya bir tarafın emsal normlara bağlı kalmamasına karşı hassastırlar. Bu noktada Homans, dağıtım adaleti

kuramını sosyal mübadele kuramı temelinde geliştirmiştir (Colquitt vd., 2005, s. 13-14). Sosyal mübadele kuramında duyguların büyük rol oynadığı ileri sürülmektedir. Bireylerin olumlu duygular nedeni ile ilişki kurdukları ve sosyal mübadele süreci sonunda olumlu ve olumsuz birçok duyguyu hissettikleri belirlenmiştir (Curun, 2021, s. 79). Sosyal mübadelede gelecekte zorunlu yükümlülükler yaratan iyilikleri içerdiği ve niteliği pazarlığa söz konusu edilemeyen şükran ve güven duygularını yarattığı bir gerçektir (Ateş, 2017, s. 151). Sosyal mübadele, taraflar arasındaki gönüllü eylemleri ifade etmektedir (Bettencourt ve Brown, 1997, s. 43). Gönüllü eylemler, sosyal mübadele sonucunda ortaya çıkan ekstra rol performansını açıklamada kullanılmaktadır. Bunun yanında sosyal mübadele kuramı, örgütsel adalet ve ekstra rol davranışı arasında pozitif bir ilişkiye işaret etmektedir (Bettencourt ve Brown, 1997, s. 43). Bireyler doğaları gereği başkalarına yardım etmek isterler, ancak aynı zamanda bireysel veya örgütsel düzeyde adaletin yerine geldiğini görme ihtiyacı da duymaktadırlar (Knoche ve Waples, 2016, s. 100). Bu anlamda bireylerin örgütsel adaletle ilişkin olumlu algıları, onları gönüllü eylemler ve örgütsel fayda temelli prososyal davranışlar sergilemeye motive edebilecektir.

Sosyal mübadele, karşılıklı norm kuramına dayanmaktadır. Karşılıklı norm kuramı, bireylerin kendilerine yardım edenlere yardım etmeleri ve onlara zarar vermemeleri değerleri üzerine kuruludur (Yürür, 2016, s. 253). Karşılıklı norm kuramı, bireylerin elde ettikleri yararları karşılık olumlu davranışlar göstereceklerini ileri sürerek (Akgündüz, 2021, s. 179) kendisine yapılan yardıma yardımla karşılık vereceğini öngörmektedir. Örgüt içerisinde birey, liderlerinden gördüğü adil ve eşit tutum ve davranışa karşılık prososyal hizmet davranışı sergileme yoluna gidecektir (İpek, 2014, s. 9).

Literatürde iki kavramın ilişkisine temas eden çalışmalar görülmektedir. Örneğin; Hunt (1990), prososyal davranışa yönlendiren üç önemli kavramdan söz etmektedir: Karşılıklı ilişki, sosyal sorumluluk, yardım etme ve adalet. Montada ve Schneider (1991) de adaletsizlik algısı karşısında bireyin, adaleti yeniden tesis etmek için motive olacağını belirtmektedirler. Yazarlara göre prososyal davranışlar bunun bir yolu olarak görülmektedir. Demirel ve Dinçer (2011) ise örgütsel adalet algısının prososyal davranışların temelini oluşturduğunu ve adaletsizlik algısının bireyin prososyal davranışlarını güdülemede yetersiz kaldığını belirtmişlerdir. Sucu (2020) da bireyde oluşan olumlu adalet algısının, prososyal davranışların sergilenmesinde bir öncü olarak değerlendirilebileceğini belirtmiştir. Son olarak prososyal hizmet davranışının önemi göz önünde alındığında, bu davranışa hangi faktörlerin yol açtığını ve örgüt yönetimlerinin bu davranışın teşvik edilmesinde nelerin rol oynayacağını anlayabilmeleri için daha fazla araştırma yapılması gerektiği birçok yazar tarafından vurgulanmıştır (Bettencourt ve Brown, 2003; Podsakoff vd., 2009; Wintericht vd., 2013). Yukarıda yer verilen kuramlar ile literatürde takip edilen izler ışığında araştırmanın modeli ve hipotezleri aşağıda görülmektedir:

ŞEKİL 1 | Araştırmanın Modeli



H₁: Çalışanların örgütsel adalet algılarının prososyal hizmet davranışları üzerinde pozitif ve istatistiksel bakımdan anlamlı etkisi vardır.

H_{1a}: Çalışanların etkileşim adaleti algılarının müşterilere yönelik prososyal hizmet davranışları üzerinde pozitif ve istatistiksel bakımdan anlamlı etkisi vardır.

H_{1b}: Çalışanların etkileşim adaleti algılarının çalışma arkadaşlarına yönelik prososyal hizmet davranışları üzerinde pozitif ve istatistiksel bakımdan anlamlı etkisi vardır.

H_{1c}: Çalışanların dağıtım adaleti algılarının müşterilere yönelik

prososyal hizmet davranışları üzerinde pozitif ve istatistiksel bakımdan anlamlı etkisi vardır.

H_{1a}: Çalışanların dağıtım adaleti algılarının çalışma arkadaşlarına yönelik prososyal hizmet davranışları üzerinde pozitif ve istatistiksel bakımdan anlamlı etkisi vardır.

H_{1e}: Çalışanların prosedürel adalet algılarının müşterilere yönelik prososyal hizmet davranışları üzerinde pozitif ve istatistiksel bakımdan anlamlı etkisi vardır.

H_{1f}: Çalışanların prosedürel adalet algılarının çalışma arkadaşlarına yönelik prososyal hizmet davranışları üzerinde pozitif ve istatistiksel bakımdan anlamlı etkisi vardır.

II. METODOLOJİ

Bu başlık altında araştırmanın soruları, amacı, önemi ve yöntemi ile veri toplama aracı ve araştırmanın kapsamına yer verilmiştir.

A. ARAŞTIRMANIN SORULARI, AMACI VE ÖNEMİ

Adalet algısı tüm bireyler için önemli ve gereklidir. Örgütsel ortamlarda da bu geçerlidir. Çalışanların özellikle yönetici ve örgütlerinden algılayacakları adalet, onların kişisel ve örgütsel duyu ve davranışlarını etkileyecektir. Prososyal hizmet davranışları ise örgüt ve yöneticilerin çalışanlarında aradıkları, örgütün varlığı ve kârlılığında hayati önemde görülebilecek davranışlardır. Bu noktada “Örgütsel adalet algısı çalışanların prososyal hizmet davranışlarını etkilemekte midir?” ve “Örgütsel adalet algısı ile prososyal hizmet davranışları kuramsal bir temelde buluşmakta mıdır?” soruları üzerine çalışma ortaya çıkmıştır. Buna göre çalışanların örgütsel adalet algılarının prososyal hizmet davranışları üzerindeki etkisinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Örgütsel adaletin adil ücret ve teşvikler, terfi için eşit fırsatlar ve performans değerlendirme prosedürleri gibi maddi ve maddi olmayan ödüllere ilgili görülmesi (Yean ve Yusof, 2016) ve çalışan tarafından algılanabilecek bir adaletsizliğin ise örgüte zarar vereceği düşüncesi (Chegini, 2009) ile örgütsel adalet kavramının ilişkili olabileceği örgütsel çıktılar ile birlikte ele alınması gereklidir. Bu çıktılardan biri de örgütler tarafından çalışanlardan beklenen prososyal hizmet davranışlarıdır. Yardım etme, paylaşma, başta bulunma, iş birliği yapma ve gönüllü olma gibi prososyal eylemler örgütün başarı ile yoluna devam etmesinde çalışanların üstlenebilecekleri önemli davranışları içermektedir. Örgütsel adalet ile prososyal hizmet davranışları arasındaki ilişkilerin ortaya çıkarılması bu noktada önem kazanmaktadır.

B. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE VERİ TOPLAMA ARACI

Araştırma, “ampirik olarak tasarlanmış ve nicel araştırma desenlerinden tarama modeli” kullanılmıştır. Verilerin toplanmasında “anket yöntemi” tercih edilmiştir. Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik bilgilerine dair sorular yer almaktadır. Anket formunun ikinci bölümünde Niehoff ve Moorman (1993) tarafından oluşturulan ve Gürbüz ve Mert (2009) tarafından Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılan “Örgütsel Adalet” ölçeği, üçüncü bölümünde ise Ackfeldt ve Wong (2006) tarafından oluşturulan ve Türkçe geçerlilik ve güvenilirliği Soydemir vd. (2014) tarafından yapılan “Prososyal Hizmet Davranışı” ölçeği yer almıştır. Demografik bilgiler çoktan seçmeli seçenekler içerirken; Likert tipi ölçekler “1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4: Katılıyorum ve 5: Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde tasarlanmıştır. Anket formunun bilimsel etik kurallarına uygunluğu, Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Bilimsel Etik Kurulu’nun 06.12.2022 tarih ve 18/198 sayılı kararı ile onaylanmıştır.

C. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI

Bankalar, hiyerarşik yapının oldukça belirgin olduğu, ast ve üst ayrımının kesin çizgilerle belirlendiği ve müşterilerle yüz yüze hizmet ilişkisinin kurulduğu örgütlenmelerdir. Bir yandan örgüt içerisinde ast ve üstleri ile ilişkilerini sürdüren banka çalışanları, diğer yandan müşterileri için elinden geleni ve hatta fazlasını sunmak durumunda

kalmaktadırlar. Örgüt içerisindeki ilişkilerden algılanan davranışlar müşteriler ile ilişkisinde çalışanı etkilemektedir. Bu düşünceden hareketle, örgütsel adalet algısının çalışanların prososyal hizmet davranışları üzerindeki etkisini belirlemede banka çalışanları üzerine yapılacak araştırma yerinde görülmektedir. Bu doğrultuda Türkiye Bankalar Birliği (TBB) tarafından yayınlanan son veriler göre Konya ilinde faaliyet gösteren bankaların 2720 çalışanı (www.tbb.org.tr, 2022) evren olarak kabul edilmiş ve “%95 güvenilirlik ve %5’lik hata payı ile” örneklem büyüklüğü, 337 çalışan olarak hesaplanmıştır (Altunışık vd., 2012, s. 137; Sekaran, 2003, s. 293-294). Kolayda örnekleme yolu ile veriler, 15.12.2022-15.01.2023 tarihleri arasında yüz yüze anket yöntemi ile dağıtılmış ve toplamda 452 adet anketin geri dönüşü gerçekleştirilmiştir. Gerekli kodlamalardan sonra analizler, “SPSS 29 ve AMOS 24 programları” ile yapılmıştır. Bu aşamada verilerin z puanları ve Mahalanobis uzaklık değerleri hesaplanarak yapılan uç değer analizi sonrasında 12 anket formu analizlerden çıkarılmış ve 440 anket verisi ile analizlere geçilmiştir. Katılımcıların demografik bilgileri incelendiğinde ise; %57,3’ünün kadın, %48,4’ünün 35 ile 49 yaş aralığında, %74,5’inin evli, %89,7’sinin en az lisans mezunu, %42,7’sinin yönetmen veya yetkili yardımcısı, %78,4’ünün en 6 yıllık sektör tecrübesine sahip ve %49,8’inin 2-5 yıl arasında kıdemde sahip olduğu; %62’sinin pazarlama biriminde, %75,5’inin özel bankalarda ve %66,6’sının mevduat bankalarında görev yaptığı tespit edilmiştir. Diğer analizler kapsamında geçerlilik ve güvenilirlik analizleri, korelasyon analizi, tanımlayıcı istatistikler ve yapısal eşitlik modeli analizine yer verilmiş olup bulgulara sonraki başlıkta değinilmiştir.

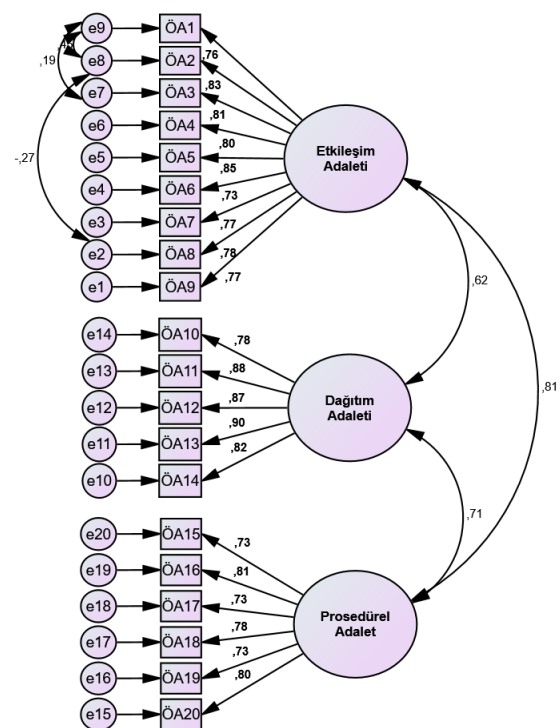
III. BULGULAR

Bu başlık altında araştırma kapsamında elde edilen verilere dair analiz ve bulgulara yer verilmiştir.

A. GEÇERLİLİK VE GÜVENİLİRLİK ANALİZLERİ

Bu başlık altında, örgütsel adalet ve prososyal hizmet davranış ölçeklerinin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir. Öncelikle örgütsel adalet ölçeğinin “yapı geçerliliğinin tespiti amacıyla doğrulayıcı faktör analizi” yapılmış olup ideal bir model uyumu elde etmek için “modifikasyon indeksleri” çerçevesinde bazı ifadeler arasında “modifikasyon düzeltme yolları” kurulmuş ve çizilen kovaryanslar sonucunda Şekil 2’de yer alan faktör yapısı modeline ulaşılmıştır.

ŞEKİL 2 | Örgütsel Adalet Ölçeğine İlişkin Ölçümlenen Birinci Düzey Faktör Yapısı Modeli



Örgütsel adaletin etkileşim adaleti boyutuna dair ifadelerin faktör yüklerinin 0,73 ile 0,85 arasında; dağıtım adaleti boyutuna dair ifadelerin faktör yüklerinin 0,78 ile 0,90 arasında ve prosedürel adalet boyutuna dair ifadelerin faktör yüklerinin ise 0,73 ile 0,81 arasında değerler aldığı tespit edilmiştir. “Faktör yükü; 0,71’in üzerinde olan değerler ‘mükemmel’, 0,63 ile 0,71 ‘çok iyi’, 0,55 ile 0,62 ‘iyi’ ve 0,45 ile 0,54 arası ‘makul/kabul edilebilir’ olarak değerlendirilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2018, s. 509).” Bu bağlamda modelde yer alan faktör yüklerinin istatistiki olarak “mükemmel düzeyde” olduğu ifade edilebilir. Modele dair uyum değerleri ise Tablo 1’de görülmektedir.

TABLO 1 | Örgütsel Adalet Ölçeğine İlişkin Modelin Uyum Değerleri

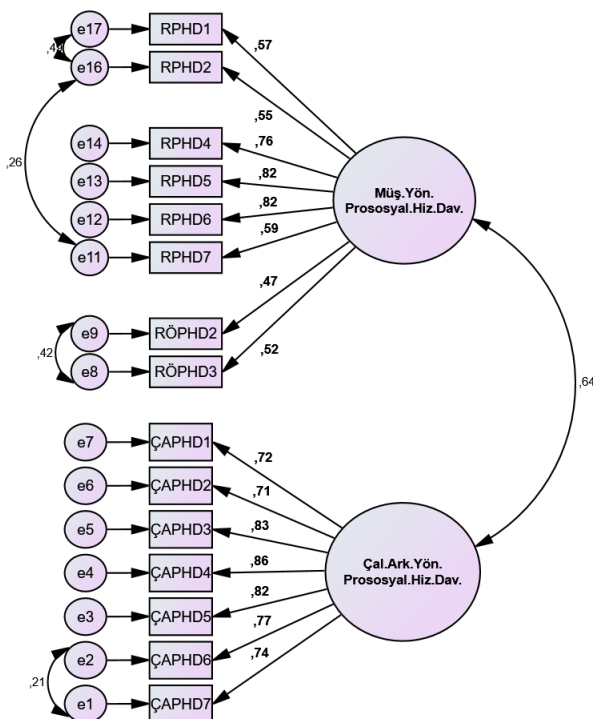
Uyum İndeksleri	Elde Edilen Değer	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Sonuç
X ² Uyum Testi	0,000	p < 0,05	p < 0,01	İyi Uyum
CMIN/df (X ² /sd)	3,517	≤3	≤5	Kabul Edilebilir Uyum
RMSEA	0,076	≤0,05	≤0,08	Kabul Edilebilir Uyum
RMR	0,039	≤0,05	≤0,08	İyi Uyum
GFI	0,889	≥0,90	≥0,80	Kabul Edilebilir Uyum
CFI	0,940	≥0,95	≥0,85	Kabul Edilebilir Uyum
NFI	0,919	≥0,95	≥0,80	Kabul Edilebilir Uyum
TLI	0,931	≥0,95	≥0,80	Kabul Edilebilir Uyum

Kaynak: Schumacker ve Lomax, 2010; Simon vd., 2010.

Tablo 1’de yer alan uyum değerleri göz önüne alındığında “istatistiki bakımdan tüm değerlerin kabul edilebilir olduğu” belirlenmiştir. İlgili veriler doğrultusunda örgütsel adalet ölçeğine dair üç faktörlü orijinal yapının doğrulandığı anlaşılmaktadır.

İkinci olarak, prososyal hizmet davranışı ölçeğinin yapı geçerliliğinin tespiti amacıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Yapılan analiz neticesinde faktör yükleri 0,30’un altında olan ve istatistiksel bakımdan anlamlı olmayan, aynı zamanda güvenilirliği düşürdüğü tespit edilen ifadeler ölçekten çıkarılmıştır. Bu doğrultuda faktör yükleri söz konusu sınırın altında olan; müşteriye yönelik prososyal hizmet davranışı boyutunun üçüncü (faktör yükü: -0,053) ve sekizinci (faktör yükü: 0,138) ifadeleri modelden sırayla çıkarılmış ve analizler tekrar edilmiştir. İdeal bir model uyumu elde etmek için “modifikasyon indeksleri” doğrultusunda bazı ifadeler arasında “modifikasyon düzeltme yolları” kurulmuş ve çizilen kovaryanslar sonucunda Şekil 3’te yer alan faktör yapısı modeline ulaşılmıştır.

ŞEKİL 3 | Prososyal Hizmet Davranışı Ölçeğine İlişkin Ölçümlenen Birincil Düzey Faktör Yapısı Modeli



Prososyal hizmet davranışı ölçeğinin müşterilere yönelik prososyal hizmet davranışı boyutuna dair ifadelerin faktör yüklerinin 0,47 ile 0,82 arasında ve çalışma arkadaşlarına yönelik prososyal hizmet davranışı boyutuna dair ifadelerin faktör yüklerinin 0,71 ile 0,86 arasında değerler aldığı görülmektedir. Bu bağlamda modelde yer alan faktör yüklerinin “istatistiki olarak yeterli düzeyde olduğu” ifade edilebilir. Modele dair uyum değerleri ise Tablo 2’de görülmektedir.

TABLO 2 | Prososyal Hizmet Davranışı Ölçeğine İlişkin Modelin Uyum Değerleri

Uyum İndeksleri	Elde Edilen Değer	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Sonuç
X ² Uyum Testi	0,000	p < 0,05	p < 0,01	İyi Uyum
CMIN/df (X ² /sd)	4,510	≤3	≤5	Kabul Edilebilir Uyum
RMSEA	0,08	≤0,05	≤0,08	Kabul Edilebilir Uyum
RMR	0,032	≤0,05	≤0,08	İyi Uyum
GFI	0,901	≥0,90	≥0,80	İyi Uyum
CFI	0,921	≥0,95	≥0,85	Kabul Edilebilir Uyum
NFI	0,902	≥0,95	≥0,80	Kabul Edilebilir Uyum
TLI	0,903	≥0,95	≥0,80	Kabul Edilebilir Uyum

Kaynak: Schumacker ve Lomax, 2010; Simon vd., 2010..

Tablo 2’de yer alan uyum değerleri göz önüne alındığında “tüm değerlerin istatistiki bakımdan kabul edilebilir olduğu” görülmektedir. İlgili veriler doğrultusunda prososyal hizmet davranışı ölçeğine dair iki faktörlü orijinal yapının doğrulandığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda prososyal hizmet davranışı ölçeğine dair verilerin analizinde iki faktörden oluşan yapı kullanılmıştır. Diğer yandan “yapısal geçerliliğin yanı sıra birleşim ve ayrışım geçerlilikleri ile verilerin güvenilirlik değerleri” incelenmiştir. Bu doğrultuda “CR (Birleşik/ Yapı Güvenilirliği) ve AVE (Ortalama Açıklanan Varyans) ile ASV (Paylaşılan Varyansın Karesinin Ortalaması) değerleri, ayrıca verilerin güvenilirliğinde sıklıkla kullanılan Cronbach’s Alpha katsayıları” hesaplanmış ve ilgili değerlere Tablo 3’te yer verilmiştir.

TABLO 3 | Değişkenlere İlişkin Korelasyon Katsayıları ile Geçerlilik ve Güvenilirlik Değerleri

DEĞİŞKENLER	CR	AVE	ASV	1	2	3	4	5	6	7
Örgütsel Adalet (1)	,972	,639	,429	(,953)						
-Etkileşim Adaleti (2)	,937	,625	,336	,897**	(,938)					
-Dağıtım Adaleti (3)	,931	,729	,253	,834**	,573**	(,930)				
-Prosedürel Adalet (4)	,893	,583	,333	,895**	,733**	,650**	(,892)			
Prososyal Hizmet Davranışı(PHD)(5)	,938	,51	,326	,321**	,362**	,166*	,300**	(,913)		
-Müşterilere Yönelik PHD (6)	,849	,422	,232	,258**	,283**	,157**	,226**	,896**	(,847)	
-Çalışma Ark. Yönelik PHD (7)	,916	,61	,253	,317**	,364**	,140**	,312*	,896**	,604**	(,916)

* Korelasyon 0,05 düzeyinde anlamlıdır (one-tailed), p<0,05

** Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed), p<0,01

*** n=440; r=korelasyon katsayısı; p=anlamlılık; parantez içerisindeki değerler, Cronbach’s Alpha güvenilirlik katsayılarını ifade etmektedir.

Öncelikle Tablo 3’te yer alan “Cronbach’s Alpha değerleri” analiz edildiğinde tümünün 0,80 üzerinde olduğu belirlenmiştir. “Cronbach’s Alpha değeri, 0,70 ve üzerinde olduğunda ilgili ölçüm aracının güvenilirliği kabul görmektedir (Sipahi vd., 2008, s. 89).” Buna bağlı olarak araştırmanın tüm değişkenlerinin “istatistiksel bakımdan güvenilir düzeyde olduğu” anlaşılmaktadır. Ardından değişkenlerin “birleşim ve ayrışım geçerliliğine” dair değerler analiz edilmiştir. “Birleşim geçerliliği için Fornell ve Larcker (1981), CR değerinin 0,60’ın üzerinde ve AVE değerinin ise 0,50’nin üzerinde olması gerektiğini belirtmişlerdir. Bununla birlikte CR değerinin AVE değerinden büyük olması gerekmektedir (Hair vd., 2019). Ayrışım geçerliliği göstergelerinden birisi ise ASV değerlerinin AVE

değerlerinden küçük olmasıdır (Fornell ve Larcker, 1981).” Söz konusu değerler analiz edildiğinde, genel anlamda tüm değişkenlere dair “CR ile AVE değerlerinin istatistiksel olarak kabul edilebilir düzeyde” oldukları, “CR değerlerinin AVE değerlerinden daha büyük, ASV değerlerinin ise AVE değerlerinden daha küçük” olduğu görülmekte iken; diğer yandan müşterilere yönelik prososyal hizmet davranışı değişkeninin AVE değerinin 0,50’den düşük olduğu tespit edilmiştir. Fakat ilgili değişkenin güvenilirlik katsayısı ve faktör yüklerinin istatistiksel bakımdan yeterli düzeyde olması sebebiyle bu değişkenin analizlerden çıkarılmasına gerek görülmemiştir. Neticede araştırma değişkenlerinin güvenilir düzeyde olduğu, ayrıca yapısal geçerlilik ile birleşim ve ayrışım geçerliliğine de sahip olduğuna karar verilmiştir.

Son olarak Tablo 3’te yer alan “değişkenler arası korelasyon katsayıları” analiz edilmiştir. “İlgili katsayı; 0,10 ile 0,29 aralığında tespit edildiğinde düşük düzeyde, 0,30 ile 0,70 aralığında tespit edildiğinde orta düzeyde ve 0,71 ile 1,00 aralığında tespit edildiğinde yüksek düzeyde ilişki olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk, 2002).” Buna bağlı olarak Tablo 3’te verilen Pearson korelasyon analizi sonuçlarına göre; araştırmaya katılım gösteren çalışanların örgütsel adalet algıları ile prososyal hizmet davranışları ($r=,321$; $p<0,01$) arasında orta düzeyde, pozitif ve istatistiksel bakımdan anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Ayrıca çalışanların örgütsel adalet algıları ile müşterilere yönelik prososyal hizmet davranışları arasında ($r=,258$; $p<0,01$) düşük düzeyde, çalışma arkadaşlarına yönelik prososyal hizmet davranışları arasında ($r=,317$; $p<0,01$) ise orta düzeyde, pozitif ve istatistiksel bakımdan anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Benzer şekilde etkileşim adaleti, dağıtım adaleti ve prosedürel adalet ile prososyal hizmet davranışı ve alt boyutları arasında da pozitif ve istatistiksel bakımdan anlamlı ilişkiler görülmektedir.

B. TANIMLAYICI İSTATİSTİKLER

Bu başlık kapsamında, araştırma değişkenlerine dair “tanımlayıcı istatistikler ile çarpıklık ve basıklık değerleri” analiz edilmiştir. İlgili bulgular, Tablo 4’te görülmektedir.

TABLO 4 | Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler ve Çarpıklık-Basıklık Değerleri

Değişkenler	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Min	Max	Çarpıklık	Basıklık
Örgütsel Adalet	3,76	0,71	,60	,00	-,386	,319
-Etkileşim Adaleti	3,98	0,7	,89	,00	-,665	,412
-Dağıtım Adaleti	3,46	1,03	,00	,00	-,507	-,271
-Prosedürel Adalet	3,69	0,78	,33	,00	-,317	-,075
Prososyal Hizmet Davranışı (PHD)	4,31	0,47	,93	,00	-,524	,145
-Müşterilere Yönelik PHD	4,33	0,5	,75	,00	-,436	-,159
-Çalışma Ark. Yönelik PHD	4,30	0,57	,86	,00	-,371	-,431

Değişkenlere dair tanımlayıcı istatistikler irdelendiğinde, aritmetik ortalaması en yüksek olanın “müşterilere yönelik prososyal hizmet davranışı” ($X=4,33\pm 0,50$) değişkeni olduğu tespit edilirken, aritmetik ortalaması en düşük değişkenin ise “dağıtım adaleti” ($X=3,46\pm 1,03$) olduğu belirlenmiştir. “5’li Likert ölçeği dikkate alınarak değişkenlere dair ortalama değerler, 1,00-2,33 düşük düzey, 2,34-3,66 orta düzey ve 3,67-5,00 yüksek düzey” şeklinde değerlendirildiğinde; dağıtım adaleti değişkenine dair ortalama değer ‘orta düzeyde’, diğer tüm değişkenlere ait ortalama değerlerin ise ‘yüksek düzeyde’ olduğu anlaşılmaktadır. Öte yandan değişkenlerin “çarpıklık ile basıklık değerleri” incelendiğinde ise “tümünün -1 ile +1 aralığında dağılım gösterdikleri, aritmetik ortalama, mod ve medyan değerlerinin birbirlerine yakın olduğu ve değişkenlere dair histogram ve grafiklerin normal dağılıma yakın olduğu” tespit edilmiştir. Bu veriler ışığında “değişkenlerin tek değişkenli normal dağılıma” sahip olduklarına karar verilmiştir (Huck, 2012; Seçer, 2017). “Çok değişkenli normal dağılımının incelenmesinde ise AMOS programı aracılığıyla Mardia

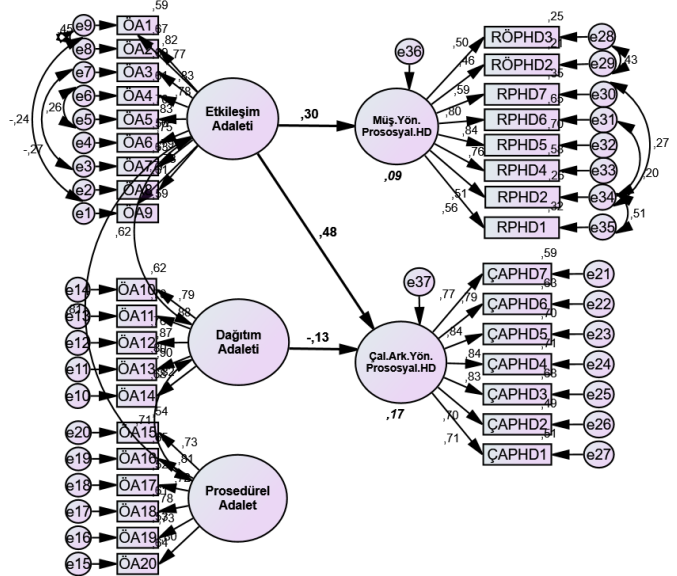
katsayısı” hesaplatılmış (Mardia=509,6) ve “ilgili katsayı, $p*(p+2)$ formülü (p =gözlenen değişken sayısı)” sonucunda elde edilen değer ($35*37=1295$) ile karşılaştırılmış ve “Mardia katsayısı”, formülle belirlenen değerden düşük olduğu için “verilerin çok değişkenli normal dağılıma sahip olduğu” varsayılmıştır (Khine, 2013).

C. YAPISAL EŞİTLİK MODELİ

Bağımsız değişken örgütsel adalet ve alt boyutlarının, bağımlı değişken prososyal hizmet davranışı ve alt boyutları üzerindeki etkisini test edebilmek adına yapısal eşitlik modeli analizi yapılmıştır. İlk aşamada ölçüm modeli test edilmiş ve faktör yükleri ile modele dair uyum indeksleri incelenmiştir. Modelde yer alan faktör yüklerinin 0,47 ile 0,90 arasında anlamlı şekilde dağıldığı tespit edilmiş ve ilgili değerlerin istatistiksel bakımdan yeterli düzeyde olduğu görülmüştür. “Modele dair uyum indeksleri incelendiğinde ise değerlerin (X^2 Uyum Testi=0,00; $X^2/sd=3,378$; RMSEA=0,074; RMR=0,042; GFI=0,82; CFI=0,89; NFI=0,85; TLI=0,88) kabul edilebilir düzeyde olduğu (Schumacker ve Lomax, 2010; Simon vd., 2010)” belirlenmiş, böylelikle ölçüm modelinin doğrulanmıştır.

İkinci aşamada yapısal eşitlik modelinin testine geçilmiştir. “Modele dair en iyi uyumu gösteren sonuçlara ulaşmak amacıyla anlamsız yollar modelden sırayla çıkarılmış ve analizler yenilenmiş, ardından kuramsal bağlantılar çerçevesinde hata terimleri arasında modifikasyon kurulmuş ve model revizyonu yapılmıştır. Hata terimleri arasında modifikasyonlar kurulurken, ilgili hata terimlerinin bağlı olduğu gözlenen ifadelerin; aynı boyutu ölçümleyebilme, birbiri yerine kullanılabilme, katılımcılar tarafından benzer veya aynı anlam yüklenebilme durumları (Meydan ve Şeşen, 2015) ile kuramsal temelleri de göz önüne alınarak karar verilmiştir.” Bu işlemlerin ardından revize edilmiş model Şekil 4’te yer almaktadır.

ŞEKİL 4 | Örgütsel Adaletin Algısının Prososyal Hizmet Davranışı Üzerindeki Etkisine İlişkin YEM



Modele dair doğrudan etki yolları, katsayılar, anlamlılık değerleri ile uyum indeksleri Tablo 5’te görülmektedir.

TABLO 5 | YEM Analizine İlişkin Parametre Tahmin Değerleri

Parametre Tahminleri					
Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	S.E.	C.R.	p
Müşterilere Yönelik PHD	Etkileşim Adaleti	,299	,038	5,159	***
Çalışma Ark. Yönelik PHD	Etkileşim Adaleti	,481	,054	7,073	***
Müşterilere Yönelik PHD	Dağıtım Adaleti	-,083	,030	-1,229	0,219
Çalışma Ark. Yönelik PHD	Dağıtım Adaleti	-,130	,033	-2,069	,039**
Müşterilere Yönelik PHD	Prosedürel Adalet	,136	,062	1,157	,247
Çalışma Ark. Yönelik PHD	Prosedürel Adalet	,183	,070	1,663	,096

Not: R² (Müşterilere Yön. PHD= ,089; Çalışma Ark. Yön. PHD= ,171); X² Uyum Testi=0,00; X²/sd=3,689; RMSEA=0,078; RMR=0,059; GFI=0,801; CFI=0,871; NFI=0,832; TLI=0,860
* β = Standardize edilmiş beta katsayısı, doğrudan etki; S.E. = Standart hata; C.R. = Kritik oran; p = Anlamlılık; n=440
** 0,05 düzeyinde anlamlı etki (p<0,05); *** 0,001 düzeyinde anlamlı etki (p<0,001).

Tablo 5'te yer alan bulgular değerlendirildiğinde; etkileşim adaleti algısının müşterilere yönelik prososyal hizmet davranışı ($\beta=0,299$; $p<0,001$) ve çalışma arkadaşlarına yönelik prososyal hizmet davranışı ($\beta=0,481$; $p<0,001$) üzerinde "pozitif ve istatistiksel bakımdan anlamlı etkisinin olduğu"; dağıtım adaleti algısının çalışma arkadaşlarına yönelik prososyal hizmet davranışı ($\beta= -0,130$; $p<0,05$) üzerinde "negatif ve istatistiksel bakımdan anlamlı etkisinin olduğu" ($\beta= -0,550$; $p<0,001$) tespit edilmiştir. Ayrıca müşterilere yönelik prososyal hizmet davranışına ilişkin değişimin %9'unun ($R^2=0,089$) etkileşim adaleti ile; çalışma arkadaşlarına yönelik prososyal hizmet davranışına ilişkin değişimin ise %17'sinin ($R^2=0,171$) etkileşim ve dağıtım adaleti ile açıklanabileceği belirlenmiştir. Çalışanların dağıtım adaleti algılarının müşterilere yönelik prososyal hizmet davranışı üzerinde ($\beta= -0,083$; $p>0,05$) ve prosedürel adalet algılarının hem müşterilere ($\beta=0,136$; $p>0,05$) hem de çalışma arkadaşlarına yönelik ($\beta=0,183$; $p>0,05$) prososyal hizmet davranışı üzerinde ise istatistiksel bakımdan anlamlı etkiler bulunamamıştır. Bu bulgular ışığında H_{1a} , H_{1b} ve H_{1d} hipotezleri kabul; H_{1c} , H_{1e} ve H_{1f} hipotezleri ret edilmiş, bu durumda H_1 hipotezi ise kısmen kabul edilmiştir.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Çalışanların tüm örgütsel eylem, tutum ve davranışlarında görülen bir doyum olarak ele alınan, aynı zamanda verimlilik, performans ve başarının vazgeçilmez unsurlarından olan, aksi bir durumda bireysel ve örgütsel düzeyde birçok olumsuzluğa yol açan adalet kavramı, örgütü ayakta tutan temel taşlardan birisidir. Örgütsel adalet kavramını, bireyin, örgütündeki çabalarına dair kazanımlarını eşitlik kuramı bağlamında diğerleri ile karşılaştırması, kimin neyi ve ne kadar elde ettiğini değerlendirmesinin yanı sıra bu dağıtım ile ilişkili kararların nasıl verildiği, ayrıca ilgili karar sürecinde örgütsel iletişim ve çalışan-yönetici ilişkisinin niteliği şekillendirmektedir. Bu unsurlar ise örgütte birçok pozitif ve negatif çıktıyı beraberinde getirmektedir. Örgütsel adaletten pozitif çıktılardan birisi de prososyal hizmet davranışlarıdır. Prososyal hizmet davranışı, çalışanların hizmet kalitesini artırmak amacıyla müşterilere ve çalışma arkadaşlarına yönelik gönüllü ve yardım niteliğindeki davranışları ifade etmektedir. Prososyal hizmet davranışları yalnızca hizmet ürünlerinin kalitesini belirlemekle kalmamakta, aynı zamanda müşteri memnuniyetini, iş performansını ve örgütsel büyümeyi de etkilemektedir. Dolayısıyla prososyal hizmet davranışı, örgütsel etkinliği artırmada bir yöntem olarak görülmesi nedeniyle örgütler için hayati önem taşımaktadır.

Bu noktada sosyal mübadele ve karşılıklı norm kuramları temelinde ilişkilendirilebilecek örgütsel adalet ve prososyal hizmet davranışları bu araştırmaya konu edilmiştir. "Örgütsel adalet algısı, çalışanların prososyal hizmet davranışlarını etkilemekte midir?" sorusu üzerine inşa edilen bu araştırmada, çalışanların örgütsel adalet algılarının prososyal hizmet davranışları üzerindeki etkisinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda Konya ilinde faaliyet gösteren 452 banka çalışanı üzerine bir araştırma yapılmıştır ve elde edilen veriler, SPSS 29 ve AMOS 24 programları ile analiz edilmiştir. Çalışma kapsamında bilimsel etik ve araştırma kurallarına sadık kalınmıştır.

Yapılan analizler kapsamında öncelikle değişkenlere ilişkin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri ile faktör yapısının doğrulandığı ve değişkenlerin güvenilir düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Ardından değişkenlere dair tanımlayıcı istatistikler incelendiğinde çalışanların dağıtım adaleti algısının orta düzeyde, etkileşim ve prosedürel adalet algıları ile prososyal hizmet davranışı algılarının ise yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir. Daha sonra değişkenler arasındaki ilişkileri tespit etmek amacıyla yapılan korelasyon analizi sonucunda ise araştırmaya katılım gösteren çalışanların örgütsel adalet algıları ile prososyal hizmet davranışları arasında orta düzeyde, pozitif ve istatistiksel bakımdan anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Benzer şekilde etkileşim adaleti, dağıtım adaleti ve prosedürel adalet ile prososyal hizmet davranışı ve alt boyutları arasında da pozitif ve istatistiksel bakımdan anlamlı ilişkiler belirlenmiştir. Bu bulgular ışığında özetle, araştırmaya katılan çalışanların örgütsel adalet algıları arttıkça müşterilere ve çalışma

arkadaşlarına yönelik prososyal hizmet davranışlarının da arttığı; çalışanların örgütsel adalet algıları azaldıkça ise müşterilere ve çalışma arkadaşlarına yönelik prososyal hizmet davranışlarının da azaldığı söylenebilir.

Araştırmanın çıkış noktası olan sorulara cevap bulabilmek ve hipotezleri test edebilmek adına yapılan yapısal eşitlik modeli analizi sonucunda ise etkileşim adaleti algısının müşterilere yönelik prososyal hizmet davranışı ve çalışma arkadaşlarına yönelik prososyal hizmet davranışı üzerinde pozitif ve istatistiksel bakımdan anlamlı etkisinin olduğu ortaya konulmuştur. Beklenen bir durum olan bu bulgu, Boundenghan ve diğerlerinin (2012) iddiaları ile benzerlik göstermektedir. Araştırmacılar, etkileşim adaletinin prososyal davranışlarla ilişkili olduğunu öne sürmüşler ve örgütsel adaletin prososyal davranışlar üzerindeki güçlü etkisini savunmuşlardır.

Bunun yanında çalışanların dağıtım adaleti algılarının çalışma arkadaşlarına yönelik prososyal hizmet davranışları üzerinde negatif ve istatistiksel bakımdan anlamlı etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Dağıtım adaleti, bireylerin kazanımların doğasına, düzeyine ve dağılımına nasıl tepki verdiklerini açıklamada oldukça fazla kullanılmaktadır. Dağıtım adaletinde görülebilecek eşitsizlikler, bireyleri davranışsal ya da psikolojik tepkilerle eşitliği yeniden sağlamaya motive edecektir. Bu anlamda dağıtım adaleti, örgütte görülen adaletsizliğe karşı tepkileri incelemesi ve bireylerin adil olmayan davranış ve süreçlerden uzak durmalarını ele alması yönüyle reaktif özellik göstermektedir (Çolak ve Erdost, 2004; İyigün, 2012). Eşitlik kuramının çalışanların eşitsizlik algılarının performanslarını etkilediğini ve gösterdikleri performans ile elde ettikleri sonuçları, diğer çalışanlar ile kıyaslamaları ile bir sonuca vardıkları iddiasından hareketle Beugré (2002) de, muhtemel bir eşitsizlik algısının çalışanlarda bir gerilime ve kızgınlığa neden olacağını ve bu durumda çalışanların eşitliği sağlamak adına çaba ve performanslarını azaltma gibi olumsuz davranışlar sergileyebileceklerini ifade etmiştir. Benzer şekilde Doğan (2002), araştırmasında, çabalarının karşılığını beklentileri çerçevesinde tam olarak elde edemeyen çalışanların, diğer çalışanlara göre örgütlerine daha az bağlılık gösterdiğini tespit etmiştir. Öte yandan bireylerin adaletsizliği farklı algıladıkları ve bu duruma farklı tepkiler gösterdiklerini savunan adalet duyarlılık kuramı (Schmitt vd., 1995) çerçevesinde, adaletsizliğe karşı bazı çalışanların büyük endişe duyması ve olumsuz tepkiler göstermesinin; bazı çalışanların ise duysuz davranmasının (Gollwitzer vd., 2009) olağan olduğu, bu bulgu özelinde de dağıtım adaletsizliğine karşı çalışma arkadaşlarına karşı prososyal hizmet davranışının olumsuz etkilenmesinin karşılaşılabilecek bir durum olduğu düşünülmektedir. Farklı bir bakış açısıyla elde edilen bulgu değerlendirildiğinde ise herhangi bir ödül beklentisi olmaksızın diğerlerine faydalı olmaya çalışılan, özgecilik temelli gönüllü bir davranış olan prososyal davranışın, dağıtım adaletinin sağlanmadığı durumlarda bile bireyin pozitif tutumunu sürdürmesini sağlayabileceği söylenebilir.

Çalışanların dağıtım adaleti algılarının müşterilere yönelik prososyal hizmet davranışı üzerinde ve prosedürel adalet algılarının hem müşterilere hem de çalışma arkadaşlarına yönelik prososyal hizmet davranışı üzerinde ise istatistiksel bakımdan anlamlı etkiler bulunamamıştır. Kuramsal bağlantılar ve geçmiş araştırma sonuçları irdelendiğinde bu bulgunun beklenmeyen bir durum olduğu söylenebilir. Örneğin Lee (1995), algılanan dağıtım adaletinin prososyal rol davranışları ile pozitif; Boundenghan ve diğerleri (2012), prosedürel adaletin prososyal davranışlarla güçlü ilişkili olduğunu öne sürmüşlerdir. Öte yandan bu bulgu değerlendirildiğinde, örgütsel adaletin çalışanların algılarına dayandığı gerçeği de unutulmamalı ve her durumda adaletin objektif algılanacağı düşünülmemelidir. Zira örgütlerde meydana gelen olay, davranış veya uygulamaların adil oluşu, bunların çalışanlarca adil olarak değerlendirilmesine dayanmaktadır. Dolayısıyla adalet kavramı özünde insan algılarına dayanan subjektif ve algısal bir niteliktedir. Bu doğrultuda çalışanların örgütsel adalet algıları da farklı durum ve şartlarda farklılık gösterebilmektedir (İçerli, 2010).

Bu çalışma ile özellikle ulusal literatüre katkı sunulduğu düşünülmektedir. Ancak her çalışmada olduğu gibi bu çalışmada da çeşitli kısıtlılıklardan söz etmek gereklidir. Çalışma, Konya ilinde faaliyet gösteren banka çalışanları ile sınırlandırıldığı için gelecek araştırmalarda daha geniş veya farklı evrenlerde araştırma yapılmasında, ayrıca örgütsel adalet ile prososyal hizmet davranışı ilişkisinde liderlik

tarzı, örgüt kültürü gibi kuramsal bağlantıların, ortak noktaların kurgulanabileceği değişkenlerin aracı veya düzenleyici etkilerinin incelenmesinde, değişkenlere ilişkin algıların zaman içerisindeki seyrini analiz etmek amacıyla boylamsal araştırmaların yapılmasında ve son olarak adalet, prososyal davranış gibi insan odaklı değişkenlerin daha iyi ve derinlemesine anlaşılabilmesi adına mülakat, odak grup görüşmesi gibi nitel araştırma yöntemleri aracılığıyla araştırmalar yapılmasında fayda görülmektedir.

KAYNAKÇA

- [1] Ackfeldt, A.L. ve Wong, V. (2006). The antecedents of prosocial service behaviours: An empirical investigation. *The Service Industries Journal*, 26 (7), 727-745.
- [2] Akgündüz, Y. (2021). *Örgütsel davranış teorileri*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- [3] Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroglu, S. ve Yıldırım, E. (2012). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı*. 4. Baskı, İstanbul: Avcı Ofset.
- [4] Ambrose, M.L. ve Arnaud, A. (2005). Are procedural justice and distributive justice conceptually distinct? (ed.) Greenberg, J. ve Colquitt, J.A. içinde, *Handbook of Organizational Justice*. ABD: Lawrence Erlbaum.
- [5] Ateş, M.F. (2017). Sosyal mübadele teorisi. (ed.) Turunç, Ö. ve Turgut, H. içinde, *Yönetim ve strateji 101 teori ve yaklaşım*, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- [6] Basirun M., Haryono S., Mustofa Z. ve Prajoogo W. (2022). The influence of organizational justice and prosocial behavior toward empathy on the care of islamic religious patients with welfare moderators. *Macedonian Journal of Medical Sciences*, 10 (E), 926-932.
- [7] Bettencourt, L. A. ve Brown, S.W. (2003). Role stressors and customer-oriented boundary-spanning behaviors in service organizations. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 31(4), 394-408.
- [8] Bettencourt, L.A. ve Brown, S.W. (1997). Contact employees: Relationships among workplace fairness, job satisfaction and prosocial service behaviors. *Journal of Retailing*, 73 (1), 39-61.
- [9] Beugré, C. D. (2002). Understanding organizational justice and its impact on managing employees: An African perspective. *The International Journal of Human Resource Management*, 13 (7), 1091-1104.
- [10] Boundenhan, M., Desrumaux, P., Léoni, V. ve Nicolas, C.V. (2012). Predicting prosocial behavior in the workplace: Links with organizational justice, commitment, affectivity, and personality. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 25 (3-4), 13-38.
- [11] Brief, A.P. ve Motowidlo, S.J. (1986). Prosocial organizational behaviors. *Academy of Management Review*, 11 (4), 710-725.
- [12] Büyükköztürk, Ş. (2002). *Sosyal bilimler için veri analiz el kitabı*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- [13] Chegini, M.G. (2009). The relationship between organizational justice and organizational citizenship behavior. *American Journal of Economics and Business Administration*, 1 (2), 173-176.
- [14] Colquitt, J.A., Greenberg, J. ve Zapata-Phelan, C.P. (2005). What is organizational justice? A historical overview. (ed.) Greenberg, J. ve Colquitt, J.A. içinde, *Handbook of organizational justice*. ABD: Lawrence Erlbaum.
- [15] Curun, F. (2021). Sosyal mübadele kuramları. (ed.) Bulut, M.B. içinde, *Sosyal psikoloji kuramları-I*, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- [16] Çakır, Ö. (2006). *Ücret adaletinin iş davranışları üzerindeki etkileri*. Kamu-İş Kamu İletmeleri İşverenleri Sendikası, Ankara.
- [17] Çoklar Okutkan, I. (2021). Adalet duyarlılık kuramı. (ed.) Bulut, M.B. içinde, *Sosyal psikoloji kuramları-I*, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- [18] Çolak, M. ve Erdost, H.E. (2004). Organizational justice: A review of the literature and some suggestions for future research. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22 (2), 51-84.
- [19] Demirel, Y. ve Dinçer, E. (2011). Örgütsel adalet. (ed.) Bedük, A. içinde, *Örgüt psikolojisi*, Konya, Atlas Akademi.
- [20] Doğan, A. ve Varoğlu, A. (2016). Eşitlik kuramı. (ed.) Yürür, S. içinde, *Örgütsel davranış kuramları*. İstanbul: Beta.
- [21] Doğan, H. (2002). İşgörenlerin adalet algılamalarında örgüt içi iletişim ve prosedürel bilgilendirmenin rolü. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 2 (2), 71-78.
- [22] Eagly, A.H. (2009). The his and hers of prosocial behavior: An examination of the social psychology of gender. *American Psychologist*, 64 (8), 644-658.
- [23] Fornell, C. ve Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18 (1), 39-50.
- [24] George, J.M. (1991). State or trait: Effects of positive mood on prosocial behaviors at work. *Journal of Applied Psychology*, 76 (2), 299-307.
- [25] George, J.M., ve Bettenhausen, K. (1990). Understanding prosocial behavior, sales performance and turnover: A group-level analysis in a service context. *Journal of Applied Psychology*, 75, 698- 709.
- [26] Gollwitzer, M., Rothmund, T., Pfeiffer, A. ve Ensenbach, C. (2009). Why and when justice sensitivity leads to pro- and antisocial behavior. *Journal of Research in Personality*, 43 (6), 999-1005.
- [27] Greenberg, J. (1982). Approaching equity and avoiding inequity in groups and organizations. (ed.) Greenberg, J. ve Cohen, R.L. içinde, *Equity and justice in social behavior*. New York: Academic Press.
- [28] Greenberg, J. (1987). A Taxonomy of Organizational Justice Theories. *Academy of Management Review*, 12 (1), 9-22.
- [29] Greenberg, J. (1990). Organizational justice: yesterday, today, and tomorrow. *Journal of Management*, 16 (2), 399-432.
- [30] Gürbüz, S. ve Mert, İ.S. (2009). Örgütsel adalet ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik uygulaması: Kamuda görgül bir çalışma. *Amme İdaresi Dergisi*, 42 (3), 117-139.
- [31] Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- [32] Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. ve Anderson, R.E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). United Kingdom: Cengage Learning EMEA.
- [33] Huck, S. W. (2012). *Reading statistics and research*. Boston: Pearson.
- [34] Hunt, M. (1990). *The compassionate beast*. New York: William Morrow.
- [35] İçerli, L. (2010). Örgütsel adalet: Kuramsal bir yaklaşım. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 5 (1), 67-92.
- [36] İpek, M. (2014). *Prososyal davranışta liderlik tarzının rolü: milletvekili-danışman ilişkisi üzerine bir araştırma*. Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- [37] İyigün, N.Ö. (2012). Örgütsel adalet: Kuramsal bir yaklaşım. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (21), 49-64.
- [38] Kalaycı, Ş. (2005). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Ankara: Asil Yayınevi.
- [39] Kelley, S. (1997). An investigation of positive affect, prosocial behaviors and service quality. *Journal of Retailing*, 73 (3), 407-427.
- [40] Khine, M.S. (2013). *Application of structural equation modeling in educational research and practice*. Rotterdam: Sense Publishers.
- [41] Kim, J. H. (2019). Multicollinearity and misleading statistical results. *Korean Journal of Anesthesiology*, 72 (6), 558-569.
- [42] Kim, Y. ve Jang, S.J. (2018). Nurses' organizational communication satisfaction, emotional labor, and prosocial service behavior: A cross-sectional study. *Nursing and Health Sciences*, 21, 223-230.
- [43] Knoche, H.T. ve Waples, P. (2016). A process model of prosocial behavior: The interaction of emotion and the need for justice. *Journal of Management & Organization*, 22 (1), 96-112.
- [44] Lee, C. (1995). Prosocial organizational behaviors: The roles of workplace justice, achievement striving, and pay satisfaction. *Journal of Business and Psychology*, 10 (2), 197-206.
- [45] Leventhal, G.S. (1980). What should be done with equity theory? (ed.) Gergen, K.J., Greenberg, M.S. ve Willis, R.H. içinde, *Social exchange: Advances in theory and research*. New York: Plenum.
- [46] Menard, S. (2002). *Applied logistic regression analysis*. Thousand Oaks CA: Sage Publications.
- [47] Merriam - Webster Dictionaries (2022). "Justice" <https://www.merriam-webster.com/dictionary/justice> Erişim Tarihi: 1.8.2022.
- [48] Meydan, C.H. ve Şeşen, H. (2015). *Yapısal eşitlik modellemesi AMOS uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [49] Montada, L. ve Schneider, A. (1991). Justice and prosocial commitments. (ed.) Bierhoff, H.W. içinde, *Altruism in social systems*. Toronto: Hogrefe and Huber.
- [50] Moorman, R.H. (1991). Relationship between organizational justice and organizational citizenship behaviors: Do fairness perceptions influence employee citizenship? *Journal of Applied Psychology*, 76, 845-855.
- [51] Niehoff, B.P. ve Moorman, R.H. (1993). Justice as a mediator of the relationship between methods of monitoring and organizational citizenship behavior. *Academy of Management Journal*, 36 (3), 527-556.
- [52] Organ, D.W. (1988). A restatement of the satisfaction-performance hypothesis. *Journal of Management*, 14, 547-557.
- [53] Organ, D.W. ve Konovsky, M.A. (1989). Cognitive versus affective determinants of organizational citizenship behavior. *Journal of Applied Psychology*, 74, 157-164.
- [54] Organ, D.W. ve Moorman, R.H. (1993). Fairness and organizational citizenship behavior: What are the connections? *Social Justice Research*, 6, 5-18.
- [55] Podsakoff, N.P., Whiting, S.W., Podsakoff, P.M. ve Blume, B.D. (2009). Individual- and organizational-level consequences of organizational citizenship behaviors: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 9 (1), 122-144.
- [56] Sağır, A. (2016). Örgütsel adalet kuramı. (ed.) Polat, M. ve Arun, K. içinde, *Yönetim ve organizasyon kuramları*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- [57] Schmitt, M., Neumann, R. ve Montada, L. (1995). Dispositional sensitivity to befallen injustice. *Social Justice Research*, 8 (4), 385-407.
- [58] Schumacker, R.E. ve Lomax, R.G. (2010). *A beginner's guide to structural equation modeling*. New York: Taylor and Francis.
- [59] Seçer, İ. (2017). *SPSS ve LISREL ile pratik veri analizi*. Ankara: Am Yayıncılık.
- [60] Sekaran, U. (2003). *Research methods for business: A Skill building approach*. 4th Edition, New York: John Wiley & Sons Inc.
- [61] Simon, D., Kriston, L., Loh, A., Spies, C., Scheibler, F., Wills, C. ve Härter, M. (2010). Confirmatory factor analysis and recommendations for improvement of the autonomy-preference-index (API). *Health Expectations*, 13 (3), 234-243.
- [62] Sipahi, B., Yurtkoru, E.S. ve Çinko, M. (2008). *Sosyal bilimlerde SPSS'le veri analizi*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

- [63] Soydemir, S., Özdaşlı, K. ve Alparslan, M.A. (2014). Görev-insan odaklı liderlik algılamasının vatandaşlara yönelik prososyal hizmet davranışlarına etkisi: Kolluk kuvvetleri üzerine bir araştırma. *AKÜ İİBF Dergisi*, 16 (2), 63-81.
- [64] Sucu, M. (2020). Pandemi döneminde sağlık çalışanlarının duygusal zekâ durumları ile prososyal davranışları arasındaki ilişkiyi incelemeye yönelik bir araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 19 (41), 665-698.
- [65] Tabachnick, B.G. ve Fidell, L.S. (2018). *Using multivariate statistics*. New York: Pearson.
- [66] Thibaut, J. ve Walker, L.(1978). A theory of procedure. *California Laio Review*, 66, 541-566.
- [67] Thornton, M.A., ve Rupp, D.E. (2016). The joint effects of justice climate, group moral identity, and corporate social responsibility on the prosocial and deviant behaviors of groups. *Journal of Business Ethics*, 137 (4), 677-697.
- [68] Türk Dil Kurumu - TDK (2022). "Adalet" <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 1.8.2022.
- [69] Türkiye Bankalar Birliği https://verisistemi.tbb.org.tr/index.php?/tbb/report_bolgeler, Erişim Tarihi: 10.11.2022
- [70] Ulukapı, H. ve Bedük, A. (2013). Örgütsel adaletin işgörenlerin bağlılık düzeyleri üzerine etkisi: Konya'da bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (31), 771-778.
- [71] Van Avermaet, E., McClintock, C. ve Moskowitz, J. (1978) Alternative approaches to equity: Dissonance reduction, pro-social motivation and strategies accommodation. *European Journal of Social Psychology*, 8, 419-437.
- [72] White, K., Habib, R. ve Dahl, D.W. (2019). A review and framework for thinking about the drivers of prosocial consumer behavior. *JACR*, 5 (1), 2-18.
- [73] Wintericht, K.P., Aquino, K., Mittal, V. ve Swartz, R. (2013). When moral identity symbolization motivates Prosocial behavior: The role of recognition and moral identity internalization. *Journal of Applied Psychology*, 98 (5), 759-770.
- [74] Yean, T.F. ve Yusof, A.A. (2016). Organizational justice: A conceptual discussion. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 219, 798-803.
- [75] Yeşiltaş, M., Kanten, P. ve Sormaz, Ü. (2013). Otantik liderlik tarzının prososyal hizmet davranışları üzerindeki etkisi: Konaklama işletmelerine yönelik bir uygulama. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi* 42 (2), 333-350.
- [76] Yürür, S. (2016). Sosyal mübadele kuramı. (ed.) Yürür, S. içinde, *Örgütsel davranış kuramları*. İstanbul: Beta.



BİREYSEL EMEKLİLİK SİSTEMİ'NİN FİNANSAL PİYASALARA ETKİLERİ: 2006-2023 TÜRKİYE ÖRNEĞİ

HALİL TANYILDIZI* & ŞULE YÜKSEL YİĞİTER²

*Öğr. Görevlisi, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, htanyildizi@agri.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-3084-0073>.²Doç. Dr., Erzincan Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, syigiter@erzincan.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-3230-5784>.

ÖZ

Son yirmi otuz yıl içerisinde artan yaşlı nüfus ve yükselen refah beklentileri ülkelerin sosyal güvenlik sistemlerinin finansal sürdürülebilirliğini risk altına sokmuştur. Bu riskten korunmak için bireysel emeklilik sistemleri genel kabul gören bir çözüm yolu olarak ortaya çıkmış ve birçok ülke tarafından benimsenmiştir. Günümüze kadar geçen süre içerisinde bireysel emeklilik sistemleri, devasa fonların birikmesi sonucunda alternatif bir emeklilik imkânı sunmanın ötesine geçerek kurumsal yatırımcı kimliği kazanmıştır. Bu açıdan ekonomik bir unsur olarak değerlendirilen özel emeklilik fonları sermaye piyasalarının derinleşmesine çok önemli katkılarda bulunmaktadır. Türkiye'de, idari yapılanma tarafından çeşitli yöntemlerle teşvik edilen Bireysel Emeklilik Sistemi ile toplanan katkı payları, emeklilik fonları aracılığı ile yatırıma yönlendirilmektedir. Bu çalışmada, söz konusu katkı paylarının finansal piyasalara olan etkisi kurulan regresyon modelleri ile test edilmiştir. Ulaşılan bulgulara göre, pay (ortaklık) piyasalarında anlamlı bir nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir. Borç piyasalarında ise toplanan katkı payları ile gösterge faiz arasında negatif katsayılı (ters yönlü) anlamlı bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Bu duruma, fonların varlık dağılımlarında, borçlanma araçlarına ayrılan payın diğer yatırım araçlarına nazaran yüksek olmasının neden olduğu düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: BES, Emeklilik Fonları, Finansal Piyasalar

Editör / Editor:

Fatma ÜNLÜ,
Erciyes Üniversitesi, Türkiye

***Sorumlu Yazar/ Corresponding Author:**

Halil TANYILDIZI,
htanyildizi@agri.edu.tr

JEL:

G1, G23

Geliş: 3 Temmuz 2023

Received: July 3, 2023

Kabul: 4 Aralık 2023

Accepted: December 4, 2023

Yayın: 30 Nisan 2024

Published: April 30, 2024

Atıf / Cited as (APA):

Tanyıldızı, H. & Yiğiter, Ş. Y. (2024),
Bireysel Emeklilik Sistemi'nin Finansal Piyasalara Etkileri: 2006-2023 Türkiye Örneği,
Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 67, 79-87,
doi: 10.18070/erciyesiibd.1322102

EFFECTS OF PRIVATE PENSION SYSTEM ON FINANCIAL MARKETS: THE CASE OF 2006-2023 IN TÜRKİYE

ABSTRACT

The increasing elderly population and rising welfare expectations over the past few decades have posed a risk to the financial sustainability of countries' social security systems. To mitigate this risk, private pension systems have emerged as widely accepted solutions and have been adopted by many countries. Today, private pension systems go beyond providing an alternative retirement opportunity; they have evolved into institutional investors, accumulating substantial funds. In this context, private pension funds, as economic entities, play a crucial role in the development of capital markets. In Turkey, contributions collected through the Private Pension System, which is actively encouraged by the administrative structure, are invested through pension funds. This study examines the impact of these contributions on financial markets using established regression models. The findings indicate that no significant causal relationship was found in the stock markets. However, in debt markets, a significant negative causal relationship was observed between the collected contributions and the benchmark interest rate. This finding can be attributed to the higher allocation of funds to debt instruments compared to other investment instruments in the asset distribution of the funds.

Keywords: BES, Pension Funds, Financial Markets

GİRİŞ

Kaynak temini sorunu, sürdürülebilir bir ekonomik büyüme için çözülmesi gereken çok önemli bir sorundur. Kaynak temini sorununun çözüm yollarından biri iç tasarruflardan beslenen birikim havuzları oluşturulmaktan geçmektedir. Cari hesapın standart formülasyonu olan; Cari Açık = Yatırım – Tasarruflar denkleminde hareketle, iç tasarrufların, cari açığın ve yatırımların bir fonksiyonu olduğu söylenebilir. Düşük seviyelerdeki iç tasarruf miktarı, yüksek cari açık sonucunu vermektedir. Cari açıktaki bu olumsuzluk, dış yatırımcıların açığı finanse etme noktasında istekli olup olmamaları durumuna bağlı olduğundan, ekonomik sistemler için zaaf kaynağı olarak kabul edilmektedir. Bir şekilde dış sermaye girişleri düştüğünde ya da sermaye çıkışları esnasında, iç piyasada bir daralma meydana gelmekte ve ekonomi kontrolü güç bir düzeltmeyle karşı karşıya kalabilmektedir. Sonuç itibarıyla, dışa bağımlılıktan doğan olumsuzluğu gidermek ve sürdürülebilir büyüme oranlarını yakalayabilmek için iç tasarruflar kritik önemde bir işlevselliğe sahiptir (Rijckeghem, Üçer;2008).

(Korkmaz, Uygurtürk;2007). İç tasarruflar, bireysel emeklilik sistemleri ile toplanan fonlar olarak ele alınacak olursa, bu fonları yöneten emeklilik şirketleri de kurumsal yatırımcı kimliği ile karşımıza çıkan ekonomik unsurlar olmaktadır. İç tasarrufları bir ekonomik unsur konumuna taşımak, birtakım reformlar gerektirmiştir. Ülkeler açısından, yapılacak reformlarla ilgili ana motivasyon kaynaklarından biri söz konusu reformların sermaye piyasalarının gelişmesinde dinamik rol oynayacağı düşüncesidir. Sermaye piyasalarının gelişmesi sonucu özel sektör tasarrufları artacak, şirketlerin borçlanma maliyetleri düşecektir. Bu durum piyasa tabanlı finansal sistem üzerinden gelişme sağlamada ana başarı stratejisi olarak benimsenmektedir (Vittas,1995).

Bireysel Emeklilik Sistemi, ekonomik unsur olarak iki boyutlu bir hedef yapısına sahiptir. İlk olarak; Bireysel Emeklilik Sistemi ile vatandaşlar için geleneksel kamu sosyal güvenlik sistemine ilave bir sosyal güvenlik teminatı oluşturulması hedeflenmektedir. Böylece bireylerin, şimdiden yapacağı tasarruflar teşvik edilerek emeklilik dönemlerinde mevcut yaşam konforlarını korumanın yanında daha yüksek derecede bir hayat standardına erişmeleri mümkün olabilecektir. İkinci olarak ise; kitlelerin tasarruflarının artması sonucunda sermaye piyasalarının derinlik kazanması ve kamunun borçlanma ihtiyacının karşılanarak uzun vade gerektiren büyük miktarda yatırımlara kaynak oluşturacak fon birikimi sağlanması hedeflenmektedir (Oktayer ve Oktayer; 2015).

Söz konusu hedefler ile ilgili bazı yazarların öne sürdüğü görüşlerden biri, bireysel emeklilik fonlarının ülke içi öz kaynakları ve borç piyasalarını, yatırım araçlarına olan talepler sayesinde beslediği yönündedir. Ayrıca bu görüşte olanlar, bireysel emeklilik fonlarının piyasalara likidite kazandırdığını da ifade etmektedirler (Davis, 1995; Vittas, 1999).

Diğer tarafta öne sürülen görüşler ise; bireysel emeklilik fonlarının beklendiği kadar sermaye piyasalarının gelişimine katkısının olmadığı ve emekliler için optimal bir yatırım aracı olmadığı yönündedir (Yermo, 2005; Olivares, 2005). Ancak bireysel emeklilik fonlarının iç pazarda daha geniş bir şekilde yer alması likit olmayan menkul kıymetlerin alım-satım kabiliyetlerini etkileyerek getiri olasılığının yükselmesi sonucunu verebilecektir. (Schmukler ve Raddatz;2008).

Bireysel Emeklilik Sisteminin bahsedilen etkilerinin ekonomik unsur niteliği kazanması ile ilgili günümüzde ulaştığı fon hacmine bakmak yerinde olacaktır. Rakamlara bakıldığında, Ekonomik Kalkınma ve İş Birliği Teşkilatı (OECD) ülkelerinde özel emeklilik fonlarının portföy değeri 2022 yılında 60 trilyon dolara ulaşmıştır. Bu tutar 2022 yılı OECD ülkelerinin toplam GSMH'nin %105'ine karşılık gelmektedir. Yine OECD istatistiklerine bakıldığında, Amerika Birleşik Devletleri'nin özel emeklilik fonlarının portföy değerinin tek başına 40 trilyon dolar seviyelerinde olduğu görülmektedir. (Ekonomik Kalkınma ve İş Birliği Teşkilatı [OECD],2022)

Bu devasa fon birikimlerinin büyüklüğü, bu birikimlerin aktığı yatırım alanlarına dikkat çekmiş ve birçok akademik çalışma için araştırma alanı oluşturmuştur. Bu çalışmada Türkiye özelinde Bireysel Emeklilik Sisteminin gelişim süreci betimsel istatistiklerle irdelenmiş ve amprik analiz yapılmıştır. Çalışmanın ilk bölümünde sosyal güvenlik sistemi ile ilgili bilgiler verilmiştir. İkinci bölümünde Bireysel Emeklilik

Sistemi tanıtılmıştır. Üçüncü bölümde ise Emeklilik Fonları hakkında bilgiler verilmiştir. Son olarak EvIEWS programı aracılığı ile yapılan ekonometrik analizlerin sonuçlarına yer verilmiştir. Çalışmamızda araştırma ve yayın etiğine uygun hareket edildiğini beyan ederiz.

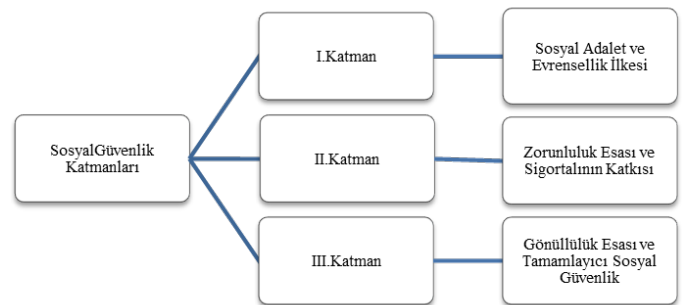
I. SOSYAL GÜVENLİK SİSTEMİ

Sosyal güvenliği; özellikle, yaşlılık, işsizlik, hastalık, malullük, iş kazası ya da analık gibi risklere karşı, bireylere ve hane halkına, sağlık hizmetlerine erişim ve gelir garantisi sağlamak üzerine kurulu bir koruma sistemi olarak tanımlamak mümkündür (Uluslararası Çalışma Örgütü [ILO], 2001). Bu tanımlamanın özünü merkeze alan ilk sosyal güvenlik uygulaması 1883'te Alman devlet adamı Bismarck tarafından uygulamaya geçirilmiştir. Modern refah devleti açısından da başlangıç noktası kabul edilen bu sosyal sigorta sistemi, endüstriyel gelişmelerin pasif bir yan ürünü olmayıp, kurumsallaşan yapıyla geleceği önemli ölçüde şekillendiren bir sosyal mekanizma haline gelmiştir (Özmen, 1990).

1940'lara gelindiğinde ise İngiltere'de William Beveridge imzalı bir raporla gündeme gelen yeni bir sosyal güvenlik sistemi önerisi ortaya çıkmıştır. Beveridge modeli olarak bilinen bu modelde iki katmanlı bir sistem önerilmektedir. Birinci katmanda, devletin sosyal adalet ilkesi doğrultusunda aile yardımlarını ve ulusal sağlık hizmetlerini karşılaması hususu, ikinci katman da ise, sigorta faydalanıcı çalışanların ve işverenlerin katkılarıyla geçici iş göremezlik sigorta ödemelerine kaynak sağlanması hususu yer almaktadır Ancak II. Dünya savaşı sonrasında ortaya çıkan zorlu koşullar yukarıda bahsedilen kolektif fonlama ağırlıklı sosyal güvenlik sistemlerin yerini pay-as-you-go (PAYG) olarak ifade edilen dağıtım sistemi uygulamasına bırakmıştır. Bu sistemde kuşaklar arası dayanışma zemininde, sistemin finansmanı, toplanan primler aracılığı ile sağlanmaktadır. Aktif çalışanların ödediği primler, sigorta kapsamı altındaki bütün sigortalıların ödemelerini karşılamaya yönelik olarak kullanılmaktadır.1980'lere gelindiğinde bahsi geçen dağıtım sisteminin ödemeleri karşılayamaması sonucunda artan bütçe açıkları ülke ekonomileri için bir zaaf oluşturmaya başlamıştır. İngiltere öncülüğünde başlayan liberalizasyon akımıyla birlikte bu süreçte, üçüncü katman olarak ifade edilen sosyal güvenlik aşamasını oluşturan bir dizi reform uygulamaları ülkeler tarafından hayata geçirilmiştir. Üçüncü katmanla ilgili ya da üç ayaklı sistemin son ayağı için; tamamlayıcı sigorta ve gönüllük esaslı üzerinden oluşturulan ve bugün Bireysel Emeklilik Sistemi ismi ile kurumsallaşan bir yapı olarak bahsetmek mümkündür (Korkmaz, 2007).

Sosyal güvenlik katmanlarını Şekil:1'de gözüktüğü gibi sınıflandırmak mümkündür. İlk katmanda sosyal adalet ve evrensellik ilkesi çerçevesinde şekillenen bir yapı söz konusudur. İkinci katmanda zorunlu olarak çalışanların da katkıda bulunduğu kamu emeklilik sistemi yer almaktadır. Son katmanda ise gönüllülük esaslı çerçevesinde tamamlayıcı sigortacılık anlayışı ile şekillenen emeklilik sistemi yer almaktadır (Şekil:1).

ŞEKİL 1 | Sosyal Güvenlik Katmanları



Kaynak: Gürbüz, Akıncı; 2003

Son yirmi otuz yıl içerisindeki sürece bakıldığında ise, dünya genelinde, özellikle gelişmiş ülkelerde, insanların yaşam standardı beklentisinin, sağlık alanında yaşanan gelişmeler sayesinde her geçen gün arttığı görülmektedir. Sağlık alanında yaşanan gelişmeler bireylerin daha uzun yaşam sürmelerine olanak sağladıkça kamu emeklilik sistemlerinin finansal yapısı bu durumdan olumsuz etkilenmektedir. Demografik yapıdaki söz konusu değişikliği dengeleyecek bir nüfus

artışı beklendiği kadar da olmayınca kamu emeklilik sistemlerinin sürdürülebilirliği risk altına girmektedir. Ülkeler bir yandan kamu emeklilik sistemlerinin mali açıdan devamlılığını sağlamak bir yandan da bireylerin hayat standartlarını çalışma dönemlerinin sonrasında da koruyabilmelerine yönelik ikincil bir emeklilik sistemini uygulamaya geçirmek üzere bahsi geçen çok katmanlı emeklilik sistemlerine geçmektedirler (Kılıç ve Bayar; 2014).

II. BES

Emeklilik Gözetim Merkezi (EGM), Bireysel Emeklilik Sistemini, bireylerin çalışma hayatında aktif oldukları süre içerisinde yaptıkları tasarrufları uzun vadeli yatırım kanallarına yönlendirerek emeklilik dönemlerinde hayat standartlarını koruyabilecekleri bir gelire ulaşma imkânı sağlayan özel emeklilik sistemi şeklinde tanımlamaktadır (Emeklilik Gözetim Merkezi [EGM], 2018).

28.03.2001 tarihli Bireysel Emeklilik Kanunu'nda ise kanunun amacı şu şekilde belirtilmiştir:

“Bu kanunun amacı; kamu sosyal güvenlik sisteminin tamamlayıcısı olarak, bireylerin emekliliğe yönelik tasarruflarının yatırıma yönlendirilmesi ile emeklilik döneminde ek bir gelir sağlanarak refah düzeylerinin yükseltilmesi, ekonomiye uzun vadeli kaynak yaratarak istihdamın artırılması ve ekonomik kalkınmaya katkıda bulunulmasını teminen, gönüllü katılıma dayalı ve belirlenmiş katkı esasına göre oluşturulan bireysel emeklilik sisteminin düzenlenmesi ve denetlenmesidir” (Resmî Gazete,2001).

Bu amaçlar çerçevesinde şekillenen bireysel emeklilik sisteminin kamu emeklilik sisteminden farklılaştığı noktalar Tablo-1'de belirtilmiştir.

TABLO 1 | Kamu ve Bireysel Emeklilik Sistemi Karşılaştırması*

Kriterler	Katılım	Uzun Yaşama Riski	Gelir Teminatı	Sağlık Harcamaları	Öncelik ve Amaç
Sistemler					
Kamu Emeklilik Sistemi	Zorunlu	Kamu	Sınırsız	İçerir	Sosyal ve toplumsal
Bireysel Emeklilik Sistemi	Gönüllü	Birey	Yapılan katkılarla sınırlı	İçermez	Ekonomik ve Bireysel

*Tablo yazarlar tarafından oluşturulmuştur

Tabloda emeklilik sistemlerinin temel kriterleri ölçü olarak alınmış olup bu kriterlerin sistemler açısından uygulamadaki karşılıkları belirtilmiştir.

Kanun metninin vurguladığı Bireysel emeklilik sisteminin sağlayacağı faydalar ise şu şekilde sıralanabilir (Dağlı, 2008, s.85):

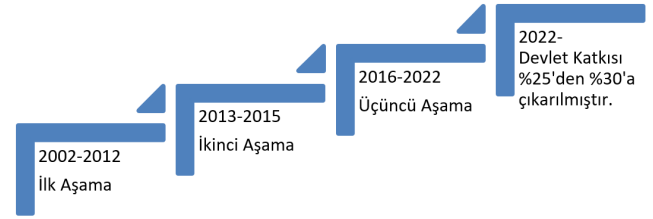
- Tasarrufların yatırıma yönlendirilmesine aracılık,
- Emeklilik döneminde ek bir gelir sağlanarak refah düzeyinin yükselmesi,
- Sosyal güvenliğin kapsamının genişlemesi,
- Kamunun sosyal güvenlik kaynaklanan yükünün azalması (risk transferi),
- Uzun vadeli kaynak yaratma,
- Kamu ve özel sektörün borçlanma olanaklarını artırması (İlgin Uyar,2012)
- Sermaye piyasalarındaki oynaklığı azaltarak istikrar sağlaması. BES 'in muhtemel olumsuz sonuçları açısından ise aşağıdaki değerlendirmelerden bahsedilebilir:
- Bireysel Emeklilik Sistemi, asimetrik bir sermaye birikim alanı oluşturduğu eleştirilerine muhatap olabilmektedir (Volkan,2016).
- Bireysel emeklilik planlarının yatırım risklerini çalışanlara yüklediği yönünde görüşler vardır. Örneğin Wittas ve Max (2000), yaptıkları çalışmada şu ifadelerle yer vermektedirler: “Kişisel emeklilik planları, çalışanları, yapılan yatırımların finansal geri dönüşlerinde hisse senedi ve fon piyasalarının kapislerine terk etmektedir.”

Gelişmiş ülkeler için terazinin ağır basan tarafı, demografik yapı kaynaklı sorunlar iken Türkiye, sosyal güvenlik sistemi açısından aktüeryal dengebozukluğu içerisindedir. Söz konusu dengebozukluğunun arka planında 1980'li ve bilhassa 1990'lı yıllarda Türkiye'de siyasi ve ekonomik açıdan yaşanan istikrarsızlıklar yer almaktadır. Belirsizliğin doruğa ulaştığı bu dönemlerde, sosyal güvenlik sistemi hak ettiği önemi

görmemiş, sistem kendi haline bırakılmıştır. Hatta politik istismara da uğrayan sistem için, sorunların kökeni olarak, 1992 yılında, erken yaşta emekliliğin önünü açan yaş sınırının kaldırılması uygulaması gösterilmektedir (Korkmaz,2007). Günümüzde, EYT olarak bilinen ve maddi külfeti nedeniyle Türkiye'deki siyasi iradeyi zor durumda bırakan emeklilikte yaşa takılanlar sorununun temelinde yine söz konusu politik kararın olduğunu söylemek mümkündür.

Söz konusu reform uygulamaları 2001 krizinden sonra geçte olsa Türkiye'de de kendini göstermeye başlamıştır. Bu bağlamda, üçüncü katman olarak tanımlanan “Bireysel Emeklilik Sistemi” Ekim 2001 tarihinde sosyal güvenlik sistemimize girmiştir. Türkiye'de Bireysel Emeklilik Sistemi aşağıda gösterildiği gibi tarihsel açıdan yaşanan gelişmeleri dikkate alan bir tasnife tutulabilir (Akçiray, Peksevim ve Şener; 2016):

ŞEKİL 2 | Türkiye'de Bireysel Emeklilik Sistemi Aşamaları*



*Tablo, kaynak gösterilen yazarların çalışması genişletilerek güncel bilgilerle yenilenmiştir.

Kaynak: Akçiray, Peksevim ve Şener, 2016

İlk evre olan 2002-2012 yılları arasında Bireysel Emeklilik Sistemi (BES), tasarruf yaratıcı etki düzleminde değil de daha çok tamamlayıcı sigortaya yönelik olarak kamunun üzerindeki finansman yükünün hafifletilmesi amacıyla uygulamada karşılık bulmuştur. Ancak beklenen katılımın gerçekleşmemesi sonucu, sisteme girişleri teşvik amacıyla 2013 yılında %25 oranında devlet katkısı uygulaması getirilerek katılımlara bir ivme kazandırılmaya çalışılmıştır. Daha sonra Otomatik Katılım Sistemi (OKS) şeklinde isimlendirilen, 2017 yılından itibaren kademeli olarak bütün çalışanların sisteme zorunlu olarak katılımını sağlayacak olan ve sistemde devam etme noktasında gönüllülük serbestisi getiren bir uygulama yürürlüğe konulmuştur. En son olarak 2022 yılında devlet katkısı %30 oranına yükseltilmiştir.

Aşağıda yer alan Tablo-2, söz konusu devlet katkısının Bireysel Emeklilik Sisteminde uygulama şartlarını ortaya koymaktadır. Faydalanıcıların Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olması zorunluluğu vardır. Sistemde hak edilen devlet katkısının alınabilmesi ise en az 10 yıllık bir katkı payı ödeme süresine ve katılımcının 56 yaş sınırına ulaşma zorunluluğu getirilmiştir. 3 yıla kadarki sistemden katılımcının ayrılışı durumunda ise herhangi bir devlet katkısı alınmamaktadır. Ayrıca alınabilecek en üst devlet katkısı, ilgili yıla ilişkin brüt asgari ücret tutarının toplamının %30'u ile sınırlıdır. 2022 yılı için bu tutar; 36.028,80 TL'dir (120.096TL*%30). Hak edilen devlet katkısına uygulanacak stopajlar ise; 10 yıldan az bir süre sistemde kalanlar için %15, 10 yıldan fazla kalıp 56 yaşına ulaşmadan ayrılanlar için %10 ve 10 yıl sistemde kalıp 56 yaşına ulaşanlar ve vefat , maluliyet durumlarında ise %5 olacak şekilde belirlenmiştir.

TABLO 2 | Devlet Katkısı ile İlgili Sınırlamalar ve Stopaj Oranları

Faydalanıcılar	Türkiye Cumhuriyeti Vatandaşları
Devlet Katkısı Tutarı	Ödenen katkı payının %30'u devlet katkısı olarak hesaplanır.*
Sistemden ayrılma halinde biriken devlet katkısının:	
3 yıla kadarki ayrılma durumunda;	0%
3 yıldan 6 yıla kadarki ayrılma durumunda;	15%
6 yıldan 10 yıla kadarki ayrılma durumunda;	35%
10 yıl ve daha fazla bir süre sonunda;	60%
10 yıllık süre sonunda 56 yaşa ulaşmışsa;	100%
Vefat, maluliyet;	100%
Hak edilen devlet katkısına uygulanacak stopaj:	
10 yıldan az bir süre sistemde kalanlar;	15%
10 yıldan fazla kalıp 56 yaşına ulaşmadan ayrılanlar;	10%
10 yıl+ 56 yaş, vefat, maluliyet durumlarında;	5%

* Bu katkı, ilgili yıla ilişkin brüt asgari ücret tutarının toplamının %30'u ile sınırlıdır. 2022 yılı için bu tutar; 36.028,80 TL'dir. (120.096TL*%30)

III. ÖZEL EMEKLİLİK YATIRIM FONLARI

Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) tarafından, emeklilik yatırım fonları; emeklilik sözleşmesi çerçevesinde alınan ve katılımcılar adına bireysel emeklilik hesaplarında izlenen katkıların, riskin dağıtılması ve inanca mülkiyet esaslarına göre işletilmesi amacıyla oluşturulan malvarlığı olarak tarif edilmektedir (SPK,2013). Özel emeklilik fonları; çalışanlardan iş hayatları boyunca katkı paylarıyla oluşan birikimi toplayarak, iş hayatının sonunda çalışmadıkları dönemlerde çalışanlara gelir sağlayan bir finansal aracılık türü olarak da tanımlanabilmektedir (Oktayer ve Oktayer,2007). Esasen Bireysel Emeklilik Sisteminin uygulama aracı olan özel emeklilik fonları, sistemin bel kemiğini meydana getirmektedir. Çünkü birikimler özel emeklilik fonları üzerinden toplanmaktadır.

Söz konusu tasarrufların uzun vadede biriktirebilmesine aracılık eden emeklilik fonları, katılımcılarına ileriye dönük bir gelir kaynağı yaratmanın ötesine geçerek kurumsal yatırımcı kimliği kazanmış ve sigorta şirketlerinden sonra ikinci konumda yer alan bir ekonomik unsur haline gelmişlerdir. Aşağıda yer alan Tablo-3'te özel emeklilik fonlarının, ülkelerin ulusal gelirlerinin toplamı ile yapılan oransal karşılaştırmalar gösterilmektedir. 2006 yılı ile 2016 yılı verilerini de karşılaştırma imkânı sunan bu tablo, ülke ekonomileri açısından özel emeklilik fonlarının nispi önemini ortaya koymaktadır. Tablo 3'te görüleceği üzere Danimarka, Kanada, Amerika Birleşik Devletleri ve Avusturya'nın ulusal gelirlerinden daha fazla özel emeklilik fon büyüklüklerine sahip oldukları görülmektedir. Türkiye'nin ise 2001 yılında %0,1 olan göstergesi hızlı bir artışla 2021 yılında %3,3'e ulaşmıştır (OECD, 2022).

TABLO 3 | 3 OECD Ülkelerindeki Özel Emeklilik Fonları/GSMH Oranları (%)

Ülkeler	2001	2011	2021	Ülkeler	2001	2011	2021
Danimarka	93,5	180,9	233,2	Letonya	0,3	7,1	20,5
İzlanda	81,5	129,2	218,6	Estonya	0,4	8,4	16,8
Hollanda	95,3	125,4	213,3	Slovakya	0,0	8,1	15,9
Amerika	106,1	116,0	174,1	İspanya	10,8	12,5	14,3
İsviçre	..	122,5	170,9	İtalya	2,6	5,6	12,7
Kanada	103,2	123,7	166,1	Fransa	..	8,4	12,1
Avusturya	73,5	94,4	147,4	Litvanya	..	3,9	11,1
İngiltere	64,8	73,1	120,5	Norveç	5,4	7,2	11,0
İsveç	30,1	59,5	117,0	Çek Cumhuriyeti	2,1	6,1	9,4
TOPLAM OECD	59,0	63,9	105,1	Polonya	2,4	14,8	8,9
İsrail	21,9	45,9	72,1	Almanya	3,5	5,5	8,0
Finlandiya	..	50,2	69,2	Slovenya	1,1	6,0	7,8
Şili	51,1	57,9	60,3	Avusturya	2,9	4,8	6,7
Kosta Rika	3,1	8,3	40,1	Macaristan	3,9	3,7	5,2
Belçika	21,9	25,1	39,9	Türkiye	0,1	1,0	3,3
Yeni Zelanda	15,3	15,4	37,3	Lüksemburg	1,1	1,9	2,6
İrlanda	36,3	Yunanistan	..	0,0	1,0
Kore	6,5	15,9	31,8	Meksika	8,8	13,6	22,1
Japonya	17,3	29,0	31,4	Portekiz	10,9	8,1	22,0

Kaynak: OECD, 2022

TABLO 4 | Bireysel Emeklilik Planlarındaki Toplam Varlıklar, Ulusal Para Birimi (Milyon), 2001-2021

Ülkeler	2001	2021	Ülkeler	2001	2021	Ülkeler	2001	2021
Avusturya	519.030	3.048.589	Macaristan	593.448	2.880.498	Polonya	18.951	232.722
Avusturya	6.337	26.973	İzlanda	653.666	7.067.544	Portekiz	14.826	46.388
Belçika	14.265	182.301	İrlanda	51.149	154.570	Slovakya	..	15.424
Kanada	1.181.313	4.140.518	İsrail	120.320	1.121.368	Slovenya	..	4.083
Şili	23.219.362	145.145.337	İtalya	33.359	224.664	İspanya	..	171.736
Kolombiya	11.365.880	367.014.912	Japonya	91.967.300	169.919.200	İsveç	752.697	6.378.294
Kosta Rika	161.861	15.993.666	Kore	..	653.905.041	İsviçre	440.898	1.269.200
Çek Cumhuriyeti	53.377	574.740	Letonya	22	6.744	Türkiye	..	239.394
Danimarka	1.282.842	5.839.105	Litvanya	..	6.131	Birleşik Krallık	739.744	2.792.700
Estonya	..	5.152	Lüksemburg	..	1.931	Amerika	11.226.402	40.027.760
Finlandiya	78.373	174.089	Meksika	248.558	5.796.095	Almanya	76.634	287.042
Fransa	186.453	280.429	Hollanda	459.446	1.826.397	Yunanistan	..	1.839
Norveç	84.435	456.768	Yeni Zelanda	18.308	131.944			

Kaynak: OECD, 2022

OECD ülkelerinin bireysel emeklilik fonlarının toplam tutarının %60'ına yakınına 40 Trilyon dolarlık bir büyüklük ile tek başına Amerika Birleşik Devletleri oluşturmaktadır. Türkiye'nin 2021 verilerine göre TL bazlı 239 Milyar TL bir fon büyüklüğüne sahip olduğu görülmektedir.

Emeklilik Fonlarının katılımcıların yaptığı tasarrufları değerlendirebileceği yatırım alanları da yapılan düzenlemeler ile sınırlandırılmıştır. Tablo-5'e bakıldığında azami oran sütununda belirlenen oranlar ile yatırım araçlarının portföy ağırlıkları belirlenmiş görülmektedir.

TABLO 5 | Portföy Sınırlamaları

Varlık ve İşlemler	Portföy Değerine Azami Oranı(%)
Ortaklık Payları	100
Kamu ve özel sektör borçlanma araçları	100
(Ek: 09.12.2016 tarih ve 34/1207 sayılı Kurul Kararı ile) Yatırım fonu katılma payları, yabancı yatırım fonu payları, borsa yatırım fonu katılma payları, gayrimenkul yatırım fonu katılma payları, girişim sermayesi yatırım fonu katılma payları ve yatırım ortaklığı payları	20
Ters repo	10
(Ek: 09.12.2016 tarih ve 34/1207 sayılı Kurul Kararı ile) Takas bank para piyasası ve yurtdışı organize para piyasası işlemleri	10
İpotek ve varlık teminatlı menkul kıymetler	100
İpoteğe ve varlığa dayalı menkul kıymetler	100
İkraz iştirak senedi (loan participation note)	10
Yapılandırılmış yatırım araçları	10
Aracı kuruluş ve ortaklık varantı, sertifikalar	15
Kira sertifikaları	100
Mevduat / katılma hesapları	25
Kredi alımı	10
Sermaye piyasası araçları ödünç işlemleri	50
Kıymetli madenler ödünç işlemleri	50
Kıymetli maden ödünç sertifikası	50

Kaynak: SPK,2023

Bu sınırlamalarda yurtdışı fonlarının nispi düşüklüğü dikkat çekmektedir. Bunun sebebi yurtdışı yatırımlarla beraber ortaya çıkan kur riski, politik risk gibi ek risklerin söz konusu olmasıdır (OECD,2017). Ayrıca söz konusu bu düzenleme, yaratılan tasarrufların iç piyasalarda değerlendirilerek Bireysel Emeklilik Sisteminin sermaye piyasalarına olan olumlu etkilerinde güç kaybı yaşanmaması açısından anlamlı ve önemli bir düzenleme olarak değerlendirilebilir.

Ayrıca sistemin işleyişinde, stopaj kesintileri dışında katılımcılar, giriş aidatı, yönetim gideri kesintisi ve fon işletim gideri kesintisi adı altında birtakım maliyetlerle karşılaşabilmektedirler. Bu kesintilerin miktar ve oranları emeklilik şirketleri arasında farklı uygulamalara konu olmakla beraber birtakım sınırlamalara tabidirler. Bu sınırlamalara aşağıda Tablo-7'de belirtilmiştir. Ayrıca bir yıldan daha fazla katkı payı ödemelerine ara verilmesi durumunda (sözleşmede belirtilmek şartıyla)

emeklilik şirketinin EGM (Emeklilik Gözetim Merkezi)'ne ve saklayıcı kuruluşlara ödediği sabit giderleri katılımcının birikimlerinden indirilebilme hakkı bulunmaktadır.

TABLO 7 | Katılımcılardan Alınan Ücretlerdeki Yasal Sınırlar

	Üst Sınır
Giriş Aidatı	Aylık Asgari Ücretin Yarısı kadar
Yönetim Gideri Kesintisi	Ödenen Katkı Payının %8'i kadar
Fon İşletim Gideri Kesintisi	Fonun Net V. Değerinin Günlük 0,010'u kadar

Kaynak: EGM,2023

IV. Literatür

Gürbüz, O. ve Ekinci, S. (2003), sermaye piyasalarının katkı payları sayesinde gelişmesi için, öncelikle bireysel emeklilik sistemine katılım bilincinin yaratılması gerektiğini ifade etmekte ve bu bilincin ancak şeffaflık ve güven üzerine inşa edilebileceğini ifade etmektedir. Yine tasarruf sahiplerinin yatırım alışkanlıklarının değişmesinin sağlanabilmesinin, güvenilir ve açık bir sistem yapılması ile mümkün olabileceği çalışmada vurgulanmaktadır.

Impavido, G., Musalem, A.R. ve Tressel, T. (2003), tasarruf kurumları portföylerinin (emeklilik fonları ve hayat sigortası şirketleri) menkul kıymet piyasaları üzerindeki etkisini, borsadaki derinlik, likidite ve iç tahvil piyasasındaki derinlik boyutları ile ampirik olarak değerlendirdikleri çalışmada, tasarrufların kurumsallaşmasının, menkul kıymetlerin vadelerinin uzatılması yoluyla finansal piyasaları nasıl değiştirebileceğini araştırmışlardır. Ulaşılan bulgular şu şekilde sıralanmıştır: 1) Sözleşmeli tasarruf kurumlarının varlıklarındaki yerli finansal varlıklara göre artması, hisse senedi ve tahvil piyasalarının derinliği üzerinde ortalama olarak olumlu bir etkiye sahiptir. 2) Borsa derinliği ve likidite üzerindeki etkisi doğrusal değildir, başka bir deyişle, kurumsal bilgilerin daha şeffaf olduğu ülkelerde söz konusu etki daha güçlüdür. 3) Ülkeler arasında önemli bir heterojenliğe dair bulgulara ulaşılmıştır; finansal sistemin piyasa temelli olduğu, emeklilik fonu katkılarının zorunlu olduğu ve menkul kıymetlerdeki uluslararası işlemlerin daha düşük olduğu ülkelerde sözleşmeli tasarrufların menkul kıymet piyasaları üzerinde daha güçlü bir etkisi vardır. 4) sözleşmeli tasarruf kurumlarının menkul kıymetler piyasaları üzerindeki etkisinin genel gelişme düzeyi, eğitim, demografik yapı veya yasal çevre ile bir ilgisi bulunmamaktadır.

Özel Emeklilik Fonları, bir ülke için sermaye piyasaları açısından en kritik etkiyi kaynak tahsisinde optimizasyon alanında göstermektedir. Tasarruf sahiplerinin birikimlerini şirketler arasında aktarabildiği ve şeffaf bir şekilde fon getirilerinin izlenebildiği bir rekabet ortamında fon yönetiminde etkinlik ön plana çıkmaktadır. Bu doğrultuda emeklilik şirketleri en doğru risk-getiri kombinasyonunu verecek finansal kararları alarak pazar paylarını artırma gayreti içerisine girdiklerinden bir taraftan fon arz eden emeklilik fonlarının bir taraftan da fon gereksinimi duyan kesimlerin elde ettiği faydalar artmaktadır (Demir ve Yavuz, 2004, s.291)

Oktayer, N. ve Oktayer, A. (2007); katkı paylarının emeklilik fonları aracılığı ile yatırıma kanalize edilmesine yönelik en önemli buldukları beklentinin, sermaye piyasalarında gözlemlenen volatilitenin en düşük seviyeye indirilmesi olduğunu ifade etmektedirler. Bu beklentiyi karşılayacak uygulamanın ise, hisse senedi ağırlıklı fonların artırılması sayesinde mümkün olabileceği ifade denilmektedir. Finansal piyasaların derinleşmesi ve düşük hacimli alım-satımların sayısının artması neticesinde fiyat oynaklıklarının azalacağı çalışmada öne sürülmektedir.

Türker, H. (2011), bireysel emeklilik fonlarının sermaye piyasalarına bir başka katkısını, menkul kıymetlere sabit bir talep yaratılması sonucunda piyasa da likidite ve istikrarın sağlanacağı ve yatırımcılar için işlem maliyetlerinin düşeceği yönündedir. Çünkü, kısa vadeli stratejik amaçlı alım satım işlemleri yerini büyük ölçüde uzun vadede getiri elde etme amacına yönelik kurumsal yatırımlara bırakacaktır.

Meng, C. ve Pfau, W. D. (2010), emeklilik fonlarının hem borsalar hem de tahvil piyasaları için sermaye piyasası gelişimi üzerindeki etkilerinin araştırılmasını amaçlayan, En Küçük Kare Kukla

Değişkenler (LSDVC) yöntemi kullanarak yaptıkları çalışmada, genel olarak, emeklilik fonu finansal varlıklarının borsa derinliği ve likiditesinin yanı sıra özel tahvil piyasası derinliği üzerinde olumlu etkileri olduğunu tespit etmişlerdir. Ancak, ülkeler finansal kalkınma düzeylerine göre iki gruba ayrıldığında, söz konusu olumlu etkilerin yalnızca "yüksek" finansal kalkınmaya sahip ülkeler için önemli olduğu ifade edilmektedir. Emeklilik fonlarının, finansal kalkınmanın "düşük" olduğu ülkelerde sermaye piyasası gelişimi üzerinde etki düzeyinin düşük olduğu öne sürülmektedir.

Miloş, L. R. ve Corduneanu, C. (2011), bu makalede yazarlar, emeklilik fonları ile Romanya sermaye piyasası gelişimi arasındaki bağlantıyı ortaya koymak için, kurumsal yatırımcıların emeklilik fonları biçiminde, sermaye piyasalarının geliştirilmesi ve finansman açığı durumunda kurumsal sektörlerin finansman sürecinin desteklenmesi için üstlendikleri rolü vurgulamaktadır. Bu önemli rolün, esas olarak, emeklilik fonlarının uzun vadede ödenecek yükümlülükleri ellerinde tutmalarından kaynaklandığı ilgili çalışmada ifade edilmektedir.

Asher, M.G., Pasadilla, G.O. ve Grenville, S. (2012), panel hata düzeltme modeli kullanılarak, emeklilik varlıklarının büyümesi ile finansal ve sermaye piyasalarının gelişimi arasındaki ilişki üzerine yaptıkları çalışmada, Asya emeklilik fonlarının emeklilik reformundan finansal kalkınmaya kadar seçilmiş temel aktarım mekanizmaları nedeniyle emeklilik varlıklarının büyümesi ile finansal ve sermaye piyasalarının gelişimi arasında istatistiksel bir ilişki bulunduğu ifade edilmektedir.

Özel Emeklilik Fonlarının sermaye piyasalarının finansal yapı içerisindeki payının artmasını sağlaması, başka bir etki alanı olarak ortaya çıkmaktadır. Sermaye piyasalarının, finansal yapı içerisindeki payının artması önem arz etmektedir. Çünkü bu sayede, bankaların kredi hacmini genişleterek fonladiği tüketim talepleri ile ulusal tasarruf oranları üzerinde oluşan negatif etkinin dengelenmesi mümkün olmaktadır (Karagöl ve Özcan, 2014).

Bayar, Y. (2016), bireysel emeklilik fonlarının Ekim 2006-Mayıs 2015 döneminde Türkiye'de hem borçlanma menkul kıymetleri piyasasının hem de borsanın gelişimi üzerindeki etkisini Hatemi (2008) eş bütünleşme testi ve Toda ve Yamamoto (1995) nedensellik testi kullanılarak aylık verilerle incelemiştir. Çalışmada, uzun vadede, özel emeklilik fonlarının hem borçlanma araçları piyasasının hem de borsanın gelişimi üzerinde olumlu bir etkisi olduğu ifade edilmektedir.

Özel Emeklilik Fonları ayrıca, uzun vadeli kaynak gereksinimi duyulan enerji, altyapı ve şirket finansmanı gibi alanlardaki ihtiyacı fon sunarak karşılamaktadır. Yine gelişmekte olan ülkeler özelinde hareket kabiliyeti yüksek yabancı yatırımcıların ani portföy çıkışı kararlarında oluşan aşırı fiyat dalgalanmalarını dengeleme noktasında önemli katkılarda bulunmaktadır (Akgiray, Peksevrim ve Şener,2016).

Önder, F. Ve Karabulut, T. (2017), Johansen eş bütünleşme yönteminin farklı modelleriyle yapılan analizlerinde Türkiye'de bireysel emeklilik sisteminin finansal derinleşmeye pozitif katkılarının olduğunu ortaya koymuşlardır. Çalışmada, bu somut sonuçların, finansal derinleşme için bireysel emeklilik sisteminin önemini gösterdiği ifade edilmektedir.

Bireysel Emeklilik Sisteminin olumsuz taraflarına "finansallaşma" kavramıyla yaklaşan, Oran, S. S. (2017), bireysel emekliliğe dair elde edilen verilerin finansallaşan emekliliğe işaret ettiğini dolayısıyla toplumda çoğunluk durumundaki büyük bir kesime hitap etmediğini, fonların getiri oranlarının ise düşük ve sistemden ayrılma oranlarının yüksek olduğunu ifade etmektedir.

Musawa, N., & Mwaanga, C. (2017), Afrika'daki gelişmekte olan borsalardan biri olan Lusaka Menkul Kıymetler Borsası'nı odak noktasına alan çalışmalarında, 2009-2015 tarih aralığına ait üç aylık verileri kullanmışlardır. Eş bütünleşme ve Vektör Hata Düzeltmesi yöntemlerinin kullanıldığı çalışmada ulaşılan bulguların, emeklilik fonları ile Lusaka Menkul Kıymetler Borsası'nın değerleri arasında uzun vadeli ilişki varlığının kanıtlandığı çalışmada ifade edilmektedir. Bu ilişki bağlamında, emeklilik fonlarının pay piyasalarına daha fazla yatırım yapmaya teşvik edilmesi durumunda, emeklilik fonlarının sermaye piyasasının büyümesine katkıda bulunacağı ve dolayısıyla gelişeceği öne sürülmektedir.

Şahin, S., Özdemir, Z. A. & Önal, Y. B. (2018), bireysel emeklilik fonlarının sermaye piyasaları üzerindeki etkisini, 2006-2017 yılları arasındaki aylık veriler üzerinden Toda-Yamamoto (1995) yaklaşımı ile

inceledikleri çalışmada, bireysel emeklilik sitemindeki fonların uzun dönemde pay piyasasının gelişimini desteklediği sonucuna ulaşmışlardır. Kısa dönemde ise söz konusu nedensellik ilişkisinin anlamlı olmadığı ifade edilmektedir. Buna göre, bireysel emeklilik fonlarının gelişimi sadece uzun dönemde sermaye piyasasının gelişimini desteklemektedir. Bunun yanı sıra, borçlanma piyasasındaki gelişimin uzun dönemde emeklilik fonları üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Son olarak, kısa dönemde emeklilik fonlarının pay piyasasındaki değişime pozitif yönde tepki verdiği öne sürülmektedir.

Eğrican, A. T., & Kayhan, F. (2022), bireysel emeklilik fonlarını ve sermaye piyasası gelişimi ile ilişkilerini incelediği çalışmada, Türkiye’ye ait verileri kullanarak, 2003 yılında özel emeklilik fonlarının devreye girmesinden sonra sermaye piyasalarının derinlik, verimlilik ve likidite göstergelerini analiz etmiştir. Genel olarak, çalışmanın bulguları, özel emeklilik planları uygulanmasının hem borç hem de hisse senedi piyasalarında piyasa derinliği ve sermaye piyasası gelişimi göstergeleriyle olumlu bir şekilde ilişkili olduğu yönündedir.

A. VERİ SETLERİ

Çalışmamızda iki ayrı VAR modeli oluşturularak ampirik bir analiz yapılmıştır. İlk kurulan VAR modeliyle, 2006-2023 yılları arasında “BES” ile toplanan fon miktarının aylık stok değerleri ile gösterge tahvil faiz oranları karşılaştırılarak, bireysel emeklilik sisteminin borç piyasalarına olan etkisi araştırılmıştır. Sermaye piyasasındaki etkisini ölçmek için ise BİST 100 hacim değerleri ile toplanan fonların yatırıma yönlendirilen tutarları ile ilişkilendirilerek bir analiz yapmak üzere başka bir VAR modeli oluşturulmuştur. BES ile ilgili veriler için “Emeklilik Gözetim Merkezi” (EGM) web sitesinden elde edilen haftalık verilerden aylık verilere ulaşılmıştır.

ŞEKİL 3 | Türkiye’de Katılımcıların Katkı Payı Tutarları

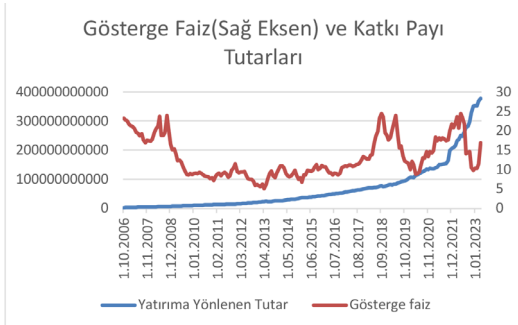


Kaynak: EGM, 2023

Yukarıdaki şekil üzerinde görüldüğü üzere, 2006 yılında 3 milyar TL’ye yakın bir miktarda katkı payı toplanmışken bu miktar 2022 yılında yaklaşık 380 milyar TL’ye yükselmiştir. Dolayısıyla 16 yılda 126 kat kadar bir artıştan bahsetmek mümkündür. Söz konusu tutarlar, devlet katkısı hariç tutularak yansıtıldığından sadece katılımcıların tasarrufunu ifade etmektedir. Türkiye’de “BES” ile toplanan fon miktarının 2022 yıl sonu itibarıyla devlet katkısı dahil 430 milyar TL’ye ulaştığı bilinmektedir.

Aşağıda kurulan regresyon modellerinde kullanılan değişkenlerin grafikleri üzerinde birlikte gösterimlerine yer verilmiştir.

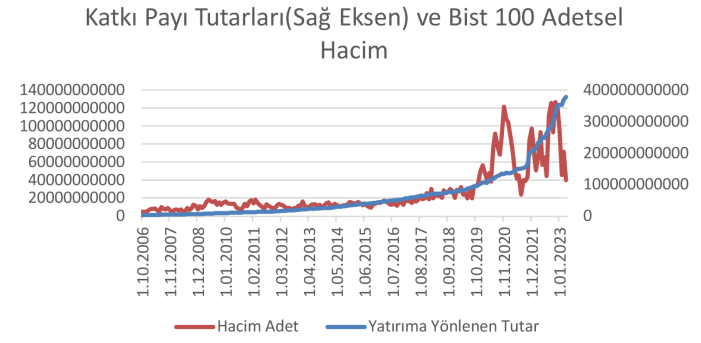
ŞEKİL 4 | Gösterge Faiz ve Katkı Payı Tutarları



Kaynak: EGM, 2023; investing.com, 2023

Borç piyasaları için kurulan modelde yer alan değişkenlerin tarihsel süreç içerisinde aldıkları değerlerin grafiksel olarak gösterimi Şekil-5 üzerinde izlenebilmektedir. Gösterge faizin, 2008 yılı 3.Çeyrek sonrasında %23’lerden %8,5’lara gerilediği ve 2018 yılına kadar %6-%14 aralığında yer alacak şekilde farklı değerler aldığı görülmektedir. 2018 yılı ikinci çeyrek sonrasında yükselerek tekrar %24 oranına ulaşan gösterge faiz oranı 2019 yılında tekrar düşüş trendine girerek %9,5’lara kadar gerilemiştir. 2020-2022 arasında yükseliş trendi izleyerek tekrar %24’lere ulaşmıştır. 2022 yılını 9,73 oranıyla kapatan gösterge faiz 2023 ikinci çeyrek itibarıyla %16,9 oranına sahip gözükmemektedir.

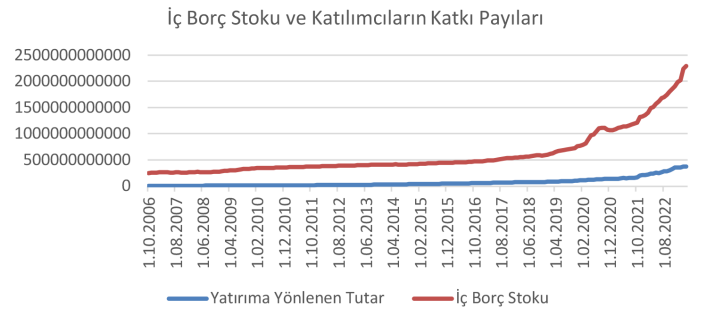
ŞEKİL 5 | Katkı Payı Tutarları ve Bist 100 Adetsel Hacim



Kaynak: investing.com ve EGM, 2023

Pay piyasaları için kurulan modelde kullanılan değişkenlerin tarihsel süreç içerisinde aldıkları değerlerin grafiksel olarak gösterimi Şekil-4 üzerinde izlenebilmektedir. 2006 yılında 8,5 milyar hacme sahip olan BİST 100 endeksi 2021 yılında 107 milyar hacme ulaştıktan sonra 2021 üçüncü çeyrekte 24 milyara kadar gerilemiştir. BİST 100 endeksinin 2023 ikinci çeyrek itibarıyla 40 milyar adet hacme sahip olduğu gözükmemektedir.

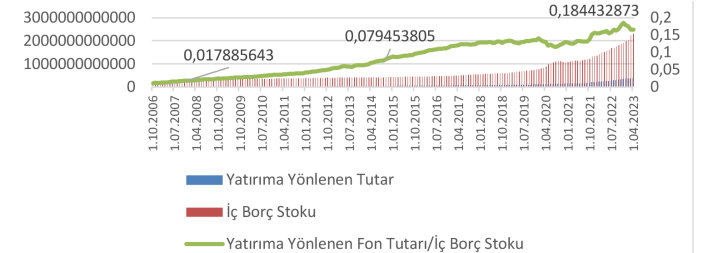
ŞEKİL 6 | İç Borç Stoku ve Katılımcıların Katkı Payları



Kaynak: EGM, 2023; Hazine ve Maliye Bakanlığı, 2023

Şekil-6’da borç piyasaları için kurulan regresyon modelinde katkı payı tutarları ile iç borç stokunun tarihsel süreç içerisinde aldıkları değerler birlikte gösterilmektedir. 2006 yılı son çeyreğinde 252 milyar TL civarında olan iç borç stoğu 2023 son çeyreği itibarıyla 2,3 trilyon TL’ye yükselmiş gözükmemektedir.

ŞEKİL 7 | Katılımcıların Katkı Payları ve İç Borç Stoku Oranı



Şekil-7 üzerinde ise yatırıma yönlendirilen fon tutarı ile iç borç stoku oranlanarak bir gösterge, grafiğe eklenmiştir. Göstergede dikkat çeken

nokta, 2006 yılında 0,01 düzeylerinde olan söz konusu oranın 2023 Nisan ayı itibariyle 0,18'lere yükselmiş olmasıdır.

B. METOT VE UYGULAMA

Bireysel emeklilik sistemi ile finansal piyasalar arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla, Emeklilik şirketleri aracılığı ile toplanan fonların bağımsız değişken olarak yapılandırıldığı bir regresyon modeli oluşturulmuştur. Bu model ile istatistiki anlamda değişkenler arasında bir nedensellik ilişkisi olup olmadığı tespit edilecektir. Söz konusu model ile cevap aradığımız araştırma sorusu:

- “Tasarrufların (katkı paylarının) sermaye piyasalarının üzerinde herhangi bir etkisi var mıdır?”

Finansal piyasaların emtia piyasalarını da içine alacak şekilde geniş bir alanı kapsadığı bilinmektedir. Çalışmamız bu anlamda, sermaye piyasaları altında kategorize edilen borç ve pay piyasaları ile sınırlandırılmıştır. Verilerin ekonometrik analizlerdeki kullanımının değişken türleri üzerinden karakterize edilmiş hali aşağıdaki tablolarda her iki model için ayrı ayrı sunulmuştur (Tablo-8 ve Tablo-11):

TABLO 8 | Borç Piyasaları Modeli

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Kontrol Değişkenler
İç Borç Stoku	Katkı Payı Tutarları	“USD Döviz Kuru” ve “Gösterge Faiz”

Kurulan VAR modelinde bağımlı değişken olan, “İç Borç Stoku”, Hazine ve Maliye Bakanlığı Web sitesinden tarihsel verileri temin edilerek modele dahil edilmiştir. Bağımsız değişken olan “Katkı Payı Tutarları” değişkeni, Emeklilik Gözetim Merkezi web sitesinden, tarihsel verileri temin edilerek modele dahil edilmiştir. Kontrol değişkenler, USD döviz kuruna ait tarihsel veriler Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS) aracılığı ile Gösterge Faiz oranları ise investing.com web sitesinden temin edilmiştir. Veriler aylık değerleri ile regresyona tabi tutulmuştur. Aşağıda yer alan tabloda, borç piyasaları için kurulan VAR modeli ile ulaşılan sonuçlara yer verilmiştir.

TABLO 9 | VAR Granger Nedensellik Testi

Örnek: 2006 Ekim-2023 Nisan

Gözlem Sayısı: 196

Bağımlı Değişken: farkiçborçstoğu

Bağımsız Değişken	Chi-sq	df	Prob.
Farkfaiz	11.487722	2	0.0032037...
Fark Katkı	11.759997	2	0.00279478
Fark USD	42.556198	2	0.11909784

Veriler, logaritmaları alınarak düzeltilmiştir. Sahte korelasyondan kaçınmak için veriler farkları alındıktan sonra Granger Nedensellik Testine tabi tutulmuştur. Ulaşılan bulgulara göre; 0,003 olasılık değeriyle anlamlı bir şekilde ödenen katkı paylarının iç borç stoku değerlerinin nedeni olduğu tespit edilmiştir (Tablo-9).

Aynı veriler ayrı bir amprik analizle yukarıda ulaşılan sonucu teyit etmek için ayrıca Excel programı aracılığı ile regresyon analizi ile ölçülmüştür. Borç piyasaları için, gösterge faizin bağımlı değişken olduğu regresyon modeli sonuçları ise aşağıda sunulmuştur:

TABLO 10 | Regresyon İstatistikleri

Çoklu R	0,51141689
R Kare	0,26154724
Ayarlı R Kare	0,24632141
Standart Hata	4,42431908
Gözlem	199

ANOVA

	Katsayılar	Standart Hata	t Stat	P-değeri
Kesişim	11,8840076	1,964404	6,049676131	7,3418E-09
İç Borç Stoku	-1,0388E-11	5,98E-12	1,736938562	0,083985255
Yatırıma Yönelen Fon Tutarı/İç Borç Stoku	-3,77452466	12,10845	-0,311726437	0,7555583186
Katılımcıların katkı payları	-1,24782	4,71E-11	-2,6502149984	0,008707767
USD satış kuru	3,62902968	0,537421	6,75267536	1,64273E-10

Gösterge faizin bağımlı değişken olduğu regresyon modelinde gösterge faizin, katılımcıların katkı payları değişkeni ile olan ilişkisine bakıldığında, 0,0008 olasılık değeri ile anlamlı seviyede ve katsayısından anlaşılacağı üzere ters yönlü(negatif) bir nedensellik bağlantısına sahip olduğu görülmektedir (Tablo-10).

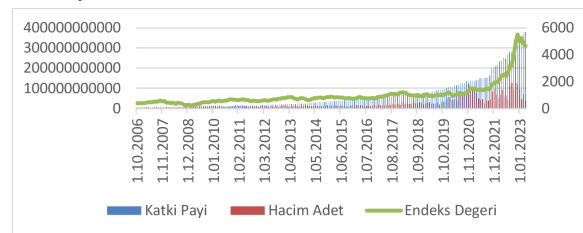
Çalışmamızda araştırma sorusu olarak yapılandırılan “Tasarrufların sermaye piyasalarının gelişimine olumlu katkısı var mıdır?” sorusuna cevap bulabilmek için borç piyasalarına ilaveten pay piyasaları için ayrı bir VAR modeli oluşturulmuştur. Bu modelde BİST 100 Endeks Değeri bağımlı değişken, Katkı Payı Tutarları bağımsız değişken, BİST 100 Endeks Hacim değerleri ise kontrol değişken olarak yapılandırılmıştır. BİST 100 endeksine ait değerler investing.com web adresinden temin edilmiştir (Tablo-3).

TABLO 11 | Pay Piyasaları Modeli

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Kontrol Değişkenler
BİST 100 Endeks Değeri	Katkı Payı Tutarları	BİST 100 Endeks Hacim

Pay piyasaları için oluşturulan VAR modelinde kullanılan değişkenlerin çalışmanın zaman aralığı bağlamında tarihsel değerleri aşağıda sunulmuştur (Şekil-8).

ŞEKİL 8 | Pay Piyasaları Modeli Verilerinin Tarihsel Seyri



Serilerin durağan hale dönüştürülmesi (farklarının alınması) sonrasında katılımcıların katkı payları değişkeninin endeks değeri üzerindeki etkisini ölçen test sonuçları aşağıda sunulmuştur.

TABLO 12 | Pay Piyasaları için Oluşturulan VAR Modeli Granger Nedensellik Testi

Bağımsız Değişkenler	Chi-sq	df	Prob.
Fark Adetler Hacim Bist 100	1,466	2	0,480
Fark Katılımcıların Katkı Payları	2,434	2	0,296

Yukarıdaki tabloda yer alan bilgiler doğrultusunda ödenen katkı paylarının olasılık değerinin 0,05'ten büyük olması nedeniyle (prob.=0,296) BİST 100 endeks değeri ile herhangi bir nedensellik ilişkisi olmadığı söylenebilmektedir.

SONUÇ

Kurumsal yatırımcıların, dünya genelinde finans sistemi içerisindeki ağırlığı her geçen gün artmaktadır. Sigorta fonlarından sonra en önemli ikinci aktör konumunda olan özel emeklilik fonları günümüzde bir ekonomik unsur olarak kabul edilmektedir. Özel Emeklilik Fonları, Sosyal Güvenlik politikalarına bakan yüzü ile refah içerisinde bir gelecek vaat eden yapıya sahipken, eko-politik açıdan ise sürdürülebilir bir nimet-külfet dengesi kurulmasına yardımcı olmaktadır. Ayrıca sunduğu fon kaynağı sayesinde finansal piyasalardaki oynaklığı azaltan bir etkiye sahip olduğu kabul edilmektedir.

Türkiye’de, idari yapılanma tarafından çeşitli yöntemlerle teşvik edilen Bireysel Emeklilik Sistemi ile toplanan katkı payları, emeklilik fonları aracılığı ile yatırıma yönlendirilmektedir. Bu çalışmada, söz konusu katkı paylarının finansal piyasalara olan etkisi kurulan regresyon modelleri ile test edilmiştir. Finansal piyasaların emtia piyasalarını da kapsayacak geniş bir alana yayılmış olması nedeniyle çalışmamız sermaye piyasaları ile sınırlandırılmıştır. Sermaye piyasalarını ise pay ve borçlanma piyasaları şeklinde iki kategoride ele aldığımız bu çalışmada her iki piyasayı takip edebilmek adına iki farklı VAR modeli oluşturulmuştur. Borç piyasaları için VAR modelinin yanı sıra Excel programı marifetiyle bir regresyon analizi de yapılmıştır. Oluşturulan borç piyasaları VAR modelinin Granger nedensellik analizi sonuçlarına göre, borç piyasalarında, bağımsız değişken olan toplanan katkı payları ile bağımlı değişken olan iç borç stoğu arasında negatif katsayılı (ters yönlü) anlamlı bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Excel programı ile yapılan regresyon analizinde ise borç piyasaları gösterge faiz ile takip edilmiş ve gösterge faizin katılımcıların ödediği katkı payları ile ters yönlü ve istatistiki olarak anlamlı bir ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Başka bir deyişle, katkı paylarındaki(tasarruflardaki) artış borçlanma maliyetinin göstergesi olan iki yıllık tahvil faizlerinde bir düşüşü sonuç vermektedir.

Borç piyasaları için yapılan her iki ampirik analiz birlikte ele alındığında, Bireysel Emeklilik Sisteminin ulaşmak istediği amaçlardan biri olan yatırımların finansmanı için bir kaynak yaratılması amacıyla yönelik bulgulara ulaşıldığı ifade edilebilir. Yatırımların finansmanı ifadesinin piyasalardaki karşılığının devlet iç borç senetleri olduğu düşünüldüğünde toplanan katkı paylarının iç borç stoğu ile olan nedensellik ilişkisi anlamlı hale gelmektedir. Katkı paylarının gösterge faizle tespit edilen negatif katsayılı ilişkisi, bireysel emeklilik sisteminin yatırımların finansmanına kaynaklık etme özelliğinin daha az maliyet fırsatları yarattığı söylenebilir.

Ulaşılan bulgulara göre, pay piyasalarında anlamlı bir nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir. Bu duruma, fonların varlık dağılımlarında borçlanma araçlarına ayrılan payın diğer yatırım araçlarına nazaran yüksek olmasının neden olduğu düşünülmektedir.

Ülkemizde GSMH’nin %4’ü seviyelerinde bir büyüklüğe sahip olan özel emeklilik fonları büyüme hızı ile dikkat çekmekle beraber benzeri olmayan cömert devlet katkılarına rağmen asıl hak ettiği yerde değildir. Bu duruma neden olarak enflasyonun yol açtığı güven kaybı gösterilebilir. Bu bağlamda teşviklerin yanı sıra fiyat istikrarının sağlanması konusunun, özel emeklilik fonlarının, ülkemiz için bahsi geçen bütün faydalarından yararlanılabilecek bir büyüklüğe ulaşması için kritik derecede bir öneme sahip olduğu söylenebilir. Çalışmamızda araştırma ve yayın etiğine uygun hareket edildiğini beyan ederiz.

KAYNAKÇA

- [1] Akgiray, V., Peksevim, S., ve Şener, E.(2016).Emeklilik Fonları ve Finansal İstikrar: Şili ve Türkiye Örneklerinden Dersler. *International Journal of Finance & Banking Studies*,5,2, 1-20. Doi: <https://10.20525/ijfbs.v5i2.267>
- [2] Asher, M.G., Pasadilla, G.O., & Grenville, S. (2012). Growth of Asian pension assets : Implications for financial and capital markets,1-29
- [3] Max,A. ve Wittas, D. (2000). Personal Pension Plans Personal pension plans transfer investment risk to and Stock Market Volatility, *The World Bank Development Research Group Finance*, 24-63, Doi: <https://doi.org/10.1596/1813-9450-2463>
- [4] Ayaydın, H.(2013). Türkiye’deki Emeklilik Yatırım Fonlarının Performanslarının Analizi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 22,2, 59-80
- [5] Barr, N., & Diamond, P. (2006). The economics of pensions. *Oxford Review of Economic Policy*, 22(1), 15-39, <https://www.jstor.org/stable/23607164>
- [6] Bayar, Y. (2016). Individual pension funds and capital market development in Turkey. *Review of Economic and Business Studies*, 9(2), 95-109.

- [7] Bayar, Y. ve Kılıç M. (2014). Küresel Finansal Krizin Türkiye’de Bireysel Emeklilik Sistemine Etkileri. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi-Journal of the Human and Social Science Researches* 3,2, 246-264.
- [8] Claudio, R. ve Schmukler, S. L. (2013). Pension Funds and Capital Market Development, *Policy Research Working Paper, The World Bank Development Research Group Macroeconomics and Growth Team*,47-87 <https://doi.org/10.1596/1813-9450-4787>
- [9] Dağlı, H.(1993). Yatırım Fonlarında Performans Değerlendirmesi: Türkiye Örneği. *Yöneylem Araştırması ve Endüstri Mühendisliği XVII. Ulusal Kongresi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi*, 1-17.
- [10] Demir, Y.(2001). Hisse senedi fiyatını etkileyen işletme düzeyindeki faktörler ve mali sektör üzerine İMKB’de bir uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 6,2, 109-130.
- [11] Eğriçan, A. T., & Kayhan, F. (2022). Voluntary Private Pension Funds and Capital Market Development. *Asian Academy of Management Journal of Accounting and Finance*, 18(2), 195-240.
- [12] EGM. (2023). EGM. EGM: <https://www.egm.org.tr/bilgi-merkezi/istatistikler/18.05.2023>
- [13] Ertuğrul, H. M., Gebeşoğlu, P. F. ve Atasoy, B. S. (2018). Mind the gap: Turkish case study of policy change in private pension schemes. *Borsa Istanbul Review*, 18(2), 140-149.
- [14] Esping-Andersen, G. (1990). *The three worlds of welfare capitalism*. Princeton University Press, 1-38
- [15] Granger, C. ve Newbold, P. Spurious regressions in econometrics. *Journal of econometrics* 2.2 (1974): 111-120.
- [16] Gürbüz, O. A. ve Akıncı, S., Bireysel Emeklilik Sistemi ve Sermaye Piyasalarında Beklenen Etkiler, *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi, Yıl:2003, Sayı :1, Cilt: XVIII*, 205-228
- [17] Hazine ve Maliye Bakanlığı. (2023). *Hazine ve Maliye Bakanlığı. Hazine ve Maliye Bakanlığı: <https://www.hmb.gov.tr/kamu-finansmani-istatistikleri>, Erişim Tarihi:12.06.2023*
- [18] Impavido, G., Musalem, A.R., & Tressel, T. (2003). The Impact of Contractual Savings Institutions on Securities Markets. *World Bank Policy Research Working Paper Series*, 1-32.
- [19] ILO, Facts on Social Security, ILO, Geneva 22,Switzerland, 1-2. <http://www.ilo.org/public/english/protection/socsec/pol/campagne/files/factsheet.pdf>, Erişim Tarihi:3.01.2022
- [20] investing.com. (2023). *investing.com. investing.com: <https://www.investing.com/indices/ise-100-historical-data>, Erişim Tarihi:21.02.2022*
- [21] Karagöl, E. T. ve Özcan,B.(2014). Sürdürülebilir Büyüme için Tasarruf. *Seta*, 1-28. https://file.setav.org/Files/Pdf/20140508140738_surdurulebilir-buyume-icin-tasarruf-pdf.pdf
- [22] Korkmaz, E. (2007) Sosyal Güvenlikte Yeni Yaklaşım: Bireysel Emeklilik. *İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın No:2006-21, 1-304 İstanbul*
- [23] Korkmaz, T. ve Uygurtürk, H. Türk Emeklilik Fonlarının Performans Ölçümünde Regresyon Analizinin Kullanılması. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi* 3.5 (2012). 37-52.
- [24] Meng, C., & Pfau, W. D. (2010). *The role of pension funds in capital market development* (pp. 10-17). Tokyo, Japan: GRIPS Policy Research Center.
- [25] Miloş, L. R., & Corduneanu, C. (2011). Diversity of the pension systems in the European Union countries. *Scientific Annals of the Alexandru Ioan Cuza University of Iasi, Economic sciences section*, 58, 145-155.
- [26] Musawa, N., & Mwaanga, C. (2017). The Impact of Pension Funds’ Investments on the Capital Market—The Case of Lusaka Securities Exchange. *American Journal of Industrial and Business Management*, 7(10), 1120-1127.
- [27] OECD (2017), Pension Markets in Focus, 1-167,Erişim Tarihi:1.03.2022
- [28] https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/pension_glance-2017
- [29] Oktayer, N. ve Oktayer, A.(2015). Özel Emeklilik Fonlarının Finansal Piyasaların Gelişimine Etkileri. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 9,2 (2015). 55-80.
- [30] ORAN, S. S. (2017). Türkiye’de Emeklilik Sisteminin Finansallaşma Çerçevesinde Analizi: Bireysel Emeklilik Sistemi. *Mülkiye Dergisi*, 41(3), 49-81.
- [31] Önder, F., & Karabulut, T. (2017). Bireysel emeklilik sisteminin finansal derinleşmeye etkisinin ekonometrik analizi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(2), 237-256.
- [32] Rijkeghem, C. V. ve Üçer, M. (2008). Türkiye’de Özel Tasarruf Oranının Gelişimi ve Belirleyicileri: Ekonomi Politikaları Açısından Bir Değerlendirme. *Ekonomik Araştırma Forumu Araştırma Notu*, 1-92.
- [33] Türker, H. (2011). Bireysel emeklilik yatırım fonlarının sermaye piyasalarına etkileri / Pension mutual fund’s are impacts on capital market (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 1-93.
- [34] Thomas, A., & Spataro, L. (2016). The effects of pension funds on markets performance: A review. *Journal of Economic Surveys*, 30(1), 1-33.
- [35] SPK,2013, Emeklilik Yatırım Fonlarının Kuruluş ve Faaliyetlerine İlişkin Esaslar Hakkında Yönetmelik,13/3/2013 tarihli ve 28586 sayılı Resmi Gazete <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=17200&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5> Erişim Tarihi:21.10.2022
- [36] SPK,2018, Yatırım Fonu Rehberi, 1-72. <https://spk.gov.tr/data>, Erişim Tarihi:21.11.2022

- [37] Şahin, S. , Özdemir, Z. A. & Önal, Y. B. (2018). Türkiye’de Bireysel Emeklilik Sisteminin Sermaye Piyasasının Gelişimi Üzerindeki Etkisi . Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi , 33 (2) , 517-541
- [38] Uyar, H.İ.(2012) Bireysel Emeklilik Sistemi ile Ekonomik Göstergeler Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Mali Çözüm Dergisi/Financial Analysis 110*, 1-25.
- [39] Vittas, D. (1995). Sequencing Social Security, Pension, and Insurance Reform, Policy Research Working Paper Series 1551,1-28. The World Bank.
- [40] WORLD BANK, (1994). Averting the old age crisis: Policies to protect the old and promote growth. *A World Bank Policy Research Report*, 1-402 Erişim Tarihi:21.03.2023 <http://documents1.worldbank.org/curated/en/973571468174557899/pdf/multi-page.pdf>
- [41] Yermo, J. (2002). Revised taxonomy for pension plans, pension funds and pension entities. Organisation for Economic Cooperation and Development,1-20. <https://www.oecd.org/daf/fin/private-pensions/2488707.pdf>



INFLUENCERLARIN (ONLİNE ETKİLEYİCİ) KAYNAK GÜVENİLİRLİĞİ BOYUTLARININ SOSYO-DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

DOĞUKAN LİVDUMLU^{1*} & MUSTAFA ÜNSALAN²

¹ Doktora Öğrencisi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, livdumlu@yahoo.com, <https://orcid.org/0000-0001-7447-6106>. ² Dr. Öğr. Üyesi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, munsalan@aybu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-5090-0205>.

Bu çalışma Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar ve Yayın Etik Kurul Komisyonunun 221 No'lu Karar Sayısı ve 30.05.2022 tarihli etik onayı alınarak yapılmıştır. Gerçekleştirilen araştırma "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği" bütününde uyulması gereken tüm kurallara uyularak hazırlanmıştır.

ÖZ

Günümüzde tüketiciler satın alacakları ürün ya da hizmetleri yakın gördükleri kişilere danışarak almaktadır. Son yıllarda yaşanan dijital gelişmeler neticesinde tüketiciler artık alışverişlerinde ürün onay kaynağı olarak influencer olarak tanımlanan online etkileyicilerden de yardım almakta ve satın alma kararları etkilenmektedir. Bu çalışmanın amacı, sosyal medyada influencerları takip eden tüketiciler tarafından algılanan influencer kaynak güvenilirlik boyutlarının sosyo-demografik değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemektir. Çalışmada nicel araştırma yöntemleri ve online anket tekniği kullanılmıştır. Elde edilen veriler SPSS 23.0 istatistiksel paket programıyla analiz edilmiştir. Araştırma bulguları değerlendirildiğinde; kaynak güvenilirliği uzmanlık alt boyutunun yaş ve cinsiyet değişkenlerine göre anlamlı bir fark oluşturduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca güvenilirlik alt boyutunda hiçbir sosyo-demografik değişkenin anlamlı bir fark oluşturmadığı, çekicilik alt boyutunun yaş ve medeni durumu değişkenlerine göre anlamlı bir fark oluşturduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kaynak Güvenilirliği, Influencer Pazarlama, Sosyo-Demografik Değişkenler.

Editör / Editor:

Gökhan ÇOBANOĞULLARI,
Erciyes Üniversitesi, Türkiye

*Sorumlu Yazar/ Corresponding Author:

Doğukan LİVDUMLU,
livdumlu@yahoo.com

JEL:

M30, M31, M39

Geliş: 10 Kasım 2023

Received: November 10, 2023

Kabul: 13 Aralık 2023

Accepted: December 13, 2023

Yayın: 30 Nisan 2024

Published: April 30, 2024

Atıf / Cited as (APA):

Livdumlu, D. & Ünsalan M. (2024),
Influencerların (Online Etkileyici) Kaynak
Güvenilirliği Boyutlarının Sosyo-Demografik
Değişkenler Açısından İncelenmesi, Erciyes
Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Dergisi, 67, 89-97,
doi: 10.18070/erciyesiibd.1374186

INVESTIGATION OF INFLUENCERS SOURCE CREDIBILITY DIMENSIONS IN TERMS OF SOCIO-DEMOGRAPHIC VARIABLES

ABSTRACT

Nowadays, consumers buy products or services by consulting people they consider close to them. As a result of the digital developments in recent years, consumers now receive help from online influencers, defined as influencers, as a source of product approval in their purchases, and their purchasing decisions are influenced. The goal of this study is to examine whether influencer source credibility dimensions perceived by consumers who follow influencers on social media differ according to socio-demographic variables. Quantitative research methods and online survey technique were used in the study. The data obtained was analyzed with the SPSS 23.0 statistical package program. When the research findings are evaluated; It was concluded that the source reliability expertise sub-dimension creates a significant difference according to age and gender variables. In addition, it was concluded that no socio-demographic variable created a significant difference in the reliability sub-dimension, and the attractiveness sub-dimension created a significant difference according to age and marital status variables.

Keywords: Source Credibility, Influencer Marketing, Socio-Demographic Variables.

GİRİŞ

İnternet kullanımının tüm dünyada yaygınlaşması, erişim kolaylığı, internet hızının yükselmesi ve özellikle de akıllı cep telefonlarının günlük yaşamımızın kaçınılmaz bir parçası olması, insanların yeni bir çağ olan dijital çağa girmesine neden olmuştur. İnsanlar cep telefonlarıyla günlük hayatta yaptıkları birçok işlemi artık akıllı cep telefonları üzerinden yapabilmektedir. Özellikle internet kullanıcıları satın alacakları ürünlerle ilgili satın alma kararlarını verirken arama motorlarından ya da karşılaştırma sitelerinden faydalanmaktadır. Günümüzde firmalar, sanal mağazalarını kitlesel sanal alışveriş siteleri olan Amazon, Hepsiburada, Trendyol gibi sitelerde açarak daha fazla tüketiciye ulaşabilmektedir. Tüketiciler de bu alışveriş siteleri üzerinden aradıkları ürünleri kolaylıkla bulabilmektedir. Pazarlama iletişiminin dijitalleştiği günümüzde, insanlar satın alma kararı verirken referans gruplarından biri olarak gördüğü influencer yani online etkileycilerden onay almaktadırlar. Facebook, YouTube, Twitter ve Instagram gibi sosyal medya kanallarının ortaya çıkmasıyla beraber 2010 yılından itibaren influencer pazarlaması giderek yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. Influencerlar sosyal medya kanalları aracılığıyla oluşturdukları izleyici kitleleri üzerinden, firmaların ürünlerini tanıtarak hem satışlarını hem de markaların tanınırlığını artırmaktadır. Bu gelişmelere paralel olarak Facebook, Twitter gibi sosyal medyada kozmetik, moda, bireysel gelişim, sağlık ürünleri gibi sektörlerde influencer kullanımı giderek çoğalmaya başlamıştır (Onurlu vd., 2022).

Ohanian (1990) tarafından geliştirilen kaynak güvenilirliği modelinde, iletişimcinin güvenilirlik algısı, kaynağın algılanan güvenilirliği boyutları olan uzmanlık, güvenilirlik ve çekicilik boyutları üzerinden ele alınmıştır. Bu modele göre alıcının, yani satın alacak izleyici kitesinin, kaynağı güvenilir olarak algılama düzeyi, bu boyutlarla olan etkileşim derecesinden kaynaklanmaktadır. Influencer pazarlamasında, işletmelerle işbirliği yapan influencerlara yönelik kaynak güvenilirliği algısı firmaların kârına etki yapan bir unsur olarak görülmektedir (Yıldız, 2021).

Son yıllarda kaynak güvenilirliği ile ilgili literatürde yapılan güncel çalışmalara bakıldığında, Yıldız (2022), influencerların cinsiyetlerine göre tüketicilerin demografik profillerini belirlemeye çalışmış, kadın sosyal medya kullanıcılarının kadın influencerların tanıttıkları ürün hakkındaki uzmanlıklarına önem verdikleri, erkek influencerların uzmanlığına dair algılarının ise düşük olduğunu belirlemiştir. Ali ve Temizkan (2022), Instagram influencerlarının, kaynak güvenilirlik boyutlarının, bilgi vermeye ve reklamını yapmaya çalıştıkları markaya doğru tutum ve satın alma niyeti yaratmaya yönelik ilişkisini incelemiş, influencerın bilgi vermeye çalıştığı markaya doğru tutumla ilgili olarak, influencerın uzmanlık ve güvenilirlik boyutlarının, olumlu şekilde anlamlı bir ilişkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Karataş ve Eti (2022), Instagram influencerlarının ürün ve hizmet kapsamında sosyal medya üstünden yaptıkları tanıtımların izleyicilerin satın alma niyeti üzerindeki etkisini araştırmış, influencerın kaynak çekiciliğinin reklama karşı tutumla aracı rolünün olduğu ve satın alma niyetine yönelik etkisinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Uzkuvt vd. (2022), influencerlara karşı güvenilirlik algısı ile satın alma niyeti arasındaki ilişkide marka aşkının aracılık rolünü araştırmışlardır. Çalışmalarında satın alma niyeti ile kaynak güvenilirliği arasındaki ilişkisinde marka aşkının aracı etkisinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Onurlu vd. (2022), anne bebek ürün sektöründeki influencerların kaynak güvenilirliği ile satın alma niyeti arasındaki ilişkiyi ve marka güveninin aracı etkisini incelemiş, kaynak güvenilirliği ile satın alma niyeti arasındaki ilişkisinde marka güveninin aracı etkisinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Güven ve Köken (2022), influencerların kaynak güvenilirliği özelliklerinin tüketici zeminli marka değerindeki etkisini araştırmış, kaynak güvenilirliği özelliklerinden çekicilik ve güvenilirliğin marka değerine yönelik pozitif anlamlı bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Uzmanlık özelliğinin ise marka değerine yönelik pozitif anlamlı bir etkisinin olmadığını belirlemişlerdir.

Mobilya, işlevsel değeri ile mekânın kullanılabilirliğini etkileyen, estetik değeri ile de mekânın güzel ya da çirkin görünmesini, sağlayan, kısaca sanat ve tekniği birleştiren bir üründür (www.orsiad.com.tr, 2023). İnsan gereksinimlerini gidermeye yönelik kullanım eşyası olması nedeniyle

mobilyalar, fonksiyonel elemanlardır. Mobilya sektörü Türkiye'nin en eski ve en gelişen lokomotif sektörlerindedir. Yarattığı istihdam ve üretimsel hacim, ülke ekonomisinde önemli bir pay sahibi olmasına neden olmuştur. Dünya nüfusundaki artışa paralel olarak ülkelerin refah paylarının artmasıyla beraber mobilya olan talebi de artırmıştır. Bunlara ilave olarak mobilya tüketim hızı da artmıştır. Mobilya sanayi katma değer açısından da ülkemizin önde gelen sektörlerinden birisi olup, ihracatta yerli kaynakları en çok kullanan ve ithal ürünlere bağımlılığı en az olan sektörlerden biri olarak ekonomiye katkısı artarak devam ettirmektedir. Mobilya sektöründe 2020 yılı Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre; girişim sayısı 39.334, çalışan sayısı ise 209.184'dür. Ayrıca perakende sektöründe de çalışan sayısının 100.000 olduğu tahmin edilmektedir (www.sanayi.gov.tr, 2021). Mobilya sektörü, işyeri sayısı ve yarattığı istihdam ile önemli bir sektör olmasına karşın ihracatımız içindeki payı sınırlı düzeydedir. Sektörün toplam ihracat içindeki payı 2020'de %2 olarak gerçekleşmiştir. Türkiye'nin mobilya ihracatı 2001 yılında 192 milyon dolar olarak gerçekleşirken, 2021 yılında önemli oranda artarak 4 milyar 515 milyon dolara ulaşmıştır. Ülkeler bazında mobilya ihracat rakamlarına bakıldığında ilk sırayı Irak sonrasında Almanya'nın geldiği görülmektedir (www.ticaret.gov.tr, 2021). Mobilya sektörünün Türkiye için önemli sektörlerden biri olmasından dolayı bu çalışmada mobilya sektörü odaklı bir araştırma tasarımı yapılmıştır.

Bu çalışmayla temel olarak sosyal medyada influencerları takip eden tüketiciler tarafından algılanan influencer kaynak güvenilirlik boyutlarının sosyo-demografik değişkenlere göre farklılaşarak farklılaşmadığını belirlemeye amaçlanmıştır. Ayrıca pazarlama literatürüne katkı sağlanması ve mobilya pazarlama alanındaki profesyonellerin stratejilerini geliştirmesinde kaynak olmasına amaçlanmıştır. Tüketicilerin sosyo-demografik özelliklerini satın alma karar sürecini etkileyen önemli bir faktör olarak değerlendirilmektedir. Tüketicinin karar verme sürecinde influencerların kaynak güvenilirliği boyutlarından etkilenme durumunun sosyo-demografik değişkenlere göre farklılaşarak farklılaşmadığı bu çalışmanın önemini ortaya koymaktadır.

Çalışma bu çerçevede üç bölümden oluşturulmuştur, ilk bölüm kavramsal çerçeve ve literatür incelemesi, ikinci bölüm çalışma metodolojisi ve üçüncü bölümde bulgular ve sonuç kısmı bulunmaktadır. Çalışmanın araştırma sürecinde "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği" kapsamında uyulması gereken bütün kurallara uyulmuştur.

I.KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE LİTERATÜR İNCELEMESİ

Influencer pazarlama kavramı, internetin gelişmesiyle birlikte günlük hayatımızda sık sık karşımıza çıkmaktadır. Tüketiciler cep telefonu, laptop ve tablet bilgisayar gibi teknolojik iletişim araçlarıyla günün her saati ve her yerde internete girerek sosyal medyayı kullanmakta, yapay zekâlarında devreye girmesi ile beraber, artık satın alma kararlarını fiziki etkileşime geçmeden sanal ortamdaki etkileyici kaynaklarının desteğiyle gerçekleştirmektedirler.

Kaynak güvenilirliği modelinin Ohanian (1990) tarafından geliştirilmesiyle beraber tüketicilerin satın alma niyeti üzerindeki etkisi yoğun olarak araştırılmaya başlanmıştır. Literatür incelendiğinde influencer, influencer pazarlaması ve kaynak güvenilirliği konularıyla ilgili birçok çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Kaynak güvenilirliği modeline çekicilik boyutunun eklenmesi ile beraber ilk çalışmayı Ohanian (1990)'ın yaptığı görülmektedir, çalışmada ünlü onaylayıcıların uzmanlık, güvenilirlik ve çekicilik algılarını ölçmek için bir ölçek geliştirmeyi amaçlamış, algılanan uzmanlığı, güvenilirliği ve çekiciliği ölçmek için 15 maddelik bir anlamsal farklılık ölçeği geliştirmiştir. Ölçekler, test edilen ürünler için yanıtlayanlar tarafından bildirilen satın alma niyeti ve kalite algısı ölçütleri kullanılarak doğrulanmıştır. Ohanian (1990) çalışmasının ardından kaynak güvenilirliği konusu ile ilgili birçok alanda çalışma yapılmıştır.

Influencerların kaynak güvenilirliğinin satın alma niyetine etkisinin ele alındığı çalışmalara bakıldığında Influencerların tüketici tarafından algılanan güvenilirliği ve bunun satın alma niyeti üzerindeki etkisini Rebelo (2017), incelemiştir. Yazar hangi güvenilirlik boyutlarının

satın alma niyetini daha iyi açıkladığını belirlemeye çalışmış, influencerların algılanan çekiciliği ve güvenilirliğinin, tüketicilerin satın alma niyetini daha iyi açıklayan güvenilirlik boyutu olduğunu sonucuna ulaşmıştır. Instagram influencerlarının kaynak güvenilirlik boyutlarının, takipçilerin satın alma niyeti, marka tutumu ve e-wom pazarlama ile olan ilişkisini belirlemeye yönelik Avcı ve Yıldız (2019), çalışma yapmışlardır. Elde ettikleri bulgular sonucunda influencerların güvenilirlik ve çekicilik boyutlarının marka tutumu, satın alma niyeti ve e-wom pazarlama ile anlamlı bir ilişkisinin olduğu fakat uzmanlık boyutunun marka tutumu, satın alma niyeti ve e-wom pazarlama üzerinde anlamlı bir ilişkisinin olmadığını tespit etmişlerdir. Vloggerların tutum, kaynak güvenilirlik boyutlarının ve para sosyal ilişkilerinin genç kuşağın satın alma niyetiyle olan ilişkisini Taşdelen (2020), incelemiştir. Genç bireylerin genelinenin Snapchat uygulamasını kullanarak vloggerları izlediğini ve satın alma kararlarında fiziksel çekicilik, tutum ve para sosyal ilişkileri önemsedikleri gözlemiştir. Sosyal medya influencerlarının güvenilirlik özelliklerinin Z Kuşağı tüketicilerinin satın alma niyetlerine olan etkisini Nugroho vd. (2022), incelemişlerdir. Z Kuşağı tüketicilerinin satın alma niyetini etkileyen bağımsız değişkenler olarak influencer güvenilirlik boyutlarını (çekicilik, uzmanlık ve güvenilirlik) ve aracı değişken marka imajını kullanarak, influencer güvenilirlik boyutlarının Z kuşağının satın alma niyeti ile anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu sonucuna varmışlardır. Hazır giyim sektöründe yer alan influencerların güvenilirlik, uzmanlık ve çekicilik özelliklerinin, Z kuşağındaki tüketicilerin marka imajı ve satın alma niyeti üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik Onurlubaş (2023), araştırma gerçekleştirmiştir. Influencerların sahip olduğu özelliklerin satın alma niyeti üzerindeki etkisinde kaynak güvenilirliği boyutlarından güvenilirliğin orta düzeyde çekicilik ve uzmanlığın düşük düzeyde pozitif anlamlı bir etkisinin olduğu ve influencerların marka imajı üzerindeki etkisinde ise kaynak güvenilirliği boyutlarından çekiciliğin orta düzeyde, güvenilirlik ve uzmanlığın düşük düzeyde pozitif anlamlı bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşmıştır. Sosyal medya influencerlarının tüketicilerin satın alma davranışları üzerindeki etkilerini Köprülü ve Turhan (2023), incelemişlerdir. Yapısal eşitlik modeli ve regresyon modelini kullanarak araştırma hipotezlerini analiz etmişlerdir. Yazarlar influencer mesajının güvenilirliğinin tüketicilerin satın alma davranışını, sadakat davranışını ve pozitif e-wom davranışını etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Influencer kaynak güvenilirliği boyutlarının ve marka tutumun satın alma niyeti üzerindeki etkisini Sarıoğlu (2023), araştırmıştır. Influencer kaynak güvenilirlik boyutlarından çekicilik ve güvenilirlik alt boyutlarının tüketicilerin satın alma niyetini pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Influencere yönelik tutumun satın alma niyeti üzerindeki etkisini Özkan ve Yerezhap (2023), araştırmışlardır. Influencera yönelik tutumun kaynak güvenilirliği boyutlarından çekicilik ve uzmanlığın satın alma niyeti üzerinde etkisinin olmadığı, güvenilirliğin ise satın alma niyeti üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Influencerların fiziksel çekicilik, sosyal çekicilik ve tutumsal benzerlik özelliğinin influencerca duyulan güvenilirliğe ve duyulan güvenilirliğin de tüketicilerin davranışsal niyetleri üzerindeki etkisini Demirağ (2023), araştırmıştır. Yazar influencerların fiziksel çekicilik, sosyal çekicilik ve tutumsal benzerlik özelliğinin influencerca karşı güvenilirliğini pozitif yönde etkilediğini tespit etmiştir. Ayrıca influencerca karşı güvenilirliğin tüketicilerin tavsiye etme ve satın alma niyetini olumlu etkilediğini gözlemiştir. Gıda sektörüyle ilgili influencerlara yönelik tüketici tutumlarının satın alma niyeti üzerindeki etkisini Niloy vd. (2023), araştırmışlardır. Influencere yönelik tüketici tutumlarının satın alma niyetini olumlu yönde etkilediğini tespit etmişlerdir. Ayrıca influencerlara yönelik tutumun kaynak çekiciliği, ürün eşleşmesi ve kaynak özgünlüğünden önemli ölçüde etkilediğini belirlemişlerdir. Üç tür influencerın (geleneksel ünlü, mikro ünlü ve fenomenler) kaynak güvenilirlik boyutlarının Z kuşağının satın alma niyeti üzerindeki etkisini Chiu ve Ho (2023), incelemişlerdir. Influencerların Z kuşağının satın alma niyetine etkisinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Sosyal medya influencerlarının tüketiciler üzerindeki etkileşimini ve satın alma niyetine etkisini Ao vd. (2023), araştırmışlardır. Araştırmalarında sosyal medya influencerlarının sekiz karakteristik özelliğinden (uzmanlık, güvenilirlik, çekicilik, inanılabilirlik, ürünle uyumluluk, homofillik, eğlence değeri, bilgilendirici değer) faydalanmışlardır. Influencer özelliklerinin müşteri etkileşimi ve

satın alma niyeti ile orta ila yüksek düzeyde bir ilişkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca influencer güvenilirliğinin satın alma niyetini diğer tüm özelliklerden daha fazla etkilediğini tespit etmişlerdir.

Influencer kaynak güvenilirlik boyutlarının sosyo-demografik boyutlar üzerinden araştırıldığı son yıllardaki çalışmalara bakıldığında, elektronik ağızdan ağıza iletişimi (e-wom) etkileyen faktörlerin (kaynak güvenilirliği, kullanıcı deneyimi, kullanım yararı ve e-wom'un etkisi) akademisyenlerin demografik faktörlerine göre farklılaşp farklılaşmadığını Arslan ve Güven (2018), araştırmışlardır. Elde edilen bulguların analizleri sonucunda e-wom'u etkileyen faktörler ile akademisyenlerin cinsiyetleri, yaşları, medeni durumları ve çalışma süreleri arasında anlamlı bir farklılık bulamamışlardır. Tüketicilerin sosyal medyadaki satın alma niyetlerini demografik değişkenler üzerinden Cevher (2020), incelemiştir. Yazar satın alma niyetlerinin bireylerin gelir düzeylerine göre anlamlı şekilde farklılık oluşturduğu; cinsiyet, yaş, meslek ve eğitim düzeylerine göre ise anlamlı bir farklılık oluşturmadığı sonucuna ulaşmıştır. Gençlerin sosyal medya influencerlarını nasıl algıladıklarını, satın alma niyetlerini ve satın alma kararlarını etkileyip etkilemediklerini Radwan vd. (2021), araştırmışlardır. Ayrıca yazarlar influencerların tüketicilerle iletişim kurarken çekiciliklerinin, uzmanlıklarının ve güvenilirliklerinin etkisini, çevrimiçi pazarlama faaliyetlerinin satın alma niyetleri üzerindeki etkisini ve demografik özellikler arasındaki farklılıklarını araştırmışlardır. Birleşik Arap Emirliği'ndeki gençlerin, influencerların takipçilerini çekmek ve onları satın almaya teşvik etmek için kullandıklarını, kişisel çekicilikleri, uzmanlıkları ve güvenilirlik boyutlarının pozitif olarak etkilediğini ve influencerların, gençleri ürünler hakkında daha fazla bilgi aramaya ve ürünlerin web sitelerini ziyaret etmeye teşvik ettiği sonucuna ulaşmışlardır. Influencerın tüketicilerin satın alma niyeti ve satın alma kararına yönelik tutumlarını değiştirmede demografik değişkenler üzerinden etkisini Önem (2022), araştırmıştır. Influencerların tüketicilerin satın alma niyetine etkisinin cinsiyet, eğitim durumu, yaş ve çalışma kıdemine ilişkin anlamlı bir fark oluşturduğu sonucuna ulaşmıştır.

A. INFLUENCER VE INFLUENCER PAZARLAMASI

Son yıllarda bilişim teknolojisinin hızlı bir biçimde gelişerek, internete erişimin çok kolay hale gelmesiyle beraber, sosyal medya günlük hayatımızın ayrılmaz bir parçası konumuna gelmiştir. Sosyal medya, bireylerin, şirketlerin, reklamcılarının ve devlet kurumlarının önemli iletişim kanallarından birisidir. Tüm dünyaya açılan bu pencereyi doğru kullanmanın yanı sıra bu kanalların doğru yönetilmesinin gerekliliğinin de bilinci artık herkes tarafından kabul edilmektedir.

Influencer pazarlama, sosyal medya ortamında belirli bir grubu çekme gücü olan influencerların, bireysel sosyal medya hesaplarını kullanarak, bir ürün veya hizmete ilişkin ulaşılmak istenen grubu çekim alanına alarak satın alma davranışına sevk etme hedefiyle tasarlanan pazarlama ve tanıtım faaliyeti olarak bilinmektedir (Canöz, Gülmez ve Eroğlu, 2020). Son zamanlarda öne çıkan ve sosyal medyada bireylere mesajların iletilmesinde aracı olan sosyal medya influencerları olarak tabir ettiğimiz kişileri Cambridge sözlükte, "ürün ve hizmetlerini sosyal medyada gösterip tarif etmesi ve diğer insanları bunları satın almaya teşvik etmesi için bir şirket tarafından para ödenen kişi" olarak tanımlamaktadır (Cambridge Dictionary, 2023). Influencer terimi, "diğerlerinin satın alma kararlarını, yetkileri (gerçek veya algılanan), bilgisi, konumu veya ilişkileri nedeniyle etkileme gücüne sahip olan herhangi biri" şeklinde literatürde tanımlanmaktadır (Özel, 2022).

Influencerlar genellikle bir aktivist gibi hareket ederek toplumun sesini dinleyerek onların tutum ve davranışlarına yön verebilme, dış ortamla olan iletişim ve etkileşimlerini şekillendirebilme kabiliyetlerine sahiptirler. Son yıllarda influencerların etkinliği kadar yer aldığı sosyal medya platformlar da önemi kazanmıştır. Bu platformlar zamanla kendilerini geliştirerek, bireylerin kendilerine daha çok bağlanmasını ve zaman geçirmelerini sağlamıştır. Influencerların yer aldığı popüler sosyal medya alanlarını sıralayacak olursak, Instagram, Twitter, TikTok, YouTube, Bloglar ve Facebook'u sayabiliriz (Saima ve Khan, 2020).

Influencer pazarlamanın tanımlarına bakacak olursak, Brown ve Hayes (2008) tarafından göz alıcı içerik oluşturmak, takipçilerinin dikkatini ve katılımını çekmek, satın alma kararlarını şekillendirmek için influencerın özelliklerini kullanan etkileşim odaklı bir pazarlama

taktiği olarak tanımlanmıştır. Attri ve Pranjal (2023), temel olarak potansiyel alıcıların bakış açısını değiştirme gücüne sahip kişiler aracılığıyla bir işi/fikri/ürünü tanıtmayı, influencer pazarlama olarak tanımlamışlardır.

B.KAYNAK GÜVENİLİRLİK MODELİ

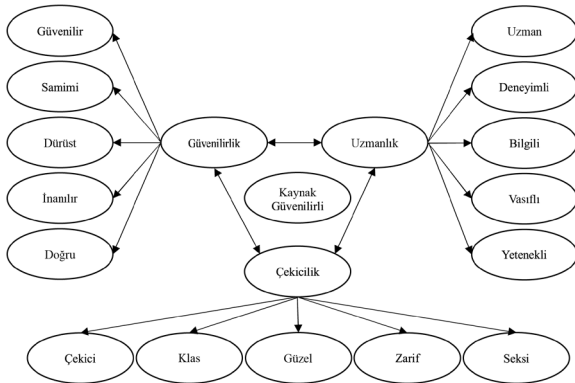
Mesaj kaynağının önemini anlayan pazarlamacılar influencerlar üzerinden mesajların etkinliğinin arttırmaya çalışmaktadırlar. Pazarlamacıların ilgisinin influencerlara yoğunlaşmasıyla beraber, influencer pazarlama konusuyla ilgilenen araştırmacılar, influencer güvenilirliğinin tüketici davranışlarını etkilemesindeki rolünü anlayabilmek için kaynak güvenilirlik modelini kullanmaya başlamışlardır (Dhun ve Dangi, 2023).

Ohanian (1990), kaynak güvenilirliğini, ulaşılmak istenen grubun ürün/hizmet anlamında uzmanlık ve bilgi elde etmek için kaynağı ne ölçüde gördüğü olarak tanımlamıştır. Bu modelde, insanların bir mesaja inanmalarının ve kaynağın algılanan güvenilirliğine bağlı olarak tavsiye almaya, bir ürün veya hizmet satın almaya ikna edilmelerinin ne kadar muhtemel olduğunu açıklamıştır. Kaynağın güvenilirliği, iletişimcinin güvenilirliğine, çekiciliğine ve uzmanlığına bağlıdır (Djafarova ve Rushworth 2017).

Kaynak güvenilirliği modelinde kullanılan on beş alt güvenilirlik faktörü vardır. Kabul görmüş alt güvenilirlik faktörleri aşağıda belirtilmiştir (Djafarova ve Trofimenko, 2019).

- Güvenilirlik; güvenilir, inanılır, doğru, samimi, dürüst (Ohanian, 1990).
- Uzmanlık; uzman, deneyimli, bilgili, vasıflı, yetenekli.
- Çekicilik; çekici, klas, güzel, zarif, seksi.

ŞEKİL 1 | Kaynak Güvenilirlik Modeli



Kaynak: Ohanian (1990) tarafından geliştirilen modelden uyarlanmıştır.

Kaynak güvenilirliği modelinde bulunan 3 alt boyutu kısaca inceleyecek olursak;

- Hovland vd. (1953)'e göre kaynak güvenilirlik modelinin ilk boyutu olan güvenilirliği iletişimcinin en geçerli olduğunu düşündüğü iddiaları iletme niyetine olan güven derecesi olarak tanımlamıştır (aktaran Larsen ve Pedersen, 2021). Başka bir tanımda güvenilirliği onaylayanın sahip olduğu dürüstlük, doğruluk ve inanılabilirlik olarak tanımlanmıştır (Van Der Walddt vd., 2009). İletişimde güvenilirlik, dinleyici veya izleyicinin kaynağına ve mesaja olan güven derecesi ve bunları kabullenme seviyesidir (Ohanian, 1990).

- Modelin ikinci boyutu olan uzmanlık, alıcının mesaj kaynağının sağlam ve değerli bilgiler verebileceğine dair algısıdır (Hayes ve Carr, 2015). Bir iletişimcinin geçerli ifadeler sunabileceği ve onaylayanın bilgi, deneyim, tecrübesini, uzmanlığına atıfta bulunabileceği becerisidir (Natanael ve Permana, 2023). Uzmanlık, bir kaynağın reklamı yapılan ürün hakkında bilgi sahibi olduğunu ve bu bilginin deneye dayandığını gösterir. Başka bir tanımda da Van der Walddt vd. (2009), uzmanlığı "onaylayanın ürünü tanıtmak için yeterli bilgi, deneyim veya beceriye sahip olduğunun algılanma derecesi" olarak tanımlamışlardır.

- Kaynak güvenilirliğinin üçüncü ve son boyutu çekiciliktir. Çekicilik, bir mesajı iletirken görme duygusunu ve kaynağın çekiciliğini hedefleyen görsel çekiciliktir (Natanael ve Permana, 2023). Larsen ve Pedersen (2021) tüketicilerin satın alma niyetinin, yakınlıklarının yanı

sıra beğenilerini de içeren sosyal medya etkileyicisinin çekiciliğinden etkilendiğini sonucuna ulaşmışlardır. Bilgi kaynağının çekiciliği fiziksel çekicilik ve psikolojik çekicilik olarak ikiye ayrılmaktadır (Erdoğan vd., 2001).

II. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

A. ARAŞTIRMANIN AMACI

Influencer pazarlamasının ekonomik hacmi 2022'de 16,4 milyar dolara ulaşmıştır. İşletmeler, influencer pazarlamasına harcadıkları her 1 dolar için ortalama 5,78 dolar değerinde promosyon reklamı kazanmaktadır (www.influencermarketinghub.com, 2023). GFK tarafından yayınlanan Türkiye Influencer Marketing 2021 Raporu'nda, çalışmaya katılan online alışveriş yapan tüketicilerin %20'sinin influencerların paylaştığı linkten alışveriş yaptığı tespit edilmiştir. Bu rapor influencerlarla ilgili Türkiye odaklı yayınlanan en son rapor olarak değerlendirilmektedir. 2021 yılından günümüze internet kullanıcılarının ve online alışveriş yapanların sayısının artmış olmasından dolayı 2021 yılına ait olan %20 etkilenme oranının da arttığı düşünülmektedir.

Bu çalışmanın amacı sosyal medyada influencerları takip eden tüketiciler tarafından algılanan influencer kaynak güvenilirlik boyutlarının sosyo-demografik değişkenlere göre farklılaşarak farklılaşması durumunun incelenmesidir. Bu kapsamda çalışmanın temel araştırma sorusunu "influencerların kaynak güvenilirliği oluşturan uzmanlık, güvenilirlik ve çekicilik boyutlarına yönelik algının tüketicilerin cinsiyet, yaş, medeni durum, hane geliri, eğitim düzeyi ve meslek gibi sosyo-demografik değişkenlere göre değişip değişmediği?" oluşturmaktadır. Tüketicilerin sosyo-demografik özelliklerinin satın alma sürecini önemli ölçüde etkileyen faktörler arasında (Assael, 1998) olmalarından dolayı bu çalışmanın temel sorusunu bu soru oluşturmaktadır. Çalışma mobilya sektörü üzerinden araştırılmış olup, daha önce bu konunun mobilya sektöründe araştırılmaması ve mobilya sektörünün Türkiye ekonomisine katkısı bu çalışmanın önemini arttırmaktadır. Elde edilen sonuçların pazarlama literatürüne ve mobilya sektöründeki pazarlama uygulayıcılara olmak üzere diğer sektörlerdeki pazarlama uygulayıcılarına katkı sağlaması hedeflenmiştir.

B. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Araştırmanın evrenini 18-55 yaş aralığında, Türkiye'de yaşayan, sosyal medyada en az bir influencer takip eden tüketiciler oluşturmaktadır. TÜİK verilerine göre Türkiye'de bu yaş aralığında 46 milyon birey yaşamaktadır (TÜİK, 2023). We Are Social'ın Digital 2023 raporuna göre Türkiye nüfusunun %70'inin sosyal medya hesabı bulunmaktadır. Yine aynı rapora göre internet kullanıcılarının %20'si influencerların yayınladığı video ve vlogları izlemektedir. Fakat bu kullanıcıların kaç tanesinin en az bir tane influencer takip ettiği bilinmemektedir. Ana kütlemin tümüne erişme olanağı olmadığından, nicel araştırma tekniklerinden kolayda örnekleme tekniği ve online anket tekniği kullanılmıştır. Yapılan anketin örneklem büyüklüğü belirlenirken, örneklem seçiminde ana kütleyle ait büyüklüğün 100.000'den daha fazla olması halinde güven düzeyi 0,95 olduğunda, p değeri 0,5, t değeri 1,96 ve kabul edilebilir hata payını (d) 0,05 olarak alındığında örneklem büyüklüğü 384 olarak belirtilmiştir. Belirlenen bu rakam evren büyüdükçe artmayan, evrenin genişliği ne kadar büyük olsa da en düşük örneklem sayısıdır (Baştürk ve Taştepe, 2013). Buradan yola çıkarak minimum örneklem sayısı 384 olarak belirlenmiştir.

Araştırma kapsamında verilerin toplanması amacıyla Haziran 2022-Kasım 2022 tarihleri arasında Instagram, Facebook, LinkedIn ve WhatsApp gruplarından katılımcılara ulaşılarak GoogleForms üzerinden online anketleri doldurmaları istenmiştir. Anket formunun başlangıç kısmında katılımcılara form hakkında bilgiler ve form gizliliği hakkında bilgi verilmiştir.

Araştırmada kullanılan anket formları üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların sosyal medya kullanımı ve influencer takibi ile ilgili sorular sorulmuştur. İkinci bölümde katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ile ilgili sorular sorulmuştur. Son bölümde ise kaynak güvenilirliği boyutları ile ilgili sorular sorulmuştur. Şanlı (2019) tarafından Ohanian (1990) çalışmasından yorumlanarak geliştirilen "Influencer Kaynak Güvenilirliği Ölçeği" bu çalışmaya

uyarlanarak kullanılmıştır. Güvenilirlik alt boyutları olan uzmanlık ölçeği için 6 ifade, güvenilirlik ölçeği için 4 ifade ve çekicilik ölçeği için 5 ifade, ölçek sorularında kullanılmıştır. Çalışmada 5'li Likert tipi ölçek ve ifadeler "hiç katılmıyorum (1), katılmıyorum (2), kararsızım (3), katılıyorum (4), kesinlikle katılıyorum (5)" şeklinde kullanılmıştır.

C. ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ

Sosyal medyayı kullanan tüketiciler tarafından algılanan influencer kaynak güvenilirlik boyutlarının sosyo-demografik değişkenleri oluşturan cinsiyet, yaş, medeni durum, aylık hane geliri, eğitim düzeyi ve meslek gruplarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemeye yönelik oluşturulan hipotezler aşağıdaki gösterilmiştir.

H1a: Katılımcılar tarafından algılanan influencerin (online etkileyici) uzmanlığı, katılımcıların cinsiyetine göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark gösterir.

H1b: Katılımcılar tarafından algılanan online etkileyicinin uzmanlığı, katılımcıların yaş gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark gösterir.

H1c: Katılımcılar tarafından algılanan online etkileyicinin uzmanlığı, katılımcıların medeni durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark gösterir.

H1d: Katılımcılar tarafından algılanan online etkileyicinin uzmanlığı, katılımcıların aylık hane gelirine göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark gösterir.

H1e: Katılımcılar tarafından algılanan online etkileyicinin uzmanlığı, katılımcıların eğitim düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark gösterir.

H1f: Katılımcılar tarafından algılanan online etkileyicinin uzmanlığı, katılımcıların mesleğine göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark gösterir.

H2a: Katılımcılar tarafından algılanan online etkileyicinin güvenilirliği, katılımcıların cinsiyetine göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark gösterir.

H2b: Katılımcılar tarafından algılanan online etkileyicinin güvenilirliği, katılımcıların yaş gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark gösterir.

H2c: Katılımcılar tarafından algılanan online etkileyicinin güvenilirliği, katılımcıların medeni durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark gösterir.

H2d: Katılımcılar tarafından algılanan online etkileyicinin güvenilirliği, katılımcıların aylık hane gelirine göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark gösterir.

H2e: Katılımcılar tarafından algılanan online etkileyicinin güvenilirliği, katılımcıların eğitim düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark gösterir.

H2f: Katılımcılar tarafından algılanan online etkileyicinin güvenilirliği, katılımcıların mesleğine göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark gösterir.

H3a: Katılımcılar tarafından algılanan online etkileyicinin çekiciliği, katılımcıların cinsiyetine göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark gösterir.

H3b: Katılımcılar tarafından algılanan online etkileyicinin çekiciliği, katılımcıların yaş gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark gösterir.

H3c: Katılımcılar tarafından algılanan online etkileyicinin çekiciliği, katılımcıların medeni durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark gösterir.

H3d: Katılımcılar tarafından algılanan online etkileyicinin çekiciliği, katılımcıların aylık hane gelirine göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark gösterir.

H3e: Katılımcılar tarafından algılanan online etkileyicinin çekiciliği, katılımcıların eğitim düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark gösterir.

H3f: Katılımcılar tarafından algılanan online etkileyicinin çekiciliği, katılımcıların mesleğine göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark gösterir.

D. VERİLERİN ANALİZİ

Anketler yardımıyla toplanan verilerin analizinde SPSS 23.0 paket programından faydalanılmıştır. Araştırmayla ilgili anket verilerinin dağılımları ve sosyal medyayla ilgili sonuçlar için frekans analizleri yapılmıştır. Araştırmada oluşturulan hipotezlerin analizinde t-testi ve ANOVA testi kullanılmıştır.

Nicel bir değişkenin örneklem ortalaması ile evren ortalaması arasında anlamlı bir fark olup olmadığını anlamak için parametrik bir test olan t-testi yapılır. Bağımsız Gruplar için Tek Yönlü Varyans Analizi olan ANOVA, ikiden fazla bağımsız grubun ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olup olmadığını sınavan parametrik bir testtir. Farklılık tespit edilmesi durumunda yapılacak post-hoc testler ile farklılığın hangi grupların birbirinden farklılaşmasından kaynaklandığı tespit edilir (Cevahir, 2020).

Güvenilirlik, katılımcıların ölçek maddelerine verdikleri cevaplar arasındaki tutarlılık olarak tanımlanır. "Güvenilirlik, ölçeğin ölçmek istediği özelliği ne derece doğru ölçtüğünü ifade eder" olarak tanımlanmıştır (Cevahir, 2020). Çalışmada kaynak güvenilirliği ölçüm sonuçlarının güvenilirliğini belirlemek amacıyla Cronbach's Alpha (α) katsayısı kullanılmıştır. Bu değer 0,7 üzerinde olması beklenir (Cevahir, 2020). Kaynak Güvenilirliği Ölçek alt boyutlarına bakıldığında uzmanlık alt boyutunun Cronbach's Alpha (α) katsayısı 0,846, güvenilirlik alt boyutunun Cronbach's Alpha (α) katsayısı 0,929 ve çekicilik alt boyutunun Cronbach's Alpha (α) katsayısı 0,840 olduğu tespit edilmiş ve Tablo 1'de gösterilmiştir. Analizler sonucunda oluşturulan ölçeğin güvenilir olduğu görülmüştür.

TABLO 1 | Ölçeklerin Hesaplanan Cronbach's Alpha Katsayı Değerleri

	Alfa Katsayıları		Faktör Sayısı
	Uzmanlık	Çekicilik	
Kaynak Güvenirliği Ölçekleri	Uzmanlık	0,846	6
	Çekicilik	0,840	5
	Güvenirlik	0,929	4

Geçerlilik ölçek analizlerinde kullanılan bir testtir, bu test sayesinde ölçeğin ölçülmesini hedeflediği özelliği ölçüp ölçmediğinin derecesi belirlenir (Bademci, 2019). Yapı geçerliliği için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi ve Bartlett's Küresellik testi yapılmıştır. KMO test sonuçlarının 0,8 üzerinde çıkması çok iyi sonuç olarak sayılabilir ve değerlendirilebilir (Büyüköztürk, 2002). Aşağıda Tablo 2'de gösterilen sonuçlara göre ölçek alt boyutlarında KMO test örnek yeterlilik ölçüm değerleri 0,745 ile 0,853 arası çıktığı ve Bartlett's Küresellik testlerinde önem seviyesi ,000 çıkmasıyla beraber, analiz neticelerinin anlamlı olduğu ve veri setinin faktör analizi için uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

TABLO 2 | Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Testi ve Bartlett's Küresellik Ölçek Test Değerleri

	Uzmanlık	Çekicilik	Güvenirlik
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0,845	0,745	0,853
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	989,4	1072,8
	df	15	10
	Sig.	0	0

E. ETİK ONAY

Bu çalışma Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar ve Yayın Etik Kurul Komisyonunun 221 No'lu Karar Sayısı ve 30.05.2022 tarihli etik onayı alınarak yapılmıştır. Gerçekleştirilen araştırma "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği" bütününde uyulması gereken tüm kurallara uyularak hazırlanmıştır.

III. BULGULAR

Ankete katılan 564 kişiden 410 kişisi en az bir tane influencer takip ettiği yanıtını vermiş, 154 kişi influencer takip etmediğini bildirmesi üzerine anketler analizlerden çıkarılmıştır. Sosyal medya üzerinden

influencer takip eden 410 katılımcının sosyo-demografik değişkenlerin frekans dağılım sonuçları Tablo 3'te gösterilmiştir.

TABLO 3 | Katılımcıların Sosyo-Demografik Değişkenlerin Frekans Dağılım Sonuçları

Sosyo-Demografik Değişkenler	Gruplar	N	%
Cinsiyet	Erkek	198	48,3
	Kadın	212	51,7
Yaş	18-25	48	11,7
	26-35	200	48,8
	36-45	132	32,2
	46-55	30	7,3
Medeni Durum	Bekar	179	43,7
	Evli	231	56,3
Aylık Toplam Hane Geliri	7.250 TL veya altı	29	7,1
	7.251 TL ile 10.250 TL arası	58	14,1
	10.251 TL ile 13.250 TL arası	66	16,1
	13.251 TL ve üzeri	257	62,7
Eğitim Düzeyi	Lise, Ortaokul veya ilkokul	25	6
	Ön Lisans	22	5,4
	Lisans	206	50,2
	Yüksek Lisans veya Doktora	157	38,3
Meslek Grubu	Çalışmıyor	22	5,3
	Kamu Çalışanı	127	31
	Öğrenci	15	3,7
	Özel Sektör Çalışanı	229	55,9
Serbest Meslek	17	4,1	
Toplam		410	100

Araştırma kapsamında sosyal medyada influencerları takip eden tüketiciler tarafından algılanan influencer kaynak güvenilirlik boyutlarının sosyo-demografik değişkenlere göre farklılaşmış olup olmadığını belirlemek için oluşturulan hipotezlerin test sonuçları aşağıda belirtilmiştir.

TABLO 4 | Katılımcıların medeni durumu ve cinsiyetinin katılımcılar tarafından algılanan online etkileycinin uzmanlığına göre farklılık gösterme durumu

Hipotez No	Sosyo-Demografik Değişkenler	Grup Adı	n	\bar{X}	Ss	t	p
H1 a	Cinsiyeti	Bay	198	3,69	0,71	2,19	0,029
		Bayan	212	3,53	0,78		
H1 c	Medeni Durumu	Evli	231	3,66	0,73	1,74	0,082
		Bekar	179	3,53	0,77		

n örnek büyüklüğü, \bar{X} örnek ortalaması, Ss standart sapma

Katılımcıların medeni durumu ve cinsiyetinin katılımcılar tarafından algılanan online etkileycinin uzmanlığına göre farklılık gösterme durumu sonuçları Tablo 4'de gösterilmiştir. Yapılan bağımsız t-testi sonucuna göre katılımcılar tarafından algılanan online etkileycinin uzmanlığı cinsiyete göre $p=0,029$ istatistiksel olarak anlamlı bir fark gösterdiği ancak medeni durumuna göre $p=0,082$ anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir.

TABLO 5 | Katılımcıların yaş grubu, aylık hane geliri, eğitim düzeyi ve mesleğinin katılımcılar tarafından algılanan online etkileycinin uzmanlığına göre farklılık gösterme durumu

Hipotez No	Sosyo-Demografik Değişkenler	Grup Adı	n	\bar{X}	Ss	F	p
H1 b	Yaş Grubu	18-25	48	3,48	0,64	2,85	0,037
		26-35	200	3,53	0,78		
		36-45	132	3,71	0,74		
		46-55	30	3,82	0,71		
H1 d	Hane Geliri	7250 TL veya altı	29	3,53	0,67	1,91	0,128
		7.251 TL ile 10.250 TL arası	58	3,44	0,73		
		10.251 TL ile 13.250 TL arası	66	3,52	0,79		
		13.251 TL veya üzeri	257	3,67	0,76		
H1 e	Eğitim Düzeyi	Lise, Ortaokul veya ilkokul	25	3,62	0,72	0,49	0,69
		Ön Lisans	22	3,52	0,67		
		Lisans	206	3,57	0,74		
		Yüksek Lisans veya Doktora	157	3,66	0,79		
H1 f	Meslek	Kamu Çalışanı	127	3,67	0,76	0,69	0,598
		Özel Sektör Çalışanı	229	3,6	0,74		
		Serbest Meslek	17	3,5	0,76		
		Çalışmıyor	17	3,4	0,92		
		Öğrenci	15	3,52	0,7		

n örnek büyüklüğü, \bar{X} örnek ortalaması, Ss standart sapma

Katılımcıların yaş grubu, aylık hane geliri, eğitim düzeyi ve mesleğinin katılımcılar tarafından algılanan online etkileycinin uzmanlığına göre farklılık gösterme durumu sonuçları Tablo 5'de gösterilmiştir. Yapılan ANOVA testi sonucuna göre katılımcılar tarafından algılanan online etkileycinin uzmanlığı yaş grubuna $p=0,037$ göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark gösterdiği ancak hane gelirine $p=0,128$, eğitim düzeyi grubuna $p=0,690$ ve meslek grubuna göre $p=0,598$ anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir.

TABLO 6 | Katılımcıların medeni durumu ve cinsiyetinin katılımcılar tarafından algılanan online etkileycinin güvenilirliğine göre farklılık gösterme durumu

Hipotez No	Sosyo-Demografik Değişkenler	Grup Adı	n	\bar{X}	Ss	t	p
H2 a	Cinsiyeti	Bay	198	3,6	0,79	0,35	0,728
		Bayan	212	3,57	0,83		
H2 c	Medeni Durumu	Evli	231	3,61	0,81	0,71	0,481
		Bekar	179	3,55	0,82		

n örnek büyüklüğü, \bar{X} örnek ortalaması, Ss standart sapma

Katılımcıların medeni durumu ve cinsiyetinin katılımcılar tarafından algılanan online etkileycinin güvenilirliğine göre farklılık gösterme durumu sonuçları Tablo 6'da gösterilmiştir. Yapılan bağımsız t-testi sonucuna göre katılımcılar tarafından algılanan online etkileycinin güvenilirliği cinsiyete göre $p=0,728$ ve medeni durumuna göre $p=0,481$ istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir.

TABLO 7 | Katılımcıların yaş grubu, aylık hane geliri, eğitim düzeyi ve mesleğinin katılımcılar tarafından algılanan online etkileyicinin güvenilirliğine göre farklılık gösterme durumu

Hipotez No	Sosyo-Demografik Değişkenler	Grup Adı	n	\bar{X}	Ss	F	p
H2 b	Yaş Grubu	18-25	48	3,63	0,63	0,8	0,497
		26-35	200	3,52	0,86		
		36-45	132	3,66	0,77		
		46-55	30	3,64	0,91		
H2 d	Hane Geliri	7250 TL veya altı	29	3,65	0,5	0,69	0,558
		7.251 TL ile 10.250 TL arası	58	3,49	0,77		
		10.251 TL ile 13.250 TL arası	66	3,51	0,9		
		13.251 TL veya üzeri	257	3,62	0,82		
H2 e	Eğitim Düzeyi	Lise, Ortaokul veya ilkököl	25	3,79	0,76	1,62	0,185
		Ön Lisans	22	3,66	0,75		
		Lisans	206	3,5	0,81		
		Yüksek Lisans veya Doktora	157	3,65	0,83		
H2 f	Meslek	Kamu Çalışanı	127	3,66	0,83	0,73	0,57
		Özel Sektör Çalışanı	229	3,57	0,79		
		Serbest Meslek	17	3,65	0,71		
		Çalışmıyor	17	3,34	1,05		
		Öğrenci	15	3,48	0,83		

n örnek büyüklüğü, \bar{X} örnek ortalaması, Ss standart sapma

Katılımcıların yaş grubu, aylık hane geliri, eğitim düzeyi ve mesleğinin katılımcılar tarafından algılanan online etkileyicinin güvenilirliğine göre farklılık gösterme durumu sonuçları Tablo 7'de gösterilmiştir, yapılan ANOVA testi sonucuna göre katılımcılar tarafından algılanan online etkileyicinin güvenilirliği yaş grubuna $p = 0,497$, hane gelirine $p = 0,558$, eğitim düzeyi grubuna $p = 0,185$ ve meslek grubuna göre $p = 0,570$ istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir.

TABLO 8 | Katılımcıları medeni durumu ve cinsiyetinin katılımcılar tarafından algılanan online etkileyicinin çekiciliğine göre farklılık gösterme durumu

Hipotez No	Sosyo-Demografik Değişkenler	Grup Adı	n	\bar{X}	Ss	t	p
H3 a	Cinsiyeti	Bay	198	3,03	0,86	-0,54	0,588
		Bayan	212	3,07	0,79		
H3 c	Medeni Durumu	Evli	231	2,96	0,84	-2,48	0,013
		Bekar	179	3,17	0,79		

n örnek büyüklüğü, \bar{X} örnek ortalaması, Ss standart sapma

Katılımcıların medeni durumu ve cinsiyetinin katılımcılar tarafından algılanan online etkileyicinin çekiciliğine göre farklılık gösterme durumu sonuçları Tablo 8'de gösterilmiştir, yapılan bağımsız t-testi sonucuna göre katılımcılar tarafından algılanan online etkileyicinin çekiciliği medeni durumuna göre $p = 0,013$ anlamlı bir fark gösterdiği ancak cinsiyete göre $p = 0,588$ anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir. Test sonucunda varyansların homojen dağıldığı ve gruplar arasında fark olmasından ötürü Games-Howell Post-Hoc çoklu karşılaştırma analizi yapılmış, sonuçlara bakıldığında yaş grubunda

18-25 yaş grubunun 26-35, 36-45 ve 46-55 gruplarına göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

TABLO 9 | Katılımcıların yaş grubu, aylık hane geliri, eğitim düzeyi ve mesleğinin katılımcılar tarafından algılanan online etkileyicinin çekiciliğine göre farklılık gösterme durumu

Hipotez No	Sosyo-Demografik Değişkenler	Grup Adı	n	\bar{X}	Ss	F	p
H3b	Yaş Grubu	18-25	48	3,37	0,64	3,26	0,022
		26-35	200	3,06	0,9		
		36-45	132	2,96	0,77		
		46-55	30	2,91	0,67		
H3d	Hane Geliri	7250 TL veya altı	29	3,28	0,51	2,08	0,103
		7.251 TL ile 10.250 TL arası	58	3,22	0,73		
		10.251 TL ile 13.250 TL arası	66	2,95	0,85		
		13.251 TL veya üzeri	257	3,01	0,86		
H3e	Eğitim Düzeyi	Lise, Ortaokul veya ilkököl	25	2,92	0,86	0,68	0,564
		Ön Lisans	22	3,19	0,67		
		Lisans	206	3,09	0,81		
		Yüksek Lisans veya Doktora	157	3,01	0,86		
H3f	Meslek	Kamu Çalışanı	127	2,99	0,86	0,94	0,439
		Özel Sektör Çalışanı	229	3,06	0,82		
		Serbest Meslek	17	3,05	0,76		
		Çalışmıyor	17	3,19	0,92		
		Öğrenci	15	3,39	0,47		

n örnek büyüklüğü, \bar{X} örnek ortalaması, Ss standart sapma

Katılımcıların yaş grubu, aylık hane geliri, eğitim düzeyi ve mesleğinin katılımcılar tarafından algılanan online etkileyicinin çekiciliğine göre farklılık gösterme durumu sonuçları Tablo 9'da gösterilmiştir, yapılan ANOVA testi sonucuna göre katılımcılar tarafından algılanan online etkileyicinin çekiciliği yaş grubuna göre $p = 0,022$ istatistiksel olarak anlamlı bir fark gösterdiği ancak eğitim düzeyi grubuna $p = 0,564$, hane geliri grubuna $p = 0,103$ ve meslek grubuna göre $p = 0,439$ anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir.

Hipotezlerin test sonuçları Tablo 10'da gösterilmiştir.

TABLO 10 | Hipotez Sonuçları

Hipotez No	Kabul/Red	Hipotez No	Kabul/Red
H1 a	Kabul	H2 d	Red
H1 b	Kabul	H2 e	Red
H1 c	Red	H2 f	Red
H1 d	Red	H3 a	Red
H1 e	Red	H3 b	Kabul
H1 f	Red	H3 c	Kabul
H2 a	Red	H3 d	Red
H2 b	Red	H3 e	Red
H2 c	Red	H3 f	Red

SONUÇ

İçinde bulunduğumuz dijital çağda firmalar ve markalar, kaçınılmaz olarak sanal pazarlamanın önemini anlamaya başlamışlardır. Satışların küreselleştiği ve rekabetin yüksek seviyelere çıktığı günümüzde, güncel pazarlama tekniklerini kullanan firmalar öne geçmektedir. Bu bağlamda, dijital çağdaki sosyal medya üzerinden yürütülen ve pazarlamanın bir kolu olan influencer pazarlama, influencerlar üzerinden müşterilere ulaşarak ve potansiyellerini kullanarak bireylerin satın alma niyetini arttırmaktadır. Burada önemli olan konulardan birisi de insanların mesaj kaynağı olarak gördüğü influencerların güvenilirliğini algılama ve etkileşim düzeyidir. Bu çalışmada sosyal medyada influencerları takip eden tüketiciler tarafından algılanan influencer kaynak güvenilirlik boyutlarının sosyo-demografik değişkenlere göre farklılaşp farklılaşmadığı tespit edilmiştir.

Literatür incelendiğinde tüketiciler tarafından algılanan influencer kaynak güvenilirliği boyutlarının sosyo-demografik değişkenler açısından farklılaşmasının araştırıldığı çalışmaların oldukça kısıtlı olduğudur. Mobilya ürün grubuyla alakalı bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Araştırma konusuyla ilgili literatürde yapılan bazı çalışmalara bakıldığında, Cevher (2020), bireylerin sosyal medya üzerinde satın alma niyetlerinin demografik değişkenler üzerinden incelemiş, satın alma niyetlerinin bireylerin gelir düzeylerine göre anlamlı bir şekilde farklılık oluşturduğu; cinsiyet, yaş, meslek ve eğitim düzeylerine göre ise anlamlı bir farklılık oluşturmadığı sonucuna ulaşmıştır. Önem (2022), influencerların tüketicilerin satın alma niyeti ve satın alma kararına yönelik tutumlarını değiştirmede demografik değişkenler üzerinden etkisini incelemiş, influencerların tüketicilerin satın alma niyetine etkisinin cinsiyet, eğitim durumu, yaş ve çalışma kıdemine ilişkin anlamlı bir fark oluşturduğu sonucuna ulaşmıştır.

Çalışmadaki sonuçlar incelendiğinde, kaynak güvenilirliği alt boyutlarından influencer uzmanlık boyutunun yaş ve cinsiyete göre anlamlı bir fark oluşturduğu, diğer sosyo-demografik değişkenlerin anlamlı bir fark oluşturmadığı, güvenilirlik alt boyutunda hiçbir sosyo-demografik değişkenin anlamlı bir fark oluşturmadığı, çekicilik alt boyutunun yaş ve medeni duruma göre anlamlı bir fark oluşturduğu sonucuna ulaşılmıştır. Cevher (2020) tarafından yapılan çalışmada ele alınan cinsiyet, yaş, eğitim, meslek grupları sosyo-demografik değişkenlerine yönelik elde edilen sonuçlar ile bu çalışmanın sonuçlarının benzerlik gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca, Yıldız (2022), kadın influencerlardaki kaynağın uzmanlık algısının cinsiyete göre farklılaştığını ortaya koymuştur. Önem (2022), çalışmasındaki sosyo-demografik özelliklerden bir tanesi olan eğitim durumu değişkeninin satın alma niyetinde anlamlı bir fark oluşturduğu sonucu ile benzerlik gösterdiği görülmektedir.

Erkeklerin (\bar{X} = 3,69) kadınlara (\bar{X} = 3,51) göre kaynağın uzmanlığına daha çok önem verdikleri, tüketicilerin yaşı da arttıkça (18-25: \bar{X} = 3,48 - 46 ve üzeri: \bar{X} = 3,82) kaynağın uzmanlığına verdikleri önemin arttığı araştırma sonucunda ortaya konulmuştur. Erkek tüketicileri ve yaşı büyük tüketicileri hedef pazarı olarak belirleyen işletmeler influencer pazarlamada kaynağın uzmanlığını ön plana çıkarmalıdır. Ayrıca, tüketicilerin yaşı ve medeni durumu kaynağın çekiciliğine verilen önemi etkilemektedir. Yaşı küçük olan tüketiciler (18-25: \bar{X} = 3,37) yaşı büyük olan tüketicilere (46 ve üzeri: \bar{X} = 2,91) göre kaynağın algılanan çekiciliğine daha çok önem vermektedirler. Bekar tüketiciler (\bar{X} = 3,17) için algılanan çekicilik evli tüketicilerden (\bar{X} = 2,91) daha yüksektir. Yeni mobilya almak isteyen bekar tüketicileri hedef pazarı olarak değerlendirilen işletmeler influencer pazarlamasında kaynağın çekiciliğine daha çok önem vermelidirler.

Çalışmanın sonuçları, daha önce yapılan benzer çalışmalarla uyumlu çıkmıştır. Influencer pazarlamasının tüketici satın alma niyetini etkileyen birçok faktör arasında önemli bir rolü olduğunu doğrulamaktadır. Bu çalışma literatüre cinsiyet, yaş ve medeni durum sosyo-demografik faktörlerinin influencer pazarlama konusunda yapılacak gelecek çalışmalarda dikkate alınması gerektiği noktasında katkı sunmaktadır. Ayrıca, bu çalışma, mobilya ürün grubuyla ilgili influencer pazarlaması üzerine yapılan özgün bir araştırmanın varlığını ortaya koymaktadır.

Diğer bir bakış açısı ile tüketiciler tarafından algılanan influencer kaynak güvenilirliği boyutlarının sosyo-demografik değişkenlere göre farklılaşmasının, mobilya ürün grubuyla ilgili daha önce bir araştırmanın

yapılmaması, ileride bu konunun farklı yöntemlerle araştırılması ve sonuçların karşılaştırılması, influencer pazarlamasında kaynak güvenilirliğinin farklı yönlerinin ele alınmasına neden olacaktır. Yapılan çalışmanın influencer pazarlama alanındaki akademik çalışmalara ve mobilya pazarlama sektörüne ışık tutacağı düşünülmüştür. Farklı sektörlerde yapılacak çalışmalarla konunun daha fazla araştırılacağı umulmaktadır. Dijital pazarlamada influencer pazarlamasının ilerleyen zamanlarda daha fazla kullanılacağı ve globalleşeceği beklenmektedir. Kaynak güvenilirliğinin önemi düşünülerek bu alanda farklı sektörlerde ve ürün gruplarına yönelik araştırmaların artacağı beklenmektedir. Kaynak güvenilirliği boyutları ile marka algısı, marka deneyimi veya marka farkındalığı gibi değişkenlerin birlikte ele alındığı çalışmalar gelecek çalışmalara öneriler olarak değerlendirilebilmektedir. Mobilya sektöründe influencer pazarlama kullanacak işletmelerin cinsiyet, yaş ve medeni duruma göre hedef pazar bölümlendirmelerinde influencerın uzmanlık algısını ve çekicilik algısını farklılaştırmaları önerilmektedir.

Çalışmanın kısıtları ise; örneklem büyüklüğü ve örneklem seçiminde kullanılan yöntemin evren temsiliyeti, sektörel kısıtlama, zaman kısıtlaması olarak değerlendirilmektedir. Farklı örneklemelerde, farklı sektörlerde ve farklı zaman dilimlerinde yapılacak çalışmalarda bulunacak sonuçlar bu çalışmada elde edilen sonuçlardan farklılık gösterebilir.

KAYNAKÇA

- [1] Ali, A. A. A., ve Temizkan, V. (2022). Instagram fenomenlerinin sahip olduğu özelliklerin markaya yönelik tutum ve satın alma niyeti üzerindeki etkisi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 10(2), 740-756. doi: <https://doi.org/10.15295/bmij.v10i2.2062>
- [2] Ao, L., Bansal, R., Pruthi, N. ve Khaskheli, M. B. (2023). Impact of social media influencers on customer engagement and purchase intention: a meta-analysis. *Sustainability*, 15(3), 2744. <https://doi.org/10.3390/su15032744>
- [3] Arslan, A. E. ve Güven, Ö. Z. (2018). Turizm sektöründe elektronik ağızdan ağıza iletişimi etkileyen faktörlerin demografik özellikler açısından incelenmesi: akademisyenler üzerinde bir uygulama. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (57), 280-295.
- [4] Assael, H. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action*, 6th Edition, Ohio: South-Western College Publishing.
- [5] Attri, S., ve Pranjali, P. (2023). I was under the Influence of the 'Influencer' when I bought this!. *International Journal of Law Management and Humanities*, 6(2), 1333-1338. <https://doi.org/10.1000/IJLMH.114503>
- [6] Avcı, İ. ve Yıldız, E. (2019). Fenomenlerin güvenilirlik, çekicilik ve uzmanlık özelliklerinin marka tutumu, satın alma niyeti ve elektronik kulaktan kulağa pazarlama üzerindeki etkileri: Instagram örneği. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(38), 85-107. <https://doi.org/10.35343/kosbed.569351>
- [7] Bademci, V. (2019). Geçerlik: Nedir? Ne Değildir? *Eğitim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 373-385.
- [8] Baştürk, S. ve Taştepe, M. (2013). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Vize Yayıncılık, 129-159.
- [9] Brown, D. ve Hayes, N. (2008). *Influencer marketing: Who really influences your customers?*. Butterworth-Heinemann.
- [10] Büyükköztürk, Ş. (2002). Faktör analizi: Temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram ve uygulamada eğitim yönetimi*, 32(32), 470-483.
- [11] Cambridge Dictionary (2023). Dictionary. 15 Mayıs 2023 tarihinde <https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/influencer>, adresinden erişildi
- [12] Canöz, K., Gülmez, Ö., ve Eroğlu, G. (2020). Pazarlamanın yükselen yıldızı influencer marketing: Influencer takipçilerinin satın alma davranışını belirlemeye yönelik bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 23(1), 73-91.
- [13] Carr, C. T. ve Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic journal of communication*, 23(1), 46-65.
- [14] Cevahir, E. (2020). *SPSS ile nicel veri analizi rehberi*, İstanbul: Kibe Yayınları.
- [15] Cevher, M. F. (2020). Sosyal medyada satın alma niyetinin demografik özellikler açısından incelenmesi. *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 58-69. doi: 10.18221/bujss.754188
- [16] Chiu, C. L. ve Ho, H. C. (2023). Impact of celebrity, micro-celebrity, and virtual influencers on Chinese gen Z's purchase intention through social media. *SAGE Open*, 13(1). <https://doi.org/10.1177/21582440231164034>
- [17] Demirağ, F. (2023). Influencer özelliklerinin tüketicilerin davranışsal niyetleri üzerindeki etkisi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (77), 219-233. doi: 10.51290/dpusbe.1295684
- [18] Dhun ve Dangı, H. K. (2023). Influencer marketing: Role of influencer credibility and congruence on brand attitude and eWOM. *Journal of Internet Commerce*, 22(1), S28-S72. <https://doi.org/10.1080/15332861.2022.2125220>
- [19] Djafarova, E., ve Rushworth, C. (2017). Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users. *Computers in human behavior*, 68, 1-7. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.009>

- [20] Erdogan, B. Z., Baker, M. J., ve Tagg, S. (2001). Selecting celebrity endorsers: The practitioner's perspective. *Journal of advertising research*, 41(3), 39-48.
- [21] GfK (2021). Türkiye Influencer Marketing 2021 Raporu, 8 Eylül 2023 <https://www.versusmedya.com/blog/turkiye-influencer-marketing-2021-raporu-yayinlandi/> adresinden erişildi
- [22] Güven, E. ve Köken, M. M. (2022). Sosyal medya pazarlamasında fenomenlerin online kaynak güvenilirliğinin marka değeri ve satın alma niyetine etkisi. *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 6(3), 2853-2868. Doi: 10.29023/alanyaakademik.1010774
- [23] Hudders, L. & De Jans, S. (2022) Gender effects in influencer marketing: an experimental study on the efficacy of endorsements by same- vs. other-gender social media influencers on Instagram, *International Journal of Advertising*, 41:1, 128-149,
- [24] Influencer Marketing Hub (2023). Influencer Marketing Statistics, 23 Mayıs 2023 tarihinde <https://influencermarketinghub.com/influencer-marketing/#toc-1> adresinden erişildi
- [25] Karataş, M. ve Eti, H. S. (2022). Dijital pazarlama çağında Instagram fenomenlerinin tüketici satın alma davranışlarına etkisi. *Academic Journal of Information Technology*, 13(50), 184-219. <https://doi.org/10.5824/ajite.2022.03.005.x>
- [26] Larsen, M. B., ve Pedersen, E. H. (2021) *The effect of influencer marketing*, (Master's thesis), Aalborg University. Erişim adresi https://projekter.aau.dk/projekter/files/414944782/Master_s_Thesis__The_Effect_of_Influencer_Marketing.pdf
- [27] Natanael, A., ve Permana, D. (2023). The effect of micro influencer (source trustworthiness, source expertise, source attractiveness, message authenticity, message believability) on online purchase intention formakarizo product. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 8(2), 1282-1289.
- [28] Köprülü, O. ve Turhan, M. (2023). Influencer pazarlamının tüketicilerin satın alma davranışları üzerindeki etkileri: Bursa ili örneği. *Fiscoeconomia*, 7(2), 1158-1177. Doi: 10.25295/fsecon.1255086
- [29] Niloy, A. C., Alam, J. B. ve Alom, M. S. (2023). Influencer marketing: factors influencing a customer's purchase intention. *Asian Journal of Business Environment*, 13(1), 23-32. Doi: 10.13106/ajbe.2023.vol13.no1.23
- [30] Nugroho, S. D. P., Rahayu, M., ve Hapsari, R. D. V. (2022). The impacts of social media influencer's credibility attributes on gen Z purchase intention with brand image as mediation: Study on consumers of Korea cosmetic product. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 11(5), 18-32. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i5.1893>
- [31] Ohanian, R. (1990). Construction and validation of a scale to measure celebrity endorsers' perceived expertise, trustworthiness, and attractiveness. *Journal of advertising*, 19(3), 39-52.
- [32] Onurlubaş, E. (2023). Hazır giyim sektöründe influencerların marka imajı ve satın alma niyeti üzerindeki etkisi: z kuşağı örneği. *Tekstil ve Mühendis Dergisi*, 30(130), 148-157. <https://doi.org/10.7216/tekstmu.1320585>
- [33] Onurlu, Ö., Bilgiseven, B., ve Bilgili, S. (2022). Influencerın kaynak güvenilirliğinin satın alma niyeti üzerine etkisinde marka güveninin aracı rolü (Annelere yönelik bebek bakım ürünleri üzerine araştırma). *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 36(2), 165-174. DOI: 10.54614/TBE.2022.951054
- [34] Orsiad (2023). *Mobilya*. 10 Temmuz 2023 tarihinde , <https://www.orsiad.com.tr/mobilyanin-tarihi.html> adresinden erişildi
- [35] Önem, Ş. (2022). *Sosyal medya etkileyicilerinin tüketicinin satın alma niyeti ve kararına etkisi*. (Doktora Tezi), Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Erişim Adresi <https://acikerisim.nku.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/20.500.11776/11430/771724.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- [36] Özel, A.P. (2022). Yeni medya, yeni etkileyenler ve etkileyenli pazarlama: sektörel bir bakış açısı. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 17(57), 21-49. DOI: 10.14783/maruoeri.943768
- [37] Özkan, B. ve Yerezhep, A. (2023). Influencerlara yönelik tutumun satın alma niyetine etkisi: Markaya güvenin aracı rolü. *Turkish Journal of Marketing*, 8(2), 37-50. <https://doi.org/10.30685/tujom.v8i2.182>
- [38] Radwan, A. F., Mousa, S. A., Mohamed, M., ve Youssef, E. Y. M. (2021). Impact of social media influencer marketing on youth purchase intentions in UAE. *Media Watch Journal*, 12(3), 422-439. DOI: 10.15655/mw/2021/v12i3/165405
- [39] Rebelo, M. F. (2017). *How influencers' credibility on Instagram is perceived by consumers and its impact on purchase intention* (Doctoral dissertation), Universidade Católica Portuguesa In Business Administration. Erişim Adresi <https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/23360/1/201748908.pdf>.
- [40] Saima, ve Khan, M. A. (2020). Effect of social media influencer marketing on consumers' purchase intention and the mediating role of credibility. *Journal of Promotion Management*, 27(4), 503-523. <https://doi.org/10.1080/10496491.2020.1851847>
- [41] Sanayi Bakanlığı (2021). Mobilya Sektör Raporu. 10 Temmuz 2023 tarihinde <https://www.sanayi.gov.tr/plan-program-raporlar-ve-yayinlar/sector-raporlari/mu2812011412> adresinden erişildi.
- [42] Sarıoğlu, C. İ. (2023). Influencer kaynak güvenilirliği ve marka tutumunun satın alma niyeti üzerindeki etkisi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 912-937. <https://doi.org/10.15869/itobiad.1248404>
- [43] Shamli, M. (2019). *Güvenilir bir kaynak olarak influencerların marka güveni ve marka satın alma niyetine etkisindeki sponsorluk beyanının moderatör rolü* (Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Erişim Adresi <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=thWYf55HL9pXUW92tDzfwQ&no=YZmPyvMyp-RWla-H4Vridg>
- [44] Taşdelen, B. (2020). Dijital çağın yeni trendi sosyal medya etkileyicileri: Vloggerların üniversite öğrencilerinin satın alma davranışı üzerindeki etkisi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19(3), 1071-1098.
- [45] Ticaret Bakanlığı (2021). Mobilya Sektör Raporu. 10 Temmuz 2023 tarihinde <https://ticaret.gov.tr/data/5b87000813b8761450e18d7b/Mobilya%20Sekt%C3%B6r%20Raporu%202021.pdf> adresinden erişildi.
- [46] Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) (2023). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=49685> adresinden erişildi.
- [47] Uğurhan, Y. Z. C., ve Yaşar, İ. H. (2021). Tiktok'taki reklam ve sponsorlu içeriklerin satın alma niyeti üzerindeki rolü: sosyo-demografik değişkenler özelinde bir inceleme. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(2), 243-269. <https://doi.org/10.11616/basbed.vi.896333>
- [48] Uzurt, C., Sarıtaş, A., Özkul Arıkan N. E. ve Sarı, D. (2022). Marka aşkının kaynak güvenilirliği ile satın alma ilişkisindeki aracılık rolü. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 8 (2), 231-254. Doi: 10.15659/patu.8.2.070
- [49] Van der Waldt, D. L. R., Van Loggerenberg, M., ve Wehmeyer, L. (2009). Celebrity endorsements versus created spokespersons in advertising: A survey among students. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 12(1), 100-114.
- [50] WeAreSocial (2023). 2023 Digital Report. 23 Mayıs 2023 tarihinde <https://datareportal.com/reports/digital-2023-turkey> adresinden erişildi.
- [51] Yıldız, S. Y. (2021). Sosyal Medya Kullanıcılarının Satın Alma Tercihlerinde Influencer Pazarlamasının Etkisi. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 4(3), 599-610. DOI: 10.33712/mana.1022475
- [52] Yıldız, S. Y. (2022). Instagramın influencerlarının cinsiyetine göre tüketici profillerinin belirlenmesi. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(4), 943-953. <https://doi.org/10.37880/cumuiibf.1130303>



TÜRKİYE'DEKİ 6 ŞUBAT 2023 DEPREMLERİNİN BIST-30 ENDEKSİNDEKİ HİSSE SENEDİ GETİRİLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİN ANALİTİK OLARAK İNCELENMESİ

YAŞAR KÖSE¹ & ALİYE ATAY²

¹Prof. Dr., Türk Hava Kurumu Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, ykose@thk.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-0073-2095>, ²Doç. Dr., Türk Hava Kurumu Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, aatay@thk.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-0812-6575>.

ÖZ

Bu çalışmada 6 Şubat'taki Türkiye Kahramanmaraş merkezli depremler ile BIST-30'da yer alan şirketlerin hisse senetlerinin fiyatları ve getirileri arasında bir ilişkinin olup olmadığı olay veya vaka çalışması (Event Study) yöntemi ile incelenmiştir. Vaka çalışmasında veri seti olarak, olaydan (depremden) önceki 10 gün, olay günü ve olaydan sonraki 10 günde gerçekleşen hisse senedi fiyatları ve getirileri kullanılmıştır. Çalışmada, söz konusu depremlerin hisse senedi piyasası üzerinde yarattığı etki olay incelemesi yöntemiyle analiz edilerek depremden sonraki 10 gün içerisinde oluşan anormal getiriler ve 10. gün sonundaki kümülatif anormal getiriler hesaplanmıştır. Deprem gününden sonraki birinci günde 20 şirkette, ikinci günde ise tüm şirketlerde negatif anormal kayıplar olduğu belirlenmiştir. Depremden sonra dördüncü günden itibaren ise şirketlerin anormal kazançlarının ortalama seviyelere döndüğü gözlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Olay İncelemesi, Anormal Getiriler, Kümülatif Anormal Getiriler

Editör / Editor:

Veli AKEL,
Erciyes Üniversitesi, Türkiye

*Sorumlu Yazar/ Corresponding Author:

Yaşar KÖSE,
ykose@thk.edu.tr

ANALYTICAL INVESTIGATION OF THE EFFECTS OF 6 FEBRUARY 2023 EARTHQUAKE IN TURKEY ON STOCK RETURNS IN BIST-30 INDEX

ABSTRACT

In this study, the event or case study method was applied to determine whether there is a relationship between the earthquakes in Kahramanmaraş in Turkey on February 6 and the prices and returns of the stocks of the companies listed in BIST-30. In the case study, stock prices and returns were used from the 10 days before the event (earthquake), the day of the event and the day after the event to the 10th day after the event. In the study, the effect of the earthquakes in question on the stock market was analyzed by the case study method, and the abnormal returns within 10 days after the earthquake and the cumulative abnormal returns at the end of the 10th day were calculated. It was determined that there were negative abnormal losses in 20 companies on the first day after the earthquake, and in all companies on the second day. From the fourth day after the earthquake, it was observed that the abnormal earnings of the companies returned to the average levels.

JEL:

G15, G31, Q54

Geliş: 22 Mayıs 2023

Received: May 22, 2023

Kabul: 18 Aralık 2023

Accepted: December 18, 2023

Yayın: 30 Nisan 2024

Published: April 30, 2024

Atıf / Cited as (APA):

Köse, Y. & Atay, A. (2024),
Türkiye'deki 6 Şubat 2023 Depremlerinin
BIST-30 Endeksindeki Hisse Senedi Getirileri
Üzerindeki Etkilerinin Analitik Olarak
İncelenmesi, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve
İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 67, 99-103,
doi: 10.18070/erciyesiibd.1299945

Keywords: Event Study, Abnormal Returns, Cumulative Abnormal Returns

GİRİŞ

Deprem, yağmur veya rüzgâr gibi diğer doğa olayları arasında en korkutucu ve yıkıcı olanıdır. Bu olgu, kayalarda depolanan enerjinin açığa çıkmasıyla dünyanın ani ve hızlı bir şekilde sallanması olarak açıklanabilir. Afrika, Avrupa ve Akdeniz bölgeleri başta olmak üzere dünyanın bazı bölgelerinde milyarlarca yıldır depremler meydana gelmektedir. Türkiye gibi bir ülke, yeryüzünün sismik etkilere eğilimli en aktif bölgelerinden birini kapsayan yer bilimleri için doğal bir laboratuvarıdır. Arabistan, Avrasya ve Afrika arasındaki karmaşık levha etkileşimi nedeniyle Anadolu ve çevresinde farklı fay sistemleri bulunmaktadır. Kuzey Anadolu Fay Sistemi (KAFS) ve Doğu Anadolu Fay Sistemi (DAFS), Türkiye'deki ana doğrultu atımlı fay kuşaklarıdır. Bu fay sistemleri, Anadolu mikro levhasının batıya kaçışını kolaylaştırır. Ege'deki kuzey-güney genişleme rejimi nedeniyle Batı ve Orta Anadolu'da normal fay sistemleri hakimdir.

Türkiye'de 6 Şubat 2023 günü, Türkiye saati ile 04:17'de ve 13:24'te merkez üssü Pazarcık ve Elbistan (Kahramanmaraş) olan Mw7,7 (odak derinlik=8,6km) ve Mw7,6 (odak derinlik=7km) büyüklüklerinde iki deprem meydana gelmiştir. Bu depremler sonucunda Türkiye'de resmi rakamlara göre en az 50 bin 500 kişi hayatını kaybetmiş ve toplam 122 binden fazla kişi ise yaralanmıştır (<https://deprem.afad.gov.tr/assets/pdf/deprem-bilgi-destek-sistemi.pdf>).

Depremlerden sonra Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, Türkiye Deprem Toparlanma ve Yeniden İmar Değerlendirmesi Raporu'nu yayımlamıştır. Rapora katkıda bulunan Hazine ve Maliye Bakanlığının tespitine göre depremlerin yol açtığı maddi tahribatın toplamı 1,6 trilyon TL olarak belirlenmiştir. Raporda, "Asrın felaketi" olarak nitelenen depremin maddi ve finansal toplam maliyetinin "103,6 milyar dolar" olduğu kaydedilmiştir. Bu rakam bugün serbest piyasadaki döviz fiyatlarıyla 2 trilyon TL'yi geçmektedir. Raporda, ayrıca bu rakamın "2023 yılı milli gelir beklentisinin takriben %9'una denk geldiği" ve "1999 Marmara Depremi'nden de yaklaşık 6 kat daha yüksek maddi hasar ve kayba yol açtığı" kaydedilmiştir (<https://www.hmb.gov.tr/haberler/2023-kahramanmaraş-ve-hatay-depremleri-raporu>). Yaşanan bu felaketin Türkiye üzerinde sadece ekonomik değil aynı zamanda siyasi, kültürel ve sosyal açılardan da yıkıcı etkileri olmuştur.

Bir bölgede meydana gelen bir afetin o bölge için yaratacağı altyapı hasarı, ekonomik ve sosyal kayıplara neden olan bir etkiye sahip olacaktır (Hidalgo ve Baez, 2019). Afetler üzerine araştırmalar yapan birçok uzman, afet kategorisine giren kasırga, deprem ve sel gibi doğal olayların üretken sermayeye ve altyapıya zarar vereceğini ortaya koymuştur. Yavaş yavaş meydana gelen afetler olarak sınıflandırılan kuraklık ve sel gibi olayların ise daha geniş ve uzun vadeli bir etkiye sahip olması muhtemeldir. Ayrıca, iklim değişikliğine bağlı olarak ortaya çıkan felaketlerin de tıpkı kuraklık ve sel gibi meydana geldikleri bölgelerde uzun yıllara yayılan olumsuz etkilerinden söz etmek mümkündür.

Bu çalışmada, yukarıda belirtilen yıkım ve felaketin ülkeye olan maliyetinin yanı sıra finansal piyasalar üzerinde yarattığı etkilerinin ortaya konulması ve değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

I. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Kaliforniya eyaletinde yıkıcı depremlere karşı ekonomik dayanıklılık, bölgesel sürdürülebilirliğin bir göstergesi olarak kabul edilir. 1989 Loma Prieta Depremi ve 1994 Northridge Depremi sırasında hisse senedi piyasalarındaki anormal oynaklığı oto regresif hareketli ortalama (ARMA) ve genelleştirilmiş oto regresif koşullu heteroskedastik (GARCH) zaman serileri yöntemleri ile analiz edilmiştir. Bulgulara göre, depremin tüm pazar üzerinde bir etki yaratmadığı, ayrıca 12 temel- sanayi, sermaye malı ve enerji şirketleri sektörlerinin de yıkıcı depremlere karşı daha duyarlı olduğu belirlenmiştir (Tao, vd., 2022).

Haiti'deki 2010 depreminin ekonomik büyüme ve toparlanma üzerindeki ortalama nedensel etkisi, yerel düzeyde ayrıştırlarak ampirik bir analiz ile incelenmiş, depremin kısa vadede ülkenin ekonomik büyümesinde önemli bir düşüşe neden olduğu ve büyümedeki bu tür düşüşlerin felaketten on yıl sonra da devam ettiği belirlenmiştir. Genel olarak, tahminler büyük doğal afetlerin kısa ve uzun vadeli ekonomik büyüme üzerinde etkileri olduğunu göstermiştir (Joseph, 2022).

2008 Sichuan depreminin afet sonrası ekonomik etkileri ve bunun bölgesel ve endüstriyel yayılma etkileri Çin'in çok bölgeli girdi-çıkıtı tablosuna dayanarak değerlendirilmiş, yaklaşık 1,725 Trilyon ABD doları katma değer kaybına ve 69,9 milyon kişinin istihdam kaybına neden olduğu belirlenmiştir. Guangdong ve Zhejiang'daki Kimya endüstrisi, tedarik zincirleri bağlamında dolaylı etkiler nedeniyle ciddi katma değer kayıpları yaşarken, Henan, Sichuan ve Guangdong'daki kamu yönetiminde de büyük istihdam kayıpları olmuştur. Çalışma genel olarak, ekonomik açıdan az gelişmiş illerin, gelişmiş illere kıyasla büyük kayıplar karşısında daha duyarlı oldukları sonucunu ortaya çıkarmıştır (Rui, vd., 2022).

Pagnottoni, vd., (2022), dünya çapındaki iklim değişikliğinin ve buna bağlı doğal afetlerin uluslararası borsalar üzerindeki etkilerini bir olay çalışması ile analiz etmiştir. Çalışmada, 8 Şubat 2001- 31 Aralık 2019 döneminde 104 ülkede meydana gelen biyolojik, klimatolojik, jeofizik, hidrolojik ve meteorolojik felaketlerin 27 küresel borsa endeksi üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Heterojen hisse senedi piyasalarının, söz konusu olayın türüne ve olayın meydana geldiği yere bağlı olarak doğal afet şoklarına tepki verdiği belirlenmiştir. İklimsel ve biyolojik felaketler, genel olarak uluslararası finans piyasalarının aşırı tepkilerine neden olan felaket türleri olarak görülen analiz edilen hisse senedi endekslerinin Avrupa ülkelerinde meydana gelen şoklara daha duyarlı olduğu belirlenmiştir (Pagnottoni, vd., 2022).

Walker vd., (2022:136) doğal afetlerin ABD bankalarının karlılığı ve ödeme gücü üzerindeki etkisini araştırmak üzere 2000 ile 2014 yılları arasında Amerika Birleşik Devletleri'nde meydana gelen 187 büyük ölçekli doğal afet örneğini ve 2891 banka örneğini kullanmıştır. Çalışmada, afetle ilgili zararların banka karlılığı ve ödeme yeterliliğine ilişkin çeşitli ölçütleri nasıl etkilediği incelenmiş ve sonuç olarak doğal afetlerin, bankaların net gelir/varlık ve net gelir/öz kaynak oranı ile bankaların sorunlu kredileri ve ortalama aktif getirileri üzerinde belirgin bir etkisi olduğu belirlenmiştir (Walker, vd., 2022: 136).

Yapılan başka bir çalışmada doğal afetlerin çeşitli değişkenler üzerindeki etkileri belirlenmiş, etkiler hem doğrudan hem de dolaylı olarak analiz edilmiştir. Doğal afetlerin bölgesel ekonomik büyüme, yoksulluk, işsizlik ve insani gelişme endeksi üzerindeki etkileri incelenmiştir. Çalışmada, doğal afetlerin doğrudan etkilerinin bölgesel ekonomik büyümede önemli bir azalma, yoksullukta önemsiz bir artış ve işsizlikte önemli bir artışa neden olduğu belirlenmiştir (Ilham, vd., 2023).

Fasanya (2022)'de, pandemi nedeniyle ortaya çıkan belirsizliğin Güney Afrika'daki sektörel hisse senedi getirilerinin öngörülebilirliğine olan etkisini incelemiştir. Çalışmada dinamik ortak ilişkili etkiler tahmincisi ve iki ikili tahmin ölçüsü Campbell ve Thompson (2008) ve Clark ve West (2007) testleri ile iç içe tahmin modelleri kullanılmıştır. Sonuç olarak pandemi belirsizliğinin farklı sektör getirileri üzerinde negatif ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç ile pandeminin etkileri arttıkça sektör hisse senedi getirilerinin düştüğü belirlenmiştir (Fasanya, 2022).

Meier vd., (2023)'de orman yangınlarının 2011'den 2018'e kadar Güney Avrupa'daki bölgesel ekonomilerin gayri safi yurt içi hasıla (GSYİH) büyüme oranı ve istihdam üzerindeki etkisi tahmin edilmiştir. Panel veri analizi tahmin sonuçlarına göre, bir bölgenin yıllık GSYİH büyüme hızında en az bir orman yangını yaşamış olma şartına bağlı olarak %0,11-0,18'lik ortalama bir düşüş olduğu belirlenmiştir. Bu durumun ortalama bir orman yangını sezonunda, Güney Avrupa için yıllık 13-21 milyar avroluk bir üretim kaybına yol açtığı, ortalama yıllık istihdam artış oranında %0,09-0,15'lik bir düşüş yarattığı, bu düşüşlerin sigorta, gayrimenkul, idari ve destek hizmetiyle ilgili faaliyetlerdeki %0,13-0,22'lik istihdam artışıyla dengelendiği tespit edilmiştir (Meier, vd., 2023).

Worthington (2008:1-10), Avustralya'daki doğal olayların ve felaketlerin 1 Ocak 1980'den 30 Haziran 2003'e kadar Avustralya borsa getirileri üzerindeki etkisini GARCH-Mean zaman serisi modeli ile incelemiş, doğal olayların ve felaketlerin, nasıl tanımlanırsa tanımlansın getiriler üzerinde önemli bir etkisinin olmadığını ifade etmiştir.

2011 Büyük Doğu Japonya Depreminin (GEJE) firmaların finansal performansı üzerindeki etkisine ilişkin yapılan bir çalışmada GEJE'nin firmaların hisse senedi fiyatları üzerindeki etkisi ampirik olarak tahmin edilmiş, GEJE'nin bir sonucu olarak tedarik zinciri kesintileri yaşıyan

firmaların, GEJE'den sonraki bir aylık dönemde ortalama hissedar değerinin %5,21'ini kaybettiği tahmin edilmiştir. Japon firmaları için etki, hissedar değerinde ortalama %9,32'lik bir kayıpla çok daha şiddetli olurken diğer firmaların, hissedar değerinde ortalama %3,73 kayıp yaşadığı belirlenmiştir (Hendricks, vd., 2019).

Gürsoy vd.,'i çalışmalarında, Türkiye'de 6.02.2023 tarihinde meydana gelen Kahramanmaraş merkezli depremlerin finansal piyasalar üzerindeki etkilerini sektörel bazda incelemiş, depremlerin Borsa İstanbul'da işlem gören Gıda, GYO ve Madencilik sektörlerinde etkisinin olmadığı, Bankacılık, Aracılık, Bilişim, KOBİ ve KOBİ sektörlerinde ise nedensellik etkisinin bulunduğu sonucuna ulaşmıştır (Gürsoy, vd., 2023: 98).

II. METODOLOJİ

A. YÖNTEM VE VARSAYIMLAR

Etkin piyasa hipotezine göre menkul kıymet fiyatları mevcut tüm bilgileri yansıtır, piyasa etkin olarak ifade edilmekte ve fiyatlardaki değişimler de bu bilgiler (olaylar) doğrultusunda gerçekleşmektedir. Bir olay incelemesi (Event study), belirli bir olayın bir firmanın hisse senedi fiyatı üzerindeki etkisinin değerlendirilmesini sağlayan ampirik bir finansal araştırma tekniğidir. Aşağıda verilen (1), (2) ve (3) numaralı denklemler bu finansal araştırma tekniğinde kullanılmaktadır. (Bodie, vd., 2014:359-262).

Belirli bir "t" periyotunda hisse senedinin getirisi "r_t" matematiksel olarak denklem (1) de gösterilmektedir.

$$r_t = a + br_{Mt} + e_t \quad (1)$$

Burada, r_{Mt} pazarın getirisini, "e_t" firmaya özgü özel olayları, "b" hisse senedinin piyasaya duyarlılık katsayısını, "a" hisse senedinin bir dönemde elde edeceği ortalama getiri oranını göstermektedir. Firmaya özgü veya anormal getiri, olaydan kaynaklanan beklenmeyen getiri olarak yorumlanabilir. Belirli bir dönemdeki anormal getiriyi belirlemek için e_t'yi tahmin etmek gerekir. Bu durumda, denklem (1) yeniden düzenlenirse denklem (2) elde edilir;

$$e_t = r_t - (a + br_{Mt}) \quad (2)$$

Burada e_t söz konusu muhtemel olaydan kaynaklanan bileşen, hisse senedinin tahmininin üzerinde veya altında kalan artık getiridir. Bir olayın etkisi, olayla ilgili bilgilerin piyasaya çıktığı anda bir hisse senedi (veya hisse grubu) üzerindeki anormal getiri tahmin edilerek ölçülmektedir. Örneğin, birleşme girişimlerinin hedef firmaların hisse senedi fiyatları üzerindeki etkisinin araştırıldığı bir çalışmada; duyuru tarihi, birleşme girişiminde bulunulacağı kamuoyuna bildirildiği tarihtir. Her firmanın ilan tarihini çevreleyen anormal getirileri hesaplanır ve yeni açıklanan bilgilerin etkisini belirlemek için anormal getirinin istatistiksel önemi ve büyüklüğü değerlendirilir.

İncelenen zaman aralığındaki tüm anormal getirilerin toplamı olan kümülatif anormal getiri (CAR-Cumulative Abnormal Return) olacaktır. Böylece kümülatif anormal getiri, piyasanın yeni bilgilere yanıt verebileceği tüm bir dönem için toplam firmaya özgü hisse senedi hareketini temsil edecektir. Ortalama anormal getiri, q-s zaman aralığında, matematiksel olarak eşitlik 3'le ifade edilecektir (Bodie, vd., 2014:359-262);

$$CAR_{qs} = \sum_{t=q}^s AR_t \quad (3)$$

Büyük ve pozitif bir ortalama kümülatif anormal getiri (CAR) olayın gerçekleştiği tarihteki anormal getiriyi yansıtır. Olay tarihinden hemen sonra ortalama anormal getiri (CAR) artık önemli ölçüde artmayacak veya azalmayacak yani sabit kalacaktır. Bu durum etkin piyasa hipotezi ile uyumludur. Çünkü yeni bilgi (olay) hisse senedinin fiyatlarına yansımıştır.

İçeriden öğrenenlerin ticareti (insider trading) durumunda; örneğin bir birleşme söz konusu olduğunda, satın alan firma devralma konusunda karar verir vermez CAR pozitif dönecektir, çünkü içeriden öğrenenler hemen ticarete başlayacaklardır. Kamuoyu duyurusu yapılan kadar içeriden öğrenenler, devralınacak hedef firmaların hisse fiyatları birleşme girişimini yansıtacak seviyelere yükseltilmiş olacak ve gerçek duyuru tarihindeki anormal getiriler sifıra yakın olacaktır (Karan, 2013: 286). Olay incelemesi metodolojisi çok çeşitli olayların ekonomik etkisini ölçmek için yaygın olarak kabul edilen bir araçtır. Örneğin, içeriden öğrenenlerin ticareti ile elde edilen yasa dışı kazançları ölçmek için düzenli olarak olay çalışması kullanılmaktadır.

B. VERİLER

Çalışmada kullanılan veriler Türkiye'de Kahramanmaraş depremlerinin oluş tarihi 6 Şubat'tan 10 gün öncesi (23.01.2023) ve 10 gün sonrası (27.02.2023) tarihleri arasındaki BIST-30 endeksindeki hisse senetlerinin günlük kazançları şeklinde investing.com'dan sağlanmıştır (<https://tr.investing.com/indices/ise-30>, e.t. 08.02.2023). Belirtilen tarihler içerisinde 9-10-13-14 Şubat tarihlerinde BIST işlemlerine ara verilmiştir. Bu tarihler çalışma dışında tutulmuştur.

C. ANALİZ VE BULGULAR

Bu çalışmada 6 Şubat'ta Türkiye Kahramanmaraş merkezli depremlerin BIST-30'da yer alan şirketlerin hisse senetlerinin fiyatları üzerinde etkisi olup olmadığı belirlenmesi için olay veya vaka çalışması (Event Study) yöntemi uygulanmıştır. Vaka çalışmasında, olaydan (depreden) önceki 10 günün ve olayın ertesi gününün ve olaydan sonraki 10'uncu güne kadar hisse senedi fiyatları ve getirileri kullanılmıştır. Anormal getiriler hesaplanırken aritmetik getiri hesaplama yöntemi kullanılmıştır. Analiz aşamasında ilk olarak BIST-30 endeksinde yer alan hisse senetleri için anormal getiriler (AR) hesaplanmış, daha sonra Tablo 1'de verilen depreden sonraki günlerde Anormal ve Ortalama Kümülatif Anormal Getiriler matrisi oluşturulmuştur. Döneme ait aritmetik getiri hesaplanırken hisse senedinin dönemdeki fiyatından bir önceki dönemdeki fiyatı çıkartılmış ve aradaki fark önceki dönem fiyatına bölünmüştür. Aritmetik getiri hesaplamalarında, aritmetik ortalama beklenen değer zaman içinde değişmediği varsayıldığından, geometrik getiri hesaplamasına göre yapılan tahminlerde daha başarılı sonuç vermektedir (Karan, 2013: 698).

Tablo 1'de incelenen 30 adet şirket için yapılan vaka çalışmasında depremlerin hisse senetleri değerleri ve getirileri üzerindeki etkileri incelenmiştir. Depremden önce incelenen 10 günde endekse dahil şirketlerin ortalama kazancı %0,26 iken, depreden sonra bu şirketlerin 11'inde kümülatif anormal kayıp, 19'unda kümülatif anormal getiri belirlenmiştir. İncelenen 30 adet şirketin depreden sonra ortalama kümülatif anormal getiri oranı %2,67 olarak hesaplanmıştır. Genel olarak bakıldığında incelenen endekste yer alan şirketlerin depreden önceki getirileri sifıra yakın iken, depreden sonra bu hisse senetlerinin kümülatif ortalama getirileri %2 ile %3 arasında gerçekleşmiştir. Etkin piyasa hipotezine göre hisse senetlerinin anormal getirisi depreden belirli bir süre sonra piyasa ortalaması seviyesine dönmesi beklenmektedir.

Tablo 2 ve Şekil 1'de depremin olduğu gün ve sonraki on günde ortalama anormal getiri oranları verilmiştir. Deprem gününden sonraki birinci günde 20 şirkette, ikinci günde ise tüm şirketlerde negatif anormal kayıplar olduğu belirlenmiştir. Depremden sonraki 4,5,6 ve 7'nci günlerde borsa kapanmış, işlem yapılmamıştır. Takip eden ilk iş gününde (üçüncü günde) belirlenen pozitif anormal getirinin spekülasyon amaçlı işlemlerden kaynaklandığı değerlendirilmektedir. Depremden sonra dördüncü günden itibaren şirket anormal kazançlarının ortalama seviyeye döndüğü gözlenmektedir. Burada deprem gibi büyük bir olaya piyasalar tepki vermekte, bu olayın etkisi geçtikten sonra piyasalar normal seviyelerine dönmekte ve aşırı kazanç elde etmek mümkün olmamaktadır.

TABLO 1 | Depremden Sonraki Günlerde Anormal ve Ortalama Kümülatif Anormal Getiriler Matrisi

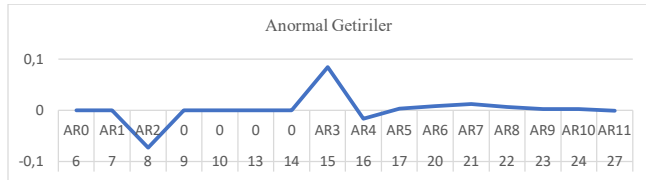
	t-11/t-1	AR0	AR1	AR2	AR3	AR4	AR5	AR6	AR7	AR8	AR9	AR10	AR11	CAR
AKB	-0,0031	-0,0051	-0,0046	-0,0680	0,0806	-0,0278	-0,0112	-0,0229	0,0010	0,0297	0,0027	0,0001	0,0534	0,0279
AKS	-0,0057	-0,0249	0,0106	-0,0557	0,0652	-0,0328	0,0032	-0,0136	0,001	0,0297	0,0027	0,0001	0,0534	0,0389
ALR	0,0065	-0,0212	-0,002	-0,094	0,1141	-0,064	-0,0213	0,0185	0,0719	0,0464	0,0572	-0,0081	-0,0146	0,0829
ARC	0,0004	-0,0194	-0,0087	-0,0738	0,0876	0,0024	-0,0362	0,0418	0,0537	0,0326	-0,0132	0,0241	-0,013	0,0779
ASL	0,0008	0,0372	-0,0115	-0,0992	0,1204	-0,045	-0,0228	-0,0435	0,0002	0,0306	-0,0122	-0,099	0,0085	-0,0472
BIM	0,0024	0,0255	0,0219	-0,0225	0,0256	-0,0076	0,0045	-0,0281	0,0044	0,0025	0,0117	-0,0011	-0,0091	0,0277
EKG	-0,0082	0,0137	-0,011	-0,087	0,1043	-0,0082	0,0065	0,0759	0,1064	-0,0801	0,0058	0,0799	-0,0457	0,1605
ERD	0,0044	0,0341	0,0261	-0,0516	0,0597	0,0535	0,01	0,0697	0,0175	-0,0678	-0,025	0,0062	-0,0363	0,0961
FRD	0,0130	0,0193	-0,0001	-0,0605	0,0711	0,0013	-0,0118	-0,0127	-0,0232	0,0159	0,0075	-0,0002	0,0061	0,013
GBB	-0,0041	-0,0304	0,0223	-0,066	0,0777	-0,0313	-0,0175	-0,0203	0,004	0,024	-0,0022	-0,0126	0,0294	-0,0229
GUB	-0,0379	-0,0411	-0,0116	-0,0998	0,122	-0,1215	0,0335	0,0768	0,1063	0,0503	-0,0146	-0,0285	0,068	0,1398
SAH	0,0011	0,0048	0,0165	-0,0565	0,0658	-0,0431	-0,0079	-0,0028	-0,0027	0,0325	0,0045	-0,0013	0,0209	0,0307
HEK	-0,0064	-0,0419	-0,0117	-0,0999	0,1223	0,0765	0,0223	0,0766	0,0045	-0,0442	-0,0015	-0,0239	0,0044	0,0835
KRD	-0,0076	0,0938	-0,0117	-0,0987	0,1208	0,076	0,0741	0,0764	0,1066	-0,0801	-0,0376	0,0434	-0,0549	0,3081
KCH	0,0021	0,0034	-0,0107	-0,0428	0,0488	-0,0347	-0,0051	-0,0069	-0,0052	0,0156	0,0023	0,0107	0,0048	-0,0198
KOZ	0,0019	-0,0088	0,0618	-0,0562	0,0006	-0,0579	0,0548	-0,038	-0,0126	0,0243	0,0113	0,004	-0,0798	-0,0965
KZA	-0,0122	0,0035	-0,0113	-0,0961	0,1169	-0,0564	0,0115	-0,0428	0,0001	0,0305	0,0116	-0,0055	-0,0396	-0,0727
ODA	-0,0137	-0,0217	-0,0074	-0,0763	0,0901	-0,0752	0,0548	0,0771	0,0066	-0,0365	0,0449	0,0297	-0,0477	0,0384
PEG	0,0097	-0,0166	-0,0119	-0,0848	0,1021	-0,0709	-0,0183	0,0028	-0,0265	0,0217	-0,001	0,0211	0,0096	-0,0727
PET	-0,0067	-0,0113	-0,0094	-0,0852	0,102	-0,028	-0,0057	0,0615	0,0294	-0,097	0,0153	-0,0102	-0,0094	0,0393
SAS	-0,0028	-0,0304	-0,0062	-0,0758	0,0902	0,076	0,0422	-0,0195	-0,0301	-0,03	0,0033	-0,0166	-0,008	-0,0049
SİS	0,0060	0,0044	-0,0016	-0,0592	0,0695	0,0365	-0,0124	0,035	-0,0102	-0,0035	0,0027	-0,0181	0,0033	0,0464
TAV	-0,0029	-0,0125	-0,0114	-0,0791	0,0944	-0,0876	-0,0169	0,01	0,008	0,0128	-0,0099	-0,0023	0,0198	-0,0747
TKF	-0,0205	0,0421	-0,0117	-0,0763	0,0907	-0,0531	0,0267	0,0101	0,0336	-0,0072	-0,018	-0,0024	-0,0261	0,0084
THY	0,0020	-0,0059	-0,0028	-0,0959	0,1168	-0,0228	0,0049	-0,0229	-0,0203	0,0116	0,0011	-0,0023	0,0304	-0,0081
TTO	-0,0007	0,0266	-0,012	-0,0913	0,1106	0,0061	0,0237	-0,043	0,0016	0,0152	0,0203	-0,0066	-0,0006	0,0506
TUP	0,0097	-0,0199	-0,0091	-0,0673	0,0796	0,073	-0,0146	-0,0352	-0,0134	-0,0085	-0,0013	0,0317	-0,0311	-0,0161
TCE	0,0029	0,0191	-0,0117	-0,0719	0,0855	-0,0627	-0,0469	-0,0389	-0,0193	0,0449	-0,0287	-0,0191	-0,0127	-0,1624
ISC	-0,0059	-0,0109	0,0114	-0,0504	0,0585	0,0319	-0,0162	-0,0137	-0,0224	0,0402	0,0088	-0,0097	0,0431	0,0706
YKB	-0,0027	-0,0018	0,0035	-0,0467	0,0538	-0,0034	-0,0132	-0,0229	-0,011	0,0408	0,0116	-0,0089	0,0517	0,0634

Kaynak: Yazar

TABLO 2 | Depremdeki Sonraki Günlerde Ortalama Anormal Getiri Oranları

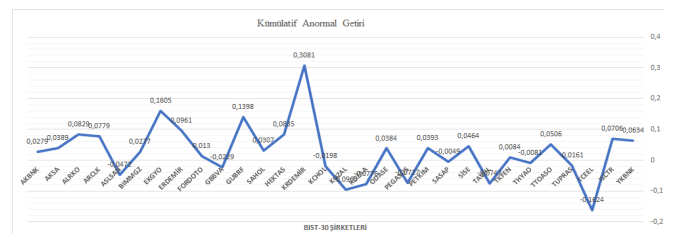
6	7	8	9	10	13	14	15	16	17	20	21	22	23	24	27
AR0	AR1	AR2	0	0	0	0	AR3	AR4	AR5	AR6	AR7	AR8	AR9	AR10	AR11
0,00012	-0,0005	-0,0729	0	0	0	0	0,085	-0,0167	0,0032	0,0078	0,0123	0,0061	0,002	0,002	-0,0007

Kaynak: Yazar

ŞEKİL 1 | Depremden Sonraki Günlerde Ortalama Anormal Getiri Oranları

Kaynak: Yazar

Şekil 2’de BIST-30 endeksinde yer alan şirketlerin depremden sonraki 10 günde Kümülatif Anormal Getiri (CAR) grafiği verilmiştir. Grafiğe göre şirketlerin önemli bir kesiminde pozitif Anormal Getiri olduğu belirlenmiştir. Bu şirketlerden en fazla anormal getiri kaydeden Kardemir iken (%30,81), en fazla negatif anormal getiri kaydeden Turkcell (-%16,24) olmuştur.

ŞEKİL 2 | Şirketlerin Kümülatif Anormal Getirileri

Kaynak: Yazar

SONUÇ VE DEĞERLENDİRMELER

Dünyada çeşitli bölgelerde meydana gelen doğal felaketler, katastrofik olaylar ve savaşlar ekonomik ve finansal piyasalar üzerinde bölgesel veya küresel boyutta bozucu ve yıkıcı etkiler yaratabilmektedir. Türkiye’de 6 Şubat’ta gerçekleşen Kahramanmaraş merkezli depremler hem ülkede hem de bölgede ekonomik, sosyal, kültürel anlamda yıkım

ve felaketlerin yaşanmasına neden olmuştur. Bu tür olayların etkilerinin analiz edilmesi literatürde yer alan olay incelemesi metodolojisi ile yapılabilmektedir.

Çalışmada söz konusu depremlerin hisse senedi piyasası üzerine etkisi olay incelemesi yöntemiyle analiz edilmiş, depremden sonraki 10 gün içerisinde oluşan anormal getiriler ve 10. gün sonundaki kümülatif anormal getiriler hesaplanmıştır. Deprem gününden sonraki birinci günde 20 şirkette, ikinci günde ise tüm şirketlerde negatif anormal kayıplar olduğu belirlenmiştir. Depremden sonra dördüncü günden itibaren şirket anormal kazançlarının ortalama seviyeye döndüğü gözlenmektedir. Elde edilen sonuca göre, yatırımcıların bu tür bir makro olayın piyasalar üzerindeki etkisinin belirli bir zaman dilimi ile sınırlı olduğu, bu zaman diliminden sonra herhangi bir anormal getiri elde etmenin mümkün olamayacağı değerlendirilmektedir. Çalışmada elde edilen bulguların literatürde yer alan; Hendricks, vd., 2019, Gürsoy, vd., 2023, Fasanya, 2022'nin çalışmalarıyla uyumlu olduğu, Worthington, 2008'in çalışmasıyla ile uyumlu olmadığı belirlenmiştir.

Çalışmada ve literatürde yer alan bulgular ve değerlendirmeler dikkate alındığında özellikle bu tür olaylar gerçekleştiikten sonra ilk birkaç günün çok kritik olduğu görülmektedir. Bu günler için alınacak tedbirlerin önceden planlanması, organizasyonların yapılması, gerektiğinde uygulamaya konulması ve sonraki sürecin etkin bir şekilde yönetilmesi için önemlidir. Deprem, doğal felaketler gibi ülkelerin kontrolü dışındaki makro ve sistemik olayların gerçekleşmeden önce veya gerçekleştiikten sonra bozucu ve yıkıcı etkilerini azaltmaya yönelik tedbirler, düzenlemeler ve planlamalar politika yapımcılar ve yöneticiler tarafından alınmalıdır. Ayrıca ülkemizin önemli bir ekonomik ve finansal altyapısını oluşturan BIST-30 endeksine dahil şirketlerin stratejik anlamda yaşanabilecek felaket ve katastrofik olaylara karşı hazırlıklı ve proaktif olmaları, bu tür gelişmelere ilişkin oluşturulan senaryolar için planlamaları olmalıdır. Son yıllarda yaşanan önemli gelişmeler bunu daha da gerekli hale getirmiştir.

Şirketlerinin katastrofik risklerle başa çıkabilmek için aldıkları tedbirlere bir örnek olarak; Electrolux firmasında Japonya'da bir deprem olup olmadığına bağlı olarak, Winterthur şirketinin ise İsviçre'de şiddetli bir dolu olup olmadığına bağlı olan bir tahvil ihraç etmeleri gösterilebilir. Bu tahviller, "felaket riskini" firmadan sermaye piyasalarına aktarmanın bir yoludur. Belirli felakete karşı sermaye piyasalarından sigorta almanın yeni bir yolunu temsil etmektedirler. Bu tahvillerdeki yatırımcılar, risk aldıkları için daha yüksek kupon oranları şeklinde tazminat almaktadırlar. Ancak, bir felaket durumunda tahvil sahipleri yatırımlarının tamamından veya bir kısmından vazgeçmektedirler. Sigortacılar risklerini sermaye piyasasının daha geniş bir yelpazesine yaymanın yollarını aradıkça, felaket tahvillerinin ihracı da yıllar itibarı ile artış göstermeye başlamıştır.

Ülkeler ve şirketler ortaya çıkabilecek katastrofik riskleri, proaktif bir anlayışla ekonomik, sosyal ve finansal yönleriyle bütünsel olarak ele almalı ve yönetmelidir. Bu çalışmada, oluşabilecek katastrofik risklere karşı finansal bir bakış açısının ve çözümlerin geliştirilmesinin gerekliliği vurgulanmaktadır. Her bir riskin ayrı ayrı veya bütünsel olarak etkilerini inceleyen, önlemler ve öneriler geliştiren yeni çalışmaların literatüre önemli katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Çalışmada Araştırma ve Yayın Etiğine uyulduğunu beyan ederiz.

KAYNAKÇA

- [1] Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı, Deprem Bilgi Destek Sistemi, (2023). <https://deprem.afad.gov.tr/assets/pdf/deprem-bilgi-destek-sistemi.pdf>./Erişim: 22.02.2023
- [2] Bodie , Z., Kane A. ve Marcus A. (2014). Investments (10. Basım). New York: McGraw-Hill Education.
- [3] Campbell, J.Y. ve Thompson, S.B. (2008), Predicting excess stock returns out of sample: can anything beat the historical average?., Review of Financial Studies., 21(4), 1509-1531, <https://doi.org/10.1093/rfs/hhm055>
- [4] Clark, T.E. and West, K.D. (2007), Approximately normal tests for equal predictive accuracy in nested models", *Journal of Econometrics*, 138, 291-311. doi:10.1016/j.jeconom.2006.05.023
- [5] Gürsoy, S., Zeren, F., Kevser, M., Akyol, G., Tunçel, M. B. (2023). The Impact of 2023 Turkey Earthquake on İstanbul Stock Market: Evidence from Fourier Volatility Spillover Test. *Social Sciences Research Journal*, 12 (1), 98-105.
- [6] Hazine ve Maliye Bakanlığı, 2023 Kahramanmaraş Ve Hatay Depremleri Raporu, (2023). <https://www.hmb.gov.tr/haberler/2023-kahramanmaraş-ve-hatay-depremleri-raporu>./Erişim: 22.03.2023

- [7] Hendricks, K. B., Jacobs, B. W. ve Singhal, V. (2019). Stock Market Reaction to Supply Chain Disruptions from the 2011 Great East Japan Earthquake, <https://doi.org/10.1287/msom.2019.0777>
- [8] Ilham, A. ve Muljaningsih, S. (2023). The Effect Of Natural Disaster On Regional Economic Growth, Unemployment, Poverty, And Human Development Index In Thirty Indonesian Provinces, 11(1)
- [9] Investing. com., <https://tr.investing.com/indices/ise-30>, e.t. 08.02.2023.
- [10] Joseph, L. (2022). The effect of natural disaster on economic growth: Evidence from a major earthquake in Haiti, *World Development*, 159, <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2022.106053>
- [11] Karan, M.B. (2013). "Yatırım Analizi ve Portföy Yönetimi", Gazi Kitabevi, 5.Baskı, 286-287, 698.
- [12] Meier, S., Elliott, R. ve Strobl, E. (2023). The regional economic impact of wildfires: Evidence from Southern Europe, *Journal of Environmental Economics and Management*118 (2), 18(2):102787, DOI:10.1016/j.jeem.2023.102787
- [13] Pagnottoni,P., Spelta, A., Flori, A. ve Pammolli. F. (2022). Climate change and financial stability: Natural disaster impacts on global stock markets, *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 599, <https://doi.org/10.1016/j.physa.2022.127514>
- [14] Rui, H., Arunima, M., Manfred L., Yutong J., Yafei W., Futu F. ve Zhiyi, Z. (2022). Supply-chain impacts of Sichuan earthquake: a case study using disaster input-output analysis, *Natural Hazards*, 110, 2227-2248
- [15] Tao, Z., Xingqun, Z., Xinyan W., Lu, H., Yuwei, H., Jiayao, L. ve Zhiguo, T. (2022). Economic resilience in California against two earthquakes, *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 76 (15), 102993. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2022.102993>
- [16] Walker, T., Xu, Y., Gramlich, D. ve Yunfei Z. (2023). The impact of natural disasters on the performance and solvency of US banks", *International Journal of Managerial Finance*, 19(1), 136-154. <https://doi.org/10.1108/IJMF-08-2020-0406>
- [17] Worthington, A. (2008). The impact of natural events and disasters on the Australian stock market: a GARCH-M analysis of storms, floods, cyclones, earthquakes and bushfires, 10 (1), 1-10. <https://doi.org/10.1504/GBER.2008.016824>



MAPPING OF E-SPORTS SPONSORSHIPS ON PURCHASING DECISION

ÜZEYİR FİDAN^{1*} & MURAT FATİH TUNA² & MEHMET ALİ DEVECİ³

¹Öğr.Gör., Uşak Üniversitesi, Uzaktan Eğitim Meslek Yüksekokulu, Bilgisayar Teknolojileri Bölümü, uzeyir.fidan@usak.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-3451-4344>.²Dr.Öğr.Üyesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, mftuna@cumhuriyet.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-8634-8643>.³Arş.Gör., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, madeveci@cumhuriyet.edu.tr, <https://orcid.org/0009-0006-8604-0135>.

Etik Kurul Onayı: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Etik Kurulu, 24.02.2022 tarih ve E-60263016-050.06.04-136477 sayılı karar

ABSTRACT

The communication between companies and their target customer groups holds a significant position within modern marketing approaches. These companies employ various channels such as advertisements, mobile applications, websites, and sponsorship activities to reach their intended customer groups. This, in turn, helps in establishing and reinforcing the brand's position in the minds of the group. Thus, the purpose of this study is to analyze the impact of sponsorship activities carried out by e-sports companies on consumers' purchasing tendencies. To model consumer perceptions, the study considers variables such as purchase intention and word of mouth and employs two decision trees to map the effects of e-sports sponsorships on consumer decisions and behaviors. The results indicate a negative relationship between consumers' purchase intention and a negative sponsor image. Furthermore, the decision tree model developed for word-of-mouth communication reveals that an increase in consumers' perception of the sponsor company's sincerity positively influences their inclination to recommend the brand to others. By utilizing the decision tree algorithm, this analysis of consumer behavior in the context of sponsorship activities fills a significant gap in the literature and provides valuable insights for future endeavors.

Keywords: Sponsorship, E-sports, Decision Trees, Word-of-Mouth, Purchase Intention.

Editör / Editor:

Leyla LEBLEBİCİ KOÇER,
Erciyes Üniversitesi, Türkiye

*Sorumlu Yazar/ Corresponding Author:

Üzeyir FİDAN,
uzeyir.fidan@usak.edu.tr

JEL:

M16, M31, M37, D91

Geliş: 7 Eylül 2023

Received: September 7, 2023

Kabul: 22 Aralık 2023

Accepted: December 22, 2023

Yayın: 30 Nisan 2024

Published: April 30, 2024

Atıf / Cited as (APA):

Fidan, Ü. & Tuna, M. F. & Devenci, M. A. (2024),
Mapping of E-Sports Sponsorships on
Purchasing Decision, Erciyes Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,
67, 105-112,
doi: 10.18070/erciyesiibd.1356895

SATIN ALMA KARARINDA E-SPOR SPONSORLUKLARININ HARİTALANDIRILMASI

ÖZ

Modern pazarlama anlayışında firmaların hedef müşteri gruplarıyla iletişimi önemli bir yer tutmaktadır. Söz konusu firmalar hedef müşteri gruplarına ulaşmak için reklamlar, mobil uygulamalar, internet siteleri vb. yolları kullandıkları gibi sponsorluk faaliyetlerini de tercih etmektedir. Bir firma olarak spor takımları da sponsorluk faaliyetleri ile hedef müşteri grubu niteliğindeki taraftarlarına ulaşmakta ve grubun zihninde markanın konumlandırılmasına katkıda bulunmaktadır. Bu çalışmanın amacı, e-spor firmalarının yürüttüğü sponsorluk faaliyetlerinin tüketicilerin satın alma eğilimleri üzerindeki etkilerini haritalamaktır. Tüketici davranışlarının karar ağacı algoritmasıyla analizi, sponsorluk faaliyetlerinde bir yol haritası ortaya çıkarması yönüyle literatürdeki önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Tüketici algılarını modellemek için satın alma niyeti ve ağızdan ağıza iletişim değişkenleri esas alınmış ve e-spor sponsorluklarının tüketici kararları ve davranışları üzerindeki etkisi iki karar ağacıyla haritalanmıştır. Sonuçlara bakıldığında, tüketicinin satın alma niyetinin olumsuz sponsor imajıyla negatif ilişkili olduğu görülmektedir. Ayrıca, ağızdan ağıza iletişim için oluşturulan karar modelinde ise tüketicinin sponsor firmaya dair samimiyet algısındaki artışın markayı çevresine tavsiye etme eğilimini olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.

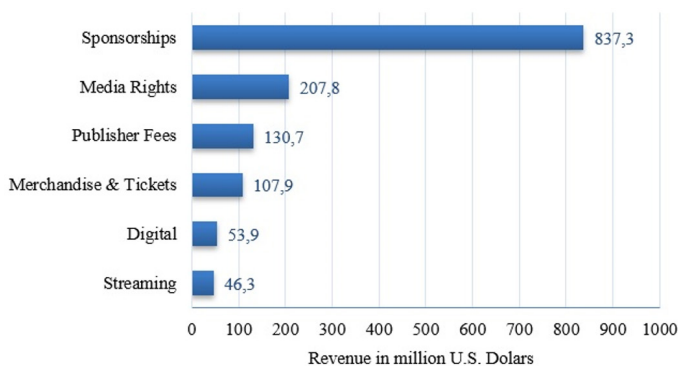
Anahtar Kelimeler: Sponsorluk, E-spor, Karar Ağaçları, Ağızdan Ağıza İletişim, Satın Alma Niyeti.

INTRODUCTION

Sponsorship is widely recognized as an effective marketing tool for companies to provide financial support to sports organizations. This practice, known as sports sponsorship (Copeland et al., 1996), is considered a fundamental strategy that sports organizations should incorporate (Doherty & Murray, 2007). Consequently, it has garnered significant attention in academic research, with numerous studies exploring its impact on marketing (Buser et al., 2022; Cornwell & Kwon, 2020; Johnston & Spais, 2015; Walraven et al., 2012).

Upon reviewing the existing literature, it has been established that sports sponsorship has an impact on consumers' purchasing behavior of licensed products (Deitz et al., 2012). This influence is determined by the alignment between the sponsor and the manufacturer (Coppetti et al., 2009). According to (Thomas et al. 2022), establishing this alignment enhances the brand image of sports products in the eyes of consumers. Similarly, (Cuesta-Valiño et al. 2022) argue that an improved brand image generates value for the stakeholders of e-sports teams. Consequently, sponsoring companies experience enhanced sustainable competitive advantage and increased probability of survival (Jensen et al., 2016), as well as an increase in the value of their stocks and financial assets (Eshghi, 2022).

FIGURE 1 | E-Sports Estimated Market Revenue by Segment



Source: <https://www.statista.com/statistics/490358/esports-revenue-worldwide-by-segment/>

According to a study conducted by (Cuesta-Valiño et al. 2022), esports games are driving the advancement of the sports industry, and sponsorship emerges as the most effective approach to engage consumers in this new form of sports. This viewpoint is further supported by global statistics on the esports market, revealing significant growth and popularity. As of 2022, the monthly average viewership had reached an impressive 29.6 million. Moreover, the overall market size of the esports industry surpassed 1.4 billion dollars in the same year, with projections indicating a substantial increase to 5.48 billion dollars by 2029, signifying an annual market revenue growth rate of approximately 21%. The revenue generated in this industry is distributed across various segments, as illustrated in Figure 1, representing the income sources as of 2022.

Upon analyzing Figure 1, it becomes evident that sponsorship accounts for the largest portion of e-sports related revenues, amounting to \$837.3 million.

Regularly, statistics are maintained to keep track of sponsors, organizers, organizations, and viewers in the realm of e-Sports, aiming to keep the interest in e-Sports organizations up to date. Esports Charts, one of the largest databases established for this purpose, recently published a report providing valuable insights. According to the report, there were a total of 33,633 tournaments, 180,399 matches, and 34,392 active teams involved in these tournaments.

Furthermore, when examining the investment amounts in e-sports companies, it becomes evident that numerous gaming companies have secured investments ranging from \$700,000 to \$205 million as of 2021. These investments demonstrate the significant financial backing and growing interest in the e-sports industry.

Several studies have explored the influence of sponsorship activities

on consumers' purchasing behavior (Deitz et al., 2012; Koronios, Ntasis, et al., 2021; Koronios et al., 2016; Madrigal, 2000; Tsordia et al., 2018). Furthermore, (Hebbel-Seegeer 2012) has demonstrated the applicability of certain aspects of physical and tangible sports to digital sports through digital adoption. Other research has examined how sports sponsorship impacts consumption from various stakeholders' perspectives (Koronios et al., 2021) and the relationships among these stakeholders (Katz et al., 2019). Interestingly, while there is existing literature on the image of sponsorship in e-sports (Cuesta-Valiño et al., 2022), there is a notable gap in understanding the modeling of fandom¹ perceptions in e-sports sponsorship. Given the changing sports landscape due to digitalization and the growing interest in e-sports, it becomes crucial to investigate e-sports sponsorship and its impact on consumer perception, which holds significant importance for all stakeholders. Therefore, the objective of this study is to examine the influence of e-sports sponsorships on consumers' purchasing behavior.

1. CONCEPTUAL FRAMEWORK AND PREVIOUS STUDIES

A. E-SPORTS

The concept of e-sports, first mentioned during a competition held on October 19, 1972, at Stanford University (Baker, 2016), has gained immense popularity over the years due to the continuous advancement of technological infrastructure (Biscaia et al., 2013). E-sports are defined as competitive sports events that occur exclusively online (Ayar, 2018), distinguishing them from traditional sports as players engage in intense competition without much physical movement (Segal, 2014).

The concept of e-sports, which has gained prominence in today's world, demonstrates a strong correlation with the advancement of network technologies that facilitate multiplayer experiences in an online environment (Ayar, 2018). This technological framework has paved the way for the emergence of a new economy based on peer interactions. As pointed out by (Samur 2018), it has also fostered the development of a market that demands various goods and services.

The integration of individual computer usage, game consumption, and the network technologies has significantly reshaped the landscape of e-sports. A notable milestone in this progression was the establishment of the Online Players Association in 1999. This pivotal moment marked the transition of e-sports tournaments from modest digital gatherings to large-scale competitions with global participation. Consequently, participating teams have achieved remarkable milestones, such as securing multi-million-dollar sponsorship agreements and earning prestigious accolades (Cuesta-Valiño et al., 2022).

The publication of e-sports competitions is widely recognized as a crucial aspect of the e-sports industry (Hamari & Sjöblom, 2017) (Rietz & Hallmann, 2022). Despite the global reach and popularity of e-sports competitions, there remains a certain resistance in acknowledging e-sports as a legitimate sport (Hamari & Sjöblom, 2017). However, e-sports has garnered increasing attention in the literature, capturing the interest of a growing audience. Hebbel-Seegeer argues that this phenomenon can be attributed to the advancements in technology and their integration into traditional sports. Nevertheless, it is worth noting that the existing literature on esports is relatively limited compared to that of traditional sports and video games. (Ayar, 2018; Cristófol et al., 2020; Cuesta-Valiño et al., 2022; Dirgantara et al., 2023; Egliston, 2018; Hamari & Sjöblom, 2017; Klose & Schöber, 2023; Kronreif, 2023; Thongves et al., 2023).

Despite the restricted range of games in the literature, e-sports in Turkey has had substantial advancement and has become home to numerous successful teams and athletes in recent years. Simultaneously, prominent sports clubs in the country, such as Fenerbahçe and Beşiktaş, have begun participating in e-sports. Furthermore, teams such as Super Massive, Dark Passage, and Royal Youth have effectively showcased Turkey's prowess in both domestic and global e-sports competitions. E-sports in Turkey has garnered significant societal acknowledgment, particularly due to renowned titles such as League of Legends, FIFA, and

¹ Devotion, a fervent state of admiration or support for an individual or entity, signifies both the personal sentiment of being a passionate enthusiast and the collective zeal shared by an ardent group of followers.

Counter-Strike. These games are considered the dominant disciplines in Turkey's e-sports sector. Turkey's notable accomplishments in the realm of e-sports are underscored by the meticulous organization of these high-profile competitions and the widespread enthusiasm they generate among enormous audiences.

As studies on e-sports are conducted worldwide, some studies are also conducted in Turkish literature. These studies generally focus on players' behavioral, personal, and psychographic characteristics. In one of these studies, Tiring and Güloğlu (2023) examined the psychological reactions of e-sports players and the factors predicting these reactions. The convenience sampling method and relational survey model, which received responses from 136 e-sports players, were preferred in the study. In the study where multiple regression analysis was selected as a method, it was detected that 20.6% of esports players had depression, 14.7% anxiety, and 18.4% stress symptoms. Moreover, relational self-construal was significant and negative, positive future expectation was significant and negative, and negative perfectionism was significant and positively predicted depression.

In another study, Can and Tekkurşun Demir (2020) Demir investigated e-sports players' digital game addiction and their level of awareness about this addiction. As a result of the study in which Pearson Spearman Correlation, Mann-Whitney U Test, and Kruskal-Wallis Test were used to analyze the data collected through the questionnaire, it was determined that the digital game addiction score showed a significant difference in favor of male e-sports players. In addition, a positive moderate-level relationship was found between the age of the athletes and their game addiction, and a negative moderate-level relationship was found between the awareness score of digital game addiction.

In the Turkish literature, there are studies investigating the psychographic aspects of e-sports players and the communication behaviors of players. In one of these studies, Sarı and Hayta (2019) researched the e-sports behaviors of high school and university students and the awareness of the Twitch platform. As a result of the analysis of the data collected through an online survey reaching 560 people and a random sampling method, it was seen that most of the participants spent a lot of time on the internet daily and connected to the internet, mostly with mobile devices.

Recent studies have focused on various aspects of e-sports, such as its global development (Ayar, 2018; Dirgantara et al., 2023), the transition from niche interest to a mainstream phenomenon (Kronreif, 2023), its relationship with sponsorship as a burgeoning industry (Cristófol et al., 2020), factors influencing fan engagement (Hamari & Sjöblom, 2017), the image cultivated among its fanbase (Thongves et al., 2023), audience's technological and technical awareness (Egliston, 2018), the perceived value created through sponsorships (Cuesta-Valiño et al., 2022), and the marketing elements that position e-sports as a marketable commodity (Klose & Schöber, 2023, p. 27).

However, the present study aims to contribute to the existing literature by examining the impact of e-sports sponsorship, a distinct dimension in the field, on consumer purchasing decisions. By exploring this aspect, the study seeks to shed light on a previously unexplored area of e-sports research.

B. FANDOM

Fandom refers to the state in which fans develop a deep emotional connection with a specific sports team, distinguishing them from mere spectators (Wann & James, 2018). This emotional attachment makes fans an appealing target market (Schlesinger & Güngerich, 2011). In fact, supporting a sports team is regarded as an entertainment activity that demands both time and financial investment from fans (Murrell & Dietz, 1992). Furthermore, (Novak, 1976) emphasizes that being a supporter entails an individual's integration with the team and a strong internal attachment. Thus, fandom is driven by more intricate motivations beyond a simple inclination to support a team. (Han et al., 2016) categorize these motivations into two main groups: social and psychological.

Social motivations are community pride (Funk et al., 2002), family feelings for the team (Bilyeu & Wann, 2002), attachment to players (Kim & Trail, 2010), team attachment (James & Ross, 2004), and group interaction (Armstrong, 2002). These social motivations can cause fans

to transfer income to their teams directly or indirectly.

Fandoms, within the realm of psychological motivations, refer to individuals who establish a deep emotional connection with the sports team they support. These individuals dedicate their time, energy, and financial resources to their chosen team due to this strong connection (Norris et al., 2015). According to (Wann, 2006), this connection is rooted in the individual's construction of team-based identity and their unwavering commitment to the team as a collective entity. The concept of shared identity, proposed by (Murrell & Dietz, 1992), aligns with this notion of fandom and serves as a psychological motivation for supporters, as highlighted by (Han et al., 2016).

As a result of this motivation, fans tend to associate their personal characteristics with the team they support, perceiving the team's successes as their own achievements (Dalakas et al., 2004). Consequently, fans play a fundamental role in ensuring the longevity and sustainability of sports teams, as emphasized by (Norris et al., 2015), who attribute teams' efforts to maximize their fan base.

In this context, teams strive to establish a sense of shared value with their fans, while fans actively contribute to the creation of this value (Kolyperas et al., 2019).

Previous studies on sports fandom have explored various aspects of fan behavior. For instance, (Rietz & Hallmann, 2022) focused on why fans watch sports events, while (Schlesinger & Güngerich, 2011) examined the factors influencing fan motivation. (Han et al., 2016) delved into the impact of demographic and cultural characteristics on team loyalty behaviors. Additionally, (Smith et al., 2008) proposed a correlation between supporting a team and the intention to purchase team-related products, supporting the perspective of (James et al., 2002) that a fan's allegiance to a team influences their consumption behavior. Yurtsızoglu and Gul highlighted that fans who consume sports team products also strongly associate themselves with the team (Yurtsızoglu & Gul, 2022). Furthermore, (Pizzo et al., 2018) argued that e-sports, like traditional sports, represents a significant market, suggesting that marketing strategies applicable to traditional sports fans can be adapted to the e-sports medium as well.

C. SPONSORSHIP

Sponsorship is a marketing promotion activity that can have an impact on brand equity across various sports, artistic endeavors, and other contexts (Lin & Bruning, 2020). Specifically, sports sponsorship refers to acquiring the rights to receive benefits associated with a direct connection to a sporting product or event (Mullin et al., 2014, p. 231). According to (Buser et al., 2022), sponsorships play a crucial role in bridging the gap between customers and companies, which lies at the core of marketing efforts, particularly in sports teams.

Sponsorship activities that align with the team's spirit have the ability to ignite fans' passion, leading to an increased intention to purchase fan-related products (Smith et al., 2008). Moreover, as noted by (Lin & Bruning, 2020), fans often develop a strong sense of attachment to the team's home venue and consider the team playing there as the "host," which further influences their intention to purchase sponsor products. This aligns with (Olson, 2010)'s argument that fans' purchase intentions are shaped by the teams they support.

Hence, in the relationship between sponsorship and purchase intention highlighted by (Smith et al., 2008), the association between the sponsor company and the specific sports branch in which the sponsored team operates plays a crucial role in influencing consumer behavior.

Sports sponsorships establish exchange relationships among sports organizers, companies, and intermediaries (Copeland et al., 1996). These sponsorships have a significant impact on enhancing the image of the involved institutions (Bibby, 2009). The extent to which the sponsor firm's products align with the sport genre, known as relatedness, determines the degree of image improvement (Biscaia et al., 2013). Therefore, in the context of the relationship between sponsorship and purchase intention, as emphasized by (Smith et al., 2008), the connection between the sponsor company and the sports branch in which the sponsored team is active becomes crucial. Additionally, (Rodgers, 2003) highlights those positive attitudes and behaviors towards the sponsored institution on the internet transfer to the sponsoring firm. Considering e-sports teams, it is reasonable to assume that fans supporting these

teams might also exhibit a favorable attitude and potential purchase intention towards the products of e-sports sponsors.

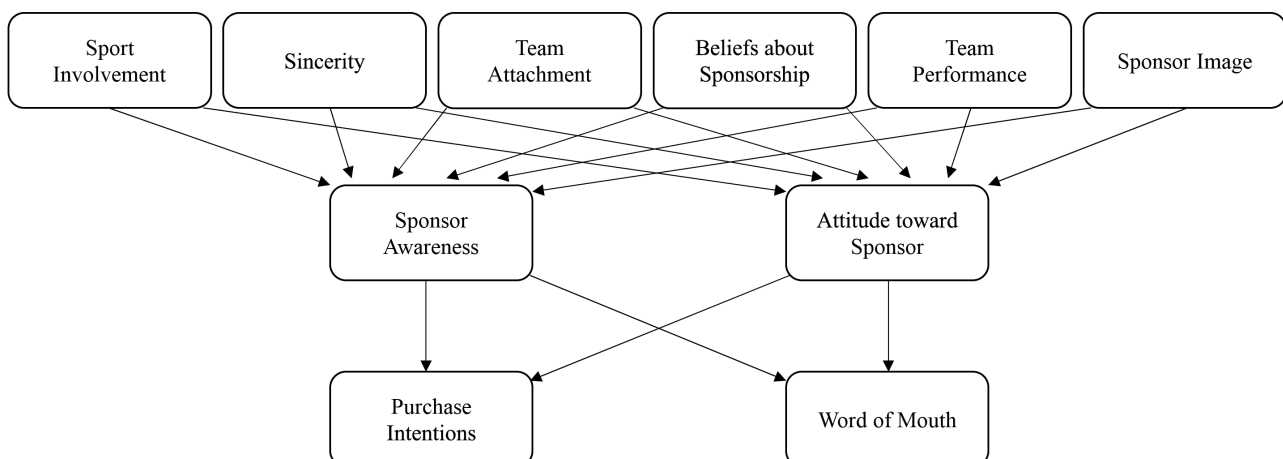
D. MARKETING AND SPONSORSHIP RELATIONSHIP, WORD OF MOUTH MARKETING

According to (Marin et al., 2018), the intensifying competitive landscape resulting from industry convergence underscores the significance for businesses to discover novel approaches to influence their customers. Consequently, companies are increasingly undertaking more formidable endeavors beyond conventional advertisements, and sponsorship activities have emerged as one such avenue (Koronios et al., 2022). This scenario has prompted a heightened interest within the field of marketing science, with a particular emphasis on understanding the factors contributing to successful sponsorship decisions (Polonsky & Speed, 2001).

Upon reviewing the literature, it becomes evident that successful sponsorship activities aiming to establish a strong sponsor image and elicit a positive attitude from the target audience heavily rely on the word-of-mouth (WOM) strategy (Boerman et al., 2017; Jhavar et al., 2023; Park et al., 2019; Tsiotsou & Alexandris, 2009). WOM, characterized as a form of verbal communication, is considered one of the most influential factors in consumer behavior studies. Both online and offline forms of WOM exist, with the online variant referred to as e-WOM (Koronios, Vrontis, et al., 2021). It is widely acknowledged that brand communication through WOM has a greater impact on purchasing behavior compared to various types of advertisements (Kamath et al., 2020). This is attributed to potential customers seeking to mitigate post-purchase risks based on the experiences of previous customers who have chosen the brand (Nassis et al., 2014).

In the realm of marketing, the relationship between WOM and sports sponsorship is recognized as a significant area of research (Koronios et al., 2022; Tsordia et al., 2018; Wakefield & Bennett, 2018). According to (Tsiotsou & Alexandris, 2009), the effectiveness of a sponsorship strategy is determined, in part, by the sponsor brand's image. (Gunawan & Tamburian, 2022) assert that e-sports sponsorship plays a pivotal role in brand awareness, while (Huang, 2022) found that brand image, coupled with perceived value, influences WOM outcomes. (Yoo et al., 2013) discovered that the widespread online visibility of WOM outputs impacts consumers' purchasing behavior and loyalty. (Chuenban et al., 2021) identified brand value and quality as factors influencing consumer loyalty. Additionally, (Tsordia et al., 2021) demonstrated the connection between WOM, brand-related sponsorship outputs, and the perceived quality of the brand. In a similar vein, (Seo et al., 2020) revealed that e-WOM, disseminated through social media, affects brand awareness and image through the lens of trust. (Wakefield & Bennett, 2018) highlight the significance of fans who hold positive opinions about a team sharing their views with large audiences, thereby influencing WOM outcomes.

FIGURE 2 | The strategic sport sponsorship model



Source: Koronios et al. (2021).

Therefore, in the context of the relationship between sponsorship and purchase intention emphasized by (Smith et al., 2008), it is believed that the brand image and awareness of both the sports team and the sponsor companies' impact WOM outputs, ultimately influencing loyalty towards the companies and trust in the brand. (Nosi et al., 2021) substantiated that brand trust engenders purchase intention for both online and offline brands.

2. METHODOLOGY

In this part of the study, data collection tool, method and evaluation metrics are explained.

A. DESIGN AND PROCEDURE

The study was carried out with the approval of the ethics committee with the decision of Sivas Cumhuriyet University Scientific Research and Publication Ethics Social and Human Sciences Board dated 10.02.2022 and numbered 2022-01-61.

The data was collected using a standardized questionnaire that included demographic questions and the Strategic Sport Sponsorship Management Scale (Koronios et al., 2021).

The Strategic Sports Sponsorship model was created with 11 factors (Sport involvement (attraction), Sport involvement (centrality), Team attachment, Awareness of sponsors, Beliefs about sponsorship, Attitude toward sponsor, Purchase intention, Sponsor image, Sincerity, Team performance, Word of mouth) from the data collected through a 38-item standard questionnaire (Figure 2).

B. MEASURE AND ANALYSIS

Identifying a consumer profile revolves around obtaining meaningful information rather than simply gathering raw data (Hildebrandt, 2016:548). By eliminating noise, processing data accurately, and employing targeted modeling, it becomes possible to transform data stacks into valuable insights. Creating a consumer profile serves as a crucial tool in various domains, ranging from market segmentation (Jaiswal et al., 2021) to analyzing energy consumption patterns (Figueiredo et al., 2005). By utilizing personalized techniques, businesses can enhance sales by effectively identifying potential customers. Generally, data mining methods such as classification (Gok & Fidan, 2019; Sari et al., 2016; Park & Chang, 2009), clustering (Fang & Liu, 2021), and estimation (Das, 2015) are preferred for determining consumer profiles. In this study, the consumer classification was performed in accordance with the sponsor's perception, with the decision tree algorithm employed to model purchasing decisions.

C. DECISION TREES

Decision trees are a method used to derive rules by constructing nodes from a given dataset using explanatory variables, and subsequently

classifying the data (Adomavicius & Tuzhilin, 2001). Once the initial node is created, it assigns leaf nodes to populations that can be traced back to the dependent variable. If a direct inference for the dependent variable cannot be made, the tree structure is expanded by generating additional nodes. The decision tree is considered complete when it can classify the entire population. The primary challenge in this process lies in determining which attribute should serve as the first node, as well as the subsequent nodes (Kitayama et al., 2002). This decision is based on calculating the entropy using the information gain approach. Entropy, which measures the amount of information obtained from observing disordered systems, can be represented by Eq. 1 (Yuncu & Fidan, 2020; Maszczyk & Duch, 2008).

$$S = -\sum_{i=1}^n p_i \log_2 p_i \tag{1}$$

In Equation 1, also known as Shannon Entropy, the value S represents entropy, and p_i denotes the probability of a specific observation occurring. Shannon entropy is a decreasing function of the distribution of the random variable, and it reaches its maximum value when all outcomes are equally probable (Maszczyk & Duch, 2008). Consequently, the first node in a decision tree is determined by selecting the attribute that yields the highest information gain, which corresponds to the attribute with the lowest calculated entropy value. This process is repeated to create all the rules until the entire dataset is incorporated into the tree. Occasionally, there may be numerous branches that do not generalize well, depending on the features in the dataset. To address this issue, pruning techniques are employed. By doing so, the tree is refined to include rules with the fewest branches necessary for generalization, while still representing a significant portion of the dataset population.

D. EVALUATION OF RESULTS

Precision, recall (Sadikin & Alfiandi, 2018), F metrics (Mehdiyev et al., 2016) metrics were used to evaluate the obtained model.

$$precision = \frac{TP}{TP + FP} \tag{2}$$

$$recall = \frac{TP}{TP + FN} \tag{3}$$

$$F \text{ Metrics} = 2 \cdot \frac{precision \cdot recall}{precision + recall} \tag{4}$$

TP: True Positive, FP: False Positive and FN: False Negative used in Eq. 2-4 represent classification.

3. RESULTS

The dataset comprises data collected from a total of 348 participants, with 189 (54.3%) female and 159 (45.7%) males. These participants fall within the age range of 18 to 25. For a detailed overview of the demographic characteristics, please refer to Table 1.

TABLE 1 | Demographic characteristics of the participants

Gender	n	%	Education Level	n	%	
Female	189	54,3	High School	207	59,5	
				Associate Degree	62	17,8
Male	159	45,7	Bachelor's Degree	79	22,7	
Age	Working Status					
	18-20	141	40,5	Unemployed	179	51,4
	21-23	127	36,5	Part time	154	44,3
24-25	80	23	Full time	15	4,3	
Income Status (₺)	Marital Status					
	Up to 5500	58	16,7	Single/Living alone	155	44,5
	5501-7000	46	13,2	Single/Living with family	174	50
	7001-8500	106	30,5	Married/In a relationship	19	5,5
	8501-10000	48	13,8			
10001 and above	90	25,9				

Based on the findings presented in Table 1, it is evident that there is a concentration of individuals within the income range of 7001₺-8500₺, which represents the median value in the income status variable (calculated based on an average exchange rate of \$1=18.6₺ at the time of the study). Additionally, the minimum value in the education level variable corresponds to individuals with a high school education. Conversely, a smaller proportion of the sample belongs to the full-time working group in the working status variable and the married/relationship group in the marital status variable, when compared to the other groups. Overall, when considering the demographic characteristics, the sample exhibits a relatively balanced distribution.

Table 2 presents a summary of the data obtained from the participants regarding the nodes used in the Decision Tree model. These nodes include sport involvement (SI), team attachment (TA), beliefs about sponsorship (BS), attitude toward sponsor (AS), sponsor image (IM), sincerity (SN), and decision variables such as purchase intention (PI) and word of mouth (WOM).

TABLE 2 | Nodes and Leaves summary

	NODES						LEAVES		
	SI	TA	BS	AS	IM	SN	PI	WOM	
min	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	Negative	86	72
Q ₁	2,714	3,000	2,000	2,333	2,667	2,333	Neutral	84	148
median	3,143	3,889	3,000	3,000	3,000	3,000	Positive	178	128
Q ₃	3,857	4,556	4,000	4,000	4,000	4,000	Total	348	348
max	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000			

As can be seen in Table 2, a balanced distribution of decision variables is very important for the performance of the decision trees to be evaluated with an objective attitude. Decision trees created for the PI and WOM decision variables are presented in Figure 3 and Figure 4.

FIGURE 3 | Decision tree - Purchase Intention

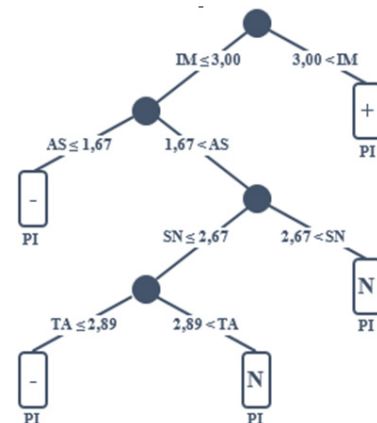


FIGURE 4 | Decision tree - Word of Mouth

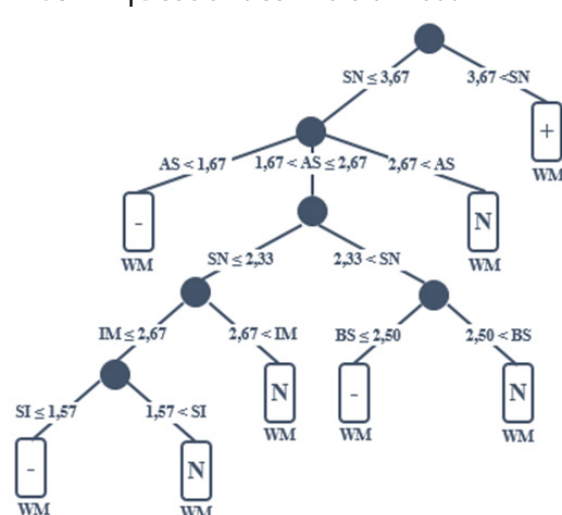


TABLE 3 | Evaluation metrics

	Class	Precision	Recall	F-Measure		Class	Precision	Recall	F-Measure
Purchase Intention -PI-	Negative	0,628	0,818	0,711	Word of Mouth -WOM-	Negative	0,571	0,500	0,533
	Neutral	0,700	0,500	0,583		Neutral	0,659	0,784	0,716
	Positive	0,836	0,807	0,821		Positive	0,853	0,727	0,785
	Average	0,746	0,737	0,734		Average	0,712	0,704	0,704

In Figure 3, it is evident that participants' positive IM perceptions correspond to positive purchase intentions. Furthermore, when IM perceptions are not positive, negative purchase intentions occur only when AS, SN, and TA perceptions are also negative.

In Figure 4, it is apparent that participants' SN perceptions significantly influence the outcome, as positive SN leads to positive word-of-mouth recommendations by consumers.

The evaluation metrics for the decision trees obtained are presented in Table 3.

DISCUSSION AND CONCLUSION

A. DISCUSSION

The aim of this study is to assess the influence of sponsorship activities, which have been examined through various paradigms in existing literature, on consumers' purchasing tendencies within the realm of e-sports sponsorship. By addressing this issue, the article effectively addresses a notable gap in the current body of knowledge and offers valuable insights for both industry practitioners and researchers. To model consumer perceptions, the study employed the decision trees algorithm for two key variables: Purchase Intention (PI) and Word of Mouth (WOM). As a result, the research successfully illustrates the impact of e-sports sponsorships on consumer decision-making and behaviors through the utilization of two decision trees: one for purchase intention and another for word of mouth.

In the PI model, the influence of the sponsor's image on purchase intention has been established. (Cuesta-Valiño et al., 2022) conducted a study on consumer loyalty determinants and found that image is just as crucial as customer satisfaction and happiness in enhancing overall customer satisfaction. According to the PI model, if the sponsor's image creates a negative perception among consumers, it can adversely affect their purchase intention. Supporting this notion, (Bibby, 2009) conducted a study emphasizing the impact of image on purchase intention, specifically in the context of sports sponsorship. The findings demonstrated that sports sponsorship significantly enhances the image of institutions.

In the WOM model, it has been found that an increase in the consumer's perception of sincerity has a positive impact on their tendency to recommend the brand to others. Additionally, previous studies have highlighted the effectiveness of word-of-mouth communication strategies in enhancing successful sponsorship activities and fostering a positive attitude that influences consumers (Boerman et al., 2017; Jhavar et al., 2023; Park et al., 2019).

B. MANAGERIAL IMPLICATIONS

Utilizing rules to describe consumer behavior offers several intuitive and explanatory advantages (Adomavicius & Tuzhilin, 2001). This study places significant emphasis on the managerial implications of uncovering the rules that elucidate the impact of sponsorship on consumer purchase decisions, employing the decision tree algorithm. The findings present compelling evidence that the sponsor's image holds significant influence over the purchasing behaviors of young consumers aged 18-25, particularly those who display a keen interest in e-sports.

Sponsorships play a crucial role in the e-sports industry, enabling companies to gain a competitive edge and maintain their marketing initiatives over time. The sponsorship activities implemented by e-sports companies have demonstrated a remarkable ability to effectively shape consumers' brand perceptions in their everyday lives. Consequently, it is imperative for e-sports companies to make strategic decisions

that foster meaningful consumer-sponsor relationships throughout the marketing process.

The study also identifies the perception of sincerity as another crucial factor. The study revealed a positive correlation between an increase in the consumer's perception of the sponsor company's sincerity and their inclination to recommend the brand to others in their social circle. This finding underscores the significance for e-sports companies to actively cultivate a perception of sincerity among consumers and utilize it as a powerful tool in their marketing endeavors. Hence, regarding sponsorship activities as a fundamental marketing component can be seen as a strategic competitive advantage for e-sports companies. Consequently, e-sports sponsorships represent a crucial strategy for effective marketing communication with consumers.

Sincerity, which stands out as a relatively under-studied concept in marketing, can be used as an argument that will create a practical purchase intention on the customers of both e-sports players and the companies sponsoring e-sports players. At the same time, sincerity, shown in the literature as a way to eliminate bad company reputation (Yoon et al., 2006), can be shown as a complementary marketing effort that can increase its effect when combined with specific marketing strategies. WOM is one of these strategies. It is a well-known phenomenon in the literature that companies that establish sincerity-oriented relationships with their customers and receive positive reviews create value for potential consumers. In contrast, unreliable and potentially fake reviews distort the effect of the original recommendation (Reimer & Benkenstein, 2016). Therefore, consumers avoid companies that are not sincere and allow fake reviews. This is also supported by the findings of (Tuk et al., 2009), who attribute a strong long-term WOM strategy and sales growth to long-term sincerity rather than consumer rewards.

Sincerity is also a sub-dimension of brand personality and the most emphasized brand personality component after enthusiasm (Paschen et al., 2017). This component not only affects the intention to participate in online brand communities (Kumar, 2022) but also strengthens the brand's online communication and brand-fan interaction (Hsu, 2019). In addition, Yoon et al. (2006) refer to perceived sincerity as a factor that deepens the effects of CSR (corporate social responsibility) activities, while Ragas & Roberts (2009) consider sincerity as a concept under the brand as brand sincerity. Puzakova et al. (2015) point to regional accent as a way to demonstrate a glocal (global+local) and ethnic approach to brand sincerity in international marketing, while Knight et al. (2015) consider sincerity as a vital feature of the language used in companies' and brands' apologies to consumers.

C. LIMITATIONS AND FUTURE RESEARCH

The findings of the decision tree model developed in this article make significant contributions to the existing literature by assessing the impact of sponsorship activities on consumers' purchasing tendencies within the realm of e-sports sponsorships. Nonetheless, we acknowledge certain limitations that serve as motivation for future research endeavors. One primary limitation stems from the use of cross-sectional data in this study, which restricts the ability to establish causal relationships and generalizability of the findings beyond the specific sampled region. Obtaining comparable results in studies conducted with the same scales in a different geographical context presents a significant challenge. Another limitation of the study is the inclusion of individuals within a specific age range who exhibit a high level of interest in e-sports. The comparison of results obtained from repeating the study across different age ranges or generations can provide valuable insights. The interest of various age groups in e-sports can have diverse effects on the outcomes. While the methodology employed in this study is comprehensible within the scope of mapping consumer behavior and

aids in the decision-making process, incorporating different models in future research could offer additional insights for a more profound interpretation of the findings.

Funding Information: This study did not receive support from any organization such as government, commercial or non-profit organizations.

Conflict of Interest: The authors have no conflicts of interest to declare.

Ethical Approval: All procedures performed in studies involving human participants comply with the ethical standards of the institutional and/or national research committee and the 1964 Declaration of Helsinki and its subsequent amendments or comparable ethical standards.

For this study, Ethics Committee Approval was obtained from Sivas Cumhuriyet University Scientific Research and Publication Ethics Social and Human Sciences Board with decision number 60 dated 10.02.2022.

Informed Consent Form: Informed consent forms were obtained from all individual participants who participated in the study.

REFERENCES

- [1] Adomavicius, G., & Tuzhilin, A. (2001). Using data mining methods to build customer profiles. *Computer*, 34(2), 74-82. <https://doi.org/10.1109/2.901170>
- [2] Armstrong, K. L. (2002). Race and sport consumption motivations: A preliminary investigation of a black consumers' sport motivation scale. *Journal of Sport Behavior*, 25(4), 309.
- [3] Ayar, H. (2018). Development of e-Sport in Turkey and in the World. *International Journal of Sport Culture and Science*, 6(1), 95-102.
- [4] Baker, C. (2016). Stewart brand recalls first 'SpaceWar' video game tournament. *Rolling Stone*, 25(6).
- [5] Bibby, D. N. (2009). Brand image, equity, and sports sponsorship. In *Perspectives on Cross-Cultural, Ethnographic, Brand Image, Storytelling, Unconscious Needs, and Hospitality Guest Research* (Vol. 3, pp. 21-99). [https://doi.org/10.1108/S1871-3173\(2009\)0000003006](https://doi.org/10.1108/S1871-3173(2009)0000003006)
- [6] Bilyeu, J. K., & Wann, D. L. (2002). An investigation of racial differences in sport fan motivation. *International Sports Journal*, 6(2), 93.
- [7] Biscaia, R., Correia, A., Rosado, A. F., Ross, S. D., & Maroco, J. (2013). Sport sponsorship: The relationship between team loyalty, sponsorship awareness, attitude toward the sponsor, and purchase intentions. *Journal of Sport Management*, 27(4), 288-302. <https://doi.org/10.1123/jsm.27.4.288>
- [8] Boerman, S. C., Willemsen, L. M., & Van Der Aa, E. P. (2017). "This post is sponsored" effects of sponsorship disclosure on persuasion knowledge and electronic word of mouth in the context of Facebook. *Journal of Interactive Marketing*, 38(1), 82-92. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2016.12.002>
- [9] Buser, M., Woratschek, H., & Schönberger, J. (2022). 'Going the extra mile' in resource integration: Evolving a concept of sport sponsorship as an engagement platform. *European Sport Management Quarterly*, 22(4), 548-568. <https://doi.org/10.1080/16184742.2020.1820061>
- [10] Can, H. C., & Tekkurşun Demir, G. (2020). Sporcuların ve e-sport oyuncularının dijital oyun bağlılığı ve dijital oyun bağlılığına ilişkin farkındalık düzeyleri. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 5(4), 364-384. <https://doi.org/10.31680/gaunjs.770600>
- [11] Chuenban, P., Somsarut, P., & Pimdee, P. (2021). How brand attitude, brand quality, and brand value affect Thai canned tuna consumer brand loyalty. *Heliyon*, 7(2), e06301. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06301>
- [12] Copeland, R., Frisby, W., & McCarville, R. (1996). Understanding the Sport Sponsorship Process from a Corporate Perspective. *Journal of Sport Management*, 10(1), 32-48. <https://doi.org/10.1123/jsm.10.1.32>
- [13] Coppetti, C., Wentzel, D., Tomczak, T., & Henkel, S. (2009). Improving incongruent sponsorships through articulation of the sponsorship and audience participation. *Journal of Marketing Communications*, 15(1), 17-34. <https://doi.org/10.1080/13527260802012788>
- [14] Cornwell, T. B., & Kwon, Y. (2020). Sponsorship-linked marketing: Research surpluses and shortages. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(4), 607-629. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00654-w>
- [15] Cristófol, F. J., Martínez-Ruiz, Á., Román-Navas, I., & Cristófol-Rodríguez, C. (2020). Evolución de las estrategias de patrocinio en los esports en España: 2013-2021. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 48, Article 48. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i48.10>
- [16] Cuesta-Valiño, P., Gutiérrez-Rodríguez, P., & Loranca-Valle, C. (2022). Sponsorship image and value creation in E-sports. *Journal of Business Research*, 145, 198-209. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.02.084>
- [17] Dalakas, V., Madrigal, R., & Anderson, K. L. (2004). "We Are Number One!" The Phenomenon of Basking-in-Reflected-Glory and Its Implications for Sports Marketing. *Sports Marketing and the Psychology of Marketing Communication*, 67-79.
- [18] Das, T. K. (2015, October). A customer classification prediction model based on machine learning techniques. In *2015 International Conference on Applied and Theoretical Computing and Communication Technology*, 321-326. IEEE. <https://doi.org/10.1109/ICATCCT.2015.7456903>
- [19] Deitz, G. D., Myers, S. W., & Stafford, M. R. (2012). Understanding Consumer Response to Sponsorship Information: A Resource-Matching Approach. *Psychology & Marketing*, 29(4), 226-239. <https://doi.org/10.1002/mar.20517>
- [20] Dirgantara, H. B., Marselino, T. L., & Kurniawati, Y. E. (2023). Kajian Literatur Kurikulum E-sport dan Perkembangan Industri Game. *KALBISCIENTIA Jurnal Sains dan Teknologi*, 10(1), Article 1. <https://doi.org/10.53008/kalbiscientia.v10i1.1799>
- [21] Doherty, A., & Murray, M. (2007). The strategic sponsorship process in a non-profit sport organization. *Sport Marketing Quarterly*, 16(1), 49-59. Scopus.
- [22] Egliston, B. (2018). E-sport, phenomenality and affect. *Transformations*, 31, 156-176.
- [23] Eshghi, K. (2022). Are sports sponsorship announcements good news for shareholders? A meta-analysis. *International Journal of Research in Marketing*, 39(1), 268-287. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2021.04.003>
- [24] Fang, C., & Liu, H. (2021). Research and Application of Improved Clustering Algorithm in Retail Customer Classification. *Symmetry*, 13(10), 1789. <https://doi.org/10.3390/sym13101789>
- [25] Figueiredo, V., Rodrigues, F., Vale, Z., & Gouveia, J. B. (2005). An electric energy consumer characterization framework based on data mining techniques. *IEEE Transactions on power systems*, 20(2), 596-602. <https://doi.org/10.1109/TPWRS.2005.846234>
- [26] Funk, D., Mahony, D., & Ridinger, L. (2002). Characterizing Consumer Motivation as Individual Difference Factors: Augmenting the Sports Interest Inventory (SII) to Explain Level of Spectator Support. *Sport Marketing Quarterly*, 11(1). https://digitalcommons.odu.edu/hms_fac_pubs/34
- [27] Gok, B., & Fidan, U. (2019). Kurumsal İtibarı Algısının Satın Alma Niyetine Etkisinin Karar Ağacı ile Haritalandırılması. *Business & Economics Research Journal*, 10(3). <https://doi.org/10.20409/berj.2019.196>
- [28] Gunawan, A., & Tamburian, H. H. D. (2022). Pengaruh Sponsorship terhadap Brand Awareness Livin' by Mandiri (Studi pada Event E-Sport MPL ID Season 8). *Kiwari*, 1(1). <https://doi.org/10.24912/ki.v1i1.15619>
- [29] Hamari, J., & Sjöblom, M. (2017). What is eSports and why do people watch it? *Internet Research*, 27(2), 211-232. <https://doi.org/10.1108/IntR-04-2016-0085>
- [30] Han, D., Mahony, D. F., & Greenwell, T. C. (2016). A comparative analysis of cultural value orientations for understanding sport fan motivations. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 17(3), 260-276. <https://doi.org/10.1108/IJMS-08-2016-016>
- [31] Hebbel-Seeger, A. (2012). The relationship between real sports and digital adaptation in e-sport gaming. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 13(2), 43-54. <https://doi.org/10.1108/IJMS-13-02-2012-B005>
- [32] Hildebrandt, M. (2006). Profiling: From data to knowledge. *Datenschutz und Datensicherheit-DuD*, 30(9), 548-552. <https://doi.org/10.1007/s11623-006-0140-3>
- [33] Hsu, L. C. (2019). Building brand-fan relationships in social commerce contexts: Mediators of online brand relationships. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 14(2), 106-123.
- [34] Huang, Y.-C. (2022). How marketing strategy, perceived value and brand image influence WOM outcomes—The sharing economy perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 68, 103071. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103071>
- [35] Jaiswal, D., Kaushal, V., Singh, P.K. & Biswas, A. (2021). Green market segmentation and consumer profiling: a cluster approach to an emerging consumer market. *Benchmarking: An International Journal*, Vol. 28 No. 3, pp. 792-812. <https://doi.org/10.1108/BIJ-05-2020-0247>
- [36] James, J. D., & Ross, S. D. (2004). Comparing sport consumer motivations across multiple sports. *Sport Marketing Quarterly*, 13(1), 17-25.
- [37] James, J. D., Kolbe, R. H., & Trail, G. T. (2002). Psychological connection to a new sport team: Building or maintaining the consumer base? *Sport Marketing Quarterly*, 11(4), 215-225.
- [38] Jensen, J. A., Cobbs, J. B., & Turner, B. A. (2016). Evaluating sponsorship through the lens of the resource-based view: The potential for sustained competitive advantage. *Business Horizons*, 59(2), 163-173. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2015.11.001>
- [39] Jhavar, A., Varshney, S., & Kumar, P. (2023). Sponsorship Disclosure on social media: Literature review and future research agenda. *Management Review Quarterly*, 1-29. <https://doi.org/10.1007/s11301-023-00342-8>
- [40] Johnston, M. A., & Spais, G. S. (2015). Conceptual Foundations of Sponsorship Research. *Journal of Promotion Management*, 21(3), 296-312. <https://doi.org/10.1080/10496491.2015.1021504>
- [41] Kamath, G. B., Ganguli, S., & George, S. (2020). Attachment points, team identification and sponsorship outcomes: Evidence from the Indian Premier League. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 22(3), 429-452. <https://doi.org/10.1108/IJMS-01-2020-0008>
- [42] Katz, M., Mansfield, A. C., & Tyler, B. D. (2019). The Strength of Fan Ties: Emotional Support in Sport Fan Egocentric Networks. *Journal of Sport Management*, 34(4), 291-302. <https://doi.org/10.1123/jsm.2019-0170>
- [43] Kim, Y. K., & Trail, G. (2010). Constraints and Motivators: A New Model to Explain Sport Consumer Behavior. *Journal of Sport Management*, 24(2), 190-210. <https://doi.org/10.1123/jsm.24.2.190>
- [44] Kitayama M., Matsubara R. & Y. Izui. (2002). Application of data mining to customer profile analysis in the power electric industry. *2002 IEEE Power Engineering Society Winter Meeting. Conference Proceedings*, pp. 632-634 vol.1. <https://doi.org/10.1109/PESW.2002.985078>
- [45] Klöse, S., & Schöber, T. (2023). *Marketing im E-Sport: Das 4C Framework und Optionen zur Vermarktung in der Welt des elektronischen Sports*. Meyer & Meyer.

- [46] Knight, J. G., Mather, D., & Mathieson, B. (2015). The key role of sincerity in restoring trust in a brand with a corporate apology. In *Marketing dynamism & sustainability: Things change, things stay the same... Proceedings of the 2012 Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference* (pp. 192-195). Springer International Publishing.
- [47] Kolyperas, D., Maglaras, G., & Sparks, L. (2019). Sport fans' roles in value co-creation. *European Sport Management Quarterly*, 19(2), 201-220. <https://doi.org/10.1080/16184742.2018.1505925>
- [48] Koronios, K., Ntasis, L., Dimitropoulos, P., & Gerke, A. (2022). Unlocking the black box of sponsorship in participant-based sport. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 12(5), 598-617. <https://doi.org/10.1108/SBM-12-2021-0148>
- [49] Koronios, K., Ntasis, L., Dimitropoulos, P., & Ratten, V. (2021). Not just intentions: Predicting actual purchase behavior in sport sponsorship context. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 12(1), 4-28. <https://doi.org/10.1108/SBM-03-2021-0034>
- [50] Koronios, K., Psiloutsikou, M., Kriemadis, A., Zervoulakos, P., & Leivaditi, E. (2016). Sport Sponsorship: The Impact of Sponsor Image on Purchase Intention of Fans. *Journal of Promotion Management*, 22(2), 238-250. <https://doi.org/10.1080/10496491.2016.1121739>
- [51] Koronios, K., Vrontis, D., & Thrassou, A. (2021). Strategic sport sponsorship management – A scale development and validation. *Journal of Business Research*, 130, 295-307. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.03.031>
- [52] Kronreif, J. (2023). E-Sport: Von Special Interest zum Massenphänomen. *Communicatio Socialis*, 56(1), 96-100.
- [53] Kumar, V. (2022). Enhancing participation intentions in online brand communities. *Marketing Intelligence & Planning*, 40(7), 898-913.
- [54] Lin, H.-C., & Bruning, P. F. (2020). Sponsorship in focus: A typology of sponsorship contexts and research agenda. *Marketing Intelligence & Planning*, 39(2), 213-233. <https://doi.org/10.1108/MIP-04-2020-0169>
- [55] Madrigal, R. (2000). The Influence of Social Alliances with Sports Teams on Intentions to Purchase Corporate Sponsors' Products. *Journal of Advertising*, 29(4), 13-24.
- [56] Marin, L., Ruiz De Maya, S., & Rubio, A. (2018). The Role of Identification in Consumers' Evaluations of Brand Extensions. *Frontiers in Psychology*, 9. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2018.02582>
- [57] Maszczyk, T., & Duch, W. (2008, June). Comparison of Shannon, Renyi and Tsallis entropy used in decision trees. In *International Conference on Artificial Intelligence and Soft Computing* (pp. 643-651). Springer, Berlin, Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-540-69731-2_62
- [58] Mehdiyev, N., Enke, D., Fettke, P., & Loos, P. (2016). Evaluating forecasting methods by considering different accuracy measures. *Procedia Computer Science*, 95, 264-271. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2016.09.332>
- [59] Mullin, B. J., Hardy, S., & Sutton, W. A. (2014). *Sport Marketing* (4th Edition). Human Kinetics.
- [60] Murrell, A. J., & Dietz, B. (1992). Fan Support of Sport Teams: The Effect of a Common Group Identity. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 14(1), 28-39. <https://doi.org/10.1123/jsep.14.1.28>
- [61] Nassis, P., Theodorakis, N., Afthinos, Y., & Kolybalis, H. (2014). The Effect of Fans' Attitudes on Sponsorship Outcomes: Evidence from an Exploratory Study in Greece. *Journal of Applied Sport Management*, 6(1). <https://trace.tennessee.edu/jasm/vol6/iss1/7>
- [62] Norris, J. I., Wann, D. L., & Zapalac, R. K. (2015). Sport fan maximizing: Following the best team or being the best fan? *Journal of Consumer Marketing*, 32(3), 157-166. <https://doi.org/10.1108/JCM-02-2014-0856>
- [63] Nosi, C., Pucci, T., Melanthiou, Y., & Zanni, L. (2021). The influence of online and offline brand trust on consumer buying intention. *EuroMed Journal of Business*, 17(4), 550-567. <https://doi.org/10.1108/EMJB-01-2021-0002>
- [64] Novak, M. (1976). *The Job of Sports*. Basic Books, 132-175.
- [65] Olson, E. L. (2010). Does sponsorship work in the same way in different sponsorship contexts? *European Journal of Marketing*, 44(1/2), 180-199. <https://doi.org/10.1108/03090561011008664>
- [66] Park, J., Yi, Y., & Kang, D. (2019). The Effects of One-Sided vs. Two-Sided Review Valence on Electronic Word of Mouth (e-WOM): The Moderating Role of Sponsorship Presence. *Asia Marketing Journal*, 21(2). <https://doi.org/10.15830/amj.2019.21.2.1>
- [67] Park, Y. J., & Chang, K. N. (2009). Individual and group behavior-based customer profile model for personalized product recommendation. *Expert Systems with Applications*, 36(2), 1932-1939. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2007.12.034>
- [68] Paschen, J., Pitt, L., Kietzmann, J., Dabirian, A., & Farshid, M. (2017). The brand personalities of brand communities: An analysis of online communication. *Online Information Review*, 41(7), 1064-1075.
- [69] Pizzo, A. D., Baker, B. J., Na, S., Lee, M. A., Kim, D., & Funk, D. C. (2018). eSport vs. Sport: A Comparison of Spectator Motives. *Sport Marketing Quarterly*, 27(2), 108-124.
- [70] Polonsky, M. J., & Speed, R. (2001). Linking sponsorship and cause related marketing: Complementarities and conflicts. *European Journal of Marketing*, 35(11/12), 1361-1389. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000006484>
- [71] Puzakova, M., Kwak, H., & Bell, M. (2015). Beyond seeing McDonald's fiesta menu: The role of accent in brand sincerity of ethnic products and brands. *Journal of Advertising*, 44(3), 219-231.
- [72] Ragas, M. W., & Roberts, M. S. (2009). Communicating corporate social responsibility and brand sincerity: A case study of Chipotle Mexican Grill's 'Food with Integrity' program. *International Journal of Strategic Communication*, 3(4), 264-280.
- [73] Reimer, T., & Benkenstein, M. (2016). When good WOM hurts and bad WOM gains: The effect of untrustworthy online reviews. *Journal of Business Research*, 69(12), 5993-6001.
- [74] Rietz, J., & Hallmann, K. (2022). A systematic review on spectator behavior in esports: Why do people watch? *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 24(1), 38-55. <https://doi.org/10.1108/IJMSM-12-2021-0241>
- [75] Rodgers, S. (2003). The Effects of Sponsor Relevance on Consumer Reactions to Internet Sponsorships. *Journal of Advertising*, 32(4), 67-76. <https://doi.org/10.1080/00913367.2003.10639141>
- [76] Sadikin, M., & Alfiandi, F. (2018). Comparative Study of Classification Method on Customer Candidate Data to Predict its Potential Risk. *International Journal of Electrical & Computer Engineering* (2088-8708), 8(6). <https://doi.org/10.11591/ijece.v8i6.pp4763-4771>
- [77] Sari, E. & Harta, G. (2019). Lise ve üniversite öğrencilerinin e-spor davranışları: Twitch platformu hakkında bir araştırma. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*(13), 184-206.
- [78] Sari, J. N., Nugroho, L. E., Ferdiana, R., & Santosa, P. I. (2016). Review on customer segmentation technique on ecommerce. *Advanced Science Letters*, 22(10), 3018-3022. <https://doi.org/10.1166/asl.2016.7985>
- [79] Schlesinger, T., & Güngerich, M. (2011). Analysing sport sponsorship effectiveness – the influence of fan identification, credibility and product-involvement. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 9(1-2), 54-74. <https://doi.org/10.1504/IJSM.2011.040257>
- [80] Segal, D. (2014, Ekim 10). Behind League of Legends, E-Sports's Main Attraction. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2014/10/12/technology/riot-games-league-of-legends-main-attraction-esports.html>
- [81] Seo, E. J., Park, J.-W., & Choi, Y. J. (2020). The Effect of Social Media Usage Characteristics on e-WOM, Trust, and Brand Equity: Focusing on Users of Airline Social Media. *Sustainability*, 12(4). <https://doi.org/10.3390/su12041691>
- [82] Smith, A., Graetz, B., & Westerbeek, H. (2008). Sport sponsorship, team support and purchase intentions. *Journal of Marketing Communications*, 14(5), 387-404. <https://doi.org/10.1080/13527260701852557>
- [83] Thomas, O., Kucza, G., & Schuppisser, S. (2022). Can Sports Sponsorship Affect Consumers' Motivation for Sports Consumption? *Journal of Promotion Management*, 28(7), 893-922. <https://doi.org/10.1080/10496491.2021.2009611>
- [84] Thongves, M., Lert-Asavapatra, P., Mahotlan, T., & Saisema, C. (2023). The Concepts of Create Image In E-Sport Items. *International Academic Multidisciplinary Research Conference in Amsterdam*, 204-212.
- [85] Tiring, O., & Güloğlu, B. (2023). E-spor oynayanların psikolojik tepkilerinin yordayıcısı olarak benlik kurgusu, mükemmeliyetçilik ve olumlu gelecek beklentisi. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 28(2), 102-112. <https://doi.org/10.53434/gbesbd.1165009>
- [86] Tsiotsou, R., & Alexandris, K. (2009). Delineating the outcomes of sponsorship: Sponsor image, word of mouth, and purchase intentions. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 37(4), 358-369. <https://doi.org/10.1108/09590550910948583>
- [87] Tzordia, C., Apostolopoulou, A., & Papadimitriou, D. (2021). Does team identification of satellite fans influence brand-related sponsorship outcomes? What we learned from Manchester United supporters in Malaysia. *Journal of Strategic Marketing*, 0(0), 1-19. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2021.2004208>
- [88] Tzordia, Ch., Papadimitriou, D., & Parganas, P. (2018). The influence of sport sponsorship on brand equity and purchase behavior. *Journal of Strategic Marketing*, 26(1), 85-105. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2017.1374299>
- [89] Tuk, M. A., Verlegh, P. W., Smidts, A., & Wigboldus, D. H. (2009). Sales and sincerity: The role of relational framing in word-of-mouth marketing. *Journal of Consumer Psychology*, 19(1), 38-47.
- [90] Wakefield, L. T., & Bennett, G. (2018). Sports fan experience: Electronic word-of-mouth in ephemeral social media. *Sport Management Review*, 21(2), 147-159. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2017.06.003>
- [91] Walraven, M., Koning, R. H., & van Bottenburg, M. (2012). The effects of sports sponsorship: A review and research agenda. *The Marketing Review*, 12(1), 17-38. <https://doi.org/10.1362/146934712X13286274424235>
- [92] Wann, D. L. (2006). Understanding the positive social psychological benefits of sport team identification: The team identification-social psychological health mode. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 10(4), 272-296.
- [93] Wann, D. L., & James, J. D. (2018). *Sport Fans: The Psychology and Social Impact of Fandom*. Routledge.
- [94] Yoo, C. W., Sanders, G. L., & Moon, J. (2013). Exploring the effect of e-WOM participation on e-Loyalty in e-commerce. *Decision Support Systems*, 55(3), 669-678. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2013.02.001>
- [95] Yoon, Y., Gürhan-Canli, Z., & Schwarz, N. (2006). The effect of corporate social responsibility (CSR) activities on companies with bad reputations. *Journal of Consumer Psychology*, 16(4), 377-390.
- [96] Yurtsizoğlu, Z., & Gül, O. (2022). Spor Takımı Taraftarının Etnosentrik Tüketim Eğilimi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 20(45), Article 45. <https://doi.org/10.35408/comuybd.1017290>
- [97] Yüncü, V. & Fidan, Ü. (2020). Çalışan sessizliği ve algılanan örgütsel destek arasındaki ilişkinin veri madenciliği ile incelenmesi. *Acta Infologica*, 4(2), 123-137. <https://doi.org/10.26650/acin.801398>



HİBRİT BİR ÇKKV MODELİ İLE ULUSAL VE ULUSLARARASI SERMAYE YAPISINA SAHİP ŞİRKETLERİN FİNANSAL PERFORMANS KARŞILAŞTIRMASI: TÜRK SİGORTA SEKTÖRÜ ÖZELİNDE BİR UYGULAMA

MEHMET ZAFER TAŞCI*

* Dr. Öğr. Üyesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Zara Veysel Dursun Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Sigortacılık Bölümü, mztasci@cumhuriyet.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-5848-259X>.

ÖZ

Bu çalışma Türk sigorta sektöründe faaliyet gösteren ikisi ulusal ikisi uluslararası sermayeli dört sigorta şirketinin performans değerlendirmesini amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda Entropi ve EDAS-M yöntemlerinden oluşan hibrit bir Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) modeli önerilmiştir. İlk olarak Entropi yöntemi ile performans değerlendirme kriterlerine ilişkin objektif ağırlıklar elde edilmiştir. İkinci aşamada ise sigorta şirketlerinin 2015-2021 dönemi performansları EDAS-M yöntemine göre değerlendirilip sıralanmıştır. Entropi yöntemi ile elde edilen sonuçlar incelendiğinde AXA Sigorta Şirketi'nin performansının belirlenmesinde önem ağırlığı en yüksek kriterin TA (Toplam Aktif) kriteri, Axa Hayat ve Emeklilik Şirketi'nin performansı üzerinde en etkili kriterin NK (Net Kâr), Anadolu Sigorta Şirketi'nin performansı üzerinde en etkili kriterin NK (Net Kâr) ve Anadolu Hayat ve Emeklilik Şirketi'nin performansı üzerinde en etkili kriterin AP (Alınan Prim) kriterleri olduğu gözlemlenmektedir. EDAS-M yöntemi sonuçları AXA Hayat ve Emeklilik hariç diğer üç şirketin en iyi performans gösterdiği yılın 2021 yılı olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Sigorta Sektörü, Performans Analizi, Entropi, EDAS-M

Editör / Editor:
Selma GÜLİRMAK,
Erciyes Üniversitesi, Türkiye

***Sorumlu Yazar/ Corresponding Author:**
Mehmet Zafer TAŞCI,
mztasci@cumhuriyet.edu.tr

JEL:
C65, G22, C02

Geliş: 12 Temmuz 2023

Received: July 12, 2023

Kabul: 29 Aralık 2023

Accepted: December 29, 2023

Yayın: 30 Nisan 2024

Published: April 30, 2024

Atıf / Cited as (APA):

Taşcı, M.Z. (2024),

Hibrit Bir ÇKKV Modeli ile Ulusal ve

Uluslararası Sermaye Yapısına Sahip

Şirketlerin Finansal Performans

Karşılaştırması: Türk Sigorta Sektörü Özelinde

Bir Uygulama, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve

İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 67, 113-120,

doi:10.18070/erciyesiibd.1326709

FINANCIAL PERFORMANCE COMPARISON OF COMPANIES WITH NATIONAL AND INTERNATIONAL CAPITAL STRUCTURE WITH A HYBRID MCDM MODEL: AN APPLICATION SPECIFIC TO THE TURKISH INSURANCE SECTOR

ABSTRACT

This study aims to evaluate the performance of four insurance companies, two with national and two with international capital, operating in the Turkish insurance sector. For this purpose, a hybrid Multi-Criteria Decision-Making model consisting of Entropy and EDAS-M methods has been proposed. Firstly, objective weights related to performance evaluation criteria were obtained by Entropy method. In the second stage, the performance of insurance companies for the period 2015-2021 was evaluated and ranked according to the EDAS-M method. When the results obtained by entropy method are examined, it is observed that TA (Total Assets) criterion is the most important criterion for determining the performance of AXA Insurance Company, NK (Net Profit) criterion is the most effective criterion for the performance of Axa Life and Pension Company, NK (Net Profit) criterion is the most effective criterion for the performance of Anadolu Insurance Company and AP (Premium Received) criterion is the most effective criterion for the performance of Anadolu Life and Pension Company. The results of the EDAS-M method show that the best performing year of the other three companies, excluding AXA Life and Pension, is 2021.

Keywords: Insurance Industry, Performance Analysis, Entropy, EDAS-M

GİRİŞ

Sigorta sektörü günümüzde modern ekonomilerde kalkınmaya önemli katkılar sağlayan kilit role sahip bir aktör haline gelmiştir (Azegele vd. 2021: 69). Sigortanın varlığı bireylerin beklenmedik olaylara karşı endişelerini ortadan kaldırmaktadır (Ecer & Pamucar, 2021: 1). Sigorta şirketleri bireyleri ve işletmeleri maddi kayıplara karşı korumasının yanında işlem maliyetlerinin azaltılmasına, verimli kaynaklar yaratılmasına, yatırımlarda ölçek ekonomilerinin kolaylaştırılmasına, likidite sağlanmasına ve finansal kayıpların yayılmasına önemli katkılar sağlamaktadır. Bu nedenle hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler finansal hizmetler sektöründe oldukça stratejik ve önemli bir konuma sahiptir (Batool & Sahi, 2019: 1).

Finansal performans, belirli bir dönem aralığında bir işletmenin varlıklarını kullanım etkinliğini ve varlıklarını kullanarak elde ettiği gelirin objektif bir göstergesidir (Morara & Sibindi, 2021: 3). Bir işletmenin yatırımlarının kârlılığı, finansal durumu ve işletme riskleri finansal performans analizi ile ortaya konulabilmektedir (Uygurtürk & Korkmaz, 2012: 96). Sigorta sektöründe sigortalılara hizmet veren birçok sigorta şirketinin bulunması sektörde oldukça rekabetçi bir ortam yaratmaktadır. Sigorta şirketlerinin bu rekabetçi ortamda rakiplerinin karşısında ön plana çıkabilmeleri, mevcut müşteri portföyünü koruyabilmeleri ve potansiyel sigortalıları portföylerine dahil edebilmeleri oldukça önem arz etmektedir. Bu durum sigorta şirketleri tarafından düzenli aralıklarla performans ölçümü gerçekleştirilmesi ve elde edilen sonuçların hem geçmiş dönem performansları hem de rakip performansları ile karşılaştırılması gerekliliğini doğurmaktadır. (Erdemir & Kırkağaç, 2627-2628).

Ülkemizde 2021 yıl sonu itibarıyla faaliyet gösteren sigorta, reasürans ve emeklilik şirketi sayısı 65'tir. Bu şirketlerden 61'i anonim şirket, 2 tanesi kooperatif şirket ve diğer 2 tanesi de yurt dışında kurulu şirketlerin şubesi şeklinde faaliyet göstermektedir. Bu şirketlerden 41 tanesi hayat dışı sigorta şirketi, 6 tanesi hayat sigorta şirketi, 15 tanesi emeklilik şirketi, 3 tanesi ise reasürans şirkettir. Ülkemizde sigorta potansiyelinin yüksek olması sebebiyle uluslararası sermayenin ilgisini Türk sigorta sektörünün üzerine çekmektedir. 2021 yıl sonu itibarıyla Türk sigorta sektöründe faaliyet gösteren yabancı sermayeli şirket sayısı 41 iken uluslararası sermayenin toplam prim üretimindeki payı %52 olarak belirtilmiştir (SEDDK, Sigortacılık ve Özel Emeklilik Faaliyetleri Hakkında Rapor, 2021).

Bu çalışmada çok kriterli bir performans değerlendirme modeli ile Türk sigorta sektöründe prim üretimi sıralamasında çalışmada ele alınan dönem aralığında sürekli olarak ilk 10 şirket içerisinde yer alan ulusal sermayeli ülkemizin ilk ulusal sigorta şirketi olarak kurulan 2021 yıl sonu itibarıyla %10 pazar payına sahip Anadolu Sigorta'nın hem hayat hem de hayat dışı grubu şirketlerinin ve Türkiye'de 2021 yıl sonu itibarıyla 2600'ün üzerinde acentesi ve 5,9 milyar TL prim üretimi ile sigorta sektörünün liderlerinden biri olan uluslararası sermayeli AXA Sigorta'nın hem hayat hem de hayat dışı grubu şirketlerinin performanslarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır (AXA Sigorta Şirketi Faaliyet Raporu, 2021; Anadolu Sigorta Şirketi Faaliyet Raporu, 2021).

Bu çalışmanın ana hedefleri aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Anadolu Sigorta'nın hem hayat grubu hem de hayat dışı grubu şirketlerinin yıllara ilişkin finansal performanslarını değerlendirme.
- AXA Sigorta'nın hem hayat grubu hem de hayat dışı grubu şirketlerinin yıllara ilişkin finansal performanslarını değerlendirme.
- Sigorta şirketlerinin performans değerlendirilmesinde kullanılan değerlendirme kriterlerinin önem ağırlıklarını belirleme.
- Önerilen çok kriterli performans değerlendirme modelinin etkinliğini gösterme.

Yukarıda bahsedilen hedeflerin yerine getirilebilmesi için, çalışmanın geri kalanını organize edilmiş biçimi şu şekildedir: İkinci bölümde literatür taraması yapılmıştır. Üçüncü bölümde veri seti ile Entropi ve EDAS-M yöntemlerine ait hesaplama süreçleri ayrıntılı olarak sunulmuştur. Uygulama sonuçları dördüncü bölümde verilmiştir. Sonuç, öneriler ve kısıtlar beşinci bölümde sunulmuştur.

I. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Literatür incelemesinde sigorta sektöründe performansı konu alan çalışmaların genellikle şirket performans sıralaması üzerine veya sigorta sektörünün yıl bazlı performans değerlendirmesi üzerine yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmada ise şirketlerin performans sıralamasının yanı sıra yerli ve yabancı sermaye yapıları şirketlerin performans değerlendirilmesi yapılan yıl aralığında performans düzeyleri arasında farklılık olup olmadığının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çalışma konusuna benzer olarak Ege ve Bayrakdaroğlu (2009) tarafından yapılan çalışmada faktör analizi uygulanarak yerli ve yabancı sermayeli sigorta şirketlerinin finansal performansları karşılaştırılmıştır. Çalışma sonucunda ağırlıklı olarak yabancı sermayeli sigorta şirketlerinin daha iyi performans gösterdiği tespit edilmiştir. Literatür incelemesinde ÇKKV yöntemleri ile ulusal ve uluslararası sermaye yapısının sigorta şirketlerinin performansı üzerindeki etkiyi değerlendiren bir çalışmaya rastlanılmamıştır.

Bu çalışmada literatür incelemesi iki grupta ele alınmıştır. İlk olarak Entropi ve EDAS-M yöntemlerinin uygulandığı çalışmalar incelenmiştir. İkinci olarak ise ÇKKV yöntemlerinin kullanıldığı sigorta sektörünü konu alan çalışmalar ele alınmıştır. İlgili literatür incelemesi Tablo 1'de sunulmuştur.

TABLO 1 | Entropi ve EDAS-M Yöntemlerine İlişkin Literatür İncelemesi

ENTROPİ ve EDAS-M Yöntemlerinin Uygulandığı Bazı Çalışmalar			
Yazar	Amaç	Yöntem	Bulgular
Shemshadi vd. (2011)	Tedarikçi seçiminde tedarikçilerin değerlendirilmesi.	Entropi, VIKOR	Çalışma sonucunda müşteri odaklı iş yapan firmaların son kullanıcı görüşlerinin dikkate alınmasının faydalı olacağı görüşü önerilmiştir.
Lee vd. (2012)	Tayvan ve Kore'de denizcilik şirketlerinin finansal performanslarının karşılaştırmalı değerlendirilmesi.	Entropi, Gri İlişkisel Analiz	Analiz sonuçları Tayvanlı iki denizcilik şirketinin genel mali performansının, 2003 hariç, 1999 ile 2007 yılları arasında iki Koreli denizcilik şirketinden daha iyi olduğunu göstermiştir.
Çakır ve Perçin (2013)	AB ülkelerinde AR-GE performansının ölçülmesi.	Entropi, TOPSIS	Çalışma bulguları Almanya'nın en iyi AR-GE performansı gösteren ülke olduğunu ortaya koymuştur.
Chen vd. (2015)	Yeraltı suyu sürdürülebilirliğinin değerlendirilmesi.	Entropi, AHP	Yeraltı suyu sürdürülebilirliğini etkileyen en önemli kriterin kullanılabilir yeraltı suyu kaynağı modülü ve ikinci olarak ise basınçlı akiferdeki mevcut yeraltı suyu kaynağı modülü kriteri olduğu tespit edilmiştir.
Tunca vd. (2016)	OPEC'e üye 12 ülkenin performans değerlendirilmesi.	Entropi, MAUT	Çalışma sonucunda OPEC ülkeleri arasında en iyi performansa sahip ülke İran olarak tespit edilmiştir.
Akçakanat vd. (2017)	Bankacılık sektöründe performans değerlendirilmesi.	Entropi, WASPAS	Bankaların performansının belirlenmesinde etkin kriterin şube sayısı olduğu tespit edilmiştir.
Ural vd. (2018)	Türkiye'de faaliyet gösteren kamu bankalarının performans analizi	Entropi, WASPAS	Analiz bulgularına göre 2012 ve 2013 yıllarında en iyi performansı Vakıflar Bankası'nın, 2014-2015 ve 2016 yıllarında ise Ziraat Bankası'nın gösterdiği tespit edilmiştir.
Ulutaş (2018)	Lojistik firmalarının performans değerlendirilmesi.	Entropi, EDAS	Yapılan analiz sonucunda en iyi performansa sahip lojistik firması MARS olarak tespit edilmiştir.
Altan ve Yıldırım (2019)	Türk sigorta sektörünün finansal performansının değerlendirilmesi.	Entropi, TOPSIS	Çalışma bulguları hem hayat dışı hem de hayat ve emeklilik sigorta branşının en başarılı olduğu yılın 2016 olduğunu göstermektedir.
Ünal (2019)	BİST'te işlem gören sigorta şirketlerinin performans değerlendirilmesi	Entropi, EDAS	Analiz neticesinde 2017 yılında en iyi finansal performansa Anadolu Hayat ve Emeklilik Şirketi'nin en kötü performansa ise Ray Sigorta'nın sahip olduğu tespit edilmiştir.

TABLO 1 (Devamı) | Entropi ve EDAS-M Yöntemlerine İlişkin Literatür İncelemesi

Orhan (2019)	Türkiye ile AB ülkelerinin lojistik performansının değerlendirilmesi	Entropi, EDAS	Lojistik performansı sıralamasında ilk üç sırada Almanya, İsveç ve Danimarka'nın olduğu tespit edilmiştir. Türkiye 22. sırada yer almıştır.
Arslan vd. (2021)	Bilişim işletmeleri için en uygun teknopark bölgesi seçimi.	Entropi, ARAS	Çalışma sonucunda en uygun teknoparkın İTÜ teknopark, ikinci en uygun teknoparkın ise Yıldız teknopark olduğu tespit edilmiştir.
Bektaş (2021)	Türk katılım bankalarının finansal performans değerlendirilmesi	Entropi, MAIRCA	Performans sıralamasında 2018 yılında ilk sırada Ziraat Katılım Bankası, 2019 yılında ise Kuveyt Türk Katılım Bankası yer almıştır.
Topal (2021)	Elektrik üretim şirketlerinin finansal performans değerlendirilmesi	Entropi, COCOSO	Analiz sonucunda finansal performansı en yüksek şirket ENKA iken performansı en düşük şirket GAMA olarak tespit edilmiştir.
Çınaroğlu (2022)	Bireysel emeklilik şirketlerinin performans değerlendirilmesi.	Entropi, CODAS, EDAS	Çalışma sonucunda bireysel emeklilik şirketlerinin performansı üzerinde en etkili kriterin katılımcı sayısı olduğu belirtilmiştir. En yüksek performansa sahip şirket ise Türkiye Hayat ve Emeklilik olarak tespit edilmiştir.
Bulduk ve Ecer (2023)	Kripto para yatırım alternatiflerinin değerlendirilmesi.	Entropi, ARAS	Çalışmada kripto para yatırımı yaparken en dikkat edilmesi gereken kriterin işlem hacmi olduğu tespit edilmiştir. Yapılan analiz neticesinde kripto paralar arasında ilk sırada Bitcoin, son sırada ise Dogecoin yer almıştır.
Zavadskas vd. (2019)	Otonom bir aracın değerlendirilmesi.	EDAS-M	Çalışma bulguları EDAS-M yönteminin iyi ve geçerli sonuçlar sağladığını göstermiştir.
Işık (2022)	Türkiye'de faaliyet gösteren seçilmiş lojistik firmalarının performans analizi.	Gri Entropi, FUCOM, EDAS-M	Yapılan analiz neticesinde en önemli performans kriterinin ihracat miktarı ve en iyi performansı gösteren firmanın ise Ekol Lojistik firması olduğu tespit edilmiştir.

ÇKKV Yöntemlerini Kullanarak Sigorta Sektörünü Konu Alan Çalışmalar

Yazar	Amaç	Yöntem	Bulgular
Doumpos vd. (2012)	Hayat dışı sigorta şirketlerinin performans tahmini.	PROOMETHE II	Gayri safi yurt içi hasıla (GSYİH) büyümesi, enflasyon ve gelir eşitsizliği performansı belirleyici en güçlü kriterler olarak tespit edilmiştir.
Saeedpoor vd. (2015)	Hayat sigorta şirketlerinin hizmet kalitesi performans değerlendirilmesi.	Fuzzy AHP, Fuzzy TOPSIS	Çalışmada A2, A5, A11, A7 ve A10 olarak kodlanan şirketler en başarılı ve önemli olanlar olarak belirlenmiştir.
Torbati ve Sayadi (2018)	İran'da sigorta branşlarının performansını incelemek.	BWM, FIS	Analiz bulguları bir sigorta şirketinin performansının ölçülmesinde üst düzey yöneticiler için memnuniyet, çalışanların eğitim düzeyi, yatırım miktarı, çalışanlara sağlanan kolaylık, eğitim maliyeti, araştırma geliştirme maliyetleri ve insan gücü becerilerinin en önemli kriterler olduğunu göstermiştir.
Nourani vd. (2018)	Malezya sigorta şirketlerinin teknik etkinliğinin ölçülmesi.	DEA	Çalışmadan elde edilen bulgular yabancı sigorta şirketleri ile karşılaştırıldığında yerel sigorta şirketleri arasında yatırım kapasitesi fonksiyonunda etkinlik eksikliği olduğunu ortaya koymuştur.
Lu ve Zhu (2018)	Çin sigorta şirketlerinin performans değerlendirilmesi.	AHP	Çalışma sigorta şirketi yöneticilerinin performans için net varlık getirisi ve borç ödeme yeterliliği oranına dikkat etmeleri gerektiğini ileri sürmüştür.
Beiragh vd. (2020)	Sigorta şirketlerinin sürdürülebilirlik performans analizi.	AHP, DEA	Analiz sonuçları Dana, Razi ve Dey'in en iyi sürdürülebilirlik performansına sahip olduğunu göstermiştir.

TABLO 1 (Devamı) | Entropi ve EDAS-M Yöntemlerine İlişkin Literatür İncelemesi

Rahmati ve Darestani (2022)	İran'da sigorta sektörünün performans değerlendirilmesi.	BWM, TOPSIS	Sigorta sektöründe performansın iyileştirilmesi için hizmet kalitesinin artırılmasının en önemli kriter olduğu tespit edilmiştir.
Demir (2022)	Bir sigorta şirketinin kurumsal performansının değerlendirilmesi.	PSI, SD, MABAC	Sonuçlar söz konusu sigorta şirketinin en başarılı olduğu yılın 2013, buna karşın en başarısız olduğu yılın ise 2018 olduğunu göstermiştir.
Baykal ve Akıllı (2023)	Türkiye'de faaliyet gösteren hayat ve emeklilik şirketlerinin finansal performans değerlendirilmesi	Entropi, WASPAS	Analiz kapsamına dahil edilen her iki yılda da performansa etkisi en az olan kriterin Ödenen Zaminat olduğu tespit edilmiştir.

II. VERİ SETİ ve ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Ülkemizde sigorta potansiyelinin yüksek olması sebebiyle uluslararası sermayenin ilgisini Türk sigorta sektörünün üzerine çekmektedir. 2021 yıl sonu itibarıyla Türk sigorta sektöründe faaliyet gösteren yabancı sermayeli şirket sayısı 41 iken uluslararası sermayenin toplam prim üretimindeki payı %52 olarak belirtilmiştir. Bu nedenle çalışmada Türk sigorta sektöründe faaliyet gösteren bir ulusal ve bir uluslararası sigorta şirketi ele alınmıştır. Söz konusu şirketler Anadolu ve AXA sigorta şirketleridir. Çalışma kapsamında Anadolu ve AXA şirketlerinin hem hayat dışı hem de hayat grubu sigorta şirketlerinin 2015-2021 dönemi performansları kendi içinde değerlendirilmiş ve karşılaştırılmıştır. Sigorta şirketlerinin performans ölçümünde kullanılan değerlendirme kriterleri söz konusu sigorta şirketleri tarafından yıllık olarak yayınlanan faaliyet raporlarında finansal göstergeler olarak belirtilen kriterler arasından derlenmiştir. Kriterler literatür taraması sonucu sigorta sektöründe performans değerlendirmesini konu alan önceki çalışmalardan faydalanarak belirlenmiştir (Bektaş, 2022: 253; Işık, 2021: 896; Demir ve Arslan, 2021: 421; Akpınar ve Yıldız, 2018: 277; Bayramoğlu ve Başarır, 2016: 140).

Çalışmanın bu bölümünde ilgili sigorta şirketlerinin performans ölçümü için önerilen Entropi- EDAS-M modeline ilişkin uygulama prosedürleri ile bu modelde kullanılan veri seti açıklanacaktır.

Entropi yönteminin karar vericilerin değerlendirmelerine gerek duymadan karar matrisindeki verileri kullanarak ağırlıkları hesaplıyor oluşu karar alıcıların fikirlerine müracaat edilmesi zorunluluğunu ortadan kaldırmakta, karar vericilerin objektif olmayan ve kimi zaman tutarlıktan uzak yaklaşımlarının dışarıda bırakılmasına olanak sağlamaktadır. Ayrıca Entropi yönteminin problemlerin çözümünde belirli ve kolay anlaşılabilir matematiksel hesaplamalar kullanması yine yöntemin tercih edilme nedenlerindedir (Ömürbek ve Balcı, 2017: 15; Görçün, 2019: 257).

EDAS yöntemi optimal çözüm üretirken ortalama çözüme negatif ve pozitif uzaklıkların hesaplanmasını dikkate almaktadır. EDAS-M yöntemi ise geleneksel EDAS yöntemindeki ortalama çözümden sapmayı da dikkate alınmaktadır. EDAS-M yaklaşımı ve Minkowski uzayı ile karar vericilerin mevcut alternatifler arasından etkili alternatifleri seçerek, karar verme aşamasında stratejik zorlukları ele alan çok kriterli problem modelleri geliştirebilecekleri ileri sürülmektedir (Zavadskas vd., 2019: 262).

Yukarıda belirtilen özellikleri ve literatür incelemesi sonrası sigorta sektöründe finansal performansın ölçülmesinde daha önce kullanılmamış bir model olması sebebiyle bu çalışmada Entropi ve EDAS-M yöntemlerinden oluşan entegre bir model kullanılmıştır.

Performans değerlendirmede kullanılan kriterler, kısaltma kodları ve optimum yönleri Tablo 2'de yer almaktadır.

TABLO 2 | Sigorta Şirketleri Performans Değerlendirme Kriterleri

Kriterler	Kod	Amaç
Alınan Prim	AP	Fayda
Ödenen Hasarlar	ÖH	Maliyet
Teknik Kâr	TK	Fayda
Net Kâr/Zarar	NK	Fayda
Toplam Aktifler	TA	Fayda

Karar vericiler tarafından maksimize edilmek istenen kriterler fayda kriteri, minimize edilmek istenen kriterler ise maliyet kriteri olarak ifade edilmektedir. Faydalı kriterlerin maksimize, maliyet kriterlerinin ise minimize edilerek performansın artırılması hedeflenmektedir (Demir ve Arslan; 2021; 425). Bu çalışmada Tablo 2’de gösterildiği gibi alınan prim, teknik kâr, net kâr/zarar ve toplam aktifler kriterinin maksimize, ödenen hasarlar kriterinin ise minimize olması hedeflenmektedir.

A. ENTROPİ

Entropi yöntemi karar matrisi elemanlarını kullanarak kriter ağırlıklarının tespit edilmesini sağlayan bir yöntemdir. Entropi yönteminin uygulama aşamaları aşağıdaki gibidir (Wang ve Lee, 2009; Ulutaş, 2019; Işık, 2019):

Aşama 1: Entropi yönteminin ilk aşamasında tüm alternatif ve kriterleri içeren bir karar matrisi oluşturulur.

$$X = [x_{ij}]_{m \times n} = \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & \cdots & x_{1n} \\ x_{21} & x_{22} & \cdots & x_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ x_{m1} & x_{m2} & \cdots & x_{mn} \end{bmatrix} \quad (1)$$

Aşama 2: Kriterlerin benzer değerlere dönüştürülmesi için karar matrisi normalize edilir. Fayda nitelikli kriterler için Eşitlik (2), maliyet nitelikli kriterler için ise Eşitlik (3) kullanılır.

$$r_{ij} = \frac{X_{ij}}{\max_{ij}} \quad (2)$$

$$r_{ij} = \frac{\min_{ij}}{X_{ij}} \quad \min_{ij} \neq 0 \quad (3)$$

Aşama 3: Kriterlere ait entropi değerlerinin hesaplanması.

$$e_j = -k \sum_{j=1}^n r_{ij} * \ln(r_{ij}), \quad i = 1, 2, 3, \dots, m \quad j = 1, 2, 3, \dots, n \quad (4)$$

e_j = entropi katsayısı

$k = 1/\ln m$

r_{ij} = normalize edilmiş değerler

Aşama 4: Son aşamada Eşitlik (5) kullanılarak kriterlere ait önem ağırlıkları hesaplanır.

$$w_j = \frac{1 - e_j}{\sum_{i=1}^n (1 - e_j)} \quad (5)$$

B. EDAS-M

Ghorabae vd. (2015) tarafından literatüre kazandırılmış EDAS yöntemi, Zavadskas vd. (2019) tarafından Minkowski Uzayı kullanılarak genişletilmiş ve EDAS-M yöntemi olarak literatüre sunulmuştur. Geleneksel EDAS yönteminde değerlendirme puanı $AS \leq 1$ olabilirken, bu EDAS-M yönteminde sıfırdan küçük ve birden yüksek olabilir. Geleneksel EDAS yöntemi optimal çözüm üretirken ortalama çözüme negatif ve pozitif uzaklıkların hesaplanmasını dikkate almaktadır. EDAS-M yönteminde geleneksel EDAS yöntemindeki ortalama çözümden sapmayıda dikkate alınmaktadır. EDAS-M yaklaşımı aşağıdaki aşamalardan oluşmaktadır (Zavadskas vd., 2019: 257; Işık, 2022: 479):

Aşama 1: Eşitlik (1)’de gösterildiği gibi karar matrisi oluşturulur.

Aşama 2: Tüm kriterlere göre ortalama çözümün (AV) hesaplanması

$$AV = [AV_j]_{1 \times m} \quad (6)$$

AV_j değeri Eşitlik (7) yardımı ile hesaplanmaktadır

$$AV_j = \frac{\sum_{i=1}^n X_{ij}}{n} \quad (7)$$

Aşama 3: Kriterlerin taşıdığı fayda ve maliyet niteliklerine göre ortalama çözümden pozitif uzaklık (PDA) ve ortalama çözümden negatif uzaklık (NDA) matrisleri hesaplanır.

$$PDA = [PDA_{ij}]_{n \times m} \quad (8)$$

$$NDA = [NDA_{ij}]_{n \times m} \quad (9)$$

Fayda kriterleri için Eşitlik (10) ve Eşitlik (11) kullanılır.

$$PDA_{ij} = \frac{(X_{ij} - AV_j)}{AV_j} \quad (10)$$

$$NDA_{ij} = \frac{(AV_j - X_{ij})}{AV_j} \quad (11)$$

Maliyet kriterleri için Eşitlik (12) ve Eşitlik (13) kullanılır.

$$PDA_{ij} = \frac{(AV_j - X_{ij})}{AV_j} \quad (12)$$

$$NDA_{ij} = \frac{(X_{ij} - AV_j)}{AV_j} \quad (13)$$

PDA ve NDA i. alternatfin ortalama çözümden j. kriter cinsinden pozitif ve negatif uzaklığı ifade etmektedir. PDA ve NDA negatif olabileceğinden EDAS yönteminden burada farklılaşmaktadır.

Aşama 4: Tüm alternatifler için Minkowski uzayında PDA ve NDA’nın ağırlıklı toplamı Eşitlik (14) ve Eşitlik (15) kullanılarak hesaplanır.

$$SP_i = d_i \left| \sum_{j=1}^m k_{ij} |w_j PDA_{ij}|^m \right|^{1/m} \quad (14)$$

Eşitlik (14)’te $k_{ij} = 1$ eğer $PDA_{ij} \geq 0$ ve $k_{ij} = -1$ eğer $PDA_{ij} < 0$
 $d_j = 1$ eğer $\sum_{j=1}^m k_{ij} |w_j PDA_{ij}|^m \geq 0$ ve $d_j = -1$ eğer $\sum_{j=1}^m k_{ij} |w_j PDA_{ij}|^m < 0$

$$SN_i = d_i \left| \sum_{j=1}^m k_{ij} |w_j NDA_{ij}|^m \right|^{1/m} \quad (15)$$

Eşitlik (15)’te $k_{ij} = 1$ eğer $NDA_{ij} \geq 0$ ve $k_{ij} = -1$ eğer $NDA_{ij} < 0$

$d_j = 1$ eğer $\sum_{j=1}^m k_{ij} |w_j NDA_{ij}|^m \geq 0$ ve $d_j = -1$ eğer $\sum_{j=1}^m k_{ij} |w_j NDA_{ij}|^m < 0$

$\sum_{j=1}^m k_{ij} |w_j PDA_{ij}|^m$ ve $\sum_{j=1}^m k_{ij} |w_j NDA_{ij}|^m$ negatif olabilir.

Aşama 5: Eşitlik (16) ve Eşitlik (17) kullanılarak SP ve SN değerleri tüm alternatifler için normalize edilir

$$NSP_i = \frac{SP_i}{\max SP_i} \quad (16)$$

$$NSN_i = 1 - \frac{SN_i}{\max SN_i} \quad (17)$$

Aşama 6: Tüm alternatifler için AS_i değerlendirme puanı Eşitlik (18) kullanılarak hesaplanır.

$$AS_i = \frac{NSP_i - NSN_i}{2} \quad (18)$$

Geleneksel EDAS yönteminde $0 \leq AS_i \leq 1$ iken EDAS-M yönteminde AS_i sıfırdan küçük ve birden büyük olabilir.

En yüksek AS puanına sahip alternatif seçenekler arasında en iyi olarak kabul edilir.

C. ENTROPİ-EDAS M PERFORMANS DEĞERLENDİRME ÇERÇEVESİ

Bu çalışmada Anadolu ve AXA sigorta şirketlerinin performanslarının değerlendirilmesi amacıyla Entropi ve EDAS-M yöntemlerinden oluşan hibrit bir model önerilmiştir. Bu çerçevede çalışmanın bu bölümünde ilk olarak Entropi yöntemi ile sigorta şirketlerinin performans değerlendirilmesinde dikkate alınan kriterlerin önem ağırlıkları belirlendikten sonra EDAS-M yöntemi ile söz konusu şirketlerin hem hayat hem de hayat dışı grubu şirketlerinin 2015-2021 dönemi performansları kendi içinde değerlendirilmiş ve ilgili sonuçlar sunulmuştur.

1. Entropi Prosedürü ile Kriter Ağırlıklarının Belirlenmesi

AXA Sigorta Şirketi verileri kullanılarak Entropi yönteminin ilk aşamasında Eşitlik (1)'de gösterildiği gibi başlangıç karar matrisi oluşturulmuştur. İlgili matris Tablo 3'te sunulmuştur.

TABLO 3 | Başlangıç Karar Matrisi

	AP	ÖH	TK	NK	TA
2021	5923589000	3129018000	1815815000	1470427000	12099549000
2020	4657374000	2170949000	803219000	512583000	9526217000
2019	4104058000	2346344000	433247000	316377000	8143081000
2018	3374670000	2014216000	532238000	371280000	6692842000
2017	2908210000	1916812000	-359112000	-335120000	6022373000
2016	3562467000	1977440000	269720000	150803000	5530089000
2015	3065688000	2120609000	-311004000	-280316000	4889657000

Karar matrisinde yer alan negatif değerlerin pozitif değerlere dönüştürülmesi amacıyla karar matrisinde yer alan TK ve NK kriterlerinin yer aldığı sütunlara Z-skoru standartlaştırma dönüşümü (Zhang vd., 2014:3) uygulanmış ve dönüştürülmüş matris Tablo 4'te sunulmuştur.

TABLO 4 | Dönüştürülmüş Karar Matrisi

	AP	ÖH	TK	NK	TA
2021	5923589000	3129018000	5923589001	3129018001	12099549000
2020	4657374000	2170949000	4657374001	2170949001	9526217000
2019	4104058000	2346344000	4104058001	2346344001	8143081000
2018	3374670000	2014216000	3374670001	2014216001	6692842000
2017	2908210000	1916812000	2908210001	1916812001	6022373000
2016	3562467000	1977440000	3562467001	1977440001	5530089000
2015	3065688000	2120609000	3065688001	2120609001	4889657000

Dönüştürülmüş karar matrisi elemanları Eşitlik (2) ve Eşitlik (3) kullanılarak standartlaştırılmış ve standartlaştırılmış değerleri içeren matris Tablo 5'te verilmiştir.

TABLO 5 | Standartlaştırılmış Matris

	AP	ÖH	TK	NK	TA
2021	1	0,612592193	1	1	1
2020	0,786241922	0,88293737	0,786241922	0,693811605	0,787320007
2019	0,692833011	0,816935624	0,692833011	0,749865932	0,673006986
2018	0,569700227	0,951641731	0,569700227	0,643721449	0,553148055
2017	0,490954048	1	0,490954048	0,612592194	0,497735329
2016	0,601403473	0,969340157	0,601403474	0,631968241	0,457049184
2015	0,517538945	0,903896947	0,517538945	0,67772349	0,404118947

Standartlaştırılmış karar matrisi sütunlarında yer alan her bir elemanın sütun toplamlarına bölünmesi ile elde edilen normalleştirilmiş karar matrisine Tablo 6'da yer verilmiştir.

TABLO 6 | Normalleştirilmiş Karar Matrisi

	AP	ÖH	TK	NK	TA
2021	0,214653464	0,099813892	0,214653464	0,199613432	0,22870847
2020	0,168769552	0,143863105	0,168769552	0,138494116	0,180066754
2019	0,148719005	0,133108984	0,148719005	0,149683312	0,153922398
2018	0,122288127	0,155057583	0,122288127	0,128495448	0,126509646
2017	0,105384987	0,162936931	0,105384987	0,12228163	0,113836286
2016	0,129093339	0,15794131	0,129093339	0,12614935	0,10453102
2015	0,111091527	0,147278195	0,111091527	0,135282712	0,092425426

Eşitlik (4) yardımı ile kriterlere ait entropi değerleri, Eşitlik (5) yardımı ile de kriterlere ait önem ağırlıkları hesaplanmış ve ilgili değerler Tablo 7'de sunulmuştur.

TABLO 7 | Kriterlere Ait Entropi Değerleri ve Kriter Ağırlıkları

	AP	ÖH	TK	NK	TA
Eij	0,984878047	0,994710077	0,984878047	0,992919718	0,976014191
1-Eij	0,015121953	0,005289923	0,015121953	0,007080282	0,023985809
Wij	0,227058	0,079428	0,227057	0,106311	0,360148

Tablo 7 incelendiğinde AXA Sigorta Şirketi'nin performansının belirlenmesinde önem ağırlığı en yüksek kriterin TA kriteri olduğu görülmektedir. Kriterlerin önem ağırlığı sıralaması $\text{ÖH} < \text{NK} < \text{TK} < \text{AP} < \text{TA}$ şeklindedir.

Entropi yöntemine ilişkin yukarıda gösterilen uygulama prosedürleri AXA Hayat ve Emeklilik, Anadolu Sigorta ve Anadolu Hayat ve Emeklilik şirketlerine ilişkin verilere ayrı ayrı uygulanmış ve elde edilen kriter ağırlıkları Tablo 8'de gösterilmiştir.

TABLO 8 | Kriter Ağırlıkları

	AP	ÖH	TK	NK	TA
AXA HAYAT ve EMEKLİLİK	0,079912	0,10132	0,325519	0,370272	0,122978
ANADOLU SİGORTA	0,109682	0,088929	0,326404	0,33417	0,140815
ANADOLU HAYAT ve Emeklilik	0,290912	0,021574	0,235745	0,239585	0,212184

Entropi yöntemi ile elde edilen sonuçlar incelendiğinde Axa Hayat ve Emeklilik Şirketi'nin performansı üzerinde en etkili kriterin NK (Net Kâr), Anadolu Sigorta Şirketi'nin performansı üzerinde en etkili kriterin NK (Net Kâr) ve Anadolu Hayat ve Emeklilik Şirketi'nin performansı üzerinde en etkili kriterin AP (Alınan Prim) kriterleri olduğu gözlemlenmektedir.

2. EDAS-M Prosedürü ile Alternatiflerin Sıralanması

EDAS-M yönteminin ilk aşamasında AXA Sigorta Şirketi verileri kullanılarak Tablo 3'te gösterildiği gibi karar matrisi oluşturulur. Sonrasında Eşitlik (6) ve Eşitlik (7)'de gösterildiği gibi her bir kriter için ortalama çözümler hesaplanmış ve bu değerler Tablo 9'da gösterilmiştir.

TABLO 9 | Kriterlere Ait Ortalama Çözümler

	AP	ÖH	TK	NK	TA
AV	0,079912	0,10132	0,325519	0,370272	0,122978

Kriterlerin taşıdığı fayda ve maliyet niteliklerine göre Eşitlikler (8)-(13)'ün uygulanması ile PDA ve NDA matrisleri elde edilmiş ve Tablo 10 ve Tablo 11'de sunulmuştur.

TABLO 10 | PDA (Ortalama Çözümde Pozitif Uzaklık Matrisi)

	AP	ÖH	TK	NK	TA
2021	0,968731	-0,18559	0,749203	1,019732	1,012066
2020	0,684593	-0,16078	0,648613	0,529977	0,410083
2019	0,229401	-0,16701	0,234977	0,053297	0,060863
2018	-0,36059	0,032735	-0,17056	-0,25289	-0,20942
2017	-0,42508	0,197331	-0,30458	-0,33803	-0,30107
2016	-0,49928	0,116948	-0,53562	-0,43945	-0,43734
2015	-0,59777	0,166364	-0,62204	-0,57263	-0,53518

TABLO 11 | NDA (Ortalama Çözümünden Negatif Uzaklık Matrisi)

	AP	ÖH	TK	NK	TA
2021	-0,96873	0,185587	-0,7492	-1,01973	-1,01207
2020	-0,68459	0,16078	-0,64861	-0,52998	-0,41008
2019	-0,2294	0,167009	-0,23498	-0,0533	-0,06086
2018	0,360593	-0,03273	0,170558	0,252895	0,209418
2017	0,425078	-0,19733	0,304577	0,338025	0,301072
2016	0,499283	-0,11695	0,535619	0,439453	0,437342
2015	0,59777	-0,16636	0,622039	0,572633	0,53518

Tüm alternatifler için Minkowski uzayında PDA ve NDA'nın ağırlıklı toplamı Eşitlik (14) ve Eşitlik (15) kullanılarak hesaplanmış ve ilgili değerleri ifade eden SP_i ve SN_i değerleri Tablo (12) ve Tablo (13)'te gösterilmiştir.

TABLO 12 | Minkowski Uzayında PDA'nın Ağırlıklı Toplamı

	AP	ÖH	TK	NK	TA	Toplam	D_i	SP_i
2021	0,001777546	-10,00E-13	0,000172	0,00087	0,000457	0,00327652	1	0,31848
2020	0,000313304	-5,00E-13	8,36E-05	3,30E-05	4,99E-06	0,000434885	1	0,212655
2019	1,32E-06	-6,10E-13	5,22E-07	3,39E-10	3,59E-10	1,85E-06	1	0,071326
2018	-1,27E-05	1,76E-16	-1,10E-07	-8,20E-07	-1,70E-07	-1,38E-05	-1	-0,10665
2017	-2,89E-05	1,40E-12	-1,90E-06	-3,50E-06	-1,10E-06	-3,54E-05	-1	-0,12875
2016	-6,46E-05	1,02E-13	-3,20E-05	-1,30E-05	-6,90E-06	-0,00011656	-1	-0,16342
2015	-0,000159029	5,96E-13	-6,80E-05	-4,90E-05	-1,90E-05	-0,00029433	-1	-0,19668

TABLO 13 | Minkowski Uzayındaki NDA'nın Ağırlıklı Toplamı

	AP	ÖH	TK	NK	TA	Toplam	D_i	SP_i
2021	-0,001778	0,000000	-0,000172	-0,00087	-0,000457	-0,003277	-1	-0,31848
2020	-0,000313	0,000000	-0,000084	-0,000033	-0,000005	-0,000435	-1	-0,21265
2019	-0,000001	0,000000	-0,000001	0,000000	0,000000	-0,000002	-1	-0,07133
2018	0,000013	0,000000	0,000000	0,000001	0,000000	0,000014	1	0,10665
2017	0,000029	0,000000	0,000002	0,000003	0,000001	0,000035	1	0,128746
2016	0,000065	0,000000	0,000032	0,000013	0,000007	0,000117	1	0,163423
2015	0,000159	0,000000	0,000068	0,000049	0,000019	0,000294	1	0,196683

Eşitlik (16) ve Eşitlik (17) kullanılarak normalize SP ve SN değerleri bulunduğundan sonra EDAS-M yönteminin son aşamasında tüm alternatifler için AS_i değerlendirme puanı Eşitlik (18) kullanılarak hesaplanmış ve ilgili sonuçlara Tablo 14'te yer verilmiştir.

TABLO 14 | EDAS-M Yöntemi AXA Sigorta Şirketi Performans Sıralama Sonuçları

	NSP_i	NSN_i	AS_i	Sıralama
2021	1,497641	2,619259	2,05845	1
2020	1	2,081207	1,540603	2
2019	0,335406	1,362643	0,849024	3
2018	-0,50152	0,457757	-0,02188	4
2017	-0,60542	0,345412	-0,13001	5
2016	-0,76849	0,169104	-0,29969	6
2015	-0,92489	0	-0,46245	7

Tablo 14 incelendiğinde AXA Sigorta Şirketi'nin en iyi performans gösterdiği yılın 2021 en kötü performans gösterdiği yılın ise 2015 yılı olduğu görülmektedir.

EDAS-M yöntemine ilişkin yukarıda gösterilen uygulama prosedürleri AXA Hayat ve Emeklilik, Anadolu Sigorta ve Anadolu Hayat ve Emeklilik şirketlerine ilişkin verilere ayrı ayrı uygulanmış ve tüm şirketler için elde edilen performans sıralama sonuçları Tablo 15'te sunulmuştur.

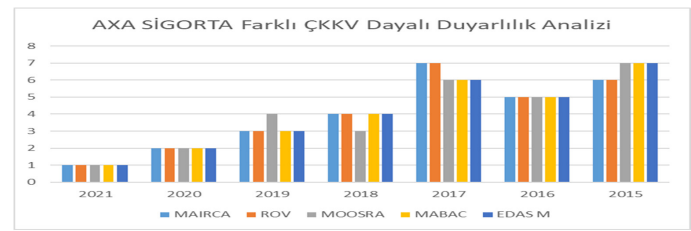
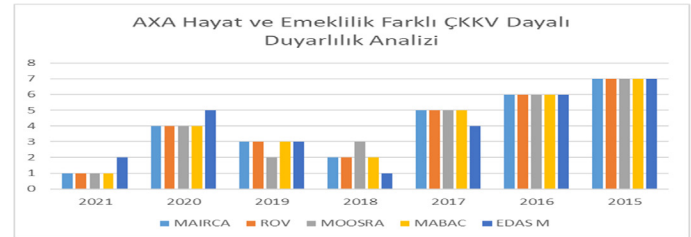
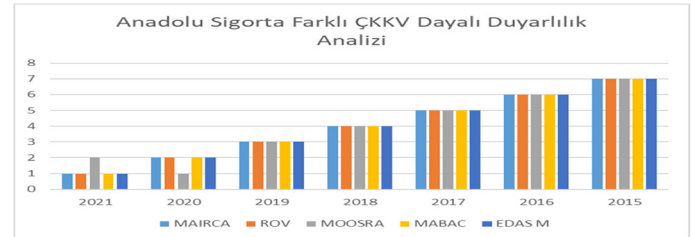
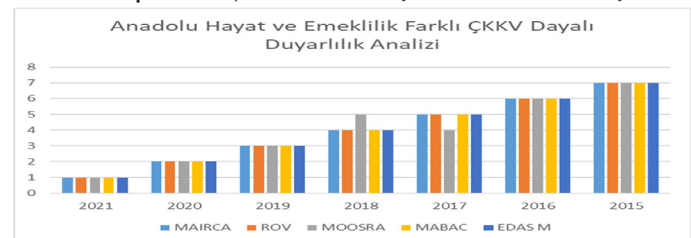
TABLO 15 | EDAS-M Yöntemi Tüm Şirketlere İlişkin Performans Sıralama Sonuçları

	AXA	AXA HAYAT	ANADOLU SİGORTA	ANADOLU HAYAT
2021	1	2	1	1
2020	2	5	2	2
2019	3	3	3	3
2018	4	1	4	4
2017	6	4	5	5
2016	5	6	6	6
2015	7	7	7	7

Tablo 15'teki sonuçlar incelendiğinde AXA Sigorta Şirketi'nin en iyi performansı 2021 yılında en kötü performansı ise 2015 yılında gösterdiği tespit edilmiştir. Tablo 15'e göre Anadolu Sigorta Şirketi en başarılı performansı 2021 yılında en kötü performansı 2015 yılında sergilemiştir. AXA Hayat ve Emeklilik Şirketi'nin ise en iyi performansı 2018 yılında gösterirken en kötü performansı 2015 yılında gösterdiği görülmektedir. Anadolu Hayat ve Emeklilik Şirketi'nin ise EDAS-M yöntemi sonuçlarına göre en iyi performansı 2021 yılında, en kötü performansı 2015 yılında gösterdiği gözlemlenmektedir.

3. Farklı ÇKKV Yöntemleriyle Karşılaştırmaya Dayalı Duyarlılık Analizi

Çalışmada önerilen ENTROPİ ve EDAS-M yöntemlerinden oluşan hibrit model ile elde edilen sonuçlar, farklı ÇKKV yöntemleri kullanılarak belirlenen sıralama sonuçları ile karşılaştırılmıştır. İlgili sonuçlar aşağıda Grafik (1-2-3-4)'de sunulmuştur.

GRAFİK 1 | AXA Sigorta Farklı ÇKKV Yöntemi Sıralama Sonuçları**GRAFİK 2 | AXA Hayat ve Emeklilik Farklı ÇKKV Yöntemi Sıralama Sonuçları****GRAFİK 3 | Anadolu Sigorta Farklı ÇKKV Yöntemi Sıralama Sonuçları****GRAFİK 4 | Anadolu Hayat ve Emeklilik Farklı ÇKKV Yöntemi Sıralama Sonuçları**

Grafikler incelendiğinde EDAS-M yönteminde olduğu gibi diğer yöntemlerde de şirketlerin en iyi performans sergilediği yılın 2021 yılı olduğu görülmektedir. Sadece MOOSRA yönteminde Anadolu Sigorta'nın 2021 yılında performans sıralamasında diğer yöntemlere göre bir sıra geride olduğu görülmektedir. EDAS-M yöntemi sonuçları ile MAIRCA, ROV, MOOSRA ve MABAC yöntemi sonuçları karşılaştırıldığında sonuçların yüksek oranda benzerlik gösterdiği bazı yıllarda küçük farklılıkların olduğu görülmektedir. Ayrıca çalışmada uygulanan mevcut modelin sonuçları ile farklı ÇKKV yöntemleri kullanılarak elde edilen sonuçlar arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amacıyla sperman korelasyon analizi uygulanmıştır. İlgili sonuçlara Tablo 16'de yer verilmiştir.

TABLO 16 | Farklı ÇKKV Yöntemleri ile Elde Edilen Sıralama Sonuçları Arasındaki Pearson Korelasyon Katsayıları

Correlations		EDASM	MAIRCA	ROV	MOOSRA	MABAC
EDASM	Pearson Correlation	1	0,973	0,973	0,938	0,982
MAIRCA	Pearson Correlation	0,973	1	1	0,955	0,991
ROV	Pearson Correlation	0,973	1	1	0,955	0,991
MOOSRA	Pearson Correlation	0,938	0,955	0,955	1	0,964
MABAC	Pearson Correlation	0,982	0,991	0,991	0,964	1

Tablo 16'da sunulan sonuçlar uygulanan tüm ÇKKV yöntemlerinin birbirleriyle pozitif yönde yüksek ilişkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Farklı ÇKKV yöntemleriyle karşılaştırmaya dayalı duyarlılık analizi sonuçları önerilen modelin kararlı ve geçerli bir yöntem olduğunu ortaya koymaktadır.

SONUÇ

Sigorta sektörünün bireylere, kuruluşlara ve ülke ekonomilerine finansal kayıplar karşısında koruma sağlama fonksiyonu, ekonomilere likidite kaynağı olması, istihdam sağlama gibi özellikleri sigorta sektörünü gelişmiş ülkelerde olduğu gibi gelişmekte olan ülkelerde de finansal sistemin en önemli aktörlerinden birisi haline getirmiştir. Sigorta sektörü sağladığı güvence ile ülke ekonomilerinde riskleri minimum düzeye indirerek finansal kayıpların önüne geçmekte ve ekonomik sistemlerde istikrarın sağlanmasında büyük rol oynamaktadır. Ülkemizde de finans sektörü içerisinde bankacılık sektöründen sonra payı en büyük ikinci sektör sigortacılık sektörüdür ve ekonomik istikrarın sağlanması hususunda aktif rolü her geçen gün artmaktadır. Yukarıda belirtilen sebeplerden ötürü sigorta sektörünün performansının ölçülmesi ülke ekonomileri için büyük önem taşımaktadır.

Bu bağlamda bu çalışmada çok kriterli bir performans değerlendirme modeli ile Türk sigorta sektöründe prim üretimi sıralamasında çalışmada ele alınan dönem aralığında sürekli olarak ilk 10 şirket içerisinde yer alan biri ulusal sermayeli ülkemizin ilk ulusal sigorta şirketi olarak kurulan Anadolu Sigorta Şirketi ile sigorta sektörünün liderlerinden biri olan uluslararası sermayeli AXA Sigorta Şirketi'nin performans değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Anadolu Sigorta ve AXA Sigorta'nın hem hayat grubu hem de hayat dışı grubu şirketlerinin çalışma kapsamında ele alınan yıllara ilişkin finansal performansları ölçülmüş ve şirketlerin performans sıralama sonuçları hem kendi içlerinde hem de birbirleri ile karşılaştırılmış ve mülkiyet yapısının firma performansı üzerindeki etkisi değerlendirilmiştir.

Anadolu ve AXA sigorta şirketlerinin performanslarının değerlendirilmesi amacıyla Entropi ve EDAS-M yöntemlerinden oluşan hibrit bir model önerilmiştir. Bu çerçevede çalışmanın bu bölümünde ilk olarak Entropi yöntemi ile sigorta şirketlerinin performans değerlendirilmesinde dikkate alınan kriterlerin önem ağırlıkları belirlenmiştir. Entropi yöntemi ile elde edilen sonuçlar incelendiğinde AXA Sigorta Şirketi'nin performansının belirlenmesinde önem ağırlığı en yüksek kriterin toplam aktifler kriteri, Axa Hayat ve Emeklilik Şirketi'nin performansı üzerinde etkili kriterin net kâr, Anadolu Sigorta Şirketi'nin performansı üzerinde etkili kriterin net kâr ve Anadolu Hayat ve Emeklilik Şirketi'nin performansı üzerinde etkili kriterin alınan prim kriterleri olduğu gözlemlenmektedir.

EDAS-M yönteminin uygulanmasıyla elde edilen sonuçlara göre AXA Sigorta Şirketi'nin en iyi performansı 2021 yılında en kötü performansı

ise 2015 yılında gösterdiği tespit edilmiştir. Anadolu Sigorta Şirketi en başarılı performansı 2021 yılında en kötü performansı 2015 yılında sergilemiştir. AXA Hayat ve Emeklilik Şirketi'nin ise en iyi performansı 2018 yılında gösterirken en kötü performansı 2015 yılında gösterdiği görülmektedir. Anadolu Hayat ve Emeklilik Şirketi'nin ise EDAS-M yöntemi sonuçlarına göre en iyi performansı 2021 yılında, en kötü performansı 2015 yılında gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışma sonuçları 2015-2021 döneminde ulusal ve uluslararası sermayeli iki şirkette benzer performans sergilediğini göstermektedir. Şirketlerin hem hayat hem de hayat dışı grubu şirketlerinin performansları incelendiğinde AXA Sigorta'nın hayat dışı grubu şirketinin en iyi performansı 2021 yılında hayat grubu şirketinin ise en iyi performansı 2018 yılında sergilediği görülmektedir. Anadolu Sigorta'nın ise hayat dışı ve hayat grubu şirketlerinin 2015-2021 döneminde performans sıralamasının birbirine paralel olduğu belirlenmiştir.

Çalışma kapsamında dört sigorta şirketinin ele alınması bir kısıt olarak kabul edilebilir. Çalışma kapsamına farklı ulusal ve uluslararası sermayeli sigorta şirketlerinin de dahil edilmesi ile çalışmanın kapsamı ve mülkiyet yapısının sigorta şirketlerinin performansına etkisi hususunda elde edilecek sonuçlar genişletilebilir. Ayrıca gelecekte yapılacak çalışmalarda farklı ÇKKV yöntemlerinin kullanılması tavsiye edilebilir. Çalışmada önerilen hibrit model finansal sistemin farklı sektörlerinde faaliyet gösteren şirketlerin finansal performans değerlendirilmesinde kullanılabilir.

KAYNAKÇA

- [1] Akçakanat, Ö., Hande, Eren., Aksoy, E. ve Ömürbek, V. (2017). Bankacılık sektöründe ENTROPİ ve WASPAS yöntemleri ile performans değerlendirmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(2), 285-300.
- [2] Akpınar, Ö. ve Yıldız, A. (2018). Küresel ekonomik krizin sigortacılık sektörüne etkisi ve kriz sonrası hayat dışı sigortacılık sektörü performans analizi (2007-2016). *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (39), 263-282.
- [3] Altan, İ. M. ve Yıldırım, M. (2019). Sigorta sektörünün finansal performansının Entropi Ağırlıklılandırılmalı TOPSIS yöntemiyle analizi ve değerlendirilmesi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 345-358.
- [4] Anadolu Sigorta Şirketi Faaliyet Raporu, 2021, https://www.anadolusigorta.com.tr/Files/YatirimciIhtisadi/FinansalBilgiler/FaaliyetRaporlari/2021/Faaliyet_Raporu_2021.pdf (17.04.2023).
- [5] Arslan, H. M., Durak, İ. ve Özdemir, Y. (2021). Entropi-ARAS hibrit yöntemi ile bilişim işletmeleri için en uygun teknopark bölgesinin belirlenmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 17(3), 734-753.
- [6] AXA Sigorta Şirketi Faaliyet Raporu, 2021, <https://www.axasigorta.com.tr/media/t1/001/653/914/073/AXA-Sigorta-Emeklilik-Faaliyet-Raporu-Separator-Beyaz.pdf> (17.04.2023).
- [7] Azegele, M., Okeyo, W., & Nyamberger, S. (2021). The moderating effect of leadership style on the mediating effect of human resource management practice on the relationship between corporate governance and performance of insurance companies in kenya. *African Journal of Emerging Issues*, 3(7), 67-83.
- [8] Batool, A., & Sahi, A. (2019). Determinants of financial performance of insurance companies of USA and UK during global financial crisis (2007–2016). *International Journal of Accounting Research*, 7(1), 1-9.
- [9] Baykal, K. B. ve Akıllı, K. (2023). Türkiye'de faaliyet gösteren hayat ve emeklilik sigorta şirketlerinin finansal performanslarının ENTROPİ tabanlı WASPAS yöntemi ile değerlendirilmesi. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 12(1), 63-80.
- [10] Bayramoğlu, M. F., & BAŞARIR, Ö. G. D. Ç. (2016). Borsa İstanbul'da işlem gören sigorta şirketlerinin karşılaştırmalı finansal performans analizi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(4), 135-144.
- [11] Bektaş, S. (2021). ENTROPİ ve MAIRCA yöntemiyle Türk katılım bankalarının finansal performans sıralaması. *International Journal of Social Inquiry*, 14(1), 113-144.
- [12] Bektaş, S. (2022). Türk sigorta sektörünün 2002-2021 dönemi için MERIC, LOPCOW, COCOSO, EDAS ÇKKV yöntemleri ile performansının değerlendirilmesi. *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar Dergisi*, 16(2), 247-283.
- [13] Bulduk, S. ve Ecer, F. (2023). ENTROPİ-ARAS yaklaşımıyla kripto para yatırım alternatiflerinin değerlendirilmesi. *Visionary E-Journal/Vizyoner Dergisi*, 14(37).
- [14] Chen, J., Zhang, Y., Chen, Z., & Nie, Z. (2015). Improving assessment of groundwater sustainability with analytic hierarchy process and information entropy method: a case study of the Hohhot Plain, China. *Environmental Earth Sciences*, 73, 2353-2363.
- [15] Çakır, S. ve Perçin, S. (2013). AB ülkelerinde bütünsel ENTROPİ ağırlıklı-TOPSIS yöntemiyle ar-ge performansının ölçülmesi. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32(1), 77-95.
- [16] Çınaroğlu, E. (2022). Entropi destekli EDAS ve CODAS yöntemleri ile bireysel emeklilik şirketlerinin performans değerlendirilmesi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 325-345.
- [17] Demir, G. (2022). Hayat dışı sigorta sektöründe kurumsal performansın PSI-SD tabanlı MABAC metodu ile ölçülmesi. *Anadolu Sigorta Örneği. Ekonomi Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 112-136.

- [18] Demir, G. ve Arslan, R. (2021) Türkiye’de hayat dışı sigorta şirketlerinin performansının LBWA-PIV çkkv modeliyle analizi analysis of the performance of non-life insurance companies in turkey with the lbwa-piv medm model. 3. *International Baku Scientific Research Congress*, October
- [19] Doumpou, M., Gaganis, C., & Pasiouras, F. (2012). Estimating and explaining the financial performance of property and casualty insurers: A two-stage analysis. *Journal of CENTRUM Cathedra: The Business and Economics Research Journal*, 5(2), 155-170.
- [20] Ecer, F. ve Pamucar, D. (2021). MARCOS technique under intuitionistic fuzzy environment for determining the COVID-19 pandemic performance of insurance companies in terms of healthcare services. *Applied Soft Computing*, 104, 107199.
- [21] Ege, İ. ve Bayraktaroğlu, A. (2009). Türk sigorta sektörüne yabancı sermayenin ilgisi: ulusal ve yabancı sermayeli sigorta şirketlerinin finansal performanslarının karşılaştırmalı analizi. *World of Accounting Science*, 11(1).
- [22] Erdemir, Ö. K. ve Kırkağaç, M. (2022). A comparative study on performance of insurance companies with grey relational analysis and analytic hierarchy process. *Alanya Akademik Bakış*, 6(3), 2627-2645.
- [23] Gharizadeh Beiragh, R., Alizadeh, R., Shafiei Kaleibari, S., Cavallaro, F., Zolfani, S. H., Bausys, R., & Mardani, A. (2020). An integrated multi-criteria decision making model for sustainability performance assessment for insurance companies. *Sustainability*, 12(3), 789.
- [24] HY Tsai, BH Huang, AS Wang. (2018). Combining ANP and TOPSIS concepts for evaluation the performance of property-liability insurance companies. *Journal of Social Sciences* 4 (1), 56-61 (EI-Inspeç).
- [25] Işık, Ö. (2019). Türkiye’de hayat dışı sigorta sektörünün finansal performansının CRITIC tabanlı TOPSIS ve MULTIMOORA yöntemiyle değerlendirilmesi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 7(1), 542-562.
- [26] Lee, P. T. W., Lin, C. W., & Shin, S. H. (2012). A comparative study on financial positions of shipping companies in Taiwan and Korea using entropy and grey relation analysis. *Expert systems with applications*, 39(5), 5649-5657.
- [27] Lu, M., & Zhu, K. (2018, April). Performance evaluation of the insurance companies based on AHP. In *AIP Conference Proceedings* (Vol. 1955, No. 1, p. 040002). AIP Publishing LLC.
- [28] Mert, Ural., Demireli, E. ve Özçalık, S. G. (2018). Kamu bankalarında performans analizi: ENTROPİ ve WASPAS yöntemleri ile bir uygulama. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (31), 129-141.
- [29] Morara, K., & Sibindi, A. B. (2021). Determinants of financial performance of insurance companies: Empirical evidence using Kenyan data. *Journal of Risk and financial management*, 14(12), 566.
- [30] Nourani, M., Devadason, E. S., & Chandran, V. (2018). Measuring technical efficiency of insurance companies using dynamic network DEA: an intermediation approach. *Technological and Economic Development of Economy*, 24(5), 1909-1940. <https://doi.org/10.3846/20294913.2017.1303649>
- [31] Orhan, M. (2019). Türkiye ile Avrupa Birliği ülkelerinin lojistik performanslarının Entropi ağırlıklı EDAS yöntemiyle karşılaştırılması. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (17), 1222-1238.
- [32] Ömürbek, N. ve Balcı, H. F. (2017). ENTROPİ temelli COPRAS yöntemi ile Avrupa Birliği Ülkeleri ve Türkiye’nin havayolu taşımacılığının değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 8(18), 13-25.
- [33] Özcan, Işık. (2022). AHP, CRITIC VE WEDBA yöntemlerini içeren entegre bir çkkv modeli ile AXA sigorta şirketinin finansal performansının analizi. *Uluslararası İşletme, Ekonomi ve Yönetim Perspektifleri Dergisi*, 5(2), 892-908.
- [34] Özcan, Işık. (2022). Gri Entropi, FUCOM ve EDAS-M yöntemleriyle Türk lojistik firmalarının çok kriterli performans analizi. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 17(66), 472-489.
- [35] Rahmati, S., & Darestani, S. A. (2022). Performance evaluation of insurance sector using balanced scorecard and hybrid BWM-TOPSIS: evidence from Iran. *International Journal of Productivity and Quality Management*, 36(3), 382-402.
- [36] Saeedpoor, M., Vafadarnikjoo, A., Mobin, M., & Rastegari, A. (2015, October). A servqual model approach integrated with fuzzy AHP and fuzzy topsis methodologies to rank life insurance firms. In *Proceedings of the international annual conference of the American society for engineering management* (p. 1).
- [37] Shemshadi, A., Shirazi, H., Toreihi, M., & Tarokh, M. J. (2011). A fuzzy VIKOR method for supplier selection based on entropy measure for objective weighting. *Expert systems with applications*, 38(10), 12160-12167.
- [38] Topal, A. (2021). Çok kriterli karar verme analizi ile elektrik üretim şirketlerinin finansal performans analizi: Entropi tabanlı Cocoso yöntemi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 9(2), 532-546.
- [39] Torbati, A. R., & Sayadi, M. K. (2018). A new approach to investigate the performance of insurance branches in Iran using best-worst method and fuzzy inference system. *Journal of Soft Computing and Decision Support Systems*, 5(4), 13-18.
- [40] Tunca, M. Z., Ömürbek, N., Cömert, H. G. ve Aksoy, E. (2016). OPEC ülkelerinin performanslarının çok kriterli karar verme yöntemlerinden ENTROPİ ve MAUT ile değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 7(14), 1-12.
- [41] Ulutaş, A. (2018). ENTROPİ tabanlı EDAS yöntemi ile lojistik firmalarının performans analizi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (23), 53-66.
- [42] Uygurtürk, H. ve Korkmaz, T. (2012). Finansal performansın TOPSIS çok kriterli karar verme yöntemi ile belirlenmesi: Ana metal sanayi işletmeleri üzerine bir uygulama. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7(2), 95-115.
- [43] ÜNAL, E. A. (2019). Bütünleşik Entropi ve Edas yöntemleri kullanılarak BİST sigorta şirketlerinin performansının ölçülmesi. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(4), 555-566.
- [44] Wang, T. C., & Lee, H. D. (2009). Developing a fuzzy TOPSIS approach based on subjective weights and objective weights. *Expert systems with applications*, 36(5), 8980-8985.
- [45] Zavadskas, E. K., Stević, Ž., Turskis, Z., & Tomašević, M. (2019). A novel extended EDAS in Minkowski Space (EDAS-M) method for evaluating autonomous vehicles. *Studies in Informatics and Control*, 28(3), 255-264.



MUHASEBE MESLEK MENSUPLARININ İŞ YAŞAM DENGESİNİN İŞ VE YAŞAM TATMİNLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: TR72 BÖLGESİNDE BİR ARAŞTIRMA

HAKAN SARAÇ^{1*} & DERYA ONOCAK²

¹ Dr., Türkiye İş Kurumu, İş ve Meslek Danışmanı, hakansarac38@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-5322-513X>. ² Dr. Öğr. Üyesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Şarkışla Aşık Veysel Meslek Yüksekokulu, Yönetim Ve Organizasyon Bölümü, Sağlık Kurumları İşletmeciliği Pr., <https://orcid.org/0000-0002-5082-7482> onocakd@cumhuriyet.edu.tr.

Etik Kurul Kararı: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Sosyal ve Beşeri Bilimler Kurulu, Karar Tarihi: 01.12.2021, Belge Numarası: 102426

ÖZ

Günümüzde işgücü piyasalarında yaşanan değişimler ve rekabetin artması iş yaşam dengesinin sağlanmasını zorlaştırmaktadır. Çalışanların iş yaşam dengesini sağlayamamaları iş ve yaşam tatminsizliğini beraberinde getirmektedir. Bu çalışmada muhasebe meslek mensuplarının iş yaşam dengesi, iş ve yaşam tatmini analiz edilerek aralarındaki ilişki ve etki durumunun belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmaya TR72 bölgesinde faaliyet gösteren 183 muhasebe meslek mensubu katılmıştır. Veriler analiz edilirken ilişkiyi belirlemek için korelasyon analizi ve etkiyi belirlemek için regresyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizi sonucunda iş tatmini ile yaşam tatmini arasında pozitif yönlü güçlü bir ilişki olduğu ve işin yaşama olumsuz etkisi ile yaşamın işe olumsuz etkisi arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki olduğu bulunmuştur. Regresyon analizi sonucunda işin yaşama olumsuz etkisinin yaşam tatmini üzerinde anlamlı etkisinin olduğu tespit edilmiştir. İşin yaşama olumsuz etkisi arttıkça yaşam tatminlerinin azaldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İş-Yaşam Dengesi, İş Tatmini, Yaşam Tatmini, Muhasebe Meslek Mensupları

Editör / Editor:

Selma GÜLİRMAK,
Erciyes Üniversitesi, Türkiye

*Sorumlu Yazar/ Corresponding Author:

Hakan SARAÇ,
hakansarac38@hotmail.com

JEL:

M41, M50, M54

Geliş: 20 Eylül 2023

Received: September 20, 2023

Kabul: 11 Ocak 2024

Accepted: January 11, 2024

Yayın: 30 Nisan 2024

Published: April 30, 2024

Atıf / Cited as (APA):

Saraç, H. & Onocak, D. (2024),
Muhasebe Meslek Mensuplarının İş Yaşam Dengesinin İş ve Yaşam Tatminleri Üzerindeki Etkisi: TR72 Bölgesinde Bir Araştırma, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 67, 121-129,
doi: 10.18070/erciyesiibd.1363476

THE EFFECT OF PROFESSIONAL ACCOUNTANTS' WORK-LIFE BALANCE ON JOB AND LIFE SATISFACTION: A STUDY IN THE TR72 REGION

ABSTRACT

Today, changes in labor markets and increased competition have made it difficult to achieve work-life balance. Employees' inability to achieve work-life balance leads to job and life dissatisfaction. In this study, it is aimed to analyze the work-life balance, work and life satisfaction of professional accountants and to determine the relationship between them and their impact. 183 professional accountants operating in the TR72 region participated in the study. While analyzing the data, correlation analysis to determine the relationship and regression analysis to determine the effect. As a result of the correlation analysis, there is a strong positive relationship between job satisfaction and life satisfaction, and there is a positive and moderate relationship between the negative effect of work on life and the negative effect of life on work. As a result of regression analysis, it was determined that the negative impact of work on life has a significant effect on life satisfaction. It was concluded that as the negative impact of work on life increases, life satisfaction decreases.

Keywords: Work-Life Balance, Job Satisfaction, Life Satisfaction, Professional Accountants

GİRİŞ

Tarih boyunca üstlendikleri fonksiyonlarla ticaret hayatına yön veren muhasebe meslek mensuplarının iş yükleri; görev alanlarına giren işlemlerin giderek çeşitlenmesi, ticari işlemlerin giderek karmaşıklaşması, mesleki yeterlikleri için mevzuattaki değişimleri ve dijital gelişmeleri takip etme mecburiyetleri, beyanname verilmesi ve resmi bildirimlerin yapılmasının belli bir takvime bağlı olması, yaşanan yoğun rekabet neticesinde yeterli gelir düzeyine ulaşmak için daha fazla mükellefle çalışma mecburiyeti gibi nedenlerle her geçen gün artmaktadır.

Muhasebe meslek mensuplarının iş yüklerinin fazla olması, iş ve yaşam alanlarındaki rollerine ilişkin sorumluluklarını dengede tutmalarını zorlaştırmaktadır. Bu durum meslek mensuplarının iş hayatlarından ve özel hayatlarından duydukları memnuniyeti etkilemektedir.

Bu çalışmanın konusu muhasebe meslek mensuplarının iş-yaşam dengesi, iş tatminleri ve yaşam tatminleri oluşturmaktadır. Bu kapsamda çalışmada öncelikle kavramsal çerçeve başlığı altında; iş-yaşam dengesi, iş tatmini ve yaşam tatmini kavramları açıklanmış, ardından TR72 Bölgesi'nde faaliyette bulunan muhasebe meslek mensuplarına uygulanan anket sonucunda ulaşılan bulgulara yer verilmiştir.

Literatür incelendiğinde farklı meslek gruplarının iş-yaşam dengelerinin, iş tatminlerinin ve yaşam tatminlerinin ayrı ayrı veya iki boyut üzerinden birçok çalışmaya konu olduğu görülmüş, ancak mevcut araştırmanın konusu olan "muhasebe meslek mensuplarının iş-yaşam dengesi, iş tatminleri ve yaşam tatminleri"ni aynı anda konu alan herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Buradan hareketle mevcut araştırmanın, alan yazınındaki bu boşluğu doldurması hedeflenmektedir.

Araştırmanın amacı iş-yaşam dengesi ve alt boyutlarının, muhasebe meslek mensuplarının iş tatminlerine ve yaşam tatminlerine etkisini saptamaktır. Bu amaç kapsamında araştırmanın hipotezleri "muhasebe meslek mensuplarının iş-yaşam dengesi, iş tatminini anlamlı olarak etkilemektedir" ve "muhasebe meslek mensuplarının iş-yaşam dengesi, yaşam tatminini anlamlı olarak etkilemektedir" olarak belirlenmiştir.

Anket tekniğinin kullanıldığı bu çalışmanın tüm süreçlerinde araştırma ve yayın etiğine uygun davranılmıştır. Çalışmaya TR72 bölgesinde faaliyette bulunan 183 muhasebe meslek mensubu katılmıştır. Toplanan veriler çözümlenirken, katılımcıların sosyo-demografik verilerinin tablolar halinde ifade edilmesinde frekans ve yüzde değerleri dikkate alınmıştır. İş tatmini ve yaşam tatmini ile iş-yaşam dengesinin alt boyutlarının ilişkilerini görmek amacıyla korelasyon analizi, hipotezlerin test edilmesi için ise regresyon analizi yapılmıştır.

I. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

A. İŞ-YAŞAM DENGESİ

İş-yaşam dengesi kavramı ilk kez 1986 yılında Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'de bireylerin iş yaşamı için harcadıkları zamanın, sosyal yaşam için harcadıkları zamandan daha fazla olduğuna dikkat çekmek için kullanılmıştır (Smith, 2010). İş yaşam dengesi, kavramsal olarak literatüre girmeden önce 1930'lu yıllarda W. K. Kellogg adlı şirketin, sosyal yaşama daha fazla zaman ayırmayı olanaklı kılmak şeklinde uzun vardiya saatlerini azaltıp vardiya sayısını artırmak suretiyle bir taraftan çalışanların motivasyonunu yükseltirken buna bağlı olarak diğer taraftan iş verimliliğini artıran uygulaması, bu alanda bilinen ilk örneklerdendir (Lockwood, 2003).

1986 yılındaki ilk kullanımında kavram, iş-yaşam çatışması ifadesiyle literatürde yerini almıştır. Türkçe sözlükteki tanıma göre çatışma; "aynı anda ortaya çıkan birbirine karşıt ya da eşit derecede çekici dilek ve isteklerin bireyde yarattığı ruhsal durumdur." (www.sozluk.gov.tr, 2023) İş yaşam dengesinin, çatışma kavramı ile kurulan bağlantısında roller arasında yaşanan çatışma öne çıkmaktadır (Sree Jyotbi ve Jyotbi, 2012).

Birey toplumun kendisinden beklediği davranışsal özellikleri ifade eden anne, baba, işveren, çalışan, eş, arkadaş gibi birçok farklı rolün gereğini aynı anda yerine getirmeye çalışmaktadır. Günümüz çalışma şartlarında kişinin iş ve sosyal kimliklerinin birbirlerinden zaman çaldığı ve dolayısıyla rollerin gereğinin yerine getirilemediği durumlar, bireysel ve örgütsel birçok sorunu beraberinde getirmektedir. Bu

nedenle iş yaşamı ile sosyal yaşam arasında denge oluşturmak önemli bir zorunluluk haline gelmiştir (Gülertekin Genç, Genç ve Gümüş, 2016).

Sanayi devriminden önce ailedeki bireyler kendi aralarındaki iş bölümü ile yine kendi tüketimlerine dönük sınırlı bir üretim faaliyetinde bulunurken, sanayileşme ile birlikte aile fertlerinden zamansal ve mekânsal olarak ayrı, örgütsel boyutta üretim faaliyetlerine dâhil olmaya başlamışlardır. Sanayileşme ile birlikte ekonomik, sosyokültürel alanlarda yaşanan köklü değişimler, çalışma hayatında yeni yaklaşımları beraberinde getirmiştir (Kapız, 2002). Özellikle son yıllarda teknolojiye kaydedilen ilerleme ve teknolojinin çalışma hayatının hemen hemen her alanında kullanılması, söz konusu yaklaşımları bir adım daha ileriye taşımıştır. Bu yaklaşımlardan biri de iş verimliliğinde artış sağlayacak şekilde iş ve sosyal yaşam arasında denge kurmaktır. Bu dengeyi sağlamak üzere geliştirilen iş-yaşam programları 19. yüzyılın sonlarında örgütlerin ilgisini çekmeye başlamıştır (Lockwood, 2003). Önceleri bu programlarda sadece kadın çalışanlara ve aile yaşamına odaklanılırken şimdilerde cinsiyet ayrımına gidilmeden ve iş yaşamı dışında sadece aile yaşamının değil bireyin aile dışında kalan sosyal yaşamının da dikkate alındığı programlar uygulamaya konulmaktadır.

İş-yaşam dengesi, bireyin iş yaşamındaki rolü ile iş dışı yaşamındaki rolleri arasında çatışmanın en alt düzeyde olmasıyla sağlanmaktadır (Clark, 2000). Söz konusu çatışmanın aşağıda kısaca açıklanan zaman, gerginlik ve davranış esaslı olmak üzere üç bileşeni bulunmaktadır (Greenhaus ve Beutell, 1985):

- Zaman esaslı çatışma:** Bu bileşen, bireyin iş yaşamı dışındaki rollerini gereği gibi yerine getirmesine imkân tanımayacak şekilde uzun çalışma saatlerini, esnek olmayan çalışma düzenini ifade eder.
- Gerginlik esaslı çatışma:** Bu bileşen, bireyin üstlendiği rollerden bazılarında yüksek bir performans sergilemek için diğer rollerinde düşük performans sergilemesi gerektiği durumlarda hissettiği duygusal baskıyı ifade eder. Böyle bir çatışma durumunda birey kaygı, stres ve tükenmişlik hisseder.
- Davranış esaslı çatışma:** Bu bileşen, bireyin üstlendiği rollerden birinin gerektirdiği davranışı, aynı davranışın uygun olmadığı diğer rollerinde de sergilemesini ifade eder. İş yerinde yönetici konumundaki bireyin, iş yaşamındaki disiplinli tavrını aile yaşamında da sergilemesi bu duruma örnek gösterilebilir.

İş yaşamı ile iş dışındaki yaşam arasında çatışma yaşanıp denge sağlanmadığında, bu durum birey ve örgüt üzerinde bazı olumsuz sonuçlar doğurur. Bu sonuçlar;

- Bireysel sonuçlar:** İş-yaşam dengesizliği birey üzerinde şiddete eğilim, yeme ve uyku bozuklukları, sigara ve alkol kullanımına yönelim gibi davranışsal sorunlar doğurabileceği gibi, kaygı, depresyon, tükenmişlik gibi psikolojik sorunlar ve bunlara bağlı olarak oluşacak iş kazası veya sağlık problemleri gibi fiziksel sorunlar doğurabilir (Küçükusta, 2007).
- Örgütsel sonuçlar:** İş-yaşam dengesizliği, çalışanların işe devamsızlığına, işi yavaşlatmalarına, iş kazalarına, çalışma motivasyonlarında düşüşe, örgütsel bağlılıkta azalmaya, greve ve personel değişim oranının artmasına sebebiyet vererek örgütsel verimliliğin azalması sonucunu doğurabilir (Quick, 1997).

Gerek bireysel gerekse örgütsel anlamda büyük öneme sahip iş-yaşam dengesi, çalışan için iş ve özel yaşamın gereklilikleri arasındaki ikilemi ifade ederken, örgüt için çalışanların işlerini daha iyi yapmalarını sağlayacak motivasyonu artıracak bir örgüt kültürünü ifade etmektedir (Lockwood, 2003).

Kalliath ve Brought (2008), iş-yaşam dengesinin unsurlarını aşağıdaki yedi maddede sıralamışlardır:

- Bireyler birden fazla role sahiptir,
- Her bir rolün ayrı gereklilikleri vardır,
- Bu gereklilikler roller arasında eşitlik sağlanarak yerine getirilmelidir,
- Üstlenilen tüm roller yerine getirilmelidir,
- Üstlenilen tüm rollerde memnuniyet olmalıdır,
- Roller arası çatışma düşük olmalıdır,
- Birey rolleri üzerinde kontrol sahibi olmalıdır.

İş-yaşam dengesi, kişilerin sahip oldukları birçok farklı rol arasında uyum sağlanması olarak tanımlanabilir (Clark, Koch ve Hill, 2004). Diğer bir tanıma göre iş-yaşam dengesi, bireylerin iş yaşamları ile aile

yaşamları ve seyahat, sanat, hobi gibi aktiviteleri gerçekleştirdikleri sosyal yaşamları arasındaki dengeyi sağlayabilmelidir (Saif, Malik ve Awan, 2011). İş-yaşam dengesi aslında hayatın farklı alanları arasındaki dengedir (Tucholka ve Weese, 2007). Bu denge hali bireyden bireye değişen öznel bir durumu ifade eder. Kimi bireyler sahip oldukları davranışsal özelliklere göre ailesiyle ve arkadaşlarıyla geçirdiği zamana öncelik vererek dengeyi sağlayabilirken kimi bireyler iş yaşamına öncelik vererek denge durumunu sağlayabilir.

İş-yaşam dengesi kavramında “iş”, bireyin kariyer yolunda geçirdiği çalışma hayatını tanımlarken; “yaşam”, çalışma hayatından geriye kalan ve bireyin aile yaşantısı ile boş zamanına karşılık gelen sosyal hayatını tanımlamaktadır (Sharma ve Nayak, 2016).

İş ve iş dışı yaşam arasında denge sağlarken bazıları “yaşamak için çalışmak” bakış açısını benimseyip iş dışı yaşamı merkeze alırken, bazıları “çalışmak için yaşamak” bakış açısını benimseyip iş yaşamını merkeze almaktadır (Delecta, 2011). Bireyden bireye değişen denge hali, bireye özgü ve örgüte özgü bazı faktörlerden etkilenerek şekillenir.

a) Bireysel Faktörler: Cinsiyet, yaş, medeni hal, eğitim düzeyi, içinde yetişilen aile ve çevre gibi faktörler bireyin karakterini belirleyen, olaylara bakış açısını şekillendiren ve diğer bireylerden farklılaştıran unsurlardır. Bu unsurlar her bir bireyin iş ve iş dışı yaşamlarında üstlenebilecekleri görev ve sorumluluklara dair beklentilerine ve tatminlerine yön vererek iş-yaşam dengesini etkileyen unsurlardır (Teker, Çelikten ve Halavuk, 2018).

b) Örgütsel Faktörler: Çalışanın yetki ve sorumluluklarına yön veren örgüt kültürünü şekillendiren unsurlar iş-yaşam dengesini etkilemektedir. Bu unsurları iş yükü, çalışılan fiziki mekânın ergonomisi, iş tanımının netliği, örgüt içi iletişim, yönetimin çalışana karşı tutumu olarak sıralamak mümkündür.

İş-yaşam dengesinin gerek bireysel gerekse de örgütsel düzeyde önemli faydaları bulunmaktadır. Çalışan ve işveren penceresinden bu faydalar, Tablo 1’de nitel ve nicel faydalar olmak üzere iki grup altında sıralanmıştır.

TABLO 1 | İş-Yaşam Dengesinin Faydaları

İşverenler için niteliksel faydalar	Çalışanlar için niteliksel faydalar
<ul style="list-style-type: none">- Değerli çalışanları elde tutmak- Çalışanların motivasyonunda artış- Daha geniş bir iş gücü aday yelpazesine ulaşmak- Tercih edilen işveren itibarı- İşe devamsızlıkta azalma- İşe alım maliyetlerinde azalma- Emek verimliliğinde artış- Müşteri memnuniyetinde artış- Sağlık maliyetlerinde azalma- Nitelikli bireylerin iş başvurularındaki artış	<ul style="list-style-type: none">- İşyerinde ve evde daha mutlu bir yaşam- Daha iyi işyeri ilişkileri- Benlik saygısı ve konsantrasyonda gelişme- İş dışındaki yaşam için daha fazla zaman- Çalışma hayatının etkin kontrolü- Evdeki ve işteki sorumlulukların bir arada etkin yönetimi- Personele değer veren destekleyici bir işyerinin parçası olmak
Nicel faydalar	
<ul style="list-style-type: none">- Devamsızlık maliyetinde azalma- Üretim maliyetinde azalma- Personel devir maliyetinde azalma	<ul style="list-style-type: none">- Sağlık sigortası prim maliyetinde azalma- Medikal ihtiyaçlarda azalma- Müşteri memnuniyeti

Kaynak: Naithani, 2009

İş ve iş dışı yaşam arasında denge sağlanması halinde çalışan, fiziksel ve psikolojik olarak kendini daha iyi hissedecek ve buna bağlı olarak motivasyonu ve işe bağlılığı artacaktır. Bu durumun örgüte yansımaları; nitelikli çalışanların istihdam edildiği, devamsızlıktan ve personel değişim oranının artmasından kaynaklı maliyetlerin azaldığı, verimliliğin arttığı, örgüt içi iletişimin güçlendiği bir yapının tesis edilmesidir.

Gerek birey için gerekse örgüt için önemli faydaları bulunan iş-yaşam dengesi ancak, bireyin işe ayırdığı zamanın, iş dışındaki sorumluluklarını yerine getirmesine engel olmayacak bir süre ile sınırlandırılmasının bir kişilik hakkı olduğunun kabul edilmesi ve bireysel, örgütsel ve toplumsal ortak faydalara saygı gösterilmesi ile sağlanabilmektedir (Wong ve Ko, 2009). Esnek çalışma, yarı zamanlı çalışma, evden çalışma gibi iş-yaşam programları, iş-yaşam dengesinin sağlanmasında önemli uygulama örnekleridir (Maxwell ve McDougall, 2004). Ayrıca örgüt bünyesinde verilen kreş, hasta ya da yaşlı aile üyelerinin bakımı gibi hizmetler ile zaman zaman yöneticiler tarafından

çalışanların işe geç gelmelerine veya işten erken ayrılmalarına göz yumulması, çalışanların iş ve özel yaşamları arasında denge kurmalarına yardımcı olan uygulamalardır (Bond, Flaxman ve Bunce, 2008).

B. İŞ TATMİNİ

Çalışanlar günün büyük bir bölümünü iş yerinde geçirmekte ve işe dair yaşadıkları duygular, tüm yaşamlarını etkilemektedir. İşe yönelik hissedilen pozitif veya negatif duyguların diğer bir ifadeyle iş tatmin veya tatminsizliğinin, bireyin özel yaşamına ve örgütün verimlilik düzeyine olumlu ya da olumsuz yansımaları olmaktadır.

İş tatmini, örgütsel verimliliği etkileyen bir unsur olduğundan iş dünyasında üzerinde durulan önemli konulardan biri haline gelmiştir (Köse, 2013). Bu konudaki ilk çalışmaların, Taylor ve Gilberth tarafından, Birinci Dünya Savaşı sırasında fabrikada bir taraftan verimliliğin en üst seviyede, diğer taraftan stres ve yorgunluğun en alt seviyede olduğu çalışma yönteminin araştırılması ile başladığı kabul edilir (Sirem, 2009).

Tatmin kavramı Türkçe sözlükte; “istenen bir şeyin gerçekleşmesini sağlama, gönül doyunluğuna erme, doyum” ifadeleri ile tanımlanmaktadır (www. sozluk.gov.tr, 2023). Bu tanımdan hareketle iş tatmini; işin çalışanın beklentilerini karşılayarak bireyde doyum hissi uyandırmasıdır, şeklinde tanımlanabilir. Burada önemli olan işin gerekleri ile çalışanın beklentilerinin birbiriyle uyumlaştırılmasıdır (Orhan, 2021). Çalışanlar beklentileri ile yaptıkları iş sonucundaki kazanımları arasında bir tutarlılık olduğu süreç işlerinden tatmin olmaktadır (Üçüncü, 2016).

İş tatmini bireyin yaptığı işle ilgili olarak hissettiği olumlu duyguları ifade eder. Bireyin yaptığı işe karşı tutumu olumlu ise “iş tatmini”, olumsuz ise “iş tatminsizliği” ortaya çıkar (Tekin ve Deniz, 2019).

Genel bir ifadeyle iş tatmini; çalışanların yaptıkları işin vasfına yönelik olarak hissettikleri duygulardır (Aşan ve Özyer 2008). İş tatmininden bahsedebilmek için kişinin, işine karşı pozitif hissetmesi ve pozitif duygusal tutumlar sergilemesi gerekir (Locke, 1976). Eğinli (2009) iş tatminini; bireyin işinden aldığı haz, mutluluk ve işle ilgili duygusal reaksiyonlarının toplamı şeklinde açıklamıştır. Diğer bir ifadeyle iş tatmini çalışanın gerek fiziksel gerekse zihinsel bakımdan iyi olmasıdır (Oshagbemi, 2000).

İş tatmini üzerine yapılan çalışmalar, bireysel ve örgütsel bazı faktörlerin tatmin düzeyini etkilediğini göstermektedir. Bireysel olarak; kişinin yetenekleri, eğitimi, kişilik özellikleri, medeni durumu, cinsiyeti, yaşı, tecrübesi, statüsü, yaşamını sürdürdüğü sosyokültürel çevresi gibi unsurlar bireyin işe dair beklentilerini şekillendirmektedir. Bu unsurlar bireyden bireye değişen ağırlıklarda çalışanın işe karşı tutumunu etkilemektedir. Örgütsel olarak ise; yönetimin çalışanlara karşı tutumu, çalışanlara yönelik politikaları, çalışma ortamının fiziksel özellikleri, örgüt içi iletişim, terfi imkânları, ücret politikası, işin zorluk derecesi, sosyal haklara yönelik uygulanan prosedürler, örgüt iklimi gibi unsurlar iş tatminini bireyden bireye değişen farklı düzeylerde etkilemektedir.

Yüksek iş tatmini olan bireyler sorumluluklarını yerine getirirken azami gayret göstermekte ve bundan memnuniyet duymaktayken, tatminsiz bireyler mutsuz, gergin ve sıkıntılı hissetmektedirler (Heller, Judge ve Watson, 2002). Ayrıca yüksek iş tatmini olan bireylerin işe devamsızlık düzeyleri daha düşükkken, tatminsiz bireylerin işe devamsızlık düzeyleri yüksektir ve yeni iş arayışı içindedirler (Dinham ve Scott, 1998). İş tatmini yüksek olan çalışanların örgüte bağlılıkları ve üretkenlikleri daha yüksekkken, tatminsizlik yaşayan çalışanların üretkenlikleri ve işe bağlılıkları düşüktür (Sarker, Crossman ve Chinmetcepituck, 2003). Diğer taraftan tatminsizlik yaşayan çalışanlar, sinirsel ve duygusal çöküntü içindedirler (Miner, 1992).

İş tatminsizliği neticesinde çalışan işe geç gelme, işi bırakma, sabotaj gibi kanun dışı eylemlere yönelme, disiplin kurallarına uymama gibi negatif tavırlar göstermekte ve bu durum örgüt yönetimi ile çalışan arasındaki ilişkiyi bozarak, örgütü finansal zarara uğratmaktadır (Sertçe, 2003).

C. YAŞAM TATMİNİ

Kavram ilk kez tanımlayan Neugarten’a göre yaşam tatminini, bireyin hayattan bekledikleri ile elde ettiklerini karşılaştırması sonucu ortaya çıkan doyum düzeyidir (Kaçan Softa, Karaahmetoğlu, Erdoğan

ve Yavuz, 2015). Bireyin beklentileri ile sahip oldukları örtüştüğünde yaşam tatmini artmakta, örtüşmediğinde ise azalmaktadır.

Yaşam tatmini, kişinin kendi yaşamından duyduğu memnuniyeti ifade etmektedir (Polatçı, 2015). İş, okul, aile, sosyal hayat gibi yaşamın tüm alanlarıyla ilgilidir. Bireyin öznel olarak iyi olma durumunu ve yaşamıyla ilgili bilişsel yargılarını içermektedir. Ayrıca yaşam tatmini bireyin yaşam standartları değiştiğçe değişen dinamik bir yapıya sahiptir (Diener, 1984).

Literatürde yaşam tatminini etkileyen faktörler genellikle kişisel, toplumsal, çevresel ve çalışma hayatına dair faktörler olmak üzere dört kategoride sınıflandırılmaktadır (Özdevecioğlu ve Aktaş, 2007). Bireyin eğitimi, yaşı, cinsiyeti, medeni durumu, sahip olduğu roller, karakteri gibi kişisel özellikleri; yetiştiği ve yaşadığı toplumun sosyo-kültürel yapısı gibi toplumsal özellikler; sağlık, gelir düzeyi gibi çevresel özellikler ile iş yaşamına dair memnuniyet düzeyi, maruz kaldığı iş stresi, deneyimi, iş yaşamındaki rekabet ortamı gibi çalışma hayatına dair özellikler bireyin yaşam tatmin düzeyini etkileyen faktörlerdir.

Her bireyin yaşamdan beklentisi ve memnuniyet düzeyini etkileyecek faktörlere karşı yaklaşımı farklılık gösterdiğinden yaşam tatminin standart bir ölçüsü yoktur, subjektiftir.

Duygusal bir boyutu olan yaşam tatmini, bireyin mutluluğunun bir ölçüsü olarak da görülmektedir (Veenhoven, 1996).

II. LİTERATÜR ÖZETİ

Muhasebe alanında çalışanların iş tatminlerinin, yaşam tatminlerinin ve iş-yaşam dengelerinin incelendiği çalışmalar aşağıda özetlenmiştir.

Çiftçi ve Parlak'ın (2019) iş-yaşam kalitesinin çalışan motivasyonu üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yaptıkları çalışmada anket yöntemi kullanılmıştır. Mali müşavirlik ofislerinde istihdam edilen 152 çalışanın katıldığı çalışma sonucunda, iş-yaşam kalitesinin çalışan motivasyonu üzerinde pozitif yönlü etkisi olduğu, çalışanların motivasyon düzeylerinin %53'ünün iş-yaşam kaliteleri ile açıklandığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Persellin, Schmidt, Vandervelde ve Wilkins'in (2019) denetçilerin iş yükleri ile iş tatmini ve denetim kalitesi arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yaptıkları çalışmada 700'den fazla denetçiye anket uygulanmıştır. Ankete katılanlar, yüksek iş yükünün başlıca iki sebebinin son teslim tarihleri ve personel eksikliği olduğunu belirtmişlerdir. Çalışma sonucunda yüksek iş yükünün denetim kalitesinin düşmesine neden olduğu ve denetçilerin iş tatminini olumsuz etkilediği tespit edilmiştir.

Tubay'ın (2019) Filipinler'deki üç büyük denetim firmasında çalışan yeminli mali müşavirlerin iş tatminlerinin, işten ayrılma niyetleri üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yaptığı çalışmada çoklu regresyon yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada iş tatmininin işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı ve negatif etkiye sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Liu ve Ren'in (2019) Çin'deki stajyer denetçilerin örgütsel öğrenmeleri ile iş tatminleri arasındaki olası ilişkileri incelemek amacıyla yaptıkları çalışmada stajyer denetçiler için örgütsel öğrenmenin işyeri etkileşimleri, denetleme-izleme ve destekleyici bilgi sistemleri olmak üzere üç ana boyutu olduğu; iş tatmini ile işyeri etkileşimlerinin ve destekleyici bilgi sistemlerinin önemli ölçüde ilişkili olduğu; kadın ve erkek stajyerlerin örgütsel öğrenmede farklı yaklaşımları tercih ettikleri, büyük denetim firmalarında çalışan stajyer denetçilerin daha küçük denetim firmalarında çalışanlardan daha fazla iş tatmini yaşadıkları ve erkek stajyer denetçilerin kadın stajyerlere göre denetim işlerinden daha kolay tatmin oldukları bulgularına ulaşılmıştır.

Hamamji ve Ay'ın (2020) Irak'ta faaliyet gösteren muhasebe meslek mensuplarının, mesleki tükenmişlik ile yaşam tatmini arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmada veri toplama aracı olarak Maslach ve Jackson (1981) tarafından geliştirilen iş doyumu ve yaşam doyumu ölçeği ile araştırmacının hazırladığı demografik soruların yer aldığı anket formu kullanılmıştır. 300 meslek mensubunun katılımcı olarak yer aldığı çalışmada iş ve yaşam tatmini ile mesleki tükenmişlik arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Manuel'in (2020) Filipinler'de faaliyet gösteren muhasebe meslek mensuplarının tükenmişlik ve işe gidip gelme streslerinin iş-yaşam dengesi üzerindeki etkisini incelediği çalışmada 409 meslek mensubuna anket uygulanmıştır. Çalışma sonucunda tükenmişlik ve işe

gidip gelme stresi ile iş tatmini arasında negatif ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca tükenmişliğin iş tatmini ve üretkenlik ile negatif ilişkili olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Tharp, Parks-Stamm, Kitces ve Lurtz'un (2021) ABD'de faaliyette bulunan mali müşavirlerin Covid 19 ile ilişkili stres ve yaşam memnuniyetlerinin cinsiyet değişkenine göre farklılıklarını belirlemek amacıyla yaptıkları çalışmada 499 mali müşavire anket uygulanmıştır. Kadın katılımcılar, erkek katılımcılara kıyasla Covid 19 ile ilişkili iş streslerinde daha fazla artış, aile sorumluluklarını yönetmekten dolayı daha yüksek stres ve Covid 19'un müşterileri üzerindeki etkisine tanık olmaktan dolayı daha fazla empatik stres bildirmişlerdir. Çalışmada iş stresine bağlı olarak kadın katılımcıların erkek katılımcılara kıyasla yaşam tatminlerinin daha düşük olduğu tespit edilmiştir.

Durmuş ve Bilgin'in (2021) TRB-1 bölgesinde faaliyet gösteren SMMM'lerin iş-yaşam dengelerini incelemek amacıyla yaptıkları çalışmada, sosyo-demografik özellikler ile iş-yaşam dengesini ölçen alt boyutlar arasında anlamlı farklar bulunmamıştır. Toplam çalışma saatinin mali müşavirlerin yaşamı ihmal etme, yaşamın işten ibaret olması ve kendine zaman ayırma boyutlarını etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca mesai saatleri dışında çalışmanın, yaşamın işten ibaret olarak algılanması boyutunu etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır.

Ağ ve Aydın'ın (2022) Bayburt ve Gümüşhane illerinde faaliyette bulunan muhasebe meslek mensuplarının mesleki tükenmişlik düzeyleri ile iş doyumları arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla yaptıkları çalışmada, muhasebe meslek mensuplarının sosyo-demografik özelliklerine bağlı olarak mesleki tükenmişlik düzeyi ile iş doyumları arasındaki ilişkide anlamlı farklılıklar olduğu ve iş doyumları arttıkça tükenmişlik düzeylerinin azaldığı bulgularına ulaşılmıştır.

Aktaş ve Güney (2023) Türk muhasebe mesleğinin, 1989-2019 yılları arasında kalan otuz yıllık dönemde kapsayan gelişimini incelemek amacıyla yaptıkları çalışmada, meslek mensubu sayısının giderek artmasının haksız rekabette artışa ve kalitede düşüşe sebep olacağını ve bu sorunun ancak mesleğin farklı alanlarında uzmanlaşmaya gidilmesiyle çözülebileceğini, aksi halde meslek mensuplarının iş-yaşam dengelerinin olumsuz etkileneceğini belirtmişlerdir.

III. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

A. ARAŞTIRMANIN AMACI

İş yaşamında karmaşıklığın, rekabetin, uzaktan çalışma gibi esnek çalışma uygulamalarının artmasıyla birlikte iş-yaşam dengesini sağlamanın zorlaştığı görülmektedir. Çalışanların iş-yaşam dengesini sağlayamamaları durumunda iş ve yaşam tatminsizliği meydana gelmektedir. Araştırmanın amacı iş-yaşam dengesi ve alt boyutlarının, muhasebe meslek mensuplarının, bireyin iş hayatından duyduğu memnuniyeti ifade eden iş tatminlerine ve bireyin özel hayatından duyduğu memnuniyeti ifade eden yaşam tatminlerine etkisini saptamaktır.

B. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışmada nicel veri toplama yöntemlerinden biri olan anket yöntemi kullanılmıştır. Kullanılan anket formu dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde demografik özelliklere yönelik sorular yer alırken, ikinci bölümde iş-yaşam dengesine yönelik 17 ifade, üçüncü bölümde iş tatminine yönelik 5 ifade ve son bölümde yaşam tatminine yönelik 5 ifade yer almaktadır.

Araştırmada yüzde ve frekans analizleri ile iş yaşam dengesinin alt boyutlarının, iş tatmini ve yaşam tatmininin ortalama puanları ve standart sapmaları bulunmuştur. Normallik testi sonucu verilerin normal dağılım gösterdiği tespit edilmiş ve parametrik testler kullanılmıştır. İş yaşam dengesi ve alt boyutlarının, iş ve yaşam tatminiyle ilişkisini belirlemek amacıyla korelasyon analizi; iş ve yaşam tatmini üzerindeki etkisini belirlemek için ise regresyon analizi yapılmıştır.

C. ARAŞTIRMANIN ETİK İZİNİ

Yapılan bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergenin ikinci bölümü olan "Bilimsel Araştırma ve

Yayın Etiğine Aykırı Eylemler” başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbirini gerçekleştirilmemiştir. Etik kurul izin bilgileri aşağıdaki gibidir.

Etik değerlendirmeyi yapan kurul adı: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Sosyal ve Beşeri Bilimler Kurulu

Etik değerlendirme kararının tarihi: 01.12.2021

Etik değerlendirme belgesi sayı numarası: 102426

D. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Çalışmanın ana ve alt hipotezleri aşağıda görülmektedir.

H₁: Muhasebe meslek mensuplarının iş-yaşam dengesi, iş tatminini anlamlı olarak etkilemektedir.

H_{1a}: İşin yaşama olumsuz etkisi, iş tatminini negatif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.

H_{1b}: Yaşamın işe olumsuz etkisi, iş tatminini negatif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.

H_{1c}: İşin yaşama olumlu etkisi, iş tatminini pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.

H_{1d}: Yaşamın işe olumlu etkisi, iş tatminini pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.

H₂: Muhasebe meslek mensuplarının iş-yaşam dengesi, yaşam tatminini anlamlı olarak etkilemektedir.

H_{2a}: İşin yaşama olumsuz etkisi, yaşam tatminini negatif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.

H_{2b}: Yaşamın işe olumsuz etkisi, yaşam tatminini negatif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.

H_{2c}: İşin yaşama olumlu etkisi, yaşam tatminini pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.

H_{2d}: Yaşamın işe olumlu etkisi, yaşam tatminini pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.

Bu çalışmada iş-yaşam dengesi bağımsız değişken, iş ve yaşam tatmini bağımlı değişken olarak ele alınmaktadır.

ŞEKİL 1 | Araştırmanın Modeli



Çalışmada kullanılan araştırma modeli Şekil 1’de gösterilmiştir. Araştırmada Ekin ve Sabancı (2021) tarafından geliştirilen ve geçerlilik ile güvenilirlik çalışması aynı araştırmacılar tarafından yapılan “İş Yaşam Dengesi Ölçeği”; Brayfield ve Rothe (1951) tarafından geliştirilen, Judge, Locke, Durham ve Kluger (1998) tarafından kısaltılan ve Başol ile Çömlekçi (2020) tarafından yeniden yorumlanarak güvenilirlik-geçerlilik çalışması yapılan “İş Tatmini Ölçeği”; Diener, E., Emmons, R.A., Larsen, R.J. ve Griffin, S. (1985) tarafından geliştirilen, Türkçe’ye çevrilerek geçerlilik ve güvenilirlik çalışması Bekmezci ve Mert (2018) tarafından yapılan “Yaşam Tatmini Ölçeği” kullanılmıştır. Kullanılan ölçekler için sahiplerinden gerekli izinler alınmıştır.

Araştırmada beşli Likert ölçeği kullanılmıştır. Katılımcılardan beşli Likert ölçeğine göre sunulan 1. kesinlikle katılmıyorum 2. katılmıyorum 3. kararsızım 4. katılıyorum 5. kesinlikle katılıyorum seçeneklerinden birini seçmeleri istenmiştir. Puanlar 5’e yaklaştıkça ifadelere katılım düzeyi artarken, puan 1’e yaklaştıkça ise ifadeye katılım düzeyi azalmaktadır. Ölçeğin değerlendirilme aralıkları; kesinlikle katılıyorum 1,00-1,79, katılmıyorum 1,80-2,59, kararsızım 2,60-3,39, katılıyorum 3,40-4,19, kesinlikle katılıyorum 4,20-5,00’dır (Likert, 1932).

Araştırmaya katılan katılımcıların sosyo-demografik özelliklere göre frekans dağılımı Tablo 2’de gösterilmiştir.

TABLO 2 | Demografik Bilgiler

Demografik Özellikler		n	%	Demografik Özellikler		n	%
Cinsiyet	Kadın	72	39,4	1-5 Yıl	36	19,7	
	Erkek	111	60,6		6-9 Yıl	39	21,1
Yaş	34 Yaş ve Altı	88	47,9	Mesleki Deneyim Süresi		10-15 Yıl	41
	35-44	54	29,6		16-19 Yıl	28	15,5
	45-54	31	16,9		20 Yıl ve Üzeri	39	21,1
	55+	10	5,6		Çalışılan İl	Kayseri	57
Medeni Durum	Evli	126	69,0	Sivas		113	62,0
	Evli Değil	57	31,0	Yozgat		13	7,0
Eğitim Durumu	Lise ve Dengi	13	7,0				
	Yüksek Öğretim	108	59,2				
	Lisansüstü	62	33,8				

Tablo 2’ye göre katılımcıların %60,6’sı erkek %39,4’ü kadındır. %47,9’u 34 yaş ve altı, %29,6’sı 35-44 yaş arası, %16,9’u 45-54 yaş arası ve %5,6’sı 55 yaş ve üzeridir. Öğrenim durumlarında bakıldığında %7,0’ı lise ve dengi, %59,2’si yükseköğretim ve %33,8’i lisansüstü mezunudur.

IV. ANALİZ VE BULGULAR

Modelin yapısal geçerliliğinin test edilmesi için doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ve ölçeğin boyutlarının ortaya konulması için açıklayıcı faktör analizi (AFA) yapılmıştır. Verilerin analizinde AMOS 23 ve SPSS 22 paket programları kullanılmıştır.

İş yaşam dengesi, iş tatmini ve yaşam tatmini ölçeklerinin güvenilirlik ve geçerlilik analizi ayrı ayrı yapılmıştır. Bu analiz kapsamında 17 ifadeden oluşan iş-yaşam dengesi ölçeğinin Cronbach Alpha değeri 0,720 olarak bulunmuştur. Bu noktada 0,700 değerinin sosyal bilimlerde güvenilir olduğu söylenebilir (Pallant, 2005). Eğitim döndürme (oblique) işlemi sonucu ölçeğin 4 boyuttan oluştuğu tespit edilmiştir. İş yaşam dengesi ölçeğindeki dört boyut işin yaşama olumsuz etkisi, yaşamın işe olumsuz etkisi, işin yaşama olumlu etkisi ve yaşamın işe olumlu etkisi olarak isimlendirilmektedir. İfadelerin faktör yükleri ,545 ile ,883 arasında yer almaktadır. İş yaşam dengesi ölçeğinin KMO değerinin 0,704 ile Bartlett’s testinin anlamlı çıkması faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. İş yaşam dengesi ölçeğinin işin yaşama olumsuz etkisi faktörü elde edilen toplam varyansın %28,3’ünü, yaşamın işe olumsuz etkisi %14,2’sini, işin yaşama olumlu etkisi %11,8’ini ve yaşamın işe olumlu etkisi %8,5’ini açıklamaktadır. İş-yaşam dengesi ölçeğinin açıklayıcı faktör analizine yönelik sonuçları Tablo 3’te görülmektedir.

TABLO 3 | İş Yaşam Dengesi Ölçeğinin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

	Faktör			
	1	2	3	4
İşin Yaşama Olumsuz Etkisi	İsten eve geldiğimde yapmak istediğim şeyleri yapmak için çok yorgun oluyorum	,721		
	İşim, istediğim özel hayatı sürdürmeyi zorlaştırıyor	,883		
	İşimin istekleri nedeniyle kişisel ihtiyaçlarımı ihmal ediyorum	,855		
	Özel hayatım işimden dolayı zarar görüyor	,659		
	İş yaparken harcadığım zamandan dolayı önemli kişisel faaliyetleri gerçekleştiremiyorum			
Açıklanan Varyans Değeri % 28,3				
Yaşamın İşe Olumsuz Etkisi	Özel hayatım işimi yapmam için gerekli olan enerjiyi tüketiyor	,615		
	Özel hayatımda olan şeyler yüzünden işim zarar görüyor	,761		
	Özel hayatımda süregelen şeyler olmazsa, işe daha fazla zaman ayırdım	,847		
	Özel hayatımda olup bitenler nedeniyle işte verimli olamayacak kadar yorgun oluyorum	,821		
	İşteyken, iş dışında yapmam gerekenler nedeniyle endişeli oluyorum	,547		
	Özel hayatımdaki sorunlarla uğraşmaktan işimi bitirmekte zorlanıyorum	,545		
Açıklanan Varyans Değeri %14,2				

TABLO 3 (Devamı) | İş Yaşam Dengesi Ölçeğinin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

	Faktör				
	1	2	3	4	
İşin Yaşama Olumlu Etkisi	İşim, iş dışında benim için önemli faaliyetleri gerçekleştirmem için bana güç veriyor		,717		
	İşim sayesinde evdeki ruh halim daha iyi oluyor		,777		
	İşyerinde yaptıklarım, evdeki kişisel ve günlük işlerle başa çıkmamı kolaylaştırıyor		,677		
Açıklanan Varyans Değeri %11,8					
Yaşamın İşe Olumlu Etkisi	Özel hayatımdaki her şey iş yerinde daha iyi hissetmemi sağlıyor			,846	
	Özel hayatım bana işimi yapmam için güç veriyor			,729	
	Özel hayatım, ertesi günlük işler için dinlenmeye ve kendimi hazır hissetmeye yardımcı oluyor			,824	
Açıklanan Varyans Değeri % 8,5					
Toplam Açıklanan Varyans					62,8
Ölçeğin Cronbach Alfa Katsayısı					0,720
KMO Değeri					,704

Orijinal çalışmada ölçeğin dört faktörden oluştuğu tespit edilmiştir. Çalışmada açıklayıcı faktör analizi sonuçlarına göre ölçek orijinal ölçeğe benzer şekilde dört faktörden oluşmaktadır. Orijinal ölçeğindeki ifadelerin faktör yükleri ,610 ile ,876 arasında değişmektedir. Ayrıca çalışmada kullanılan iş yaşam dengesi ölçeğinin açıklanan toplam varyansı %62,8'dir. Orijinal ölçeğin açıklanan toplam varyansı ise %67,8'dir (Ekin ve Sabancı, 2021: 157). İş yaşam dengesi ölçeğinde elde edilen sonuçlar ile orijinal ölçeğin sonuçlarının benzer olduğu söylenebilir.

TABLO 4 | İş Tatmini Ölçeğinin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

	Faktör
İşimi keyifli buluyorum	,912
Mevcut işimden memnunum	,859
İşimi sevecek yaparım	,896
İş yerinde zaman iyi geçiyor	,747
Mutluluğu işimdeyken buluyorum	,669
Toplam Açıklanan Varyans	67,5
Ölçeğin Cronbach Alfa Katsayısı	,876
KMO Değeri	,832

İş tatmini ölçeğinin tek faktörden oluştuğu tespit edilmiştir. İfadelerin faktör yük dağılımı ,669 ile ,912 arasında yer almaktadır. İş tatmini ölçeğinin KMO değerinin 0,876 ve Bartlett's testinin anlamlı çıkması faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. İş tatmini ölçeğinin tek faktörlü yapısının toplam varyansın %67,5'ini açıklamaktadır.

Başol ile Çömlekçi (2020) tarafından yeniden yorumlanarak güvenilirlik-geçerlilik çalışması yapılan "İş Tatmini Ölçeği"nde bulunan maddelerin faktör yüklerinin ,841 ile ,932 arasında değiştiği tespit edilmiştir. Orijinal ölçeğin açıklanan toplam varyansı ise %77,9'dur. Bu noktada iş tatmini ölçeğinin açıklayıcı faktör analizi sonuçları ile orijinal ölçeğe elde edilen sonuçların yakın olduğu söylenebilir.

TABLO 5 | Yaşam Tatmini Ölçeğinin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

	Faktör
Hayat koşullarım mükemmeldir	,777
Hayatımdan memnunum	,830
Şimdiye kadar hayattan istediğim önemli şeylere sahip oldum	,791
İdeallerime yakın bir hayatım var	,751
Tekrar dünyaya gelsem hayatımdaki hemen hemen hiçbir şeyi değiştirmezdim	,791
Toplam Açıklanan Varyans	62,1
Ölçeğin Cronbach Alfa Katsayısı	,876
KMO Değeri	,852

Yaşam tatmini ölçeği tek faktörden oluşmaktadır. Yaşam tatmini ölçeği ifadelerinin yük dağılımı ,751 ile ,830 arasında yer almaktadır. Yaşam tatmini ölçeğinin KMO değerinin 0,852 ve Bartlett's testinin anlamlı çıkması faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. Yaşam tatmini ölçeğinin tek faktörlü yapısının toplam varyansın %62,1'ini açıklamaktadır.

Bekmezci ve Mert (2018) tarafından Türkçe'ye çevrilerek geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılan "Yaşam Tatmini Ölçeği"nde bulunan maddelerin faktör yüklerinin ,774 ile ,862 arasında değiştiği tespit edilmiştir. Ölçeğin açıklanan toplam varyansının ise %66,9 olduğu görülmüştür. Çalışmada elde edilen yaşam tatmini ölçeğinin açıklayıcı faktör analizi sonuçları ile orijinal ölçeğe ulaşılan sonuçların benzer olduğu söylenebilir.

Açıklayıcı faktör analizinden sonra toplanan verilerin geçerliliğinin test edilmesi amacıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Modelin uygun olduğunu söyleyebilmek için Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) değerinin 0,08'den küçük, Comparative Fit Index (CFI) değerinin 0,90'dan büyük ve Standardized Root Mean Square Residual Normed (SRMR) değerinin 0,10'dan küçük olması gerekmektedir (Gürbüz, 2021).

TABLO 6 | Doğrulayıcı Faktör Analizi İçin Uyum Değerleri

Model Uyum İndeksleri	İVDÖ	İTÖ	YTÖ	Kabul Edilebilir Uyum Değerleri
χ^2	113,1	5,9	3,5	
df	102	4	5	
χ^2/df	1,1	1,5	0,7	$0 < \chi^2/df < 5$
RMSEA	0,04	0,08	0,01	$0,00 \leq RMSEA \leq 0,08$
CFI	0,97	0,99	1,00	$0,90 \leq CFI \leq 1,0$
SRMR	0,08	0,03	0,02	$0,00 \leq SRMR \leq 0,10$

İVDÖ: İş Yaşam Dengesi Ölçeği; İTÖ: İş Tatmini Ölçeği; YTÖ: Yaşam Tatmini Ölçeği

İş yaşam dengesi ölçeği, iş tatmini ölçeği ve yaşam tatmini ölçeklerinin uygunluğunun test edilmesi amacıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonucu 3 ölçekten de herhangi bir madde atılmamıştır. Tablo 6'da görüleceği üzere uyum indekslerinin kabul edilebilir aralıkta olduğu görülmüştür.

Tablo 7'de iş-yaşam dengesi, iş tatmini ve yaşam tatmini ölçeklerine dair ortalama değerler, standart sapmalar ve korelasyon katsayıları görülmektedir.

TABLO 7 | Doğrulayıcı Faktör Analizi İçin Uyum Değerleri

	X	SS	1	2	3	4	5	6
İş Tatmini	3,85	,76	1					
Yaşam Tatmini	3,04	,83	,545*	1				
İş Yaşam Dengesi	İşin Yaşama Olumsuz Etkisi	3,35	,95	-,261*	-,238	1		
	Yaşamın İşe Olumsuz Etkisi	2,24	,71	-,102	-,104	,362**	1	
	Yaşamın İşe Olumlu Etkisi	3,62	,72	,154	,085	-,101	,202	1
	İşin Yaşama Olumlu Etkisi	3,21	,73	,284*	,246	-,222	-,191	,189

*Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlı

**Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlı

Muhasebe meslek mensuplarının iş tatmini ortalama puanlarının ($X_{ort}=3,85$) yüksek olması iş tatmininin iyi sayılabilecek düzeyde olduğunu göstermektedir. Yaşam tatmininin ise ($X_{ort}=3,04$) ile orta seviyeye yakın olduğu görülmektedir. İşin yaşama olumsuz etkisi ($X_{ort}=3,35$) düzeyindeyken, yaşamın işe olumsuz etkisi ($X_{ort}=2,24$) düzeyindedir. Muhasebe meslek mensupları işin yaşama olumsuz etkisine daha fazla katılırken, yaşamın işe olumsuz etkisine daha az düzeyde katılmıştır. Yaşamın işe olumlu etkisi ($X_{ort}=3,62$) düzeyindeyken, işin yaşama olumlu etkisinin ise ($X_{ort}=3,21$) düzeyindedir. Bu noktada muhasebe meslek mensuplarının üzerinde yaşamın işe olumlu etkisinin işin yaşama olumlu etkisinden fazla olduğu söylenebilir.

Tablo 7'de iş tatmini ve yaşam tatmini ile iş-yaşam dengesinin alt boyutlarının ilişkilerini görmek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizi ile değişkenler arasındaki ilişkinin yönü ve büyüklüğünün tespit edilmesi amaçlanmaktadır. 0,1-0,3 arasında bulunan korelasyon zayıf, 0,3-0,5 arasında bulunan korelasyon orta

derece, 0,5-0,8 arasında bulunan korelasyon güçlü, 0,8'den büyük korelasyon ise çok güçlü bir ilişkiyi ifade eder.

Bağımlı değişkenlerden iş tatmini ile bağımsız değişkenlerden işin yaşama olumsuz etkisi ($r=-,261$) ve işin yaşama olumlu etkisi ($r=,284$) arasında anlamlı ve zayıf korelasyon bulunmaktadır. Diğer bir ifadeyle işin yaşama olumsuz etkisi iş tatmini azaltırken, işin yaşama olumlu etkisi iş tatmini arttırmaktadır. İş tatmini ile yaşamın işe olumlu etkisi ($r=,154$) ve yaşamın işe olumsuz etkisi ($r=-,102$) arasında anlamsız ve zayıf yönlü ilişki bulunmaktadır.

Bağımlı değişkenlerden yaşam tatmini ile bağımsız değişkenlerden işin yaşama olumsuz etkisi ($r=-,238$) ve yaşamın işe olumsuz etkisi ($r=-,104$) arasında anlamsız, ters yönlü ve zayıf korelasyon bulunmaktadır. Yaşam tatmini ile yaşamın işe olumlu etkisi ($r=,085$) ve işin yaşama olumlu etkisi ($r=,246$) arasında anlamsız, pozitif ve zayıf yönlü ilişki bulunmaktadır.

İş tatmini ile yaşam tatmini ($r=,545$) arasında anlamlı, pozitif yönlü ve güçlü bir korelasyon bulunmaktadır. Diğer bir ifadeyle iş tatmininin artması yaşam tatmininin artmasına neden olmaktadır. Öte yandan işin yaşama olumsuz etkisi ile yaşamın işe olumsuz etkisi arasında anlamlı, aynı yönlü ve orta derece ilişki bulunmaktadır.

Ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliği sağlandıktan sonra iş ve yaşam tatmini ile iş-yaşam dengesinin alt boyutları arasında anlamlı bir etki olup olmadığını saptamak amacıyla regresyon analizi yapılmıştır. Bağımsız değişkenler arasında eş doğrusallık probleminin olup olmadığını saptamak için Variance Inflation Factor (VIF) değerine bakılmıştır. VIF değerinin 10'un altında olması durumunda regresyon modellerinde eş doğrusallık probleminin olmadığı kabul edilmektedir (Pallant, 2005).

Regresyon analizi ile "Muhasebe meslek mensuplarının iş-yaşam dengesi, iş tatminini anlamlı olarak etkilemektedir" H_1 hipotezi test edilmiştir. İş-yaşam dengesinin iş tatmini üzerindeki etkisini saptamaya yönelik yapılan regresyon analizinin bulguları Tablo 8'de görülmektedir.

TABLO 8 | İş Yaşam Dengesinin İş Tatmini Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar		t	p	VIF
	B	Std Hata	β				
Sabit	3,213	,815			3,941	,000	
Yaşamın İşe Olumsuz Etkisi	-,041	,145	,038		,281	,780	1,184
İşin Yaşama Olumsuz Etkisi	-,171	,108	-,215		-1,583	,119	1,199
Yaşamın İşe Olumlu Etkisi	,102	,135	,097		,755	,453	1,094
İşin Yaşama Olumlu Etkisi	,235	,136	,225		1,731	,089	1,069
Bağımlı Değişken: İş Tatmini							
Model	R	R ²	Düzeltilmiş R	Tahmini Std. Hata	Sig.		
	,362 ^a	,131	0,69	,73663	0,91		

Tablo 8'de görüleceği üzere iş-yaşam dengesinin alt boyutlarından yaşamın işe olumsuz etkisi ($t=,281$; $p=,780$), işin yaşama olumsuz etkisi ($t= -,1,583$; $p,119$), yaşamın işe olumlu etkisi ($t:,755$; $p=,453$) ve işin yaşama olumlu etkisi ($t=1,731$; $p=,089$) boyutlarının iş tatmini üzerinde etkisi anlamsızdır. Bu sonuçlara göre H_{1a} , H_{1b} , H_{1c} ve H_{1d} hipotezlerinin desteklenmediği görülmektedir. İş tatmini değişkenindeki değişimin %13,1'inin iş-yaşam dengesi alt boyutları ile açıklandığı şeklinde yorumlanabilir. İşin yaşama olumlu ve işin yaşama olumsuz etkisi, yaşamın işe olumlu ve yaşamın işe olumsuz etkisine göre daha fazladır.

Regresyon analizi ile "Muhasebe meslek mensuplarının iş-yaşam dengesi, yaşam tatminini anlamlı olarak etkilemektedir" H_2 hipotezi test edilmiştir. İş-yaşam dengesinin yaşam tatmini üzerindeki etkisini saptamaya yönelik yapılan regresyon analizinin bulguları Tablo 9'da görülmektedir.

TABLO 9 | İş Yaşam Dengesinin İş Tatmini Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar		t	p	VIF
	B	Std Hata	β				
Sabit	2,077	,883			2,351	,022	
Yaşamın İşe Olumsuz Etkisi	,303	,157	,259		1,926	,059	1,184
İşin Yaşama Olumsuz Etkisi	-,240	,117	-,275		-2,057	,044	1,199
Yaşamın İşe Olumlu Etkisi	,078	,146	,068		,531	,597	1,094
İşin Yaşama Olumlu Etkisi	,078	,147	,221		1,719	,091	1,069
Bağımlı Değişken: İş Tatmini							
Model	R	R ²	Düzeltilmiş R	Tahmini Std. Hata	Sig.		
	,390 ^a	,152	0,92	,79815	0,51 ^b		

Regresyon formülü= $2,007+0,303X1-0,240X2+0,078X3+0,078X4$ şeklinde oluşturulmuştur. Regresyon modelinin anlamlı olmadığı görülmektedir ($\text{sig}=0,51$). Yaşam tatmini değişkenindeki değişimin %15,2'sinin iş-yaşam dengesi alt boyutları ile açıklandığı söylenebilir.

İş-yaşam dengesinin alt boyutlarından yaşamın işe olumsuz etkisi ($t=1,926$; $p=,059$), yaşamın işe olumlu etkisi ($t:,531$; $p=,597$) ve işin yaşama olumlu etkisi ($t=1,719$; $p=,091$) boyutlarının yaşam tatmini üzerindeki etkisi anlamsızdır. Buna sonuçlara göre H_{2a} , H_{2c} ve H_{2d} hipotezlerinin desteklenmediği görülmektedir. İşin yaşama olumsuz etkisinin ($t= -,2,057$; $p,044$) yaşam tatmini üzerindeki negatif etkisinin anlamlı olduğu söylenebilir. Bu noktada H_{2b} hipotezi doğrulanmıştır. Buna göre işin yaşama olumsuz etkisi arttıkça yaşam tatmini azalmaktadır. İşin yaşama olumsuz etkisindeki 1 birimlik artış yaşam tatmininde ,240 birim azalışa yol açmaktadır.

SONUÇ

Bu çalışmada muhasebe meslek mensuplarının iş-yaşam dengesinin, iş ve yaşam tatmini üzerindeki etkileri incelenmiştir. Araştırmaya TR72 bölgesinden 183 muhasebe meslek mensubu katılmıştır. Ankete katılanların çoğu erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların yarıya yakını 34 yaş altındadır. Katılımcıların büyük çoğunluğu evli ve yükseköğretim mezunudur. Katılımcıların mesleki deneyim süresi aralıkları birbirine yakındır.

Araştırmada oluşturulan model çerçevesinde hipotezler geliştirilmiştir. Araştırma bulgularına göre iş tatmini ile yaşam tatmini arasında pozitif yönlü güçlü bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Muhasebe meslek mensuplarının iş tatmininin artmasının yaşam tatminini olumlu etkilemesi beklenen bir sonuçtur. Bu noktada iş tatminsizliğinin yaşamda da tatminsizlik oluşturacağı söylenebilir. Öte yandan yaşamın işe olumsuz etkisi ile işin yaşama olumsuz etkisi arasında pozitif yönlü ve orta derece bir ilişki olduğu belirlenmiştir. İş-yaşam dengesinin alt boyutlarından işin yaşama olumsuz etkisi ve işin yaşama olumlu etkisi ile iş tatmini arasında anlamlı fakat düşük düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca iş-yaşam dengesinin alt boyutlarıyla yaşam tatmini arasında anlamsız ve zayıf bir korelasyon olduğu belirlenmiştir.

İş-yaşam dengesi alt boyutlarının iş tatmini üzerinde anlamlı etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre H_{1a} , H_{1b} , H_{1c} ve H_{1d} hipotezlerinin desteklenmediği görülmektedir. İş-yaşam dengesinin alt boyutlarından işin yaşama olumsuz etkisinin yaşam tatmini üzerinde negatif anlamlı etkisinin olduğu bulunmuştur. Bu noktada H_{2b} hipotezi doğrulanmıştır. Buna göre işin yaşama olumsuz etkisi arttıkça yaşam tatmini azalmaktadır.

Araştırmada elde edilen bulgular literatür ile örtüşmektedir. Aşan ve Erenler'in (2008) iş ve yaşam tatmini arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yaptıkları ve örneklemini Ankara'da bir devlet üniversitesinde görev yapan akademisyenlerin oluşturduğu çalışmada, iş ve yaşam tatmini arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Benzer şekilde Gökkaya'nın (2014) yerel yönetimlerde iş-yaşam dengesi ve çalışan davranışı ilişkisini incelediği ve örneklemini Kocaeli ilinde yer alan belediyelerdeki çalışanların oluşturduğu çalışmada, çalışanların iş-yaşam denge düzeylerinin iş tatmini düzeylerinden

etkilendiği belirlenmiştir. Bayarçelik ve Hıdır'ın (2020) iş-aile dengesi, tükenmişlik ve iş tatmini arasındaki ilişkileri X ve Y kuşağı açısından karşılaştırmalı olarak inceledikleri ve örneklemini İstanbul'daki özel banka çalışanlarının oluşturduğu çalışmada, banka çalışanlarından hem X kuşağı hem de Y kuşağı için iş-aile dengesinin iş tatminine etkisinin pozitif yönde olduğu tespit edilmiştir.

Emek yoğun bir sektör olan hizmet sektöründe çalışan muhasebe meslek mensupları, yoğun mesai ve uzmanlık gerektiren faaliyetler icra etmektedir. Muhasebe meslek mensuplarının görev alanına giren muhasebe bilgi üretimi, danışmanlık ve denetim gibi faaliyetler içine; işletme yöneticileri, yatırımcılar, kreditorler, devlet gibi kişi ve kurumların bulunduğu geniş bir kesimine hitap etmektedir. İş ve özel yaşamı arasında denge kuran bireylerin iş verimliliğinde artış olduğu bilinmektedir. Bu kapsamda muhasebe meslek mensuplarının iş ve özel yaşamları arasında kuracakları dengenin, sadece kendi iş ve yaşam tatminleri için değil faaliyetlerinden dolayı ve dolaysız etkilenen diğer tüm birey ve kurumlar için de önemli olduğu söylenebilir.

Bu araştırmanın, Sivas-Kayseri-Yozgat illerinde faaliyet gösteren muhasebe meslek mensupları ile sınırlı olması bir kısıt oluşturmaktadır. Ancak ilerleyen dönemlerde araştırmacılar tarafından farklı iller veya farklı meslek grupları üzerinden örneklem oluşturularak iş-yaşam dengesi, iş tatmini ve yaşam tatmini konuları incelenebilir.

KAYNAKÇA

- Ağ, A. ve Aydın, R. (2022). Muhasebe meslek mensuplarının iş doyumları ile mesleki tükenmişlik düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 27-45.
- Aktaş, A., ve Güney, G. (2023). Türk muhasebe mesleğinin 30 yıldaki gelişiminin değerlendirilmesi (1989-2019). *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi*, (24), 81-110.
- Aşan, Ö., ve Erenler, E. (2008). İş tatmini ve yaşam tatmini ilişkisi. *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 13(2), 203-2016.
- Aşan, Ö. ve Özyer, K. (2008). Duygusal bağlılık ile iş tatmini ve iş tatmininin alt boyutları arasındaki ilişkileri analiz etmeye yönelik ampirik bir çalışma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(3), 129-151.
- Bayarçelik, E. B., ve Hıdır, A. (2020). Kuşaklara göre iş tatmini, tükenmişlik ve iş yaşam dengesi. *International Journal of Management and Administration*, 4(7), 54-70.
- Bond, F.W., Flaxman, P.E. ve Bunce D. (2008). The influence of psychological flexibility on work redesign: Mediated moderation of a work reorganization intervention. *Journal of Applied Psychology*, 93, 645-654.
- Clark, M., Koch, L. ve Hill, E. (2004). The work-family interface: Differentiating balance and fit. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 33(2), 121-140.
- Clark, S. C. (2000). Work/family border theory: A new theory of work/family balance. *Human Relations*, 53(6), 747-770.
- Çiftçi, D. Ö., ve Parlak, N. (2019). Çalışanların iş yaşam kalitesi algıları ile motivasyonları arasındaki ilişkinin incelenmesi: Muhasebe meslek elemanları üzerine bir uygulama. *Business ve Management Studies: An International Journal*, 7(2), 687-713.
- Delecta, P. (2011). Work life balance. *International Journal of Current Research*, 3(4), 186-189.
- Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95 (3), 542- 575.
- Dinham, S. ve Scott, C. (1998). *An international comparative study of teacher satisfaction, motivation and health: Australia, England and New Zealand*. Paper Presented at the American Educational Research Association, Annual Meeting, San Diego, 1-14.
- Durmuş, A. F. ve Bilgin, E. (2021). Serbest muhasebeci mali müşavirlerin iş-yaşam dengesi üzerine bir araştırma: TRB-1 Bölgesi. *Uluslararası İşletme, Ekonomi ve Yönetim Perspektifler Dergisi*, 5 (2), 786-796.
- Eğinli, A. T. (2009). Çalışanlarda iş doyumunu: Kamu ve özel sektör çalışanlarının iş doyumuna yönelik bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi*, 23(3), 35-52.
- Gökkaya, Ö. (2014). Yerel yönetimlerde iş-yaşam dengesi ve çalışan davranışı ilişkisinin incelenmesi "Kocaeli belediyeleri örneği". *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırmalar Dergisi*, 2(3), 1-18.
- Greenhaus, J. ve Beutell, N. (1985). Sources of conflict between work and family roles. *Academy of Management*, 10(1), 76-88.
- Gürbüz, S. (2021). *AMOS ile Yapısal Eşitlik Modellemesi*, 2.Baskı., Ankara, Seçkin Yayınları.
- Gülertekin Genç, S., Genç, V. ve Gümüş, M. (2016). Otel işletmelerinde duygusal zekânın iş stresi ve iş yaşam dengesi üzerindeki etkisi. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 6(2/1), 97-112.
- Hamamji, R. A. M., ve Ay, M. (2020). Irak muhasebe meslek mensuplarının mesleki tükenmişlik, iş doyum ve yaşam doyumlarının incelenmesi: Kerkük örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (43), 219-240.
- Heller, D., Judge, T. ve Watson, D. (2002). The confounding role of personality and trait affectivity in the relationship between job and life satisfaction. *Journal of Organizational Behavior*, 23, 811-831.
- Kaçan Softa, H., Karaahmetoğlu, G. U., Erdoğan, O., ve Yavuz, S. (2015). Yaşlılarda yaşam doyumunu etkileyen bazı faktörlerin incelenmesi. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi*, 8(1),12-21.
- Kalliath, T. ve Brough, P. (2008). Work-life balance: A review of the meaning of the balance construct. *Journal of Management ve Organization*, 14(3), 323-327.
- Kapız, S.Ö. (2002). İş-aile yaşamı dengesi ve dengeye yönelik yeni bir yaklaşım: Sınır teorisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(3), 139-153.
- Köse, A. H. (2013). *Hal yönetiminde çalışanların tükenmişlik düzeyi ve iş tatminlerinin hizmet üretimine etkisi ve mekânsal yansımaları: İstanbul Büyükşehir Belediyesi örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Bahçeşehir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Küçükusta, D. (2007). Konaklama işletmelerinde iş-yaşam dengesi sorunları ve çözüme yönelik yaklaşımlar. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(3), 243-268.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, (22)140, 5-53.
- Liu, G., ve Ren, H. (2019). Organizational learning and job satisfaction of trainee auditors: A case study of Chinese CPA firms. *Accounting Research Journal*. 32 (2), 70-87.
- Locke, E.A. (1976). *The Nature and Causes of Job Satisfaction*. The Handbook of Industrial and Organizational Psychology, IL: Rand McNally, Chicago, 1297-1349.
- Lockwood, N. R. (2003). Work/life balance: Challenges and solution., *SHRM Research*, USA, 2-10.
- Manuel, R. T. (2020). *Perception of work-life balance and the effects on job satisfaction and productivity among filipino CPAs* (Masters Thesis, Griffith College, Dublin). Access address: <https://go.griffith.ie/342/1/Ranielyn%20Tan%20Manuel.pdf>
- Maxwell, G. A., ve McDougall, M. (2004). Work-life balance: Exploring the connections between levels of influence in the UK public sector. *Public Management Review*, 6(3), 377-393.
- Miner, J.B. (1992). *Industrial-Organizational Psychology*, McGraw-Hill Int, Singapore.
- Naithani, D. (2009). Overview of work-life balance discourse and its relevance in current economic scenario. *Asian Social Science*, 6(6), 148-155.
- Orhan, N. (2018). *Bankacılık sektöründe duygusal zekâ ve yenilikçi iş davranışlarının iş tatmini üzerine etkileri* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Oshagbemi, T. (1997). The influence of rank on the job satisfaction of organizational members. *Journal of Managerial Psychology*, 12 (7), 502-528.
- 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.
- Pallant, J. (2005). *SPSS Survival Manual: A Step by Step Guide to Data Analysis Using SPSS for Windows* (Version 12), New York: Open University Press.
- Persellin, J. S., Schmidt, J. J., Vandervelde, S. D., ve Wilkins, M. S. (2019). Auditor perceptions of audit workloads, audit quality, and job satisfaction. *Accounting Horizons*, 33(4), 95-117.
- Polatçı, S. (2015). Örgütsel ve sosyal destek algılarının yaşam tatmini üzerindeki etkisi: İş ve evlilik tatmininin aracılık rolü. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(2), 25-44.
- Quick, J. C., Wright, T. A., Adkins, J. A., Nelson, D. L., ve Quick, J. D. (1997). *Preventive Stress Management in Organizations*. Washington, DC: American Psychological Association.
- Saif, M. I., Malik, M. I. ve Awan, M. Z. (2011). Employee work satisfaction and work-life balance: A pakistan perspective. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(5), 606-617.
- Sarker, S. J., Crossman, A., ve Chinmetepituck, P. (2003). The relationships of age and length of service with job satisfaction: an examination of hotel employees in Thailand. *Journal of Managerial Psychology*, 18(7), 745-758.
- Sertçe, S. (2003). *Kamu Kuruluşlarında yöneticilerin iş doyumuna üzerine araştırma, İzmir Emniyet Teşkilatı örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sharma, N., ve Nayak, P. (2016). Study on work life balance and organisation policy in it sector in NCR. *Amity Global Business Review*, 11, 115-122.
- Sirem, S. (2009). *Duygusal Zekâ Düzeyi ve iş tatmini ilişkisinin analizi: Afyonkarahisar ili kamu sağlık çalışanlarına yönelik bir uygulama* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Smith, K.T. (2010). Work-life balance perspectives of future marketing professionals in generation y. *Services Marketing Quarterly*, 31(4), 434-447.
- Sree Jyotbi, V. ve Jyotbi, P. (2012). Assessing work-life balance: from emotional intelligence and role efficacy of career women. *Advances in Management*, 5(6), 35-43.
- Teker, N., Çeliktan, M. ve Halavuk, F. (2018). Eğitim yönetiminde mizah tarzı ve iş doyum ilişkisi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 521-546.
- Tekin, B. ve Deniz, B. (2019). Muhasebe meslek mensuplarının iş stresi, iş performansı ve iş tatmini düzeyleri üzerinde kontrol odağı etkili bir faktör mü? *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (84), 65-94.
- Tharp, D. T., Parks-Stamm, E. J., Kites, M., ve Lurtz, M. (2021). Gender differences in COVID-19-related stress and relationships with life satisfaction among financial advisors. *Financial Planning Review*, 4(3), 1-14.

- [51] Tubay, J. B. (2019). The role of job satisfaction and organizational commitment on turnover intentions of accounting professionals in big 3 auditing firms in the philippines with moderating effect of leader-member exchange. *International Review of Management and Marketing*, 9(2), 84-88.
- [52] Tucholka, A. ve Weese, S. (2007). *Work-Life Balance and Health Care Benefits-Essential Forms of Modern Life-Cycle Benefits*. Germany: GRIN Verlag.
- [53] Üçüncü, H. (2016). İş Tatmini ve Motivasyon. Erişim adresi: <https://avesis.ktu.edu.tr/resume/downloadfile/kucuncu?key=1cbcd51a-0027-4ac1-9b3e-bf6060b21010>
- [54] Veenhoven, R. (1996). Developments in satisfaction-research. *Social Indicators Research*, 37, 1-46.
- [55] Wong, S. C-K. ve Ko, A. (2009). Exploratory study of understanding hotel employees' perception on work-life balance issues. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 195-203.
- [56] www.sozluk.gov.tr, (05.01.2023).



EFFECT OF EDUCATION, FAMILY, GENDER AND GENERATIONS ON THE ENTREPRENEURIAL INTENTION

ERKAM EMİN AYVAZ^{1*} & MESUT KURULGAN²

¹Öğr. Gör., Erciyes Üniversitesi, Havaçılık ve Uzay Bilimleri Fakültesi, Havaçılık Yönetimi Bölümü, eeawepjig@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-8213-5117>; ²Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi, Yaygın Öğretim Bölümü, mkurulgan@anadolu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-6496-6443>.

Bu makale "A research of students' entrepreneurship personality and entrepreneurship tendencies in the context of generations: A research on Anadolu University Open Education system students" isimli yüksek lisans tezinden türetilmiştir. Etik Kurul Onayı: Anadolu Üniversitesi Etik Kurulu, 27.11.2019 tarihi ve 88366 sayılı karar

ABSTRACT

This study aims to find the role of gender, education, family, and generations on entrepreneurial intention and its sub-factors to fill the current literature gap. In the study, a model was constructed and evaluated experimentally on a sample of 663 university students in Türkiye. The sub-factors of entrepreneurial intention were determined using factor analysis, and the association between gender, education, parental status, and generations, as well as entrepreneurial intention, was analyzed using Mann-Whitney U and Kruskal Wallis tests. Firstly, our analysis shows no evidence that gender influences entrepreneurial intention in general, but there is a difference in a sub-factor in favour of females. Secondly, there is a statistically significant difference in favour of those who receive entrepreneurship education in terms of general entrepreneur intention, but only innovativeness and tolerance for uncertainty on sub-factors. Thirdly, parental status and generation do not have statistically significant effects on entrepreneurial intention. In terms of self-confidence, creativity, and drive for achievement, however, there is a statistically significant difference in favour of those who are parents based on the parental status of the participants. Finally, it has been determined that students in Türkiye have a high level of entrepreneurial intention.

Keywords: Entrepreneurship; entrepreneurial intention; gender; entrepreneurial education; family; generations

Editör / Editor:

Selma GÜLİRMAK,
Erciyes Üniversitesi, Türkiye

*Sorumlu Yazar/ Corresponding Author:

Erkam Emin AYVAZ,
eeawepjig@gmail.com

JEL:

L26, M1, M13

Geliş: 11 Temmuz 2023

Received: July 11, 2023

Kabul: 11 Ocak 2024

Accepted: January 11, 2024

Yayın: 30 Nisan 2024

Published: April 30, 2024

Atıf / Cited as (APA):

Ayvaz, E. E. & Kurulgan, M. (2024),
Effect of Education, Family, Gender, and
Generations on The Entrepreneurial Intention,
Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi Dergisi, 67, 131-141,
doi: 10.18070/erciyesiibd.1325182

EĞİTİM, AİLE, CİNSİYET VE KUŞAKLARIN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ ÜZERİNE ETKİSİ

ÖZ

Bu çalışma, mevcut literatür boşluğunu doldurmak için cinsiyet, eğitim, aile ve kuşakların girişimcilik niyeti ve alt faktörleri üzerindeki rolünü bulmayı amaçlamaktadır. Çalışmada bir model oluşturulmuş ve Türkiye'deki 663 üniversite öğrencisinden oluşan bir örneklem üzerinde deneysel olarak değerlendirilmiştir. Girişimcilik niyetinin alt faktörleri faktör analizi kullanılarak belirlenmiş ve cinsiyet, eğitim, ebeveyn durumu ve kuşaklar ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişki Mann-Whitney U ve Kruskal Wallis testleri kullanılarak analiz edilmiştir. İlk olarak, genel literatür sonuçlarının aksine, analizimiz cinsiyetin genel olarak girişimcilik niyetini etkilediğine dair bir kanıt göstermemektedir, ancak bir alt faktörde (başarı arzusu) kadınlar lehine bir farklılık vardır. İkinci olarak, genel girişimcilik niyeti açısından girişimcilik eğitimi alanların lehine istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu, ancak alt faktörlerde sadece yenilikçilik ve belirsizliğe tolerans olduğu görülmektedir. Üçüncü olarak, ebeveyn statüsü ve kuşak ile girişimcilik niyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur. Bununla birlikte, özgüven, yaratıcılık ve başarı güdüsü açısından, katılımcıların ebeveyn statüsüne bağlı olarak ebeveyn olanlar lehine istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır. Son olarak, Türkiye'deki öğrencilerin yüksek düzeyde girişimcilik niyetine sahip olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik; girişimcilik niyeti, cinsiyet, girişimcilik eğitimi, aile, kuşaklar

INTRODUCTION

Entrepreneurship and entrepreneurship concepts appear as popular topics that are frequently used today. Entrepreneurship, one of the leading production factors contributing to economic development, is the lifeblood of today's economies (Balaban and Özdemir, 2008). Entrepreneurship takes its place as a necessary element in the growth of today's developing economies, and this idea is accepted globally (Acs et al., 2001). In many regions of the globe, small and medium-sized businesses are regarded as the primary engine of job creation and employment. (OECD, 2019).

There is no agreed standard definition of the concept of entrepreneurship in the literature. Schumpeter defined entrepreneurship as the critical element of change (Martínez-Gregorio et al., 2021). In another definition, entrepreneurship is defined as the development and value creation process that includes obtaining personal satisfaction and financial reward as a result of taking the physical, social and economic risks into account with the necessary effort and time (Akpınar, 2009; Drucker, 2014; Barringer and Ireland, 2016; Tatarlar et al., 2016). The concept of entrepreneurship is most important for developing economies today. The reason for this can be attributed to the fact that entrepreneurship forms the basis of development. As emerging markets realize that entrepreneurship is a key driver of economic growth and sustainable development, they have begun to actively encourage entrepreneurs (Moheb et al., 2016).

Personality attributes including a high demand for achievement, internal locus of control, tolerance for uncertainty, self-confidence, and innovativeness have been cited in several entrepreneurial literature reviews as necessary for success (Yarzebinski, 1992; Goldsmith and Foxall, 2003; Naktiyok, 2004; Wang & Wong, 2004; Lambing and Kuehl, 2007; Fairlie and Holleran, 2012; Marangoz, 2017). Another issue that should be mentioned is that there should be an intention to start entrepreneurship.

Entrepreneurial intention can be defined as owning a person's own business, establishing a person's own business, and continuing a person's career by exhibiting entrepreneurial behaviours (Herman, 2019; Martínez-Gregorio et al., 2021). According to research in the academic literature, entrepreneurial intention is influenced by a number of variables, including personality qualities such as risk-taking, tolerance for uncertainty, and internal locus of control; innovativeness, education level, gender, and family work history (Hoon Ang Don P Hong, 2000; Wang & Wong, 2004; Turker and Selcuk, 2009).

Recently, researchers have been intensely interested in entrepreneurship intention. As a result, research on entrepreneurial intention has increased significantly. Researchers have generally focused on gender, entrepreneurship education, family, culture, and self-efficacy (Turker and Selcuk, 2009; Naktiyok et al., 2010; Liñán et al., 2011; Ferreira et al., 2012; Altınay et al., 2012; Moriano et al., 2012; Bae et al., 2014; Karabulut, 2016; Wardana et al., 2020; Boubker et al., 2021; Martínez-Gregorio et al., 2021; Mozahem and Adlouni, 2021; Otache et al., 2021; Pérez-Pérez et al., 2021; Ratten and Jones, 2021). Different results have been obtained in many studies. However, there are not many studies examining these variables as a whole.

In this context, the related study aims to contribute to the gap in the literature by examining the level of entrepreneurship and entrepreneurship trends in the context of different variables. The purpose of this study is to determine the levels of entrepreneurship among Turkish students and to examine demographic variables such as gender, entrepreneurship education, parental status, and generation within the scope of entrepreneurship sub-dimensions determined by factor analysis, Mann-Whitney U, and Kruskal Wallis tests. In the literature, not all demographic variables examined in the study were examined together. Especially the lack of studies within the scope of the generation gives the study a distinctive feature among other studies. At the same time, the fact that there are not many studies in the literature within the scope of personal factors affecting entrepreneurial intention gives this study a distinctive feature. In addition, the general entrepreneurship level of students in Turkey was also determined in the study.

The rest of the study is organized as follows: In the second part, the

literature on entrepreneurial intention was examined within the scope of the relevant variables. Then, in the third part, information about the statistical analysis and data made in the methodology part is given. Finally, the study ends with the findings, conclusion, and suggestions.

I. LITERATURE REVIEW AND HYPOTHESIS DEVELOPMENT

Numerous studies have been conducted on entrepreneurship and entrepreneurship intention. Studies generally focus on entrepreneurship education, entrepreneurship intention and entrepreneurship types. In this study, the level of entrepreneurship and entrepreneurship intentions are examined. In this stage, the literature is reviewed and hypotheses that will serve as the research's foundation are generated.

A. ENTREPRENEURIAL INTENTION AND GENDER

There are many studies within the scope of gender and entrepreneurial intention. In general, a correlation between gender and entrepreneurial desire has been discovered. In their study, Yordanova and Tarrazon (2010) analyze the gender differences in the entrepreneurial ambitions of Bulgarian university students. The statistics indicate that women are less likely to be entrepreneurs than males. In their study on the influence of gender in the entrepreneurial intents of university students, Daz-Garca and Jiménez-Moreno (2010) found that males exhibit a stronger entrepreneurial intent. The implications of parental entrepreneurial experience on a child's tendency to become an entrepreneur as well as the effects of social influences such as family, friends, and role models are investigated by Engle et al. (2011). It also examines how social factors and gender, and national culture affect entrepreneurial intention among 2164 university students from 14 countries. In none of the countries covered in the study, women seem to have a significantly higher entrepreneurial propensity score than men. In a study of 331 Iranian college students using structural equation modeling (SEM), Karimi et al. (2013) found that male students were more likely to have an entrepreneurial mindset. The study also found that while male students' entrepreneurial aspirations were not impacted by subjective standards, female students' aspirations were influenced by factors including societal pressures. Haus et al. (2013), according to the results of the SEM analysis they have applied, stated that men have a higher average entrepreneurship intention than women. They also state differences between the participants' gender-entrepreneurship intention between the USA and EU countries. In their study, Maes et al. (2014) examined the entrepreneurship intentions of 437 business students in Belgium, and concluded that the entrepreneurial thoughts of individuals differ based on gender. It has been hypothesized that gender disparities in thinking and perceived behavioral controls contribute to variations in the entrepreneurial goals of individuals of different sexes. Shinnar et al. (2014) investigate the impact of gender on entrepreneurial ambition and self-efficacy. Beginning and end-of-semester data were obtained from students enrolled in a course on the fundamentals of entrepreneurship; the results indicate that while entrepreneurial self-efficacy grows for both groups, this gain is statistically significant only for male students. Moreover, despite the fact that entrepreneurial intentions did not change statistically for either gender subgroup, the findings reveal a positive relationship between entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention that varies by gender. In two European countries, Santos et al. (2016) examine the relationship between gender disparities and the social environment in the formation of entrepreneurial ambitions. Males and females have comparable entrepreneurial ambitions, according to the findings. Additionally, males are consistently more optimistic than females. According to Camelo-Ordaz et al. (2016), the gender of non-entrepreneurs in Spain significantly influences their entrepreneurial desire. However, it is stated that these effects disappear as soon as individuals become entrepreneurs. Tsai et al. (2016) analyze the link between perceived talent and entrepreneurial ambition in China and Taiwan, taking into account the mediating roles of perceived opportunity and fear of failure and the moderating influence of gender. According to the study's findings, perceived skill has a greater indirect influence on men's entrepreneurial inclination in Taiwan than on women's, however there is no significant difference in China. Nowinski

et al. (2017) discovered in their research of university students in Visegrad nations (Czech Republic, Poland, Hungary, and Slovakia) that females benefit more from entrepreneurship instruction than males. However, their entrepreneurial intentions and levels of entrepreneurial self-efficacy are typically lower. According to Miranda et al. (2017), the results of a study done on academics at universities in Spain indicate that the determinants impacting the entrepreneurial intention of women in the university setting are the same as those affecting males, while their relative importance varies. Yukongdi and Lopa (2017) examined 393 Thai university students across eight sub-dimensions of entrepreneurship. Based on the variance analysis performed, it has been determined that females tend to take less risks than males. However, there was no significant difference between male and female entrepreneurial intent. In their study of 658 Italian participants, Molino et al. (2018) found that males have a greater link between self-efficacy and entrepreneurial ambition. On the other side, there is a larger correlation between family and friend support and women's entrepreneurial ambition. When analysed by gender, the results reveal differences in the role of entrepreneurs between males and females. In their study on psychology students, Zisser et al. (2019) state that entrepreneurial intention differs in favour of males. Males are more likely than girls to want to start their own businesses, according to this research. The study also found that women tend to rate higher on the social inclination scale. Further, while studies have shown that both men and women engage in prosocial behaviors, women are more likely to focus on relational than constructive acts of kindness. Paray and Kumar (2020), in their study with 309 Indian university students, clearly show a gender difference in entrepreneurship intention. According to the findings, male students are more likely to establish a business than their female counterparts. Based on data obtained from 441 Greek undergraduates, Vamvaka et al. (2020) found that the association between entrepreneurial commitment and emerging entrepreneurship is stronger for males than for females.

In their research of the entrepreneurial features of university students in Chile, Contreras-Barraza et al. (2021) found no significant gender differences in entrepreneurial intention levels, contrary to the findings of the general literature. Furthermore, there is no indication of variations between genders regarding the three components of entrepreneurial intention, which include attitudes, subjective norms, and perceived behavior control. Ramadani et al. (2022), who conducted a study with 449 university students in Bangladesh, found that sex differences in entrepreneurial aspirations did not exist among students who took part in entrepreneurship courses or who attended entrepreneurship events, seminars, fairs, or practices.

The following hypotheses regarding gender and the desire to start a business have been formed after reviewing the relevant literature:

H_{1a}: Entrepreneurial intention differs according to the gender of individuals.

H_{1b}: Entrepreneurial intention sub-factors differ according to the gender of individuals.

B. ENTREPRENEURIAL INTENTION AND EDUCATION

Entrepreneurship education is an essential factor for entrepreneurial intention. Education in entrepreneurship should not be viewed as a strategy solely for individuals who have chosen to become entrepreneurs. Lián et al. (2011) state that this training should become a policy instrument for introducing more individuals to the entrepreneurial career path. At this point, material such as team building, time management, and leadership should be evaluated and included into the lesson plan (Garavan & O'Conneide, 1994).

According to Zhang et al. (2014), entrepreneurship education has a strong favorable effect on entrepreneurial intent. In addition, a gender-based examination revealed that male students exhibited a more entrepreneurial mindset than female students. According to Maresch et al. (2016), entrepreneurship education has a considerable influence on the entrepreneurial inclinations of students. However, it is stated that the effects of entrepreneurship education on students from different departments vary. In their study of 338 students, Entrialgo and Iglesias (2016) demonstrate that entrepreneurship education diminishes the

correlation between subjective standards and perceived behavioral control. Moreover, it demonstrates that it plays a crucial regulatory role that strengthens the connection between subjective norms and entrepreneurial attitudes. The empirical test results of the study by Sun et al. (2017) indicate that entrepreneurship education influences students' attitudes, social norms, self-efficacy, and entrepreneurial purpose. Researchers Barba-Sánchez and Atienza-Sahuquillo (2018) found that entrepreneurship education positively contributes to the entrepreneurial intentions of engineering students, and that students' desire for autonomy is one of the most critical factors in the entrepreneurial intention of future engineers. According to Ni and Ye (2018), a student's entrepreneurship education can influence their motivation, leadership skills, and business acumen. Another research on the topic of entrepreneurship education and collaboration looked at the ways in which learning about entrepreneurship might improve students' confidence in their own abilities and motivation to start their own businesses (Li and Wu, 2019). Using SEM analysis, Bazkiaei et al. (2020) found that entrepreneurship education and five major personality factors influence entrepreneurial intention. These findings imply that if proper educational supports are applied, students' entrepreneurial goals may be fostered and their skill expectations can be matched with their skill accomplishments. Working with university students in India, Jena (2020) showed that entrepreneurship education had a substantial beneficial effect on entrepreneurial intent. Empirical findings from a research conducted by Iwu et al. (2021) on university students in South Africa showed that entrepreneurial intention influenced students' intentions to engage in entrepreneurial activities, which in turn benefited the country's economy. Students' plans to start their own businesses were shown to be correlated favourably with how knowledgeable they felt that their instructors were. Action-based entrepreneurship education has a favourable and substantial effect on a student's attitude toward entrepreneurship and their perception of their own entrepreneurial ability, according to a PLS-SEM study conducted by Boubker et al. (2021). Based on their research with Chinese college students, Cui and Bell (2022) found that entrepreneurship classes improved students' risk-taking and creativity. However, entrepreneurial behavior plays a mediating role in the development of entrepreneurial intent. These findings suggest that exposure to entrepreneurship education can increase the likelihood that a person will actually start a business.

The vast majority of the research available concludes that schooling in entrepreneurship leads to a rise in the desire to start one's own business. These are the hypotheses that the research has produced in this setting:

H_{2a}: Education in entrepreneurship has a beneficial effect on the intention of individuals to engage in entrepreneurial activity.

H_{2b}: Education in entrepreneurship has a beneficial effect on the individual elements that contribute to entrepreneurial ambition.

C. ENTREPRENEURIAL INTENTION, FAMILY-PARENTAL STATUS AND GENERATIONS

There haven't been many studies that focus on entrepreneurship, parental status, or generational differences. By taking into account different generations and parenting styles, the purpose of this research is to provide a contribution to the existing body of knowledge.

According to Zampetakis et al. (2011), in the SEM analysis applied to university students, it was stated that the support of the families in the creativity factor strengthens the individual creativity of the individual, which increases the individual's intention to become an entrepreneur. This was found to be the case in the SEM analysis applied to university students. Furthermore, Tentama and Papatungan (2019) stated in their study that family support and role models directly and significantly impact entrepreneurial intention. In a similar vein, a further study that was carried out with college students found a substantial positive correlation between the support of one's family and an ambition to start a business (Annisa et al., 2021).

The entrepreneurial intention of a certain generation is often explored within the purview of the theory of planned behavior in the research, that are linked to generation, that are found in the literature. This is something that can be observed in the studies (Koe et al., 2012;

Kusumawardhany and Dwiarta, 2020). As a result of this, and taking into account the results of previous research, the following hypotheses have been developed:

H_{3a}: The entrepreneurial intention of individuals varies according to their parenting status.

H_{3b}: Entrepreneurial intention sub-factors of individuals vary according to their parenting status.

H_{4a}: Entrepreneurship intentions of individuals vary according to generation.

H_{4b}: Entrepreneurial intention sub-factors of individuals vary according to generation.

II. METHODOLOGY

The results of the questionnaire that was put into practice served as the basis for the study's empirical analysis. Therefore, a questionnaire was used as a data collection tool to obtain generalizable and more objective results. The use of university students in entrepreneurship studies is a frequently applied method (Contreras-Barraza et al., 2021; Cui and Bell, 2022; Entrialgo and Iglesias, 2016; Iwu et al., 2021; Maes et al., 2014; Maresch et al., 2016; Shinnar et al., 2014; Vamvaka et al., 2020).

TABLE 1 | Demographic information of participants

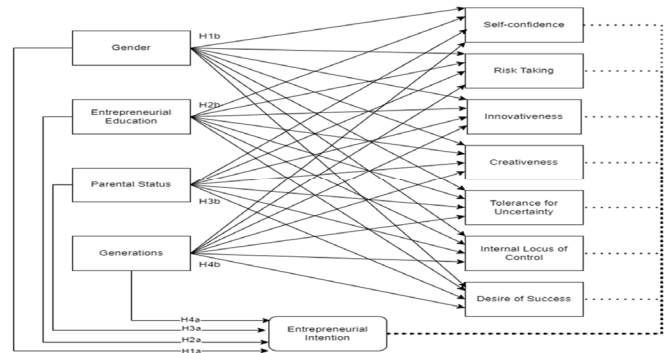
Variables	Frequency	%	
Gender	Male	409	61,7
	Female	254	38,3
Entrepreneurial Education	No	416	62,7
	Yes	247	37,3
Parental Status	Not a Parent	411	62
	Parent	252	38
Generation	Generation Y (1980-1999)	508	76,6
	Generation X (1965-1979)	113	17,0
	Generation Z (2000+)	25	3,8
	Baby Boomer (1946-1964)	16	2,4
	Silent Generation (1925-1945)	1	0,2
Total	663	100	

Survey data were collected from students enrolled in Türkiye. According to the statistics, there are 6.950.142 students in Türkiye in 2022-2023 academic years (YÖK, 2023). A questionnaire form was sent to the students registered, and 663 returned our research data. Accordingly, this number is enough to make a reliable prediction about our sample (Yazıcıoğlu and Erdoğan, 2004). The personal information of the participants is shown in Table 1.

The questionnaire for the research project is split into two parts. The first portion of the survey consists of the questions regarding the students' gender, date of birth, whether or not their family had their own business, whether or not they were taking classes related to entrepreneurship, and whether or not they were parents. In the second section, participants were given a test called the "Entrepreneurship Scale for Students," which consisted of 36 questions and was developed by Yilmaz and Sunbul (2009). The test was structured in the form of

a five-point Likert scale, and its primary purpose was to evaluate the participants' levels of entrepreneurialism. Participants were asked to evaluate the statements "1=Never, 2=Rarely, 3=Sometimes, 4=Often, 5=Very often" on the scale. Figure 1 illustrates the research model that was used.

FIGURE 1 | Research Model



Data analysis included the use of descriptive statistics, factor analysis to identify the dimensions of the entrepreneurship scale, the Kolmogorov-Smirnov test to ensure normality, and the Mann-Whitney U and Kruskal-Wallis tests to compare the groups.

The goal of factor analysis is to identify the underlying variables (factors/dimensions/components) that are intended to explain a formation and give them names when appropriate by breaking down complex data structures into smaller, more manageable ones. In this context, factor analysis may alternatively be seen as a collection of techniques for determining if a large number of independent variables can be broken down into a smaller number of common categories (Alpar, 2010).

Factor analysis is one of the widely used multivariate statistical techniques that aim to explain the measurement with a small number of significant and independent factors by gathering a large number of variables that measure the same structure or quality (Büyüköztürk, 2006; Kalaycı, 2010). Factor analysis is frequently used to determine the construct validity of aggregate-based scales. Validity is the degree to which an instrument can accurately measure the property that it intends to measure without confusing it with other properties (Alpar, 2010). Similar to regression analysis, component analysis tries to explain a dependent variable using a collection of independent variables. By grouping together a collection of variables with a high correlation, factor analysis can generate generic variables called factors (Kalaycı, 2010). The purpose here (Büyüköztürk, 2006; Kalaycı, 2010):

- Reducing the number of variables,
- Classifying variables,
- To provide uncorrelatedness between the new variable or factors,
- To obtain significant factors.

The fitness of the data for factor analysis is determined by a battery of tests. These are:

Correlation matrix: The first method used for this purpose is to create a correlation matrix for all variables. The desired situation is that the relationship between the variables is high. If two variables are highly correlated, it's likely that they have a common factor.

Bartlett test of sphericity: In correlation analysis, the probability of high correlation between at least some of the variables are tested. It is necessary to reject the null hypothesis that the correlation matrix is the unit matrix before proceeding with the investigation. Since the hypothesis was not accepted, it can be assumed that the variables are highly correlated.

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) sample adequacy criterion: It's a metric for evaluating the strength of the observed correlations relative to the partial correlations. The KMO ratio should be above 0.5.

KMO Analysis, determines whether the sample is sufficient; The Bartlett Test, on the other hand, helps to determine whether the correlations between the variables are significant and, therefore, whether it is appropriate to apply the Factor Analysis. Table 2 displays the outcomes of the KMO and Bartlett tests for factor analysis.

TABLE 2| KMO and Bartlett test results for factor analysis

KMO Value		,963
Bartlett Test of Sphericity	Chi-square value	13304,242
	Degrees of freedom	630
	p value	,001*

*: p<0,05

Table 2 displays that the KMO for the factor analysis is 0.963. If the sample size is large enough, factor analysis may be performed. After running the Bartlett Test, we got a p-value of 0.001. Since this value is less than 0.05, it is concluded that the variables are significantly related. In this case, factor analysis is appropriate. Table 3 displays the outcomes of the conducted factor analysis.

TABLE 3| The Outcomes of the Factor Analysis

Factor	Eigenvalues	Percentage of Variance Explained	Cumulative variance	Cumulative Variance of Varimax Rotation Result
1	15,768	43,800	43,800	43,800
2	1,482	4,116	47,915	47,915
3	1,282	3,562	51,477	51,477
4	1,226	3,406	54,883	54,883
5	1,093	3,036	57,919	57,919
6	,981	2,725	60,645	60,645
7	,922	2,562	63,206	63,206
8	,901	2,502	65,708	
9	,808	2,246	67,953	
10	,744	2,066	70,019	
11	,740	2,054	72,073	
12	,669	1,859	73,932	
13	,637	1,770	75,702	
14	,600	1,666	77,368	
15	,557	1,548	78,916	
16	,523	1,452	80,368	
17	,498	1,382	81,750	
18	,494	1,372	83,123	
19	,477	1,324	84,447	
20	,446	1,239	85,686	
21	,443	1,231	86,918	
22	,422	1,173	88,090	
23	,410	1,140	89,230	
24	,378	1,051	90,281	
25	,366	1,018	91,299	
26	,354	,983	92,282	
27	,335	,932	93,214	
28	,325	,903	94,117	
29	,321	,892	95,009	
30	,308	,856	95,864	
31	,298	,828	96,692	
32	,274	,761	97,453	
33	,256	,712	98,165	
34	,243	,676	98,841	
35	,218	,605	99,446	
36	,200	,554	100,000	

Table 3 shows that 63.206% of the variation in the data can be accounted for by the seven factors shown there. This rate of openness is reasonable. Table 4 displays the factor analysis' resulting matrices of factor loads after applying a varimax rotation to the data.

TABLE 4| The Varimax Rotation Result Factor Loads Matrix

Questions	Factors						
	1	2	3	4	5	6	7
Q33	,699						
Q31	,693						
Q34	,642						
Q35	,604						
Q32	,609						
Q36	,519						
Q22	,469						
Q26		,693					
Q25		,681					
Q16		,585					
Q24		,549					
Q29		,537					
Q28		,532					
Q23		,484					
Q30		,476					
Q27		,466					
Q20			,732				
Q19			,717				
Q18			,677				
Q21			,564				
Q17			,409				
Q5				,711			
Q6				,682			
Q7				,513			
Q8					,649		
Q9					,576		
Q13					,575		
Q11					,530		
Q10					,456		
Q12					,399		
Q14						,661	
Q3						,663	
Q4						,520	
Q15						,487	
Q2							,707
Q1							,697

For the "construct validity" of the factors obtained in the factor analysis, factor analysis was applied again with the questions in each factor and the questions in all factors were included in one factor. In addition, reliability analysis of the items in the obtained factors was

performed (Cronbach's alpha values were obtained between 0.692-0.898). The dimensions were evaluated as "highly reliable" and "extremely reliable". These results are presented in Table 5.

TABLE 5| Reliability analysis on entrepreneurial personality sub-dimensions

Entrepreneurial Personality Traits	Number of Items	Cronbach's Alpha
Self-confidence (SC)	7	0.883
Risk taking (RT)	9	0.898
Innovativeness (INO)	5	0.864
Creativeness (CRE)	3	0.768
Internal Locus of Control (ILC)	6	0.842
Tolerance to Uncertainty (TLU)	4	0.692
Desire of Success (DOS)	2	0.785
General Value	36	0.961

Considering the factor loadings matrix obtained in factor analysis, it is decided in which factor the variables will take place. The expected situation here is that the factor loadings matrix gives a simple structure. That is, in each variable row, the loading value in one factor should be high and the others should be low. However, it is quite difficult to reach a simple structure in practice. For this reason, there are various studies and suggestions in the literature on what the acceptable (statistically significant) lower limit value should be. Whether the factor loadings are statistically significant or not is based on the power of the test and the sample size. As it is known, the power of any statistical test (1- β) increases as the sample size increases. Hair et al. (1995) presented the results of the power analysis on this subject as shown in the Table 6 below;

TABLE 6| Guidelines for identifying Significant Factor Loadings Based on Sample Size

Factor Load	Required Sample Size for Significance
≤ 0.30	350
≤ 0.35	250
≤ 0.40	200
≤ 0.45	150
≤ 0.50	120
≤ 0.55	100
≤ 0.60	85
≤ 0.65	70
≤ 0.70	60
≤ 0.75	50

Since the sample size used is 663 units, the value of 0.4 taken as the minimum factor loading is significant at the 0.05 significance level and shows that a significant factor loading is reached with a power value above 0.80. In the literature, several sources recommend factor loadings of 0.3 and above (Tabacknick & Fidell, 2013; Stevens, 2002; Kline, 1994).

III. FINDINGS

Table 4 shows in which factors, in other words, in which Entrepreneurship sub-dimensions the questions will take place as a result of factor analysis. Accordingly, the first sub-dimension includes

items numbered "22, 31, 32, 33, 34, 35, 36". In the second sub-dimension, there are items numbered "16, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30". In the third sub-dimension "17, 18, 19, 20, 21"; "5, 6, 7" in the fourth sub-dimension; in the fifth dimension "8, 9, 10, 11, 12, 13"; In the sixth dimension, there are items numbered "3, 4, 14, 15". Finally, items are numbered "1 and 2" in the seventh sub-dimension. Considering previous studies and entrepreneurial personality traits, these factors (sub-dimensions) were named. Accordingly, the first sub-dimension is "Self-Confidence (SC)", the second sub-dimension is "Risk-Taking (RT)", the third sub-dimension is "Innovativeness (INO)", the fourth sub-dimension is "Creativeness (CRE)", the fifth sub-dimension is "Internal Locus of Control (ILC)", and the sixth sub-dimension is "Tolerance to Uncertainty (TLU)", and the seventh sub-factor can be named as "Desire of Success (DOS)". (Aksoy and Yalçınsoy, 2017; Balaban and Özdemir, 2008; Duran et al., 2013; Hisrich and Peters, 1998; Lambing and Kuehl, 2003; Naktiyok, 2004; Yarzabinski, 1992). The averages of the answers given by the participants to the statements are shown in Table 7.

TABLE 7| Statistics related to answers

Questions	Mean.	Std. Dev.	n
Q1	4,20	,940	663
Q2	4,46	,810	663
Q3	3,71	1,076	663
Q4	3,90	,986	663
Q5	3,63	1,253	663
Q6	3,88	1,108	663
Q7	4,09	,979	663
Q8	4,19	1,063	663
Q9	4,00	1,097	663
Q10	4,13	,981	663
Q11	3,79	1,207	663
Q12	3,70	1,118	663
Q13	3,71	1,146	663
Q14	3,76	1,126	663
Q15	4,19	,942	663
Q16	3,72	1,112	663
Q17	3,92	1,008	663
Q18	4,03	,970	663
Q19	4,03	,961	663
Q20	3,92	,993	663
Q21	3,80	1,002	663
Q22	4,09	,980	663
Q23	4,01	,934	663
Q24	4,00	,967	663
Q25	3,65	1,122	663
Q26	3,68	1,140	663
Q27	4,09	,923	663
Q28	4,03	,908	663
Q29	4,04	,915	663
Q30	4,11	,922	663
Q31	4,32	,947	663
Q32	4,09	1,014	663
Q33	4,21	,990	663
Q34	4,12	1,024	663
Q35	4,13	,960	663
Q36	4,13	,974	663
Mean	3,98		663

In Table 7, the averages of the answers given by the participants to the statements are given. These expressions, which were converted to a Likert scale, correspond to the concepts (1) "Never", (2) "Rarely", (3) "Sometimes", (4) "Often", and (5) "Very Often". The average of the answers given by the participants to the statements was determined as 3.98. Since this result (4) is very close to the concept of "Often", it can be interpreted that the general entrepreneurial intentions of the participants are high.

Entrepreneurial personality traits of the participants were also evaluated in terms of seven sub-dimensions obtained as a result of the factor analysis. After the evaluation with a holistic approach, seven sub-dimensions of entrepreneurial personality traits were evaluated differently according to personal variables. Descriptive statistical information on the sub-dimensions of entrepreneurial personality is given in Table 8.

TABLE 8 | Descriptive statistics on entrepreneurial personality sub-dimensions

Entrepreneurial Personality Traits	n	Mean	Std. Deviance	Min	Max
Self-confidence (SC)	663	4,1554	,75460	1,00	5,00
Risk taking (RT)	663	3,9254	,74064	1,00	5,00
Innovativeness (INO)	663	3,9385	,79436	1,00	5,00
Creativeness (CRE)	663	3,8678	,92471	1,00	5,00
Internal Locus of Control (ILC)	663	3,8906	,74603	1,00	5,00
Tolerance to Uncertainty (TLU)	663	3,9193	,82579	1,00	5,00
Desire of Success (DOS)	663	4,3311	,79612	1,00	5,00
General Value	663	143,4525	23,94708	38,00	180,00

The students have an average SC sub-dimension score of 4.1554, as shown in Table 8. According to the scale applied, this score shows that the participants' self-confidence in entrepreneurship characteristics is high. The sub-dimensions of RT (mean =3.9254), INO (mean =3.9385), CRE (mean =3.8678), ILC (mean =3.8906) and TLU (mean =3.9193) were added to the expression "Often" (4). is very close, showing that the participants also have high entrepreneurial characteristics in these entrepreneurship sub-dimensions. Overall, participants averaged 4.3311 out of 5.00 on the entrepreneurial sub-dimensions, with the greatest score coming from the DOS sub-dimension. The findings reveal that people generally have strong intent to engage in entrepreneurial behavior across all dimensions of the concept.

According to Table 8, the overall score resulting from the answers given by the participants is 143.4525. Therefore, according to the scale developed by Yilmaz and Sünbül (2009), it can be said that the entrepreneurship levels of the participants are between 124-151 points, so they are at the "high entrepreneurship" level.

The normality assumption was checked to see if it was fulfilled for the dimensions of entrepreneurship that emerged from the factor analysis, which would allow for the use of parametric tests to assess the study hypotheses. This was checked using the Kolmogorov-Smirnov test for statistical significance. The results of the tests may be shown in Table 9. None of the dimensions met the normality assumption ($p < 0.05$). This led researchers to employ non-parametric tests such as the Mann-Whitney U and Kruskal-Wallis analyses.

TABLE 9 | Kolmogorov-Smirnov test results for the assumption of normality

	SC	RT	INO	CRE	ILC	TLU	DOS	General
n	663	663	663	663	663	663	663	663
Mean	4,1554	3,9254	3,9385	3,8678	3,8906	3,9193	4,3311	5143,452
Std. Dev.	,75460	,74064	,79436	,92471	,74603	,82579	2,7961	23,94708
Kolmogorov-Smirnov Z	3,386	1,890	2,336	2,959	2,871	2,454	5,715	1,926
p value	<,001	,002	<,001	,000	,000	,000	,000	,001

Students' entrepreneurial traits were analyzed using the Mann-Whitney U test to see whether there were any gender differences. Table 10 displays the outcomes of the tests

TABLE 10 | Mann-Whitney U test results for gender differences in entrepreneurship dimensions

Test Statistics	General	SC	RT	INO	CRE	ILC	TLU	DOS
Mann-Whitney U	49124,50	48672,50	49286,50	50201,50	50975,00	47610,50	49507,00	47182,50
Wilcoxon W	32969,5	132517,5	133131,5	134046,5	134820,0	131455,5	133352,00	131027,5
Z	-1,176	-1,370	-1,110	-,729	-,407	-1,819	-1,019	-2,083
p value	,240	,171	,267	,466	,684	,069	,308	,037*

*: $p < 0,05$

Table 10 shows a difference in favour of females regarding the DOS dimension ($p = 0.037 < 0.05$). SC ($p = 0.171 > 0.05$), RT ($p = 0.267 > 0.05$), INO ($p = 0.466 > 0.05$), CRE ($p = 0.684 > 0.05$), ILC ($p = 0.069 > 0.05$) and TLU ($p = 0.308 > 0.05$) did not differ in terms of dimensions. These findings suggest that when comparing the entrepreneurial traits of female and male students across the seven dimensions identified, only the dimension of DOS favours female students. This finding shows that H1b, one of the research hypotheses, is partially supported. There is no difference in the entrepreneurial qualities of students across sexes, as revealed by a survey of students' overall personality traits ($p = 0.240 > 0.05$). With this result, the H1a hypothesis is not supported and is rejected.

TABLE 11 | Entrepreneurial intention and entrepreneurial education relationship results

Test Statistics	General	SC	RT	INO	CRE	ILC	TLU	DOS
Mann-Whitney U	46327,0	46760,0	47993,0	46692,0	47361,5	48207,0	45740,0	50900,0
Wilcoxon W	133063,0	133496,0	134729,0	133428,0	134097,5	134943,0	132476,0	137636,0
Z	-2,118	-1,944	-1,421	-1,972	-1,699	-1,338	-2,370	-,209
p value	,034*	,052	,155	,049*	,089	,181	,018*	,834

*: $p < 0,05$

Table 11 shows that students who have taken an entrepreneurship course in the past have higher overall entrepreneurship ratings than those who have not ($p = 0.034 < 0.05$). The difference is in favour of those who have taken entrepreneurship courses. This situation supports the results of many studies in the literature (Barba-Sánchez and Atienza-Sahuquillo, 2018; Bazkiaei et al., 2020; Boubker et al., 2021; Cui and Bell, 2022; Entrialgo and Iglesias, 2016; Iwu et al., 2021; Jena, 2020; Li and Wu, 2019; Maresch et al., 2016; Ni and Ye, 2018; Sun et al., 2017; Zhang et al., 2014) and our H2a hypothesis. In terms of entrepreneurship sub-dimensions, significant differences were also found in INO ($p = 0.049 < 0.05$) and TLU ($p = 0.018 < 0.05$) dimensions. The difference favours those who have taken lessons in these two entrepreneurship dimensions. This finding from the analysis shows that our hypotheses, H2b, are also partially supported. In terms of entrepreneurship dimensions, SC ($p = 0.052 > 0.05$), RT ($p = 0.155 > 0.05$),

CRE ($p=0.089>0.05$), ILC ($p=0.181>0.05$), and DOS ($p=0.834>0.05$) dimensions no significant difference was found.

TABLE 12| Entrepreneurial intention and parental status results

Test Statistics	General	SC	RT	INO	CRE	ILC	TLU	DOS
Mann-Whitney U	48078,5	46681,5	49438,5	48111,0	46313,5	48136,0	50459,5	44569,5
Wilcoxon W	132744,5	131347,5	134104,5	132777,0	130979,5	80014,0	135125,5	129235,5
Z	-1,549	-2,142	-,982	-1,541	-2,307	-1,535	-,556	-3,162
p value	,121	,032*	,326	,123	,021*	,125	,578	,002*

*: $p<0,05$

According to Table 12, there is a statistically significant difference in terms of SC ($p=0.032<0.05$), CRE ($p=0.021<0.05$) and DOS ($p=0.002<0.05$) according to students' parenting status. The difference is in favour of parents in all three entrepreneurship dimensions. There was no significant difference in RT ($p=0.326>0.05$), INO ($p=0.123>0.05$), ILC ($p=0.125>0.05$), and TLU ($p=0.578>0.05$) dimensions. No statistically significant differences in overall entrepreneurial traits were detected between parents and non-parents ($p=0.121>0.05$). The results reject our hypothesis H3a and partially support H3b.

TABLE 13| Kruskal Wallis test results for generational differences in entrepreneurship dimensions

Test Statistics	General	SC	RT	INO	CRE	ILC	TLU	DOS
Chi-square	3,787	3,050	3,816	1,690	,286	2,079	7,627	4,690
df	3	3	3	3	3	3	3	3
p value	,285	,384	,282	,639	,963	,556	,054	,196

Table 13 shows no statistically significant difference between the generations of students in terms of entrepreneurship dimensions ($p>0.05$). When examined based on generations, which is the main subject of the research, no difference could be determined between generations in terms of general entrepreneurship characteristics. At the same time, no statistically significant difference was found when entrepreneurship was examined in terms of sub-dimensions ($p>0.05$). Our H4a and H4b hypotheses were disproved by the data, suggesting that there is no generational gap in the propensity to start a business.

The analysis and its findings are summarized in Table 13.

TABLE 14| Results of hypothesis

Tests	Hypothesis	Results
Mann-Whitney U Test	H1a: Individuals of different sexes have different levels of entrepreneurial intentions.	No evidence
	H1b: Entrepreneurial intention sub-factors differ according to the gender of individuals.	Partially supported
	H2a: Education in entrepreneurship has a beneficial effect on the intention of individuals to engage in entrepreneurial activity.	Supported
	H2b: Education in entrepreneurship has a beneficial effect on the individual elements that contribute to entrepreneurial ambition.	Partially supported
	H3a: The entrepreneurial intention of individuals varies according to their parenting status.	No evidence
	H3b: Entrepreneurial intention sub-factors of individuals vary according to their parenting status.	Partially supported
Kruskal Wallis Test	H4a: Entrepreneurship intentions of individuals vary according to generation.	No evidence
	H4b: Entrepreneurial intention factors of individuals vary according to generation.	No evidence

CONCLUSION AND SUGGESTION

Today, entrepreneurship has become a vital element in increasing the welfare of societies. Moreover, in the globalizing and growing economy, countries also understand the importance of entrepreneurship daily and are focusing more on it. In particular, fields such as digital entrepreneurship, eco-entrepreneurship, social entrepreneurship, and academic entrepreneurship that emerged due to changing environmental and technology conditions have become essential elements of the economy and social life.

As the significance of entrepreneurship has grown, so has the volume of research published on the topic in scholarly journals. In particular, demographic factors were assessed in the context of entrepreneurship level determination, entrepreneurial personality traits, and entrepreneurial intents, yielding results that had numerous parallels and variations. In addition, the study analyzed how gender, socioeconomic level, parental status, and age group all play a role in shaping the entrepreneurial mindset of college students.

First, the gender differences in aspiring business owners were identified in the study. To see if there are any differences in the likelihood of starting a business based on gender, we utilized the Mann-Whitney U test. According to the responses, students of both sexes expressed an equal interest in pursuing entrepreneurial opportunities. However, when the entrepreneurial intention sub-dimensions are examined, a statistical difference was determined in favour of female students in terms of the DOS dimension. The need for achievement, which has an important place in the progress of societies and the acceleration of economic developments, is one of the fundamental dynamics for any work to achieve its goals successfully (Hansemark, 2000). Results from our study showed similarities to those seen in other studies when examining general entrepreneurial desire (Contreras-Barraza et al., 2021; Ramadani et al., 2022). The study of Yılmaz and Sünbül (2009) also provides a result that supports this research. The results of this study revealed no significant differences in prospective business ownership across genders. In the study of Bilge and Bal (2012), no difference was found between the sub-dimensions of entrepreneurship and gender. However, the findings obtained as a result of our study show a difference. Research by Sarıtaş and Duran (2017) found that male students were more inclined to experiment with new things than their female counterparts. According to the results of a different study that looked at the many elements of entrepreneurship, male students were found to be more creative than their female counterparts (Kılıç et al., 2012). Köksal and Penez (2015), on the other hand, found that male students have a higher entrepreneurial intention based on gender. When our study and other related studies are examined, there are some differences and similarities. When the general entrepreneurship trends are examined, it is seen that the results of our study do not coincide with

the general results in the literature (Camelo-Ordaz et al., 2016; Díaz-García and Jiménez-Moreno, 2010; Engle et al., 2011; Haus et al., 2013; Karimi et al., 2013; Maes et al., 2014; Miranda et al., 2017; Molino et al., 2018; Nowiński et al., 2017; Paray and Kumar, 2020; Santos et al., 2016; Shinnar et al., 2014; Tsai et al., 2016; Vamvaka et al., 2020; Yordanova and Tarrazon, 2010; Yukongdi and Lopa, 2017; Zisser et al., 2019). Most of the studies on sub-dimensions support the results of our research. The reason for the differences, can be said to result from the possibility that cultures influenced the students participating in the study in different geographical regions.

To compare the effects of entrepreneurship education on students' plans to start businesses, a Mann-Whitney U test was conducted. In line with the answers the participants gave, the general entrepreneurial intention differs in favour of the students who take courses related to entrepreneurship. When examined in terms of sub-dimensions, it was revealed that the INO and TLU values of the students who took any course related to entrepreneurship were higher than those who did not. Many studies in the literature have similar results (Barba-Sánchez and Atienza-Sahuquillo, 2018; Bazkiaei et al., 2020; Boubker et al., 2021; Cui and Bell, 2022; Entrialgo and Iglesias, 2016; Iwu et al., 2021; Jena, 2020; Li and Wu, 2019; Maresch et al., 2016; Ni and Ye, 2018; Sun et al., 2017; Zhang et al., 2014). Furthermore, compared to students who do not take an entrepreneurship course, those who do have more of an intention to start their own business. It was also noted that the children exhibited advanced levels of CRE traits. Irin (2019) found that students who had previously attended an entrepreneurship course had higher average entrepreneurship scores than those who had not. These findings prove without a reasonable doubt the importance of teaching entrepreneurship to aspiring business owners. Adding entrepreneurship courses to the curriculum and teaching them at secondary education institutions and universities can significantly contribute to the development of individuals' entrepreneurship levels and entrepreneurial personality traits, and by extension, to the development of the country's economy.

Students' prospective business ventures were analyzed using the Mann-Whitney U test to see if they varied by parental status. In line with the answers the participants gave, no difference could be determined between those who have children and those who do not in general entrepreneurial intentions. However, when examined in terms of entrepreneurship sub-dimensions, SC, CRE and DOS characteristics of the participants with children were more potent than those without children.

Students' entrepreneurial traits were analyzed using the Kruskal Wallis test to see whether there were any generational differences. In line with the answers given by the participants, no statistical difference could be determined based on generations in the general entrepreneurship level and entrepreneurship sub-dimensions of the students. Similar studies in the literature have yielded different results. For example, in the study of Arslan and Staub (2015), a difference was found in favour of the "Baby Boom Generation" regarding general entrepreneurship level between generations. In the same study, a difference in favour of the "Baby Boom Generation" was determined in the INO and RT dimensions of the entrepreneurship sub-dimensions.

On the other hand, in Keleş's (2013) study, a difference was determined in favour of "Generation Y" members in the sub-dimensions of entrepreneurship, "Need to be Independent", CRE and RT. Among the reasons for the differences in the studies, the different scales used and the fact that the participants were from different regions can be shown. In this study, the majority of the participants were members of the generation Y, and therefore the participation of other generation representatives was in the minority; that is, the absence of a homogeneous participant ratio may have been an essential factor in obtaining such a result. In addition, the scale used may cause the results to come out this way. Therefore, it is thought that working on a more specific sample and using different scales to have the generation representatives closer to each other in future studies may be effective in producing different results.

The overall entrepreneurial competence of the participants was found to be 143.4525 points high. It follows that there is a great deal of student enthusiasm for starting businesses in Turkey. European and

American policymakers are placing a premium on entrepreneurship education as a means to boost the region's already high percentages of self-employment. Therefore, most European countries and the United States incorporate entrepreneurship education into their school curricula and encourage its practice. The premise of these courses is that entrepreneurial abilities are pliable and not innate (Oosterbeek et al., 2010).

According to Van der Sluis and Praag (2007), formal entrepreneurship education boosts business success. In addition to theoretical entrepreneurship education, practical training can be provided to undergraduate or graduate students. The entrepreneurial desires of individuals can be increased with practical pieces of training. In addition, entrepreneurship can be encouraged, or awareness can be created by using business games in entrepreneurship training. In their work, Pérez-Pérez et al. (2021) do not detect a significant positive effect of business games on entrepreneurial intention. However, it is thought that these educational activities can create awareness in individuals. In addition to undergraduate and graduate education, it is thought that adding entrepreneurship courses to the curriculum in secondary education institutions, especially in vocational high schools, can increase entrepreneurship from high to very high levels. In the future, it is thought that conducting research on this subject without being limited to a single university, with a comparative analysis that will include state and foundation universities, will lead to more effective results. It is thought that an international study that will include state and foundation universities and universities in other countries can make valuable contributions to the literature.

References

- Acs, Z., Morck, R., & Yeung, B. (2001). Entrepreneurship, Globalisation, and Public Policy. *Journal of International Management*, 7, 235–251. [https://doi.org/10.1016/S1075-4253\(01\)00046-1](https://doi.org/10.1016/S1075-4253(01)00046-1)
- Akpınar, S. (2009). *Girişimciliğin Temel Bilgileri*. Umuttepe.
- Aksoy, C., & Yağınsoy, A. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 341–359.
- Alpar, R. (2010). *Uygulamalı İstatistik ve Geçerlik-Güvenirlik*. Detay Publishing.
- Altınay, L., Madanoğlu, M., Daniele, R., & Lashley, C. (2012). The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 489–499. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.07.007>
- Annis, D. N., Tentama, F., & Bashori, K. (2021). The role of family support and internal locus of control in entrepreneurial intention of vocational high school students. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, 10(2), 381–388. <https://doi.org/10.11591/ijere.v10i2.20934>
- Arslan, A., & Staub, S. (2015). Kuşak Teorisi ve İçgirişimcilik Üzerine Bir Araştırma. *KAÜ İİBF Dergisi*, 6(11), 1–24.
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The Relationship Between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 38(2), 217–254. <https://doi.org/10.1111/etap.12095>
- Balaban, Ö., & Özdemir, Y. (2008). *Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi : Sakarya Üniversitesi İİBF Örneği*.
- Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2018). Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. *European Research on Management and Business Economics*, 24(1), 53–61. <https://doi.org/10.1016/j.IEDEEN.2017.04.001>
- Barringer, B. R., & Ireland, D. (2016). *Entrepreneurship : successfully launching new ventures* (5th ed.). Pearson.
- Bazkiaei, H. A., Khan, U., Binti, R., Saufi, A., Raja, S., Raja, K., Alipour Bazkiaei, H., Ullah Khan, N., Suzana, R., & Kasim, R. (2020). Do entrepreneurial education and big-five personality traits predict entrepreneurial intention among universities students? *Cogent Business & Management*, 7. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1801217>
- Bilge, H., & Bal, V. (2012). Girişimcilik Eğitimi: Celal Bayar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(2), 131–148.
- Boubker, O., Arroud, M., & Ouajdouni, A. (2021). Entrepreneurship education versus management students' entrepreneurial intentions. A PLS-SEM approach. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100450. <https://doi.org/10.1016/j.IJME.2020.100450>
- Büyükoztürk, Ş. (2006). *Veri Analizi El Kitabı*. Pegem.
- Camelo-Ordaz, C., Diáñez-González, J. P., & Ruiz-Navarro, J. (2016). The influence of gender on entrepreneurial intention: The mediating role of perceptual factors. *BRQ Business Research Quarterly*, 19(4), 261–277. <https://doi.org/10.1016/j.BRQ.2016.03.001>

- [17] Contreras-Barraza, N., Espinosa-Cristia, J. F., Salazar-Sepulveda, G., & Vega-Muñoz, A. (2021). Entrepreneurial intention: A gender study in business and economics students from Chile. *Sustainability (Switzerland)*, 13(9). <https://doi.org/10.3390/su13094693>
- [18] Cui, J., & Bell, R. (2022). Behavioural entrepreneurial mindset: How entrepreneurial education activity impacts entrepreneurial intention and behaviour. *International Journal of Management Education*, 20(2). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100639>
- [19] Díaz-García, M. C., & Jiménez-Moreno, J. (2010). Entrepreneurial intention: The role of gender. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(3), 261–283. <https://doi.org/10.1007/s11365-008-0103-2>
- [20] Drucker, P. (2014). *Innovation and entrepreneurship*. Routledge.
- [21] Duran, C., Büber, H., & Gümüştekin, G. E. (2013). Girişimcilik Hislerine Eğitim Katkısı: Kütahya MYO Makine Programı Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 35–56.
- [22] Engle, R. L., Schlaegel, C., & Delanoe, S. (2011). The Role of Social Influence, Culture, and Gender on Entrepreneurial Intent. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 24(4), 471–492. <https://doi.org/10.1080/08276331.2011.10593549>
- [23] Entrialgo, M., & Iglesias, V. (2016). The moderating role of entrepreneurship education on the antecedents of entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(4), 1209–1232. <https://doi.org/10.1007/s11365-016-0389-4>
- [24] Fairlie, R. W., & Holleran, W. (2012). Entrepreneurship training, risk aversion and other personality traits: Evidence from a random experiment. *Journal of Economic Psychology*, 33(2), 366–378. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.02.001>
- [25] Ferreira, J. J., Raposo, M. L., Rodrigues, R. G., Dinis, A., & do Paço, A. (2012). A model of entrepreneurial intention: An application of the psychological and behavioral approaches. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(3), 424–440. <https://doi.org/10.1108/14626001211250144>
- [26] Garavan, T. N., & O'Connell, B. (1994). Entrepreneurship education and training programmes: a review and evaluation—Part II. *Journal of European Industrial Training*, 18(11), 13–21.
- [27] Goldsmith, R., & Foxall, G. (2003). The Measurement of Innovativeness. *The International Handbook on Innovation*, 321–330. <https://doi.org/10.1016/B978-008044198-6/50022-X>
- [28] Hair C. F., Anderson R. E., Tatham R. L. And Black W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. Prentice-Hall, Fifth Edition.
- [29] Hansemark, O. C. (2000). Predictive validity of TAT and CMPS on the entrepreneurial activity, "start of a new business": a longitudinal study. In *Journal of Managerial Psychology* (Vol. 15, Issue 7). # MCB University Press. <http://www.emerald-library.com>
- [30] Haus, I., Steinmetz, H., Isidor, R., & Kabst, R. (2013). Gender effects on entrepreneurial intention: A meta-analytical structural equation model. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 5(2), 130–156. <https://doi.org/10.1108/17566261311328828>
- [31] Herman, E. (2019). Entrepreneurial Intention among Engineering Students and Its Main Determinants. *Procedia Manufacturing*, 32, 318–324. <https://doi.org/10.1016/J.PROMFG.2019.02.220>
- [32] Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (1998). *Entrepreneurship* (4th ed.). Irwin/McGraw-Hill.
- [33] Hoon Ang Don P Hong, S. G. (2000). *Entrepreneurial Spirit among East Asian Chinese*.
- [34] Iwu, C. G., Opute, P. A., Nchu, R., Eresia-Eke, C., Tengeh, R. K., Jaiyeoba, O., & Aliyu, O. A. (2021). Entrepreneurship education, curriculum and lecturer-competency as antecedents of student entrepreneurial intention. *International Journal of Management Education*, 19(1). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.03.007>
- [35] Jena, R. K. (2020). Measuring the impact of business management Student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study. *Computers in Human Behavior*, 107. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106275>
- [36] Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Asil Publishing.
- [37] Karabulut, A. T. (2016). Personality Traits on Entrepreneurial Intention. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 229, 12–21. <https://doi.org/10.1016/J.SBSPRO.2016.07.109>
- [38] Karimi, S., Biemans, H. J. A., Lans, T., Chizari, M., Mulder, M., & Mahdei, K. N. (2013). Understanding role Models and Gender Influences on Entrepreneurial Intentions Among College Students. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 93, 204–214. <https://doi.org/10.1016/J.SBSPRO.2013.09.179>
- [39] Keleş, H. N. (2013). Girişimcilik Eğiliminin Kuşak Farkına Göre İncelenmesi. *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13(26).
- [40] Kılıç, R., Keklik, B., & Çalış, N. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Üzerine Bir Araştırma: Bandırma İİBF İşletme Bölümü Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), 423–435.
- [41] Kline, P. (1994). *An Easy Guide to Factor Analysis* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315788135>
- [42] Koe, W.-L., Sa'ari, J. R., Majid, I. A., & Ismail, K. (2012). Determinants of Entrepreneurial Intention Among Millennial Generation. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 40, 197–208. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.03.181>
- [43] Köksal, Y., & Penez, S. (2015). Yüksek Girişimcilik Eğilimli Üniversiteli Gençlerin Demografik Özellikleri ve Sektör Tercihleri Üzerine Bir İnceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(1), 155–167.
- [44] Kusumawardhany, P. A., & Dwiarta, I. M. B. (2020). Entrepreneurial Intention Among Millennial Generation: Personal Attitude, Educational Support, and Social Media. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 115, 63–68.
- [45] Lambing, P. A., & Kuehl, C. R. (2003). *Entrepreneurship*. Pearson.
- [46] Lambing, P. A., & Kuehl, C. R. (2007). *Entrepreneurship*. Pearson Prentice Hall.
- [47] Li, L., & Wu, D. (2019). Entrepreneurial education and students' entrepreneurial intention: does team cooperation matter? *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-019-0157-3>
- [48] Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C., & Rueda-Cantuche, J. M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: A role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 195–218. <https://doi.org/10.1007/s11365-010-0154-z>
- [49] Maes, J., Leroy, H., & Sels, L. (2014). Gender differences in entrepreneurial intentions: A TPB multi-group analysis at factor and indicator level. *European Management Journal*, 32(5), 784–794. <https://doi.org/10.1016/J.EMJ.2014.01.001>
- [50] Marangoz, M. (2017). *Girişimcilik*. Beta.
- [51] Maresch, D., Harms, R., Kailer, N., & Wimmer-Wurm, B. (2016). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of students in science and engineering versus business studies university programs. *Technological Forecasting and Social Change*, 104, 172–179. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.11.006>
- [52] Martínez-Gregorio, S., Badenes-Ribera, L., & Oliver, A. (2021). Effect of entrepreneurship education on entrepreneurship intention and related outcomes in educational contexts: a meta-analysis. *The International Journal of Management Education*, 19(3), 100545. <https://doi.org/10.1016/J.IJME.2021.100545>
- [53] Miranda, F. J., Chamorro-Mera, A., Rubio, S., & Pérez-Mayo, J. (2017). Academic entrepreneurial intention: the role of gender. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 9(1), 66–86. <https://doi.org/10.1108/IJGE-10-2016-0037>
- [54] Moheb, I., Nagia, Z., & Rashid, H. (2016). Entrepreneurship Impact on Economic Growth in Emerging Countries. *International Conference on Globalisation, Entrepreneurship & Emerging Economies*, 31–39.
- [55] Molino, M., Dolce, V., Cortese, C. G., & Ghislieri, C. (2018). Personality and social support as determinants of entrepreneurial intention. Gender differences in Italy. *PLoS ONE*, 13(6). <https://doi.org/10.1371/JOURNAL.PONE.0199924>
- [56] Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., & Zarafshani, K. (2012). A Cross-Cultural Approach to Understanding Entrepreneurial Intention. *Journal of Career Development*, 39(2), 162–185. <https://doi.org/10.1177/0894845310384481>
- [57] Mozahem, N. A., & Adlouni, R. O. (2021). Using Entrepreneurial Self-Efficacy as an Indirect Measure of Entrepreneurial Education. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100385. <https://doi.org/10.1016/J.IJME.2020.100385>
- [58] Naktiyok, A. (2004). *İç Girişimcilik*. Beta.
- [59] Naktiyok, A., Nur Karabey, C., & Çağlar Güllice, A. (2010). Entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: The Turkish case. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(4), 419–435. <https://doi.org/10.1007/s11365-009-0123-6>
- [60] Ni, H., & Ye, Y. (2018). Entrepreneurship Education Matters: Exploring Secondary Vocational School Students' Entrepreneurial Intention in China. *Asia-Pacific Education Researcher*, 27(5), 409–418. <https://doi.org/10.1007/s40299-018-0399-9>
- [61] Nowiński, W., Haddoud, M. Y., Lančarić, D., Egerová, D., & Czeglédi, C. (2017). The impact of entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy and gender on entrepreneurial intentions of university students in the Visegrad countries. *Studies in Higher Education*. <https://doi.org/10.1080/03075079.2017.1365359>
- [62] OECD. (2019). *OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2019*. OECD. <https://doi.org/10.1787/34907e9c-en>
- [63] Oosterbeek, H., van Praag, M., & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, 54(3), 442–454. <https://doi.org/10.1016/J.EUROECOREV.2009.08.002>
- [64] Otache, I., Edopkolor, J. E., & Okolie, U. C. (2021). Entrepreneurial self-confidence, perceived desirability and feasibility of hospitality business and entrepreneurial intentions of hospitality management technology students. *The International Journal of Management Education*, 19(2), 100507. <https://doi.org/10.1016/J.IJME.2021.100507>
- [65] Paray, Z. A., & Kumar, S. (2020). Does entrepreneurship education influence entrepreneurial intention among students in HEIs? The role of age, gender and degree background. *Journal of International Education in Business*, 13(1), 55–72. <https://doi.org/10.1108/JIEB-02-2019-0009>
- [66] Pérez-Pérez, C., González-Torres, T., & Nájera-Sánchez, J. J. (2021). Boosting entrepreneurial intention of university students: Is a serious business game the key? *The International Journal of Management Education*, 100506. <https://doi.org/10.1016/J.IJME.2021.100506>
- [67] Ramadani, V., Rahman, M. M., Salamzadeh, A., Rahaman, M. S., & Abazi-Alili, H. (2022). Entrepreneurship Education and Graduates' Entrepreneurial Intentions: Does Gender Matter? A Multi-Group Analysis using AMOS. *Technological Forecasting and Social Change*, 180, 121693. <https://doi.org/10.1016/J.TECHFORE.2022.121693>
- [68] Ratten, V., & Jones, P. (2021). Entrepreneurship and management education: Exploring trends and gaps. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100431. <https://doi.org/10.1016/J.IJME.2020.100431>
- [69] Santos, F. J., Azam Roomi, M., & Liñán, F. (2016). About Gender Differences and the Social Environment in the Development of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 49–66. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12129>
- [70] Sarıtaş, A., & Duran, G. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Tespitine İlişkin Bir Araştırma. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 147–165. <https://doi.org/10.18506/anemon.285116>
- [71] Shinnar, R. S., Hsu, D. K., & Powell, B. C. (2014). Self-efficacy, entrepreneurial intentions, and gender: Assessing the impact of entrepreneurship education longitudinally. *International Journal of Management Education*, 12(5), 561–570. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2014.09.005>

- [72] Şirin, G. (2019). *İstanbul Altınbaş Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi*. İstanbul Altınbaş University Institute of Social Sciences.
- [73] Stevens, J. P. (2002). *Applied multivariate statistics for the social sciences* (4th ed.). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- [74] Sun, H., Lo, C. T., Liang, B., & Wong, Y. L. B. (2017). The impact of entrepreneurial education on entrepreneurial intention of engineering students in Hong Kong. *Management Decision*, 55(7), 1371–1393. <https://doi.org/10.1108/MD-06-2016-0392>
- [75] Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics* (6th ed.). Boston, MA: Pearson.
- [76] Tatarlar, C. D., Aracıoğlu, B., Demirhan, D., & Zalluhoğlu, A. (2016). *Tüm Boyutlarıyla Girişimcilik*.
- [77] Tentama, F., & Papatungan, T. H. (2019). Entrepreneurial intention of students reviewed from self-efficacy and family support in vocational high school. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, 8(3), 557–562. <https://doi.org/10.11591/ijere.v8i3.20240>
- [78] Tsai, K. H., Chang, H. C., & Peng, C. Y. (2016). Refining the linkage between perceived capability and entrepreneurial intention: roles of perceived opportunity, fear of failure, and gender. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(4), 1127–1145. <https://doi.org/10.1007/s11365-016-0383-x>
- [79] Turker, D., & Selcuk, S. S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students? *Journal of European Industrial Training*, 33(2), 142–159. <https://doi.org/10.1108/03090590910939049>
- [80] Vamvaka, V., Stoforos, C., Palaskas, T., & Botsaris, C. (2020). Attitude toward entrepreneurship, perceived behavioral control, and entrepreneurial intention: dimensionality, structural relationships, and gender differences. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-020-0112-0>
- [81] van der Sluis, J., & Praag, M. (2007). Why Are the Returns to Education Higher for Entrepreneurs than for Employees?
- [82] Wang, C. K., & Wong, P. K. (2004). Entrepreneurial interest of university students in Singapore. *Technovation*, 24(2), 163–172. [https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(02\)00016-0](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(02)00016-0)
- [83] Wardana, L. W., Narmaditya, B. S., Wibowo, A., Mahendra, A. M., Wibowo, N. A., Harwida, G., & Rohman, A. N. (2020). The impact of entrepreneurship education and students' entrepreneurial mindset: the mediating role of attitude and self-efficacy. *Heliyon*, 6(9), e04922. <https://doi.org/10.1016/J.HELIYON.2020.E04922>
- [84] Yarzebinski, J. A. (1992). Understanding and encouraging the entrepreneur. In *Economic development review*: Vol. v. 10.
- [85] Yazıcıoğlu, Y., Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [86] Yılmaz, E., & Sünbül, A. M. (2009). Developing Scale Of University Students Entrepreneurship. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, 195–203.
- [87] Yordanova, D. I., & Tarrazon, M. A. (2010). Gender differences in entrepreneurial intentions: Evidence from Bulgaria. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 15(3), 245–261. <https://doi.org/10.1142/S1084946710001543>
- [88] YÖK. (2023). Yök Yükseköğretimde Yeni İstatistikler. <https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Haberler/2023/yuksekogetiminde-yeni-istatistikler.aspx#:~:text=Y%C3%BCksek%C3%B6%C4%9Fretim%20Kurulu%20Ba%C5%9Fkanl%C4%B1%C4%9F%C4%B1&text=2022%2D2023%20e%C4%9Fitim%20%C3%B6%C4%9Fretim%20y%C4%B1%C4%B1nda,vak%C4%B1%20meslek%20y%C3%BCksekokullar%C4%B1nda%20%C3%B6%C4%9Frenim%20g%C3%B6r%C3%BCyor>
- [89] Yukongdi, V., & Lopa, N. Z. (2017). Entrepreneurial intention: a study of individual, situational and gender differences. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(2), 333–352. <https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2016-0168>
- [90] Zampetakis, L. A., Gotsi, M., Andriopoulos, C., & Moustakis, V. (2011). Creativity and entrepreneurial intention in young people Empirical insights from business school students. *Entrepreneurship and Innovation*, 12(3), 189–199. <https://doi.org/10.5367/ijei.2011.0037>
- [91] Zhang, Y., Duysters, G., & Cloudt, M. (2014). The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(3), 623–641. <https://doi.org/10.1007/s11365-012-0246-z>
- [92] Zisser, M. R., Johnson, S. L., Freeman, M. A., & Staudenmaier, P. J. (2019). The relationship between entrepreneurial intent, gender and personality. *Gender in Management*, 34(8), 665–684. <https://doi.org/10.1108/GM-08-2018-0105>



BANKALARIN TÜREV ÜRÜN KULLANIMINI BELİRLEYEN FAKTÖRLER: BORSA İSTANBUL'DA (BIST) FAALİYET GÖSTEREN BANKALAR ÜZERİNE BİR PANEL VERİ ANALİZİ

SONAY AKAR^{1*}

¹ Doktora Öğrencisi, Giresun Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, tsonay61@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-7707-3465>.

ÖZ

Bu çalışma, bankaların türev ürün kullanımını belirleyen faktörleri ampirik olarak tespit etmeyi amaçlamaktadır. Çalışma Borsa İstanbul (BIST) mali kuruluşlar sektörüne kote olmuş bankaların 2012Q1-2020Q4 çeyreklik verilerini kapsamaktadır. BIST'te mali kuruluşlar sektöründe yer alan bankaların kullanıldığı çalışmada bağımlı değişken aktifteki ve pasifteki toplam türev ürün kullanımı, bağımsız değişkenler ise büyüklük, kârlılık, likidite, risk ve sermaye yeterliliğinden oluşmaktadır. Çalışmada türev ürünleri temsilen iki model oluşturulmuş ve bu modeller panel veri regresyon analiz yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Panel veri regresyon analizinin sonuçlarına göre; ilgili dönemde bilanço aktifindeki türev finansal ürün kullanımının bağımlı değişken olarak kullanıldığı modelde büyüklük, likidite, kredi riski, kur riski ve sermaye yeterliliği değişkenleri istatistiksel açıdan anlamlı belirleyiciler olarak tespit edilmiştir. Bilanço pasifindeki türev finansal ürün kullanımının bağımlı değişken olarak kullanıldığı diğer modelde ise büyüklük, kur riski ve sermaye yeterliliği değişkenleri istatistiksel açıdan anlamlı belirleyiciler olarak tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bankacılık Sektörü, Türev Ürünler, Panel Veri Analizi.

Editör / Editor:

Erkan MUĞALOĞLU,
Erciyes Üniversitesi, Türkiye

*Sorumlu Yazar/ Corresponding Author:

Sonay AKAR,
tsonay61@gmail.com,

JEL:

G21, G3, C23

Geliş: 16 Ağustos 2023

Received: August 16, 2023

Kabul: 21 Ocak 2024

Accepted: January 21, 2024

Yayın: 30 Nisan 2024

Published: April 30, 2024

Atıf / Cited as (APA):

Akar, S. (2024),

Bankaların Türev Ürün Kullanımını Belirleyen Faktörler: Borsa İstanbul'da (BIST) Faaliyet Gösteren Bankalar Üzerine Bir Panel Veri Analizi, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 67, 143-151, doi: 10.18070/erciyesiibd.1344415

THE FACTORS DETERMINING THE USE OF DERIVATIVE PRODUCTS OF THE BANKS: A PANEL DATA ANALYSIS ON BANKS OPERATING IN BORSA ISTANBUL (BIST)

ABSTRACT

This study aims to empirically detection the factors that determine the use of derivative products by banks. The study covers the 2012Q1-2020Q4 quarterly data of banks listed in the Borsa Istanbul (BIST) financial institutions sector. In the study, in which banks in the financial institutions sector in Borsa Istanbul were included as a sample, total derivatives in asset and passives in liabilities were used as dependent variables, while size, profitability, liquidity, risk and capital adequacy were used as independent variables. In the study, two models were created to represent derivative products and these models were examined using the panel data regression analysis method. According to the results of the panel data regression analysis performed in the models created in the study, the size, liquidity, credit risk and Exchange risk variables were determined to be statistically significant determinants in the model in which the use of derivatives in the balance assets was used as the dependent variable. In the model which are used as dependent variables of balance passive derivative instruments, size, Exchange risk and capital adequacy variables were determined to be statistically significant determinants.

Keywords: Banking Sector, Derivative Products, Panel Data Analysis.

GİRİŞ

Finans teorisi, işletmelerin ve bankaların neden türev ürünler kullandığına yönelik birtakım hipotezler ileri sürmektedir. Bu hipotezler, piyasaya ilişkin ortaya çıkan finansal problemlerin varlığında şirketlerin ancak vergi yükümlülüklerini ve yatırım maliyetlerinin azaltılması durumunda şirket değerinin artacağını savunmaktadır. İşletmeler ve bankalar olası risklerden korunarak nakit akışlarındaki oynaklıklar azaltılabilmekte ve bu sayede vergi yükümlülükleri daha etkin yönetilebilmektedir. Bu sayede firma değeri de artmaktadır (Yong, Faff ve Chalmers, 2007: 5).

1970'li yılların ortalarından sonra Bretton Woods sisteminin yıkılmasından sonra ulusal para birimleri serbest olmasından ötürü döviz kurlarındaki meydana gelen değişiklikler küresel platformda finansal olmayan şirketler için önemli bir risk unsuru haline gelmiştir. Bu özellikle dış ticaret yapan döviz odaklı işlemlere sahip şirketler kur riski yönetimini önemli bir kurumsal amaç haline getirmektedir. Çünkü kur riski nakitlerde meydana getireceği oynaklıklar yüzünden uygulanacak iç finansman kısıtlamaları dış kaynak bulma konusunda ya yüksek maliyetlerle ya da yüksek kârlı yatırım projelerinden vazgeçilmesiyle alternatif maliyetlerle karşılaşılmasına sebep olabilecektir. Bu durum şirket değerinin düşmesi gibi sonuçlar doğurabilecektir (Bartram, 2008: 1511).

Türev finansal ürün kullanımı onlarca yıldan beri var olmasına karşın bu ürünlerden 3'ünün kullanım yoğunluğu hızla artmaktadır. Uluslararası swap birliği ve türev birliği araştırması raporlarına göre, faiz oranı türev ürünlerinin kullanımı 2001 yılında 69,25 trilyon dolar iken 2007 yılında 464,70 trilyon dolara yükselmiştir. Aynı raporda kredi türevleri ve özsermaye türev ürünleri kullanımı 2001 yılında yaklaşık %69,33, 2008 yılında yaklaşık %11,9 artış gösterdiği belirtilmiştir. Uluslararası Swaplar ve Türevler Birliği (ISDA) ve Uluslararası Para Fonu (IMF) tarafından 2007 yılında yapılan bir araştırmada, küresel alanda türevlerin toplamının 516 trilyon dolar olduğu saptanmıştır (Chaudhry ve Mehmood, 2014: 295).

Rekabetçi bir yapıya sahip finansal ortamda, serbest piyasa politikalarıyla birlikte kur ve faiz oranlarındaki dalgalanmaların, firmanın gelecekteki nakit akışları üzerindeki etkisini azaltmak için risk yönetimi amaçlı türev ürünlerin kullanımı gittikçe artmaktadır. 1998'deki Asya krizleri ve 2007'deki ABD mali krizi, özellikle Asya ülkelerinde ulusal para biriminde yüksek derecede oynaklık yaratmış ve bu durum nakit akışlarını faizlerde oluşacak değişikliklere bağlı olarak ortaya çıkacak finansal risklere karşı daha savunmasız hale getirmiştir. Dolayısıyla bu durum ilgili risklerden korunmak için türev ürünlerin kullanımının artmasında önemli role sahiptir. Riskten korunma amaçlı türevlerin bu şekilde artan kullanımı, finans teorisyenlerini firmanın türev kullanım kapsamını etkileyen faktörleri belirlemeye yöneltmiştir (Afza ve Alam, 2011: 8331).

Modigliani ve Miller (1958) paradigması, *eğer piyasalar mükemmelse, türevlerin kullanımının değer katamayacağı öngörülmektedir. Bununla birlikte modern finans teorileri; türev ürünler kullanılarak riskten korunma programının ancak belirli koşullar altında değer artırıcı niteliğe sahip olabileceğini* ileri sürmektedir. Nance, Smith ve Smithson (1993) ve Geczy, Minton ve Schrand'a (1997) göre, artan oranlı vergi tarifeleri, finansal sıkıntı, yatırım maliyetleri ve işletme maliyetlerinin varlığında, riskten korunma genellikle bir değer artırıcı uygulama olarak kabul edilmektedir. Özetle; türev enstrümanların kullanılmasının ancak, rasyonel bir şekilde kullanılmaları, koşuluyla bir şirkete ya da finansal kuruluş olan bankaya, risk yönetimi konusunda, önemli faydalar sağlayabileceği düşünülmektedir (Nguyen ve Faff, 2002: 2).

Çalışmanın ilk aşamasında konu kapsamında literatür çalışmasına yer verilmiş ve bulgular değerlendirilmiştir. İkinci aşamada araştırma değişkenleri, araştırmanın örnekleme ve veri seti gösterilmiş bu bağlamda araştırmanın modeli ve araştırmada kullanılan yöntem açıklanmıştır. Son olarak ise analiz kapsamında ortaya çıkan ampirik bulgular sunulmuş ve bu bulgulara dayalı olarak çıkarımlar ve yorumlar ortaya konulmuştur.

I. LİTERATÜR ÇALIŞMASI

Bankaların türev ürün kullanımını belirleyen faktörlerin saptanmasında kullanılan değişkenler banka büyüklüğü, likidite, sermaye yeterliliği,

kârlılık, özsermaye kârlılığı, riskler, net faiz marjı, varlık yapısı, büyüme olanakları, borçluluk vb.'den oluşmaktadır. Literatürde türev ürün kullanımını belirleyen bu etkenlerin belirlenebilmesi amacıyla yapılan çalışmalarda farklı değişkenler kullanılmış ve buna bağlı olarak farklı sonuçlar ortaya çıkmıştır.

Hundman (1998) yaptığı çalışmada, ABD'de bulunan bankaların türev ürün kullanımı üzerinde etkili olan faktörler ve bu faktörler ile türev ürün kullanımı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. 1995-1997 dönemini kapsayan çalışmada zaman serisi analizleri yapmıştır. Analiz sonuçlarına göre, faiz oranı riski, kredi riski ve banka büyüklüğü ile türev ürün kullanımı arasında pozitif ve anlamlı ilişkiler ortaya çıktığını, buna karşın kârlılık ile türev ürün kullanımı arasında bir ilişki tespit edilemediği bulgusuna ulaşmıştır.

Haushalter (2000) yaptığı çalışmada, ABD'de yer alan 100 şirket örneğinde türev ürün kullanımını belirleyen faktörleri tespit etmeyi amaçlamıştır. 1992-1994 arasındaki dönemini incelediği çalışmada şirketlerin türev ürün kullanma kararını etkileyen faktörleri test edebilmek için Probit modeli kullanmıştır. Türev kullanımının kapsamına ilişkin bulgular; finansal sıkıntı hipotezi ve vergi konveksitesi ile uyumlu bir şekilde gerçekleştiği sonucunu elde etmiştir.

Sinkey ve Carter (2000) yaptıkları çalışmada, türev ürün kullanan ve kullanmayan olarak gruplara ayrılan bankaların finansal özelliklerinin incelenmesini amaçlamışlardır. Tobit regresyon modelinin kullanıldığı çalışmadan elde ettikleri bulgulara göre; türev ürünleri kullanmayan bankaların sermaye yapılarının güçlü, risklerin az, faiz marjlarının daha yüksek ve kredilerinin daha nitelikli olduğu bulunmuştur. Büyüklük değişkeni ile türev ürün kullanımı arasında pozitif yönde bir ilişkinin ortaya çıkmış olması yazarların çalışmadan elde ettikleri diğer sonuçlar arasındadır.

Nguyen ve Faff (2002) yaptıkları çalışmada, Avustralya şirketlerin türev kullanımının belirleyicilerini saptamayı amaçlamışlardır. 1999 ve 2000 yıllarında Avustralya'nın halka açık en büyük şirketlerinden alınan 469 firma örneği üzerinde yaptıkları analizlerde Logit ve Tobit modelleri kullanmışlar, Logit modelin test sonucunda; bir firmanın kaldıraç, büyüklüğü (mali sıkıntı ve kurulum maliyetleri) ve likiditesinin firmaların türev kullanımı ile anlamlı ilişkilerin ortaya çıktığı sonucuna ulaşmışlardır. Tobit modeli test sonucunda; bir firmanın türev kullanımının artması yüksek kaldıraç ve daha fazla temettü dağıtımı ile ilişkili olduğu bulgusuna ulaşmışlardır.

Ashraf, Altunbaş ve Goddard (2007) yaptıkları çalışmada, bankaların türev ürün kullanımını belirleyen faktörleri tespit etmeyi amaçlamışlardır. Çalışma 1997-2004 yıllarını kapsamakta ve ABD'de yer alan kamu bankalarını baz almaktadır. Korelasyon ve regresyona analizlerini yaptıkları çalışmadan elde ettikleri sonuçlarda; büyüklük ve risk değişkeni ile türev ürün kullanımı arasında anlamlı ilişkiler tespit ederken, sahiplik yapısı ile türev ürün kullanımı arasında anlamlı ilişkiler tespit edememişlerdir.

Junior, J.L.R. (2007) yaptığı çalışmada, 1996-2004 yılları arasında finansal olmayan 212 Brezilya şirketinin türev ürün kullanımının incelenmesini amaçlamıştır. Panel Tobit regresyon modelinin yöntem olarak kullandığı çalışmadan elde ettiği genel sonuç; risklerden korunma literatürü tarafından sunulan bazı hipotezlerin, Brezilya şirketlerinin döviz türevlerini kullanma kararlarını ve kullanım miktarına ilişkin kararlarını açıklayabildiğini doğrulamaktadır. Daha yüksek büyüme fırsatlarına sahip olan ve yabancı para cinsinden borcun toplam borca oranı daha yüksek olan şirketler döviz türevlerinden daha fazla yararlanmaktadır.

Shiu (2007) yılında yaptığı çalışmada, İngiltere'de yer alan 360 sigorta şirketinin türev ürün kullanımını belirleyen faktörleri araştırmıştır. 1994-2002 dönemini incelediği çalışmada, panel veri analizini kullanmıştır. Panel veri analizinden elde ettiği sonuçlara göre; büyüklük, risk, faaliyet alanı, örgüt yapısı değişkenleri şirketlerin türev ürün kullanımında anlamlı bulunan faktörlerdir. Nakit ve örgüt yapısı ile türev ürün kullanımı arasında negatif yönde bir ilişki, büyüklük, faaliyet alanı ve aktifler ile türev ürün kullanımı arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Yong, Robert ve Chalmers (2007) yaptıkları çalışmada, Pasifik Asya'da yer alan bankaların türev ürün kullanımını belirleyen faktörleri saptamayı amaçlamışlardır. 2002-2003 döneminin ve 110 bankanın örnekleme olarak kullandıkları çalışmada, korelasyon ve Tobit

regresyon analizleri uygulanmış, analiz sonuçlarına göre; büyüklük değişkeni aracı olmayan bankaların türev ürün kullanımında önemli bir belirleyici faktör olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Dealer bankaların döviz dayanak varlıklı türev ürünleri kullanımının daha fazla olduğu belirlenmiştir. Kamu bankalarının özel bankalara göre daha az türev ürün kullanması, faiz türev ürünlerinin kullanımı risklerden korunmaya dönük olması yazarların çalışmadan elde ettikleri diğer sonuçlar arasındadır.

Shiu, Moles ve Shin (2008) yaptıkları çalışmada, Tayvan borsasında işlem gören bankaların türev ürün kullanımını belirleyen faktörleri ve banka riski üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamışlardır. Bankaların 1998-2005 dönem aralığını inceledikleri çalışmada panel lojistik regresyon analizi kullanmışlar, büyüklük ve risk değişkenlerinin türev ürün kullanımında anlamlı ve etkili faktörler olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Takao ve Lantara (2009), Japon şirketlerin 2001-2008 dönemini baz alarak Probit regresyon modelleri aracılığıyla, türev ürün kullanımının belirleyicilerini araştırmayı amaçlamışlardır. Ele ettikleri bulgulara göre; sigorta şirketlerinin türev ürün kullanma kararının firma büyüklüğü, kaldıraç ve hisse senedine yatırılan varlıklar ile pozitif ilişkili, aktif yükümlülüğü ile negatif ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca çalışmada, Japon sigorta şirketlerinin pazarlarını küresel olarak faaliyet gösterecek şekilde genişletme kararının türev araç kullanma ihtiyacını artırdığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Ameer (2010) çalışmada, Malezya borsasına kote olmuş 112 firmanın türev ürün kullanımını belirleyen faktörleri araştırmıştır. Lojistik regresyon modelini kullandığı çalışmada; türev ürün kullanımı ile satışlar, likidite, firma büyümesi, yönetim sahipliği, firma büyüklüğü arasında anlamlı ilişkiler olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Afza ve Alam (2011) Karaçi Menkul Kıymetler Borsasında işlem gören 105 finansal olmayan firmanın verileri kullanılarak bir çalışma yapmışlardır. Çalışmada Tobit modeliyle işletmenin döviz ve faiz oranı türev ürünleri kullanımını etkileyen faktörleri tespit etmeyi amaçlamışlardır. Firmaların türev ürün kullanımının finansal sıkıntı maliyetleri, yüksek borç, yatırımların yetersizliği ve düşük varlıklar ile ilişkili olduğu ortaya çıkmış, bu ilişkinin yönünün pozitif olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Anbar ve Alper (2011) yaptıkları çalışmada, İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) işlem gören bankaların büyüklüğünün ve makro ekonomik faktörlerin türev ürün kullanımını üzerindeki etkisini araştırmayı amaçlamışlardır. Çalışmada yöntem olarak kullanılan Tobit regresyon analizinden elde ettikleri bulgulara göre; öz sermaye kârlılığı ve net faiz marjı ile türev ürün kullanımı arasında pozitif yönde ilişkili olduğuna ulaşırlarken; aktif büyüklük, karşılıklar ve faiz oranı ile arasında negatif yönde ilişkili olduğuna ulaşılmıştır. Çalışmadan elde ettikleri genel sonuç net faiz marjı ve özsermaye kârlılığı yüksek, buna karşın küçük olan bankaların türev ürün kullanımına daha meyilli olduklarına ulaşılmıştır.

Charumathi ve Kota (2012) yaptıkları çalışmada, finansal olmayan 121 Hintli şirketin türev ürün kullanımını belirleyen faktörleri belirlemeyi amaçlamışlardır. 2007-2009 yılları arasında üç yıllık bir dönem kapsayan çalışmada panel veri ve çoklu regresyon yöntemlerini kullanmışlar, finansal sıkıntı maliyeti, yatırım maliyeti, çok ulusluluk, ölçek ekonomileri, firma büyüklüğü ve acente değişkenleri gibi firmaya özgü özellikler kullanılan çalışmanın analiz sonucunda finansal olmayan şirketler tarafından türev ürün kullanımının temel belirleyicisinin firma büyüklüğü olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Chaudhry, Mehmood ve Mehmood (2014) çalışmalarında, Karaçi Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem gören 75 firmaya ait verilerle 2007-2011 döneminde türev ürün kullanan ve kullanmayan firmaları belirlemeyi amaçlamışlardır. Mann-Whitney U testi kullanılarak yaptıkları çalışmada türevlerin kullanımı ile likidite, firma büyümesi ve firma büyüklüğü arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yazarlar türev ürün kullanan firmalar bu tür türev ürünler sayesinde ölçek ekonomileri elde etmekte ve riskleri daha düzgün bir şekilde yönetmekte olduğu çıkarımlarını yapmışlardır. Bu durum aynı zamanda türev ürün kullanan firmaların türev ürün kullanmayan firmalara göre rekabet üstünlüğü kazandığı görüşünü destekler niteliktedir.

Tanrıöven ve Yenice (2014) yaptıkları çalışmada, 2002 Aralık -

2014 Mart döneminde bankaların türev ürün kullanımına bağlantılı olarak risk düzeyleri ile kârlılık düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamışlardır. Türkiye'de yer alan kamu, özel mevduat bankaları ve yabancı sermayeli bankaları inceledikleri çalışmada zaman serisi tekniklerini kullanmışlardır. Yaptıkları analiz sonucunda kısa ve uzun dönemde eş bütünleşik ilişkiler ortaya çıkarken, türev ürün kullanımı riskleri ve kârlılığı artırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Bankaların türev ürün kullanımı yükseldikçe risklilik ve kârlılık da artmakta, ancak türev kullanımlar riskleri, kârlılığa kıyasla daha fazla arttırması çalışmadan elde ettikleri diğer sonuçlar arasındadır.

Durmuş (2016) yılında yapılan çalışmada, finansal olmayan şirketlerin türev ürün kullanımını üzerinde etkisi olan faktörleri belirlemeyi hedeflemiştir. BİST'te yer alan 185 şirketin 2007-2014 dönemini incelediği çalışmada panel veri analizini kullanmış, analiz sonucunda büyüklük, kurumsallaşma (firma yaşı), faiz ve döviz riski, finansal sıkıntılarda meydana gelen artışlar şirketlerin türev ürün kullanımını arttırdığına ulaşılmıştır. Buna karşın kârlılıkla türev ürün kullanımı arasında negatif yönde bir ilişki tespit etmiştir.

Oktar ve Yüksel (2016) yaptıkları çalışmada, Türkiye'de yer alan bankaların türev ürün kullanımını üzerinde etkileri olan faktörleri belirlemeyi amaçlamışlardır. Mars yöntemini kullandıkları çalışmada 2003Q1 ve 2015Q3 dönem aralığı incelenirken, bankaların ayırdıkları özel karşılıkların ve takipteki kredilerin türev ürün kullanımını üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ancak bu etkinin negatif yönde olduğunu tespit etmişlerdir. Kredi riski olarak ifade edilen takipteki krediler ile türev ürün kullanımı arasındaki ilişkiyi ise pozitif yönde tespit etmişlerdir. Bankalar türev ürün kullanarak bu riski azaltmaya çalıştıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Şirvan ve Alp (2017) yaptıkları çalışmada, Türkiye'de yer alan 13 mevduat bankasının türev ürün kullanımının düzeylerinin incelenmesini ve bu türev ürünlerin çalışmada ele alınan riskler üzerindeki etkilerinin incelenmesini amaçlamışlardır. Panel veri analiz yönteminin ve eş bütünleşme testlerinin birlikte kullandıkları çalışma 2007-2015 dönemini kapsamaktadır. Çalışmadan elde ettikleri bulgulara göre; kredi riski, piyasa riski ve sermaye yeterlilik rasyosu ile türev ürünler arasında bir ilişki bulunamamıştır. Ayrıca çalışmada, Türk bankacılık sektöründe ilgili dönemde bankaların türev ürün kullanımının spekülasyon amaçlarıyla yapıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Fettahoğlu, İnal ve Yaşar (2018) yaptıkları çalışmada, türev ürün kullanımı ile bankanın etkinliği arasındaki ilişkinin belirlenmesini, banka etkinlik puanı ile türev ürün kullanımını açısından farklılık oluşturup oluşturmadığının tespit edilmesini amaçlamışlardır. 28 bankanın 2011-2014 yılları arasındaki dönemini inceledikleri çalışmada veri zarflama, regresyon analizi, yapay sinir ağları ve anova analizi kullanmışlardır. Büyüklük değişkeni ile türev ürün kullanımı arasında pozitif yönde, sermaye yeterliliği ile arasında negatif yönde bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Büyük bankalar daha fazla türev ürün kullandıklarını, sermaye yeterliliği yüksek olan bankaların türev ürün kullanmadıkları sonucuna ulaşırlarken, sermaye yeterliliği düşük olan bankaların ise türev ürün kullanmaya meyilli oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Khan, Arif ve Tahir (2018) yaptıkları çalışmada, bankaların türev ürün kullanım yoğunluğunu belirleyen faktörleri analiz etmeyi amaçlamışlardır. Pakistan'da yer alan 28 bankayı ve 2004-2016 döneminin baz alarak yaptıkları çalışmada t testi ve Probit regresyon modelini kullanmışlardır. Ticari faaliyet, büyüklük ve likidite ile türev ürün kullanımı arasında doğru yönlü bir ilişki, finansal sıkıntı ile türev ürün kullanımı arasında ters yönlü bir ilişki tespit etmişlerdir. Risk ve türev ürün kullanımı arasındaki ilişkinin yönü kullanılan türev ürünün türüne göre değişiklik gösterdiği bulgusu çalışmadan elde ettikleri diğer sonuçlar arasındadır. Kullanılan risk göstergesi açısından anlamlı bulunan net kredilerin/toplam varlıklara oranı ile türev ürün kullanımı arasında negatif yönde bir ilişki olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Akkaynak ve Yıldırım (2019) yaptıkları çalışmada, BİST 100'de yer alan bankaların türev ürün kullanımını incelemişlerdir. Panel veri analizini yöntem olarak kullandıkları çalışmada; aktiflerde yer alan türev ürün varlığının kârlılık üzerinde anlamlı, fakat negatif yönde bir ilişki içinde olduğunu tespit etmişlerdir. Bankaların varlık yapısının ve aktiflerdeki büyümenin kârlılık üzerindeki etkisinin anlamlı bulunması elde ettikleri diğer sonuçlar arasındadır. Çalışmada bankaların aktifinde yer alan türev finansal ürün varlığının risk üzerindeki etkisi

anlamli ve negatif yönde gerçekleştiğini tespit etmişlerdir. Varlık yapısının ve aktiflerdeki büyümenin risk üzerindeki etkisi anlamlı, ancak bu varlık yapısının risk ile pozitif yönde, aktiflerdeki büyüme oranı ile risk arasındaki ilişkiyi ise negatif yönde olduğunu tespit etmişlerdir. Çalışmada pasiflerdeki türev ürün varlığının kârlılık ve risk değişkenleri üzerindeki etkisini anlamsız bulmuşlardır. Türev ürün kullanımının riskler üzerindeki etkisi yazarların beklentileri doğrultusunda gerçekleşirken, kârlılık üzerindeki etkisi beklentilerinin dışında gerçekleşmiştir.

Çankaya ve Güçver (2019) yaptıkları çalışmada, BIST'te işlem gören imalat sanayi endeksinde yer alan firmaların türev ürün kullanımlarını etkileyen faktörleri bulmayı amaçlamışlardır. Çalışma 2007-2016 yılları arasında 10 yıllık bir süreyi ve 127 adet firmayı kapsamaktadır. Panel lojistik regresyon modelini kullandıkları çalışmada; büyüklük, likidite, kaldıraç, borçlanma, piyasa değeri, vergi ödemelerinin net kârlılığa oranı, satışlar, kurumsal yönetim endeksi değişkenlerinin türev ürün kullanımı ile arasında anlamlı ilişkiler ortaya çıkarken, aktif kârlılığı, özsermaye kârlılığı, net kâr marjı ve net döviz pozisyonu ile türev ürün kullanımı arasında anlamlı bir ilişki tespit edememişlerdir. Likidite oranı, vergi ödemelerinin net kârlılığa oranı rasyoları ile türev ürün kullanımı arasındaki ilişkinin negatif yönde olduğunu belirlemişlerdir.

Durmuş ve Coşkun (2019) yaptıkları çalışmada, şirketlerin türev ürün kullanımına etki eden faktörleri belirlenmeyi amaçlamışlardır. 2007-2014 yılları arasındaki 8 yıllık dönemi ve BIST'te yer alan 185 şirketi kapsayan çalışmada, yaptıkları panel en küçük kareler (EKK) analizinin sonuçlarına göre; şirket büyüklüğünün türev ürün kullanımı üzerinde önemli bir faktör olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca borçluluğunun ve daha yüksek büyüme imkânı olan şirketlerin türev ürün kullanımı düzeyini de arttırması çalışmadan elde ettikleri diğer önemli bulgular arasındadır. Çalışmada, faiz oranı ve döviz kurundan meydana gelen değişimlere karşı hassas olan şirketlerin türev ürün kullanımını da arttırdığını tespit etmişlerdir. Kârlılık değişkeninin döviz türev ürünleri kullanımını arttırdığı bulunurken, faiz türev ürün kullanımı üzerinde önemli bir etkisini bulamamışlardır. Likidite değişkeninin ise yalnızca iki modelde türev ürün kullanımı üzerinde anlamlı etkileri olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Güven (2019) yaptığı çalışmada, bankaları sigorta ve faktöring şirketlerinden ayırarak finansal olmayan şirketlerin türev ürün kullanımını belirleyen faktörleri tespit etmeyi amaçlamıştır. BIST'te yer alan 52 şirketin 2017 yılı incelediği çalışmada çoklu doğrusal regresyon ve Lojistik regresyon modelini kullanmıştır. Analiz sonucunda firma büyüklüğü, döviz borcu, firma yaşı, firma ihracat miktarı ve likidite değişkenlerini türev ürün kullanımı üzerinde etkili olan faktörler olarak tespit etmiştir. Özetle bu değişkenler ile türev ürün kullanımı arasında anlamlı bir ilişki ortaya çıktığı sonucuna ulaşmıştır.

Akkaya ve Torun (2020) yaptıkları çalışmada, bankaların türev ürün kullanımlarının risklilik ve kârlılık üzerindeki etkisini tespit etmeyi amaçlamışlardır. Türk bankalarının 2002-2018 dönemini araştırdıkları çalışmada, korelasyon, eş bütünleşme analizi ve vektör hata düzeltme modelini kullanmışlardır. Analiz sonuçlarına göre; özkaynak kârlılığı, sermaye yeterliliği, likidite, likit aktifler/kısa ve vadeli yükümlülükler ve ortalama aktif kârlılık ile türev ürün kullanım arasında uzun dönemli ilişkiler olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Türev ürün kullanımı ile ortalama aktif kârlılık, sermaye yeterlilik oranı, likit aktif/kısa vadeli yükümlülükler ve özkaynak kârlılığı ile arasında negatif yönde ilişkilerin olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Sefertaş (2020) yaptığı çalışmada, bankaların türev ürün kullanımlarının finansal tablolara olan etkilerini incelemeyi amaçlamıştır. Bu amaçla 11 kamu, özel mevduat bankası ile yabancı sermayeli bankaların 2008-2017 dönemini incelediği çalışmada, regresyon analizi ve anova testini kullanmıştır. Analiz sonucunda; bankaların türev ürün kullanımının aktif büyüklük, kredi/mevduat, kredi/aktif toplam, yabancı para kredi/aktif toplam, likit varlıklar/aktif toplamı, net kâr/aktif toplam, net kâr/özsermaye, yabancı para aktif toplam/yabancı para pasif toplam, özsermaye/aktif toplam değişkenleri üzerinde etkililikten, türev ürün kullanımının karşılıklar/kredi ve takipteki krediler/krediler üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Bankaların türev ürün kullanımı arttığında likidite ve kârlılıklarından ziyade riskleri arttığı için türev ürünlerin kullanım amaçlarının spekülasyon olduğunu saptamıştır.

Akkaynak ve Yıldırım (2021) yaptıkları çalışmada, Türkiye'de faaliyet gösteren bankaların türev finansal ürün kullanımının sermaye yapısı üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamışlardır. 2012 ve 2017 yılları arasındaki 6 yıllık süreyi baz aldıkları çalışmada kullandıkları panel veri analiz sonuçlarına göre; türev ürün kullanımının borçlanmaya olan etkisi oluşturulan bütün modellerde anlamlı ve pozitif yönde olduğuna ulaşmışlardır. Buna karşın kârlılık ve likidite düzeyiyle borçlanma arasındaki ilişki negatif yönde; varlık yapısı, büyüklük, risk ve büyüme imkânları ile borçlanma arasındaki ilişki pozitif yönde gerçekleştiğini tespit etmişlerdir.

Yenisu, Tıraş ve Saygın (2021) yaptıkları çalışmada, Türkiye'de yer alan 32 bankanın türev ürünler ilgili işlemlerin hangi faktörlerle ilişki içinde olduğunu bulmayı amaçlamışlardır. Bu amacı gerçekleştirebilmek için ARDL sınır testi ve korelasyon analizini kullanmışlardır. 2005 ve 2021 yıllarını kapsayan çalışmada yaptıkları analizden elde ettikleri bulgulara göre; büyüklük, kârlılık, risk, kur riski, enflasyon ile türev ürün kullanımı arasında pozitif yönde bir ilişki; risk, enflasyon oranı ve kârlılık ile türev ürün kullanımı arasında negatif yönde bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Büyüklük ve risk arttıkça türev ürün kullanımı da artmakta, ancak türev ürün kullanımının artması kârlılık üzerinde azaltıcı bir etki yaptığını tespit etmişlerdir.

Bu çalışmanın halka açık mevduat bankaları özelinde yapılması, bu banka grubu odağında kullanılan verilerin güncel olması ve bankaların türev finansal ürün kullanımını etkileyen faktörlerin neler olduğunun cevaplanması açısından elle tutulur sonuçlar ortaya koyacağı tahmin edilmektedir. Bu bağlamda konu kapsamının incelendiği çalışma sayısının literatürde kısıtlı kalması nedeniyle, hem nitelik hem de nicelik olarak literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

II. UYGULAMA

II.I. ARAŞTIRMANIN DEĞİŞKENLERİ

Bir işletme türev araçlardan herhangi birini kullanıyorsa, "türev kullanıcı" işletme olarak nitelendirilmektedir; swap (takaslar), vadeli forward, future (vadeli işlemler) ve opsiyonlar türev enstrümanlar olarak kabul edilmektedir. Pek çok işletme, finansal tablolarında türev araçlar olarak nitelendirilmeyen ancak türev özelliklere sahip finansal araçları kullanabilmektedir.

TABLO 1 | Çalışmada Kullanılan Değişkenler ve Hesaplanma Şekilleri

Değişken	Kullanılan Kalemler	Değişkenin Hesaplanması
Büyükük (BYK)	Aktifler	Toplam Aktifler
Kârlılık (KÂR)	Özkaynak Kârlılığı	Net Kâr/Özkaynak
Likidite (LKDT)	Nakit Değerler TC. Merkez Bankası Gerçeğe Uygun Değer Farkı K/Z Yansıtılan FV (net) Bankalar Para Piyasalarından Alacaklar Satılmaya Hazır Finansal Varlıklar (net)	Likit Aktifler/Toplam Aktifler
Kredi Riski (KRD)	Takipteki Krediler Toplam Krediler ve Alacaklar	Takipteki Krediler/Toplam Krediler ve Alacaklar
Kur Risk (KUR)	Yabancı Para Yükümlülükleri Yabancı Para Varlıkları	Yabancı Para Yükümlülükleri/ Yabancı Para Varlıkları
Sermaye Yeterliliği (SYTR)	Özsermaye Aktifler	Özsermaye/Toplam Aktifler
Aktiflerdeki Türev Finansal Ürün Kullanımı (ATRV)	Aktiflerdeki Türev Finansal Ürünler Aktifler	Türev Finansal Varlık/Toplam Aktif
Pasiflerdeki Türev Finansal Ürün Kullanımı (PTRV)	Pasiflerdeki Türev Finansal Ürünler Pasifler	Türev Finansal Araçlar/Toplam Pasif

Çalışmada kullanılan değişkenler literatürde kabul görmüş değişkenlere bağlı olarak oluşturulmuştur. Araştırmanın değişkenlerinin gösterildiği Tablo 1'de aktifteki türev finansal ürünler (ATRV) ve pasifteki türev finansal ürünler (PTRV) çalışmanın bağımlı değişkenleri olarak kullanılırken; büyüklük, kârlılık, likidite, risk ve sermaye yeterliliği çalışmanın bağımsız değişkenleri olarak kullanılmaktadır.

Aktif ve Pasifteki Türev Finansal Ürün Kullanımı: Türev ürün kullanımına yönelik gerçekleştirilen sözleşmelerin

getirdiği yükümlülükler bilançonun kaynaklar bölümünde muhasebeleştirilmektedir. Türev finansal ürünler risklerin yönetilmesi ve risklerden korunma, alım satım, spekülasyon ve yatırım amaçlı kullanılabilir (Akkaynak ve Yıldırım, 2021: 1589). Bir emtia'nın fiyatına endeksli faiz oranlarıyla borç senetleri ihraç edilmektedir. Burada borcun maliyeti malın fiyatı üzerinden ortaya çıktığı için teorik olarak bir türev sayılabilmektedir. Ek olarak, riskten korunma amacıyla, pozitif ve negatif riskleri belirleyebilmek için riskten korunmaya yönelik stratejik teknikler de kullanılabilir (Nguyen ve Faff, 2002: 5).

Büyüklik: Bankaların büyüklüğüne göre türev finansal ürün kullanma yoğunlukları değişmektedir. Türev finansal ürünler anlaşılması zor karmaşık araçlar olması, bu araçların alım satımından kaynaklanan işlem ücretlerinin alım satım yoğunluğuna bağlı olarak azalması düşük sermayeli bankaların büyük sermayeli bankalara göre türev finansal ürün kullanımını azaltabilmektedir (Hundman, 1998: 11). Ancak bazı durumlarda varlık türlerinin azlığı ve yabancı sermayeye kısıtlı erişim nedeniyle, düşük sermayeli bankaların temerrüde düşme olasılığı daha yüksektir. Bu durum daha düşük sermayeli bankaların risklerden korunmak için türev finansal ürünlere talebi artırabilmektedir. Çünkü bir bankanın ya da şirketin büyüklüğü ile riskten korunma faaliyetlerinin büyüklüğü arasında pozitif bir korelasyon ortaya çıkmakta, etkili bir riskten korunma programını sürdürebilmek için ölçek ekonomileri de etkili olabilmektedir (Charumathi ve Kota, 2012: 254). Bu yüzden çalışmada türev finansal ürün kullanımı ile büyüklük arasında pozitif yönde bir ilişki öngörülmektedir.

Kârlılık: Bankalar, nakit akışlarında meydana gelen oynaklıkları azaltabilmek için türev ürünleri riskten korunmak için kullanabilmektedirler. Bankaların kârlılıkları net kâr ile ölçülmektedir (Yong, Faff ve Chalmers, 2007: 14-15). Yüksek kârlılık düzeyine, daha düşük finansal kısıtlamalara sahip ve finansal olarak sıkıntılı olan bankaların riskten korunma araçlarını yoğun bir şekilde kullanma olasılığı daha yüksektir (Afza ve Alam, 2011: 8332). Bu amaçla türev ürün kullanan bankalar risklerdeki ve nakitlerdeki oynaklıkların azaltılmasıyla elde edilen gelirlerle daha yüksek getirili varlıklara yatırım yaparak kârlılıklarını arttırabilecektir (Hundman, 1998: 11-12). Dolayısıyla çalışmada türev finansal ürün kullanımı ile kârlılık düzeyleri arasında pozitif yönde bir ilişki öngörülmektedir.

Likidite: Bankaların likiditelerin ölçülmesi likit aktiflerin toplam aktiflere oranlanması suretiyle gerçekleştirilmektedir. Likiditenin ölçülmesinde kullanılan likit aktifler: Nakit Değerler ve Merkez Bankası, Gerçeğe Uygun Değer Farkı Kâr/Zarara Yansıtılan Olarak Sınıflandırılan Finansal Varlık, Bankalar, Para Piyasalarından Alacaklar ve Satılmaya Hazır Finansal Varlıklar (net) olmak üzere bilanço kalemlerinin toplamından meydana gelmektedir. Bankalar açısından likiditeye yönelik riskler ani mevduat çekilmesi ve finansman ihtiyacının karşılanamaması gibi durumlarda ortaya çıkabilmektedir (Anbar ve Alper, 2011: 85). Likidite toplam varlıklar tarafından ölçeklendirilen likit varlıklar; nakit, krediler ve kısa vadeli ticari varlıkların toplamı kullanılarak ölçülmektedir. Likit varlıklar daha kolay nakde dönüştürülebildiğinden, değişken nakit akışlarından ortaya çıkabilecek olan tehlikelere karşı kullanılabilir. Böylece, likit varlıklar riskten korunmayı sağlayan türev ürünlerin yerine geçmektedir. Bu yüzden likidite ile türev ürün kullanımı arasında negatif yönde bir ilişki olduğu varsayılmaktadır (Yong vd., 2007: 14). Çalışmada da literatürle benzer, yani likidite ile türev finansal ürün kullanımı arasında negatif yönde bir ilişki beklenmektedir.

Risk: Rekabet düzeyi yüksek finansal sistemlerde faiz oranları, döviz ve emtia fiyatlarındaki dalgalanmalardan kaynaklanan riskleri azaltmak için tahviller, swaplar, forward ve future vadeli işlemler gibi türev finansal ürünler giderek daha yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Bankaların borç kaynaklarındaki farklılıklar sebebiyle piyasa risklerinden daha fazla etkilenebilmektedir (Hundman, 1998: 10). Dolayısıyla işlemlerin değerindeki büyük artışlar, finansal piyasalarda türevlerin risk yönetiminde kullanılmasında giderek daha önemli hale gelmektedir (Nguyen ve Faff, 2002: 2). Özetle türev finansal ürünler karar alıcıları ve yatırımcıları, bankaların ticari faaliyetlerinden kaynaklanan faiz oranı riski, döviz kuru riski ve kredi riski gibi çeşitli risklerin korunmalarında ve bu risklerin azaltılabilmesinde yardımcı olabilmektedir. Çalışmada risk ile türev finansal ürün kullanımı arasında

pozitif yönde bir ilişki beklenmektedir.

Sermaye Yeterliliği: Sermayeye duyulan ihtiyaç nedeniyle, bankaların yeni faaliyetlerde bulunabilmeleri için "güvence sermayesine" sahip olmaları bir gereklilik haline gelmiştir. Banka sermayesi, piyasa tarafından kredi değerliliğinin bir ölçüsü olarak da kabul edilmektedir. Daha fazla sermayeye sahip bankalar, kullanılacak kredi imkânı açısından daha değerli olarak görülmektedir. Bu durum diğer tezgâh üstü araçlar için de geçerli olmaktadır. Düşük sermayeye sahip bankalar ise mevduat sigortası ile devlet tarafından korundukları için daha yüksek miktarda türev faaliyetlerde bulunma eğilimindedir. Ancak bu durumda ahlaki tehlike nedeniyle sermaye ile türev faaliyetler arasında negatif bir ilişki ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte, Konishi ve Yasuda (2004), 1993'te sermaye yeterliliği şartının uygulanmasının, Japon ticari bankalarının risklerini arttırmaktan daha çok bu riskleri azalttığını ileri sürmektedir. Sermaye yeterliliği, bir bankanın toplam aktifler üzerinden özkaynak defter değeri kullanılarak ölçülmektedir (Yong vd., 2007: 16). Çalışmada sermaye yeterliliği ile türev ürün kullanımı arasında pozitif yönde bir ilişki öngörülmektedir.

II.II. ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEMİ VE VERİ SETİ

Araştırmanın örneklemini BIST'de mali kuruluşlar sektöründe yer alan bankalar oluşturmaktadır. Çalışmada 2012Q1-2020Q4 dönemi ve üçer aylık verileri kullanılarak bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Çalışma örnekleminin oluşturan bankalara BIST ve Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP) üzerinden erişilmiştir. Araştırmanın veri setini bankaların bilanço ve gelir tablolarından elde edilen veriler oluşturmaktadır. Kullanılan değişkenlere ilişkin bu verilere Finnet Mali Analiz Programı kullanılarak erişilmiştir. Çalışmada değişkenlerin hesaplanmasında Microsoft Excel 2019 ve bilimsel uygulamasında yapılan tüm testlerde EViews 11 paket programları kullanılmıştır.

TABLO 2 | Çalışmaya Konu Olan Bankalar ve Kodları

Banka Adı	Kodu
Akbank	AKBNK
T.Garanti Bankası	GARAN
T.Halk Bankası	HALKB
ICBC Turkey	ICBCT
T.İş Bankası'	ISATR, ISBTR, ISCTR
QNB Finansbank	QNBFB
Şekerbank	SKBNK
T.Vakıflar Bankası	VAKBN
Yapı ve Kredi Bankası	YKBNK

'T. İş Bankası ISATR, ISBTR ve ISCTR şeklinde analize dahil edildiği için gözlem sayısı 396'ya, birim sayısı ise 11'e yükselmiştir.

Çalışma kapsamında yer alan bankalar ve kodları Tablo 2'de gösterilmektedir.

II.III. METODOLOJİ VE MODEL SPESİFİKASYONU

Çalışmada bankaların türev ürün kullanımını belirleyen faktörlerin tespit edilmesine yönelik yapılan panel veri analizinde, çalışmanın amacına uygun olarak modeller kurulmuştur. Halka açık ve BIST'e kote edilerek finansal sisteme dahil olmuş BIST mali kuruluşlar sektöründe yer alan bankalar örnekleminde aşağıda bulunan iki model oluşturulmuştur.

$$Model 1. \ln AT_{it} = \alpha + \beta_1 \ln byk_{it} + \beta_2 \ln kar_{it} + \beta_3 \ln lkd_{it} + \beta_4 krd_{it} + \beta_5 kur_{it} + \beta_6 \ln sytr_{it} + u_{it} \quad (1)$$

$$Model 2. \ln PT_{it} = \alpha + \beta_1 byk_{it} + \beta_2 kar_{it} + \beta_3 lkd_{it} + \beta_4 krd_{it} + \beta_5 kur_{it} + \beta_6 sytr_{it} + u_{it} \quad (2)$$

Çalışmada kullanılan modeller için kurulan denklemlerde i indisi örneklem grubunda yer alan bankaların niceliksel miktarını, t indisi zaman aralığını, $i=1, \dots, N$ yatay kesit boyutunu, $t=1, \dots, T$ zaman boyutunu göstermektedir. Modellerde hata terimini gösteren u indisi normal varyanslı, birimler arasında ise hatalar eşit varyanslı ve korelasyonsuzdur (Johnston ve Dinardo, 1997: 390).

II.IV. AMPİRİK BULGULAR

Aktifteki türev finansal ürün kullanımı ile pasifteki türev finansal ürün kullanımının bağımlı değişken olarak kullanıldığı Model 1 ve Model 2’de, bağımsız değişkenler olarak banka büyüklüğü, kârlılık, likidite, risk ve sermaye yeterliliği kullanılmıştır. Aktifteki türev finansal ürün kullanımı ile kurulan modelde tüm değişkenlerin, diğer modelde ise pasifteki türev finansal ürün kullanımının doğal logaritması alınarak modellere dahil edilmiştir.

Bu bağlamda çalışmada; Model 1 kapsamında sınanan hipotezler aşağıda gösterilen şekilde oluşturulmuştur:

H_1 : Aktifteki türev finansal ürün kullanımı ile büyüklük arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.

H_2 : Aktifteki türev finansal ürün kullanımı ile kârlılık arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.

H_3 : Aktifteki türev finansal ürün kullanımı ile likidite arasında negatif yönde bir ilişki vardır.

H_4 : Aktifteki türev finansal ürün kullanımı ile kredi riski arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.

H_5 : Aktifteki türev finansal ürün kullanımı ile kur riski arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.

H_6 : Aktifteki türev finansal ürün kullanımı ile sermaye yeterliliği arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.

Model 2 kapsamında sınanan hipotezler aşağıda gösterilen şekilde oluşturulmuştur:

H_7 : Pasifteki türev finansal ürün kullanımı ile büyüklük arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.

H_8 : Pasifteki türev finansal ürün kullanımı ile kârlılık arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.

H_9 : Pasifteki türev finansal ürün kullanımı ile likidite arasında negatif yönde bir ilişki vardır.

H_{10} : Pasifteki türev finansal ürün kullanımı ile kredi riski arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.

H_{11} : Pasifteki türev finansal ürün kullanımı ile kur riski arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.

H_{12} : Pasifteki türev finansal ürün kullanımı ile sermaye yeterliliği arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.

TABLO 3 | Modellerde Bulunan Değişkenlerin Tanımlayıcı İstatistikleri

	Ort.	Medyan	Max.	Min.	Std. Sapma	Gözlem	
LnATRV	0.008	0.000	0.126	0.000	0.0159	396	
LnBYK	23.187	25.709	27.272	10.494	5.099	396	
LnKÂR	2.492	2210	7.551	-3.572	1.686	396	
Model1	LnLKDT	0.113	0.113	0.171	0.064	0.016	396
	KRDR	0.166	0.000	60.469	0.000	3.038	396
	KUR	1.152	1.136	1.727	0.843	0.140	396
	LnSRM	0.103	0.106	0.170	0.051	0.019	396
	LnPTRV	0.887	0.574	4.504	0.000	1.079	396
	BYK	1.640	1.460	6.990	36129.79	1.580	396
	KÂR	103.7	8.120	1902.7	-34.610	322.9	396
Model 2	LKDT	0.120	0.120	0.186	0.066	0.018	396
	KRDR	0.166	0.000	60.469	0.000	3.038	396
	KUR	1.152	1.136	1.727	0.843	0.140	396
	SRM	0.109	0.112	0.185	0.052	0.021	396

Çalışmada kullanılan değişkenlerine ait tanımlayıcı istatistikler Tablo 3’te sunulmuştur. Bankaların türev ürün kullanımının ortalama değeri Model 1 için ortalama 0.008 iken Model 2’de 0.88’dir. En yüksek 27.27 değerini alan büyüklük değişkeninin ortalama Model 1’de 23.18, model 2’de %1.64’dür. Özkaynak kârlılığı Model 1’de ortalama 2.49 iken, en yüksek 1902.760 değerini alan özkaynak kârlılığının

ortalama Model 2’de 103.772’dir. Likit varlıkların toplam aktiflerdeki payı Model 1’de 0.11, Model 2’de 0.12’dir. Kredi risk değişkeninin ortalama değeri 0.166 kur riski değişkeninin ortalama değeri 1.152’dir. Özkaynakların toplam aktiflere oranlanmasıyla elde edilen sermaye yeterliliğinin ortalama değeri Model 1’de 0.10, Model 2’de yaklaşık 0.11’dir. Değişkenlere ait standart sapma değerleri incelendiğinde Model 1’de en yüksek oynaklık büyüklük değişkeninde, en düşük oynaklık ise aktiflerdeki türev ürün kullanımında ortaya çıkmıştır. Model 2’ye bakıldığında standart sapma değerinin en yüksek oynaklığın kâr değişkeninde, en düşük oynaklığın ise likidite değişkeninde ortaya çıkmıştır.

TABLO 4 | Hsiao Homojenlik Test Sonuçları

Hipotezler	Model 1		Model 2	
	F İstatistiği	Olasılık (P) Değeri	F İstatistiği	Olasılık (P) Değeri
H1	22.50112	6.98E-89	28.99835	3.2E-103
H2	11.84821	1.71E-52	1.812034	0.000623
H3	31.80201	1.81E-44	170.2322	1.7E-133

Sabit terim ve eğim katsayılarını belirlemede homojen ya da heterojenlik durumlarının tespit edilmesi gerekmektedir. Bu yüzden homojenlik durumunun belirlenebilmesi için Hsiao testi kullanılmıştır. Tablo 4’te Model 1 ve Model 2 için Hsiao analiz sonuçları yer almaktadır. Analiz sonuçlarına göre; olasılık değeri 0.05’den büyük olduğu için sabit katsayının ve tüm değişkenlerin eğim katsayılarının homojen olduğuna karar verilmiştir.

TABLO 5 | Değişkenlerin Yatay Kesit Bağımlılığı Test Sonuçları

Değişkenler	İstatistik	Olasılık (P) Değeri
ATRV	138.4331	0.0000*
PTRV	34.14628	0.0000*
BYK	174.9971	0.0000*
KAR	93.74358	0.0000*
LİKİDİTE	24.13777	0.0000*
KREDİ	140.3829	0.0000*
KUR	31.45693	0.0000*
SRM	60.51702	0.0000*

Not: *%1, **%5, ***%10 anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 5’te yer alan değişkenlerin yatay kesit bağımlılık test sonuçlarına göre tüm değişkenlerde birimler arası korelasyon bulunmaktadır. Değişkenlerin yatay kesit bağımlı olmasından dolayı ikinci nesil panel birim kök testlerinin kullanılması daha uygun görülmüştür.

TABLO 6 | Hadri-Kurozumi (2000) Panel Birim Kök Test Sonuçları

Değişkenler	Hadri - Kurozumi (2000)				
	Sabitli		Sabitli ve Trendli		
	t-ist.	Olas.	t-ist.	Olas.	
	I(0)	I(0)	I(0)	I(0)	
LnATRV	8.02012	0.0000*	2.30304	0.0106**	
LnBYK	12.0905	0.0000*	5.44443	0.0000*	
LnKÂR	4.74734	0.0000*	2.84729	0.0022*	
Model 1	LnLKDT	2.58700	0.0048*	5.86189	0.0000*
	KRD	3.08882	0.0010*	4.33243	0.0000*
	KUR	6.56009	0.0000*	4.9916	0.0000*
	LnSYTR	9.96252	0.0000*	3.73793	0.0001*
	LPTRV	5.71105	0.0000*	6.43662	0.0000*
	BYK	11.7683	0.0000*	10.8673	0.0000*
	KÂR	5.01391	0.0000*	7.69351	0.0000*
Model 2	LKDT	2.56806	0.0051*	5.84577	0.0000*
	KRD	3.08882	0.0010*	4.33243	0.0000*
	KUR	6.56009	0.0000*	4.99116	0.0000*
	SYTR	9.90787	0.0000*	3.76834	0.0001*

Not: *%1, **%5, ***%10 anlamlılığı ifade etmektedir.

Çalışmada kullanılan değişkenlerin durağanlıklarını analiz etmek için ikinci nesil panel birim kök testlerinden olan Hadri-Kurozumi (2000) testi kullanılmıştır. Birim kök testinde ortaya çıkan sonuçlara göre; tüm değişkenlerin seviye değerinde durağan oldukları tespit edilmiştir. Panel birim kök testinin sonuçları Tablo 6'da gösterilmiştir.

TABLO 7 | Tahmin Modelini Belirleme F, LM ve Hausman Test Sonuçları

	Model 1		Model 2	
	İstatistik	Olasılık (p) D.	İstatistik	Olasılık (p) D.
F	31.802014	0.0000*	170.232203	0.0000*
Breusch-Pagan LM	671.7140	0.0000*	330.6597	0.0000*
Hausman	139.192442	0.0000*	112.800904	0.0000*

Not: *%1, **%5, ***%10 anlamlılığı ifade etmektedir.

Panel veri analizinde havuzlanmış (klasik), sabit ve rassal etkili modeller arasında bir tercihte bulunabilmek amacıyla F, Breusch Pagana LM ve Hausman testleri kullanılmıştır. Tablo 7'de ilk olarak Model 1 ve Model 2 için havuzlanmış (klasik) ve sabit etkili model arasında hangisinin daha uygun olduğuna karar verebilmek için F testi kullanılmıştır. F testinin sonucuna göre olasılık (p) değeri 0.00<0.05 olduğu için havuzlanmış modelin uygun olmadığına karar verilmiştir. Havuzlanmış modelle rassal etkili model arasında bir seçim yapabilmek için Breusch Pagan LM testi kullanılmıştır. Bu testin sonucuna göre olasılık (p) değeri 0.00<0.05 olduğu için Model 1 ve Model 2 için havuzlanmış modelin uygun olmadığı ortaya çıkmıştır. Bu sonuçlara göre; çalışmada birim etkilerin varlığı kabul edilmiştir. Son aşamada sabit etkili modelin mi yoksa rassal etkili modelin mi uygun olduğuna karar verebilmek için Hausman testi kullanılmıştır. Hausman test sonucuna göre olasılık (p) değeri 0.00<0.05 olduğu için her iki modelde de sabit etkili modelin kullanılmasının daha uygun olduğu saptanmıştır.

TABLO 8 | Değişen Varyans Test Sonuçları

Test	İstatistik	Olasılık (P) Değeri
Model 1	18.91698	0.0000*
Model 2	3.522872	0.0004**

Not: *%1, **%5, ***%10 anlamlılığı ifade etmektedir.

Çalışmada oluşturulan modellerde değişen varyansa ilişkin sorunun belirlenmesine yönelik Pesaran CD testi uygulanmıştır. Tablo 8'de yer alan Model 1'de Pesaran CD testi 18.91698 (0.0000), Model 2'de 3.522872 (0.0000) olasılık değeri %5 anlamlılık düzeyinde P<0.05 olmasından dolayı çalışmada değişen varyans sorununun varlığı kabul edilmiştir.

TABLO 9 | Yatay Kesit Bağımlılığı Test Sonuçları

Test	İstatistik	Olasılık (P) Değeri
Model 1	58.80138	0.0000*
Model 2	26.28312	0.0000**

Not: *%1, **%5, ***%10 anlamlılığı ifade etmektedir.

Yukarıda Tablo 9'da bulunan sonuçlara göre; p olasılık değeri 0.05'den küçük olduğu için serilerde yatay kesit bağımlılığı olduğu ortaya çıkmıştır. Yatay kesit birimlerin zaman boyutundan büyük olduğu durumlarda N>T (11>9) Pesaran CD LM testi yapılması daha doğrudur. Modellerde kesitlerin bağımlılığının söz konusu olduğu durumlarda 2. nesil panel birim kök testlerinin yapılması gerekmektedir. Çalışmada 2. Nesil birim kök testlerinden olan Hadri-Kurozumi birim kök testleri kullanılmıştır.

TABLO 10 | Durbin Watson-d Test Sonuçları

Test	Değer
Model 1	0.436373
Model 2	1.581448

Modellerde otokorelasyonun araştırılmasında Durbin Watson-d testi kullanılmıştır. Tablo 10'da gösterilen Durbin Watson-d test sonuçlarına Model 1 için bakıldığında elde edilen değer 0.436373 modelde otokorelasyon sorunun varlığına işaret ederken, Model 2 için ise 1 ile 2 arasında bir değer 1.581448 olduğu için otokorelasyon sorunu çok önemli kabul edilmemektedir.

TABLO 11 | Panel Regresyon Model Sonuçları

Bağımlı Değişkenler	Model 1		Model 2	
	Aktif Türev Ürün Kullanımı	Pasif Türev Ürün Kullanımı	Katsayı	Olasılık
Bağımsız Değişkenler	Katsayı	Olasılık	Katsayı	Olasılık
C	-0.443560	0.0000*	0.136644	0.4624
BYK	0.019589	0.0000*	3.21E-13	0.0075*
KÂR	-0.000877	0.3616	-0.000212	0.1947
LKDT	-0.119309	0.0483**	0.497832	0.5294
KRD	0.000162	0.0991***	0.000389	0.3160
KUR	-0.012240	0.0916***	0.498516	0.0000*
SYTR	0.263783	0.0000*	0.785274	0.0862***
R ²	0.603563		0.949697	
F	36.06344		447.2061	
Gözlem Sayısı	396		396	
Banka Sayısı	11		11	
Olasılık	0.0000*		0.0000*	

Not: *%1, **%5, ***%10 anlamlılığı ifade etmektedir.

Çalışmada değişen varyans (heteroskedasite) ve otokorelasyon sorunlarının giderilmesinde White düzeltmesi kullanılmıştır. Tablo 11'de gösterilen panel regresyon analiz sonuçları incelendiğinde; modellerin anlamlılığını gösteren F istatistikleri iki model içinde anlamlı bulunmuştur. Modellerin bağımlı değişkeni açıklama gücünü gösteren R² değerleri Model 1 için yaklaşık 0.61 oranında iken, bu değer Model 2 için 0.60 oranında gerçekleşmiştir. Model 1'de büyüklük, likidite, kredi riski, kur riski ve sermaye yeterliliği değişkenleri istatistiksel olarak anlamlı çıkarken, kâr değişkeni ise istatistiksel olarak anlamsız çıkmıştır. Analiz sonuçları Model 2 için değerlendirildiğinde büyüklük, kur risk ve sermaye yeterliliği istatistiksel olarak anlamlı çıkarken, kâr ve likidite değişkenleri istatistiksel olarak anlamsız çıkmıştır. Model 1 için elde edilen sonuçlarda büyüklük, kredi riski ve sermaye yeterliliği değişkeni aktiflerde yer alan türev ürün kullanımını pozitif yönde etkilerken, likidite ve kur değişkeni ise negatif yönde etkilemektedir. Model 2'de ise büyüklük, kur riski ve sermaye yeterliliği değişkeni pasiflerde yer alan türev ürün kullanımını pozitif yönde etkilemektedir. Büyüklük, kur riski ve sermaye yeterliliği değişkenleri her iki modelde de istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır. Büyüklük ve sermaye yeterliliği değişkenleri hem aktiflerdeki türev ürün kullanımının olduğu modelde hem de pasiflerde yer alan türev ürün kullanımının olduğu diğer modelde pozitif yönde bir etkiye sahiptir. Pozitif etkiye sahip olan modeldeki ortaya çıkan bu bulgunun literatürdeki çalışmalarla benzer şekilde olduğu gözlemlenmiştir. Kaynak erişiminde sıkıntı yaşayan işletmelerin ve bankaların borcu ödeyememe riski her zaman yüksektir. Dolayısıyla risklerin azaltılması ya da ortadan kaldırılmasında riskten korunma araçlarına yönelik talep artabilmektedir. Bu yüzden riskten korunmaya yönelik faaliyetler ile firma ya da banka büyüklükleri arasında pozitif bir ilişki öngörülmüştür. Bankaların likidite yeteneğini gösteren likit varlıklar kolaylıkla nakde çevirme imkânını göstermektedir. Bu yüzden likidite faktörü tıpkı türev ürünler gibi riskten korunma için kullanılabilir bir araca dönüşebilmektedir. Bu sebeple, likidite ile türev ürünler arasında negatif bir ilişki öngörülmüştür. Yani bankaların likiditesi arttığında türev ürün kullanımı da azalabilmektedir. Model 1'de likiditeye yönelik çalışmada ortaya çıkan bu bulgu literatürle

benzerdir. Kredi ve kur riski Model 1’de türev ürün kullanımını belirleyen anlamlı faktörlerden iken, Model 2’de yalnızca kur riski değişkeni anlamlı bulunmuştur. Model 1’de kur riski değişkeni ile türev ürün kullanımı arasında ters yönlü ilişki ortaya çıkmıştır. Riskler azalırken türev ürün kullanımı artmaktadır. Riskler artarken türev ürün kullanımı azalmaktadır. Ortaya çıkan bu bulgu türev ürünlerin kullanımının riskten korunma amacı dışında alım satım amaçlı kullanıldıklarını göstermektedir. Model 2’de ise kredi riski değişkeni anlamsız çıkmıştır. Bu modelde risk ile türev ürün kullanımı arasında doğru yönlü bir ilişki ortaya çıkmıştır. Riskler artarken pasiflerde yer alan türev ürün kullanımını artmaktadır. Sermaye yeterliliği ile ilgili olarak sermaye ile türev ürün kullanımı arasında hem model 1’de hem model 2’de pozitif bir ilişki ortaya çıkmıştır. Aktiflerde ve pasiflerde yer alan türev ürün kullanımı ile ilgili olarak ortaya çıkan bulgu sermaye yeterliliği değişkeninin yer aldığı literatürdeki araştırmalarla benzerdir.

Model 1 için ortaya çıkan bulgular elde edilen katsayılar açısından değerlendirildiğinde; büyüklük, kredi riski ve sermaye yeterliliğindeki bir birimlik artış türev ürün kullanımını sırasıyla 0,01, 0,0001 ve 0,26 arttırmaktadır. Likidite ve kur riskindeki bir birimlik artış türev ürün kullanımını sırasıyla 0,11 ve 0,01 azaltmaktadır. Kâr değişkeninin etki yönü negatif olarak saptansa da model 1’de bu değişken anlamsız bulunmuştur. Model 2 için ortaya çıkan bulgular elde edilen katsayılar açısından değerlendirildiğinde; büyüklük, kur riski ve sermaye yeterliliği oranındaki bir birimlik artış türev ürün kullanımını sırasıyla 3,21, 0,49 ve 0,78 arttırmaktadır. Likidite ve kredi riskindeki bir birimlik artış türev ürün kullanımını sırasıyla 0,49, 0,0003 arttırırken, kâr değişkeni 0,0002 azaltmaktadır. Kâr değişkeninin etki yönü negatif, likidite ve kredi riski değişkenlerinin etki yönü pozitif olarak saptansa da iki modelde de bu üç değişken anlamsız bulunmuştur.

Çalışmada bölüm II.IV’te oluşturulan hipotezlerin test sonuçları değerlendirildiğinde; Model 1 kapsamında, *H1: Aktifteki türev finansal ürün kullanımı ile büyüklük arasında pozitif yönde bir ilişki vardır*; *H3: Aktifteki türev finansal ürün kullanımı ile likidite arasında negatif yönde bir ilişki vardır*; *H4: Aktifteki türev finansal ürün kullanımı ile kredi riski arasında pozitif yönde bir ilişki vardır*; *H6: Aktifteki türev finansal ürün kullanımı ile sermaye yeterliliği arasında pozitif yönde bir ilişki vardır*, şeklinde oluşturulan H_3 , H_4 ve H_6 hipotezleri kabul edilirken; H_2 : Aktifteki türev finansal ürün kullanımı ile kârlılık arasında pozitif yönde bir ilişki vardır, H_5 : Aktifteki türev finansal ürün kullanımı ile kur riski arasında pozitif yönde bir ilişki vardır, şeklinde oluşturulan H_2 ve H_5 hipotezleri ise reddedilmiştir.

Model 2 kapsamında ise, *H7: Pasifteki türev finansal ürün kullanımı ile büyüklük arasında pozitif yönde bir ilişki vardır*; *H11: Pasifteki türev finansal ürün kullanımı ile kur riski arasında pozitif yönde bir ilişki vardır*; H_{12} : Pasifteki türev finansal ürün kullanımı ile sermaye yeterliliği arasında pozitif yönde bir ilişki vardır, şeklinde oluşturulan H_7 , H_{11} ve H_{12} hipotezleri kabul edilirken; H_8 : Pasifteki türev finansal ürün kullanımı ile kârlılık arasında pozitif yönde bir ilişki vardır, H_9 : Pasifteki türev finansal ürün kullanımı ile likidite arasında negatif yönde bir ilişki vardır, H_{10} : Pasifteki türev finansal ürün kullanımı ile kredi riski arasında pozitif yönde bir ilişki vardır, şeklinde oluşturulan H_8 ve H_{10} hipotezleri reddedilmiştir.

SONUÇ

Küreselleşmeyle birlikte dünyada meydana gelen değişiklikler ve dönüşümler sonucu farklı piyasa ekonomileri ortaya çıkmaktadır. Bu süreç finansal sektör üzerinde etkisini çok çabuk göstermektedir. Bu yüzden şirket ve sektör odaklı değerlendirmelerde küresel etkilerin önemi giderek artmaktadır. Ortaya çıkan küresel finansal krizler ve firmaların finansal türev işlemlerinde meydana gelen önemli kayıplar bu işletmelerin türev enstrüman kullanımının belirleyicilerine ilişkin çalışmaların yapılmasında önemli bir etkidir. Türev ürünler, risk yönetimi uygulamaları arasında en önemlisi olarak kabul edilmektedir. Çalışmanın örneklemini oluşturan bankalar türev ürünleri, risk yönetiminden başka alım satım amaçlı da kullanabilmektedir. Yapılan incelemelerde bankacılık sektöründe türev ürün kullanımı ile ilgili birçok araştırma yapıldığı gözlemlenmiştir. Bu çalışmaların bazılarında ise bankacılık sektörünün türev ürün kullanım alışkanlığının finansal olmayan firmalara özgü değişkenler kullanılmak suretiyle araştırıldığı fark edilmiştir. Çalışmada bankaların türev ürün kullanımını

belirleyen etkileyen faktörleri tespit edebilmek amacıyla aktiflerdeki ve pasiflerdeki türev ürün kullanımının bağımlı değişken olarak kullanıldığı iki model oluşturulmuştur. Ancak türev ürün kullanımı ile ilgili bu araştırmada birtakım kısıtlar ortaya çıkmıştır. Bu kısıtlardan birincisi, türev ürünlerinin en büyük kullanıcısının finansal kuruluşların olması ve bu yüzden devamlılığı olan geniş veri setine bankaların sahip olması nedeniyle araştırmanın bankalar örnekleminde yapılmasını gerekli kılmıştır. İkinci kısıt ise araştırmanın dönem aralığı ile ilgilidir. Araştırma örneklemini oluşturan bankaların türev ürün kullanımının devamlılık arz ettiği dönem 2012 yılı ve sonrasında meydana geldiği için araştırmanın bu dönem aralığında gerçekleştirilmesi uygun görülmüştür.

Çalışmada BIST’te işlem gören 9 bankanın 2012Q1-2020Q4 dönem aralığındaki verileri kullanılarak bir panel veri analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucu elde edilen bulgulara göre; oluşturulan her iki modelde de büyüklük, kur riski ve sermaye yeterliliği değişkenleri türev ürün kullanımı üzerinde anlamlı etkiye sahipken, kâr değişkeninin ise her iki modelde de anlamlı bir etkisinin olmadığı ortaya çıkmıştır. Likidite değişkeni Model 1’de anlamlı, Model 2’de anlamsız bir etkiye sahipken, kredi ve kur riski değişkenleri ise Model 1’de anlamlı, kredi riski Model 2’de anlamsız bir etkiye sahiptir.

Model 1’de elde edilen bulgular değişkenlerin yarattığı etkilerin yönü açısından değerlendirildiğinde; aktiflerde yer alan türev ürün kullanımı ile aktif büyüklük arasında pozitif ilişki söz konusudur. Bankaların varlıkları arttıkça türev ürün kullanımı da artmaktadır. Aktiflerdeki türev ürün kullanımının kredi riski ile arasında pozitif yönde ilişki ortaya çıkmıştır. Model 1’de kredi riski oranı ile aktif türev kullanımı arasında pozitif ilişki olarak bulunmuştur. Yani oranın değeri artarken aktiflerdeki türev ürün kullanımını da artmaktadır. Oranın artması takipteki kredilerin yani şüpheli alacakların ve batık kredilerin toplam kredi ve alacaklar içindeki payının artması demektir. Bu durumda takipteki kredilerin yüksek olduğu dönemlerde daha fazla türev ürün kullanma eğiliminde oldukları ortaya çıkmaktadır. Döviz kurlarına yönelik oynaklıkların yarattığı riskler nedeniyle türev ürün kullanımları artmaktadır. Kur riski ile aktif türev ürün kullanımı arasında negatif yönlü ilişkiler ortaya çıkmıştır. Yani oranın değeri artarken aktiflerin türev ürün kullanımı azalmaktadır, tersi durumda ise artmaktadır. Oranın artması yabancı para yükümlülüklerinin yabancı para varlıklarının üzerine çıkmasıdır. Oranın azalması ise yabancı para varlıklarının yabancı para yükümlülüklerinin üzerine çıkmasıdır. Bankaların yabancı para yükümlülüklerinin yüksek olduğu dönemlerde daha az türev ürün kullanırken yabancı para varlıklarının yüksek olduğu dönemlerde ise daha fazla türev ürün kullandıklarını göstermektedir. Likidite ile aktiflerdeki türev ürün kullanımı arasında ters yönde negatif ilişki ortaya çıkmıştır. Bankaların likiditesi arttıkça aktiflerdeki türev ürün kullanımı azalmaktadır. Oranın artması likit aktiflerin toplam aktiflerin üzerinde çıkmasıdır. Oranın azalması ise toplam aktiflerin likit aktiflerin üzerinde çıkmasıdır. Likit aktiflerin fazla olduğu dönemlerde bankalar daha az türev ürün kullanırken, toplam aktiflerin fazla olduğu dönemlerde ise türev ürün kullanımını artmaktadır. Aktiflerde türev ürün kullanımının sermaye yeterliliği değişkeni ile arasında pozitif yönde ilişki ortaya çıkmıştır. Sermaye yeterliliği arttıkça aktiflerdeki türev ürün kullanımı artmaktadır. Yani oranın değeri artarken aktiflerdeki türev ürün kullanımı da artmaktadır. Özsermayenin toplam aktifler içindeki payının artması demektir. Özsermayenin yüksek olduğu dönemlerde bankaların daha fazla türev ürün kullandıkları tespit edilmiştir.

Özetle Model 1’de kâr değişkeni anlamsız bulunurken, bu değişken ile türev ürün kullanımı ile arasındaki ilişki negatif yöndedir. Bu modelde büyüklük, likidite kredi riski, kur riski ve sermaye yeterliliği oranı ile türev ürün kullanımı arasındaki ilişki beklentiler doğrultusunda gerçekleşirken, kâr değişkeni ile türev ürün kullanımı arasında ortaya çıkan ilişki beklentilerin dışında gerçekleşmiştir.

Model 2’de elde edilen bulgular değişkenlerin yarattığı etki yönü açısından değerlendirildiğinde; pasiflerdeki türev ürün kullanımı ile büyüklük, kur riski ve sermaye yeterliliği arasında pozitif yönde ilişkiler ortaya çıkmıştır. Yani büyüklük, kur riski ve sermaye yeterliliği arttıkça türev ürün kullanımı artmaktadır. Model 2’de büyüklük ve sermaye yeterliliği değişkeni ile türev ürün kullanımı arasındaki ilişki Model 1’de ortaya çıkan sonuçla aynı yönde gerçekleştiği tespit edilmiştir. Kur riski ile pasiflerde yer alan türev ürün kullanımı arasında pozitif

ilişkilerin ortaya çıkması kur riski arttıkça türev ürün kullanımını da artmakta olduğunu göstermektedir. Oranın artması bankaların yabancı para yükümlülüklerinin yabancı para varlıklarının üzerinde olduğu anlamına gelmektedir. Bankaların yabancı para yükümlülüklerinin yüksek olduğu dönemlerde türev ürün kullanımı da artmaktadır. Kur volatilitésinin yüksek olduğu dönemlerde bankalar riskleri elimine etme amaçlı olarak türev ürün kullanımını arttırdığı görülmektedir.

Özetle Model 2'de kâr, kredi riski ve likidite değişkeni anlamsız bulunurken, bu değişkenlerden likidite, kredi riski ile türev ürün kullanımı arasındaki ilişki pozitif yönde, kâr değişkeni ile arasındaki ilişki negatif yönedir. Büyüklük, kur riski ve sermaye yeterliliği oranı ile türev ürün kullanımı arasındaki ilişki beklentiler doğrultusunda gerçekleşirken, kâr, kredi riski ve likidite değişkenleri ile türev ürün kullanımı arasında ortaya çıkan ilişki beklentilerin dışında gerçekleşmiştir.

Çalışmada aktif türev ürün kullanımının olduğu Model 1'de büyüklük değişkeni ile türev ürün kullanımı arasında ortaya çıkan bulgular Hundman (1998), Sinkey ve Carter (2000), Ashraf, Altunbaş ve Goddard (2007), Yong, Robert ve Chalmers (2007), Shiu (2007), Shiu, Moles ve Shin (2008), Takao ve Lantara (2009), Ameer (2010), Charumathi ve Kota (2012), Chaudhry, Mehmood ve Mehmood (2014), Fettahoğlu, İnal ve Yaşar (2018), Khan, Arif ve Tahir (2018), Durmuş ve Coşkun (2019), Güven (2019), Sefertaş (2020), Yenisu, Tıraş ve Saygın (2021) çalışmalarıyla benzer çıkmıştır. Kâr değişkeni ile ilgili olarak ortaya çıkan bulgular Akkaynak ve Yıldırım (2019); likidite değişkeni ile ilgili ortaya çıkan bulgular Nguyen ve Faff (2002), Ameer (2010), Chaudhry, Mehmood ve Mehmood (2014), Çankaya ve Güçver (2019), Durmuş ve Coşkun (2019), Çankaya ve Güçver (2019); kredi riski değişkeni ile ilgili olarak ortaya çıkan bulgular Şirvan ve Alp (2017), Khan, Arif ve Tahir (2018), sermaye yeterliliği ile ilgili çalışmada ortaya çıkan bulgular Fettahoğlu, İnal ve Yaşar (2018) ve Akkaya ve Torun (2020) tarafından yapılan çalışmalardan elde edilen bulgularla benzerdir. Pasif türev ürün kullanımının olduğu Model 2'de büyüklük ve sermaye yeterliliği değişkenleriyle ilgili ortaya çıkan bulgular Model 1'de bu değişkenlerle ortaya çıkan bulgularla benzerdir. Dolayısıyla iki değişkene ait bulgular Model 1'de ifade edilen literatür çalışmalarının bulguları ile uyumludur. Likidite değişkeni ile ilgili olarak ortaya çıkan bulgular Durmuş ve Coşkun (2019), Kredi ve kur riski değişkenleri ile ilgili olarak çalışmada ortaya çıkan bulgular Khan, Arif ve Tahir (2019), Akkaynak ve Yıldırım (2019), Kur riski ile ilgili olarak Durmuş ve Coşkun (2019) tarafından yapılan çalışma sonuçlarıyla uyumludur.

Çalışmada büyüklük faktörüyle ilgili olarak ortaya çıkan sonuç; büyük sermayeli bankaların orta ve küçük sermayeli bankalara nispeten türev kullanma olasılığının daha yüksek olduğunu göstermektedir. Türevlerinin kullanımının genişletilmesi, yani ne kadar hedge (korunma) yapılacağına ilişkin karar, banka büyüklüğü tarafından belirlenmektedir. Bu sonuç, araştırma alanında daha önce yapılmış çalışmaların sonuçları ile benzer olduğunu ortaya koymaktadır. Diğer önemli bir sonuç kur riskinin her iki modelde de anlamlı çıkmasıdır. Döviz kuru riskine karşı bankalar bu riskleri yönetebilmek için türev ürün kullanımına başvurdukları ortaya çıkmaktadır. Yabancı para yükümlülükleri ve yabancı para varlıkları fazla olan bankaların daha fazla türev ürün kullandıkları tespit edilmiştir. Çalışmada ortaya çıkan bir başka sonuç kâr değişkeninin her iki modelde anlamsız çıkmasıdır. Kâr değişkeni ile ilgili olarak ortaya çıkan bu sonuç beklentilerin dışında gerçekleşmiştir.

Çalışma makroekonomik temellerin oynaklığına maruz kalan bankaların bilançolarına özgü karakteristik özelliklerini analiz edebilmek için gerçekleştirilmiş olması sebebiyle literatüre önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu çalışmanın araştırma grubunu halka açık kamu ve özel mevduat bankaları oluşturmaktadır. Gelecek çalışmalarda, türev ürün kullanımını etkileyen faktörlerin tespit edilmesinde faaliyet alanı farklı işletme, banka grupları ve türleri bazında incelenerek karşılaştırmalı analizi yapılabilir.

KAYNAKÇA

- [1] Afza, T. ve Alam, A. (2011). Determinants of extent of financial derivative usage, *African Journal of Business Management*, 5(20), 8331.
- [2] Akkaya, M. ve Torun, S. (2020). Türk bankacılık sektöründe türev ürünlerin kullanımı ve etkileri, *Bankacılar Dergisi*, 115, 38-49.
- [3] Akkaynak, B. ve Yıldırım, S. (2019). Türev ürünlerin kullanım amaçları: BIST'de bir uygulama, *Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(2), 23-33.
- [4] Akkaynak, B. ve Yıldırım, S. (2021). Türev finansal araçların sermaye yapısına etkisi: Türkiye'deki bankalar örneği, *Journal Of Mehmet Akif Ersoy University Economics And Administrative Sciences Faculty*, 8(3), 1582-1589.
- [5] Ameer, R. (2010). Determinants of corporate hedging practices in Malaysia, *International Business Research*, 3(2), 120-130.
- [6] Anbar, A. ve Alper, D. (2011). Bankaların türev ürün kullanım yoğunluğunu etkileyen faktörlerin belirlenmesi, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (50), 77-94.
- [7] Ashraf, D., Altunbaş, Y., ve Goddard, J. (2007). Who transfers credit risk? determinants of the use of credit derivatives by large us banks, *The European Journal of Finance*, 13(5), 483-500.
- [8] Bartram, M.S. (2008). What lies beneath: foreign exchange rate exposure, hedging and cash flows, *Journal Of Banking And Finance*, 32(8), 1508-1521.
- [9] Charumathi, B. ve Kota, H. B. (2012). On the determinants of derivative usage by large Indian non-financial firms, *Global Business Review*, 13(2), 251-267.
- [10] Cankayadhy, D. N., Mehmood, M. S. ve Mehmood, A. (2014). Determinants of corporate hedging policies and derivatives usage in risk management practices of non-financial firms, *Wulfenia Journal*, ISI Indexed, Impact Factor 0.267, 21(7), 293-310.
- [11] Çankaya, S. ve Güçver, C. (2019). Borsa İstanbul imalat sanayi endeksine kayıtlı firmaların finansal risk yönetimlerinde türev ürün kullanımının belirleyicileri, *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar Dergisi*, 13(2), 185-213.
- [12] Durmuş, Ö. (2016). *Türev ürün kullanımını belirleyen faktörler: Borsa İstanbul üzerine bir uygulama* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- [13] Durmuş, Ö. ve Coşkun, E. (2019). Şirketlerin türev ürün kullanımını etkileyen faktörler: Borsa İstanbul'da bir araştırma, *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 507-534.
- [14] Fettahoğlu, S., İnal, M. ve Yaşar, H. (2018). Türev ürün kullanımının banka etkinliği ile ilişkisinin belirlenmesine yönelik bir çalışma, *Verimlilik Dergisi*, 2, 99-113.
- [15] Geczy, C., Minton, B. ve Schrand, C. (1997). Why firms use currency derivatives, *The Journal of Finance*, 52(4):1323-1354.
- [16] Güven, B. (2019). *İşletmelerde türev ürün kullanımını açıklayan modellerin karşılaştırılması üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi) Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- [17] Haushalter, G.D. (2000). Financing policy, basis risk, and corporate hedging: evidence from oil and gas producers, *J. Financ.*, 55(1):107-152.
- [18] Hundman, K. (1998). An analysis of the determinants of financial derivative use by commercial banks, Honors Projects, Paper 68.
- [19] Johnston, J. ve Dinardo, J. (1997). *Econometric methods*. McGraw-Hill.
- [20] Júnior, J. L. R. (2007). The use of currency derivatives by Brazilian companies: an empirical investigation, *Revista Brasileira de Finanças*, 5(2), 205-232.
- [21] Khan, I. ve Arif, H. ve Tahir, M., (2018). The use and determinants of derivatives: empirical evidence from banking sector of Pakistan, *Journal of Managerial Sciences*, 12(1), 63-74.
- [22] Konishi, M. ve Yasuda, Y. (2004). Factors affecting bank risk taking: Evidence from Japan, *Journal of Banking & Finance*, 28(1), 215-232.
- [23] Nguyen, H. ve Faff, R. (2002). On the determinants of derivative usage by australian companies, *Australian Journal of Management*, 27(1), 1-24.
- [24] Modigliani, F. ve Miller, M.H. (1958). The cost of capital, corporation finance and the theory of investment, *American Economic Review*, 48, 261-297.
- [25] Nance, D., Smith, C., ve Smithson, C. (1993). On the determinants of corporate hedging, *The Journal of Finance*, 48(1), 267-284.
- [26] Oktar, S. ve Yüksel, S. (2016). Bankaların türev ürün kullanımını etkileyen faktörler: mars yöntemi ile bir inceleme, *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, (620), 31-46.
- [27] Sinkey Jr, J. F. ve Carter, D. A. (2000). Evidence on the financial characteristics of banks that do and do not use derivatives, *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 40(4), 431-449.
- [28] Şirvan, N. ve Alp, Ö. S. (2017). Türev piyasa araçlarının Türk bankacılık sektöründe riske olan etkileri, *Başkent Üniversitesi Ticari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 130-157.
- [29] Sefertaş, N. (2020). *Türev ürünlerin banka mali tablolarına etkileri* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- [30] Shiu (2007). An empirical investigation on derivatives usage: evidence from the United Kingdom general insurance industry, *Applied Economics Letters*, 14(5), 353-360.
- [31] Shiu, Y. M., Moles, P. ve Shin, Y. C. (2008). What motivates banks to use derivatives: evidence from Taiwan. *In Emerging Markets Conference*.
- [32] Takao, A. ve Lantara, I. (2009). The determinants of the use of derivatives in japanese insurance companies, SSRN Electronic Journal, 1-15.
- [33] Tanrıöven, C. ve Yenice, S., (2014). Bankaların türev araç kullanımının risklilik ve karlılık üzerine etkisi: Türkiye örneği, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(3), 25-46.
- [34] Yong, H. H. A., Faff, R. ve Chalmers, K. (2007). Determinants of the extent of Asia-Pacific banks' derivative activities, *In European Financial Management Association*, 6, 1-37.
- [35] Yenisu, E., Tıraş, Z. ve Saygın, O. (2021). Bankaların türev ürün kullanımını belirleyen finansal ve makroekonomik faktörler. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(3), 530-544.



ÇALIŞANLARDA İŞE TUTKUNLUĞUN GÖREV PERFORMANSINA ETKİSİNDE ÖZ YETERLİLİĞİN ARACI ROLÜ

SALİH ZEKİ İMAMOĞLU^{1*} & SERHAT ERAT² & EDA DİLARA AYBER³

¹Prof. Dr., Gebze Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Strateji Bilimi Bölümü, imamoglu@gtu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-7160-2370>.
²Doç. Dr., Gebze Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Strateji Bilimi Bölümü, erat@gtu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-0227-8914>.
³Arş. Gör., Gebze Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Strateji Bilimi Bölümü, edayer@gtu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-7732-5848>.

Etik Kurul Onayı: Gebze Teknik Üniversitesi Etik Kurulu, 30.05.2023 tarih ve 08-02 sayılı karar

ÖZ

Bu araştırmanın amacı işe tutkunluk, öz yeterlilik ve görev performansı arasındaki ilişkileri incelemek ve işe tutkunluğun görev performansına etkisinde öz yeterliliğin aracı rolünü araştırmaktır. Çalışmanın örneklemini Kocaeli ili genelinde faaliyette bulunan lojistik sektöründe çalışan 356 personel oluşturmaktadır. Veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Toplanan veriler SPSS istatistiksel paket programıyla analize tabi tutulmuştur. Araştırma bulguları hem öz yeterlilik hem de işe tutkunluğun performansı artırmada önemli rolleri olduğunu göstermiştir. Ayrıca işe tutkunluğun performansa etkisinde öz yeterliliğin aracı rolüne ait önemli katkılar sunmuştur. Görev performansını artırmak isteyen firmaların insan kaynakları uygulayıcıları, seçim ve eğitim süreçleri müdahalelerini tasarlarken ve değerlendirirken hem bilişsel becerinin hem de duygusal gösterimin önemini anlamalı ve bu unsurları dikkate almalıdır.

Anahtar Kelimeler: İşe Tutkunluk, Görev Performansı, Öz Yeterlilik

Editör / Editor:
Selma GÜLİRMAK,
Erciyes Üniversitesi, Türkiye

***Sorumlu Yazar/ Corresponding Author:**
Salih Zeki İMAMOĞLU,
imamoglu@gtu.edu.tr

JEL:
L20, M10, M12

Geliş: 3 Ekim 2023
Received: October 3, 2023
Kabul: 31 Ocak 2024
Accepted: January 31, 2024
Yayın: 30 Nisan 2024
Published: April 30, 2024

Atıf / Cited as (APA):
İmamoğlu, S. Z. & Erat, S. & Ayber, E. D. (2024),
Çalışanlarda İşe Tutkunluğun Görev Performansına Etkisinde Öz Yeterliliğin Aracı Rolü, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 67, 153-160, doi: 10.18070/erciyesiibd.1369865

MEDIATING ROLE OF SELF-EFFICACY IN THE RELATIONSHIP BETWEEN WORK ENGAGEMENT AND TASK PERFORMANCE

ABSTRACT

The aim of this research is to examine the relationships between work engagement, self-efficacy, and task performance and to investigate the mediating role of self-efficacy in the effect of work engagement on task performance. The sample of this study consists of 356 personnel working in the logistics sector operating throughout Kocaeli province. Questionnaire method was used as data collection tool. The collected data were analyzed the SPSS statistical package program. Research findings showed that both self-efficacy and work engagement have important roles in increasing performance. Additionally, significant contributions have been made regarding the mediating role of self-efficacy in the effect of work engagement on performance. Human resource practitioners of firms seeking to improve task performance must understand and consider the importance of both cognitive ability and emotional display when designing and evaluating selection and training process interventions.

Keywords: Work Engagement, Task Performance, Self-efficacy

GİRİŞ

Örgütlerin varlıkları itibarıyla iş sözleşmesinde belgelenen resmi iş taleplerini yerine getirmek için tüm dikkatlerini ve enerjilerini harcayan örgüt üyelerine ihtiyacı vardır. Ayrıca, şartlarda meydana gelen gelişmeler ve değişime adaptasyonun bir parçası olarak üyelerin ekstra çaba harcamaya ve resmi iş beklentilerini aşmaya istekli olması beklenmektedir. Çalışanların yetenekleri, motivasyonlarını ve başarılarını büyük ölçüde belirler. Ancak, yeteneklerine ne ölçüde inandıkları da önemlidir. Çalışanlar zorluklar karşısında sebat edeceklerdir. Çünkü, çalışmayla ilgili görevleri başarılı bir şekilde yerine getirmek için gerekli bilişsel ve motivasyonel kaynakları kullanabileceklerine inanırlar. Böylece öz yeterlilik, çalışanların aktif bir tutkunluk içerisinde olmasını sağlayacaktır (Ouweneel, Schaufeli ve Le Blanc, 2013).

İşe tutkunluk çalışanın iş yerinde psikolojik varlığının veya yokluğunun derecesini gösterecek bir kavram olarak önerilmiştir. Kahn (1990), iş rollerini yerine getirirken çalışanların fiziksel, bilişsel ve duygusal olarak kendilerini nasıl ifade ettiklerini bu kavram ile açıklamıştır. Yüksek düzeyde üretkenlik ve fonksiyonel etkinlik sağlamak için kuruluşlar, çalışanlarının odaklanmasını ve tüm enerjilerini görevleri yerine getirmeye yatırmasını sağlamalıdır. İşe tutkunluk da bu unsurların toplamının bir göstergesi olarak önerilmiş bir kavramdır (Kahn, 1990). Öz-yeterlilik, tutkunlukla olumlu bir şekilde ilişkilidir. Çünkü, bir görevi tamamlamak amacıyla ek enerji ve çaba harcamak için daha fazla istekliliğe ve dolayısıyla göreve daha fazla katılım ve özümsemeye yol açar (Alessandri, Borgogni, Schaufeli, Caprara ve Consiglio, 2015). Kendini adanmış çalışanlar, çalışmalarını ile ilgili olarak bir önem, coşku, ilham, gurur ve meydan okuma duygusu hissederler (Schaufeli, Salanova, González-Romá ve Bakker, 2002).

Örgütsel performans arzu edilen bir avantajdır. Ancak, ulaşılması çalışanların refahı gibi çeşitli faktörler tarafından koşullandırılır. Yöneticiler yüksek performans için işin, özellikle işyerinde geçirilen süre nedeniyle, çalışanların günlük yaşamları üzerindeki etkisini göz önünde bulundurarak, işgücünün iş süreçlerine olan güven duygusunu güçlendirmeye çalışmalı ve modern işyerlerindeki değişikliklerle ortaya çıkan yeni çalışma metodolojilerine ilişkin becerilerini geliştirmeye çalışmalıdır (Hantula, 2015). Örgütsel performansın ve üretkenliğin önde gelen kaynağı bireysel performanstır. Performans takım ya da örgüt düzeyinde olabileceği de yapı taşının birey olduğu söylenebilir (Geue, 2018). Bireysel performans için de bireysel kaynaklar esastır. Gruman ve Saks (2011), kaliteli iş performansı elde etmenin en iyi yolunun, çalışanların işe tutkunluğunu teşvik etmek ve yönetmek olduğuna dikkat çekmiştir. Öz-yeterlilik ve işle ilgili performansla ilişkin iki önemli meta-analiz çalışması literatürde yer alan kanıtların büyük bölümünün olumlu ilişkileri doğrular nitelikte olduğuna ortaya koymuştur (Judge, Jackson, Shaw, Scott ve Rich, 2007; Stajkovic ve Luthans, 1998).

Çalışma ortamında, çalışanların daha ilgili ve öz-yeterli olmaları ve işte daha yüksek derecede aktif performans göstermeleri gerekmektedir (Griffin, Neal ve Parker, 2007). Bu durum, uygulamada işe adanma ve öz yeterlilik gibi performans öncüllerine ilgi duyulmasına yol açmıştır (Macey ve Schneider, 2008; Sitzmann ve Yeo, 2013). İyileştirilmiş çalışan görev performansı, çalışanların öz-yeterlilik inancına ve işe tutkunluklarına bağlıdır (Bakker, Tims ve Derks, 2012).

Literatürde yer alan çalışmaların bazıları öz yeterliliğin performansa etkisinde işe tutkunluğun aracı rolüne dair destekler bulmuştur (Bernales-Turpo vd., 2022; Bhatti, Alshagawi ve Juhari, 2018; Tian, Wang, Zhang ve Wen, 2019). İşe tutkunluk ile performans arasındaki ilişkide öz yeterliliğin aracı rolü üstlenip üstlenmediği ise incelenmemiştir. Mevcut literatür işe tutkunluk ile öz yeterlilik arasında yakın ilişki olduğunu ortaya koymuştur (Lisbona, Palaci, Salanova ve Frese, 2018; Orgambidez, Borrego ve Vázquez-Aguado, 2019; Shu, 2022). Literatür incelendiğinde bu iki kavramın karşılıklı ilişkisi ortaya konulmakla birlikte büyük çoğunlukla öz yeterliliğin öncül pozisyonda olduğu araştırma modelleri çalışılmış ve öz yeterliliğin işe tutkunluğa olan etkisi üzerinde durulmuştur (Bernales-Turpo vd., 2022; Bhatti vd., 2018; Tian vd., 2019; Shu, 2022). Bu çalışmada ise işe tutkunluk öz yeterliliğin öncülü olarak alınmaktadır. Bu çalışmanın amacı, işe tutkunluğun öz yeterliliğin aracılık ettiği görev performansı üzerindeki etkilerini lojistik sektörü bağlamında incelemektir. Lojistik sektörü son

yıllarda gelişme gösteren stratejik bir sektör konumundadır ve Türkiye, lokasyon olarak Orta Doğu, Türk Cumhuriyetleri ve Avrupa arasında bir aktarma merkezi oluşturmasından kaynaklanan avantajlı konumu ile birçok otorite tarafından lojistik üssü olarak nitelendirilmektedir. Bu sektörde yapılacak çalışmaların literatüre önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

I. TEORİK ÇERÇEVE

A. İŞE TUTKUNLUK

Genel bir düzeyde, işine tutkun çalışanlar, yalnızca fiziksel çabalarını rolle ilgili hedeflerin peşinde koşmaya odaklamakla kalmaz, aynı zamanda bilişsel olarak uyanık ve duygusal olarak bu çabayla bağlantılıdır (Ashforth ve Humphrey, 1995). İşe tutkunluk Kahn (1990) tarafından, çalışanın iş yerinde psikolojik varlığının veya yokluğunun derecesini gösterecek bir kavram olarak önerilmiştir. İşe tutkunluk, hem çalışanların işlerine bağlılık düzeylerini yansıtır, hem de çalışan refahının aktif bir ölçüsü olarak görülmektedir (Cho, 2021). Schaufeli ve arkadaşları (2002) işe tutkunluğu, işle ilgili olumlu bir zihinsel durum olarak açıklamış ve canlılık, özveri ve kendini verme olarak üç boyutta ele almıştır. Canlılık; çalışanların işte yüksek enerjili, çaba gösterme eğilimi yüksek ve zorluklara karşı dayanıklı olmasını ifade eder. Özveri; işe ait hissetme, her daim iş için hazır olma ve üretilen çıktılardan gurur duymayı ifade eder. Kendini verme; işle ilgili faaliyetleri gerçekleştirirken zamanın nasıl geçtiğini anlamayı ve odaklamayı ifade eder (Schaufeli ve Bakker, 2004). İşe tutkun çalışanlar işyerinde başkalarıyla bağlantı kurmaya isteklidirler, başkalarına karşı daha açıktırlar ve iş rollerini yerine getirmek için tüm benliklerini ortaya koyma olasılıkları daha yüksektir (Kahn, 1992).

İşe tutkunluk teorisi, bir bireyin işteki aktivitelerin kendi yetenekleri ve ilgileriyle mükemmel bir şekilde ilerlediğini hissettiğinde, üstün sonuçlar elde etmek için elinden gelenin en iyisini yapmaya çalıştığını ileri sürer (Han ve Wang, 2021). Genel olarak işe tutkunluk, çalışanların iş rolü performansı sırasında yatırım yapmaya istekli oldukları düzeyi ifade eder (Kahn, 1990). Sosyal mübadele teorisine göre, bağlılığı yüksek olan çalışanlar genellikle görevlere bağlılık, iş doyumunu ve işi elde tutma gibi olumlu tutum ve davranışlar sergilerler ve mevcut çalışmaları da bu önermeyi doğrulamaktadır (Mazzetti vd., 2023; Bakker ve Demerouti, 2008). İşe tutkunluk teorisi, meşgul bir kişinin hiç bitmeyen bir canlılık, enerji ve bir göreve zaman ve çaba harcamaya yönelik kararlılıkla temsil edilen olumlu bir tutuma sahip olduğunu savunur (Corbeau ve Iliescu, 2023; Schaufeli vd., 2009). İşe tutkunluğun iş becerikliliği, olumlu iş ortamı, yaşam kalitesi gibi pozitif psikoloji unsurlarıyla olumlu ve işten ayrılma niyeti gibi işyerinde verimlilik karşıtı davranışlar ile negatif yönlü ilişkili olduğunu destekleyen yoğun bir literatür bulunmaktadır (Kato, Chiba, Shimazu, Hayashi ve Sakamoto, 2023; Nagarajan, Alagiriswamy ve Parayitam, 2023; Susila, 2023).

B. GÖREV PERFORMANSI

Örgütler, sürekli olarak çalışanların iş performansını artırmanın ve en iyi performans gösterenleri elde tutmanın yollarını aramaktadır (Bothma ve Roodt, 2012). Bireysel iş performansı, bir organizasyona farklı şekillerde katkıda bulunan farklı faaliyetler dizisinden oluşur (Campbell, 1990). Görev performansını oluşturan davranışlar yerleşiktir, herhangi bir işin merkezinde yer alır ve ne oldukları konusunda fikir birliği vardır (Rich, Lepine ve Crawford, 2010). Görev performansı, bir çalışanın temel iş sorumluluklarını kapsayan görevleri yerine getirme etkinliği olarak ele alınmaktadır. Çalışanların rol içi davranışlarına, temel sorumluluklarına ve verimliliğe odaklanılır (Cho, 2021). Görev performansını ifade eden hedef odaklı ve ölçülebilir davranışlar, yalnızca öngörülen ve kuruluş tarafından işin sonuçları olarak resmen kabul edilen görevleri kapsadığından işe özgüdür ve işle ilgili çeşitli işlevler arasında farklılık gösterecektir (Van Zyl, Van Oort, Rispens ve Olckers, 2021).

Görev performansı temel olarak çalışanların kendilerine verilen görevleri tamamlamadaki etkinliğini ifade eder. Pozitif örgütsel davranış kaynaklarına sahip çalışanların, fiziksel, bilişsel ve duygusal enerjilerini iş rollerine yatırdıklarından, daha uzun süre görevlerinde daha yoğun çalıştıkları, sorumluluklara daha fazla dikkat ettikleri,

daha fazla odaklandıkları ve rollerini oluşturan görevlere duygusal olarak daha bağlı oldukları için gelişmiş performans sergileyecekleri savunulmaktadır (Tsai, Chen ve Liu, 2007; Corbeanu ve Iliescu, 2023; Rich vd., 2010). İş yaşam dengesi, öz yeterlilik ve işe tutkunluğun çalışanların performansını olumlu yönde etkilediğini göstermektedir (Bernales-Turpo, 2022; Corbeanu ve Iliescu, 2023; Jamillah, Setyanti ve Mufidah, 2023).

C. ÖZ YETERLİLİK

Kavramı ortaya koyan Bandura (1997) öz yeterliliği “bireyin belirli bir görevi ve belirli bir olası durumu tamamlama yeteneğine olan inancı” olarak tanımlamıştır. İlerleyen dönemde ayrıca Steinbauer, Renn, Chen ve Rhew, (2018) tarafından motivasyon, duygular ve kişisel başarıların oluşumu için temel inanç ve öz düzenlemenin kritik bir belirleyicisi olarak görülmüştür. Sosyal bilişsel teorisinin bir alt kategorisi olan öz yeterlilik teorisi, Bandura (1986) tarafından önerilmiş olup, başarılı davranışın/sonucun iki temel belirleyicisi olarak bireyin ve kişisel yeteneklerine ilişkin algılarının önemini vurgulamaktadır. Öz-yeterlilik teorisi, başarılı sonuçların temel belirleyicileri olarak bireyin ve bireyin kendi kişisel yeteneklerine ilişkin algısının önemini vurgulamaktadır (Betz, 2000). Bireylerin yeterlik inançları genel olmaktan ziyade davranışsal olarak spesifiklerdir. Bu nedenle öz-yeterlilik kavramının anlamlı olabilmesi için davranışsal bir referansa sahip olması gerekir.

Literatür öz yeterlilik ile bağlantılı olarak bir kişinin motivasyonunun, etkili koşullarının ve eylemlerinin gerçek koşullara değil, genellikle bireysel inançlara dayandığı görüşünün hakimiyetindedir (Bandura, Barbaranelli, Caprara ve Pastorelli, 2001). Yüksek öz yeterliliğe sahip bireyler, görevle ilgili daha fazla çaba sarf eder ve engeller karşısında daha uzun süre sebat eder ve bu da başarı şanslarını artırır. Buna karşılık, düşük öz-yeterliliğe sahip bireyler, hedeflerini takip etme konusunda düşük isteklere sahip olma ve görevleri tamamlamada başarısız olma eğilimindedir (Feltz, Short ve Sullivan, 2008). Literatürün önemli bir bölümü, öz yeterliliği eğitim programlarının etkinliği ile ilişkilendirirken (örneğin; Zimmerman, 1995), sınırlı sayıda araştırma öz yeterliliği çalışanların işe tutkunluk gibi işle ilgili sonuçlarıyla ilişkilendirilebileceği bir mekanizma olarak önermiştir (örneğin; Bhatti vd., 2018). Bireylerin motivasyonu, inancı, duyguları ve davranışları da öz yeterliliklerine bağlıdır (Bandura, 2012). Bu sebeple öz yeterlilik pek çok unsurda belirleyici bir rol üstlenir. Öz yeterlilik çalışanların karar verme kalitelerini ve iş tatminini artırır ek olarak depresyon, stres, kaygı ve tükenmişliklerini azaltır (Chiesa vd., 2016; Ren ve Chadee, 2017; Seggelen-Damen ve Dam, 2016).

II. HİPOTEZ GELİŞTİRME

A. İŞE TUTKUNLUK VE GÖREV PERFORMANSI İLİŞKİSİ

Sosyal mübadele teorisine göre, tutkunluğu yüksek olan çalışanlar genellikle görevlere bağlılık, iş doyumu ve işi elde tutma gibi olumlu tutum ve davranışlar sergilerler ve mevcut çalışmalar da bu önermeyi doğrulamaktadır (Bakker ve Demerouti, 2008; Mazzetti vd., 2023; Panda, Sinha ve Jain, 2022). İşe tutkunluğun iş sonuçlarına etkisi, kendi kaderini tayin teorisi ile de temellendirilebilir (Bakker ve Bal, 2010; Shu, 2022). Kendi kaderini tayin teorisi, kişilik gelişiminin ve davranışların örgütlenmesinin arkasında yatan içsel süreçlere odaklanır. Bu teoriye göre, üç temel psikolojik ihtiyacın (özerklik, ilişki ve yeterlilik ihtiyaçları) tatmini içsel motivasyonu veya dışsal motivasyonun içselleştirilmesini artırabileceği savı üzerine kurulmuştur (Gagné ve Deci, 2005; Gagné vd., 2022; Ryan ve Deci, 2000).

Araştırmacılar işe tutkunluğun üç unsurunda aktif bir şekilde gerçekleşmesinin gelişmiş görev performansıyla sonuçlanacağını öne sürmektedir (Van Zyl vd., 2021). Bunun sebebi, bireylerin işlerine kendilerini kaptırdıklarında daha çok çalışmaları ve böylece görevlerini daha hızlı tamamlamalarıdır (Mazzetti, Schaufeli ve Guglielmi, 2016). Bunun aksine işe tutkun olmayan veya tutkunluğu düşük olan çalışanlar, geri çekilme ve savunuculuk göstereceklerdir. Fiziksel, bilişsel ve duygusal olarak farklı boyutlarda eksiklikler gösterecekler ve bu da verimlilik ve etkinliklerini etkilemek suretiyle performanslarını düşürecektir (Bakker, Demerouti ve Ten Brummelhuis, 2012). İşine

tutkun üyeler daha iyi performans göstereceklerdir. Çünkü daha uzun bir süre boyunca daha fazla yoğunlukla daha fazla fiziksel enerjiye, hedefle ilgili davranışlara, daha fazla dikkat, odaklanmaya, bilişsel enerjiye ve iş rolleriyle bağlantı kurmak için duygusal enerjiye yatırım yaparlar (Lai, Tang, Lu, Lee ve Lin, 2020). Bakker ve Bal (2010) çalışmalarını ile yüksek düzeyde tutkun çalışanların, görev performansları için amirlerinden özel takdir aldıklarını kaydetmiştir.

İşe tutkun çalışanlar genellikle olumlu duygular yaşarlar (Bindl ve Parker, 2010). Olumlu duygular yaşayan insanlar işteki fırsatlara karşı daha duyarlıdır, başkalarına karşı daha dışa dönük ve yardımseverdir ve daha özgüvenli ve iyimserdir (Cropanzano ve Wright, 2001). Benzer olumlu duygular olan ilgiyi, keşfetmeyi, yeni bilgileri, yeni deneyimleri özümsemeyi ve büyüme arzusunu besler (Fredrickson ve Losada, 2005). Bu nedenle, bağlı çalışanlar daha iyi performans gösterebilir. Çünkü, genellikle olumlu duygular yaşarlar ve yeni deneyimlere açıktırlar. Schaufeli, Taris ve Van Rhenen (2008) tarafından yakın zamanda yapılan bir araştırma, işe tutkun çalışanların işe tutkun olmayan meslektaşlarına göre daha az psikosomatik şikâyet bildirdiklerini göstermiştir. Bu da işe tutkunluğun sağlık açısından da performansla olumlu etki edebileceğini gösterir.

Yun ve Beehr (2023), Tu, Luo, Sitar ve Huang (2022) ve Van Zyl ve meslektaşları (2021) yaptıkları çalışmalar, işe tutkunluk ve görev performansı arasında orta kuvvette ilişki olduğunu göstermiştir. Yun ve Beehr’in (2023) çalışması iki farklı zaman dilimini içermektedir ve zaman dilimlerine göre etki düzeyinde önemli bir farklılaşma olmadığı sonucuna varmışlardır. Bakker ve Demerouti (2008) ise çalışmalarında işine tutkun çalışanların iş yerinde olumlu davranışlar sergileyen ve daha iyi iş performansına sahip kişiler olduğunu vurgulamıştır. İşe tutkunluk literatürü incelendiğinde hem çalışanların beyanına dayanan öznel (Tu vd., 2022), hem yöneticilerin beyanına dayanan öznel (Rich vd., 2010), hem de nesnel (Yongxing, Hongfei, Baoguo ve Lei, 2017) görev performans ölçütlerinin sayısız kavramsallaştırması arasında olumlu ilişkilerin var olduğu ortaya konmuştur. Mevcut literatürde araştırmacıların çoğu (Bakker ve Bal, 2010; Bakker ve Demerouti, 2008) işe tutkunluğu bireysel tutumların, davranışların ve performansın temel itici gücü olarak görmüşlerdir. İlgili literatürden hareketle aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

H₁: İşe tutkunluk görev performansını pozitif yönde etkiler.

B. İŞE TUTKUNLUK VE GÖREV PERFORMANSI İLİŞKİSİNDE ÖZ YETERLİLİĞİN ARACI ROLÜ

Pozitif psikoloji, insanların hayatını daha iyi hale getiren olumlu duygular ve erdemler aracılığıyla nasıl gelişebileceklerini incelemektedir (Han ve Wang, 2021; Seligman ve Csikszentmihalyi, 2000). Fredrickson’ın (2001) genişlet ve oluştur teorisine göre olumlu duygular, insanların anlık düşünce-eylem repertuarlarını genişletme ve düşünce-eylem dizisini genişleterek kişisel kaynaklarını sonuç oluşturmaya yönlendirme imkânı sağlar (Bakker ve Bal, 2010; Stanley ve Schutte, 2023). Sosyal bilişsel teoriye göre ise kişisel yeterlilik beklentileri, insanların yapacağı seçimleri, hedeflerini, görevle ilgili ne kadar çaba harcayacağını ve olumsuz koşullar ve belirsiz sonuçlar altında görevle ilgili çabaların ne kadar sürdürüleceğini belirleyecektir (Shu, 2022; Xu, Liu ve Tang, 2022). Pozitif psikoloji, öz yeterlilik teorisi, sosyal bilişsel teori, genişlet ve oluştur teorisi, sosyal mübadele teorisi ve kendi kaderini tayin teorisi gibi farklı teoriler işe tutkunluk, öz yeterlilik ve görev performansı arasındaki ilişkileri desteklemektedir. Bu teorilerin tamamı iyimserlik, azim, çaba ve kişilerarası beceriler gibi insanın güçlü yönlerinin harekete geçirilmesinin kaynaklarını açıklamak için kullanılmaktadır.

Bir dizi olumlu kişilik özelliğini tetikleyen bir kişilik faktörü olarak kavramsallaştırılan öz yeterlilik (Hiller ve Hambrick, 2005), insanların hedefleri gerçekleştirmek için performans gösterme veya davranışta bulunma yeteneklerine bağlı olan inancı tanımlar (Musenze, Mayende, Wampande, Kasango ve Emojong, 2021). Çalışanların eylem düzeyi, motivasyonu ve duygusal durumu gerçekte ne olduğundan çok algılarına bağlı olduğundan öz yeterlilik, yaşamı yönlendiren önemli bir kontrol merkezi olarak kabul edilir (Bernales-Turpo, 2022; Cabrera-Aguilar vd., 2023). Özyeterlilik, çalışanların işle ilgili ilişkilere dair algılarını ve iş doyumunu artırıp, çalışanların uzun vadeli sonuçlar elde etmek

için davranış düzenleme yöneliminde bulunmalarına sebep olabilir (Machmud, 2018). Musenze ve meslektaşlarının (2021) araştırma sonuçları, öz yeterliliğin çalışanların rol taleplerinin ve işle ilgili diğer zorlukların üstesinden gelmelerini, işe tutkunluk kazanmalarını kolaylaştırdığını göstermektedir. Hirschi (2012) ise öz yeterliliği, işe tutkunluğun bir korelasyonu olarak kabul etmektedir.

Yeterli hisseden çalışanlar amaçlarına ulaşamadıkları zaman diğer seçenekleri denemeye eğilimlidirler ve bunun için yüksek çaba harcarlar, sebat ederek ve sonunda çözüm bulacaklarına ve başarılı olacaklarına inanarak problemleri durumlarla daha etkin bir şekilde başa çıkarlar. Bu açıklama işe tutkunluğun özveri boyutu ile oldukça benzerdir. Çalışanların özveri, kendine inanma gibi bireysel kaynaklardan hareketle genellikle iyi performans göstermesi beklenir (Bandura, 1997; Musenze vd., 2021). Araştırmalar öz yeterlilik ile işe tutkunluk arasında yüksek ilişkiler olduğunu göstermiştir (Halbesleben, 2010; Schaufeli ve Salanova, 2010). İki kavrama ait literatürde alta yatan teorik benzerlikler ve raporlanan korelasyonlar göz önüne alındığında, işe tutkunluğun ve öz yeterliliğin kavramsal örtüşmesinin boyutu ve işle ilgili bireysel performansı etkilemedeki ilgili rolleri alanda yeni sorulara sebebiyet verir (Mauno, Kinnunen, Mäkil kangas ve Feldt, 2010).

Önceki araştırmacılar, öz yeterlilik, işe tutkunluk ve görev performansı arasında önemli ilişkiler olduğunu bulmuşlardır (Bakker vd., 2012; Hirschi, 2012; Tian vd., 2019). Örgüt içi faaliyetlerde işe tutkunluk ve öz yeterliliğin bir kişiyi etkileyebileceği, gücü arttırabileceği, elverişli bir ortam yaratabileceği ve örgüt üyelerini etkileyerek sonuçta daha iyi performansa yol açabileceği sonucuna varılabilir. Literatürdeki çalışmaların büyük bir kısmı da bu görüşü doğrular niteliktedir (Bernales-Turpo vd., 2022; Bhatti vd., 2018; Shu, 2022; Tian vd., 2019). Bu çalışma ise literatürde önceki araştırmalara konu olan işe tutkunluğun, öz yeterlilik ve görev performansının birbirleri üzerindeki etkilerine ek olarak işe tutkunluğun performansa etkisinde öz yeterliliğin aracılık etkisine dair destekler aranmaktadır. Çalışanların kendilerine inanmalarını ifade eden öz yeterlilik, temel bir algı ve eylem kaynağı olarak görülmesi sebebiyle (Bandura, 2012), bu çalışmada tutkunluğun performansa etkisinde aracı olarak önerilmiştir. Bununla birlikte, literatür incelemesine göre işe tutkunluk görev performansı ilişkisinde öz yeterliliğin aracılık etkisine ilişkin ampirik bir araştırma yapılmamıştır. İşe tutkunluk, öz yeterlilik aracılığıyla çalışanların işlerini daha iyi yapmak istemelerini sağlayan olumlu duygular sağlayacak, çalışanların kendilerine olan inançlarındaki artış ve daha fazla işe katılmaları ile görev performansları artacaktır (Alessandri vd., 2015; Bindl ve Parker, 2010). İlgili literatürden hareketle aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

H₂: Öz yeterlilik görev performansını pozitif yönde etkiler.

H₃: İşe tutkunluk öz yeterliliği pozitif yönde etkiler.

H₄: Öz yeterlilik, işe tutkunluk ile görev performansı arasındaki ilişkiye aracılık eder.

Literatür taraması sonucu geliştirilen araştırma modeli Şekil 1'de verilmektedir. Modelde işe tutkunluğun görev performansına etkisinde öz yeterliliğin aracı rolü araştırılmaktadır.

ŞEKİL 1| Araştırma Modeli



III. YÖNTEM

A. ÖLÇÜM VE ÖRNEKLEM

Araştırmada veri toplamak için anket yöntemi uygulanmıştır. Veri kaynağının insan olması ve onlardan doğrudan bilgi alınmasının

istenmesi, araştırmada anket yönteminin tercih edilmesini sağlamıştır. Anket çalışması, 30 Mayıs 2023 tarih ve 2023/08-02 sayılı kararla alınan etik kurul onayı ile gerçekleştirilmiştir. Toplanan verilerin analizi için SPSS istatistik analiz programından yararlanılmıştır.

Ankette kullanılan ölçekler önceki çalışmalardan uyarlanmıştır. İşe tutkunluk ölçeği için Schaufeli, Bakker ve Salanova'nın (2006) çalışmasından yararlanılmış ve ölçek 17 ifadeden oluşmaktadır. Görev performansı ölçeği için Goodman ve Svyantek'in (1999) çalışmasından yararlanılmış ve ölçek 9 ifadeden oluşmaktadır. Öz yeterlilik ölçeği için Schwarzer ve Jerusalem'in (1995) çalışmasından yararlanılmış ve ölçek 10 ifadeden oluşmaktadır. Tüm değişkenler 5'li Likert ölçeği kullanılarak ölçülmüştür. Kapsamlı bir literatür taraması sonucu oluşturulan anketin ilk kısmında ise, işletme hakkında ve formu dolduran kişi hakkında genel bilgilere ilişkin sorular yer almaktadır.

Türkiye sanayinin yaklaşık %60'ı Marmara bölgesindedir ve Kocaeli ili lojistik sektörü için uygun bir bölgedir. Bu yüzden araştırmanın çalışma evrenini, Kocaeli ili genelinde lojistik sektörde faaliyette bulunan firmalar oluşturmaktadır. Bu doğrultuda ilgili firmalarla iletişime geçilmiş ve bu firmalarda yönetici pozisyonunda çalışan 400 kişiden anket çalışmasına katılma konusunda olumlu dönüş alınmıştır. Ancak 44 kişiden gelen anketler, gerekli kriterlere uymadığı için analiz dışı bırakılmıştır. Sonuç olarak 356 anketin analize tabi tutulabilir olduğu belirlenmiştir.

B. ÖLÇÜM GEÇERLİLİĞİ VE GÜVENİLİRLİĞİ

Verileri analizlerini gerçekleştirmek için SPSS istatistiksel paket programından faydalanılmıştır. Öncelikle araştırmaya katılan 356 cevaplayıcının sosyo-demografik özelliklere ilişkin analizler yapılmıştır. Araştırma katılımcılarının cinsiyet dağılımına bakıldığında %47,2'si erkek, %52,8'i ise kadındır. Yaş aralığı, %19,4'ü 25 yaş ve altı, %50'si 26-32 yaş, %25'i 33-42 yaş ve %5,6'si ise 43 yaş ve üzeridir. Ankete katılanların %9,6'sı Lise, %13,2'si Önlisans, %53,9'u Üniversite ve %23,3'ü ise Yüksek Lisans mezunudur. Çalışanların %44,4'ü evli %55,6'sı ise bekarıdır. Çalışılan süre, %9,4'ü 1 yıldan az, %40,2'si 1-5 yıl, %26,2'si 6-10 yıl, %22,8'i 11-15 yıl ve %1,4'ü ise 15 yıldan fazla sektörde çalışmaktadır. Görev unvanı dağılımı ise, %37'si yönetici, %42,3'ü uzman/uzman yardımcısı, %3,9'u yönetici sekreteri ve %16,8'i ise diğer bölümlerde görev yapmaktadır.

Verilerin toplanmasının ardından, ölçeklerin geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiştir. Ölçeğin faktör yapısını belirlemek amacıyla elde edilen verilere Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri ve Bartlett küresellik testi uygulanmıştır. KMO ve Bartlett küresellik test sonuçları Tablo 1'de verilmiştir. KMO değeri 0.932 olarak bulunmuştur. KMO oranının 0.5'in üzerinde çıkması verilerin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir. Ayrıca, KMO oranının yükseklik derecesi veri setinin faktör analizi için uygunluğu ile doğru orantılıdır. Bu durum veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. Buna ek olarak, Bartlett küresellik testi de anlamlı bulunmuştur ($X^2=6649,228$; $p<0.001$). Bu sonuçlardan hareketle ilgili ölçeğe faktör analizi yapılmasının uygun olduğu görülmüştür.

TABLO 1| KMO ve Bartlett's Küresellik Test Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Testi	Yaklaşık Ki Kare (X^2)	
	Df	Sig.
Bartlett Küresellik Testi		

Ölçeğin yapı geçerliliğini belirlemek amacıyla keşifsel faktör analizi yapılmıştır. Verilere varimax rotasyon yöntemi kullanılarak temel bileşenler analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda araştırma modelindeki değişkenleri oluşturan ifadeler, toplam varyansın %66,186'sını açıklayan üç (3) faktöre ayrılmıştır. Faktör analizi sonucunda faktör yükü değeri 0,40'nin altında olan veya ölçeğin yapısına uymayan maddeler (işe tutkunluk değişkenine ait 3 ifade) elenmiştir. Ayrıca ölçeğin tümünün Cronbach's Alpha katsayılarının beklenen 0,70 değerinden yüksek olduğu görülmektedir (Nunnally, 1978). Faktör analizine ilişkin detaylı bilgiler Tablo 2'de yer almaktadır. Bu sonuçlar, ölçeklerin yeterli geçerlilik ve güvenilirlik gösterdiğini ortaya koymaktadır.

TABLO 2| Faktör Analizi Sonuçları ve Cronbach Alpha Değerleri

Değişken Adı	Faktör Yükleri	Cronbach Alpha	
1. Faktör: İşe Tutkunluk			
Ise_Tutkunluk_1	,743	,902	
Ise_Tutkunluk_2	,664		
Ise_Tutkunluk_3	,809		
Ise_Tutkunluk_4	,826		
Ise_Tutkunluk_5	,780		
Ise_Tutkunluk_6	,594		
Ise_Tutkunluk_7	,528		
Ise_Tutkunluk_8	,738		
Ise_Tutkunluk_10	,737		
Ise_Tutkunluk_11	,435		
Ise_Tutkunluk_12	,520		
Ise_Tutkunluk_13	,516		
Ise_Tutkunluk_15	,578		
Ise_Tutkunluk_17	,448		
2. Faktör: Görev Performansı			
G_Performans_1	0,611		,910
G_Performans_2	0,724		
G_Performans_3	0,724		
G_Performans_4	0,724		
G_Performans_5	0,635		
G_Performans_6	0,675		
G_Performans_7	0,584		
G_Performans_8	0,616		
G_Performans_9	0,558		
3. Faktör: Öz Yeterlilik			
Oz_Yeterlilik_1	,748	,937	
Oz_Yeterlilik_2	,761		
Oz_Yeterlilik_3	,625		
Oz_Yeterlilik_4	,74		
Oz_Yeterlilik_5	,759		
Oz_Yeterlilik_6	,669		
Oz_Yeterlilik_7	,776		
Oz_Yeterlilik_8	,721		
Oz_Yeterlilik_9	,756		
Oz_Yeterlilik_10	,648		
	1. Faktör	2. Faktör	3. Faktör
Faktörlere Ait Özdeğerler	11,437	3.167	1.690
Açıklanan Varyans Yüzdesi	49,439	10.920	5.827
Açıklanan Toplam Varyans %66,186			

Değişkenler arasındaki ilişkileri ortaya koymak amacıyla korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Tablo 3'te işe tutkunluk, görev performansı ve öz yeterlilik değişkenlerinin ortalama değerleri, standart sapma ve pearson korelasyon katsayıları verilmiştir. Korelasyon analizi sonucunda değişkenler arasında anlamlı ilişki olduğu ortaya konmuştur.

TABLO 3| Korelasyon Analizi Sonuçları

Değişken Adı	Ortalama	Çarpıklık	Basıklık	Standart Sapma	1	2	3
1. İşe Tutkunluk	3,51	-1,216	1,665	0,75	-		
2. Görev Performansı	3,94	-,235	,857	0,65	,331**	-	
3. Öz Yeterlilik	3,31	-,881	1,664	0,47	,746**	,307**	-

**p<0.01

Tablo 3'te görüldüğü gibi, işe tutkunluk ile görev performansı arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır ($\beta=,331$; $p=,001$). İşe tutkunluk ile öz yeterlilik arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir ilişki bulunmaktadır ($\beta=,746$; $p=,001$). Öz yeterlilik ile görev performansı arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır ($\beta=,307$; $p=,001$). Ayrıca değişkenlerin normal dağılım gösterip göstermedikleri ile ilgili olarak çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılmıştır. Normalde çarpıklık ve basıklıkla ilgili elde edilen değerlerinin %5 güven aralığında -2,58 ile +2,58, %1 güven aralığı için ise, -1,96 ile +1,96 istatistik değer aralığında olması beklenir (Liu, Marchewka, Lu, ve Yu, 2005). Tablo 3'te görüldüğü üzere, değişkenlerin normal dağılım gösterdikleri söylenebilir.

C. HİPOTEZ TESTLERİ

Çalışanların işe tutkunluklarının, görev performansına olan etkisinde, öz yeterliliğin aracılık rolünü test etmek amacıyla Bootstrap yönteminin esas alındığı regresyon analizi kullanılmıştır. Bootstrap yönteminin, Baron ve Kenny'nin (1986) geleneksel yöntemlerinden ve Sobel testinden daha güvenilir sonuçlar ortaya koyduğu savunulmaktadır (Gürbüz, 2019; Hayes, 2018; Preacher, Rucher ve Hayes, 2007; Zhao, Lynch ve Chen, 2010). Bu sebeple analizler Hayes (2018) tarafından geliştirilen process makro kullanılarak yapılmıştır. Analizlerde Bootstrap tekniği ile 5000 yeniden örneklem seçeneği tercih edilmiştir. Bootstrap tekniği kullanılarak yapılan aracılık etkisi analizlerinde, araştırma hipotezlerinin doğrulanması için %95 güven aralığının (CI) sıfır içermemesi gerekmektedir (MacKinnon, Lockwood ve Williams, 2004).

Regresyon analiz sonuçlarına ait detaylar Tablo 4'te verilmiştir. İşe tutkunluğun, görev performansı üzerinde dolaylı etkisi olup olmadığı Bootstrap tekniği ile elde edilen güven aralıklarına göre incelenmiştir. Buna göre işe tutkunluğun görev performansı üzerinde dolaylı etkisinin anlamlı olduğu, dolayısıyla da öz yeterliliğin, işe tutkunluk ile görev performansı arasındaki ilişkiye aracılık ettiği tespit edilmiştir ($\beta= ,215$, %95 CI [,1093; ,3343]). Bootstrap alt ve üst güven aralığı değerleri, 0 (sıfır) değerini kapsamamaktadır. Araştırma sonuçlarına göre araştırmanın hipotezleri desteklenmiştir.

TABLO 4| Aracılık Testine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Tahmin Değişkenleri	Sonuç Değişkenleri					
	M (Öz Yeterlilik)			Y (Görev Performansı)		
	β	S.H.		β	S.H.	
X (İşe Tutkunluk)	a	,297**	,049	c'	,112**	,036
M (Öz Yeterlilik)	-	-	-	b	,723**	,371
Sabit	i_u	3,276**	,148	i_v	,729**	,160
		$R^2=,063$	$F=37,037; p<,001$		$R^2=,568$	$F=234,773; p<,001$

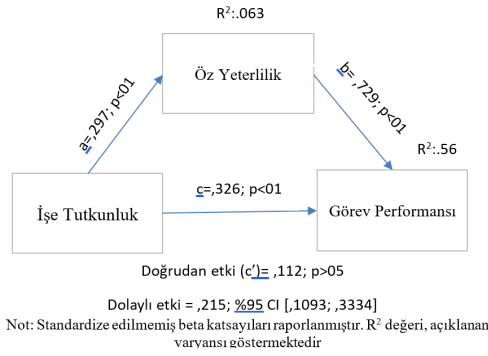
**p<,001 (S.H.: Standart Hata)

Not: Standardize edilmemiş beta katsayıları (b) raporlanmıştır.

Şekil 2'de işe tutkunluk ile görev performansı ilişkisinde öz yeterliliğin aracı rolü ilişki olarak gösterilmektedir. Burada dolaylı etki alt ve üst güven aralığı değerlerinin 0 değeri taşımaması ile anlamlı

olduğu ve aynı şekilde beta katsayılarındaki değişim, işe tutkunluk ve görev performansı arasında öz yeterliliğin yordayıcı olduğuna işaret etmektedir.

ŞEKİL 2| İşe Tutkunluk-Görev Performansı İlişkisinde Öz Yeterliliğin Aracı Rolü



Not: Standardize edilmemiş beta katsayıları raporlanmıştır. R² değeri, açıklanan varyansı göstermektedir

Regresyon analizleri sonucunda elde edilen hipotez sonuçları Tablo 4'te gösterilmiştir. Araştırmada ortaya koyulan tüm hipotezler desteklenmiştir.

TABLO 5| Hipotez Sonuçları

	HİPOTEZLER	SONUÇ
H ₁	İşe tutkunluk görev performansını pozitif yönde etkiler.	Desteklendi
H ₂	Öz yeterlilik görev performansını pozitif yönde etkiler.	Desteklendi
H ₃	İşe tutkunluk öz yeterliliği pozitif yönde etkiler.	Desteklendi
H ₄	Öz yeterlilik, işe tutkunluk ile görev performansı arasındaki ilişkiye aracılık eder.	Desteklendi

SONUÇ

Bulgular, işe tutkunluğun görev performansına olan etkisinde öz yeterliliğin aracılık etkisi olduğunu göstermiştir. İşe tutkunluk görev performansı üzerindeki etkisinin %40'ını öz yeterlilik üzerinden dolaylı olarak gerçekleştirmektedir. Bu çalışma özelinde özellikle işe tutkunluk ile öz yeterlilik arasında yüksek düzeyde ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Öz yeterlilik, işe tutkunluk ve performans arasındaki ilişkileri inceleyen diğer çalışmalar genel olarak değişkenler arasında orta kuvvette ilişkiler olduğu sonucuna ulaşmıştır (Bernales-Turpo, 2022; Bocoli, Gastaldi ve Corso, 2023; Geraci, Domenico, Inguglia ve D'Amico, 2023; Meng ve Zhang, 2023). Mevcut araştırmada ulaşılan sonuçlar literatür ile uyumluluk göstermiştir. Ayrıca bazı çalışmalar, öz yeterliliğin performansa etkisinde işe tutkunluğun aracı rolüne dair desteklere ulaşmıştır (Bernales-Turpo vd., 2022; Bhatti vd., 2018; Tian vd., 2019). Ancak, öz yeterliliğin işe tutkunluk ve görev performansı arasında arabulucu rolünü inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Öz yeterlilik ve işe tutkunluk kavramlarının karşılıklı ilişkisi ortaya konulmakla birlikte büyük çoğunlukla öz yeterliliğin öncül pozisyonda olduğu araştırma modelleri çalışılmış ve öz yeterliliğin işe tutkunluğa olan etkisi üzerinde durulmuştur (Bernales-Turpo vd., 2022; Bhatti vd., 2018; Tian vd., 2019; Shu, 2022). Bu çalışma ile işe tutkunluk, öz yeterlilik ve görev performansı arasındaki ilişkilere dair bu boşluğu gidermeye yönelik bir çalışma yapmak amaçlanmıştır.

Son zamanlarda yapılan birkaç araştırma, işine tutkun çalışanların yalnızca iyi performans göstermekle kalmayıp örgüt için fazladan yol kat etmeye istekli olduklarını doğrulamıştır (Van Zyl vd., 2021; Yao, Qiu, Yang, Han ve Li, 2022). Örgütlerin işletme sonuçlarına yönelik arzu ettikleri gelişmeleri elde edebilmek için işine tutkun çalışanlara ihtiyaç duyduğu bir kez daha ortaya konmuştur. İşine tutkun çalışanların işe alınmasının önemi ile birlikte bu çalışanların öz yeterliliklerine

dair algılarının da yüksek olması durumunda performansta meydana gelebilecek olumlu sonuçların düzeyinin artacağı öngörüsü mevcut çalışma sonuçlarıyla desteklenmiştir. Birbirine yakından ilgili bu psikolojik kaynakların performans ve benzeri örgüt sonuçları için önemi halihazırda literatür tarafından kabul görmüş olsa da bu ilişkilerin detayları bize uygulama alanında izlenecek yollar hakkında yeni izlenimler verebilir.

Kaynakları düşük olan çalışanlar iyi performans gösteremeyebilir ve bu sebeple çalışanların kaynaklarının düzeyi performans için temel belirleyicilerdir. Takipçiler işleriyle meşgul olmak için motive olduklarında, mevcut rollerine ve görevlerine odaklanırlar ve tüm enerjilerini doğrudan veya dolaylı olarak örgütsel hedeflere ulaşmaya katkıda bulunan davranışlara harcarlar. Mevcut araştırma sonuçlarına göre bu arzu edilen sonuçların elde edilmesi, çalışanların yeteneklerine ne derece inandıkları ve işlerine ne derece özveri ile bağlı oldukları ile yakından ilgilidir. Çalışanlar işleriyle meşgul olmak için motive olduklarında, mevcut rollerine ve görevlerine odaklanırlar ve tüm enerjilerini doğrudan veya dolaylı olarak örgütsel hedeflere ulaşmaya katkıda bulunan davranışlara harcarlar. Böylece örgüt amaçlarına hizmet eder ve ortak paydada buluşurlar.

Çalışanlar, örgütlerinde destek algıladıkça, kendilerini değerli hissederler ve yüksek öz yeterlilik seviyeleri geliştirirler, bu da sonuç olarak onları daha sonra enerji ve özveri ile yürütecekleri görevlere kendilerini daha fazla kaptırmalarını sağlar (Musenze vd., 2021). Kişisel kaynakları yüksek olan çalışanlar enerjilerini genellikle deneyim kazanmak ve işin beklentilerini karşılamak için harcarlar (Luthans ve Youssef, 2007). Bu çabalarda performansın yordayıcısı olarak görülür. Literatür, mevcut çalışmayla benzer şekilde yüksek öz yeterlilik düzeyine sahip çalışanların işlerine giderek daha fazla tutku duymalarını ve daha iyi performans göstermelerinin beklendiğini savunur (Musenze vd., 2021).

Araştırma konusu olan değişkenlerin her zaman olumlu sonuçları olmayabileceği de unutulmamalıdır. Öz yeterlilikteki artışlar performans için her zaman faydalı olmayabilir. Yakın zamanlarda yapılan bazı çalışmalar, yüksek öz yeterlilik düzeylerinin rahatlatma yarattığını ve gelecekteki performansı azalttığını göstermiştir (Vancouver ve Kendall, 2006; Vancouver, Thompson, Tischner ve Putka, 2002). Literatürde önemli bir çalışma alanı olarak görülen pozitif örgütsel davranış kavramlarının negatif sonuçları da göz ardı edilmemelidir. Gelecek çalışmalar, araştırma modellerinde yüksek düzeyde öz yeterliliğin olumsuz etkilerini kontrol ederek iş sonuçlarındaki etkisini açıklayabilir. İşe tutkunluğun iş performansına etkisinde diğer pozitif örgütsel davranış unsurlarını öz yeterlilik ile modele dahil edildiğinde öz yeterliliğin bu ilişkideki gücünü koruyup koruyamadığını inceleyebilir. Bu inceleme işe tutkunluğun hangi unsurlarla birlikte iş sonuçlarında daha yüksek etkiyi sağlayacağını anlamasına rehberlik edecektir.

Öz yeterliliğin işe tutkunluk üzerinden doğrudan etkisine ek dolaylı bir etki ile iş performansını arttırdığını mevcut çalışmalar ortaya koymuştur (Bernales-Turpo vd., 2022; Bhatti vd., 2018; Tian vd., 2019). Bu çalışma ile işe tutkunluğun da doğrudan etkisine ek olarak öz yeterlilik üzerinden dolaylı etki ile iş performansına katkı yaptığını destekleyen sonuçlar ortaya konmuştur. Bu sonuçlardan yola çıkarak uygulayıcılar işe tutkunluk ve öz yeterliliğin birbiri ile yakın ilişkili kavramlar olduğuna dikkat etmelidir. Mevcut çalışma ve ilgili literatür, çalışanların iş sonuçları üzerinde arzu edilen olumlu etkilerin daha yüksek düzeyde elde edilebilmesi için işe tutkunluk ve öz yeterlilik düzeylerini arttırmaya yönelik faaliyetlerin (eğitim, mentörlük gibi) iki unsuru bir arada ele alarak gerçekleştirilmesinin daha iyi sonuçlar elde etmeyi sağlayacağını göstermektedir. Böylece dolaylı etkilerin gücünden de faydalanılarak iş sonuçlarında daha büyük etkiler sağlanabilecektir.

Bu çalışmanın birtakım kısıtları mevcuttur. İlk olarak zaman sınırlaması ve maliyet gibi nedenlerden ötürü araştırmanın örnekleme Kocaeli İli bölgesinde lojistik sektöründe faaliyet gösteren firmalardan oluşmaktadır. Sonuçların genelleştirilebilmesi için daha geniş bir sektör yelpazesine, farklı bölgelerden elde edilecek verilerle analizler gerçekleştirilmeli ve sonuçlar kıyaslanmalıdır. Dolayısıyla çeşitlendirilmiş ve daha büyük örneklemeler kullanılarak çalışmanın tekrar edilmesi, sonuçların genelleştirilmesi açısından önem arz etmektedir. Çalışmanın diğer bir kısıtı ise, çalışmanın kesitsel bir

araştırma olmasıdır. Gelecek çalışmalarda boylamsal araştırmalar yapılması, ilgili ilişkilerin nedenselliğinin ortaya konulması açısından önemlidir. Ayrıca verilerin bireylerin beyanına dayandığı da unutulmamalıdır.

KAYNAKÇA

- [1] Alessandri, G., Borgogni, L., Schaufeli, W. B., Caprara, G. V., ve Consiglio, C. (2015). From positive orientation to job performance: The role of work engagement and self-efficacy beliefs. *Journal of Happiness Studies*, 16, 767-788.
- [2] Ashforth, B. E., ve Humphrey, R. H. (1995). Emotion in the workplace: A reappraisal. *Human Relations*, 48(2), 97-125.
- [3] Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- [4] Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman.
- [5] Bandura, A. (2012). On the functional properties of perceived self-efficacy revisited. *Journal of Management*, 38(1), 9-44.
- [6] Bandura, A., Barbaranelli, C., Caprara, G. V., ve Pastorelli, C. (2001). Self-efficacy beliefs as shapers of children's aspirations and career trajectories. *Child Development*, 72(1), 187-206.
- [7] Bakker, A. B., ve Bal, M. P. (2010). Weekly work engagement and performance: A study among starting teachers. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 83(1), 189-206.
- [8] Bakker, A. B., ve Demerouti, E. (2008). Towards a model of work engagement. *Career Development International*, 13(3), 209-223.
- [9] Bakker, A. B., Demerouti, E., ve Ten Brummelhuis, L. L. (2012). Work engagement, performance, and active learning: The role of conscientiousness. *Journal of Vocational Behavior*, 80(2), 555-564.
- [10] Bakker, A. B., Tims, M., ve Derks, D. (2012). Proactive personality and job performance: The role of job crafting and work engagement. *Human Relations*, 65(10), 1359-1378.
- [11] Baron, R. M., ve Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173.
- [12] Bernales-Turpo, D., Quispe-Velasquez, R., Flores-Ticona, D., Saintila, J., Ruiz Mamani, P. G., Huancahuire-Vega, S., Morales-García, M., ve Morales-García, W. C. (2022). Burnout, professional self-efficacy, and life satisfaction as predictors of job performance in health care workers: The mediating role of work engagement. *Journal of Primary Care & Community Health*, 13, 21501319221101845.
- [13] Betz, N. E. (2000). Self-efficacy theory as a basis for career assessment. *Journal of Career Assessment*, 8(3), 205-222.
- [14] Bhatti, M. A., Alshagawi, M., ve Juhari, A. S. (2018). Mediating the role of work engagement between personal resources (self-efficacy, the big five model) and nurses' job performance. *International Journal of Human Rights in Healthcare*, 11(3), 176-191.
- [15] Bindl, U. K., ve Parker, S. K. (2010). Feeling good and performing well? Psychological engagement and positive behaviors at work. In S. L. Albrecht (Ed.), *Handbook of Employee Engagement: Perspectives, Issues, Research and Practice* (pp. 385-398). Edward Elgar Publishing.
- [16] Boccoli, G., Gastaldi, L., ve Corso, M. (2023). The evolution of employee engagement: Towards a social and contextual construct for balancing individual performance and wellbeing dynamically. *International Journal of Management Reviews*, 25(1), 75-98.
- [17] Bothma, F. C., ve Roodt, G. (2012). Work-based identity and work engagement as potential antecedents of task performance and turnover intention: Unravelling a complex relationship. *SA Journal of Industrial Psychology*, 38(1), 27-44.
- [18] Campbell, J. P. (1990). Modeling the performance prediction problem in industrial and organizational psychology. In M. D. Dunnette & L. M. Hough (Eds.), *Handbook of Industrial and Organizational Psychology* (pp. 687-732). Consulting Psychologists Press.
- [19] Cabrera-Aguilar, E., Zevallos-Francia, M., Morales-García, M., Ramirez-Coronel, A. A., Morales-García, S. B., Sairitupa-Sanchez, L. Z., ve Morales-García, W. C. (2023). Resilience and stress as predictors of work engagement: the mediating role of self-efficacy in nurses. *Frontiers in Psychiatry*, 14: 1202048.
- [20] Chiesa, R., Toderi, S., Dordoni, P., Henkens, K., Fiabane, E. M., ve Setti, I. (2016). Older workers: Stereotypes and occupational self-efficacy. *Journal of Managerial Psychology*, 31(7), 1152-1166.
- [21] Cho, H. (2021). Power of good old days: how leisure nostalgia influences work engagement, task performance, and subjective well-being. *Leisure Studies*, 40(6), 793-809.
- [22] Corbeau, A., ve Iliescu, D. (2023). The link between work engagement and job performance. *Journal of Personnel Psychology*, 22(3), 111-122.
- [23] Cropanzano, R., ve Wright, T. A. (2001). When a "happy" worker is really a "productive" worker: A review and further refinement of the happy-productive worker thesis. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 53(3), 182.
- [24] Feltz, D. L., Short, S. E., ve Sullivan, P. J. (2008). *Self-efficacy in sport*. Human Kinetics.
- [25] Fredrickson, B. L. (2001). The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions. *American Psychologist*, 56(3), 218-226.
- [26] Fredrickson, B. L., ve Losada, M. F. (2005). Positive affect and the complex dynamics of human flourishing. *American Psychologist*, 60(7), 678-686.
- [27] Gagné, M., ve Deci, E. L. (2005). Self-determination theory and work motivation. *Journal of Organizational Behavior*, 26(4), 331-362.
- [28] Gagné, M., Parker, S. K., Griffin, M. A., Dunlop, P. D., Knight, C., Klonek, F. E., ve Parent-Rocheleau, X. (2022). Understanding and shaping the future of work with self-determination theory. *Nature Reviews Psychology*, 1(7), 378-392.
- [29] Geraci, A., Di Domenico, L., Inguglia, C., ve D'Amico, A. (2023). Teachers' emotional intelligence, burnout, work engagement, and self-efficacy during Covid-19 lockdown. *Behavioral Sciences*, 13(4), 296.
- [30] Geue, P. E. (2018). Positive practices in the workplace: Impact on team climate, work engagement, and task performance. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 54(3), 272-301.
- [31] Goodman, S. A., ve Svyantek, D. J. (1999). Person-organization fit and contextual performance: Do shared values matter. *Journal of Vocational Behavior*, 55(2), 254-275.
- [32] Griffin, M. A., Neal, A., ve Parker, S. K. (2007). A new model of work role performance: Positive behavior in uncertain and interdependent contexts. *Academy of Management Journal*, 50(2), 327-347.
- [33] Gruman, J. A., ve Saks, A. M. (2011). Performance management and employee engagement. *Human Resource Management Review*, 21(2), 123-136.
- [34] Gürbüz, S. (2019). *Sosyal bilimlerde aracı, düzenleyici ve durumsal etki analizleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- [35] Halbesleben, J. R. (2010). A meta-analysis of work engagement: Relationships with burnout, demands, resources, and consequences. *Work Engagement: A Handbook of Essential Theory and Research*, 8(1), 102-117.
- [36] Hantula, D. A. (2015). Job satisfaction: The management tool and leadership responsibility. *Journal of Organizational Behavior Management*, 35(1-2), 81-94.
- [37] Han, Y., ve Wang, Y. (2021). Investigating the correlation among Chinese EFL teachers' self-efficacy, work engagement, and reflection. *Frontiers in Psychology*, 12, 763234.
- [38] Hayes, A. F. (2018). Partial, conditional, and moderated moderated mediation: Quantification, inference, and interpretation. *Communication Monographs*, 85(1), 4-40.
- [39] Hiller, N. J., ve Hambrick, D. C. (2005). Conceptualizing executive hubris: the role of (hyper) core self-evaluations in strategic decision-making. *Strategic Management Journal*, 26(4), 297-319.
- [40] Hirschi, A. (2012). Callings and work engagement: Moderated mediation model of work meaningfulness, occupational identity, and occupational self-efficacy. *Journal of Counseling Psychology*, 59(3), 479.
- [41] Jamillah, K., Setyanti, S. W. L. H., ve Mufidah, A. (2023). The effect of work life balance and self efficacy on employee performance with employee engagement as intervening variable. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 6(1), 304-312.
- [42] Judge, T. A., Jackson, C. L., Shaw, J. C., Scott, B. A., ve Rich, B. L. (2007). Self-efficacy and work-related performance: The integral role of individual differences. *Journal of Applied Psychology*, 92(1), 107-127.
- [43] Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal*, 33(4), 692-724.
- [44] Kahn, W. A. (1992). To be fully there: Psychological presence at work. *Human Relations*, 45(4), 321-349.
- [45] Kato, Y., Chiba, R., Shimazu, A., Hayashi, Y., ve Sakamoto, T. (2023). Antecedents and outcomes of work engagement among psychiatric nurses in Japan. *Healthcare*, 11(3), 295.
- [46] Lai, F. Y., Tang, H. C., Lu, S. C., Lee, Y. C., ve Lin, C. C. (2020). Transformational leadership and job performance: The mediating role of work engagement. *Sage Open*, 10(1), 2158244019899085.
- [47] Lisbona, A., Palaci, F., Salanova, M., ve Frese, M. (2018). The effects of work engagement and self-efficacy on personal initiative and performance. *Psicothema*, 30(1), 89-96.
- [48] Liu, C., Marchewka, J. T., Lu, J., ve Yu, C. S. (2005). Beyond concern-a privacy-trust-behavioral intention model of electronic commerce. *Information & Management*, 42(2), 289-304.
- [49] Luthans, F., ve Youssef, C. M. (2007). Emerging positive organizational behavior. *Journal of Management*, 33(3), 321-349.
- [50] Macey, W. H., ve Schneider, B. (2008). Engaged in engagement: We are delighted we did it. *Industrial and Organizational Psychology*, 1(1), 76-83.
- [51] Machmud, S. (2018). The influence of self-efficacy on satisfaction and work-related performance. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 4(4), 43-47.
- [52] MacKinnon, D. P., Lockwood, C. M., ve Williams, J. (2004). Confidence limits for the indirect effect: Distribution of the product and resampling methods. *Multivariate Behavioral Research*, 39(1), 99-128.
- [53] Mazzetti, G., Robledo, E., Vignoli, M., Topa, G., Guglielmi, D., ve Schaufeli, W. B. (2023). Work engagement: A meta-analysis using the job demands-resources model. *Psychological Reports*, 126(3), 1069-1107.
- [54] Mazzetti, G., Schaufeli, W. B., ve Guglielmi, D. (2016). Are workaholism and work engagement in the eye of the beholder? *European Journal of Psychological Assessment*, 34(1), 30-40.
- [55] Mauno, S., Kinnunen, U., Mäkikangas, A., ve Feldt, T. (2010). Job demands and resources as antecedents of work engagement: A qualitative review and directions for future research. In S. L. Albrecht (Ed.), *Handbook of employee engagement: Perspectives, Issues, Research and Practice* (pp. 111-128). Edward Elgar Publishing.

- [56] Meng, Q., ve Zhang, Q. (2023). The influence of academic self-efficacy on university students' academic performance: The mediating effect of academic engagement. *Sustainability*, 15(7), 5767.
- [57] Musenze, I. A., Mayende, T. S., Wampande, A. J., Kasango, J., ve Emojong, O. R. (2021). Mechanism between perceived organizational support and work engagement: Explanatory role of self-efficacy. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 37(4), 471-495.
- [58] Nagarajan, R., Alagiriswamy, R., ve Parayitam, S. (2023). The effect of job crafting on performance and satisfaction: Physical engagement as a mediator and cognitive and emotional engagement as moderators. *IIM Kozhikode Society & Management Review*, 12(2), 135-156.
- [59] Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.
- [60] Orgambidez, A., Borrego, Y., ve Vázquez-Aguado, O. (2019). Self-efficacy and organizational commitment among Spanish nurses: The role of work engagement. *International Nursing Review*, 66(3), 381-388.
- [61] Ouweneel, E., Schaufeli, W. B., ve Le Blanc, P. M. (2013). Believe, and you will achieve: Changes over time in self-efficacy, engagement, and performance. *Applied Psychology: Health and Well-Being*, 5(2), 225-247.
- [62] Panda, A., Sinha, S., ve Jain, N. K. (2022). Job meaningfulness, employee engagement, supervisory support and job performance: A moderated-mediation analysis. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 71(6), 2316-2336.
- [63] Preacher, K. J., Rucker, D. D., ve Hayes, A. F. (2007). Addressing moderated mediation hypotheses: Theory, methods, and prescriptions. *Multivariate Behavioral Research*, 42(1), 185-227.
- [64] Ren, S., ve Chadee, D. (2017). Ethical leadership, self-efficacy and job satisfaction in China: The moderating role of guanxi. *Personnel Review*, 46(2), 371-388.
- [65] Rich, B. L., Lepine, J. A., ve Crawford, E. R. (2010). Job engagement: Antecedents and effects on job performance. *Academy of Management Journal*, 53(3), 617-635.
- [66] Ryan, R. M., ve Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78.
- [67] Schaufeli, W. B., ve Bakker, A. B. (2004). Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: A multi-sample study. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 25(3), 293-315.
- [68] Schaufeli, W. B., Bakker, A. B., ve Salanova, M. (2006). The measurement of work engagement with a short questionnaire: A cross-national study. *Educational and Psychological Measurement*, 66(4), 701-716.
- [69] Schaufeli, W. B., Bakker, A. B., ve Van Rhenen, W. (2009). How changes in job demands and resources predict burnout, work engagement, and sickness absenteeism. *Journal of Organizational Behavior*, 30(7), 893-917.
- [70] Schaufeli, H. B., ve Salanova, M. (2010). How to improve work engagement? In S. L. Albrecht (Ed.), *Handbook of Employee Engagement: Perspectives, Issues, Research and Practice* (pp. 399-415). Edward Elgar Publishing.
- [71] Schaufeli, W. B., Salanova, M., González-Romá, V., ve Bakker, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3, 71-92.
- [72] Schaufeli, W. B., Taris, T. W., ve Van Rhenen, W. (2008). Workaholism, burnout, and work engagement: Three of a kind or three different kinds of employee well-being? *Applied Psychology*, 57(2), 173-203.
- [73] Schwarzer, R., ve Jerusalem, M. (1995). Generalized self-efficacy scale. In M. Johnston, J. Weinman, S. C. Wright (Eds.), *Measures in Health Psychology: A User's Portfolio* (pp. 35-37). Nfer-Nelson.
- [74] Seggelen - Damen, I., ve Dam, K. (2016). Self-reflection as a mediator between self-efficacy and well-being. *Journal of Managerial Psychology*, 31(1), 18-33.
- [75] Seligman, M. E., ve Csikszentmihalyi, M. (2000). Special issue: Positive psychology. *American Psychologist*, 55(1), 5-14.
- [76] Shu, K. (2022). Teachers' commitment and self-efficacy as predictors of work engagement and well-being. *Frontiers in Psychology*, 13, 850204.
- [77] Sitzmann, T., ve Yeo, G. (2013). A meta-analytic investigation of the within-person self-efficacy domain: Is self-efficacy a product of past performance or a driver of future performance? *Personnel Psychology*, 66(3), 531-568.
- [78] Stajkovic, A. D., ve Luthans, F. (1998). Self-efficacy and work-related performance: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 124(2), 240-261.
- [79] Stanley, P. J., ve Schutte, N. S. (2023). Merging the self-determination theory and the broaden and build theory through the nexus of positive affect: A macro theory of positive functioning. *New Ideas in Psychology*, 68, 100979.
- [80] Steinbauer, R., Renn, R. W., Chen, H. S., ve Rhew, N. (2018). Workplace ostracism, self-regulation, and job performance: Moderating role of intrinsic work motivation. *The Journal of Social Psychology*, 158(6), 767-783.
- [81] Susila, M. R. (2023). The role of work engagement in mediating the effect of job characteristics and compensation on performance. *Asian Management and Business Review*, 3(1), 60-73.
- [82] Tian, G., Wang, J., Zhang, Z., ve Wen, Y. (2019). Self-efficacy and work performance: The role of work engagement. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 47(12), 1-7.
- [83] Tsai, W. C., Chen, C. C., ve Liu, H. L. (2007). Test of a model linking employee positive moods and task performance. *Journal of Applied Psychology*, 92(6), 1570.
- [84] Tu, B., Luo, X., Sitar, S., ve Huang, C. (2022). Job demands, resources, and task performance in Chinese social workers: Roles of burnout and work engagement. *Frontiers in Public Health*, 10.
- [85] Van Zyl, L. E., Van Oort, A., Rispens, S., ve Olckers, C. (2021). Work engagement and task performance within a global Dutch ICT consulting firm: The mediating role of innovative work behaviors. *Current Psychology*, 40, 4012-4023.
- [86] Vancouver, J. B., ve Kendall, L. N. (2006). When self-efficacy negatively relates to motivation and performance in a learning context. *Journal of Applied Psychology*, 91(5), 1146.
- [87] Vancouver, J. B., Thompson, C. M., Tischner, E. C., ve Putka, D. J. (2002). Two studies examining the negative effect of self-efficacy on performance. *Journal of Applied Psychology*, 87(3), 506.
- [88] Xu, Y., Liu, D., ve Tang, D. S. (2022). Decent work and innovative work behaviour: Mediating roles of work engagement, intrinsic motivation and job self-efficacy. *Creativity and Innovation Management*, 31(1), 49-63.
- [89] Yao, J., Qiu, X., Yang, L., Han, X., ve Li, Y. (2022). The relationship between work engagement and job performance: Psychological capital as a moderating factor. *Frontiers in Psychology*, 13, 729131.
- [90] Yongxing, G., Hongfei, D., Baoguo, X., ve Lei, M. (2017). Work engagement and job performance: The moderating role of perceived organizational support. *Anales de Psicologia/Annals of Psychology*, 33(3), 708-713.
- [91] Yun, M., ve Beehr, T. (2023). Too much of a good thing? Curvilinear effect of instrumental social support on task performance via work engagement. *Applied Psychology*, 72(2), 674-696.
- [92] Zhao, X., Lynch Jr, J. G., ve Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197-206.
- [93] Zimmerman, B. J. (1995). Self-efficacy and educational development. *Self-efficacy in Changing Societies*, 1(1), 202-231.



SANAYİ VE TEKNOLOJİ BAKANLIĞININ BÜTÇE DÖNEMLERİNİN DOĞRULUK İLKESİ YÖNÜNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ

KENAN ABACI*

*Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, kenanabaci@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-4713-2310>.

ÖZ

Toplumun karar alma sürecindeki en hayati kararlardan biri olan bütçeler, demokratik yönetim biçiminin doğuşu ve gelişmesinde önemli bir rol oynar. Bütçeler hazırlanırken, günümüzde artık kapalı kapılar ardında gizli kararlar ve uygulamalardan uzaklaşmıştır. Bunun yerine, bütçelerle ilgili işlemler ve kararlar gerçeklere uygun bir şekilde yapılmak ve herkesin anlayabileceği bir şekilde sunulma gerekliliği doğmuştur. Bütçelerin gerçek anlamda etkin olabilmesi için, doğruluk ve şeffaflık ilkelerine uygun bir şekilde yönetilmeleri gerekmektedir. Bütçe tahminleri gerçekçi ve güvenilir olmalı, bütçeyi hazırlayanlar ise dürüst ve iyi niyetli yaklaşımlar sergilemelidir. Bu sayede bütçeler, planlama ve yönetim aracı olarak güçlü bir rol oynayabilirler. Türkiye’de Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının 2002-2022 dönemi bütçelerinin gider tahminleri verileriyle doğruluk ilkesinden sapmalarının olup olmadığı incelenmiştir. Bütçe giderlerindeki tahmin hataları dikkate alındığında, doğruluk ve samimilik ilkelerinden uzaklaşıldığı görülmektedir. Tahmin hatası oranlarının yüksek olması, bütçe yapım sürecinde belirsizliklere karşı yeterli esnekliğin sağlanmadığını ve farklı senaryoların değerlendirilmediğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Bütçede Doğruluk İlkesi, Tahmin Hatası Yöntemi, Vergi Gelirleri, Bütçe Gerçekleşme Rakamları.

EVALUATION OF THE BUDGET PERIOD OF THE MINISTRY OF INDUSTRY AND TECHNOLOGY IN TERMS OF THE PRINCIPLE OF ACCURACY

ABSTRACT

As one of the most vital decisions in the decision-making process of society, budgets play an important role in the emergence and development of democratic governance. Today, the preparation of budgets has moved away from secret decisions and practices behind closed doors. Instead, budgetary procedures and decisions need to be made in accordance with the facts and presented in a way that everyone can understand. For budgets to be truly effective, they must be managed in accordance with the principles of accuracy and transparency. Budget estimates should be realistic and reliable, and budget preparers should be honest and well-intentioned. In this way, budgets can play a powerful role as planning and management tools. In Turkey, the expenditure forecasts of the Ministry of Industry and Technology’s budget for the period 2002-2022 were analyzed for deviations from the principle of accuracy. Considering the estimation errors in budget expenditures, it is seen that the principles of accuracy and sincerity are deviated from. The high rate of forecast errors indicates that there is not enough flexibility against uncertainties and different scenarios are not evaluated in the budget making process.

Keywords: Accuracy Principle in Budget, Estimation Error Method, Tax Revenues, Budget Realization Figures.

Editör / Editor:

Gökhan ÇOBANOĞULLARI,
Erciyes Üniversitesi, Türkiye

*Sorumlu Yazar/ Corresponding Author:

Kenan ABACI,
kenanabaci@gmail.com

Geliş: 25 Eylül 2023

Received: September 25, 2023

Kabul: 11 Şubat 2024

Accepted: February 11, 2024

Yayın: 30 Nisan 2024

Published: April 30, 2024

Atıf / Cited as (APA):

Abacı, K. (2024),
Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının Bütçe Dönemlerinin Doğruluk İlkesi Yönünden Değerlendirilmesi, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 67, 161-166,
doi: 110.18070/erciyesiibd.1364889

GİRİŞ

Bütçeler, sadece mali kaynakların tahsisiyle ilgili değildir, aynı zamanda toplumsal önceliklerin belirlenmesi ve hedeflerin gerçekleştirilmesiyle de ilgilidir. Bu nedenle, bütçelerin toplumun ihtiyaçlarını yansıtması ve kamu kaynaklarının rasyonel bir zemine sevk ve idaresi fevkalade önemlidir. Bu, adil ve verimli bir şekilde kaynakların kullanılmasını sağlayarak toplumun ihtiyaçlarına uygun politikaların oluşturulmasını temin eder.

Vergi toplamanın adım süreçleri, devlet organizasyonunda, toplumun ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla ortaya çıkan giderlerin karşılanmasına yönelik finansman için kullanılır. Bu süreçte, vergi toplama yöntemleri kullanılarak vatandaşlardan vergi tahsil edilir (Dosyası, Demir, & Gülten, 2013). Vergi gelirleri, vatandaşların ihtiyaçlarının giderilmesi ve kamu hizmetleri giderlerinin karşılanması amacıyla kullanılan kaynaklardır. Bu gelirler, ekonomik dengeyi sağlamak, kamu hizmetlerini desteklemek ve sosyal programları finanse etmek gibi hedefler doğrultusunda kullanılır. Vergi toplama süreci, genellikle vergi kanunları ve yasal düzenlemeler çerçevesinde yürütülür ve vergi mükelleflerinin haklarını korumayı amaçlar. Bu süreç, devlet bütçesinin yönetimini sağlar ve kamu hizmetlerinin sürdürülebilirliği için kaynak oluşturur.

Kamu harcamalarındaki artışlar, 20. yüzyıldan itibaren başlayarak ekonomik ve sosyal değişimlere yol açmıştır. Yirminci yüzyılın başlarından itibaren ekonomik koşullardaki değişimler, kamu harcamalarında artışa neden olmuştur. Bütçeye önemli bir görev atfedilen bu durumda, bütçenin yönetilmesi zorlu ve karışık bir duruma yönelmiştir. Bu noktada, kamu harcama yönetiminin etkin ve isabetli olarak yapılması, ayrıca kıt kaynakların doğru yerlere aktarılması da önem kazanmıştır (Bektaş & Çetinkaya, 2021). Bu nedenlerle, bütçe kalemlerindeki gelir ve gider tahminleri belirlenirken gerçekçi araştırma raporları doğrultusunda doğruluktan sapma yapılmadan gerçekleştirilmesi ekonomik veriler yönünden önemlidir.

Bütçe, bir ülkedeki ekonominin yol haritasını göstermektedir. Diğer bir ifadeyle, ekonominin ön sözüdür, bu sebeple bütçenin hazırlanması ve kabul edilmesi her ülkede her dönemde büyük bir önem taşımaktadır. Bütçe, ekonomik büyüklüğün kamu bölümünü ve sınırları belli olan resmi bir belge çıktısı oluşturduğundan gündemde yerini her zaman bulmaktadır (Tüleykan, 2009). Bütçe tahminleri, gelecek yılın harcamalarını ve gelirlerini planlandığından, bütçenin oluşturulması zamanında hassasiyetle üzerinde durulması gereken özel durumlardır. Ekonomik istikrarın sürekli olduğu zamanlarda bütçe tahminleri daha doğru iken, kriz dönemlerinde tahminlerdeki sapmaların artabileceği bilinmektedir. Bu nedenle, kamu ekonomisinin performansını değerlendirirken bütçe tahminlerinin gerçekleştirmeleri kadar ekonomik krizlerde kritik bir rolü bulunmaktadır.

I. BÜTÇE KAVRAMI, BÜTÇE TAHMİNİ VE BÜTÇENİN DOĞRULUK İLKESİ

Bütçe, bir kuruluşun belirli bir dönem içindeki gelirlerini ve harcamalarını planlamak için kullandığı temel bir araçtır. Ancak bütçelerin doğruluğu, planlama sürecinin başarısını etkileyen temel faktörlerden biridir. Bütçe gelir ve gider olmak üzere iki bölüme ayrılmaktadır. Bütçenin gelir toplamını oluşturan gelir kalemleri ile gider kalemlerini oluşturan gider toplamı tahminleri ile gelir ve gider gerçekleşme rakamları arasındaki farklar, bütçenin doğruluğunu etkileyen önemli bir faktördür. Bu farklar, bütçenin gerçekçi bir şekilde planlanmasını ve hedeflenen finansal hedeflere ulaşılmasını zorlaştırabilir. Diğer bir ifadeyle; bütçenin geliri ve gideri tahmin edilir, akabinde gerçekleşme rakamları arasında bir fark olması halinde, bütçe yönetimi ve kamu maliyesi tarafından incelenmektedir. Bu farklar, planlama sürecindeki eksiklikler, tahmin hataları, beklenmeyen olaylar ve bütçe uygulamalarındaki sorunlar nedenleriyle ortaya çıkabilmektedir.

Bütçeler, hedeflenen sonuçların elde edilmesi için bir maliye politikası aracı olarak kullanılır ve bu nedenle gerçekçi bir şekilde hazırlanmaları gerekmektedir. Bütçe tahminleri, uygulanacak politikaların başarısını doğrudan etkileyeceğinden, objektif ve subjektif açıdan ele alınır. Bu değerlendirmeler, bütçenin doğruluk ve samimiyet ilkelerinin anlamlarına karşılık gelmektedir. (Gürsoy, 1980).

Bütçeye doğruluk ilkesi yönünden bakıldığında, bütçenin hazırlık aşamasında tahmin edilen rakamlar, mevcut koşullara uygun ve gerçekçi bir şekilde hazırlanmasını gerektirir. Bu ilke, ülke kamu ekonomisinin gerçekçi değerlendirmesini içermekte, bu bağlamda bütçenin gelir ve gider tahminleri gerçekleştirirken en doğru yöntemlerle yapılmalıdır (Edizdoğan ve Çetinkaya, 2010).

Bütçeye samimiyet ilkesi yönünden bakıldığında ise, bütçe üzerinde çalışan kişilerce, ekonomik gerçekleri ile politikaları yansıtması akabinde çalışılan bütçe tahminlerinin içtenlikle olduğuna inanması gerekliliğini vurgular (Gürsoy, 1980). Tahminlerin gerçekçi ve samimi bir şekilde yapılması, bütçe sürecinin güvenilirliğini ve etkinliğini artırır.

Bütçe tahminlerinin gerçekleştirmelerle önemli farklılıklar göstermesi, doğruluk ve samimiyet ilkelerine uyulmadığının bir göstergesidir. Bu durumda, tahminlerin tekrar gözden geçirilerek daha objektif, gerçekçi ve içtenlikle hazırlanması gerekmektedir. Böylece, bütçe süreci daha sağlam bir temele oturacak ve akabinde de gerçek hedeflere gerçek politikalarla ulaşılacaktır.

Bütçenin hangi anlam taşıdığına bakıldığında gerek gelir gerek gider kalemlerini ve rakamlarını belirlemeden oluşan çalışmalar ile oluşan tahminler, bulunan yıldan önceki verilerle gelecek yıl haritası oluşturulur. Diğer bir ifadeyle, ülke ekonomisinin röntgeninin çekilerek gelecek yıllardaki ekonominin istikrara, ekonomik ve mali planlamaya odaklanan, yasal gereksinimlere dayalı bir doküman olan bütçe belgesi, bütçe tahminlerinin sağlıklı bir şekilde hazırlanabilmesi bazı kriterlere sahip olmalıdır. Bu kriterler, Edizdoğan ve Çetinkaya (2011)'nin çalışmasında aşağıda sıralandığı gibidir.

Bütçe tahminlerinde tutarlılık ve doğruluk ilkesini sağlamak için bazı önemli özellikler bulunmaktadır. Bütçe gider tahminleri, genellikle harcamaların üst sınırlarını belirlemek için kullanılabilir. Yani bütçede belirlenen harcamaların bu tahminlerle uyumlu olması ve belirlenen sınırlar içerisinde kalması önemlidir. İlaveten, bütçe gider tahminleri, hangi harcama kalemine bağlandı ise net bir şekilde belirtilmelidir. Sadece belirlenen harcamaya yönlendirilmelidir.

Bütçe gelir tahminleri, öngörülen kaynaklar dışında başka bir kaynaktan gelir toplanmaması gerektiği ilkesine dayanmalıdır. Yani bütçede öngörülen gelirler, planlanan kaynaklarla sınırlı olmalı ve diğer kaynaklara başvurulmamalıdır. Bu, bütçenin sağlıklı bir temele dayanmasını ve finansal kararların güvenilirliğini sağlamak için önemlidir.

Bütçe tahminlerinde alt veya üst sınırlar belirlemek zorunlu değildir. Gelir tahminlerinde olduğu gibi, gider tahminlerinin de belirli sınırlar içinde kısıtlanması gerekmez. Bunun yerine, bütçe gider tahminleri, belirlenen harcamaların gerçekçi bir şekilde planlanması ve kullanılmasını üzerine odaklanmalıdır.

Bütçe tahminlerindeki sapmalar, bütçe uygulayıcılarının performansı veya başarısızlığı hakkında değerli veriler sunabilir. Tahminlerin gerçekleşmesi, bütçe yapıcıların başarılarını veya samimiyetlerini değerlendirmek için kriterdir. Gelecekte daha doğru tahminler yapabilmek için gerekli iyileştirmelerin yapılması ve bütçe yönetiminin güvenilirliğinin artırılması hedeflenebilir.

Türkiye’de bütçe gelir tahminlerinde çeşitli yöntemler kullanılmaktadır. Bu yöntemler, otomatik yöntemler ve doğrudan takdir yöntemi olarak değerlendirilebilir. Türkiye kurum ve kuruluşları bütçe gelir tahminlerini oluştururken doğrudan takdir yöntemini tercih etmektedirler. Bununla birlikte, geçmiş yılların gerçekleştirmeleri ve mevcut yılın kesinleşmiş aylık gelirler incelenerek tahmini gelirler oluşturulmaktadır (Tügen, 2018). Gelir tahminlerinin oluşturulması sırasında, ekonomik, mali ve sosyal göstergelerin hassas bir şekilde tespit edilmesi, siyasi etkilerden arındırılması ve bütçe prensiplerine uygun olması büyük bir öneme sahiptir. Bütçenin doğruluk ilkesi açısından değerlendirilmesi konusunda, bireysel değerlendirmelerin zorluğu nedeniyle subjektif doğruluğun ölçülmesi oldukça zorlu bir görevdir. Bu konuda yetkililere tasarruf hakkı tanınmış olup, kişisel vicdanlarıyla ilgili bir konudur. Bu nedenle, nesnel doğruluk ölçülebilmesi için matematiksel analizler kullanılmaktadır.

Bütçe gerçekleştirmeleri, tahmin edilen rakamlara ne kadar yakınsa, bütçenin objektif doğruluk ilkesinin daha iyi uygulandığına işaret eder (Oskey & Güven, 2017).

Diğer taraftan, çalışmada bütçe tahminlerinin doğruluğunu

değerlendirmek için matematiksel yöntemler kullanılacaktır. Temsil demokrasi ile yönetilen toplumlarda, seçmenlerin asil, yöneticilerin vekil olduğu kabul edilmektedir. Halk, yönetime dair yetkilerini vekili olarak parlamentoya vermektedir. Bütçe, asil-vekil ilişkisi içinde halkın vergi yükünü ve toplanan vergilerin doğru yerlere harcanmasını içerdiği için, halkın yönetenlere verdiği en önemli yetkilerden birini temsil eder (Biçer & Yılmaz, 2009). Bu çerçevede değerlendirildiğinde, bütçenin aşamaları halkları direk ilgilendirmekte hatta bütçe aşamalarında toplumun merakını çekerek bütçe hazırlık aşamasına katılım özendirilmelidir. Bu itibarla, çeşitli ülkeler, bütçenin “objektif doğruluk ilkesi”ni geniş bir şekilde çalışma alanı olarak belirlemiş ve bu çalışma sonuçları da fiziki veya dijital ortamlarda yayınlanmıştır.

II. LİTERATÜR TARAMASI

Bütçenin doğruluğu, kamunun sahip olduğu kaynakların rasyonel zeminde doğru bir şekilde paylaştırıldığı noktasında bütçe politikalarının sonuçları yönünden önemlidir. Bu nedenle bütçe yönetim sürecinde özellikle dikkate alınması gereken bir faktördür. Bu bağlamda, bütçenin doğruluğu ve gelir-gider tahminleri arasındaki farklar konusunda birçok akademik çalışma yapılmıştır. Örneğin, Zhang vd. (2018), Çin’de yerel hükümetlerin bütçe yönetimindeki başarısızlıklarını, Rahman vd. (2021), Bangladeş’te kamu bütçesi yönetimindeki sorunları, Oluwasegun vd. (2019), Nijerya’da bütçe hedeflerinin gerçekleşmesi konusunda yaşanan zorluklar incelenmiştir. Bu çalışmalar, bütçe yönetiminde doğru bir planlama ve tahmin sürecinin önemini vurgulamaktadır.

Bütçenin doğruluğu, birçok faktörün bir arada değerlendirilmesiyle sağlanabilir. Bu faktörler arasında öncelikle bütçenin hazırlanması sürecindeki veri kalitesi ve tahmin yöntemleri, beklenmeyen durumlar için ayrılan yedek fonların yeterliliği, bütçe uygulamalarının takibi ve kontrolü, bütçe esnekliği gibi konular yer almaktadır. Bütçe yönetimi sürecinde doğru planlama ve tahmin yöntemlerinin kullanılması, bütçe esnekliğinin sağlanması ve bütçe uygulamalarının takibi ve kontrolü gibi konuların dikkate alınması gerekmektedir.

Bütçe gelir gider tahminleri ile gerçekleşme rakamları arasındaki farkın incelenmesi, bütçe planlaması ve uygulamasının doğru bir şekilde yapılması için önemlidir. Bu konu; kamu sektörü, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının her birinde farklı bir öneme sahiptir. Bu nedenle, farklı disiplinlerden birçok yazar bu konuda çalışmalar yapmıştır.

Türkiye için 1983 – 1998 dönemine ilişkin bütçe harcama verileri toplanarak veri analizi ile incelendiği Şenesen (2000) tarafından yapılan çalışmada, bütçede tahsis edilen ödenek ile gider tahminleri arasında gerçekleşen giderler arasındaki istatistiksel anlamlılık ve sapmaların tespit edilmiştir. 1983 – 1998 dönemine ilişkin bütçe harcama verileri için yapılan analiz sonucunda “Tahmin hatası” “Yüzde Sapmaların Aritmetik Ortalaması”, “Mutlak Yüzde Sapmaların Aritmetik Ortalaması” ile “Yüzde Sapmaların Kareli Ortalamasının Kökü” kullanılmış, diğer taraftan başlangıç ödeneği ve gider tahminleri ile gerçekleşen gider verileri analiz edildiğinde gider bütçesinde tahminlerde büyük ölçüde sapmalar olduğu, 1992 yılı itibarıyla sapmalar yönünden bakıldığında “rassallık dizilim sınaması” sonucunda faiz ödemeleri dışında bütçe giderlerinde sapmaların standart bir yükselişe dönüştüğü sonucuna varılmıştır. Bu durum ise literatürde yer alan 1991 ile 2002 yılları arasında Türkiye’nin konsolide bütçe uygulamasının analizi ve sonuçlarının karşılaştırıldığı çalışmada Dayar (2003) ve Türkiye’nin 1981-2003 dönemlerindeki bütçe gelir ve harcama tahminleri ile gerçekleştirmelerinin etkisinin incelendiği çalışmalar ile de desteklenmektedir. Buna göre yapılan araştırmanın sonucunda elde edilen bulgularda bütçe gelir tahminlerinin yüksek, harcama tahminlerinin ise düşük yapıldığı tespit edilmiştir. Bağdigen (2005) çalışmasında; tahmin edilen ve gerçekleşen bütçe gelir gider rakamlarının farklarının fazla olduğu bu nedenle de tahminler yapılırken daha dikkatli ve planlı yapılması gerekliliğini vurgulamaktadır. Benzer bir çalışma da Özcan (2012)’ye aittir. Aynı şekilde Bağdigen (2005) ile Özcan (2012) çalışmalarını destekleyici Güneş (2022) tarafından yapılan çalışmada; “Türkiye’de 1996-2020 dönemine ilişkin merkezi yönetim bütçe gelir ve gider tahminlerinin doğruluk ilkesi aracılığıyla değerlendirilmesi” sonucunda, tahmin hatalarının olduğu, bütçe gider tahminlerinde gelir tahminlerine göre yüksek oranda sapmalar olduğu görülmüştür.

1924 – 2010 dönemini kapsayan geniş bir çalışmada, Bağdigen (2005)’ten farklı olarak “Tahmin hatası”, “Theil’in eşitsizlik katsayısı” ve “Rasyonel beklentiler hipotezi” yöntemleri kullanılmıştır. Sonuçta, deneklerinin yüksek tahmin edildiği, Rasyonel beklentiler hipotezi analizi sonucunda ise gider ve gelir tahminlerinin, rasyonel beklentiler hipotezinde aranan rasyonel hipoteze uygun olarak yapılmadığı tespit edilmiştir. Literatür taramasında, gelir ve gider tahmin ile gerçekleşme rakamlarının genellikle farklı çıktığı, gelirlerin yüksek, giderlerin ise düşük olarak tahmin edildiği belirtilmektedir. Aynı şekilde Özcan ve Tosun (2014), 1924 – 2012 döneminde bütçe ilkelerinden “Doğruluk” ilkesi yönünden Milli Eğitim Bakanlığını ele almıştır. Başlangıç tahminlerinin düşük olduğu, yılsonu ödenek tahminlerinin ise yüksek olduğu ortaya konmuştur. Sapmaya ilişkin olarak anılan dönemde vergilerle ilgili vergi afları, mevzuat değişiklikleri ve özelleştirmelerin gecikmesi sebep olarak gösterilmektedir. Benzer şekilde Oskay, ve Güven (2017)’de Türkiye’de 1980-2015 yıllarını kapsayan bütçe ilkeleri doğrultusunda veri analizi yapmıştır. İstatistiksel olarak ‘tahmin hatası’ yöntemini kullanarak, nihayetinde gelir ve gider tahminleri ile gerçekleşme rakamlarının bütçe ilkesi uygulamasına uyulmadığı tespit edilmiştir. Özcan ve Umur (2014) gibi Oskay ve Güven (2017)’de bütçe gelir ve gider tahminlerinde sapmaların meydana geldiği tespit edilerek aynı sonuçlara ulaşılmıştır. Benzer bir çalışma Gerçek ve Bakar (2013) tarafından gerçekleştirilmiştir. Genel bütçe gelir tahminleri ve gerçekleştirmeleri arasındaki sapmaları 1982-2011 yılları arasında incelemiştir. Diğer çalışmalardan farkı, sadece dönemsel olarak gelir kalemini ele almıştır. Bütçe gelir tahminleri ile gerçekleştirmeleri arasında bir farkın, birçok ülke için maksimum %5 ile sınırlı kalmak kaydıyla kabul edilebilir olduğu belirtilmiştir. 13 yıllık dönemin ortalamasının %5’in üzerinde olduğunu tespit etmiş, bunun sebebinin de sürekli olan vergi afları ile mevzuat değişiklikleri ve özelleştirmenin yapılamaması veya gecikmesi bütçe gelirlerindeki sapmaların sebebi olarak göstermektedir.

Genel Bütçe ve Özel Bütçeli İdarelerin, ekonomik kod sınıflandırması dahilinde ele alındığı 2008 yılı bütçe gider gerçekleştirmelerinin, 2006-2008 OVMP, 2007-2009 OVMP, 2008-2010 OVMP ödenek teklif tavanları ve 2008 yılı Bütçe Başlangıç Ödenekleri ile tahmin hataları için Çiçek (2010) tarafından yapılan başka bir çalışmada elde edilen bulgular Bağdigen (2015)’in sonuçları ile aynı olup 9 (dokuz) gider kalemi için ayrı ayrı sapmalar tespit edilmiştir. 2008 yılı kapsamında bütçe giderleri tahmininin gerçekleşme rakamlarına göre fazlaca bir sapma olduğu, tahmin ve gerçekleşme rakamlarının ise süresi uzadığından tutarsızlıkların da arttığı belirlenmiştir. Bu çalışmaya benzer olup, bütçe takvimine uyulup uyulmadığı takvim sürecinin de ayrıca analize dâhil edildiği Kalkan (2019) tarafından yapılan diğer bir çalışmada, 5018 sayılı KMYKK’de belirtilen bütçe takvimine uyulup uyulmadığı, OVP ve OVMP (2006-2016 yıllarında OVMP uygulaması yürürlükte) ile OVMP ve Bütçe arasındaki uyumsuzlukları ayrıca tüketim malzemeleri özelinde kurumların harcamalarının rasyonel olup olmadığı sorgulanarak, bütçe çağrısının zamanında yayınlanmadığı, gibi OVMP’de, program dahilinde kamu mali yönetimi ile bütçe ilkeleriyle uyumlu olmadığı belirtilmiştir. Bunun da talep enflasyonundan kaynaklandığı değerlendirilmiştir.

Diğer çalışmalardan farklı olarak tek hükümet ve koalisyon hükümetleri dönemi incelenmiştir. Bütçe gider ve gelir tahminlere ilişkin durumların tek partili ve koalisyon hükümetleri dönemleri dönemlerinde gelir gider bütçe tahmin ve gerçekleşme verilerinde farklılık olup olmadığına yönelik bir diğer çalışma da Aslan ve Bilge (2009)’a aittir. Türkiye’de 1950–2006 yılları tek partili ve koalisyon hükümetleri dönemlerinin bütçe gelir gider tahmini ile gerçekleşme rakamlarına ilişkin veriler incelenmiş, istatistiksel yöntemlerden “t” testi ve regresyon analizi ile istatistiksel analizlerde, bütçe giderleri ile gelirlerin tahmini ve gerçekleşen rakamlardaki sapmaların GSMH’ye oranı değişken veri olarak yer almaktadır. Regresyon analizi aşamasında modele enflasyon değişken verilerinin reelleştirilerek eklenmiştir. Yapılan analiz ile tek partili hükümet dönemlerinde gerçekleşen bütçe giderleri sapmalarının koalisyon hükümetleri dönemlerine göre az olduğu sonucuna varılırken, gelir tahminleri / gerçekleşme rakamları arasında fazlaca bir fark bulunmadığı sonucuna ulaşılmaktadır. Esasen, tek partili hükümet dönemlerinin gelir ve gider tahminlerinde biraz daha dikkatli olduğu değerlendirilmektedir. Bir örnek olarak, Beyazıt

ve Canbolat (2020), Türkiye’de kamu bütçesi açıklarının sürdürülemez boyutta olduğunu belirtmektedirler. Bu açıkların nedenlerini araştırmak ve önlem almak için gelir ve gider tahminlerinin doğruluğunun araştırılması gerektiği ifade edilmektedir.

Başka bir örnek olarak, Kwak vd. (2017), ABD hükümetinin bütçe yönetimi sürecindeki başarısızlıklarını araştırmaktadır. Yazarlar, bu başarısızlıkların önemli bir nedeninin, bütçe tahminlerinin gerçekleşmelerden önemli ölçüde farklı olması olduğunu belirtmektedirler. Bu konuda yapılan diğer çalışmalardan bazıları şunlardır: Zhang vd. (2018), Çin’de yerel hükümetlerin bütçe yönetimindeki başarısızlıkları; Rahman vd. (2021), Bangladeş’te kamu bütçesi yönetimindeki sorunları ve Oluwasegun vd. (2019), Nije Zhang ve diğerleri (2018), Çin’de yerel hükümetlerin bütçe yönetimindeki başarısızlıklarını araştırmışlardır. Çalışmalar, Çin’deki yerel hükümetlerin gelir ve harcama tahminlerinde sık sık hatalar yaptığını ve bu hataların uzun vadede kamu finansmanında ciddi sorunlara yol açabileceğini ortaya koymaktadır.

Benzer şekilde, Rahman ve diğerleri (2021), Bangladeş’te kamu bütçesi yönetimindeki sorunları incelemiştir. Çalışmalar, Bangladeş hükümetinin bütçe planlaması ve uygulamasındaki yetersizlikleri vurgulayarak, hükümetin bütçe yönetimi konusunda daha etkili ve verimli olması için öneriler sunmaktadır.

Birçok araştırma, bütçe gelir gider tahminlerinin gerçekleşmelerden farklı olmasının yaygın bir durum olduğunu göstermektedir. Bir örnek olarak, Joo ve Green (2015) tarafından yapılan bir araştırmada, kamu sektöründe bütçe tahminlerinin gerçekleşmelerden %10-15 kadar farklı olduğu bulunmuştur. Bu farkın nedenleri arasında, tahminlerin gerçekçi olmayışı, ekonomik belirsizlikler, yöneticilerin hedeflerinin gerçekleşmesi ve mali disiplin olmaması gibi faktörler yer almaktadır. Bazı araştırmalar, bütçe tahminlerinde iyimserlik eğilimlerinin olduğunu da göstermektedir.

Bütçe gelir gider tahminleri ile gerçekleşmeleri arasındaki farkların yönetim kararlarına etkisi de önemli bir konudur. Örneğin, Gerpott ve Windolph (2016) tarafından yapılan bir araştırmada, bütçe tahminlerinin gerçekleşmelerden sapması ile yöneticilerin performansı arasında bir ilişki olduğu bulunmuştur. Allan (1965) İngiltere’de, 1951-1963 yıllarında, Auld (1970) Kanada ülkesinde yapılan 1949-1968 dönemini kapsayan bütçe gelir ve gider tahminleri ile gerçekleşme rakamlarına ait çalışmalarda da gelir tahminlerinin, gider tahminlerine kıyasla makul olduğu anlaşılmıştır. Diğer taraftan ise Asher (1978) tarafından 1967-1976 yılları ve Bhattacharya ve Kumari, (1988) 1961-1986 dönemini kapsayan Hindistan ülkesinde bütçe tahmin ve gerçekleşme rakamlarının değerlendirildiği çalışmalarda, gider ve gelir bütçelerinin ikisinin de düşük tahmin edildiği fakat bütçenin gider tahmininde hatanın yüksek olduğu gibi rasyonel beklentilerle uyumlu olmadığı anlaşılmıştır. Bu sorunun sadece Türkiye için değil diğer ülkelerde de görüldüğü anlaşılmaktadır.

Çalışmanın sonuçları, bütçenin gelir gider tahminleri ile gerçekleşme rakamları arasındaki farkların çeşitli faktörlerden kaynaklandığını göstermektedir. Bu faktörler arasında politik belirsizlik, yönetim zafiyeti, hatalı tahminler ve hesaplama hataları yer almaktadır. Bunların yanı sıra, bütçenin doğruluğu konusu da önemli bir tartışma konusudur. Bütçenin doğru olması, kamu kaynaklarının etkin ve rasyonel zeminde verimli olarak sevk ve kullanımının sağlanması ile mümkün olacaktır. Bu nedenle, bütçenin doğruluğunun artırılması için daha etkili yöntemlerin kullanılması gerekmektedir. Bütçenin gelir ve gider tahminleri ile gerçekleşmeleri arasındaki farkların nedenlerini ortaya koymak ve bütçenin doğruluğu kavramını ele almak, bütçe yönetimi sürecinde daha etkili kararlar alınmasına yardımcı olmaktadır. Bu konuda daha fazla çalışma yapılması gerekmektedir, çünkü bütçe yönetimi sürecindeki hatalar ve yanlış hesaplamalar, kamu kaynaklarının israfına neden olabilmektedir. Buna bağlı olarak literatürde yer alan örneklemelerden farklı bir örneklem grubu ve gider eşitsizliği olup olmadığının test edilmesi sağlanarak literatüre katkı yapılması beklenilmektedir.

III. YÖNTEM

Tahmin hatasının hesaplanması, çalışmalarda kullanılan yöntemlerden biridir. Tahminlerdeki hata, gerçek değerden yüzde olarak ne kadar sapma olduğunu ifade eden aşağıdaki formülle hesaplanır:

$$\text{Tahmin hatası} = \frac{\text{Gerçekleşme} - \text{Tahmin}}{\text{Gerçekleşme}} \times 100$$

Bu çalışmada, Rodgers ve Joyce (1996) ile Bağdigen’in (2002, 2005) çalışmalarında kullanılan formülden yararlanılacaktır. Bu formül, tahminlerde yapılan hatanın gerçek değerden ne kadar sapma olduğunu yüzde olarak ifade eder. Gerçek değerden daha yüksek bir tahmin yapılırsa, tahmin hatası pozitif bir değer alır. Gerçek değerden daha düşük bir tahmin yapılırsa, tahmin hatası negatif bir değer alır. Tahmin hatasının mutlak değeri ne kadar yüksekse, tahminin gerçek değerden ne kadar uzak olduğunu gösterir.

Eğer Bakanlık harcamaları, öngörülen şekilde gerçekleşirse, hesaplanan tahmin hatası sıfır olacaktır. Bu mükemmel tahmin durumunda, elde edilen hata büyüklükleri, sıfır değeri ile karşılaştırılarak yorumlanır. Tahmin hatası arttıkça tahminlerin doğruluğu azalır. Tahmin başarısını değerlendirmek için kullanılan diğer bir yöntem ise Theil’in eşitsizlik katsayılarıdır. 1965 yılında Theil tarafından tanımlanan ve U1 olarak adlandırılan ilk eşitsizlik katsayısını hesaplamak için kullanılan formül aşağıda verilmiştir:

$$U1 = \frac{\sqrt{\frac{1}{n} \sum (P_t - A_t)^2}}{\sqrt{\frac{1}{n} \sum P_t^2 + \frac{1}{n} \sum A_t^2}}$$

Formülde kullanılan sembollerin anlamları şunlardır: P_t, tahminlerdeki değişimleri temsil eder; A_t, gerçekleşmelerdeki değişimleri ifade eder; n ise gözlem sayısını belirtir.

Bu ilk eşitsizlik katsayısı, 0 ile 1 arasında değerler alır. Katsayının değeri 0 olduğunda, tahminlerdeki ve gerçekleşmelerdeki değişimler birbirine eşit olduğunda (P_t=A_t) gerçekleşir. Değerin 1 olması ise tahminler ve gerçekleşmeler arasında ters orantı olduğunda mümkündür. Bu bağlamda, gerçekleşmeler pozitifken tahminin negatif olması ya da tahminin pozitifken gerçekleşmelerin negatif olması durumunda en yüksek değer olan 1 elde edilebilir. En yüksek değer elde edileceği başka durumu ise tahminin ya da gerçekleşmenin 0 değerine sahip olmasıdır (Theil, 1965: 33-34).

ikinci katsayı hesaplama formülü ise aşağıda gösterilmiştir:

$$U2 = \frac{\sqrt{\sum (P_t - A_t)^2}}{\sqrt{\sum A_t^2}}$$

üçüncü katsayı hesaplama formülü ise aşağıda gösterilmiştir:

$$U3 = \frac{\sqrt{\frac{1}{n} \sum (P_t - a_t)^2}}{\sqrt{\frac{1}{n} \sum P_t^2 + \frac{1}{n} \sum a_t^2}}$$

Bu formül, diğerlerinden farklı olarak P(t) = P(t) - A(t-1) ve a(t) = A(t) - A(t-1) tanımlamalarıyla hesaplanır. Bu özelliği dışında, diğer iki formülde olduğu gibi, sonucun 0 olması mükemmel tahmini ifade eder.

A. VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ

Çalışmada, ana kaynak olarak Bütçe Kanunları, Kesin Hesap Kanunları ve Bütçe Gerçekleşme Raporları gibi temel belgelere başvurulmuştur. Ayrıca, ikincil veriler olarak Kalkınma Planları, Orta Vadeli Programlar, Orta Vadeli Mali Planlar, Strateji ve Bütçe Başkanlığının aylık Merkezi yönetim bütçe gerçekleşmeleri ve beklentiler raporları, TBMM, Cumhurbaşkanlığı, Bakanlıklar, Sayıştay ve diğer ulusal ve uluslararası kurumların kararları, raporları, bildirimleri ve yayınları kullanılmıştır. Bu kaynaklar çalışmanın veri toplama sürecinde değerlendirilmiştir.

Çalışma yöntemi, her yılın tahmin hatası analizinde o yıla ait tahmin ve gerçekleşme verilerini kullanmıştır. Bu bağlamda, Türkiye’deki bilinen enflasyonun, bütçe planlama süreçlerinde Orta Vadeli Programlarda öngörülen enflasyon değerleri üzerinden etkisinin dikkate alındığı bilinmektedir. Bu nedenle, yıllara ait verilerin enflasyon etkisinden arındırılarak reel değerlere dönüştürülmesi gerekmemiştir.

B. BULGULAR

Bu çalışmada, Bakanlığın görev alanı değişikliği ve isim değişikliği temel alınarak kategorilere ayrılmıştır. Bu kategorizasyon, 2002-2010 döneminin Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2011-2017 döneminin Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, ve 2018-2022 döneminin Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı olarak tanımlandığı dönemlere dayanmaktadır. Bu döneme ait bütçe gider verileri kullanılarak, öncelikle tahmin hatası hesaplaması yapılacak, akabinde U1 ve U2 Theil Test formülleri ile birlikte daha sonradan geliştirilen U3 formülü kullanılarak tahminlerin ne kadar etkin ve isabetli yapıldığı ortaya konmaya çalışılacaktır.

Tahmin Hatası Yöntemi, her yılın gerçekleşen kamu harcama miktarından başlangıç ödeneği miktarının çıkarılması ve ardından gerçekleşen harcama miktarına bölünmesi yoluyla bütçe gider tahmini hatalarının yüzdesel olarak hesaplanmasını içerir.

TABLO 1 | 2002 – 2022 Bütçe Gideri Tahmin Hataları

Yıllar	Bakanlık İsmi	Tahmin Hatası (Th)	Tahmin Hatasının Mutlak Değeri
2002	SANAYİ VE TİCARET	7,53	7,53
2003	SANAYİ VE TİCARET	-1,36	1,36
2004	SANAYİ VE TİCARET	2,4	2,4
2005	SANAYİ VE TİCARET	0,77	0,77
2006	SANAYİ VE TİCARET	-23,61	23,61
2007	SANAYİ VE TİCARET	-7,5	7,5
2008	SANAYİ VE TİCARET	15,54	15,54
2009	SANAYİ VE TİCARET	-9,29	9,29
2010	SANAYİ VE TİCARET	-21,52	21,52
		Ortalama	9,57
2011	BİLİM SANAYİ VE TEKNOLOJİ	-6,18	6,18
2012	BİLİM SANAYİ VE TEKNOLOJİ	10,24	10,24
2013	BİLİM SANAYİ VE TEKNOLOJİ	-0,61	0,61
2014	BİLİM SANAYİ VE TEKNOLOJİ	-3,79	3,79
2015	BİLİM SANAYİ VE TEKNOLOJİ	11,36	11,36
2016	BİLİM SANAYİ VE TEKNOLOJİ	2,06	2,06
2017	BİLİM SANAYİ VE TEKNOLOJİ	11,99	11,99
		Ortalama	6,68
2018	SANAYİ VE TEKNOLOJİ	14,52	14,52
2019	SANAYİ VE TEKNOLOJİ	15,51	15,51
2020	SANAYİ VE TEKNOLOJİ	19,73	19,73
2021	SANAYİ VE TEKNOLOJİ	11,58	11,58
2022	SANAYİ VE TEKNOLOJİ	38,85	38,85
		Ortalama	20,04

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

Tahmin hatası sütunu, başlangıç ödeneği tahmininin gerçekleşme rakamından ne kadar sapma gösterdiğini göstermektedir. Tahmin hatasının pozitif veya negatif olması, tahminin gerçekleşmeden ne kadar sapma gösterdiğini gösterir. Pozitif değerler tahminin gerçekleşmeden yüksek olduğunu, negatif değerler ise tahminin gerçekleşmeden düşük olduğunu gösterir.

2002 – 2022 Bütçe Gideri Tahmin Hataları tablosu incelendiğinde; 2002-2010 yıllarında tahmin hatası ortalaması 9,57, olarak hesaplanmıştır. Bu dönemde 9 yılın, beş yılı dışında gerçekleşmenin altında geri kalan 4 yıl ise gerçekleşmenin üzerinde tahminler yapılmıştır. Bu durum genel olarak giderlerin düşük tahmin edilme eğiliminde olduğunu göstermektedir.

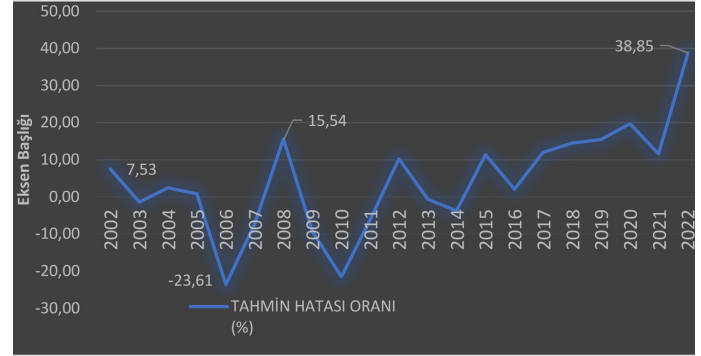
2011-2017 yıllarında tahmin hatası ortalaması 6,68 olarak hesaplanmıştır. Bu dönemde 7 yılın, üç yılı dışında gerçekleşmenin

altında geri kalan 4 yıl ise gerçekleşmenin üzerinde tahminler yapılmıştır. Bir önceki dönemdeki sonuca etki eden nedenlerin varlığının devam ettiğini değerlendirebiliriz.

2018-2022 yıllarında tahmin hatası ortalaması 20,04 olarak önceki dönemlerin çok üzerinde bir rakamdır. Bu dönemde 5 yılın tamamı gerçekleşmenin üzerinde tahminler yapılmıştır. Tahmin Hatası grafiğine bakıldığında, 2018 yılından itibaren aşırı derecede tahmin hataları 2022 yılında %38,85 ile en yüksek seviyeye ulaşmıştır. Neredeyse bütçenin %40 hata oranı ile gerçekleştiği görülmektedir. Bu durum genel olarak giderlerin yüksek tahmin edilme eğiliminde olduğunu göstermektedir.

Sadece bu grafik 1’bakıldığında tahmin hatalarının 0’a ne kadar yaklaşmış sert bir şekilde ne kadar uzaklaşmış olduğunu göstermekte, bu nedenle hata oranının yıllar itibarıyla büyük keskin iniş ve çıkışlar gösterdiği, 2011 yılından itibaren ise artarak yükseldiği görülmektedir.

GRAFİK 1 | 2002 – 2022 dönemi Tahmin Hatalarının Yüzdesel Gösterimi



Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

Bütçe gider ve gelirleri verilerine ikinci bir yöntem olarak uygulanan eşitsizlik katsayısı test sonuçları aşağıda verilmiştir.

TABLO 2 | Bütçe Giderlerinin Eşitsizlik Katsayısı

Dönemler	U1	U2	U3
2002-2010	0,0561	0,1087	0,0882
2011-2017	0,0599	0,1142	0,2121
2018-2022	0,1862	0,3191	1,1927

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

Bütçe giderleri verilerinde eşitsizlik katsayıları testi ile tahmin hatası testi sonuçları birbirine paralel sonuçlar vermiştir. 2002-2010 yıllarını kapsayan birinci dönem U1, U2, U3 sonuçları sonraki dönemlerden daha düşük çıkmıştır. Test sonuçlarının sıfıra yaklaşmasının daha iyi tahminler yapıldığı göz önünde tutulduğunda 2018-2022 dönemi oluşturan bütçe gider tahminlerinin etkili ve planlı bir çalışma sonucunda oluşturulmadığı söylenebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kamu bütçesinin başarılı olabilmesi için, taşıdığı bütçe ilkelerinin doğru ve gerçekçi bir şekilde uygulanması önemlidir, bununla birlikte gerçekçi tahminlerin yer alması gereklidir. Kamu gelirleri ve kamu giderlerinin toplumsal uzlaşmayı sağlaması da büyük bir öneme sahiptir. Oluşturulan bütçe ve politikaların istenilen sonuca ulaşmada toplumun tamamını etkileyen bir durum ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle bütçe, toplumların ortak cüzdanı niteliğindedir ve kamu mali yönetim ahlakının bir göstergesidir. Bu nedenle, bütçe yapıcılar, yetkililer ve halk, kamu bütçesine sahip çıkmaları gerektiği bilinciyle hareket etmelidir. Devlet, bütçe doğrultusunda borçlanma politikası da belirlemektedir. Bu sebeple, bütçenin oluşturulma aşamaları titizlikle yerine getirilmelidir.

2002-2010, 2011-2017, 2018-2022 dönemleri bütçe giderleri tahmin hatası ortalamaları sırasıyla 9,57, 6,68 ve 20,04 olarak hesaplanmıştır. İlk iki dönemdeki tahmin hataları ve son dönemdeki pik yapan tahmin hatası oranı bütçeleme ilkelerinden doğruluk ve samimilik zemininden uzaklaşmış olduğunu göstermektedir. Bütçe giderlerindeki tahmin hataları dikkate alındığında, doğruluk ve samimilik ilkelerinden uzaklaşmış olduğu görülmektedir. Tahmin hatası oranlarının yüksek olması, bütçe yapım

sürecinde belirsizliklere karşı yeterli esnekliğin sağlanmadığını ve farklı senaryoların değerlendirilmediğini göstermektedir. Ayrıca, olası risklerin analizinin yeterince yapılmadığı da bir diğer tahmin hatası sebebi olarak gösterilebilir.

Daha gerçekçi tahminler elde etmek için öngörülemeyen faktörlerin etkilerini incelemek ve alternatif planlar üretmek önemlidir. Bu, bütçe yapım sürecinde daha detaylı bir analiz yapılması ve çeşitli senaryoların göz önünde bulundurulması anlamına gelir. Ayrıca, bütçe yöneticilerinin belirsizliklere karşı esneklik sağlamak için hazırlıklı olması gerekmektedir.

Bütçe tahminlerinin gerçekleşmeyle uyumunu izlemek ve gerektiğinde revize etmek de önemlidir. Gerçekleşen harcamaların düzenli olarak takip edilmesi, tahmin hatalarının belirlenmesi ve bütçe yapım sürecinde gerekli düzeltmelerin yapılması sağlanmalıdır.

Seride en dikkat çeken 2022 yılındaki %38,85'lik sapmadır. Bütçe giderlerinin eşitsizlik katsayısı sonuçlarına göre, tahmin hataları sonuçlarıyla benzer sonuçlar elde edilmiştir. İlk döneme göre U1, U2 ve U3 değerlerinde bir artış dikkat çekmektedir. Bu sonuçlar, tahminlerin 2018-2022 yıllarını içeren üçüncü dönemde daha kötü yapıldığını göstermektedir. Yapılan analiz, bütçe gider tahminlerinin zaman içinde daha da kötüleştiği sonucuna varılmıştır.

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının 2022 yılı yüksek tahmin hatalarına bakıldığında; merkez birimlerden Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü'nün bütçe başlangıç ödeneği 1.216.862.000 TL, yılsonu gerçekleşen 3.117.476.883TL, TÜBİTAK'ın bütçe başlangıç ödeneği 6.839.677.000 TL, yılsonu gerçekleşen 16.499.329.021 TL, KOSGEB'in bütçe başlangıç ödeneği 2.379.890.000 TL yılsonu gerçekleşen 2.719.773.367 TL, Türkiye Uzay Ajansı'nın bütçe başlangıç ödeneği 61.293.000 TL, yılsonu gerçekleşen 855.119.408 TL olduğu tespit edilmiştir. Burada, bütçe başlangıç ödeneği tahmini ile yılsonu gerçekleşme rakamlarında büyük sapmalar olduğu görülmektedir. Bu çalışma, bütçede doğruluk ilkesini açıklamaya odaklanmaktadır ve özellikle bütçe tahminlerini hazırlayan yetkililerin bu konuda ne kadar hassas ve samimi olduklarına değinmektedir. Bu kişilerin aşırı derecede iyi niyetli veya kötü niyetli olmamaları önem taşımaktadır. Ayrıca, ülkenin içinde bulunduğu koşulları doğru bir şekilde analiz edebilme yetenekleri, tahminlerin oluşturulmasında kritik bir faktördür. Ancak yapılan araştırma, bütçe tahminleri çalışmalarının başarısız olduğunu ortaya koymaktadır. Bakanlık ile bakanlığa bağlı ve ilgili kuruluşlar arasında tam bir koordinasyon eksikliği yaşandığı bütçe yönünden değerlendirilebilir. Çalışma ile ortaya konan veriler göre bütçe gideri tahminlerinin rasyonel zeminde isabetli ve doğru tahminlerde bulunulmasına ihtiyaç duyulduğu tespit edilmektedir. Tahminlerde bilimsel teknikler kullanılarak objektif ve subjektif doğruluk ilkesi ele alınabilmesi sağlanmalıdır. Bütçe tahminlerinin, ülkenin mevcut ekonomik koşullarına uygun hale getirilmesi ve ekonometri bilimine dayandırılması, daha iyi sonuçlar elde etmek için faydalı olabilir. Ayrıca, ardışık yıllarda yapılan kötü tahminlerin nedenlerinin araştırılması ve bu konuda raporlar hazırlanması, gelecekte tahminlerin daha doğru yapılmasına katkı sağlayabilir.

KAYNAKÇA

- [1] Allan, C.M., (1965), "Fiscal Marksmanship, 1951-63", Oxford Economics Papers, s.317-327. (Erişim adresi: https://www.jstor.org/stable/2662389?seq=1#metadata_info_tab_contents) Erişim Tarihi:27.04.2023
- [2] Asher, Mukul G., (1978), "Accuracy of Budgetary Forecast of Central Government, 1967-68 to 1975-76", Economic and Political Weekly, Yıl:13, Sayı:8 Şubat, s.423-432, Mumbai, (Erişim adresi: https://www.jstor.org/stable/4366390?seq=1#metadata_info_tab_contents)
- [3] Aslan, Murat, Bilge, Semih, (2009), "Türkiye'de 1950-2006 Döneminde Bütçe Gelir-Gider Yönetimi Üzerine Ampirik Bir Çalışma: Tek Parti ve Koalisyon Hükümetlerinin Karşılaştırılması", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, S.3 s.265-288.
- [4] Auld, D.A.L., (1970), "Fiscal Marksmanship in Canada", The Canadian of Economics, Yıl:3,
- [5] Bağdigen, Muhlis, (2005), "An Empirical Analysis of Accurate Budget Forecasting in Turkey", Doğu Üniversitesi Dergisi, Sayı:6, s.190-201
- [6] Bektaş, H., & Çetinkaya, M. (2021). Kamu maliyesi açısından bütçe yönetimi. Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, 22(1).
- [7] Bhattacharya, Barid B. ve Kumari, Anita, (1988), "Budget Forecasts of Central Government Revenue and Expenditure: A Test of Rational Expectation", Economic and Political Weekly, Yıl:23, Sayı:26, s.1323-1327, (Erişim adresi: https://www.jstor.org/stable/4378672?seq=1#metadata_info_tab_contents) Erişim Tarihi:27.04.2023

- [8] Dayar, Hatice, (2003), "1991-2002 Döneminde Bütçe Uygulama Sonuçlarının Karşılaştırmalı Analizi", Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Cilt:8, Sayı:2, s.95-110, Isparta
- [9] Dosyacı, N. S., Demir, E., & Gülten, E. (2013). Devlet gelirleri ve vergi politikaları. Maliye Dergisi, 165.
- [10] Edizdoğan, N. & Ö. Çetinkaya (2010), Kamu Bütçesi. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- [11] Gerçek, Adnan, Bakar, Feride, (2013), "Belirli İlkesi Açısından Türkiye'de Bütçe Gelirlerinin Değerlendirilmesi", Kamu Bütçesinde Yeni Yaklaşımlar, s.317-347, Ankara
- [12] Gerpott, T. J., & Windolph, S. E. (2016). Budget targets as performance drivers: The impact of budget goal specificity on managerial performance. Journal of Management Control, 27(3), 283-315.
- [13] Gölcük, A. (2014). Bütçe hakkı. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 69(2).
- [14] Gürsoy, B. (1980). Kamusal Maliye, Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları No:436.
- [15] Joo, M., & Green, C. (2015). Budgeting in the public sector: A review essay. Journal of Accounting Literature, 34, 1-16.
- [16] Kalkan, Mustafa, (2019). "Bütçe Tahminlerinin 5018 sayılı KMYKK Çerçevesinde Değerlendirilmesi", Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara
- [17] Oluwasegun, O. I., Oguntimhin, Y. O., & Ologunde, A. O. (2019). Analysis of budget implementation in Nigeria. Journal of Accounting and Taxation, 11(2), 19-29.
- [18] Oskay, Cansel ve Güven, Ayşegül, (2017). Türkiye'de Bütçede Doğruluk İlkesinin Geçerliliği", Toplum ve Demokrasi, Yıl:11, Sayı:23, s.139-156
- [19] Özcan, Sibel, (2012). "Genel Bütçe Gelir ve Harcama Tahminlerinin Analizi: Türkiye Üzerine Ekonometrik Bir İnceleme", Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara
- [20] Özcan, Sibel, Tosun, Mustafa Umur, (2014). "Milli Eğitim Bakanlığı Bütçe Tahminlerinin Doğruluk İlkesi Açısından Değerlendirilmesi", Sosyoekonomi Dergisi, Cilt:22 Sayı:22,s.367-384.
- [21] Rahman, M. M., Barua, S., & Uddin, M. M. (2021). Public Budget Management in Bangladesh: Challenges and Way Forward. Journal of Asian and African Social Science and Humanities, 7(2), 57-67.
- [22] Sayı:3 s.507-501. (Erişim adresi: https://www.jstor.org/stable/133664?seq=2#metadata_info_tab_contents)
- [23] Şenesen, Gülay Günlük, (2000). "Bütçe Başlangıç Ödeneklerinin Başarımının Değerlendirilmesine Nicel Yaklaşımlar," Ekonomik Yaklaşım, Sayı. 11(37), s. 1-27.
- [24] Tüleykan, O. (2009). Türkiye'nin 2006 yılı bütçe gerçekleşmesi ve bütçe tahminlerine ilişkin bir değerlendirme. Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 11(1).
- [25] Vuslat GÜNES, 2022. "Türkiye'de Bütçe Hakkının Doğruluk İlkesi Çerçevesinde Değerlendirilmesi," İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi, Econjournals, Sayı. 10(2), s. 95-109.
- [26] Zhang, Y., Zhao, J., & Wang, Y. (2018). Local government budget management in China: The causes and consequences of budget variances. Public Management Review, 20(4), 505-527.



BÜYÜKŞEHİR BELEDİYELERİNİN STRATEJİK PLANLARINDA ŞEFFAFLIK ARAYIŞI

İBRAHİM ETHEM TAŞ¹ & SADEGÜL DURGUN² & YETER AVŞAR^{3*}

¹ Prof. Dr., Kahraman Maraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bölümler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü, iletas@ksu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-0958-7306>; ² Dr. Öğr. Üyesi, Kahraman Maraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bölümler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü, sadegulozcan@ksu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-4652-7804>; ³ Dr. Öğr. Üyesi, Kahraman Maraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bölümler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü, yeter-avsar@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-7190-7150>.

ÖZ

Bu çalışmada otuz büyükşehir belediyesinin stratejik planları bağlamında şeffaflık düzeyleri, 2019 yılında Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı bünyesinde "Belediyeler İçin Stratejik Planlama Rehberi" nde bulunan alanlar çerçevesinde ele alınmıştır. Çalışmanın amacı, büyükşehir belediyelerinde değişen yönetim anlayışı ve çağın gereği ile toplumun talebi olan şeffaflığın düzeyini stratejik planlar doğrultusunda ortaya koymaktır. Bu doğrultuda büyükşehir belediyelerinin stratejik planları rehberde yer alan ve şeffaflık düzeylerini ortaya koyan 26 alan kapsamında içerik analizi yöntemi ile tek tek incelenmiştir. İncelenen alanlarda "0", "0.5" ve "1" şeklinde puanlamaya gidilmiştir. Çalışma sonucunda iki önemli bulguya ulaşılmıştır. Bunlardan ilki incelenen stratejik planların şeffaflık düzeylerinin maksimum puana yakın olduğudur. Diğer bulgu ise, stratejik planların önemli bir alanı olan ve şeffaflık açısından ciddi önem arz eden izleme ve değerlendirme kısmının hemen hemen tüm belediyelerde eksik olduğudur.

Anahtar Kelimeler: Şeffaflık, Stratejik Plan, Belediyeler

Editör / Editor:

Hatun KORKMAZ,
Erciyes Üniversitesi, Türkiye

*Sorumlu Yazar/ Corresponding Author:

Yeter AVŞAR,
yeter-avsar@hotmail.com

JEL:

H70, G38, O21

Geliş: 23 Ocak 2024

Received: January 23, 2024

Kabul: 13 Şubat 2024

Accepted: February 13, 2024

Yayın: 30 Nisan 2024

Published: April 30, 2024

Atıf / Cited as (APA):

Taş, İ. E. & Durgun, S. & Avşar, Y. (2024),
Büyükşehir Belediyelerinin Stratejik
Planlarında Şeffaflık Arayışı, Erciyes
Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Dergisi, 67, 167-176,
doi: 10.18070/erciyesiibd.1424386

THE SEARCH FOR TRANSPARENCY IN THE STRATEGIC PLANS OF METROPOLITAN MUNICIPALITIES

ABSTRACT

In this study, transparency levels of 30 metropolitan municipalities in context of their strategic plans are examined within the framework of areas in the "Strategic Planning Guide for Municipalities" arranged by Presidency of Strategy and Budget in 2019. The aim of study is to reveal transparency level, which is the requirement of changing administration approach in the metropolitan municipalities, the need of the age and the demand of society, in line with strategic plans. In this direction, strategic plans of metropolitan municipalities are examined one by one with content analysis in the scope of 26 areas which are included in the guide and put forth transparency levels. The points such as "0", "0.5" and "1" are used in investigated areas. As result of study, two important findings are achieved. First of these findings is transparency levels of strategic plans are close to maximum level. Other finding is monitoring and evaluation parts which are important areas of strategic plans and matter seriously in terms of transparency are missing almost in all municipalities.

Keywords: Transparency, Strategic Plan, Municipalities

GİRİŞ

Değişen ve dönüşen dünyanın koşullarına ayak uydurmak zorunda olan yönetimler, gerek yönetsel gerekse örgütsel yapılarında değişime gitmişlerdir. Başlangıçta özel sektörde ortaya çıkan ve özel sektörde olumlu sonuçlar doğuran yaklaşımlar zamanla kamu sektörünü de etkisi altına almıştır. Çağdaş yönetim yaklaşımlarından biri olan stratejik yönetim ve bu yönetim yaklaşımı doğrultusunda oluşturulan stratejik planlar bu açıdan önem arz etmektedir. Sahip olduğu önemden dolayı stratejik planlar kamu sektörü için bir zorunluluk halini almıştır. Günümüzde kamu sektörü içerisinde halka en yakın birimler olarak değerlendirilen belediyeler stratejik plan hazırlamak ve web sayfalarında ilan etmek/yayınlamak zorundadırlar. Stratejik planlar hazırlanırken belediyelerin dikkat etmesi gereken hususlardan biri, yönetişim yaklaşımının da temel ilkelerinden ve hesap verebilirliğin sağlanmasında olmazsa olmaz olan şeffaflığa özen göstermektir. Bu doğrultuda belediyelerin stratejik planlarını hazırlarken dikkat etmeleri gereken ve 2019 yılında Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı bünyesinde oluşturulan “Belediyeler İçin Stratejik Planlama Rehberi” nde de şeffaflık vurgusu yapılarak stratejik planda olması gereken alanlar sıralanmıştır.

Bu çalışmada otuz büyükşehir belediyesinin stratejik planlarının şeffaflık düzeyleri rehberde belirtilen stratejik plan hazırlık süreci, durum analizi, geleceğe bakış, strateji geliştirme, performans programı ve izleme ve değerlendirme başlıkları altında bulunan 26 alan kapsamında ele alınmıştır. Çalışma yapılrken araştırma ve yayın etiğine uygun hareket edilmiştir. Burada bütçeleme, maliyetlendirme kapsamında değerlendirilmiş ayrıca bir alan olarak incelenmemiştir. Bu doğrultuda çalışmanın ilk bölümünde şeffaflık detaylı bir şekilde açıklanmış, ardından büyükşehir belediyelerinde stratejik plan hakkında bilgi verilmiştir. Daha sonra içerik analizi yöntemi ile otuz büyükşehir belediyesinin 2020- 2024 stratejik planları ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir. Çalışma sonucunda büyükşehir belediyelerinin stratejik planlarının şeffaflık düzeylerinin nispeten iyi olduğu ancak eksik kalan hususların tamamlanmasıyla bu düzeyin daha da yükseleceği değerlendirilmiştir.

I. ŞEFFAFLIK KAVRAMINA GENEL BAKIŞ

Şeffaflık, kamu yönetiminin yaptığı eylem ve işlemlerin, ortaya koyduğu plan ve politikaların, yaptığı harcamaların halkın bilgisine sunulmasıdır. Şeffaflık, kararlar için gerekçeli açıklamaların yapılmasını, kamu yararı veya bireyleri etkileyen gücün olumsuz veya olumlu bir şekilde kullanılması durumunda yeterli gerekçelerin sunulmasını içermektedir. Şeffaflık aynı zamanda yönetim ve yasa yapma süreçlerinin mümkün olduğunca erişilebilir ve anlaşılır hale getirilmesini belirtmektedir (Taş ve Durgun, 2022). Kamu kurum ve kuruluşlarına ait bilgilerin vatandaşlar açısından ulaşılabilir olması durumu şeffaflığı ifade etmektedir. Burada asıl olan sadece ulaşılabilirlik değil, aynı zamanda ulaşılan verilerin kullanılabilirliği, tekrar kullanılabilirliği ve paylaşılabilişirliğidir. Sunulan bilgilerin açık, yalın ve anlaşılır olması aynı zamanda tutarlılık arz etmesi gerekir. Bununla birlikte sunulan bilgilerin zamanında olması da önemli bir husustur. Gerek olmayan ya da ihtiyaç duyulmayan bir zamanda sunulan bilgilerin şeffaflık kapsamında değerlendirilmesi zordur (Kalkan ve Alparslan, 2009; Demirkıran, Eser ve Keklik, 2011; Boztepe, 2013; Karaca ve Özsalmanlı, 2022).

Şeffaflık vatandaşların, hizmetten yararlananların bilme hakkı ile örgütlerin saklama hakkının kesişiminde yer almaktadır. Bilme hakkı sunulan hizmetten yararlananların ve menfaat sahibi olanların örgüte ilişkin bilgi sahibi olmasını gerektirmektedir; örgütlerin saklama hakkı ise örgüte ilişkin bilgilerin toplanması, kullanılması, yayılmasına ilişkin kontrolü elinde tutmayı ifade etmektedir. Değişen dünya ve yönetim anlayışıyla birlikte olması gereken kişilerin örgüte ilişkin çeşitli bilgilere kolay, maliyetsiz ya da az maliyetle ve zamanında ulaşabilmesidir (Koç ve Özkan, 2016).

Kamu yönetiminde şeffaflık konusu özellikle geleneksel kamu yönetimi anlayışının eleştirilmeye başlamasıyla daha çok tartışılmaya başlanmıştır. Yeni kamu yönetimi ve yönetişim anlayışlarıyla birlikte şeffaflık da gündemi oluşturan konulardan biri olmuştur. Bu noktada aslında kamu yönetiminin faaliyet alanının genişlemesi, bireylerin

eğitim seviyelerinin artması, demokrasinin gelişmesi, bilgi, iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, vatandaşların sahip oldukları hakların genişlemesi ve bu doğrultuda daha çok merak eden, soran, araştıran pasiflikten aktifliğe geçen konumları, devletlerin müdahaleci politikalarının artması ve bundan duyulan rahatsızlıklar şeffaflığın gelişmesine vesile olmuştur (Emini ve Ayaz, 2018). Bununla birlikte kamu yönetiminin merkezîyetçilik, kayırmacılık, siyasallaşma, sorumluluktan kaçma, tutuculuk gibi kronik sorunlardan duyulan rahatsızlık da şeffaflığın gelişmesini sağlayan diğer unsurlardır. AB'nin yayımladığı SIGMA Raporunda şeffaflıkla ilgili olarak iki beklentinin olduğu belirtilmektedir. Bunlardan ilki şeffaflığın kötü yönetim ve yolsuzlukları azaltarak kamu yararı attırması, ikincisi ise alınan idari kararlara ilişkin gerekçeli dayanakların halka açıklanarak ilgili kararlardan zarar görenlerin haklarını aramalarını sağlamaktır (Akpınar, 2011).

Şeffaflık hesap verme sorumluluğu ile yakından ilgilidir ve hesap verme mekanizmalarının daha etkin bir şekilde çalışmasına fırsat sunmaktadır. Bununla birlikte şeffaflık yönetimlerce vatandaşlara sunulan bir lütf değil, yerine getirilmesi gereken bir zarurettir. Şeffaf bir sistem in hâkim olduğu yönetimlerde bireyler kamusal kaynakların nerelerde ne şekilde kullanıldığını bilebilir, öğrenebilir ve bunlar yönetime olan güveni de artırabilir (Özbaran, 2003; Akpınar, 2011). Burada güven meselesinde özellikle şeffaflıkla birlikte devlet ve vatandaş arasında kurulan ağırlar ve geri bildirim mekanizmaları önem teşkil etmektedir (Emini ve Ayaz, 2018). Çünkü kişilerin kamu kurum ve kuruluşlarına olan güvenlerini en çok azaltan hususların başında yolsuzluk, gücün kötüye kullanılması ve kişisel çıkarların öncelenmesinin geldiği bilinmektedir (Boztepe, 2013). Kurulan ağırlar ve geri bildirim kanallarıyla şeffaflık sağlanabilecek, bu durum ifade edilen olumsuz durumları ortadan kaldıracak ya da asgari düzeye indirecek ve bu vesile ile de kamuya olan güven artacaktır. Yani şeffaflık günümüzde suiistimallerin ortaya çıkarılması ve önlenmesi, kolektif çıkarların korunmasında en etkili araçlardan biridir (Tortop vd., 2017). Kamuda şeffaflığın varlığı ve uygulanabiliyor olması aynı zamanda kamu lehine bilinçli bir kamuoyu oluşturulmasında ve kamunun hesap verebilirliğini arttırmada da önemlidir (Akdoğan ve Çetinkaya, 2016). Bununla birlikte katılımcı bir yönetim anlayışı için de şeffaflık gerekmektedir. Çünkü kararlara katılım hususunun bir anlam ifade edebilmesi için gerekli olan bilgilere kişilerin sahip olması gerekir (Hergüner, 2017). Şeffaf bir yönetim demokrasinin sağlıklı bir şekilde işlediği ve geliştiği, temel hak ve özgürlüklerin baskı altında olmadığı, yönetimin yanlış ve eksikliklerinin açık ve serbestçe dile getirilebildiği, eleştirilere açık olan bir yönetim sistemini ifade etmektedir (Aydın, 2015).

Şeffaflığın çeşitli türlerinden söz etmek mümkündür. Yapılan ilk sınıflandırmada şeffaflık opak ve açık şeffaflık şeklinde ayrılmaktadır. Opak şeffaflıktan kasıt “kurumların nasıl karar aldıkları veya eylemlerinin sonuçları açısından pratikte nasıl davrandıklarını ortaya koymayan bilgilerin yayılmasını içerir. Bu terim aynı zamanda sadece sözde açıklanan ya da açıklanmayan ancak güvenilir olduğu ortaya çıkan bilgileri de ifade eder.” (Fox, 2007). Bu şeffaflık türünde esas fayda sağlayacak, önemli olan bilgiler değil, kurumun istediği bilgiler açıklanmaktadır. Burada kurum aslında “şeffafmış gibi” davranmaktadır. Açık şeffaflık ise “hem bilgiye erişim politikalarını hem de kurumsal performans hakkında güvenilir bilgi sunan, yetkililerin sorumluluklarını ve kamu fonlarının nereye gittiğini belirten programları ifade eder. Açık şeffaflık kurumsal davranışlara ışık tutarak ilgili tarafların (politika yapıcılar, kanaat önderleri ve program katılımcıları gibi) yapıcı değişim stratejileri izlemelerine olanak sağlar.” (Fox, 2007). Bu ayrımla birlikte şeffaflık mali şeffaflık ve performans şeffaflığı şeklinde de bir ayrıma tabi tutulabilmektedir. Ancak buradaki şeffaflık türleri için de aslında opaklık ve açıklıktan söz edilebilecektir. Mali şeffaflık devletin faaliyet ve uygulamalarının, kamu mali yönetimine ilişkin bilgilerin, bu doğrultudaki plan ve programların açık, yalın ve tutarlı bir şekilde ve düzenli olarak toplumun bilgisine sunulmasını ifade etmektedir. Mali şeffaflık kamusal kaynakların etkin ve verimli bir şekilde kullanılmasını ve yapılan harcamaların da kamuoyu tarafından izlenebilmesini sağlamaya imkân vermektedir (Benli ve Varol, 2011). Performans şeffaflığı ise mal ve hizmet sunumunda etkinliğin ve verimliliğin değerlendirilmesine olanak sağlayan şeffaflığı ifade etmektedir. Yani performans şeffaflığı amaçlanan hedeflere

ulaşılabilir ulaşılmadığını ne kadar kaynakla ne kadar çıktı elde edildiğini öğrenmeye ve değerlendirmeye imkân tanımaktadır (Atıyas ve Sayın, 2000). Mali şeffaflık ile performans şeffaflığı kamusal kaynakların kullanıma ilişkin bilgiler elde edilmesini ve kamuoyunun bu yönde aydınlatılmasını sağlamaktadır.

Şeffaflığın tarihi geçmişine bakıldığında 1766'da İsveç'te Basın Kanunu'nun çıkarılmasına kadar dayandırıldığı görülmektedir. Bununla birlikte şeffaflığa ilişkin ilk uluslararası düzenleme olarak Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Evrensel Beyanname'si kabul edilmiştir. Beyannamenin 19. maddesi şeffaflık kapsamında ele alınmaktadır. İlgili madde "Her ferдин fikir ve fikirlerini açıklamak hürriyetine hakkı vardır. Bu hak fikirlerinden ötürü rahatsız edilmemek, memleket sınırları mevzubahis olmaksızın malumat ve fikirleri her vasıta ile aramak, elde etmek veya yaymak hakkını içerir." (HSK, 2023; Taş, Avşar, Durgun 2022) şeklindedir. Bildiriden sonra şeffaflıkla ilgili ABD ve Avrupa'da aynı dönemlerde çeşitli düzenlemeler yapılmıştır. ABD'de 1966 yılında Bilgi Edinme Özgürlüğü Kanunu çıkarılmıştır. Ardından 1976 yılında Gün Işığında Yönetim Yasası kabul edilmiştir. Avrupa'da ise İspanya 1978'de şeffaflığı anayasal bir ilke olarak kabul etmiş, Fransa ise yine aynı yıl Bilgi İşlem, Fişler ve Özgürlükler Kanunu'nu çıkarmıştır. Ayrıca SSCB'de Mihail Gorbaçov tarafından ortaya konulan glasnost ve perestroyka olarak anılan reform hareketleri de şeffaflığa yönelik bir çalışma olarak değerlendirilmektedir. Ülke bazlı yapılan çalışmalar ardından uluslararası arenada da şeffaflık daha fazla gündem olmaya başlamıştır. 1993'te Uluslararası Şeffaflık Örgütü kurulmuş, Avrupa Birliği, şeffaflığın üye olacak ülkelerin müktesebatlarının bir parçası olması gerektiğini belirtmiştir. Nitekim 1999 yılında kabul edilen 27 sayılı SIGMA Raporu ile Avrupa İdari Alanı İlkeleri kabul edilmiştir ve bu ilkelerden biri de açıklık ve şeffaflık olarak belirtilmiştir. Yine 2002 yılında AB tarafından yayımlanan White Paper'da da şeffaflık vurgusu yapılmaktadır (Akpınar, 2011).

Türkiye de şeffaflık konusunda düzenlemeler yapmış olan bir ülkedir. Ancak bu düzenlemelerin nispeten geç kaldığı ifade edilebilir. Bu durumda yönetim anlayışının kapalılık ve gizliliğe biraz daha yakın olması durumunun etkili olduğu düşünülebilir. Nitekim bu anlayışın sorgulanmasına 1994 ve 2001 ekonomik krizleri ile zaruri hale gelen yeniden yapılanma ihtiyacı doğrultusunda başlanmıştır. Aslında Türk Kamu Yönetiminde 1960'larla birlikte hazırlanan raporlarla reform ihtiyacı ortaya konulmaya başlanmıştır. Ancak örneğin MEHTAP Raporunda şeffaflığa ilişkin herhangi bir hususa değinilmemiştir. KAYA Raporu'na göre ise şeffaflık hususunun 1970'lerden sonra yerel yönetimlerin gündemine girdiği belirtilmiştir. Ancak şeffaflığa ilişkin esas çalışma ve düzenlemeler 2000'li yıllarla birlikte başlamıştır. 2002 yılında Türkiye'de Saydamlığın Artırılması ve Kamuda Etkin Yönetimin Geliştirilmesi Eylem Planı Bakanlar Kurulu Kararı ile kabul edilmiştir. 2003 yılında ise 4982 Sayılı Bilgi Edinme Hakkı Kanunu kabul edilerek şeffaflık yolunda önemli bir adım atılmıştır. Ayrıca yine aynı yıl çıkarılan 5018 Sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu ile de mali şeffaflık yönünde önemli bir gelişme yaşanmıştır. 2004 yılında Meclise sunulan Kamu Yönetiminin Temel İlkeleri ve Yeniden Yapılandırılması Kanun Tasarısında da şeffaflık ilkesi kamu yönetiminin işleyişindeki temel ilkelerden biri olarak sayılmıştır. 2010 yılında dilekçe hakkına ilişkin yapılan anayasal değişiklik de şeffaflık açısından önem arz etmektedir. Daha önce dilekçe hakkı olarak ele alınan hak değişiklikle birlikte dilekçe, bilgi edinme ve kamu denetçisine başvurma hakkı olarak değiştirilmiştir (Akpınar, 2011).

Şeffaflık hususu kamu yönetimindeki tüm birim ve yapılar için söz konusu olmaktadır. Yerel yönetimler ve özellikle halkla en yakın iletişimin kurulabildiği birimler olarak belediyeler açısından da şeffaflık önem arz etmektedir.

II. BÜYÜKŞEHİR BELEDİYELERİNDE STRATEJİK PLAN

Stratejik planlamayı kavram olarak detaylı incelemeye önce planlama ve strateji kavramlarına açıklık getirmek gerekir. Planlama kavramına bakıldığında kavramın zaman içerisinde farklı anlamlarda kullanıldığı görülür. Nihayetinde planlama, "arızasız, eksiksiz, çalışma" anlamına gelmektedir. Türkiye'de ise planlama, "neyin, ne zaman, nasıl, nerede ve kim tarafından yapıldığının önceden

belirlenmesi süreci olarak" zaman içerisinde kullanılmıştır (Taş, Çiçek, Koçar, 2016). Strateji kavramı ise, her ne kadar askeri bir kavram olarak bilinse de, hedeflere ulaşmak için hazırlanan amaçlar, önemli politikalar ve planlar bütünü olarak tanımlanabilir (Nalcı Arıbaş, 2013). Yine strateji, "sevketme, yöneltme, gönderme, götürme ve gütmeye" anlamlarını içermekle birlikte, avantajlı ve üstün bir konum ve amaçlar elde etmekle ilgili olarak güç ve kaynakların etkin ve verimli bir düzeyde kullanımı, şeklinde de ifadelendirilebilir (Eryiğit, 2013). Anlatılanlardan hareketle stratejik planlamayı, bir kuruluşun bulunduğu nokta ile ulaşmayı hedeflediği nokta arasındaki yol haritası olarak basit bir ifadeyle tanımlamak mümkündür (Karasu, 2012). Bir yönetim planlama modeli olarak ortaya koyulan stratejik planlama, kurumlarda son dönemlerde ciddi önem verilen, çok sık kullanılan ve doğrudan stratejik yönetimle ilişkili olan bir karar verme aracıdır. Kurumun mevcut durumunu ortaya koyan, kuruma rehberlik eden, kuruluşun hangi amaç doğrultusunda kurulduğunu, ne icraatlarla uğraştığını, bunu niçin yaptığını açıklayan, kararları düzenli olarak gözden geçiren orta vadeli bir disiplin olarak karşımıza çıkar (Dölkeleş ve Özer, 2021).

Stratejik planlama bütün örgütlerde tepe yönetimi tarafından belirlenmektedir. Ayrıca stratejik planlamada alınan kararlar uzun vadeli ve çeşitli amaçları bünyesinde barındırır. Yine stratejik planlama, örgütün mevcut kaynakları ve amaçları ile çevresel koşullar arasında uyumu sağlayarak, örgütte güçlü bir vizyon oluşmasını sağlar. Böylelikle stratejik plan yapan örgütler ile yapamayan örgütler arasında ciddi farklılıklar ortaya çıkar. Stratejik plan yapan örgütler geleceğe hazırlıklı olurlar ve dış dünyada meydana gelen değişimlere daha hızlı uyum sağlarlar (Coşkun ve Pank Yıldırım, 2018). Şunu da belirtmek gerekir ki stratejik planlama sadece geleceğe yönelik planlar yapmaktan ibaret değildir. Aynı zamanda örgütün gelecekteki yerini belirleyen güncel kararların örgüt adına alınması da şarttır (Özakıncı ve Sadioglu, 2022). Yine stratejik planlama sadece bir defa yapılan bir işlem olmayıp, yeni oluşan durumlara göre tekrarlanan bir süreç olmaktadır. Sadece bir plan olmaktan da ibaret değildir. Plan yapmanın yanında bu planı yapmayı üstlenen yöneticilerin stratejik düşünme becerilerinin geliştirilmesini ve güçlü bir vizyona sahip olmalarını da gerektirmektedir (Gürer, 2006). Buradan hareketle stratejik planlamanın temel özelliklerini ortaya koymak gerekir; (Kılıç, 2018):

- Geleceğin planlaması olup, güncel gelişmelerin takipçisidir. Bu sayede sürekli öğrenen bir örgüt oluşturur.
- Sonuçlara odaklanarak, üretim ve verimi artırmayı hedefler.
- Örgüt içi, dışı ve çevresel faktörler göz önünde bulundurularak gelecek hakkında ciddi tahminlerde bulunur ve bu tahminler gerçekçidir.
- Bu planlar günü kurtarmak yerine geleceği kurtarmaya yöneliktir. Uzun vadede yapılırlar ve süreklilik arz ederler.
- Uzun vadede yapılan bu planlar izleme, denetleme ve değerlendirme gibi ciddi aşamalardan geçerler. Bu haliyle şeffaflık ve hesap verebilirlik gibi sorumluluklara dayanak oluşturmaktadır.
- Bu planlar örgütün en üst tepe yöneticileri tarafından hazırlanır fakat tüm personelin de katılımını gerektirmektedir. Böylelikle örgüt içerisinde katılımcı ruhun gelişmesini ve iletişimin yaygınlaşmasını sağlar.
- Yine stratejik planlama sadece hazırlanıp bir köşeye koyulan bir işlem olmayıp, onu hazırlayanlar tarafından üstlenilmekte ve uygulamaya geçirilmektedir. Bundan dolayı planlama yapılırken ki süreç önemlidir.
- Örgütlerin hedeflerinin neler olduğu, bu hedeflere giderken neler yaptığını değerlendiren stratejik planlar bu yönüyle ayrıca kaliteli bir yönetim tekniği de olmaktadır.

Tarihsel süreç bağlamında kavrama bakıldığında, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren stratejik planlamanın benimsenmeye başladığı görülür. Ayrıca ilk olarak özel sektör bünyesinde daha sonra ise dünyada meydana gelen değişimlere kayıtsız kalamayan yeni yönetim anlayışıyla kamu yönetimi bünyesinde kendini göstermiştir. ABD, Yeni Zelanda ve İngiltere'deki kamu yönetimi alanında 1960'lı yıllarda ilk olarak uygulamaya konan stratejik planlama, o dönem itibarıyla, kamu yönetiminde alınan önemli ve temel kararlarda bir rehber olarak görülmekte ve disiplin ve çaba gerektirmektedir (Usta, 2014). Türkiye'de ise küreselleşme ve AB'ne adaylık sürecinin etkisiyle 2000'li yıllardan sonra gerçekleştirilen Kamu Yönetimi reformlarında, stratejik planların reformların temel dayanaklarından birini oluşturduğu

görülmür. Ulusal planlama sistemi içerisinde yerini alan stratejik planlama, yasal ve yönetsel altyapının da oluşturulmasıyla Türkiye’de kamu kurumları için artık zorunlu hale gelmiştir (Genç, 2009; Baykan ve Özer, 2016). Günümüzde birlikte stratejik planlama öz olarak, “neredeyiz, nereye gitmek istiyoruz, gitmek istediğimiz yere nasıl ulaşabiliriz ve başarımızı nasıl takip eder ve değerlendiririz” sorularının ister özel sektör ister kamu yönetimi olsun cevaplanmasına yardımcı olan bir süreç olmaktadır (Yıldırım ve Tahtaloğlu, 2016; DPT, 2006). Bu sorulara cevap olarak Türk Kamu Yönetiminde 2006 yılında uygulama alanı bulan stratejik planlama, tüm kamu kurumlarında aşamalı olarak yaygınlaştırılmıştır. Bu kamu kurumları içerisinde stratejik plan hazırlama sorumluluğu bulunan kurumlardan birisi de yerel yönetimlerdir. Yerel yönetim birimleri içerisinde başat konumda bulunan belediyeler ise stratejik planlama konusunda en dikkat çeken birimler olmaktadır. Günümüzde belediyelerin, değişen dünya düzeniyle birlikte hızla büyüyen kentsel sorunlar karşısında mevcut kaynaklarını daha etkin ve verimli kullanabilmeleri, halka daha kaliteli hizmet sunabilmeleri ve kalıtsal sorunlara yeni çözüm yolları üretebilmeleri için stratejik plan hazırlamaları bir zorunluluk haline gelmiştir. Bu sayede belediyeler orta ve uzun vadede hedefler belirleyerek kendilerine bir yol haritası çizmektedirler.

Belediyeleri ilgilendiren yasal mevzuata bakıldığında stratejik planlamaya yer verildiği görülmür. 5393 sayılı Belediye Kanunu 18, 34, 38, 41, 56 ve 61. maddeleri stratejik planlamayı ilgilendiren maddelerdir. Bu maddelere detaylı bakılacak olursa; Belediye Kanununun 18. maddesi belediye meclisinin görevleri arasında; “*Stratejik plan ile yatırım ve çalışma programlarını, belediye faaliyetlerinin ve personelinin performans ölçütlerini görüşmek ve kabul etmek*” yine Kanununun 34. maddesinde belediye encümeninin görevleri arasında, “*stratejik plan ve yıllık çalışma programı ile bütçe ve kesin hesabı inceleyip belediye meclisine görüş bildirmek*” yer almaktadır. Aynı Kanununun 38. maddesine göre belediye başkanının görevlerinden biri olarak, “*Belediyeyi stratejik plana uygun olarak yönetmek, belediye idaresinin kurumsal stratejilerini oluşturmak, bu stratejilere uygun olarak bütçeyi, belediye faaliyetlerinin ve personelinin performans ölçütlerini hazırlamak ve uygulamak, izlemek ve değerlendirmek, bunlarla ilgili raporları meclise sunmaktır.*” şeklinde ifade yer almaktadır. 41. madde ise belediye başkanını stratejik planı hazırlamakla yetkili kılmış, 56 ve 61. maddeler ise nüfusu 50.000’i aşan yerlerde stratejik plan yapma zorunluluğunu belirtmektedir. Bu maddeler, belediyelerin stratejik planlamayı uygulamaya geçirmeleri gerektiğini ve bu noktada yerel organlara ciddi görevler yüklediğini göstermektedir. 5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanununda da stratejik planlamaya yer veren maddeler bulunmaktadır. Kanununun 7. maddesinde büyükşehir belediyesinin görevleri arasında stratejik planın hazırlanması bulunmaktadır. Kanununun 18. maddesinde, “belediyenin hazırlanılan stratejik planlamaya göre yönetilmesi ve faaliyetlerin bu doğrultuda yerine getirilmesi” belediye başkanının görevleri arasında yer almaktadır. Yine kanununun 21. maddesinde, “büyükşehir belediyesinde hizmetlerin yürütülmesi belediye başkanı adına onun direktifi ve sorumluluğu altında mevzuat hükümlerine, belediyenin amaç ve politikalarına, stratejik plânına ve yıllık programlarına uygun olarak genel sekreter ve yardımcılarını tarafından sağlanır” ifadesi yer alır. Bu maddelerden anlaşılacak şu ki, büyükşehir belediyeleri de stratejik planlama konusunda önemli görevler üstlenmiştir (Taş vd, 2016; Coşkun ve Almalı, 2019; 5393 Sayılı Kanun; 5216 Sayılı Kanun).

Günümüzde kamu kurumları için yasal bir zorunluluk haline getirilen, üzerinde dikkatle durulan ve her fırsatta dile getirilen stratejik planlamanın belediyelere sağladığı katkılara bakılacak olursa (Coşkun ve Almalı, 2019; Bozlağan ve Haraç, 2016):

- Belediyelerin kaliteli hizmet sunmalarında önemli bir araçtır. Bu şekilde kaynakların etkin ve verimli kullanılmasını da sağlamaktadır.
- Orta ve uzun vadede belediyenin önceliklerinin belirlenmesi, bütçe hazırlama, uygulama ve denetleme gibi aşamalarının izlenebilir olması hem kaynakların daha etkin kullanımını hem de şeffaf ve hesap verebilir bir ortamın oluşmasını sağlamaktadır. Bu durum belediyenin mali yapısını da düzene sokmaktadır.
- Belediyelerin plan yapmayı alışkanlık haline getirmesi belediyelerde katılımcı yönetim anlayışını güçlendirmektedir.
- Planların süreklilik haline getirilmesi ile belediyenin bir kurum

olarak kapasitesini geliştirmesinin yanında meydana gelebilecek ani değişimlere karşı da hazırlıklı olmasını sağlamaktadır. Ayrıca bu durum kurumun sürekli olarak kendini yenilemesini de beraberinde getirmektedir.

- Belediyelerin bu planları hazırlaması, uygulamaya koyması ve tüm paydaşlarla paylaşması kurumun daha şeffaf ve hesap verebilir olmasını sağlamaktadır.

- Tüm belediye çalışanlarına analitik düşünme alışkanlığı ve kurumu ilgilendiren herhangi bir araştırma, tartışma ve akıl yürütme durumlarında pratiklik kazandırmaktadır.

- Belediyenin sahip olduğu tüm imkân, fırsat, tehdit, avantaj vs. gibi durumları kolaylıkla tanımaya ve değerlendirmesine fırsat vermektedir. Bunlara ek olarak bu durumları önceden tanıma ve oluşabilecek sorunlara karşı önceden tedbirler alması gibi stratejik planların belediyelere katkıları bulunmaktadır.

Her kamu kurum ve kuruluşun hazırlaması noktasında ciddi önem arz eden stratejik planlama için 2019 yılında Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı bünyesinde “Belediyeler İçin Stratejik Planlama Rehberi” hazırlanmıştır. Bu rehberde yer alan model ve yaklaşım tüm belediyelerin stratejik planında bulunması gereken alanlar olarak belirtilmiştir. Bugüne kadar stratejik planlama konusunda elde edilen deneyimler ve kamu kurum ve kuruluşları arasında mevcut olan farklılıklardan dolayı kamu kurumları için bir Kılavuz; üniversiteler, belediyeler ve kamu sermayeli işletmeleri ilgilendiren her biri için ayrı Rehber hazırlanmıştır. Belediyeler için bu kapsamda hazırlanan “Belediyeler İçin Stratejik Planlama Rehberi (Rehber)”, şeffaflık ve hesap verebilirlik anlayışının yerleşmesine katkı sağlayarak belediyelere stratejik plan hazırlık ve uygulama ile izleme ve değerlendirme aşamalarında ve alanlarında yardımcı olmayı hedeflemektedir (Belediyeler için Stratejik Planlama Rehberi, 2019).

III. OTUZ BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİNİN STRATEJİK PLANLARININ ŞEFFAFLIK BAĞLAMINDA İNCELENMESİ

Çağdaş yönetim yaklaşımlarından biri olan stratejik yönetim çerçevesinde ele alınan stratejik planlar, kamu yönetiminin kronik sorunlarına çözüm bulabilmek adına kamu yönetiminin gündemine girmiştir ve bu planların hazırlanması diğer kamu kurum ve kuruluşlarında olduğu gibi büyükşehir belediyelerinde de yasal bir zorunluluktur. Yukarıda belirtildiği gibi bu planların içerisinde olması gereken ve rehberde belirtilen alanlar belediyelerin şeffaflığının sağlanmasında katkı sağlayabilecek niteliktedir. Bu çalışmada büyükşehir belediyelerinin stratejik planları şeffaflık çerçevesinde incelenecektir. Bu doğrultuda 2019 yılında belediyeler için hazırlanan “Belediyeler için Stratejik Planlama Rehberi” içerisinde bulunan ve stratejik planlarda bulunması gereken alanlar ele alınacaktır.

Çalışmanın yöntemi içerik analizi yöntemidir. İçerik analizi özellikle son dönemlerde kitle iletişim araçlarının gelişmesi ve yaygınlaşması ile sosyal bilimlerde çok kullanılan bir araştırma yöntemi olmuştur (Taylan, 2011). “İçerik analizi veriden onun içeriğine ilişkin tekrarlanabilir ve geçerli sonuçlar çıkarmak üzere kullanılan bir araştırma tekniğidir.” (Krippendorff 1980: 25 aktaran Koçak ve Arun, 2006). Bu kapsamda çalışmada, Otuz büyükşehir belediyesinin son hazırladıkları 2020-2024 stratejik planları rehberde yer alan alanlar doğrultusunda ve şeffaflık bağlamında incelenmiştir. Burada rehberde yer alan alanların bulunup bulunmama durumlarına göre puanlamaya gidilmiştir. Buna göre “0” olarak puanlandığında belirtilen alana ilişkin “bilgi olmadığı”, “0.5” olarak puanlandığında “ilgili alana ilişkin yeterli açıklamaların yapılmadığı”, “1” olarak puanlandığında ise “alanın yer aldığı ve kapsamlı bilginin verildiği” şeklinde değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda rehberde yer alan tüm alanlara bakılıp elde edilen puana göre stratejik planların şeffaflığına ilişkin bir değerlendirme yapılmıştır. Aşağıdaki tabloda rehberde yer alan alanlar ve ona göre yapılan otuz büyükşehir belediyesinin stratejik planlamalarına ait puanlamaya dair bilgiler yer almaktadır.

TABLO 1 | Otuz Büyükşehir Belediyesinin Stratejik Planlarında Bulunması Gereken Alanlar ve Şeffaflık Puanlaması

REHBERDE BELİRTİLEN ve STRATEJİK PLANDA BULUNMASI GEREKEN ALANLAR		BÜYÜKŞEHİR BELEDİYELERİ (Alfabetik Sıraya Göre İlk 15 Büyükşehir Belediyesi)														
		Adana	Ankara	Antalya	Aydın	Balikesir	Bursa	Denizli	Diyarbakır	Erzurum	Eskişehir	Gaziantep	Hatay	Mersin	İstanbul	İzmir
Stratejik Plan Hazırlık Süreci	Planın Sahiplenilmesi	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0.5	1	1	
	Planlama Sürecinin Organizasyonu	0.5	1	1	0.5	1	0.5	1	0.5	1	0.5	0.5	1	0.5	0.5	
	Hazırlık Programı	0.5	1	1	0.5	1	0	1	1	1	0.5	1	1	1	0.5	
Durum Analizi	Kurumsal Tarihçe	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	Uygulanmakta Olan Stratejik Planın Değerlendirilmesi	1	1	1	0.5		0.5	0.5	1	0.5	0.5	1	0.5		1	
	Mevzuat Analizi	1	1	1	0.5	1	1	1	0.5	0.5	0.5	1	0.5	1	0.5	
	Üst Politika Belgeleri Analizi	1	1	1	0.5	1	0.5	1	1	1	1	1	1	1	1	
	Faaliyet Alanları İle Ürün Ve Hizmetlerin Belirlenmesi	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	Paydaş Analizi	0.5	1	1	1	1	0.5	1	0.5	1	1	1	1	1	1	
	Kuruluş İçi Analiz	0.5	1	1	1	1	1	0.5	0.5	1	1	0.5	1	1	1	
	PESTLE (Politika- Ekonomi- Sosyal- Teknolojik- Legal) Analizi	0.5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0.5	
	GZFT (Güçlü- Zayıf Yönler- Fırsatlar- Tehditler) Analizi	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	Geleceğe Bakış	Misyon	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Vizyon		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Temel Değerler		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Strateji Geliştirme	Amaçlar	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	Hedefler	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	Performans Göstergeleri	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Performans Programı	Performans Hedefleri	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	Faaliyetler	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	Projeler	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	
	Maliyetlendirme	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
İzleme ve Değerlendirme	Stratejik Plan İzleme Toplantısı	0	0	0	0	0.5	0.5	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Stratejik Plan Değerlendirme Toplantısı	0	0	0	0	0.5	0.5	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Faaliyet Raporu	0	0	0	0	0.5	1	0	0	0	0	0	0	0	0	
	İç Denetim	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

STRATEJİK PLANDA BULUNMASI GEREKEN ALANLAR	BÜYÜKŞEHİR BELEDİYELERİ (Alfabetik Sıraya Göre Son 15 Büyükşehir Belediyesi)															
	Kayseri	Kocaeli	Konya	Malatya	Manisa	Kahramanmaraş	Mardin	Muğla	Ordu	Sakarya	Samsun	Tekirdağ	Trabzon	Şanlıurfa	Van	
Stratejik Plan Hazırlık Süreci	Planın Sahiplenilmesi	0.5	0.5	1	1	1	0.5	1	1	1	1	1	1	0.5	0	
	Planlama Sürecinin Organizasyonu	1	1	1	0.5	1	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	1	1	1	0	0
	Hazırlık Programı	1	1	1	0.5	1	5	1	0.5	0.5	0.5	1	1	1	1	1
Durum Analizi	Kurumsal Tarihçe	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	Uygulanmakta Olan Stratejik Planın Değerlendirilmesi	0.5	1	1	1	1	0.5	1	1	0.5	1	1	1	1	1	
	Mevzuat Analizi	1	1	1	0.5	1	1	0.5	1	1	0.5	0.5	1	0.5	0.5	1
	Üst Politika Belgeleri Analizi	1	0.5	0.5	1	1	1	1	1	1	0.5	1	1	1	0.5	0.5
	Faaliyet Alanları İle Ürün Ve Hizmetlerin Belirlenmesi	1	0.5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Paydaş Analizi	0.5	1	1	0.5	1	1	1	0.5	1	1	0.5	1	1	1	1
	Kuruluş İçi Analiz	1	0.5	0.5	1	1	0.5	1	1	0.5	1	1	1	0.5	1	1
	PESTLE Analizi	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	GZFT Analizi	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Geleceğe Bakış	Misyon	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	Vizyon	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	Temel Değerler	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Strateji Geliştirme	Amaçlar	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	Hedefler	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	Performans Göstergeleri	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Performans Programı	Performans Hedefleri	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	Faaliyetler	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	Projeler	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	Maliyetlendirme	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
İzleme ve Değerlendirme	Stratejik Plan İzleme Toplantısı	0	0	0	0	0	0	0 ¹	0.5	0	0	0.5	0	0	0	0
	Stratejik Plan Değerlendirme Toplantısı	0	0	0	0	0	0	0	0.5	0	0	0.5	0	0	0	0
	Faaliyet Raporu	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
	İç Denetim	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

¹ Mardin BŞB'sinin Stratejik Planında İzleme ve Değerlendirme başlığı bulunamamıştır.

Rehberde belirtilen ve stratejik planda bulunması gereken ve tabloda ifade edilen alanlar bağlamında şeffaflık hususu puanlandığında 26 alan üzerinden değerlendirilmenin yapıldığı ve alınabilecek maksimum puanın da 26 olduğu anlaşılmaktadır. Büyükşehir belediyelerinin stratejik planı şeffaflık bağlamında değerlendirilirken maksimum puana yakınlıkları ölçüsünde şeffaflık düzeyleri ortaya konulmuştur. Bu bağlamda büyükşehir belediyelerinin stratejik planları “0” ile “26” arasında bir puanlamaya tabi tutulmuş ve alfabetik sıraya göre incelenmiştir.

Şeffaflık bağlamında Adana Büyükşehir Belediyesi'nin (BŞB) stratejik planı rehberde belirtilen, stratejik planda bulunması gereken ve tablo 4.1.'de yer alan alanlar bağlamında incelenmiştir. Adana BŞB özelinde bütün şeffaflık göstergeleri ayrıntılı bir şekilde ele alınmış ancak sonraki BŞB'lerde puanlar belirtildikten sonra tekrara düşmemek adına farklılık arz eden hususlar özellikle değerlendirilmiş, benzerlik gösteren hususlar üzerinde ayrıca durulmamıştır. Bu incelemeler sonucunda Adana BŞB'nin stratejik planının şeffaflık bağlamında aldığı puan 26 üzerinden 19.5'tir. Bu puan dikkate alındığında ilgili belediyenin stratejik planının şeffaflık bağlamında maksimum puana yaklaştığı görülmektedir. Belediyenin 17 alanda tam puan aldığı, beş alanda 0.5 puan aldığı ve kalan dört alanda ise puan alamadığı görülmektedir. Bu çerçevede planın sahiplenilmesi, kurumsal tarihçe, uygulanmakta olan stratejik planın değerlendirilmesi, mevzuat analizi, üst politikaları belgeleri analizi, faaliyet alanları ile ürün ve hizmetlerin belirlenmesi, GZFT analizi, misyon, vizyon, temel değerler, amaçlar, hedefler, performans göstergeleri, performans hedefleri, faaliyetler, projeler ve maliyetlendirme alanlarında ilgili belediyenin tam puan aldığı tablodan anlaşılmaktadır. Ancak planlama sürecinin organizasyonu, hazırlık programı, paydaş analizi, kuruluş içi analiz ve PESTLE (politik-ekonomik-sosyo-kültürel-teknolojik-yasal-çevresel etkiler) analizinde eksiklikler vardır. Planlama sürecinin organizasyonu alanında süreçte yer alması gereken kişiler belirtilmemiş ve hazırlık programı takvimlendirilmemiştir. Paydaş analizi kısmında ise iç paydaşlara yer verilmiş ancak dış paydaşlara anket yapıldığı belirtilmişse de sadece dış paydaş olarak vatandaşa yer verilmiştir. Kuruluş içi analizde herhangi bir değerlendirme yapılmamış safi bilgi verilmiştir. Son olarak PESTLE analizinde de yasal ve çevresel etkiler eksiktir. Bunlarla birlikte rehberde “İzleme ve Değerlendirme” başlığı altında bulunan stratejik plan izleme toplantısı, stratejik plan değerlendirme toplantısı, faaliyet raporu ve iç denetim alanlarında ilgili belediye puan alamamıştır. Bu alanlara ilişkin stratejik planda gelecek zamanlı ve genel geçer bilgiler dışında bir hususa değinilmemiştir. 2020- 2024 stratejik planı incelendiğinden ve yıl olarak 2023 yılında bulunulduğu göz önüne alındığında ilgili alanlara ilişkin bilgilerin verilmesi ve gerekli güncellemelerin yapılması gerektiği düşünülmektedir. Keza bu süreçte yapılması gereken altı ay ve yıllık olarak planlanan toplantılar, toplantılar neticesinde ortaya koyulan amaç ve hedeflere ne ölçüde ulaşıp ulaşılmadığı, buna yönelik faaliyet raporunun ve ilgili birimlerce yapılması gereken denetimlerin yapıp yapılmadığı şeffaflık bağlamında önem arz etmektedir. Çünkü İzleme ve değerlendirme kısmı ve burada yer alan alanlar planın ne derece uygulamaya konulduğunu gösteren yerdur. Burada var olan bilgiler planın uygulandığını ve takibinin yapıldığını, planın sadece zorunluluk olduğu için yapılmadığını ve ilgili planın kurum tarafından ciddi olarak benimsendiğini göstermektedir. Ayrıca şeffaflık bağlamında değerlendirildiğinde vatandaşların belediyenin faaliyetlerine ilişkin bilgiye ulaşabilecekleri yer de yine bu alandır.

Ankara BŞB şeffaflık alanları açısından ele alındığında, maksimum puan üzerinden 22 puan aldığı görülür. Bu puan göz önünde bulundurulduğunda şeffaflık noktasında Ankara BŞB'nin iyi düzeyde olduğu söylenebilecektir. Belediyenin 22 alanda tam puan aldığı ve dört alanda puan alamadığı saptanmıştır. Bu doğrultuda şeffaflık bağlamında Ankara BŞB'nin stratejik planıyla ilgili dikkat çeken ilk husus planın belediyenin web sayfasında yer alan “saydamlık ve hesap verebilirlik” kısmında yer almasıdır. Bununla birlikte planlama sürecinin organizasyonuna bakıldığında takvim bazlı planlamanın yapıldığı ve tablolaştırılarak bilgilerin verildiği görülmektedir. Üst politika ve mevzuat analizleri ayrıntılı tablolar şeklinde verilmiştir. Paydaş analizinde hem iç hem dış paydaşa anketler yapılmış ayrıntılı bir şekilde hem paydaşlar hem de anket sonuçları paylaşılmıştır. Son olarak kurum kültürüne yönelik anket yapılmış ve sonuçları yine ayrıntılı şekilde paylaşılmıştır. Belediyenin puan alamadığı alanlar

Adana BŞB'ye benzer şekilde izleme ve değerlendirme başlığı altında bulunan alanlardır.

Şeffaflık bağlamında Antalya BŞB'nin stratejik planı tablo 4.1.'de bulunan alanlar bağlamında incelendiğinde, 22 alanda tam puan aldığı ve dört alanda ise puan alamadığı görülmektedir. Belediyenin stratejik planında tam puan aldığı alanlardan biri olan ve diğer belediyelerden farklı olarak değerlendirilecek nokta faaliyet alanları ve ürün ve hizmetlerin belirlenmesi alanında “yönetişimi” faaliyet alanlarından biri olarak belirlenmesidir. Şeffaflığın yönetişimin temel ilkelerinden biri olduğu göz önünde bulundurulduğunda bu noktanın önem arz ettiği düşünülmektedir. Belediyenin puan alamadığı alanlar ise yukarıda verilen iki büyükşehir belediyesi ile aynıdır. Bu noktada belediyelerin zafiyet gösterdiği söylenebilir.

Tablodaki alanlar dikkate alındığında Aydın BŞB'nin şeffaflık puanının 19.5 olduğu görülmektedir. 17 alanda tam puan, beş alanda 0.5 puan aldığı ve dört alanda puan alamadığı tablodan anlaşılmaktadır. Aydın BŞB'nin stratejik planında rehberde uygun şekilde personele eğitimler düzenlendiğine dair bilgi verilmiştir. Ancak ilgili belediyenin planlama sürecinin organizasyonu ve hazırlık programı alanlarında eksikliklerinin olduğu anlaşılmıştır. Bununla birlikte uygulanmakta olan stratejik planın değerlendirilmesi, mevzuat ve üst politika belgeleri analizlerinin de tam olmadığı görülmüştür. Belediyeyi ilgilendiren mevzuat ve üst politika belgelerinin tamamına yer verilmemiş bunun yerine birkaç ilgili metne bakılarak geçilmiştir.

Balıkesir BŞB'nin tablo 4.1.'de yer alan alanları şeffaflık doğrultusunda incelendiğinde, 23.5 puan aldığı görülmektedir. Bu puanın maksimum puana yakınlık seviyesi düşüldüğünde Balıkesir'in stratejik planının şeffaf düzeyinin yüksek olduğu söylenebilecektir. İlgili belediye 22 alanda tam puan, üç alanda 0.5 puan almış ve bir alanda puan alamamıştır. Balıkesir BŞB'nin stratejik planında dikkat çeken ve yukarıdaki belediyelerden farklı olan nokta izleme ve değerlendirme başlığı altında yer alan alt başlıklarda puan almış olmasıdır. Ayrıca 2020- 2024 stratejik planının revize edilmiş halinin de web sayfasında yayınlanmış olmasıdır. Burada özellikle amaç, hedef, performans göstergeleri, faaliyetler ve projeler gibi alanların da yer aldığı hedef kartlarının güncellendiği görülmektedir. Bu alanda hem planın ilk halindeki ifadeler hem de güncel ifadeler yer almaktadır. Bu değişikliğin planda yer alması stratejik plan izleme ve değerlendirme toplantılarının yapıldığı çıkarımını da mümkün kılmaktadır. Bu halıyla belediyenin stratejik planının zaman içerisinde takibini sağladığı, içinde bulunduğu şartlara göre planın mevcut halinde değişiklikler yaptığı ve bunu da plana yansıttığı görülmektedir. Bu husus stratejik planların önemli özelliklerinden olan gerçeklik, değişen koşullara uyum sağlayacak esneklikte olma ve bu sayede kaynakların daha etkin ve verimli kullanımını sağlama noktasında belediyenin başarılı olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak her ne kadar rehberde bulunan alanlar belediyenin stratejik planında yer alsada ilgili bilgilerin stratejik planda dağınık olması, rehberdeki sıraya uygun verilmemesi, hem görsel hem de anlatım açısından karmaşık olması planın şeffaflık noktasında eleştirilebilecek bir yönünü oluşturmaktadır. Çünkü şeffaflık bilgilerin yalın, açık ve anlaşılır olmasını gerektirmektedir. Plan ilgili alanları taşınması noktasında maksimum şeffaflık düzeyine yakın olsa da eleştiri konusu olan ve belediyenin en önemli paydaşı olan vatandaşın planı anlamasını zorlaştıran hususlardan dolayı planın bu çerçevede tekrardan gözden geçirilmesi ve bir sonraki hazırlanacak planlarda bu hususa dikkat edilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Bursa BŞB'nin stratejik planı şeffaflık açısından incelendiğinde, 21 puan aldığı görülmektedir. Belediye onsekiz alanda tam puan, altı alanda 0.5 puan almış ve iki alanda da puan alamamıştır. Belediye hazırlık programı alanında puan alamamıştır. Dolayısıyla plan hazırlığına ilişkin herhangi bir bilgi planda yer almamaktadır. Ayrıca iç denetim hususunda da yine planda bir bilgiye rastlanılmamıştır. Ancak bununla birlikte diğer belediyelerden farklı olarak ilgili belediye 2023 yılı Stratejik Plan İlerleme Raporu yayınlamıştır. Bu raporda belediye 2023 yılı haziran sonu itibarıyla planın gerçekleşme oranını belirtmiştir. Bu da göstermektedir ki plan hazırlanan belediye tarafından takip edilmekte ve bu doğrultuda stratejik planda ortaya koyulan amaç ve hedeflerin ne kadar gerçekleşip gerçekleşmediği ortaya koyulmaktadır.

Denizli BŞB'nin tablo 4.1.'de yer alan şeffaflık alanları doğrultusunda stratejik planı incelendiğinde, 21 puan aldığı görülür. Belediye 20 alanda

tam puan, iki alanda 0.5 puan almıştır ve dört alanda puan alamamıştır. Puan alamadığı alanlar diğer belediyelerle benzer şekilde stratejik planın izlenme ve değerlendirmesine ilişkin alanlardır. Uygulanmakta olan stratejik planın değerlendirilmesi ve kuruluş içi analizde 0.5 puan almıştır. Kuruluş içi analizde özellikle kurum kültürüne ilişkin değerlendirme yapılmadığı görülmüştür. Denizli BŞB'nin stratejik planı şeffaflık puanına bakıldığında düzeyi iyi sayılabilecek durumdadır. Ancak hem izleme ve değerlendirme noktasında eksiklikler hem de bir zaruret olan stratejik planın web sayfasında ilan edilmesi hususuna dikkat edilmemesi nedeniyle şeffaflık açısından eleştiri konusu olmaktadır. Denizli BŞB'nin stratejik planı kurumsal web sayfasında yer almamaktadır. Stratejik plana ulaşmak için ayrıca internet üzerinden "Denizli BŞB Stratejik planı" şeklinde özellikle aramaya tabi tutmak gerekmektedir. Yapılan arama sonucunda plan "www2.denizli.bel.tr" adresinde yer almaktadır.

Tablodaki alanlar bağlamında Diyarbakır BŞB'nin şeffaflık alanları dikkate alındığında puanının 20 olduğu görülür. On sekiz alanda tam puan aldığı, dört alanda 0.5 puan aldığı ve dört alanda ise puan alamadığı görülmektedir. Burada özellikle dikkati çeken durum ise paydaş analizi ve kuruluş içi analizdeki eksikliklerdir. Erzurum BŞB 'ye bakıldığında ise Diyarbakır'a benzer şekilde 20 puan aldığı görülür. Ancak Erzurum BŞB on dokuz alanda tam puan almış, iki alanda 0.5 puan almış ve 5 alanda puan alamamıştır. Erzurum BŞB'nin stratejik planında dikkati çeken husus ise hedef kartlarında projelerine yer verilmemiş olmasıdır. Eskişehir BŞB'nin stratejik planı da şeffaflık alanları doğrultusunda 20 puan alarak diğer iki belediyeyle aynı düzeye sahiptir. Diyarbakır'a benzer şekilde 18 alanda tam puan, dört alanda 0.5 puan aldığı ve dört alanda ise puan alamadığı anlaşılmaktadır. Her üç belediyenin puan alamadığı ortak alan ise yine izleme ve değerlendirme kısmıdır.

Gaziantep, Hatay ve Mersin BŞB'nin stratejik planı şeffaflık açısından incelendiğinde, her üç belediyenin de 21 puan aldığı görülmektedir. Belediyelerin puan alamadığı alanlar diğer belediyelerle de ortak olmakla birlikte tam puan ve 0.5 puan aldıkları alanlar farklılık göstermektedir. Gaziantep BŞB' sinde planlama sürecinin organizasyonu ve kuruluş içi analizde eksiklikler bulunurken Hatay BŞB' sinde uygulanmakta olan stratejik planın değerlendirilmesi ve mevzuat analizi alanlarında eksiklikleri bulunmaktadır. Mersin BŞB' sinin ise planın sahiplenilmesi ve planlama sürecinin organizasyonu alanlarında eksiklikleri olduğu tablodan anlaşılmaktadır.

İstanbul BŞB'nin tablo 4.1'de yer alan şeffaflık alanları doğrultusunda stratejik planı incelendiğinde, 20 puan aldığı görülmektedir. On sekiz alanda tam puan, dört alanda 0.5 puan aldığı ve dört alanda ise puan alamadığı tablodan anlaşılmaktadır. Planlama sürecinin organizasyonu ve hazırlık programı noktalarında eksikleri olan belediyenin bu iki alanda isimlendirme ve takvimlendirme yapmadığı görülmüştür. Mevzuat analizi noktasında kısıtlı yasal düzenlemeye yer veren belediye, PESTLE analizinde ise yasal ve politik etki alanlarına yer vermemiştir. İzmir BŞB ise şeffaflık alanları doğrultusunda 21 puan almıştır. Eksik olan alanlar İstanbul BŞB 'ye benzer şekilde planlama sürecinin organizasyonu ve hazırlık programı noktasındadır. Bununla birlikte İstanbul BŞB' den farklı olarak İzmir BŞB yirmi alanda tam puan almıştır. Ancak her iki belediye de stratejik plan izleme toplantısı, değerlendirme toplantısı, faaliyet raporu ve iç denetim alanlarının yer aldığı izleme ve değerlendirme başlığından puan alamamıştır. Diğer belediyelerde olduğu gibi bu iki belediyede de bu alanlarda şeffaflık zafiyeti olduğu düşünülmektedir.

Kayseri ve Kocaeli BŞB'nin stratejik planı şeffaflık açısından incelendiğinde, Kayseri'nin şeffaflık alanlarındaki puanın 20.5, Kocaeli'nin ise 20 puan olduğu görülmektedir. Kayseri 19 alanda tam puan almışken Kocaeli ise 18 alanda tam puan almıştır. Kayserinin üç alanda eksiklikleri varken Kocaeli'nin ise dört alanda eksiklikleri bulunmaktadır. Puan alınmayan alanlar ise ortaktır. Bununla birlikte Kayseri BŞB'nin stratejik planıyla alakalı özellikle dikkati çeken husus planın web sayfasında erişilebilirliğinin kolay olmamasıdır. Bu husus şeffaflık açısından eleştirilebilecek bir noktadır. Kocaeli BŞB' sinde ise faaliyet alanları ile ürün ve hizmetlerin belirlenmesi alanında eksiklerin olduğu saptanmıştır. Otuz büyükşehir belediye içerisinde bu alanda stratejik planında eksiklik olan tek belediye Kocaeli BŞB' sidir. Ancak şeffaflık bağlamında olumlu olarak değerlendirilebilecek husus ise planın organizasyon sürecinin ve hazırlık programının ayrıntılı bir

şekilde stratejik planda yer almasıdır.

Tablodaki alanlar bağlamında Konya BŞB'nin şeffaflık düzeyine bakıldığında, 21 puan olduğu görülür. 20 alanda tam puan alan Konya BŞB iki alanda 0.5 puan almış ve dört alanda ise puan alamamıştır. İlgili belediyenin stratejik planında olumlu anlamda dikkati çeken en önemli hususlar PESTLE analizi ve GZFT analizidir. İki analizde de birim bazlı ve detaylı açıklamalar yapılmıştır. Ancak her ne kadar şeffaflık puanı maksimum puana yakın olsa da Konya BŞB'nin eleştirildiği en önemli nokta stratejik planın web sayfasında yer almayıp, "www.sp.gov.tr" (Kamuda Stratejik Yönetim) sayfasında yer alıyor olmasıdır. Stratejik planın web sayfasında ilan edilmesinin/yayınlanmasının zorunluluk olduğu ve bu durumun şeffaflık açısından önem arz ettiği göz önüne alındığında ilgili durumun önemli bir eksiklik olduğu düşünülmektedir.

Malatya BŞB'nin stratejik planı tablo 4.1'de bulunan alanlar doğrultusunda şeffaflık bağlamında incelendiğinde, 20 puan aldığı görülmektedir. On sekiz alanda tam puan, dört alanda 0.5 puan aldığı ve dört alanda ise puan alamadığı tablodan anlaşılmaktadır. Özellikle plan sürecinin organizasyonu ve hazırlık programı ile mevzuat ve paydaş analizlerinde eksiklikleri olduğu saptanmıştır. Bu bağlamda herhangi bir isimlendirme ve takvimlendirmeye gidilmemekte birlikte mevzuat analizinde de sınırlı yasal düzenlemeye gidilmiştir.

Tablodaki alanlar bağlamında Manisa BŞB'nin şeffaflık düzeyi dikkate alındığında puanın 22 olduğu görülür. Yirmi iki alanda tam puan alan Manisa'nın puan alamadığı alanlar diğer belediyelerle ortaktır. Bu noktada şeffaflık bağlamında iyi düzeyde ifade edilebilir. Bununla birlikte şeffaflık noktasında dikkati çeken önemli bir husus da belediyenin misyonunda yönetim vurgusu yapmasıdır. Ayrıca dikkati çeken bir diğer husus ise tüm belediyelerin puan alamadığı izleme ve değerlendirme kısmı dışında diğer tüm alanlarda tam puan alan sayılı belediyelerden olmasıdır.

Kahramanmaraş BŞB'nin stratejik planı şeffaflık açısından incelendiğinde, 19.5 puan aldığı görülmektedir. 17 alanda tam puan alan Kahramanmaraş BŞB'si beş alanda 0.5 puan almış ve dört alanda diğer belediyelere benzer şekilde puan alamamıştır. Kahramanmaraş BŞB'nde şeffaflık noktasında dikkati çeken önemli eksiklik diğer belediyelere nazaran rehberde belirtilen stratejik plan hazırlık süreci başlığı altında yer alan planın sahiplenilmesi, planlama sürecinin organizasyonu ve hazırlık programı alanlarında eksikliklerin olmasıdır.

Mardin BŞB'nin tablo 4.1'de yer alan şeffaflık düzeyleri doğrultusunda stratejik planı incelendiğinde, 21 puan aldığı görülmektedir. Belediye yirmi alanda tam puan, iki alanda 0.5 puan almış ve dört alanda ise puan alamamıştır. Mardin BŞB'de dikkati çeken husus Konya BŞB'de olduğu gibi stratejik planın web sayfasında yer almayıp, "www.sp.gov.tr" (Kamuda Stratejik Yönetim) sayfasında yer alıyor olmasıdır. Bu durum ulaşılabilirliği perdelediğinden veya zorlaştırdığından şeffaflık noktasında önemli bir eksiklik olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca Mardin BŞB'de dikkati çeken diğer önemli bir husus da diğer belediyelerde izleme ve değerlendirme kısmında şeffaflık adına gerekli bilgiler yokken ve genel-geçer bilgiler sunulmuşken ilgili belediyenin stratejik planında bu bölüm hiç yer almamaktadır.

Muğla BŞB'nin stratejik planı şeffaflık açısından incelendiğinde, 22.5 puan aldığı görülmektedir. Yirmi alanda tam puan, beş alanda 0.5 puan almış ve bir alanda puan alamamıştır. Şeffaflık açısından Muğla BŞB'nin stratejik planı izleme ve değerlendirme başlığı açısından diğer belediyelerden farklılık arz etmektedir. İlgili belediye 2022 ve 2023 yıllarında stratejik planını revize etmiş, amaçlarını ve hedeflerini yeniden gözden geçirmiştir. Bu doğrultuda planın mevcut halinde güncel durumlar göz önünde bulundurularda planda değişiklikler yapılmıştır. Otuz belediye içerisinde bu alanda çalışmalar yapan az sayıda belediyeden biri olmaktadır. Bu yönüyle de şeffaflık noktasında stratejik planının iyi düzeyde olduğu düşünülmektedir.

Tablodaki alanlar bağlamında Ordu ve Sakarya BŞB'nin şeffaflık düzeyleri dikkate alındığında her iki belediyenin de 20 puan aldığı görülür. Ordu ve Sakarya BŞB' lerinde on sekiz alanda tam puan, dört alanda 0.5 puan alınmış ve dört alanda da puan alınmamıştır. Her iki belediyenin de stratejik planında olumlu anlamda dikkati çeken husus GZFT analizlerinin birim bazlı ve detaylı şekilde verilmiş olmasıdır.

Samsun ve Tekirdağ BŞB' lerinin tablo 4.1'de yer alan şeffaflık düzeyleri doğrultusunda stratejik planı incelendiğinde, Samsun BŞB'nin 23 puan, Tekirdağ BŞB'nin ise 22 puan aldığı görülmektedir. 21

alandan tam puan alan Samsun BŞB, dört alanda 0.5 puan almış ve sadece bir alanda puan alamamıştır. İlgili belediye 2020 yılının ilk altı ayını genel anlamda değerlendirmiş ve izleme ve değerlendirme noktasında süreci takip etmiştir. Tekirdağ BŞB ise, hemen hemen tüm belediyelerin puan alamadığı izleme ve değerlendirme kısmı dışında diğer tüm alanlarda tam puan alan nadir belediyelerdendir.

Trabzon BŞB'nin stratejik planı şeffaflık açısından incelendiğinde, 21 puan aldığı görülmektedir. Yirmi alanda tam puan alan belediye iki alanda 0.5 puan almış ve dört alanda da puan alamamıştır. Eksik olan alanların mevzuat analizi ve kuruluş iç analiz olduğu tablodan anlaşılmaktadır.

Şanlıurfa ve Van BŞB'lerinin stratejik planı şeffaflık açısından incelendiğinde, 19.5 puan aldıkları görülmektedir. 18 alanda tam puan alan Şanlıurfa BŞB'si, üç alanda 0.5 puan almış ve beş alanda ise puan alamamıştır. İlgili belediyenin bu noktada dikkati çeken önemli eksikliği planlama sürecinin organizasyonuna dair bilginin olmamasıdır. Ayrıca üst politika belge analizinde Onuncu Kalkınma Planına yer verip, Onbirinci Kalkınma Planına değinilmemiştir. Bu kapsamda güncel gelişmelerin takip edilmediği düşünülmektedir. Van BŞB'sine bakıldığında ise, on dokuz alanda tam puan, bir alanda 0.5 puan aldığı ve altı alanda puan alamadığı görülmektedir. Puan alınmayan ortak alanlar dışında Van BŞB planını sahiplenilmesi ve planlama sürecinin organizasyonu alanlarında stratejik planda herhangi bir bilgiye yer vermemiştir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Stratejik planların şeffaflığının ele alındığı bu çalışmada, rehberde bulunan 26 alan bağlamında otuz büyükşehir belediyesi incelenmiştir. Yapılan inceleme sonucunda aşağıdaki bulgulara erişilmiştir:

- Planın sahiplenilmesi başlıklı alanda hemen hemen tüm belediyelerin bilgilendirme yaptıkları ancak 5 belediyenin bu konuda eksiklikleri olduğu bir belediyenin ise bu alana hiç yer vermediği saptanmıştır. Eksik olan nokta ise, planın yapılmasında önem arz eden katılımcılık hususuna değinilmemesi ve tepe yöneticisi olan belediye başkanlarının bu doğrultuda vurgulanmamasıdır.
- Planlama sürecinin organizasyonu başlıklı alanda incelenen belediyelerinin yarısından fazlasının bu konuda eksiklikleri olduğu ve hatta iki belediyenin bu alana hiç yer vermediği görülmüştür. Bu kısımda özellikle başkan, strateji geliştirme kurulu, strateji geliştirme birimi, stratejik planlama ekibi ve harcama birimleri belirtilmelidir. Burada hangi birimde kimlerin görev yapacağını isim olarak belirtmesinin şeffaflık açısından fayda sağlayacağı düşünülmektedir.
- Hazırlık programı başlıklı alanda on belediyenin eksiklikleri olduğu ve bir belediyenin ise bu alana hiç yer vermediği görülmüştür. Bu noktada özellikle plana ilişkin aşama ve faaliyetlerin takvimlendirilmesi paydaşların plana ilişkin bilgi edinmesi bakımından önem arz etmektedir.
- Kurumsal tarihçe başlıklı alanda tüm belediyelerin güncel yasal düzenlemeleri doğrultusunda kurumsal tarihçelerini verdikleri görülmektedir.
- Uygulanmakta olan stratejik planın değerlendirilmesi başlıklı alanda bazı belediyelerde eksiklikler bulunmaktadır. Bu bağlamda planın gerçekleşme düzeyine, başarı ve başarısızlık durumlarına ilişkin sayısal bilgilendirmelerin yapılmaması en önemli eksiklik olarak öne çıkmaktadır.
- Mevzuat analizi başlıklı alanda genel olarak incelenen tüm belediyelerin bilgilendirme yaptıkları ancak yasal mevzuat kapsamında bazı belediyelerin sadece belediye kanununa yer verdikleri ve kendilerini ilgilendiren diğer düzenlemelere yer vermedikleri saptanmıştır.
- Üst politika belgeleri analizi başlıklı alanda hemen hemen tüm belediyelerin bilgilendirme yaptıkları görülmüştür. Ancak bazı belediyelerin yasal mevzuat analizine benzer bir şekilde ilgili üst politika belgelerinin tamamını değil de bir kaçına yer verdikleri ve bunun da yetersiz olduğu düşünülmektedir.
- Faaliyet alanları ile ürün ve hizmetlerin belirlenmesi başlıklı alanda genel olarak tüm belediyelerin başarılı bilgilendirme yaptıkları görülmüştür.

- Paydaş analizi başlıklı alanda incelenen belediyelerinin büyük çoğunluğunun gerekli bilgilendirmeyi yaptığı ancak bazı belediyelerde iç ve dış paydaşın belirtilmesi, yapılan anket çalışmalarının sonuçlarının tam olarak verilmemesi eksiklik olarak göze çarpmaktadır.
- Kuruluş içi analiz başlıklı alanda belediyelerin bilgilendirme yaptıkları ancak bazı belediyelerin özellikle kurum kültürüne ilişkin yeterli bilgi sunmadıkları saptanmıştır.
- PESTLE analizi başlıklı alanda iki belediye dışında kalan belediyelerin yeterli açıklamalar yaptıkları görülmüştür. Kalan iki belediyenin ise PESTLE analizinde yer alan altı konunun tamamına değil de bazılarına yönelik çalışmalar yaptıkları saptanmıştır.
- GZFT analizi başlıklı alanda tüm belediyelerin gerekli açıklamaları yaptığı hatta bazı belediyelerin bunu birim bazlı sundukları görülmektedir.
- Misyon, vizyon ve temel değerler başlıklı alanlarda tüm belediyelerin bilgilendirme yaptıkları ve yaptıkları bilgilendirmenin de açık ve anlaşılır yani şeffaflığa uygun olduğu düşünülmektedir.
- Amaçlar, hedefler ve performans göstergeleri alanlarının yer aldığı strateji geliştirme başlığı ile performans hedefleri, performans göstergeleri, faaliyetler ve projeler alanlarının yer aldığı performans programı başlıklarında belediyelerin başarılı oldukları ve hemen hemen bütün belediyelerin gerekli bilgileri verdikleri saptanmıştır. İfade edilen hususlar hedef kartları kapsamında planlarda yer almıştır.
- Maliyetlendirme alanında tüm belediyelerin çalışmalar yaptığı stratejik planlarında görülmektedir.
- Son başlık olan izleme ve değerlendirme kısmı içerisinde yer alan stratejik plan izleme toplantısı, stratejik plan değerlendirme toplantısı, faaliyet raporu ve iç denetim hususları neredeyse birkaç belediye dışındaki tüm belediyelerin zafiyet gösterdikleri bir alandır. Bu kısımda belediyeler çoğunlukla rehberde yer alan genel-geçer bilgileri sunmuş, gelecek zamanlı ifadeler kullanmış ve gerekli güncellemeleri yapmamışlardır.

Yukarıda belediyelerin stratejik planlarının incelemesi sonucunda yapılan çıkarımlar göz önüne alındığında teorik bağlamda usullere uygun hareket edildiği için tüm belediyelerin şeffaflık düzeyinin maksimum puana yakın olduğu görülmektedir. Bununla birlikte planlar şunu da göstermektedir ki, planlar yapıldıktan sonra takibi ve izlenmesi noktasında eksiklikler mevcuttur. Stratejik planlamanın temel özelliklerinden olan kararları düzenli olarak gözden geçirme hususuna dikkat edilmediği buradan çıkarılabilecek ilk bulgudur. Ayrıca bu husus şeffaflık adına da önemli bir eksikliktir. Şeffaf olarak nitelendirilebilmek için sunulan bilgilerin güncel, tutarlı olması önemlidir. Planlardan anlaşıldığı üzere çoğu belediye planı yapmakla yetinmiş sonrasında amaç ve hedefler takip edilerek faaliyet raporları sunulmamış ve planda gerekli güncellemeler yapılmamıştır. Bu alandaki sorunlar giderildiğinde sadece teorik manada değil uygulamada da stratejik planlar şeffaflığa hizmet edip, paydaşların hesap sorabilmeleri adına gerekli bilgilere ulaşmalarını sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- [1] Adana Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 5 Eylül). Erişim adresi https://www.adana.bel.tr/panel/uploads/stratejikplani_v/files/2020-2024-adana-buyuksehir-belediyesi-stratejik-plani.pdf
- [2] Akdoğan, N. ve Çetinkaya, N. (2016). Türkiye'de bulunan büyükşehir belediyeleri'nin şeffaflık ve hesap verebilirlik açısından incelenmesi, *World of Accounting Science*, 18.
- [3] Akpınar, M. (2011). Gün ışığında yönetim açısından Türk kamu yönetiminde açıklık ve şeffaflık sorunu, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 235-261.
- [4] Ankara Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 5 Eylül). Erişim adresi I <https://s.ankara.bel.tr/files/2022/04/06/c2dd96f266679134a44d544972fd36dc.pdf>
- [5] Antalya Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 5 Eylül). Erişim adresi <http://www.sp.gov.tr/tr/stratejik-plan/s/1916/Antalya+Buyuksehir+Belediyesi+2020-2024>
- [6] Atıyas, İ. ve Sayın, Ş. (2000). Devletin Mali ve Performans Saydamlığı. İzak Atıyas ve Şerif Sayın (Eds.). *Devlet Reformu: Kamu Maliyesinde Saydamlık* içinde (s. 27-44). İstanbul: TESEV.
- [7] Aydın Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 5 Eylül). Erişim adresi https://aydin.bel.tr/Content/files/Stratejik%20Planlar/2020-2024_stratejik_plan.pdf

- [8] Aydın, A. H. (2015). *Türk kamu yönetimi* (6. Baskı). Ankara: Seçkin Yayınları
- [9] Balıkesir Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 6 Eylül). Erişim adresi <https://www.balikesir.bel.tr/stratejik-plan-tr>
- [10] Başkan, B. G. ve Özer, Y. B. (2016). Belediyelerin stratejik planlarında çevre: İstanbul ölçüğünde bir değerlendirme, *Strategic Public Management Journal (SPMJ)*, 4, 95-102.
- [11] Belediyeler İçin Stratejik Planlama Rehberi/2019 (2023 9 Eylül). Erişim adresi 2nABM+Belediyeler_Icin_Stratejik_Planlama_Rehberi.pdf
- [12] Benli, S. ve Varol, S. (2011). Mali sistemde faaliyet raporlarının önemi, *Denetim*, (7), 70-77.
- [13] Bozlağan, R. ve Haraç, S. (2016). Stratejik planlar üzerine karşılaştırmalı bir inceleme: çorlu belediyesi örneği, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13 (35), 363-383.
- [14] Boztepe, H. (2013). Halkla ilişkiler perspektifinden güven kavramı: katılımçılık, şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkelerinin kamu kurumlarına yönelik güvenin oluşmasındaki rolü, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (45), 53-74.
- [15] Bursa Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 6 Eylül). Erişim adresi https://www.bursa.bel.tr/dosyalar/yayinlar/191011104504_0.0.0.BBB-2020-2024-Stratejik-Planı.pdf
- [16] Coşkun, B. ve Almali, V. (2019). Belediyeler ve stratejik planlama: Van ve Muğla büyükşehir belediyelerinin 2015-2019 yılları stratejik planlarının karşılaştırmalı olarak incelenmesi, *Strategic Public Management Journal*, 6 (11), 15-32.
- [17] Demirkıran, Ö., Eser, H. B. ve Keklik, B. (2011). Demokrasinin tabana yayılması, yönetimde şeffaflık ve hesap verebilirlik bağlamında bilgi edinme hakkı kanunu, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 3(2), 169-192.
- [18] Denizli Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 6 Eylül). Erişim adresi https://www2.denizli.bel.tr/userfiles/file/stratejik_plan_2020-2024.pdf
- [19] Devlet Planlama Teşkilatı (2006). *Kamu idareleri için stratejik planlama kılavuzu* (2. Baskı). Ankara: DPT Matbaası
- [20] Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 6 Eylül). Erişim adresi <https://www.diyarbakir.bel.tr/bilgi-bankasi/1/stratejik-plan>
- [21] Emini, F. T. ve Ayaz, Ç. E. (2019). Türkiye’de bilgi edinme hakkı: açıklık ve şeffaflık, *Journal of Awareness*, 3(5), 267-278.
- [22] Eryiğit, B. H. (2013). Stratejik planlama, stratejik planlamaya ilişkin alternatif yaklaşımlar ve stratejik yönetim okulları, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 4 (9), 152-172.
- [23] Erzurum Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 6 Kasım). Erişim adresi https://www.erkurum.bel.tr/IcerikDetay-stratejik_plan/15/1.html
- [24] Eskişehir Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 6 Eylül). Erişim adresi <https://www.eskisehir.bel.tr/stratejik-plan>
- [25] Fox, J. (2007). The uncertain relationship between transparency and accountability, *Development in Practice*, 17(4-5), 663-671.
- [26] Gaziantep Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 6 Eylül). Erişim adresi <https://www.gaziantep.bel.tr/uploads/2020/07/2020-2024-stratejik-plan.pdf>
- [27] Genç, F. N. (2009). Türk kamu yönetiminde stratejik planlama, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23.
- [28] Gökleçeş, T. ve Özer, M. A. (2021). Kamu kurumlarında stratejik yönetim sürecinde stratejik planların etkinliği, *Ekonomi İşletme Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi (JEBPIR)* 7(2), 295-318.
- [29] Gürer, H. (2006). Stratejik planlamanın temelleri ve Türk kamu yönetiminde uygulanmasına yönelik öneriler, *Sayıştay Dergisi*, 63, 91-105.
- [30] Hâkimler ve Savcılar Kurulu. (2023, 7 Eylül). Erişim adresi <https://www.hsk.gov.tr/Eklentiler/Dosyalar/9a3bfe74-cdc4-4ae4-b876-8cb1d7eeae05.pdf>
- [31] Hatay Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 7 Eylül). Erişim adresi <https://api.hatay.bel.tr/storage/gallerymedia/September2021/wVfJ8PuDP3XaraWgQGAS.pdf>
- [32] Herğüner, B. (2017). *Kamu yönetiminde çağdaş yaklaşımlar*. Ankara: Seçkin Yayınları
- [33] İstanbul Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 7 Eylül). Erişim adresi <http://www.sp.gov.tr/tr/stratejik-plan/kurum/354>
- [34] İzmir Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 7 Eylül). Erişim adresi https://www.izmir.bel.tr/CKYuklenen/Dokumanlar_2020/Stratejik%20Plan2024.pdf
- [35] Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 16 Ekim). Erişim adresi <https://kahramanmaras.bel.tr/stratejik-plan>
- [36] Kalkan, A. ve Alparslan, A. M. (2009). Şeffaflık, iletişim ve hesap verebilirliğin yerel yönetim başarılarına etkileri, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 1(1), 25-40.
- [37] Karaca, Y. ve Yıldız Özsalmanlı, A. (2022). Kamu yönetiminde açık veri yönetimi ve şeffaflık: ABD ve İngiltere uygulamaları, *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1), 121-140.
- [38] Karasu, M. A. (2012). Büyükşehir Belediyelerinde stratejik planlama: karşılaştırmalı bir analiz, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 8 (16), 159- 180.
- [39] Kayseri Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 13 Ekim). Erişim adresi https://www.kayseri.bel.tr/uploads/pdf/kbb_stratejik_plan_2020_2024.pdf
- [40] Kılıç, Ö. (2018). Stratejik planlama süreci ve Edirne belediyesi 2015-2019 stratejik planı değerlendirmesi, *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 2 (3), 1-24.
- [41] Kocaeli Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 13 Ekim). Erişim adresi <https://www.kocaeli.bel.tr/tr/main/pages/stratejik-planlar/28>
- [42] Koçak, A., & Arun, Ö. (2013). İçerik analizi çalışmalarında örneklem sorunu. *Seçuk İletişim*, 4(3), 21-28. <https://doi.org/10.18094/si.51496>
- [43] Konya Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 13 Ekim). Erişim adresi <http://www.sp.gov.tr/tr/stratejik-plan/s/1822/Konya+Buyuksehir+Belediyesi+2020-2024>
- [44] Malatya Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 15 Ekim). Erişim adresi https://www2.malatya.bel.tr/yayin/MBB_Str_Plan_2020_2024.pdf
- [45] Manisa Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 15 Ekim). Erişim adresi https://www.manisa.bel.tr/t35_mali-hizmetler-dairesi-baskanligi.aspx?sayfa=icerik&sid=8
- [46] Mardin Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 17 Ekim). Erişim adresi <http://www.sp.gov.tr/tr/stratejik-plan/s/1895/Mardin+Buyuksehir+Belediyesi+2020-2024>
- [47] Mersin Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 7 Eylül). Erişim adresi <https://www.mersin.bel.tr/dokumanlar/mbb-stratejik-plan>
- [48] Muğla Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 17 Ekim). Erişim adresi https://panel.mugla.bel.tr/uploads/sayfatr/mali_hizmetler/MBB%202020-2024%20STRATEJ%20C4%B0K%20PLANI-Revizyon%20websitesi%2022.06.2021.pdf
- [49] Nalci Arıbaş, N. (2013). Kamuda stratejik planlamanın “katılımcılık” boyutu, *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 4 (1), 80- 100.
- [50] Ordu Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 18 Ekim). Erişim adresi <https://www.ordu.bel.tr/uploads/137377-pyvzxcz-6152-581-mqxfrfnu-0968.pdf>
- [51] Özbaran, M. H. (2003). Şeffaflık ve hesap verme sorumluluğu bağlamında yolsuzlukla mücadelede sayıştayların rolü, *Sayıştay Dergisi*, (43), 3-22.
- [52] Özşahin Koç, F. ve Özkan, A. (2016). Şeffaflık ilkesinin gereği olarak gönüllü risk açıklama: İngiltere örneği, *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 18 (Özel Sayı-1); 157-175.
- [53] Sakarya Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 18 Ekim). Erişim adresi <https://www.sakarya.bel.tr/uploads/stratejik/Kki37LNI1A5.pdf>
- [54] Samsun Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 18 Ekim). Erişim adresi <https://samsun.bel.tr/icerik/stratejik-planlar>
- [55] Şanlıurfa Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 20 Ekim). Erişim adresi https://www.sanlıurfa.bel.tr/files/1/bsb_sonra/sanlıurfa_buyuksehir_belediyesi_2020-2024_stratejik_plani.pdf
- [56] Taş, İ. E. ve Durgun, S. (2022). Gelenekselde dijital şeffaflığın dönüşümü. *21. Uluslararası Kamu Yönetimi Forumu Bildiriler Kitabı* içinde (ss.480-504). Eskişehir.
- [57] Taş, İ. E., Avşar, Y. ve Durgun, S. (2022). Belediyelerin değişen dünyaya uyumu: dijital şeffaflığa doğru, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(3), 1674-1688.
- [58] Taş, İ. E., Çiçek, Y. ve Koçar, H. (2016). Büyükşehir belediyelerinde stratejik plan analizi: Kahramanmaraş büyükşehir belediyesi örneği, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (2), 57- 76.
- [59] Taylan, H. H. (2011). Sosyal bilimlerde kullanılan içerik analizi ve söylem analizinin karşılaştırılması. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (BUSBED)*, 1(2), 63-76.
- [60] Tekirdağ Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 18 Ekim). Erişim adresi https://www.tekirdag.bel.tr/content/WebSource/file/stratejik_plan/stratejik_plan_2020_2024.pdf
- [61] Tortop N., İspir E. G., Aykaç B., Yayman H. ve Özer M. A. (2017). *Yönetim bilimi* (11. Baskı). Ankara: Nobel Yayınları
- [62] Trabzon Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 18 Ekim). Erişim adresi <https://webdata.trabzon.bel.tr/BaglantiFotolar/303edfef-b888-4018-a5d9-34751483301b/20220822034918IHSLP.pdf>
- [63] Van Büyükşehir Belediyesi 2020- 2024 Stratejik Planı. (2023, 20 Ekim). Erişim adresi <https://van.bel.tr/Strateji.html>
- [64] Yıldırım H. ve Tahtaloğlu H. (2016). Türk kamu yönetimi stratejik plan uygulamasında sahiplenme ve katılım sorunları, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 6 (2), 181-196.
- [65] 5216 Sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu. (2023, 7 Eylül). Erişim adresi <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=5216&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5>
- [66] 5393 Sayılı Belediye Kanunu. (2023, 7 Eylül). Erişim adresi <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.5393.pdf>



DOES E-GOVERNMENT FOSTER WELFARE? AN EMPIRICAL INVESTIGATION FOR DEVELOPING COUNTRIES

ABDULMECİT YILDIRIM¹ & VEDAT ALMALP²

¹Dr. Öğr. Üyesi, Muş Alparslan Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, a.yildirim@alparslan.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-6228-6601>. ²Dr. Öğr. Üyesi, Muş Alparslan Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi Ve Kamu Yönetimi Bölümü, v.almali@alparslan.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-2124-703X>.

ABSTRACT

In this study, the effect of e-government on welfare is examined using ordinary least squares estimations for developing countries. A cross-sectional data set was created by averaging the data available between 2003 and 2020. The study basically examines the transmission channels through which e-government affects welfare. These channels serve as crucial pathways that link e-government initiatives to welfare outcomes. By examining these channels, the study seeks to unravel the significance of e-government as a determinant of welfare. When the transmission channels are considered, e-government is an essential variable that explains welfare. According to the findings of the study, the most important channel through which e-government affects welfare is regulatory quality, which accounts for about 15% of the total impact. Furthermore, the study identifies corruption and political stability as additional channels through which e-government influences welfare. These channels, although accounting for a relatively smaller proportion of the total impact, still play significant roles in shaping welfare outcomes. Overall, the findings emphasize the multi-dimensional nature of e-government's impact on welfare. By considering various transmission channels, this study provides valuable insights into the mechanisms through which e-government initiatives can effectively improve overall welfare in developing countries.

Keywords: E-government, welfare, transmission channels, corruption, regulatory quality.

Editör / Editor:

Recep ULUCAK,
Erciyes Üniversitesi, Türkiye

*Sorumlu Yazar/ Corresponding Author:

Abdulgadir YILDIRIM,
a.yildirim@alparslan.edu.tr

JEL:

D60, G28, H53, I38

Geliş: 10 Mayıs 2023

Received: May 10, 2023

Kabul: 15 Şubat 2024

Accepted: February 15, 2024

Yayın: 30 Nisan 2024

Published: April 30, 2024

Atıf / Cited as (APA):

Yıldırım, A. & Almalı, V. (2024),
Does E-Government Foster Welfare? An
Empirical Investigation for Developing
Countries, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari
Bilimler Fakültesi Dergisi, 67, 177-182,
doi: 10.18070/erciyesiibd.1371913

E-DEVLET REFAHI TEŞVİK EDİYOR MU? GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELER ÜZERİNE AMPİRİK BİR İNCELEME

ÖZ

Bu çalışmada, gelişmekte olan ülkeler bağlamında e-devletin refah üzerindeki etkisi sıradan en küçük kareler yöntemi kullanılarak incelenmiştir. 2003-2020 yılları arasında mevcut verilerin ortalaması alınarak kesitsel bir veri seti oluşturulmuştur. Çalışma temel olarak e-devletin refahı etkilediği aktarım kanallarını incelemektedir. Çalışma, bu kanalları inceleyerek e-devletin refahın bir belirleyicisi olarak önemini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Aktarım kanalları dikkate alındığında, e-devlet refahı açıklayan önemli bir değişkendir. Çalışmanın bulgularına göre, e-devletin refahı etkilediği en önemli kanal, toplam etkinin yaklaşık %15'ini oluşturan düzenlemelerin kalitesi kanalıdır. Ayrıca yolsuzluk ve siyasi istikrar değişkenleri de e-devletin refahı etkilediği diğer aktarım kanalları olarak incelenmiştir. Bu kanallar, toplam etkinin nispeten daha küçük bir oranını oluştursa da refah sonuçlarının şekillenmesinde hala önemli roller oynamaktadır. Genel olarak bulgular, e-devletin refah üzerindeki etkisinin çok boyutlu doğasını vurgulamaktadır. Bu çalışma, çeşitli aktarım kanallarını dikkate alarak, e-devlet girişimlerinin gelişmekte olan ülkelerde genel refahı etkili bir şekilde artırabileceği mekanizmalar hakkında önemli bilgiler sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: E-devlet, refah, aktarım kanalları, yolsuzluk, düzenlemelerin kalitesi

INTRODUCTION

E-government is defined as the use of information and communication technologies in the public sector. Hence, it is a valuable tool to eliminate the inefficiency caused by traditional paper-based systems (Khan et al., 2021). Integrating workflows, improving processing times, and providing open information transfers have become increasingly crucial in-service delivery processes. These developments have forced states to make changes in their service delivery processes. The rapid evolution and advancements in information and communication technology have affected society in many aspects. Citizens, corporations and the public sector expect efficient, effective, transparent, participatory, and personalized services that reduce administrative burdens from institutions. In this process, private enterprises and citizens rapidly regulate methods for receiving and providing services. Due to recent technological advancements, public institutions have also adapted their service delivery methods and formats. From the public's viewpoint, these structural changes have begun to contribute to many improvements, quality business, and functioning processes. In this sense, the e-government system forms the basis of the online service delivery processes of the public sector. Moreover, Saylam and Yıldız (2022) state that e-government is a tool that removes citizens from being passive in service procurement processes and empowers them more as active users and even co-producers of government information and services.

E-government refers to the government's use of technology, mainly web-based internet applications, to provide residents, business partners, employees, corporations, and public institutions with quick and effective access to government information and services (Layne & Lee, 2001). Decreased corruption levels, higher transparency, greater convenience, increased disposable income, and cost reductions in administrative transactions are several beneficial outcomes of e-government. E-government contributes to the development of the country, effective use of social and economic resources, and strengthens the trends towards increased transparency (Cho & Choi, 2004). E-government provides 24/7 access to government services, information and document management, and information sharing (Jaeger, 2002). Furthermore, e-government regulates and simplifies the government's activities for citizens and sharing information and correspondence among its institutions. Hence, as described by Helbig et al. (2009), e-government can be used as a policy tool to promote administrative reform.

E-government has several benefits. By enabling effective management of resources, e-government improves the efficient use of existing natural resources. As a result, the country's natural resources can be preserved for future generations (Castro & Lopes, 2021). Castro & Lope (2021) examined the effects of e-government on sustainable development. The findings suggest that e-government may enhance a country's economic, social, and environmental development on the path to sustainable development. E-government particularly increases the likelihood of achieving sustainable development in developing and transition economies. Other advantages of e-government include better service delivery to citizens, easier access to information, increased efficiency in business processes, lower costs, enabled participation in decision-making processes, improved the quality of life, supporting good management, ensuring accessibility, and facilitating interaction with citizens (Al-Khateeb et al., 2015; Asogwa, 2013; Basu, 2004; Layne & Lee, 2001; Ojha et al., 2008; Osei-Kojo, 2017; Shahkooh et al., 2008; Worldbank, 2015). In conclusion, e-government can be defined as a system that aims to increase access to public services, promote easy and direct interaction with the government (Sharma et al., 2021), and thereby promote good governance.

The purpose of this study is to investigate the relationship between e-government and welfare using data from developing and emerging countries. The research has two primary objectives. The first objective is to investigate the influence of the e-government development index on welfare utilizing the ordinary least square method for 128 developing and emerging countries. The second objective is to determine the possible transmission channels through which the impact of e-government on welfare occurs.

A sample of 128 developing and emerging economies was selected in

order to work with a more homogeneous sample in terms of development level and profile of countries. This homogeneity will allow us to assess the welfare effects of e-government more consistently. Another reason for selecting developing and emerging countries is to assess the potential for improving service quality and increasing social welfare through the widespread use of digital applications in these countries. The underlying logic is based on the idea that the effective utilization of e-government applications can serve as an alternative pathway for economic development in these countries.

This study makes important contributions to the existing literature in two main respects. First, it examines the relationship between e-government and welfare with a particular focus on developing and emerging countries. This categorization is important as it provides insights that may differ from studies conducted in developed countries. Second, the study aims to reveal the transmission channels through which the impact of e-government on welfare is realized. This is particularly original as it goes beyond a direct relationship and explores possible mechanisms through which e-government initiatives can affect the welfare of citizens in developing and emerging countries. This examination of transmission channels adds depth to the research and provides a clear understanding of the complex links between e-government and welfare.

The remainder of the paper is organized as follows: Section 2 involves the literature review. Section 3 presents the data and descriptive statistics. Section 4 provides a brief overview of the methodology based on cross-country regression. Moreover, the role of transmission channels in the e-government-welfare nexus is discussed in this section. Section 5 concludes the paper.

I. LITERATURE REVIEW

E-government may constitute direct and indirect effects on welfare. This section examines the impact of e-government on welfare through corruption, governance, transparency, and accountability channels.

Corruption may arise in various forms depending on the government structure and institutional culture of a society. Although there are studies indicating that corruption has positive effects on the economics of countries with weak institutional structures (see Acemoglu (1998) and Leff (1964), it generally harms the economic and social structure. According to Elbahnasawy (2014), for example, corruption suppresses investments, leading to a detrimental influence on economic growth. The following are the leading causes of the unfavorable effects of corruption:

- Distorts public spending and allocation of resources.
- Weakens public institutions, the enforceability of contracts, and property rights.
- Increases income inequality and poverty.
- Directs talented people towards rent-seeking activities.
- Increases economic inefficiency, the unpredictability of policies, and political instability.

Although there is considerable heterogeneity among countries, corruption generally occurs in public institutions. The main reason is the inadequacy of audits in public institutions, the excess of administrative burdens, and the arbitrary and asymmetric service procedures for citizens. Such corrupted practices are encountered, especially in tenders, recruitment processes, and public service delivery.

While the complex and vague rules and procedures in delivering public services create opportunities for corruption, standardized business processes prevent public officials from engaging in illegal activities such as bribery. E-government initiatives aim to simplify and standardize these bureaucratic processes, thereby reducing uncertainties and the possibility of corruption (Khan et al., 2021). E-government lowers interactions between corrupt officials and the public, resulting in greater openness and accountability. Andersen (2009) states that e-government implementation has significantly reduced corruption.

E-government contributes to the reduction of corruption in several ways. Many studies claim that e-government contributes significantly to removing corruption by simplifying processes, increasing reliance, and eliminating the need for an intermediary, mainly when citizens receive services from institutions. Table 1 summarizes several advantages of e-government.

TABLE 1 | Possible channels through which e-government reduces corruption

Advantages of e-government	Related studies
Increasing transparency and reducing the problem of asymmetric information	(Asogwa, 2013; Krishnan et al., 2013)
Limiting discretion	(Krishnan et al., 2013; Shim & Eom, 2008)
Limiting the possibilities for arbitrary treatment	(Shim & Eom, 2008)
Providing citizens with the ability to monitor government decisions and actions	(Krishnan et al., 2013)
Simplifying processes	(Khan et al., 2021; Shim & Eom, 2008)
Enabling the questioning of irrational procedures	(Khan et al., 2021; Krishnan et al., 2013)
Reducing the intermediate communication channels	(Khan et al., 2021)
Facilitating the audit process	(Al-Khateeb et al., 2015; Khan et al., 2021; Shahkooh et al., 2008)
Improving citizens' perceptions of transparency, efficiency, and corruption	(Khan et al., 2021)
Promoting good governance	(Garcia-Murillo, 2010)
Empowering reform-oriented authorities	(Garcia-Murillo, 2010)
Building trust	(Al-Khateeb et al., 2015; Shahkooh et al., 2008)
Reducing administrative and participation costs	(Asogwa, 2013; Khan et al., 2021)
Facilitating access to information	(Asogwa, 2013)
Reducing administrative burdens	(Author, 2021)

Park & Kim (2020) examine the relationship between e-government and corruption using data from a panel of 214 countries from 2003 to 2016. The findings show that e-government significantly reduces corruption. Pathak and Prasad (2005) found that e-government projects eliminate corruption in many areas and significantly reduce it in many others in their study for India. The decrease in corruption level led to a positive effect on social cohesion. Moreover, the authors concluded that e-government could be an effective tool in combating corruption and promoting social cohesion in developing countries. Other studies that emphasize the positive effects of e-government on the elimination of corruption include Ojha et al. (2008), Worldbank (2015), Abu-Shanab et al. (2013), and Elbahnasawy (2014).

In addition to the studies that mentioned the positive effects of e-government on corruption using an aggregate index, some studies consider the effect of specific applications of e-government on corruption. For example, Neupane et al. (2014) examined the effects of the public e-tender system on corruption. They state that the public e-tender system can help the government, bidders, and public tender practitioners fight against corruption. Furthermore, Shim and Eom (2008) state that e-participation will prevent corruption by increasing government transparency and accountability.

Another factor that has a positive impact on welfare is good governance. Good governance practices improve citizens' welfare by increasing citizens' trust in the state and establishing justice in service delivery processes. In general, a country's quality institutions and service processes may positively affect welfare, development, and investments. Castro and Lopes (2021) state that good management can promote sustainable development by contributing to effective resource allocation. In this context, e-government has the potential to play a critical role in ensuring good governance.

Alaaraj and Ibrahim (2014) empirically examined the impact of e-government practices on good governance using a survey among managers and employees of 600 SMEs in Beirut, Lebanon. The results of the study show that e-government applications, in general, have a positive and significant effect on good governance. Gupta et al. (2018) highlight four dimensions in a study examining the benefits of e-governance in India. These are economic benefits, service quality, governance quality, and personal development. In this context, the e-governance services provided by the New Delhi Municipal Council (NDMC) were selected. Perceptions of 515 people using e-governance services regarding the dimensions of e-governance benefits were examined. As a result, economic benefits were the most beneficial dimension of e-governance services. Service quality and governance quality are the other dimensions that e-governance contributes.

According to Rotchanakitumnuai (2013), e-governance not only improves efficiency and corporate performance but may also provide solutions to corruption, bureaucratic inefficiency and ineffectiveness,

nepotism, lack of accountability, and transparency. As a result, as stated by the United Nations (2020), the digitization of the state may create new opportunities to improve public administration and stimulate the economy.

The above-mentioned e-government-oriented literature is extended by adding the welfare dimension of e-government. Moreover, the literature is enriched by examining both the direct and indirect impact of e-government on welfare. In this context, the study adds a new dimension to the literature by contributing to a deeper understanding of the role of e-government on welfare.

II. DATA AND PRELIMINARY RESULTS

Table 2 contains information about the variables, abbreviations, and sources of data. A cross-sectional data set was created by averaging the data available between 2003 and 2020. The data for the e-government development index is obtained from the United Nations (UN) database¹. The index has a scale of 0 to 100, with a higher number indicating a higher level of e-government. The average prosperity index is used as a proxy for welfare. The data is obtained from the Legatum Prosperity Index². The corruption perceptions index published by Transparency International is used as a measure of perceived corruption in countries. The higher level of the index indicates a lower level of corruption. The political stability and regulatory quality series are obtained from the World Bank World Governance Indicator, with both series ranging from -2.5 to 2.5. A favorable outcome for a country is indicated by a higher level in either series, signifying the possession of a more stable political environment and a superior quality of regulations. Information about the unit of measurement, data source, and abbreviations of other explanatory variables are given in Table 2.

TABLE 2 | Variables and sources

Abbreviation	Variable	Unit of Measurement	Source of Data
W	Prosperity	0 - 100	Legatum Prosperity Index
Y	Per capita GDP	2010 constant US \$	WDI*
E	E-Government	0 - 100	United Nation
C	Corruption	0 - 100	Transparency International
S	Political Stability	-2.5 - 2.5	WDI
Q	Regulatory Quality	-2.5 - 2.5	WDI

* WDI stands for World Bank World Development Indicators database

Table 3 summarizes the correlation coefficients and descriptive statistics for the variables. The correlation analysis reveals a relatively high positive correlation between e-government and welfare. The other explanatory variables, such as per capita GDP, corruption, political

¹ The data set is constructed from "UN E-Government Surveys", please visit the website for details: <https://publicadministration.un.org/>

² Source: 2021 Legatum Prosperity Index™ (www.prosperity.com)

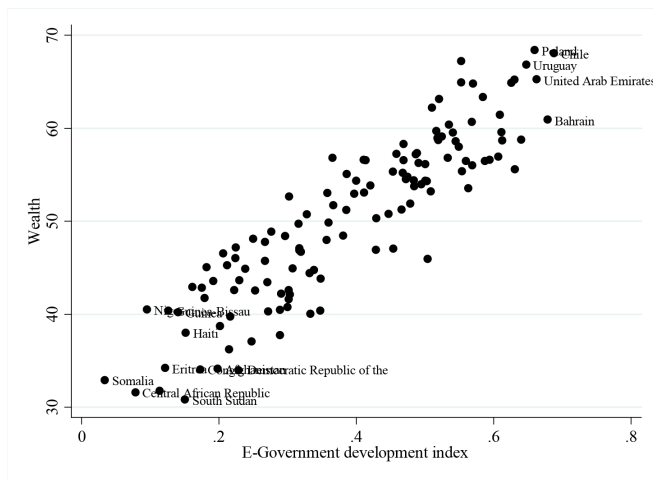
stability, and regulatory quality, also have a positive correlation with the dependent variable. As a rule of thumb, if the correlation between explanatory variables is higher than 0.80, then multicollinearity may present. The correlation between explanatory variables is below 0.80, except for the correlation between e-government and per capita GDP. The correlation between corruption and the regulatory quality index is slightly less than 0.80, which may lead to the multicollinearity problem. However, the variance inflation factor (VIF) is less than 5 for all explanatory variables. Therefore, the multicollinearity problem is not present in our empirical models. The findings of the study can be replicated and compared using a similar framework.

TABLE 3 | Descriptive statistics and correlations

Variables	W	Y	E	C	S	Q
W	1.000					
Y	0.519	1.000				
E	0.898	0.514	1.000			
C	0.761	0.499	0.600	1.000		
S	0.674	0.415	0.453	0.698	1.000	
Q	0.807	0.426	0.709	0.793	0.573	1.000
Obs.	128	126	128	127	128	128
Mean	50.462	5508.264	.393	34.383	-.50	-.462
Std. Dev.	8.959	8403.879	.158	12.362	.786	.68
Min.	30.786	227.038	.034	8.75	-2.652	-2.314
Max.	68.407	64873.44	.688	71.75	1.018	1.429

Figure 1 depicts the relationship between welfare and the e-government development index. As seen from Figure 1, there is a positive relationship between welfare and e-government.

FIGURE 1 | E-government and welfare



III. METHODOLOGY: CROSS-COUNTRY REGRESSION

$$W_i = \alpha_0 + \alpha_1 \ln(Y_i) + \alpha_2 E_i + \alpha_3 X_i + \varepsilon_i \quad (1)$$

where the subscript i shows each cross-section unit in the sample. The dependent variable W_i stands for welfare. $\ln(Y_i)$ and E_i indicates the logarithms of per capita GDP and e-government development index, respectively. X_i is a vector of explanatory variables that contains the possible transmission channels such as corruption, political stability, and regulatory quality.

We estimate Equation (1) by including different explanatory variables in the regression. Column (1) in Table 4 shows the results of the regression estimation, including the only log of per capita GDP and e-government development index as explanatory variables. The coefficients are statistically significant at 1% and bear the expected sign. This result indicates a substantial effect of the e-government development index on welfare. An increase of one standard deviation

in the e-government development index raises welfare by about 6.94 percent point per year³.

Column (2) of Table 4 shows the results of regression estimation, including all the explanatory variables except the e-government development index. Political stability and regulatory quality have a statistically significant positive sign with a coefficient of 1.903 and 5.290, respectively. An increase in political stability by one standard deviation, which is approximately 0.786 percent point, increases welfare by 1.50 percent point per year. The regulatory quality is found to be the most important factor in explaining disparities in welfare. An increase in the regulatory quality index by 0.680 percent point, one standard deviation, increases welfare approximately by 3.60 percent point per year. As the level of corruption index in a country increases, the corrupt activities decrease, which means that the country becomes more transparent. However, the coefficient of corruption is positive, but it is not statistically significant.

TABLE 4 | Regression results

	(1)	(2)	(3)
	W	W	W
ln(Y)	1.176** (2.86)	3.063*** (9.53)	0.455 (1.29)
E	43.92*** (13.26)		32.77*** (11.64)
C		0.0845 (1.86)	0.0776* (2.33)
S		1.903*** (3.41)	2.553*** (6.28)
Q		5.290*** (6.62)	2.070** (3.20)
Constant	23.96*** (9.91)	26.71*** (8.44)	33.52*** (13.81)
Observations	126	125	125
Adjusted R ²	0.812	0.828	0.916
Mean VIF	2.71	2.51	3.20

t statistics are in parentheses under the coefficients. * $p < 0.10$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$. Source: Author's own calculations.

The last column of Table 4 presents the results of regression estimation, which includes all the independent variables, including the e-government development index. We observe that the coefficients of all variables have a decrease in their value, except political stability. Also, the logarithm of GDP becomes insignificant in this regression. The coefficient of the e-government development index in the last regression of Table 1 is 32.77 and dropped nearly by a factor of 25 % relative to the first regression. An increase in e-government development index by one-standard deviation rises welfare by 5.18 percent point. The decline in the share of the e-government development index on welfare can be explained by the fact that a large portion of the effect of e-government on welfare is transmitted through other channels. In the next section, the indirect effect of each transmission channel will be determined.

A. TRANSMISSION CHANNELS FOR E-GOVERNMENT

The coefficient of the e-government development index in column (3) of Table 4 can be interpreted as the direct effect of the e-government development index on welfare. The direct effect is the proportion of the total effect when none of the transmission channels are included in the regression equation. In this section, corruption, political stability, and regulatory quality are considered as the transmission channels through which the e-government development index can affect welfare. Equation (2) is used to calculate the indirect effect of the e-government development index.

³We follow Pellegrini (2011:58) for this calculation. Multiply the standard deviation of the e-government development index (0.158) with its coefficient of (43.92); that is $0.158 * 43.92 = 6.94$.

$$X_i = \beta_0 + \beta_1 \ln(Y_i) + \beta_2 E_i + \mu_i \quad (2)$$

We estimate Equation (2) is for each variable in the X_i vector. The coefficients β_1 and β_2 capture the effect of per capita GDP, and e-government development index on the vector of dependent variables X_p , respectively. μ_i is the vector of residuals.

TABLE 5 | Indirect transmission channels

	(1)	(2)	(3)
	C	S	Q
ln(Y)	1.524 (1.07)	0.244** (3.19)	-0.0133 (-0.22)
E	37.47*** (3.73)	0.750 (1.30)	3.085*** (6.47)
Constant	7.807 (0.95)	-2.707*** (-5.95)	-1.557*** (-4.75)
Observations	125	126	126
Adjusted R ²	0.358	0.244	0.494
Mean VIF	2.72	2.71	2.71

t statistics are in parentheses under the coefficients. * $p < 0.10$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$.
Source: Author's own calculations.

1. The Corruption Transmission Channel

E-government can eliminate possible acts of corruption by presenting applications that may be subject to corruption through fast and reliable online platforms. Corruption can create additional costs, and it is unlikely that the work and transactions made with bribery will be implemented easily. All of these can negatively affect the ease of doing business and the life quality of society. Column (1) of Table 5 presents the results of the corruption transmission channel. E-government development index has a positive and statistically significant effect on corruption level. A one-standard-deviation increase in the e-government development index increases the index of corruption level by 5.92 percent point. The reduction in corruption by this level increases the welfare by 0.46 percent point per year⁵.

2. The Political Stability Transmission Channel

Political instability reduces the motivation of the people and causes them to worry about the future. This has a detrimental impact on people's well-being and happiness. E-government services can make government administrative acts more reliable, transparent, and predictable. This, in turn, may reduce potential instability by allowing people to maintain continued trust in government. Column (2) of Table 5 presents the effect of e-government on political stability. The results show that e-government has a positive effect on political stability. A one-standard-deviation increase in e-government development index raises the political stability index by 0.12 percent point. This leads to a 0.31 percent point increase in welfare per year.

3. The Regulatory Quality Transmission Channel

The World Bank defines regulatory quality as "the ability of the government to formulate and implement sound policies and regulations that permit and promote private sector development." Putting these regulations into service with e-government applications will enable the private sector to benefit from these opportunities more easily. This, in turn, can contribute positively to welfare by increasing the ease of doing business for the private sector. The last column of Table 5 shows that a one-standard-deviation increase in the e-government development index is associated with an increase of 0.49 percent point in the regulatory quality of a country. This, in turn, leads to an increase in the welfare index by 1.01 percent per year.

B. DIRECT AND INDIRECT EFFECT OF E-GOVERNMENT

In this section, the direct and indirect effects of the e-government development index on welfare will be isolated. Additionally, the effect of each explanatory variable in the vector of X_i that are not explained by the e-government development index will be calculated. Following (Pellegrini, 2011, p. 63) we can obtain the direct and indirect effect of the e-government development index by substituting Equation (2) into Equation (1).

$$W_i = (\alpha_0 + \alpha_3 \beta_0) + (\alpha_1 + \alpha_3 \beta_1) \ln(Y_i) + (\alpha_2 + \alpha_3 \beta_2) E_i + \alpha_3 \mu_i + \varepsilon_i \quad (3)$$

α_2 , $\alpha_3 \beta_2$ in Equation (3) are direct and total indirect effects of the e-government development index on welfare. Table 6 presents the results of the regression estimation of Equation (3). Relative to the third regression estimation in Table 4, the coefficient of the e-government development index increased by a factor of one-third. A standard deviation increase in the e-government development index increases welfare by 6.95 percent point. A one standard deviation increase in all other explanatory variables leads to a smaller effect on welfare. The influence of other factors that are not included in the model to avoid possible multicollinearity problems is transmitted to a relatively greater effect of e-government. The coefficient ($\alpha_2 + \alpha_3 \beta_2$) of the Equation (3) capture the total effect of the e-government development index on welfare. The first component of the total effect (α_2) is the direct effect, the second component of the total effect ($\alpha_3 \beta_2$) is the contribution of each channel to the total effect. The relative contribution of each transmission channel is summarized in Table 7.

TABLE 6 | Welfare regression as in Equation 3

	W
ln(Y)	1.168*** (3.46)
-1.180	
E	43.97*** (17.33)
(0.158)	
$\mu(C)$	0.0776* (2.33)
-9.646	
$\mu(S)$	2.553*** (6.28)
(0.659)	
$\mu(Q)$	2.070** (3.20)
(0.466)	
Constant	23.99*** (12.86)
Observations	125
Adjusted R ²	0.916
Mean VIF	2.20

t statistics are in parentheses under the coefficients. The standard deviations are in parentheses under the independent variables. * $p < 0.10$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$.
Source: Author's own calculations.

The relative contribution of the direct effect of the e-government development index on welfare is 74.50 percent. Regulatory quality has the largest relative contribution to the total effect among the three channels. The relative contribution of corruption and political stability channels are 6.80 and 4.34 percent, respectively. Thus, a considerable effect of the e-government development index on welfare is transmitted through the regulatory quality variable.

TABLE 7 | The relative importance of transmission channels

Transmission Channels	The direct effect of the channel (α_2)	Effect of e-government on the channel (β_2)	Contribution ($\alpha_2 \beta_2$)	Relative contribution (%) $\left(\frac{\alpha_2 \beta_2}{\alpha_2 + \alpha_3 \beta_2} \right)_{100}$
E	-	-	32.77	74.50
C	0.08	37.47	3.00	6.80
S	2.5555	0.75	1.91	4.34
Q	2.071	3.09	6.40	14.56
Total Effect			44.08	100

Concluding Remarks

In this study, the direct and indirect effect of the e-government development index on welfare is investigated. The indirect effect is captured through corruption, political stability, and regulatory quality

transmission channels. The results show that the e-government development index has a positive impact on welfare. The findings show that among the three transmission channels, regulatory quality and corruption are the most important variables that are likely to promote the welfare of society. When considering the consequences of the e-government development index on these transmission channels, policymakers in countries with a low level of regulatory quality and high levels of corruption should strive to dispose of these distorting effects.

To enhance the positive impact of e-government on welfare, policymakers should focus on several key recommendations. Firstly, there is a need to expand training programs aimed at boosting technological and digital abilities among the population. This will empower citizens to effectively engage with online services. Additionally, optimizing the functionality of online services can significantly enhance the quality of regulations, thereby positively influencing welfare of the society. To promote a better knowledge of e-government, policymakers should implement awareness campaigns and disseminate informative content. Integrating digital governance courses into educational curricula is another critical step toward increasing public awareness. These policies are intended to leverage the multifaceted nature of e-government, eventually boosting prosperity, particularly in poor nations. Implementing these policies may have the potential to reduce corruption, improve governance, and boost prosperity, especially in developing countries.

Our findings stand out that advances in e-government applications have a favorable influence on other transmission channels as well as welfare. As a result, different dimensions should be considered when evaluating the contribution of e-government development to welfare. That is, examining transmission channels may help to create a more comprehensive view of the positive social impacts of e-government applications. However, the findings are instructive and preliminary in terms of practical policies. More extensive research, advanced methodologies, and a long series of e-government are required for more detailed and comprehensive results. Hence, this study can be extended in several ways. First, in-depth country-level research may be used to provide country-specific outcomes provided that e-government data is available. Second, E-government practices may affect the crime rate, total factor productivity, good governance, public expenditures of a country. Hence, the study can be extended by including more transmission channels in the model. Third, cross-sectional dependency and country heterogeneity may be addressed by using up-to-date panel data techniques to avoid the disadvantages of the OLS technique.

References

- [1] Abu-Shanab, E. A., Harb, Y. A., & Al-Zoubi, S. Y. (2013). E-government as an anti-corruption tool: Citizens perceptions. *International Journal of Electronic Governance*, 6(3), 232–248. <https://doi.org/10.1504/IJEG.2013.058410>
- [2] Acemoglu, D., & Verdier, T. (1998). Property Rights, Corruption and the Allocation of Talent: A General Equilibrium Approach. *The Economic Journal*, 108(450), 1381–1403.
- [3] Alaraj, H., & Ibrahim, F. (2014). *The Influence of E-government Practices on good governance from the perspective of Public in Lebanon*. <https://doi.org/10.5296/JPAG.V4I3.6405>
- [4] Al-Khateeb, A., Faloudah, A., Bahumayd, M., & Zafar, A. (2015). E-Government Strategy and its impact on Economic Development of the Nation: A Case Study of the KSA. *IARJSET*, 2(5), 105–110. <https://doi.org/10.17148/IARJSET.2015.2522>
- [5] Almalı, V. (2021). *Standart Maliyet Modeli Bağlamında E-Devlet Uygulamalarının Yönetimin İyileştirilmesi ve Refah Üzerindeki Etkileri*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- [6] Andersen, T. B. (2009). E-Government as an anti-corruption strategy. *Information Economics and Policy*, 21(3), 201–210. <https://doi.org/10.1016/j.infoecopol.2008.11.003>
- [7] Asogwa, B. E. (2013). Electronic government as a paradigm shift for efficient public services: Opportunities and challenges for Nigerian government. *Library Hi Tech*, 31(1), 141–159. <https://doi.org/10.1108/07378831311303985>
- [8] Basu, S. (2004). E-government and developing countries: An overview. *International Review of Law, Computers & Technology*, 18(1), 109–132. <https://doi.org/10.1080/13600860410001674779>
- [9] Castro, C., & Lopes, C. (2021). Digital Government and Sustainable Development. *Journal of the Knowledge Economy*. <https://doi.org/10.1007/s13132-021-00749-2>
- [10] Cho, Y. H., & Choi, B.-D. (2004). E-Government to Combat Corruption: The Case of Seoul Metropolitan Government. *International Journal of Public Administration*, 27(10), 719–735. <https://doi.org/10.1081/PAD-200029114>
- [11] Elbahnasawy, N. G. (2014). E-Government, Internet Adoption, and Corruption: An Empirical Investigation. *World Development*, 57, 114–126. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2013.12.005>
- [12] Garcia-Murillo, M. (2010). The effect of internet access on government corruption. *Electronic Government, an International Journal*, 7(1), 22–40. <https://doi.org/10.1504/EG.2010.029889>
- [13] Gupta, K. P., Singh, S., & Bhaskar, P. (2018). Citizens' perceptions on benefits of e-governance services. *International Journal of Electronic Governance*, 10(1), 24–55. <https://doi.org/10.1504/IJEG.2018.091261>
- [14] Helbig, N., Ramón Gil-García, J., & Ferro, E. (2009). Understanding the complexity of electronic government: Implications from the digital divide literature. *Government Information Quarterly*, 26(1), 89–97. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2008.05.004>
- [15] Jaeger, P. T. (2002). Constitutional principles and E-government: An opinion about possible effects of Federalism and the separation of powers on E-government policies. *Government Information Quarterly*, 19(4), 357–368. [https://doi.org/10.1016/S0740-624X\(02\)00119-3](https://doi.org/10.1016/S0740-624X(02)00119-3)
- [16] Khan, A., Krishnan, S., & Dhir, A. (2021). Electronic government and corruption: Systematic literature review, framework, and agenda for future research. *Technological Forecasting and Social Change*, 167, 120737. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120737>
- [17] Krishnan, S., Teo, T. S. H., & Lim, V. K. G. (2013). Examining the relationships among e-government maturity, corruption, economic prosperity and environmental degradation: A cross-country analysis. *Information & Management*, 50(8), 638–649. <https://doi.org/10.1016/j.im.2013.07.003>
- [18] Layne, K., & Lee, J. (2001). Developing fully functional E-government: A four stage model. *Government Information Quarterly*, 18(2), 122–136. [https://doi.org/10.1016/S0740-624X\(01\)00066-1](https://doi.org/10.1016/S0740-624X(01)00066-1)
- [19] Leff, N. H. (1964). Economic Development Through Bureaucratic Corruption. *American Behavioral Scientist*, 8(3), 8–14. <https://doi.org/10.1177/000276426400800303>
- [20] Neupane, A., Soar, J., Vaidya, K., & Yong, J. (2014). Willingness to adopt e-procurement to reduce corruption: Results of the PLS Path modeling. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 8(4), 500–520. <https://doi.org/10.1108/TG-03-2014-0007>
- [21] Ojha, A., Palvia, S., & Gupta, M. (2008). A Model for Impact of E-Government on Corruption: Exploring Theoretical Foundations. *Critical Thinking in E-Governance*, 160–170.
- [22] Osei-Kojo, A. (2017). E-government and public service quality in Ghana. *Journal of Public Affairs*, 17(3), e1620. <https://doi.org/10.1002/pa.1620>
- [23] Park, C. H., & Kim, K. (2020). E-government as an anti-corruption tool: Panel data analysis across countries. *International Review of Administrative Sciences*, 86(4), 691–707. <https://doi.org/10.1177/0020852318822055>
- [24] Pathak, R. D., & Prasad, R. (2005). Role of E-Governance in Tackling Corruption and Achieving Societal Harmony: Indian Experience. In *The role of public administration in building a harmonious society* (pp. 434–463). Asian Development Bank.
- [25] Pellegrini, L. (2011). The Effect of Corruption on Growth and Its Transmission Channels. In L. Pellegrini (Ed.), *Corruption, Development and the Environment* (pp. 53–74). Springer Netherlands. https://doi.org/10.1007/978-94-007-0599-9_4
- [26] Rotchanakitumnuai, S. (2013). The governance evidence of e-government procurement. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 7(3), 309–321. <https://doi.org/10.1108/TG-01-2013-0004>
- [27] United Nations, (2020). *United Nations e-Government Survey 2020 - Digital Government in the Decade of Action for Sustainable Development*. New York: United Nations.
- [28] Saylam, A., & Yıldız, M. (2022). Conceptualizing citizen-to-citizen (C2C) interactions within the E-government domain. *Government Information Quarterly*, 39(1), 101655. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2021.101655>
- [29] Shahkooh, K. A., Fasanghari, M., & Abdollahi, A. (2008). Clustering the Countries According to Relation Between E-Government and Transparency. *2008 3rd International Conference on Information and Communication Technologies: From Theory to Applications*, 1–5. <https://doi.org/10.1109/ICTTA.2008.4529952>
- [30] Sharma, S. K., Metri, B., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2021). Challenges common service centers (CSCs) face in delivering e-government services in rural India. *Government Information Quarterly*, 38(2), 101573. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2021.101573>
- [31] Shim, D. C., & Eom, T. H. (2008). E-Government and Anti-Corruption: Empirical Analysis of International Data. *International Journal of Public Administration*, 31(3), 298–316. <https://doi.org/10.1080/01900690701590553>
- [32] World Bank. (2015). *e-Government*. World Bank. Retrieved March 10, 2022, from <https://www.worldbank.org/en/topic/digitaldevelopment/brief/e-government>



TÜRKİYE'DE KATILIM BANKALARI FONLARI İLE MEVDUAT FAİZLERİ İLİŞKİSİ; EŞBÜTÜNLEŞME, DOLS VE FMOLS ANALİZİ

İSMAİL CEM ÖZKURT*

*Dr. Öğr. Üyesi, Kafkas Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, icozkurt@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-0871-9215>.

ÖZ

Finansal sistem başta ekonomik büyüme olmak üzere ülkelerin makroekonomik hedeflerini gerçekleştirmede büyük rol oynamaktadırlar. Sistemde en önemli rolü ise bankalar oynamaktadır. İslam dininde faiz, İslam hukukçularının çoğunluğu tarafından genellikle yasaklanan riba olarak kabul edilmektedir. Bu durum Müslüman ülkelerde bankacılık sisteminin yeterince gelişmemesine neden olmuştur. Atıl fonların artması ve ekonomilerin büyüme ihtiyaçları üzerine İslam dini hükümlerine uygun bir bankacılık sistemi arayışları neticesinde katılım bankacılığı ortaya çıkmıştır. Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de 2006:01-2023:06 döneminde aylık verilerle katılım bankalarının topladıkları fonlarla ticari bankaların bir, üç, altı ve bir yıl vadeli mevduat faiz oranları arasındaki ilişkiyi tespit etmektir. Değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisi tespit edildikten sonra ilişkinin yönü ve şiddetini belirlemek için DOLS ve FMOLS testleri yapılmıştır. Sonuçta biray vadeli mevduat faiz oranları katılım bankalarının topladıkları fonları negatif, üçay vadeli mevduat faiz oranları ise pozitif yönde etkilemektedir. Altıay ve biryıl değişkenleri ise istatistiksel olarak anlamsız bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Katılım Bankası, Ticari Banka, Mevduat Faizi, Fon.

Editör / Editor:

Recep ULUCAK,
Erciyes Üniversitesi, Türkiye

*Sorumlu Yazar/ Corresponding Author:

İsmail Cem ÖZKURT,
icozkurt@gmail.com

JEL:

E43, E47, G21, G51

Geliş: 11 Eylül 2023

Received: September 11, 2023

Kabul: 15 Şubat 2024

Accepted: February 15, 2024

Yayın: 30 Nisan 2024

Published: April 30, 2024

Atıf / Cited as (APA):

Özkurt, İ. C. (2024),
Türkiye'de Katılım Bankaları Fonları ile
Mevduat Faizleri İlişkisi; Eşbütünleşme, DOLS
ve FMOLS Analizi, Erciyes Üniversitesi İktisadi
ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 67, 183-189,
doi: 10.18070/erciyesiibd.1358419

RELATIONSHIP BETWEEN PARTICIPATION BANKS FUNDS AND DEPOSIT RATES IN TURKEY; COINTEGRATION, DOLS AND FMOLS ANALYSIS

ABSTRACT

The financial system plays a major role in realizing the macroeconomic goals of countries, especially in economic growth. Banks play the most important role in the system. In Islam, interest is generally accepted by the majority of Islamic jurists as prohibited riba. This situation has caused the banking system in Muslim countries not to develop sufficiently. Participation banking emerged as a result of the search for a banking system in accordance with the provisions of the Islamic religion, due to the increase in idle funds and the growth needs of economies. The aim of this study is to determine the relationship between the funds collected by participation banks and the one, three, six and one year maturity deposit interest rates of commercial banks with monthly data in the period 2006:01-2023:06 in Turkey. After determining the cointegration relationship between the variables, DOLS and FMOLS tests were performed to determine the direction and severity of the relationship. As a result, one-month deposit interest rates have a negative effect on the funds collected by participation banks, while three-month deposit interest rates have a positive effect. Six-month and one-year variables were found to be statistically insignificant.

Keywords: Participation Bank, Commercial Bank, Deposit Interest, Fund.

GİRİŞ

Finansal sistem elinde fon fazlası olanlarla fon ihtiyacı olanların bir araya geldiği sistemdir. Bu sistem içinde tarafları buluşturma yoluyla en önemli işlevi görenler ise bankalardır. Ticari bankalar fon fazlası olanların fonlarını faiz karşılığında ödünç almakta bu fonları da ihtiyacı olanlara yine faiz karşılığında kredi olarak vermektedir. Bankalar bu işlevleri ile başta ekonomik büyüme olmak üzere ülkelerin makroekonomik hedeflerinin gerçekleştirilmesinde hayati bir rol oynamaktadırlar. Bu rolü oynarken kullandıkları araç ise faizdir. Ekonomi biliminde faiz, âtil durumdaki parayı piyasaya çıkararak ekonomik büyümeyi sağlayan bir araç olarak kabul edilmektedir (Topdağ ve Işık, 2019). Ödünç para alma ya da vermenin maliyeti olarak ifade edilen faiz aynı zamanda para politikası yöneticilerinin de politikalarını uygulamakta kullandıkları en önemli araçtır.

İslami bankacılık ya da katılım bankacılığı, finansal sistemin temel işleyişi olan elinde fon fazlası olanlarla fon ihtiyacı olanları bir araya getiren ancak bunu gerçekleştirirken de İslam hukukuna uygun yöntemler kullanan bir bankacılık sistemidir. Ticari bankaların temel işlevleri olan faize dayanan mevduat toplamak ve kredi vermek gibi işlevlerini faiz aracı olmadan İslam hukukuna uygun yöntemler kullanarak gerçekleştirmeye çalışan bunun yanı sıra ticari bankaların diğer tüm hizmetlerini de yine faiz hassasiyetine dayanan yöntemlerle yerine getiren alternatif bir bankacılık sistemidir. 2005 tarihli 5411 sayılı Bankacılık Kanunu'na göre katılım bankaları “*özel cari ve katılma hesapları yoluyla fon toplamak ve kredi kullandırmak esas olmak üzere faaliyet gösteren kuruluşlar*” olarak tanımlanmışlardır.

Faiz ya da Kur'an-ı Kerim'deki adıyla *riba* hem ayetlerle hem de hadislerle kesin bir dille yasaklanmıştır. Bu durum Müslüman ülkelerde ticari bankacılığının gelişmesinin önündeki en büyük engeldir. Müslüman ülkelerde İslami bankacılık ya da aynı anlamı taşıyan katılım bankacılığının ortaya çıkmasına ve gelişmesine neden olan üç önemli gerekçe bulunmaktadır. Bunlar; dini gerekçeler, ekonomik gerekçeler ve siyasi gerekçelerdir. Dini gerekçeler, biraz önce de bahsedildiği üzere faizin yani ribanın kesin bir dille yasaklanmış olmasıdır. Dini hassasiyetleri olan kişiler ticari bankalara yönelmemektedir. Ekonomik gerekçeler ise iki adettir. Öncelikle ülke ekonomilerinin kalkınması için tasarrufların önemli rol oynamasına karşın tasarrufların ekonomik sisteme kazandırılmasını sağlayacak bankacılık sisteminin Müslüman ülkelerde bulunmaması bu ülkelerde birey ve firmaların fonlardan yararlanmasını ve dolayısıyla ekonomik büyümenin gerçekleşmesini engellemektedir. İkinci ekonomik neden, 1970'li yıllarda yaşanan petrol krizleri neticesinde petrol fiyatlarında yaşanan hızlı yükselme karşısında petrol üreten Arap ülkelerinin elde ettikleri bu gelirleri bankacılık sisteminin olmaması nedeniyle kendi ülkelerinde değerlendirememeleri, bu fonlardan Avrupa ve ABD bankalarının faydalanması gelmektedir. Üçüncü gerekçe ise siyasi gerekçelerdir. Buna göre, ülkelerin siyasi gücünün olabilmesinin yolu ekonomisinin güçlü olmasından geçmektedir. Bankacılık sisteminin bulunmamasının Müslüman ülkelerin ekonomik olarak güçlenmesinin önünde engel oluşturması İslami hükümlere uygun bir bankacılık sisteminin geliştirilmesi zorunluluğunu ortaya koymuştur (Erdem, 2018). Faizsiz bankacılık sisteminin dünya üzerindeki ilk ve en büyük örneği 43 Müslüman ülkenin katılımıyla 1975'te kurulan ve halen faaliyet gösteren İslam Kalkınma Bankası'dır. Teorik olarak ticari bankalar ile katılım bankaları birbirinden farklı olsalar da son yıllarda dünyada faaliyet gösteren çok sayıda uluslararası bankanın İslami kuralları dikkate alan faizsiz bankacılık uygulamalarına yöneldikleri görülmektedir. Bunun başlıca sebebi Müslüman ülkelerin ellerinde bulunan fonların her geçen gün büyümesidir.

Katılım bankaları sadece İslami esaslar çerçevesinde faiz yasağının temel alındığı bir bankacılık türü değildir. Katılım bankalarına sadece faiz penceresinden bakmak bu bankacılık türünün finansal sistem içerisindeki yeri ve önemini tam olarak kavrayamamaya yol açar. Bu çerçevede katılım bankacılığında faiz hassasiyetinin yanı sıra garar ve kumar yasağı, haramdan uzak durma, risk paylaşımı ve varlığa dayalı finansman şeklinde prensipler de bulunmaktadır (Yalpar, 2004). Katılım bankalarının ekonomiye faydalarının başında dini sebeplerden ötürü ekonomiye kazandırılmayan ve yastık altı (iddihar) olarak adlandırılan fonların ekonomiye kazandırılmasını sağlaması gelmektedir.

Katılım bankaları topladıkları fonları faiz getirmeyen alanlarda değerlendirmektedir. Toplanan fonların hemen tamamı reel sektöre İslami kredi olarak aktarılmaktadır. Bu durum katılım bankalarının reel sektörü fonlamada önemini ortaya koymaktadır. Katılım bankaları mal ve hizmet alımına yönelik fonlama yaparken sadece faturalandırılmış mal ve hizmet alımlarına kaynak sağladıklarından vergi kaçacağını önlemekte ve devletin vergi gelirlerinin artmasını sağlamaktadır. Katılım bankaları özellikle kriz dönemlerinde ticari bankalardan farklı olarak dağıttıkları kredileri geri çağırılmamaktadır. Bu durum özellikle KOBİ olarak adlandırılan küçük girişimcilerin ekonominin kriz dönemlerinde daha da zor durumlara düşmesini engellemektedir. Ayrıca bu tür bankalar müşterilerine ticari bankalardan farklı yaklaşarak kredilerin geri ödenmesinde sorun yaşandığı dönemlerde daha uzlaşmacı ve daha ılımlı bir tavır takınmaktadırlar. Faiz oranlarında bir düşüş meydana geldiğinde katılım bankaları kâr payı oranlarını hemen değiştiremediklerinden fonların kredi portföyü daha yüksek getiri sağlamaktadır. Kâr maksimizasyonu amaçlayan yatırımcılar için bu gerçekleşme fonlarını katılım bankalarına yönlendirmede teşvik edici bir rol oynamaktadır (Güler, 2016).

Katılım bankacılığının çalışma esasları beraberinde bazı riskleri de getirmektedir. Katılım bankalarının dağıttıkları kâr payları belirsizdir. Elinde fon fazlası olanlar bir katılım bankası hesabı açtırırken vade sonunda ne kadar gelir elde edeceğini vade başında bilemezler. Hatta küçük bir ihtimal olsa dahi bu tür hesaplarda zarar etme riski de mevcuttur. Ticari bankalar ise ekonominin ve bankanın içinde bulunduğu duruma göre faiz oranlarını istedikleri gibi değiştirebilmektedirler. Bu imkân ticari bankalara büyük bir esneklik kazandırırken böyle bir imkân katılım bankaları için söz konusu değildir. Bankacılık sistemindeki fonlama kaynakları faize dayandığından katılım bankaları bu tür kaynaklardan mahrum kalmaktadır. Bu durum katılım bankalarının elinde fon fazlası olanlara olan bağımlılığını arttırmaktadır. Faiz oranlarında yaşanan artışlar neticesinde faiz hassasiyeti olmayan fonların ticari bankalara yönelmesi katılım bankacılığı kesiminde risklerin yönetilmesini zorlaştırmakta ve genel olarak bankacılık sistemindeki risklerin yükselmesine neden olmaktadır. İkili bankacılık sisteminde faiz hassasiyetine sahip olmayan katılım bankası müşterilerinin varlığı nedeniyle bu bankacılık türü de faiz riskine maruz kalmaktadır. Ticari bankaların faiz oranlarında artış gitmesi katılım bankalarının önemli oranda fon kaybetmesine neden olmaktadır. Ticari bankalar kredi faiz oranlarının bankalarının ve piyasanın şartlarına göre kolaylıkla değiştirebilirken katılım bankaları kâr paylarını kolaylıkla değiştirememektedir. Bu durum katılım bankalarının kâr paylarının ticari bankaların faiz oranlarının gerisinde kalmasına neden olmaktadır. Faiz hassasiyetine sahip olmayan katılım bankası müşterileri böyle durumlarda tasarruflarını çekebilmektedir. Katılım bankaları da tıpkı ticari bankalar gibi merkez bankası nezdinde zorunlu karşılık tutmaktadır. Para politikası uygulamaları çerçevesinde alınan tüm önlemler hem ticari hem de katılım bankalarını doğrudan etkilemektedir. Sıkılaştırıcı para politikası uygulamaları çerçevesinde örneğin zorunlu karşılık oranlarında yapılacak artışlar hem ticari hem de katılım bankalarının topladıkları fonlardan daha fazla miktarı merkez bankası nezdinde tutmak zorunda kalmalarına neden olmaktadır. Katılım bankaları topladıkları fonları yatırımlarda değerlendirerek kâr payı ödemesi yaptıklarından zorunlu karşılıklarda yapılacak artışlar katılım bankalarının yatırımlarda kullandıkları fon miktarını azaltacağından tasarruf sahiplerine ödenecek kâr paylarını da olumsuz etkilemektedir. Katılım bankaları topladıkları fonlarla reel sektörde yatırım yaparak elde ettiği kârı tasarruf sahipleriyle önceden belirlenen şekillerde paylaşmaktadır. Ancak bir yatırımdan kâr elde etmek kısa sürede gerçekleşecek bir durum değildir. Oysa tasarruflar genellikle kısa vadeli olmaktadır. Böyle bir durumda tasarruf sahibi mevduatını hemen çekmek istediğinde katılım bankalarının bir ödeme sıkıntısına girmesi muhtemeldir. Bu sorunu giderebilmek amacıyla Türkiye'de katılım bankaları havuz sistemini uygulamaktadırlar. Bu sisteme göre, toplanan fonlar Türk Lirası ve yabancı para cinsinden havuzlarda toplanmakta ve yatırımlar bu havuzdan gerçekleştirilmektedir. Katılım bankaları topladıkları fonları farklı vadelerden oluşan havuzlarda değerlendirmektedir. Kısa vadeli fonların yer aldığı havuzlardaki fonlar yine kısa vadeli yatırımlarda değerlendirilmektedir. Böylece kısa vadede tasarrufunu çekmek isteyen mevduat sahibine parası yine bu

havuzdan ödenmekte ve risk ortadan kaldırılmaktadır.

Katılım bankacılığı faizsiz bankacılık temeline dayandığından piyasa ve mevduat faiz oranlarındaki değişimlerden etkilenmeyecekleri şeklinde genel bir kanı olsa da yapılan çalışmalar bunun doğru olmadığını göstermektedir. Fayda maksimizasyonuna göre bireyler faizlerin yükselmesiyle daha yüksek getiri elde edeceklerinden tasarrufu tüketime tercih edeceklerdir. Faiz oranlarındaki artış, mevduat sahiplerini katılım bankalarından ticari bankalara, para tutmanın getirdiği avantajlardan dolayı yönlendirmektedir (Ergeç ve Aslan, 2013). Faiz hassasiyeti olan katılım bankası müşterilerinin böyle bir amaçla hareket etmeyecekleri beklentisine rağmen yapılan çalışmalar katılım bankası müşterilerinin de kâr maksimizasyonu amacı taşıdığını göstermektedir. İslami hassasiyetlere sahip katılım bankası müşterileri dini değil de kâr amacıyla hareket ettiklerinde ticari bankaların faiz oranı ile katılım bankalarının faizsiz hesaplarına yatırılan fonlar arasında negatif bir ilişki ortaya çıkmaktadır (Haron ve Ahmad, 2000). Mevduat faiz oranlarının yükselmesi daha önceden de belirtildiği üzere katılım bankalarına yönelen fonları olumsuz etkilerken faiz oranlarında bir düşme yaşanması durumunda ise katılım bankalarının dağıttıkları kâr paylarında artış meydana gelmektedir.

Katılım bankacılığının Türk finans sistemi içerisindeki ağırlığı her geçen gün artmaktadır. İlk kurulan katılım bankaları özel finans kurumları tanımlaması altında özel sektör tarafından oluşturulmuştur. Günümüzde özel sektörün yanı sıra kamu bankalarının birer iştiraki şeklinde kurulan kamu sermayeli katılım bankaları bulunmaktadır. Kamunun finans sistemine bu şekilde dâhil olması hem sistemin güvenilirliğini arttıran bir unsur hem de bu bankacılık yönteminin giderek daha fazla önem kazandığının bir göstergesidir. Bu gerçeklik karşısında katılım bankalarının topladığı fonlarla ticari banka mevduat faizleri arasındaki ilişkiyi inceleyen bu çalışmanın literatüre katkıda bulunması beklenmektedir.

Bankacılık sistemi hem fon toplarken hem de fon kullandırırken faiz esasına dayanmaktadır. Ancak faizden Müslüman ülkelerde dini gerekçelerle uzak durulmaktadır. Bu durum bu grupta yer alan ülkelerde bankacılık sisteminin gelişmesini engelleyerek fonların değerlendirilememesine neden olmaktadır. Bu çalışmanın amacı, Müslüman ülkelerde bulunduğu kabul edilen faiz hassasiyetinin gerçek ekonomik hayatta yer alıp almadığını tespit etmektir. Bir sonraki bölümde ayrıntılı bir şekilde inceleneceği üzerine literatürde yer alan çalışmalar genellikle katılım bankalarının kâr payı ödemeleri ile ticari banka faiz oranları arasındaki ilişkileri incelemeye yöneliktir. Çalışmanın motivasyonu ise katılım bankalarına yönelen fonların vadelerine göre faiz hassasiyetine sahip olup olmadığını tespit etmektir. Bu amaç çalışmanın literatüre katkısını göstermektedir.

Bu çalışmanın her aşamasında araştırma ve yayın etiğine uyulmuştur.

I. LİTERATÜR

Literatürde genellikle katılım bankalarının yaptıkları kâr payı ödemeleri ile ticari bankaların mevduat faiz oranları arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Diğer bir karşılaştırma türü ise finansal performanslar yönündendir. Ticari bankalar ile katılım bankalarının farklılaştıkları alanlar incelenmiştir. Çalışmanın konusu olan Türkiye’de katılım bankalarının topladıkları fonlar ile ticari banka mevduat faizleri arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışma sayısı oldukça azdır. Bu durum çalışmanın önemini ve literatüre katkısını göstermektedir.

Haron ve Ahmad (2000)’e göre faiz oranları ile tasarruflar arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Kâr maksimizasyonu teorisine göre; faiz oranlarının yükselmesi ekonomik birimleri tasarrufa yönlendirmektedir. Ancak katılım bankalarının başlangıçta bir kâr garantisi vermemesi bu teoriye tabi olup olmadığı konusunda belirsizlikler yaratmaktadır. Çalışmalarında uyarlanabilir beklentiler hipotezini kullanarak Malezya’da geleneksel bankaların mevduat faiz oranlarının katılım bankaları fonları üzerindeki etkilerini incelemiştir. Elde edilen sonuçlara göre, ticari bankaların faiz oranları ile katılım bankaları fonları arasında negatif bir ilişki bulunmaktadır. Bu sonuca göre Malezya’da yatırımcılar her ne kadar İslami hassasiyetleri olsa da kâr amacıyla hareket etmektedirler.

Bacha (2004), Bank Negara Malaysia’nın üç aylık kâr payı oranları, mevduatları ve ticari bankaların üç aylık faiz oranları arasında hem faiz oranları ile kâr payları hem de bankanın mevduatları arasındaki

nedensellik ilişkisini incelemiştir. Elde edilen sonuçlara göre, kâr payı ile faiz oranı arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiş ve faiz oranlarının hem kâr paylarını hem de katılım bankasının mevduatlarını etkilediği tespit edilmiştir.

Yusoff ve Wilson (2005), Malezya’da GSMH, kâr payı ve faiz oranlarının ticari ve katılım bankalarının mevduatlarına olan etkisi araştırılmıştır. Elde edilen sonuca göre, faiz oranları katılım bankalarının mevduatları üzerinde bir etkisi yoktur.

Chong ve Liu (2009), Malezya’da yaptıkları çalışmalarında İslami bankacılık kesimi finansmanın az bir kısmının kâr-zarar ortaklığı paylaşımına sahip olduğunu, katılım bankacılığının faizsiz olmadığını, rekabetçi nedenlerden ötürü katılım bankalarının mevduatlarının geleneksel bankacılık getirilerine etkili bir şekilde sabitlendiğini göstermektedir.

Kader ve Leong (2009), Malezya’da 1999-2007 döneminde aylık veriler yardımıyla faiz oranlarının ticari banka mevduatları ve katılım bankalarının fonlarına olan etkisini incelemiştir. Faiz oranının yükselmesi durumunda yatırımcıların ticari bankalara yönelindikleri, katılım bankalarının kâr paylarının ticari banka mevduat faizlerinden fazla olması durumunda ise yatırımcıların katılım bankalarına yöneldiklerini tespit etmişlerdir.

Zainol ve Kassim (2010), Malezya’da 1997:01-2008:10 döneminde faiz oranlarındaki değişimlerin katılım bankalarının kâr payı oranları ve mevduat miktarı üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Analiz sonucunda katılım bankalarının kâr payı oranları ile ticari bankaların faiz oranlarının uzun dönemde eşbütünleşik olduğu tespit edilmiştir. Nedensellik analizi sonucunda da değişkenler arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisi bulunmuştur. Etki-tepki analizi sonucunda da katılım bankalarının kâr payı oranlarının ve mevduatlarının faiz oranlarındaki değişimlere önemli derecede tepki verdikleri tespit edilmiştir.

Adebola, Yusoff ve Dahalan (2011), Malezya’da 2016:12-2011:3 döneminde ticari banka faiz oranlarının katılım bankalarının finansman hacmine olan etkileri ARDL Eşbütünleşme Analizi ile test etmişlerdir. Analiz sonucuna göre, Malezya’da ticari banka faiz oranları katılım bankalarını önemli ölçüde etkilemektedir. Bu sonuç ışığında Malezya bankacılık sisteminde ticari bankalar ve katılım bankalarının birbirinin alternatifi değil tamamlayıcısı olduğunu savunmuşlardır.

Ergeç ve Arslan (2013), Türkiye’de 2005:12-2009:07 döneminde faiz oranı şokunun katılım ve ticari banka mevduatları ve kredileri üzerindeki etkilerini Vektör Hata Düzeltme (VECM) modeli ile incelemiştir. Elde edilen sonuçlara göre Türkiye’de katılım bankaları faiz oranlarından önemli ölçüde etkilenmektedir.

Avcı ve Aktaş (2015), çalışmalarında Türkiye’de katılım bankalarının ödedikleri kâr payı ile ticari bankaların faiz getirilerinin neden birbirine yakın gerçekleştiğini araştırmışlardır. Bu durumun sebebi olarak ise katılım bankalarının fon kullandırmada kâr ve zarara katılmayı esas alan yöntemleri kullanmaması buna karşın kâr payının her iki tarafça belirlendiği murabaha yönteminin daha çok kullanılması olduğu tespit edilmiştir.

Saraç ve Zeren (2015), Türkiye’deki katılım bankalarının vadeli kâr payı oranları ile ticari bankaların vadeli mevduat faizleri arasındaki eşbütünleşme ilişkisi çoklu kırılmalı Maki Eşbütünleşme Testi ve frekans alanı nedensellik testi ile analiz etmişlerdir. Analizlerden elde edilen sonuçlara göre, üç katılım bankasında vadeli kâr payı oranları ile ticari bankaların vadeli mevduat faizlerinin önemli ölçüde eşbütünleşik olduğu ve ticari bankalardan katılım bankalarına doğru kalıcı bir nedensellik ilişkisi olduğu bulunmuştur.

Ata, Buğan ve Çiğdem (2016), katılım bankalarının dağıttıkları kâr payları ile ticari bankaların mevduat faizleri arasındaki nedensellik ilişkisini incelemiştir. Çeşitli vadelerde ticari bankaların mevduat faizlerinden kâr paylarına doğru tek yönlü ve 12 ay vadeli hesaplarda da çift yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Güler (2016), katılım bankalarının topladıkları fonların ticari banka mevduatlarındaki değişimlere olan duyarlılığı incelenmiştir. Faiz oranlarındaki değişimler ile Türk Lirası cinsinde katılım fonları arasında ters yönlü ve kuvvetli bir ilişki tespit etmiştir. Ayrıca mevduat faizlerinin düştüğü dönemlerde katılım bankalarının toplam mevduat içindeki payının arttığını da tespit etmiştir.

Akhtar, Akhter ve Shahbaz (2017), Pakistan’da 2006-2011 döneminde 25 ticari ve 5 katılım bankasının topladıkları fon ve

mevduatları etkileyen çok sayıda değişkeni incelemişlerdir. İnceleme sonucunda Pakistan'da faiz oranlarında meydana gelen artışlar ticari bankaların mevduatlarını arttırırken katılım bankalarının topladıkları fonlar ise azalmaktadır.

Gül, Torun ve Dumrul (2017), katılım bankalarının fon kaynaklarının belirleyicilerini eşbütünleşme analiz ile test etmişlerdir. Faiz oranı ile kâr payı arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur. Katılım bankalarının topladıkları fonların kâr payı ve faiz oranları tarafından etkilendiği tespit edilmiştir.

Musthaq ve Siddiqui (2017), konuya farklı bir açıdan yaklaşarak faiz hassasiyeti olan 23 İslami ülke ile hassasiyeti olmayan 23 İslami olmayan ülkedeki banka mevduatlarının faiz oranlarındaki değişimlere olan etkilerini incelemişlerdir. Elde edilen sonuçlara göre, İslam ülkelerinde faiz oranlarının katılım bankalarının mevduatları üzerinde hem kısa hem de uzun dönemde bir etkisi bulunmamaktadır.

Topdağ ve Işık (2019), katılım bankalarının kâr payı oranları ile banka faiz oranları ve enflasyon arasındaki nedensellik ilişkisini incelemişlerdir. Analiz sonucunda kâr payı, mevduat faizi ve enflasyon arasında uzun dönemli bir ilişki tespit edilmiştir. Nedensellik ilişkisi faiz oranlarından kâr paylarına doğru tek yönlü olarak bulunmuştur.

Tura ve Kaya (2019) katılım bankalarının kâr payı ödemeleri ile geleneksel bankaların mevduat faizleri arasındaki eşbütünleşme ve nedensellik ilişkileri incelenmiştir. Analizin sonucunda her iki değişken arasında bir eşbütünleşme ilişkisi tespit edilmiş, faiz değişkeninin kâr payı ödemeleri değişkeninin nedeni olduğu sonucuna varılmıştır.

Baykuş ve Bektaş (2021), Türkiye'de katılım bankalarının kâr paylaşım oranlarını etkileyen unsurları tespit etmeye çalışmışlardır. Analizde, katılım bankalarının aylık kâr paylaşım oranları, ticari banka aylık mevduat faiz oranları, TÜFE, ağırlıklı ortalama fonlama maliyeti, USD kuru ve M3 para arzı değişkenleri kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, değişkenler arasında uzun dönemde bir ilişki bulunmaktadır. Kâr paylaşım oranları ile bir ay vadeli mevduat faiz oranları arasında karşılıklı, ortalama fonlama maliyetlerinden kâr paylaşım oranlarına doğru tek yönlü bir ilişki tespit edilmişken kâr paylaşım oranı ile USD döviz kuru ve TÜFE arasında herhangi bir ilişki tespit edilmemiştir.

Çonkar ve Gökgöz (2021) katılım bankalarının fon kullandırma yöntemi olan murabaha ile ticari banka kredileri arasındaki eşbütünleşme ilişkisini incelemiştir. Katılım bankalarının vadeli kâr payı oranları ile bankaların ağırlıklı ortalama mevduat faizleri arasında bir eşbütünleşme ilişkisi bulunmamıştır.

Aksoy, Gençtürk ve Senal (2023), çeşitli makroekonomik değişkenlerin katılım fonlarına olan etkilerini incelemişlerdir. Elde edilen sonuçlara göre, mevduat faiz oranları katılım fonlarını uzun ve kısa dönemde negatif etkilemektedir.

Literatürde yer alan çalışmalar genel olarak değerlendirildiğinde hem Türkiye hem de diğer Müslüman ülkeleri kapsayan çalışmalar olduğu görülmektedir. Çalışmalar genel olarak katılım bankalarının kâr payları ile ticari banka mevduat faizleri arasındaki ilişkileri tespit etmeye yöneliktir. Bu çalışma ise konuya farklı bir açıdan yaklaşarak katılım bankalarının topladıkları fonların ticari banka mevduat faizlerinden etkilenip etkilenmediğini tespit etmeye yöneliktir. Bu yaklaşım farklılığı çalışmanın literatüre katkısı göstermektedir. Ekonometrik analizlerde genel olarak ARDL Eşbütünleşme Testi kullanılmıştır. ARDL Testi analiz dönemleri içerisinde meydana gelen yapısal kırılmaları dikkate almadığı için değerli ancak eksik bir testtir. Çalışmada ise yapısal kırılmaları dikkate alan Maki Eşbütünleşme Testi kullanılmıştır. Yapısal kırılmaları dikkate alan bir testin analizde kullanılması çalışmanın değerini ve literatüre katkısını arttıran bir unsur olarak görülmektedir. Değişkenler arasında genellikle kısa hem de uzun vadede tespit edilen eşbütünleşme ilişkisi çalışmada da elde edilmiştir.

II. VERİ SETİ VE YÖNTEMLER

Katılım bankalarının topladıkları fonlar ile ticari banka mevduat faiz oranları arasındaki ilişkiyi inceleyen bu çalışma katılım bankalarının banka statüsünü 2005 yılında kazanması neticesinde ulaşılabilen ilk veriler olan 2006 yılı ocak ayından başlayıp 2023 yılı haziran ayında son bulan toplam 210 gözleme dayalı aylık verilerden oluşmaktadır. Verilerden fon verileri TCMB İstatistikler bölümünden, mevduat bankaları faiz oranları ise TCMB EVDS sisteminden elde edilmiştir.

Fon değişkeni düzey değer olduğundan logaritması alınarak analize dâhil edilmiştir.

A. BİRİM KÖK TESTLERİ

Analizde kullanılan değişkenlerin durağanlığının tespiti büyük önem taşımaktadır. Durağanlığın tespiti amacıyla birim kök testleri yapılmaktadır. Değişkenlerin birim kök içermesi değişkenler arasındaki ilişkilerin sahte olmasına neden olmaktadır. Analizlerde sıklıkla kullanılan Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF, 1981) ve Phillips-Perron (1988) testleri serilerdeki yapısal kırılmaları dikkate almamaktadır. Ancak zaman içinde gelişen savaş, kriz, doğal afetler ve iktisat politikasındaki değişiklikler kırılmalara neden olmaktadır. Kırılmaları dikkate almadan yapılan birim kök testleri gerçekte durağan olan serilerin durağan olmadığı yönünde sonuçlar verebilmektedir (Perron, 1989). Çalışmada kullanılan Maki Eşbütünleşme testi temel olarak Kapetanios (2005) çok kırılmalı birim kök testine dayanmaktadır. Ancak analizde kullanılan Gauss 23 ve Eviews 10 programlarında söz konusu test bulunmadığına yapısal kırılmaları tespit edebilmek amacıyla Bai-Perron Çoklu Yapısal Kırılma Testi yapılmıştır. Bai-Perron (2003), kırılma sayısının belirlenmesinde üç testin yapılmasını önermiştir. Bunlar;

- Sıfır hipotezinde kırılma olmayan alternatif hipotezde ise k kadarlık bir kırılmanın olduğunu belirleyen $F_{\lambda}(k)$ istatistiği
- Alternatif hipotezde bilinmeyen sayıda kırılmanın varlığını gösteren UDmax ve WDmax istatistikleri
- Sıfır hipotezinde l adet kırılmanın olduğu buna bağlı olarak alternatif hipotezin ise $l+1$ adet kırılmanın varlığını gösteren $F_{\lambda}(l+1/l)$ testidir.

B. EŞBÜTÜNLEŞME TESTİ

Birim kök testi sonucunda serilerde bir yapısal kırılmanın tespit edilmesi uzun dönem ilişkisini ifade eden eşbütünleşme testlerinde de yapısal kırılmaların dikkate alınmasına neden olmaktadır. Bu amaçla Gregory ve Hansen (1996), Carrion-i-Silvestre ve Sanso (2006), Westerlund ve Edgerton (2006) ve Hatemi-j (2008) testleri geliştirilmiştir. Söz konusu testler bir adet yapısal kırılmayı dikkate alırken Maki (2012) bu konuda önemli bir ekşiği gidermiş ve beş adet yapısal kırılmayı içselleştiren bir test geliştirmiştir. Maki (2012), yapısal kırılmaların mevcut olduğu serilerde eşbütünleşme ilişkisinin varlığını dört farklı modele göre incelemektedir. Model 0 olarak ifade edilen model sabit terimde kırılmanın var olduğu trendsiz modeldir. Bu modelin denklemi;

$$y_t = \mu + \sum_{i=1}^k \mu_i K_{i,t} + \beta' x_t + u_t \quad (1)$$

Model 1 olarak ifade edilen model ise sabit terimde ve eğimde kırılmanın olduğu trendsiz modeldir. Bu modelin denklemi;

$$y_t = \mu + \sum_{i=1}^k \mu_i K_{i,t} + \beta' x_t + \sum_{i=1}^k \beta'_i x_t K_{i,t} + u_t \quad (2)$$

Model 2'de ise sabit terimde ve eğimde kırılmanın olduğu trendli modeldir. Denklemi;

$$y_t = \mu + \sum_{i=1}^k \mu_i K_{i,t} + \gamma t + \beta' x_t + \sum_{i=1}^k \beta'_i x_t K_{i,t} + u_t \quad (3)$$

Model 3 ise sabit terimde eğimde ve trendde kırılmanın olduğu modeldir. Denklemi;

$$y_t = \mu + \sum_{i=1}^k \mu_i K_{i,t} + \gamma t + \sum_{i=1}^k \gamma_i t K_{i,t} + \beta' x_t + \sum_{i=1}^k \beta'_i x_t K_{i,t} + u_t \quad (4)$$

Testin hipotezleri;

H_0 : Yapısal kırılmalar altında eşbütünleşme yoktur.

H_1 : Yapısal kırılmalar altında eşbütünleşme vardır.

Dinamik Sıradan En Küçük Kareler Yöntemi (Dynamic Ordinary Least Square, DOLS), modele dinamik unsurlar katarak özellikle içsellik sorunundan kaynaklanan sapmaları giderebilme özelliğine sahiptir. Stock ve Watson (1993)'e göre, tek bir eşbütünleşme vektörünün olduğu I(1) durumunda, sıradan veya genelleştirilmiş en küçük kareler

kullanılarak değişkenlerden biri basitçe geri kalan değişkenlerin eşzamanlı seviyelerine, birinci farklarının öncülerine ve gecikmelerine ve bir sabite regresyonlanır. Ortaya çıkan "dinamik OLS" tahmincisi diğer asimptotik olarak etkin tahmin edicilere göre iyi performans göstermektedir. Tam Değiştirilmiş Sıradan En Küçük Kareler yöntemi (Full Modified Ordinary Least Square, FMOLS) modeli ise standart sabit etkili tahmincilerde yer alan değişen varyans ve otokorelasyon gibi sorunlardan kaynaklanan sapmaları düzeltmektedir (Gülmez, 2015).

C. AMPİRİK BULGULAR

Analizde ilk olarak klasik ADF ve PP birim kök testleri yapılmış daha Bai- Perron Çoklu Yapısal Kırılma Testi yapılmıştır. Gauss 23 ve Eviews 10 programları kullanılarak yapılan testler sonucunda ADF ve PP testlerinde değişkenler hem sabitli hem de sabitli ve trendli modelde birinci farkta durağan bulunmuştur. Analiz dönemi boyunca gerçekleşmesi muhtemel kırılmaların tarihlerini belirleyebilmek amacıyla da beş kırılmaya kadar izin veren Bai- Perron Çoklu Yapısal Kırılma Testi yapılmıştır.

TABLO 1 | ADF ve PP Birim Kök Testleri

DEĞİŞKENLER	ADF			
	SABİTLİ		SABİTLİ VE TRENDLİ	
	t istatistik	Prob	t istatistik	Prob
LN FON DÜZEY	2.340594	1.0000	1.073479	0.9999
BİRİNCİ FARK	-11.38021*	0.0000	-11.68217*	0.0000
	(-3.461783)		(-4.002786)	
BİRAY DÜZEY	-0.826423	0.8092	-1.049959	0.9336
BİRİNCİ FARK	-6.722850*	0.0000	-6.905922*	0.0000
	(-3.461783)		(-4.002786)	
ÜÇAY DÜZEY	-0.621261	0.8619	-0.994198	0.9414
BİRİNCİ FARK	-3.436474**	0.0108	-3.756068**	0.0209
	(-2.875538)		(-3.432005)	
ALTIYAY DÜZEY	-2.328557	0.1640	-2.438667	0.3586
BİRİNCİ FARK	-5.983367*	0.0000	-6.044830*	0.0000
	(-3.461938)		(-4.003005)	
BİRİYİL DÜZEY	-2.922142**	0.0445	-2.976526	0.1414
	(-2.875330)			
BİRİNCİ FARK	-4.934512*	0.0000	-4.931928*	0.0004
	(-3.461938)		(-4.003005)	
PP				
LN FON DÜZEY	2.478150	1.0000	1.221974	1.0000
BİRİNCİ FARK	-11.45541*	0.0000	-11.67156*	0.0000
	(-3.461783)		(-4.002786)	
BİRAY DÜZEY	-1.189092	0.6793	-1.346401	0.8733
BİRİNCİ FARK	-6.565021*	0.0000	-6.765327*	0.0000
	(-3.461783)		(-4.002786)	
ÜÇAY DÜZEY	-0.456209	0.8957	-0.72129	0.9696
BİRİNCİ FARK	-5.526878*	0.0000	-5.704410*	0.0000
	(-3.461783)		(-4.002786)	
ALTIYAY DÜZEY	-2.121445	0.2365	-2.200132	0.4866
BİRİNCİ FARK	-4.828862*	0.0001	-4.893550*	0.0004
	(-3.461783)		(-4.002786)	
BİRİYİL DÜZEY	-2.277253	0.1804	-2.315668	0.4232
BİRİNCİ FARK	-7.407553*	0.0000	-7.404358*	0.0000
	(-3.461783)		(-4.002786)	

* %1, ** %5 ve *** %10 anlamlılık düzeyini temsil etmektedir.

ADF ve PP Birim Kök Testi sonuçları incelendiğinde ADF Testi'nde biriyil değişkeninin sabitli modelde 0,05 anlamlılık düzeyinde düzeyde durağan çıktığı ancak sabitli ve trendli modelde birinci farkı alındığında 0,01 anlamlılık düzeyinde durağan hale geldiği görülmektedir. Elde edilen bu sonuç neticesinde bundan sonra yapılan tüm testlerde sabitli ve trendli modeller seçilmiştir.

TABLO 2 | Bai-Perron Çoklu Yapısal Kırılma testi

Testler				
SupF _t (1)	SupF _t (2)	SupF _t (3)	SupF _t (4)	SupF _t (5)
189.5790(18.23)** [2013:02]	625.6083(15.32)** [2013:01, 2019:12]	556.2480(13.93)** [2008:11, 2013:01, 2019:12]	476.6812(12.38)** [2008:11, 2012:09, 2016:11, 2019:12]	395.4360(10.52)** [2008:11, 2011:09, 2014:04, 2016:11, 2019:12]
UDMax** 3128.042 (18.42)	WDMax** 3650.717 (19.96)			
SupF _t (1 0)** (189.5790) [18.23]	SupF _t (2 1)** (185.1920) [19.91]	SupF _t (3 2) (13.58841) [20.99]	SupF _t (4 3) (4.361442) [21.71]	SupF _t (5 4) (0.000000) [22.37]

** 0.05 anlamlılık düzeyini göstermektedir. () içindeki değerler kritik değerlerdir. [] içindeki değerler kırılma tarihlerini göstermektedir.

Testte elde edilen UDMax istatistiği 3128.042 kritik değer olan 18.42'den büyük olduğundan ve WDMax istatistiği 3650.717 kritik değer olan 19.96'dan büyük olduğundan her iki değer de istatistiksel olarak anlamlıdır. Bu durumda Global L kırılmalı test ile devam edilmiştir. $H_0:m=0$ yokluk hipotezi sırasıyla $H_A:m=1$, $H_A:m=2$, $H_A:m=3$, $H_A:m=4$ ve $H_A:m=5$ alternatif hipotezleri test edilmiştir. Böylece maksimum 5 kırılmaya kadar hipotez testi yapılmıştır. İlk hipotez test eden $SupF_t(1)=189.5790$ kritik değer olan 18.23'den büyük olduğundan yokluk hipotezi ret edilerek 1 kırılmanın olduğu kabul edilmiştir. 1 kırılmada hesaplanan kırılma tarihi 2013 yılı 2. ayıdır. Diğer alternatif hipotez olan $m=2$ için hesaplanan $SupF_t(2)=625.6083$ kritik değer olan 15.32'den büyük olduğundan yokluk hipotezi ret edilerek 2 kırılmanın olduğu kabul edilmiştir. 2 kırılmada hesaplanan kırılma tarihleri 2013 yılı 1. ayı ve 2019 yılı 12. ayıdır. $m=3$ için hesaplanan $SupF_t(3)=556.2480$ değeri kritik değer olan 13.93'den büyük olduğundan 3 kırılma olduğu kabul edilmiş ve kırılma tarihleri olarak 2008 yılı 11. ayı, 2013 yılı 1. ayı ve 2019 yılı 12. ayı hesaplanmıştır. $SupF_t(4)=476.6812$ olarak hesaplanmış ve kritik değer olan 12.38'den büyük olduğundan 4 kırılmanın varlığı kabul edilmiş kırılma tarihleri olarak da 2008 yılı 11. ayı, 2012 yılı 9. ayı, 2016 yılı 11. ayı ve 2019 yılı 12. ayı hesaplanmıştır. 5. Kırılmanın varlığını gösteren $SupF_t(5)=395.4360$ değeri kritik değer olan 10.52'den büyük olduğundan 5 kırılmanın varlığı hipotezi kabul edilerek kırılma tarihleri olarak ise 2008 yılı 11. ayı, 2011 yılı 9. ayı, 2014 yılı 4. ayı, 2016 yılı 11. ayı ve 2019 yılı 12. ayı hesaplanmıştır.

Tablo 2'de aynı zamanda ardışık Bai-Perron testi sonuçlarına da yer verilmiştir. Bu teste 210 gözleme dayalı trimming (kırpma oranı) 0.15, maksimum gecikme sayısı 5 ve anlamlılık düzeyi olarak da 0.05 seçilmiştir. 1 kırılmanın olduğu yokluk hipotezi değeri 189.5790 kritik değer olan 18.23'den büyük olduğundan kırılmanın olmadığı yokluk hipotezi ret edilmiştir. İkinci hipotez testi 1 kırılmanın olduğunu ifade eden yokluk hipotezinin 2 kırılmanın olduğunu ifade eden alternatif hipoteze karşı testtir (1 vs. 2). Hesaplanan test istatistiği 185.1920 kritik değer olan 19.91'den büyük olduğundan $SupF_t(2|1)$ yokluk hipotezi ret edilmiştir. 3 kırılmanın olduğu ifade eden alternatif hipotezin (2 vs. 3) hesaplanan değeri 13.58841 kritik değer olan 20.99'dan küçük olduğundan 3 kırılmanın varlığını ifade eden yokluk hipotezi ret edilememiştir. Bu durumda 3, 4 ve 5 kırılmanın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

TABLO 3 | Maki Eşbütünlük Testi

MODEL	1 KIRILMA	2 KIRILMA	3 KIRILMA	4 KIRILMA	5 KIRILMA
MODEL 0	-4.477 (-5.650) [202109]	-6.221 (-5.839)** [201909, 202109]	-----	-----	-----
MODEL 1	-5.106 (-5.913) [202109]	-6.251** (-6.055) [201909, 202109]	-----	-----	-----
MODEL 2	-----	-4.446 (-7.244) [201209, 201911]	-7.183 (-7.803) [201209, 201911, 202109]	-7.193 (-8.292) [201012, 201209, 201911, 202109]	-7.201 (-8.869) [201212, 201209, 201802, 201911, 202109]
MODEL 3	-4.748 (-6.911) [202001]	-4.748 (-7.638) [201011, 202001]	-4.748 (-8.254) [200802, 201011, 202001]	-4.748 (-8.871) [200802, 201011, 201211, 202001]	-4.748 (-9.482) [200802, 201011, 201211, 201409, 202001]

() içindeki değerler 0,05 anlamlılık düzeyindeki kritik değerlerdir. [] içindeki değerler ise kırılma tarihlerini göstermektedir.

Tablo 3'de yer alan Maki Eşbütünleşme Testi'ne göre sadece 2 kırılmalı testte Model 0 olarak adlandırılan sabit terimde kırılmanın bulunduğu trendsiz modelde ve Model 1 olarak adlandırılan sabit terimde ve eğimde kırılmanın olduğu trendsiz modelde 0,05 anlamlılık düzeyinde eşbütünleşme ilişkisi mevcuttur. Model 0 ve 1'de 3, 4, 5 kırılmada, Model 2'de ise 1 kırılmada Gauss 23 programı sonuç vermemiştir. Kırılma tarihleri olarak 2019/09 ve 2021/09 tarihleri tespit edilmiştir. Maki eşbütünleşme Testi'nden elde edilen iki kırılmalı modelde eşbütünleşme ilişkisini varlığı ile Bai-Perron Çoklu Yapısal Kırılmalı Test'ten elde edilen iki yapısal kırılma olduğuna dair sonuçlar birbirini ile uyumludur.

İlk kırılmanın tespit edildiği tarih 2019 yılı eylül ayıdır. 2019 yılında enflasyon görünümündeki iyileşmeye bağlı olarak yılın ilk yarısında %24 olarak uygulanan bir haftalık repo ihale faiz oranlarında temmuz, eylül, ekim ve aralık aylarında ciddi oranda indirimle gidilerek yılsonunda %12 seviyelerine düşürülmüştür. Faiz oranlarında özellikle temmuz ayında gerçekleştirilen faiz indirimi neticesinde Türk Lirası cinsinden faiz getirilerinde önemli düşüşler ortaya çıkmıştır (Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası [TCMB], 2019). Bu gelişmeler eylül ayında gerçekleşen kırılmanın sebebi olarak görülmektedir.

2021 yılı eylül ayı ise Türkiye'nin uyguladığı makroekonomi politikasının değiştirilmeye başlandığı dönemi ifade etmektedir. Uygulamaya konulan Türkiye Ekonomi Modeli ile faizlerin düşürülmesi yoluyla büyümenin sağlanması hedeflenmiştir. Bu model sonucunda başta enflasyon ve döviz kuru olmak üzere temel makroekonomik değişkenlerde ciddi hareketler yaşanmıştır. Türkiye'nin uyguladığı iktisat politikasında ciddi bir değişimi ifade eden bu dönem analizden elde edilen ikinci kırılmanın sebebi olarak görülmektedir.

Değişkenler arasında bir eşbütünleşme ilişkisinin tespit edilmesiyle bu ilişkinin yönü ve şiddetini tespit edebilmek amacıyla DOLS ve FMOLS testleri gerçekleştirilmiştir.

TABLE 4 | DOLS ve FMOLS Test Sonuçları

DOLS Testi				
Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	t İstatistik	Olasılık
Biray	-0.523074	0.204848	-2.553475	0.0115
Üçay	0.387983	0.148234	2.617373	0.0096
Altıay	-0.17159	0.244516	-0.701754	0.4837
Bir yıl	0.292664	0.184324	1.587766	0.1140
FMOLS Testi				
Biray	-0.379008	0.136827	-2.769969	0.0061
Üçay	0.308608	0.121794	2.533863	0.0120
Altıay	0.035953	0.137352	0.261757	0.7938
Bir yıl	0.011325	0.093474	0.121157	0.9037

DOLS ve FMOLS testi yapılırken Maki Eşbütünleşme Testi'nden elde edilen kırılma tarihleri kukla (dummy) değişken olarak teste dâhil edilmiştir. DOLS Testi'nden elde edilen sonuçlar incelendiğinde biray ve üçay değişkenlerinin prob değerleri 0,05'den küçük olduğundan değişkenler anlamlıdır. Biray değişkeninde meydana gelecek 1 değişme Lfon değişkenini negatif yönde 0.52 düzeyinde etkilemektedir. Üçay değişkeninde meydana gelecek 1 değişme ise Lfon değişkenini pozitif yönde 0.38 düzeyinde etkilemektedir. Altıay değişkeninde meydana gelecek değişimlerin Lfon değişkenine etkisi negatif, bir yıl değişkeninin etkisi ise pozitif olmakla birlikte bu etkiler istatistiksel olarak anlamsızdır.

FMOLS Testi sonuçları DOLS Testi sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Biray değişkeni Lfon değişkenini negatif yönde 0.37 düzeyinde etkilerken üçay değişkeni pozitif yönde 0.30 düzeyinde etkilemektedir. Altıay ve bir yıl değişkenlerinin de etkisi pozitif olmakla birlikte bu etkiler istatistiksel olarak anlamsızdır. Etkilerin yönleri DOLS ve FMOLS testlerinde aynı iken biray değişkeninin etkisi DOLS testinde daha güçlüdür. Üçay değişkeninde ise testler arasında önemli bir farklılık bulunmamaktadır.

Katılım bankalarının topladıkları fonlar ile ticari bankalarının mevduat faizleri arasında bulunan eşbütünleşme ilişkisi katılım bankası müşterilerinin faiz hassasiyetine sahip olmadıklarını göstermektedir.

Mevduat faiz oranlarında meydana gelecek değişimler katılım bankalarını topladıkları fonları her iki yönde de güçlü bir biçimde etkilemektedir. Aynı zamanda katılım bankalarının faiz oranlarındaki değişimlere karşı hassas olduğunu bu nedenle de katılım bankalarının faiz riskine maruz kalabileceklerini göstermektedir. Bu sonuç ayrı bir çalışmanın konusunu teşkil etmektedir.

Çalışmadan elde edilen sonuç ile Haron ve Ahmad (2000) çalışmasından elde edilen sonuç benzerlik göstermektedir. Bu çalışmada Malezya'da faiz oranlarının yükselmesinin katılım bankalarının topladıkları fonları olumsuz etkilemesine paralel bir sonuç çalışmada biray değişkeni açısından elde edilmiştir. Bacha (2004) çalışmasından elde edilen faiz oranlarının katılım bankalarının fonlarını etkilediği sonucu bu çalışmanın da sonucudur. Kader ve Leong (2009) faiz oranlarının artması durumunda yatırımcıların ticari bankalara yöndikleri yönündeki sonucu çalışmada elde edilen faiz oranları ile katılım bankası fonları arasındaki negatif ilişki ile uyumludur. Adebola, Yusoff ve Dahalan (2011), Malezya'daki analizlerinden elde ettikleri ticari bankaların faiz oranlarının katılım bankalarını önemli ölçüde etkilediği ve aralarında bir eşbütünleşme ilişkisinin varlığı bu çalışmada da elde edilmiştir. Türkiye özelinde Ergeç ve Arslan (2013), katılım bankalarının faiz oranlarından etkilendikleri sonucu bu çalışmada da elde edilmiştir. Güler (2016), faiz oranlarındaki değişim ile katılım fonları arasındaki ters yönlü ilişki olduğuna dair tespitleri bu çalışmada negatif ve pozitif yönlü ilişkiler şeklinde bulunmuştur. Akhtar, Akhter ve Shahbaz (2017)'nin Pakistan özelinde elde ettikleri sonuçlar ile Türkiye özelinde yapılan bu çalışmanın sonuçları aynıdır. Çalışmanın sonucu ile Gül, Torun ve Dumrul (2017) çalışmasının sonucu aynıdır. Aksoy, Gençtürk ve Senal (2023)'ün elde ettiği mevduat faiz oranlarının katılım bankası fonlarını kısa ve uzun dönemde negatif etkilediği sonucu kısmen bu çalışmanın sonuçları ile uyumludur. Görüldüğü üzere çalışmanın sonuçları ile literatürde yer alan çalışmaların sonuçları büyük ölçüde benzerlik göstermektedir.

SONUÇ

Finansal sistem içerisinde önemli bir rol oynayan ticari bankaların kullandıkları temel araç faiz oranıdır. Ancak faiz İslam dininde kesin bir dille yasaklanmıştır. Bu nedenle Müslüman ülkelerde bankacılık sistemi gelişmemiştir. Gelişen ve değişen ekonomik koşullar bu ülkelerde atıl durumdaki fonların değerlendirilmesini artık zorunlu hale getirince alternatif bir bankacılık sistemi olan katılım bankacılığı ortaya çıkmıştır.

Katılım bankası müşterilerinin temel motivasyonu gelirlerinde herhangi bir faiz getirisinin bulunmamasıdır. Bu açıdan bakıldığında faiz oranlarında meydana gelen değişimlerin katılım bankalarının topladıkları fonları ne olumlu ne de olumsuz yönden etkilememesi beklenmektedir. Literatürde yer alan hem Türkiye'yi hem de diğer ülkeleri kapsayan çalışmalarda genellikle katılım bankalarının topladıkları fonların ticari banka mevduat faiz oranlarına karşı hassas oldukları ve aralarında kısa ve uzun dönemde bir eşbütünleşme ilişkisi bulunduğu yönündedir. Bu sonuç çalışmada da elde edilmiştir. Çalışmanın literatüre bir katkısı bu etkileşimin biray ve üçay gibi kısa vadelerde geçerli olduğu sonucunun elde edilmiş olmasıdır. Bunun nedenleri olarak analiz dönemi içerisinde başta enflasyon olmak üzere makroekonomik göstergelerde meydana gelen değişimler gösterilebilir. Fon sahipleri özellikle enflasyonun yüksek olduğu dönemlerde belirsizliğin artmasına paralel olarak yatırımlarını kısa vadeli olarak değerlendirmektedir. Bu yönelim çalışmanın sonuçları arasında yer almaktadır.

Çalışmada kullanılan biray ve üçay değişkenlerinin katılım bankalarının topladıkları fonları sırasıyla negatif ve pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Diğer vadelerin etkileri ise istatistiksel olarak anlamsızdır. Biray ve üçay vadeleri kısa vadeler olarak kabul edilmektedir. Türkiye gibi ekonomik gündemin çok sık değiştiği bir ülkede fonların bu şekilde bir değişim göstermesi normal kabul edilebilir. Ülke ekonomisinde ve Dünya'da yaşanan konjonktürel gelişmelere fonların hemen tepki verdiği görülmektedir. Özellikle enflasyonun yüksek olduğu dönemlerde geleceğe yönelik belirsizliklerin artması fonların daha kısa vadelere yönelmesine neden olmaktadır. Bu durum test sonuçlarında da ortaya çıkmış biray ve üçaya göre daha uzun vadeleri temsil eden altıay ve bir yıl değişkenlerinin etkileri anlamsız

bulunmuştur.

Biray vadeli mevduat faiz oranlarının katılım bankası fonlarını olumsuz etkilemesi faiz hassasiyetinin Türkiye’de yüksek olduğunu göstermektedir. Aylık mevduatlarda meydana gelen bir değişimin katılım bankası fonlarını 0.52 ve 0.37 gibi yüksek oranlarda negatif etkilemesi bu hassasiyetin en önemli göstergesi olmaktadır. Kısa bir süreyi ifade eden üç aylık mevduat faiz oranlarının katılım bankalarının topladıkları fonları pozitif etkilemesi de bu sonucu destekler niteliktedir. Türkiye’de yatırımcıların faiz hassasiyetlerinin vadeye göre değişim göstermektedir. Altı ve bir yıl vadelerinin enflasyonist gelişmelerin ve belirsizliğin yüksek olduğu Türkiye’de katılım bankalarının topladıkları fonları istatistiksel olarak etkilemedikleri görülmektedir.

Ticari bankalar ve katılım bankaları için mevduat ve fonların vadesi karlılık açısından önem arz etmektedir. Vadelerin kısa olması finansal kuruluşların nakit dengesini, kaydı para yaratma yetisini ve reel sektörün finansmanını olumsuz etkilemektedir. Hem katılım hem de ticari bankalar aralarında bir yaklaşım farklılığı olmakla birlikte topladıkları fonları kredi kanalıyla piyasalara yönlendirmekte böylelikle kaydı para yaratmaktadırlar. Vadelerin kısa olması yaratılabilecek kaydı para miktarını kısıtlamaktadır. Piyasaya yönlendirilen gerek tüketim gerekse yatırım kredilerinin vadeleri mevduat vadelerine göre daha uzundur. Bu durumda finansal kuruluşların yükümlülükleri kısa vadeli olurken alacakları uzun vadeye yayılmaktadır. Böyle bir gerçekleşme finansal kuruluşların nakit dengesini olumsuz etkilemekte finansal kuruluşların nakit dengesini sağlayabilmek için ciddi çabalar sarf etmesine neden olmaktadır. Yükümlülüklerin kısa vadeli olması finansal kuruluşların uzun vadeli kredi verebilme imkânını da azaltmaktadır. Kredilerin geri dönüş süresinin uzun olmasına karşın yükümlülüklerin kısa olması finansal kuruluşların kredi verirken daha temkinli davranmasına ve kredi hacminin azalmasına neden olmaktadır.

Ekonomi yöneticileri, hem fon sahipleri hem de fon talep edenler arasında dengeyi sağlamak amacındadırlar. Enflasyon gibi makroekonomik değişkenlerin seyri bu dengeyi sağlamayı zorlaştırmaktadır. Ekonomide genel dengenin sağlanması vadelerin uzamasına buna bağlı olarak da finansal kurumların başta karlılık olmak üzere daha sağlıklı bir yapıya sahip olmasına neden olabilecektir.

KAYNAKÇA

- [1] Adebola, S. S., Yusoff, W. S. W. ve Dahalan, J. (2011). The impact of macroeconomic variables on Islamic banks financing in Malaysia. *Research Journal of Finance and Accounting*, 2(4), 22–32.
- [2] Akhtar, B., Akhter, W. ve Shahbaz M. (2017). Determinants of deposits in conventional and Islamic banking: a case of an emerging economy. *International Journal of Emerging Markets*, 12(2), 296-309, <https://doi.org/10.1108/IJoEM-04-2015-0059>.
- [3] Aksoy, E., Gençtürk, M. ve Senal, S. (2023). Makroekonomik değişkenlerinin katılım fonları üzerindeki etkisi: ARDL sınır testi yaklaşımı. *Fiscaoeconomia*, 7(1), 115-135, <https://doi.org/10.25295/fsecon.1079845>.
- [4] Ata, H. A., Buğan, M. F. ve Çiğdem, Ş. (2016). Kâr payı oranları ile mevduat faiz oranları arasındaki nedensellik ilişkisi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(1), 17-28.
- [5] Avcı, T. ve Aktaş, M. (2015). Katılım bankalarının kâr payı ödemeleri ile mevduat bankalarının faiz ödemelerinin birbirlerine yakın olmasının nedenlerinin araştırılması. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(4), 41-51.
- [6] Bacha, O. I. (2004). Dual banking systems and interest rate risk for Islamic banks. *Munich Personal RePEc Archive*, No: 12763.
- [7] Bai, J. ve Perron, P. (2003). Critical values for multiple structural change tests. *Econometrics Journal*, 6, 72–78.
- [8] Baykuş, O. ve Bektaş, S. (2021). Katılım bankalarının kâr paylaşım oranlarını belirleyen etmenler üzerine ampirik bir inceleme: Türkiye katılım bankaları örneği. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Özel Sayı, 397-422.
- [9] Chong, B. S. ve Liu, M. H. (2009). Islamic banking: Interest-free or interest-based? *Pacific-Basin Finance Journal*, 17, 125–144.
- [10] Çonkar, M. K. ve Gökçöz, H. (2021). Katılım bankaları kâr payı oranlarını etkileyen faktörler: mevduat faiz oranları ve kâr payı oranlarının yakınlığıyla ilgili bir değerlendirme. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 235-251.
- [11] Dickey, D. A. ve Fuller W. A. (1981). Likelihood ratio statistics for autoregressive time series with a unit root. *Econometrica*, 49(4), 1057-1072.
- [12] Erdem, E. (2018). *Para Banka ve Finansal Sistem*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [13] Ergeç, E. H. ve Arslan, B. G. (2013). Impact of interest rates on Islamic and conventional banks: The case of Turkey. *Applied Economics*, 45, 2381-2388.
- [14] Gül, M. E., Torun, T. ve Dumrul C. (2017). Türk katılım bankalarının fon kaynaklarını etkileyen faktörler ve bu bankaların klasik bankalarla ilişkileri üzerine bir uygulama. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 50, 141-166.

- [15] Güler, E. (2016). Türk bankacılık sisteminde mevduat faizi değişimlerinin katılım fonları üzerindeki etkisi ve likidite riski yönetimi. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 8(15), 385-412 <https://doi.org/10.14784/marufad.266072>.
- [16] Gülmez, A. (2015). OECD ülkelerinde ekonomik büyüme ve hava kirliliği ilişkisi: Panel veri analizi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9, 18-30.
- [17] Haron, S. ve Ahmad, N. (2000). The effects of conventional interest rates and rate of profit on funds deposited with Islamic banking system in Malaysia. *International Journal of Islamic Financial Services*, 1(4).
- [18] Kader, R. A. ve Leong, Y. K. (2009). The impact of interest rate changes on Islamic bank financing. *International Review of Business Research Papers*, 5(3), 189-201.
- [19] Maki, D. (2012). Tests for cointegration allowing for an unknown number of breaks. *Economic Modelling*, 29, 2011-2015. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2012.04.022>.
- [20] Mushtaq, S. ve Siddiqui, D. A. (2017). Effect of interest rate on bank deposits: Evidences from Islamic and Non-Islamic economies. *Future Business Journal*, 3(1), 1-8, <https://doi.org/10.1016/j.fbj.2017.01.002>.
- [21] Perron, P. (1989). The great crash, the oil price shock, and the unit root Hypothesis. *Econometrica*, 57(6), 1361-1401. <https://doi.org/10.2307/1913712>.
- [22] Phillips, P.C. ve Perron, P. (1988). Testin for a unit root in time series regression. *Biometrika*, 75(2), 335-346.
- [23] Saraç, M. ve Zeren, F. (2015). The dependency of Islamic bank rates on conventional bank interest rates: Further evidence from Turkey. *Applied Economics*, 47(7), 669-679, <https://doi.org/10.1080/00036846.2014.978076>.
- [24] Stock, J. H. ve Watson, M. W. (1993). A simple estimator of cointegrating vectors in higher order integrated systems. *Econometrica*, 61(4), 783-820, <https://doi.org/10.2307/2951763>.
- [25] Topdağ, D. ve Işık, N. (2019). Katılım bankacılığının gelişimi ve Türkiye’deki katılım bankaları üzerine bir nedensellik analizi. *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3, 65-86.
- [26] Tura, Ü. ve Kaya, F. (2019). Türkiye’de katılım bankaları tarafından katılma hesaplarına uygulanan kâr payı ödemeleri ile geleneksel bankalar tarafından mevduatlara uygulanan faiz oranları arasındaki ilişkinin analizi. *Econder International Academic Journal*, 3(2), 187-202.
- [27] Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (2019). Yıllık rapor.
- [28] Yalpar, A. (2014). *İslami Finans*. İstanbul: Scala Yayıncılık.
- [29] Yusoff, R. ve Wilson, R. (2005). An econometric analysis of conventional and Islamic bank deposits in Malaysia. *Review of Islamic Economics*, 9(1), 31-52.
- [30] Zainol, Z. ve Kassim, S. H. (2010). An analysis of Islamic Banks exposure to rate of return risk. *Journal of Economic Cooperation and Development*, 31(1), 59-84.



MEASURING THE AGRICULTURAL TOTAL FACTOR PRODUCTIVITY OF PROVINCES IN TURKEY USING MALMQUIST INDEX

HABİBE YAMAN^{1*} & ONUR SUNGUR² & MURAT ALİ DULUPÇU³

¹Dr. Öğr. Üyesi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, habibeyaman32@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-9212-3264>. ²Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, onursungur@sdu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-6778-4370>. ³Prof. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, muratdulupcu@sdu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-9269-5978>.

Ethical Statement: This study is derived from the first author's doctoral thesis titled "A Review on the Development of Innovation and Productivity in the Agricultural Sector at the Provincial Level in Turkey".

ABSTRACT

This study aims to reveal the total factor productivity levels in the agricultural sector in 81 provinces of Turkey by using the Malmquist index method over the period 2009-2019. The results extracted from the Malmquist index findings show that index value changed between 1.186 and 0.952, agricultural productivity increased in 75 provinces and decreased in 6 provinces. In addition, our findings confirm technological change affects the change in agricultural productivity levels in all provinces in Turkey, and that technology is a determining factor in agricultural productivity in all provinces. From a policy perspective, the results suggest that authorities in Turkey should develop and implement technologies that will make the sector productive, to encourage and support infrastructure, research and publication studies on technology. In addition, this research claims that the regional incentive system can be revised and, it can build an incentive system based on performance and efficiency in which provinces or businesses operating in this field are classified according to their productivity.

Anahtar Kelimeler: Total Factor Productivity (TFP), Agricultural Sector, Malmquist TFP Index, Turkey

Editör / Editor:

Recep ULUCAK,
Erciyes Üniversitesi, Türkiye

***Sorumlu Yazar/ Corresponding Author:**

Habibe YAMAN,
habibeyaman32@gmail.com

JEL:

D24, O13, O47, Q19

Geliş: 17 Ağustos 2023

Received: August 17, 2023

Kabul: 16 Nisan 2024

Accepted: April 16, 2024

Yayın: 30 Nisan 2024

Published: April 30, 2024

Atıf / Cited as (APA):

Yaman, H. & Sungur, O. & Dulupçu M.A. (2024),
Measuring The Agricultural Total Factor
Productivity of Provinces in Turkey Using
Malmquist Index, Erciyes Üniversitesi İktisadi
ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 67, 191-196,
doi: 10.18070/erciyesiibd.1345345

TÜRKİYE'DE İLLERİN TARIMSAL TOPLAM FAKTÖR VERİMLİLİĞİNİN MALMQUIST ENDEKSİ İLE ÖLÇÜMÜ

ÖZ

Bu çalışma, 2009-2019 dönemi için Türkiye'nin 81 ilinde tarım sektöründeki toplam faktör verimlilik düzeylerini Malmquist indeks yöntemi kullanılarak ortaya koymayı amaçlamaktadır. Malmquist indeks bulgularından elde edilen sonuçlar, endeks değerinin 1.186 ile 0.952 arasında değiştiğini, tarımsal verimliliğin 75 ilde arttığını, 6 ilde azaldığını göstermektedir. Ayrıca bulgularımız, teknolojik değişimin Türkiye'deki tüm illerde tarımsal verimlilik düzeylerindeki değişimi etkilediğini ve teknolojinin tüm illerde tarımsal verimlilikte belirleyici bir faktör olduğunu doğrulamaktadır. Politika açısından, sonuçlar Türkiye'deki yetkililerin sektörü verimli kılacak teknolojiler geliştirme ve uygulaması, teknolojiye ilişkin altyapı, araştırma ve yayın çalışmalarını teşvik etmesi ve desteklemesi gerektiğini göstermektedir. Ek olarak, bu araştırma, bölgesel teşvik sisteminin revize edilebileceğini ve bu alanda faaliyet gösteren illerin veya işletmelerin verimliliklerine göre sınıflandırıldığı, performans ve verimliliğe dayalı bir teşvik sistemi kurulabileceğini iddia etmektedir.

Keywords: Toplam Faktör Verimliliği (TFV), Tarım Sektörü, Malmquist TFV Endeksi, Türkiye

INTRODUCTION

The discovery of the sources of productivity growth and productivity differences among countries and regions is a subject studied by development economics and agricultural economists. Productivity growth in the agricultural sector is necessary if the agricultural sector output is to grow at a fast rate to meet the demands for raw materials and food arising out of steady population growth (Coelli and Rao, 2005). Today, the limitation of production growth against excessive population growth and the reduction of natural resources increases the importance of productivity level measurement. This concept, which is important for all sectors, needs to be addressed for the agricultural sector as well.

Productivity growth is vital to economic well-being or economic growth, as it makes a positive contribution to living standards and quality of life. Productivity growth improves economic efficiency and thus economic efficiency leads to increase in income that can be used for improvements in social conditions and additional consumption (Link and Siegel, 2003). In this context, it is widely accepted that the development of the agricultural sector, which is an important source of economic growth, is an effective tool in reducing poverty. In addition, the more developed agricultural sector is also important in terms of ensuring food security (FAO, 2010), and the increase in food demand in terms of both quantity and quality increases the need for the intensification and industrialization of the agricultural sector (Tzounis et al., 2017). Failure to achieve rapid growth in agricultural productivity may lead to the withdrawal of foreign exchange or shifts to non-agricultural industries (Hayami and Ruttan, 1970), and the development of the sector cannot gain momentum. Therefore, agricultural practices need to be performed in a more efficient way from the point of view of countries.

The conceptual development of agriculture has been affected by various factors, such as land productivity, labour productivity, the environment, and economics. These factors play a significant role in the directing of agricultural development (Allafi, 2014). In addition, capital (in terms of purchase, development, and reclamation of land), irrigation purpose, drainage, feeds, seeds, livestock, agricultural implements, machineries, and crop production chemicals are being given priority as a factor for enhancing agricultural productivity (Dharmasiri, 2012). Crop output per land area is a cited productivity measure for agriculture. Higher efficiency may be an indicator of improved fertilization practices, quality lands allocated to the product, a well-trained workforce and/or more effective use of capital. However, it may also explain by fundamental factors beyond the control of farmers, such as soil conditions and weather (FAO, 2017). Production factors, which can be determined as material inputs such as capital, labour and land, affect the production increase in the agricultural sector. However, residual factors also impact on this process. Agricultural productivity is under the influence of various factors such as transportation, storage, marketing opportunities, prices, firm size, climate, terrain, organization, taxes, subsidies, social structure, education and research potential, mechanization, natural disaster (Çelik, 2000). Various factors influence agricultural productivity, especially physical, socio-economic and technological factors, but today dynamic factors such as technology and socio-economic factors stand out rather than natural factors. However, because people have minimal control over the physical environment, there is no single goal that can set in terms of the highest efficiency for all situations. There are attempts to control some physical factors using technology. Improving soil quality with chemical fertilizers, agriculture with irrigable water, pest control with chemicals and increasing production with high-yielding varieties are some achievements in question (Dharmasiri, 2012).

Generally, agriculture, forestry, and fishing sector have lower value added (in terms of % of GDP) in high-income economies, while it has higher values in low-income countries. For example, according to the data got from the World Bank (2022), this value is less than 0.05% in high-income economies such as Bahrain, Luxembourg, China, Singapore, Qatar, and over 38% in low-income countries such as Sierra Leone, Chad, Liberia, Niger. On the other hand, Turkey's agriculture, forestry, and fishing sector value added is 10.03% in 2000 and 6.68% in 2020, the recent data available. This value is relatively low in Turkey

when compared to other countries in the middle-high income group.

This research aims to explore the total factor productivity levels of the provinces by using a comprehensive data set for 81 provinces in Turkey. There are several reasons for choosing Turkey's agricultural sector in the study. First, although there are many studies focused on productivity of the agricultural sector in Turkey, studies conducted with a comprehensive data set containing 81 provinces are limited. Most of the studies conducted at the provincial or regional level do not cover all provinces, or productivity measurement is made with output variables based on product and production (see Özok, 2006; Tipi and Rehber, 2006; Armagan and Ozden, 2007; Karaman, 2008; Kaya and Aktan, 2011; Guvercin, 2018). Second, agriculture is one of the three priority development areas (along with Defence and Tourism) under the title of "Competitive Production and Productivity" in the annual programs (Presidency of the Republic of Turkey Presidency of Strategy and Budget, 2022), and agricultural productivity growth remains a top priority for Turkey. Although there are various advantages in Turkey's agricultural sector, the level of productivity in the sector is not at the desired level. For example, considering the milk yield values measured as the amount of milk produced per animal in the world, it is seen that countries such as USA (10,189 kg), Denmark (9,895 kg), Estonia (9,144 kg), Finland (8,834 kg), Sweden (8,817 kg), Japan (8,464 kg), England (8,139 kg), Germany (7,990 kg), Luxembourg (7,393 kg), Canada (7,358 kg) come first in this value for 2018. Turkey, on the other hand, is quite behind the mentioned countries in this value (722 kg) (Ritchie et al., 2019). In addition, Iceland (131.730,9), Canada (116.095,4), Norway (109.962,4), USA (91.464,1) and Sweden (84.161,3) are in the top five in terms of agricultural added value per worker (constant, 2015 US dollars) for 2019 and Turkey (12.638,4) is in the 49th place in this value (FAOSTAT, 2022). Consequently, improving productivity in agriculture is important and this study also aims to devoting proposals to increase the productivity of the provinces.

In this context, the main research question of this study is to what extent the productivity levels of the provinces in Turkey have changed in the agricultural sector and to what extent technology has been effective in this change. We have organised the study as follows. We present the method of the study in Section 2, report the main findings in Section 3, discuss the results in Section 4, and conclude the paper in Section 5.

I. METHODOLOGY

A. DATA AND VARIABLES

In this study, we have calculated the agricultural productivity of 81 provinces in Turkey for the years 2009-2019. We have computed the Malmquist total factor productivity (TFP) index with a single output and five input variables. The table below shows the variables we used to measure productivity, their contents, and descriptive statistics.

TABLE 1 | The definition and summary statistics of variables

Variable	Description	n	Mean	Min.	Max.	Std. Dev.
Q*	Agricultural Gross Domestic Product (GDP), (1000 ₺)	891	1.891.145	137.041	1,68E+07	1.860.265
K*	The sum of the number of agricultural equipment and machines (pcs)	891	54.197,59	25	309.862	53.213,71
L**	The number of enterprises by business record (pcs)	891	336,8563	7	2.345	372,0352
N***	Total agricultural area (decare)	891	2.930.435	107.162,80	2,11E+07	2.863.403
T***	The sum of the number of live animals (pcs)	891	4.302.850	45.615	4,51E+07	7.208.250
E***	Electricity consumption for agricultural irrigation (MWh)	891	64.808,13	1	2.072.994	151.439,50

Sources: *TUIK (2021a), **TUIK (2021b), ***TUIK (2021c).

GDP is measured based on the year 2009. Agricultural equipment and machines consist of plough, seed drill, fertilizer spreader, water pump, stationary milking machine, mobile milking machine, combine harvester and tractor. The total agricultural area (cultivated area) refers to total area of land covered with crops, vegetables, fruits, flowers and other permanent crops and fallow land. Land under permanent meadows and pastures are not included. Number of live animals is the

sum of poultry, cow, calf, bull, ox, buffalo, camel, sheep, goat, horse, mule and donkey.

We can say that in studies on the measurement of agricultural productivity, researchers include many variables in their models. However, there is no comprehensive data set for the agricultural sector in Turkey that includes 81 provinces. Therefore, the data we can use at the provincial level for this sector is limited. In the studies dealing with the agricultural sector in the literature, variables such as the population living in rural areas and dealing with agricultural activities (Tipi and Rehber, 2006), the economically active population in agriculture (Coelli and Rao, 2005), the number of farm workers in crop and animal production (Lissitsa and Odening, 2005) are used as labor input. Since there is no agricultural labor force data at the provincial level in Turkey, we have used the variable of the number of enterprises by business record representing this sector as the labor input indicator. Number of enterprises include agriculture, forestry and fisheries.

Lastly, in studies involving agricultural productivity, electric energy or electricity consumption variables are used as an input in the calculation of productivity (see Karaman, 2008; Kaya and Aktan, 2011; Karaman and Özalp, 2017; Özkan, 2018). It is thought that the increase in irrigation opportunities, as well as other processes (fertilization, etc.) that increase productivity in agriculture in Turkey, especially in arid regions. Although agricultural irrigation is performed in different ways, electricity is important for the effective use of water. The variable of electricity consumption used in agricultural irrigation is also used as an input in some studies (see Özkan, 2018; Karaman and Özalp, 2017). Therefore, in this study, we have included the variable of electricity consumption for agricultural irrigation in the model.

B. MEASUREMENT OF AGRICULTURAL PRODUCTIVITY

We can say that the concept of productivity is discussed in different ways in studies related to the agricultural sector. These studies frequently include productivity level, measurement, change, development, productivity sources or determining factors and use various methods. Using various indices in calculating agricultural productivity is common, such as Tornqvist-Thiel index (Rosegrant and Evenson, 1992; Coelli, 1996), Divisia index (Koç et al., 2016), Malmquist index (Umetsu et al., 2003; Coelli and Rao, 2005; Lissitsa and Odening, 2005; Özok, 2006; Tipi and Rehber, 2006; Avcı and Kaya, 2008; Kaya and Aktan, 2011; Bilişik, 2015; Karaman and Özalp, 2017; Mollaveliöglu et al., 2017). However, there are also studies that include econometric model estimations besides index calculations (Coelli, 1996; Ball et al., 2002; Armagan and Ozden, 2007; Liu, 2007; Koç et al., 2016; Lee, 2017). On the other hand, some studies state that the growth accounting method and index calculation methods are among the most widely used methods in productivity calculation (see Lipsey and Carlaw, 2004). In addition, among the studies that include productivity in the literature, there are also studies that make use of survey data (Giang et al., 2019) or that include the evaluation of approaches and indicators related to productivity (Latruffe, 2010).

In this research, we have used the Malmquist TFP index based on data envelopment analysis, which is one of the non-parametric measurement methods, to determine the agricultural productivity level in Turkey. That the Malmquist TFP index uses data on quantities, measures inefficiency, is simpler in terms of implementation, and does not require econometric estimation makes the index superior to traditional TFP indices (Kaya and Aktan, 2011). One advantage of the Malmquist TFP index is that it separates productivity into technical change and productivity components (Arnade, 1998). Due to these advantages, we have preferred the Malmquist TFP index in the research.

The Malmquist index is defined using distance functions. Distance functions describe a multi-input, multi-output production technology without the need to specify a behavioural aim (such as profit maximization or cost minimization). Both output distance functions and input distance functions may be defined (Coelli and Rao, 2005). In this study, we have considered the output-oriented approach in the calculation of the distance function. The formula for this index is as in Equation 1 (Färe et al., 1994):

$$M_0(x^{t+1}, y^{t+1}, x^t, y^t) = \left[\left(\frac{D_0^t(x^{t+1}, y^{t+1})}{D_0^t(x^t, y^t)} \right) \left(\frac{D_0^{t+1}(x^{t+1}, y^{t+1})}{D_0^{t+1}(x^t, y^t)} \right) \right]^{\frac{1}{2}} \quad (1)$$

Where x^t and x^{t+1} represent the inputs in the t and $t+1$ period, respectively. y^t and y^{t+1} represent the outputs in the t and $t+1$ period, respectively. $D_0^t(x^t, y^t)$ defines the distance from t observation to technology in t period, and $D_0^{t+1}(x^{t+1}, y^{t+1})$ defines the distance from $t+1$ observation to $t+1$ period technology. On the other hand, $D_0^t(x^{t+1}, y^{t+1})$ is the distance from $t+1$ observation to technology in t period, and $D_0^{t+1}(x^t, y^t)$ is the distance from t observation to technology in $t+1$ period.

To make the index more understandable, we can divide the Equation 1 into its components (Equation 2) to calculate the change in Technical Change (TECH) and Efficiency Change (EFF). In this process; EFF consists of the multiplication of Scale Change (SCL) and Pure Efficiency Change (PEFF). The multiplication of EFF and TECH also gives the Total Factor Productivity Change (TFP) (Färe et al., 1994; Avcı and Kaya, 2008; Yolsal, 2010):

$$TECH = \left[\left(\frac{D_0^t(x^{t+1}, y^{t+1})}{D_0^{t+1}(x^{t+1}, y^{t+1})} \right) \left(\frac{D_0^t(x^t, y^t)}{D_0^{t+1}(x^t, y^t)} \right) \right]^{\frac{1}{2}} ; EFF = \frac{D_0^{t+1}(x^{t+1}, y^{t+1})}{D_0^t(x^t, y^t)}$$

$$M_0(x^{t+1}, y^{t+1}, x^t, y^t) = TFP = TECH * PEFF * SCL$$

$$M_0(x^{t+1}, y^{t+1}, x^t, y^t) = TFP = TECH * EFF \quad (2)$$

If the Malmquist index value is less than 1, it means that there is a decrease in the productivity of the decision unit while passing from the t period to the $t+1$ period. On the contrary, if it is equal to 1, there is no change in productivity. Lastly, if it is greater than 1, it means that the productivity increases (Yolsal, 2010).

II. RESULTS

We have used the DEAP (2.1) software to calculate the Malmquist TFP index. First, we have presented the index summary according to annual averages in the Table 2.

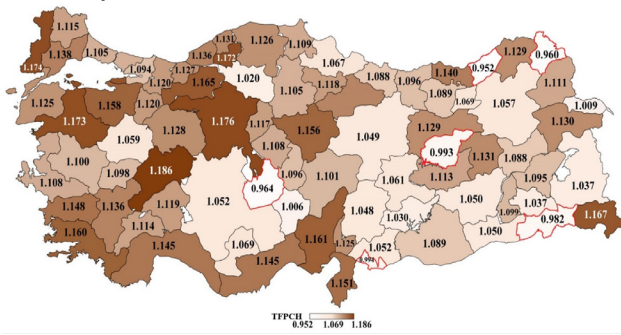
When we look at Malmquist index summary of annual averages, we see that the agricultural productivity in Turkey increased in some years (2010, 2011, 2012, 2014, 2015, 2017, 2018 and 2019) compared to the previous year, while it decreased in 2013 and 2016 compared to the previous year. In this period, the year with the highest productivity increase compared to the previous year is 2019, and there is increase in technological change in all years except 2013.

TABLE 2 | Malmquist Index Summary of Annual Averages

	(1) PEFF	(2) SCL	(3) TECH	(4) EFF (1*2)	TFP (3*4)
2009/2010	0.973	1.071	1.125	1.042	1.171
2010/2011	1.003	0.947	1.138	0.950	1.082
2011/2012	1.057	0.923	1.075	0.977	1.050
2012/2013	0.951	1.060	0.971	1.008	0.979
2013/2014	0.957	0.928	1.178	0.888	1.046
2014/2015	1.033	1.017	1.143	1.051	1.201
2015/2016	0.955	0.973	1.043	0.929	0.970
2016/2017	1.000	1.031	1.127	1.031	1.162
2017/2018	0.982	1.081	1.023	1.061	1.085
2018/2019	1.015	0.990	1.253	1.005	1.259
Mean	0.992	1.001	1.105	0.993	1.097

According to the provincial averages for the period of 2009-2019, the Malmquist TFP index value varies between 0.952 and 1.186 (see Table 3). We have presented the Malmquist TFP index summary according to the provincial averages in Table 3 to more clearly reveal the productivity increase or decrease in the provinces and the sources of productivity changes in the relevant period. In addition, the visual presentation of the findings is as follows.

FIGURE 1 | According to Provincial Averages TFP



According to the results, there is an increase in productivity 75 provinces in the relevant period. Afyonkarahisar (1.186), Ankara (1.176), Edirne (1.174), Balıkesir (1.173), Karabük (1.172), Yalova (1.169), Hakkari (1.167), Bolu (1.165), Adana (1.161) and Muğla (1.160) provinces have the highest increase. Bursa, Yozgat, Hatay, Aydın, Antalya, Mersin, Trabzon, Tekirdağ, Denizli and Zonguldak provinces are also in the top twenty. The provinces where the level of productivity increase is the least are Niğde (1.006), Iğdır (1.009), Çankırı (1.020), Adıyaman (1.030) and Van (1.037) provinces. There is a decrease in productivity in 6 provinces according to the provincial averages for the period 2009-2019. These provinces are Rize (0.952), Ardahan (0.960), Aksaray (0.964), Şırnak (0.982), Tunceli (0.993) and Kilis (0.994). As seen in Figure 1, most of the productive provinces are located in the west of Turkey. Although there are agricultural activities in the east of Turkey, their productivity levels are quite low. In the socio-economic development ranking researches in Turkey (see SEGE, 2017), the provinces from the Marmara, Central Anatolia, Aegean and Mediterranean Regions are included in the first and second development levels, which include the most developed provinces. Therefore, these results also coincide with the socio-economic development results of the provinces in Turkey. In addition, agricultural production and agricultural industry are common economic activities in all of these regions. On the other hand, although Ankara is the capital of Turkey, it comes after Afyonkarahisar in terms of agricultural productivity. Because Afyonkarahisar has a developed transportation infrastructure and is located in an important transition region. The presence of advanced agricultural infrastructure, soil and water analysis laboratories and geothermal resources are effective in the high agricultural productivity in this province. In addition, many aspects such as Edirne's suitable structure for modern (mechanized) agriculture, the possibility of direct transportation to the port cities of Balıkesir and the absence of marketing and logistics problems of Karabük make these provinces advantageous in terms of productivity.

According to the findings in Table 3, it is revealed that there is an increase in technological change in Kilis, Tunceli, Şırnak, Aksaray, Ardahan provinces except Rize, where productivity decreases for the period 2009-2019. Although there is an increase in technological change in these provinces, there is a decrease in productivity due to negative changes in technical efficiency. In Rize, there is no change in technical efficiency. While there is a decrease in scale efficiency in Ardahan and Tunceli, there is no change in pure efficiency, and although scale efficiency increases in Kilis, there is a decrease in pure efficiency. In Şırnak and Aksaray, the decrease in technical efficiency is because of a decrease in both scale efficiency and pure efficiency.

It is noticeable that technical efficiency has increased in the provinces that are at the forefront of productivity change, while technical efficiency has decreased or remained unchanged in the last provinces. The technological change values showing the provincial averages for the 2009-2019 period are between 1.169 and 0.952, and the average of the technological change showing the provincial averages is 1.061. When we look at the results of the studies covering this subject in the literature, we see that the technological change value is determined in close ranges to these values, even though they are not the same values. Although there are studies involving different countries, regions or provinces, studies by Coelli and Rao (2005), Lissitsa and Odening (2005), Avcı and Kaya (2008), Tipi and Rehber (2006), Karaman and Özalp (2017), Kaya and Aktan (2011), Özok (2006) can

TABLE 3 | Malmquist Index Summary of Provinces Averages

Provinces	eff	tech	peff	scl	tfp	Provinces	eff	tech	peff	scl	tfp
Afyonkarahisar	1.06	1.12	1.03	1.03	1.01	Izmir	0.98	1.01	0.96	1.03	1.11
Ankara	1.06	1.11	1.04	1.02	1.01	Kırşehir	1.00	1.11	0.99	1.01	1.11
Edirne	1.05	1.12	1.02	1.03	1.01	Çorum	1.00	1.10	0.97	1.03	1.11
Balıkesir	1.05	1.12	1.01	1.04	1.01	Istanbul	0.99	1.12	1.02	0.97	1.11
Karabük	1.05	1.12	1.05	1.00	1.01	Kayseri	1.00	1.11	0.99	1.01	1.10
Yalova	1.00	1.01	1.00	1.00	1.01	Manisa	0.97	1.01	0.96	1.01	1.10
Hakkari	1.02	1.01	1.00	1.02	1.01	Batman	0.99	1.11	1.01	0.98	1.10
Bolu	1.04	1.12	1.03	1.01	1.01	Uşak	0.96	1.01	0.99	0.97	1.10
Adana	1.03	1.12	1.00	1.03	1.01	Giresun	1.00	1.10	1.01	0.99	1.10
Muğla	1.04	1.12	1.00	1.04	1.01	Nevşehir	1.01	1.09	1.00	1.01	1.10
Bursa	1.04	1.12	1.00	1.04	1.01	Bitlis	0.97	1.01	0.99	0.98	1.10
Yozgat	1.06	1.09	1.00	1.06	1.01	Kocaeli	0.98	1.12	0.97	1.01	1.09
Hatay	1.03	1.12	1.01	1.02	1.01	Gümüşhane	1.00	1.09	1.00	1.00	1.09
Aydın	1.03	1.12	1.00	1.03	1.01	Şanlıurfa	1.00	1.09	1.00	0.99	1.09
Antalya	1.02	1.01	1.00	1.02	1.01	Muş	0.98	1.11	0.99	0.99	1.09
Mersin	1.02	1.12	0.99	1.04	1.01	Ordu	0.99	1.10	1.02	0.98	1.09
Trabzon	1.02	1.11	1.01	1.01	1.01	Bayburt	1.00	1.07	1.00	1.00	1.07
Tekirdağ	1.02	1.12	1.00	1.02	1.01	Karaman	0.97	1.11	0.98	0.99	1.07
Denizli	1.02	1.12	1.00	1.02	1.01	Samsun	0.96	1.11	0.94	1.02	1.07
Zonguldak	1.02	1.12	1.00	1.02	1.01	Malatya	0.97	1.09	1.01	0.97	1.06
Tokat	1.04	1.09	1.04	1.01	1.01	Kütahya	0.97	1.09	0.99	0.98	1.06
Bingöl	0.97	1.01	1.00	0.97	1.01	Erzurum	0.98	1.08	0.98	1.00	1.06
Bartın	1.01	1.12	1.00	1.01	1.01	Gaziantep	0.96	1.09	0.98	0.99	1.05
Ağrı	0.98	1.01	0.98	1.00	1.01	Konya	0.96	1.10	0.95	1.01	1.05
Artvin	1.01	1.12	1.00	1.01	1.01	Diyarbakır	0.96	1.09	1.01	0.96	1.05
Erzincan	1.03	1.09	1.03	1.00	1.01	Mardin	0.96	1.09	0.98	0.98	1.05
Eskişehir	1.01	1.12	1.00	1.02	1.01	Sivas	0.97	1.08	0.99	0.98	1.05
Düzce	1.01	1.12	0.99	1.02	1.01	K.maraş	0.97	1.08	0.97	1.00	1.05
Kastamonu	1.01	1.12	1.00	1.01	1.01	Sirt	0.93	1.11	0.95	0.98	1.04
Çanakkale	1.01	1.12	0.99	1.01	1.01	Van	0.93	1.12	0.97	0.96	1.04
Osmaniye	1.02	1.10	1.02	1.01	1.01	Adıyaman	0.95	1.08	0.97	0.99	1.03
Bilecik	1.01	1.11	1.02	0.99	1.12	Çankırı	0.93	1.09	0.99	0.94	1.02
Sakarya	1.00	1.12	0.97	1.03	1.12	Iğdır	0.92	1.10	0.92	1.00	1.01
Isparta	1.02	1.10	1.01	1.01	1.12	Niğde	0.93	1.08	0.97	0.96	1.01
Amasya	1.01	1.11	1.00	1.01	1.12	Kilis	0.93	1.07	0.90	1.04	0.99
Kırkkale	1.02	1.10	1.02	1.00	1.12	Tunceli	0.90	1.10	1.00	0.90	0.99
Kırklareli	0.99	1.12	0.96	1.04	1.12	Şırnak	0.96	1.02	0.96	1.00	0.98
Burdur	1.00	1.12	0.97	1.03	1.11	Aksaray	0.90	1.07	0.95	0.95	0.96
Elazığ	0.98	1.01	1.02	0.97	1.11	Ardahan	0.94	1.02	1.00	0.94	0.96
Kars	0.99	1.12	1.00	0.99	1.11	Rize	1.00	0.95	1.00	1.00	0.95
Sinop	1.00	1.11	0.99	1.01	1.11						

be given examples. Coelli and Rao (2005) have found the technical/ technological change value in the ranges of 0.947-1.033 (93 developed and developing countries), the same values have been determined by Lissitsa and Odening (2005) as 0.916-1.080 for Ukraine, by Avcı and Kaya (2008) as 0.958-1.039 for transition economies and Turkey, by Tipi and Rehber (2006) as 0.992-1.045 for Turkey's Southern Marmara region. Karaman and Özalp (2017) have calculated this value between 0.946 and 1.107 for 12 NUTS Level-I regions of Turkey, Kaya and Aktan (2011) have calculated between 0.712 and 2.660 for 81 provinces and last, Özok (2006) has calculated between 0.945 and 1.089 for 80 provinces of Turkey.

It is necessary to question the reasons provinces are ahead or behind in productivity change. In this process, it is useful to first consider the situation of the provinces in terms of the variables discussed in this study. To summarize the 2009-2019 average values of the parameters used in the index according to the provinces, Muğla is in the first place with an average agricultural GDP (1000 ₺) value of 8.473.921, and Zonguldak is in the last place with 217.049. In addition, Hatay, Izmir, Nevşehir, Sakarya, Çorum, Rize, Gümüşhane, Kırklareli and Istanbul

provinces are in the top ten in this value, while Bilecik, Kahramanmaraş, Aksaray, Düzce, Afyonkarahisar, Burdur, Çankırı, Elazığ and Balıkesir provinces are in the last ranks. When the number of enterprises include agriculture, forestry and fisheries is examined, according to the average data, Konya (1.774), Istanbul (1.431), Adana (1.365), Ankara (1.221) and Antalya (1.179) are in the top five. After these provinces, İzmir, Balıkesir, Tekirdağ, Mersin and Edirne come in the ranking. Şırnak, Bayburt, Ardahan, Bingöl and Tunceli are the provinces where this value is the lowest. In terms of the total number of agricultural equipment and machines, Konya ranks first with 280.390 units, followed by Manisa, İzmir, Bursa and Balıkesir provinces. Antalya, Ankara, Aydın, Samsun and Edirne provinces are also in the top ten. Starting from the end, the provinces where this value is the least are Rize, Trabzon, Hakkari, Artvin and Bingöl, respectively. In addition, the value of the provinces of Tunceli, Giresun, Siirt, Şırnak and Yalova is also quite low. On the other hand, Konya (19.400.000), Ankara (11.900.000), Şanlıurfa (11.500.000), Sivas (8.286.120) and Yozgat (6.471.338) are in the top five in total agricultural area input, followed by Kayseri, Diyarbakır, Çorum, Eskişehir and Adana provinces. The provinces that are in the last place in terms of this value are Yalova, Artvin, Bingöl, Hakkari, Bartın, Ardahan, Karabük, Rize, Tunceli and Zonguldak starting from the last. Manisa, Balıkesir, Bolu, Sakarya, İzmir Afyonkarahisar, Mersin, Konya, Ankara and Bursa provinces stand out in the total number of animals. Rize has the lowest data, with an average value of 63.389. The provinces of Yalova, Artvin, Bayburt and Gümüşhane follow this province. The said value is also quite low in the provinces of Giresun, Trabzon, Sinop, Tunceli and Kilis. Finally, when we look at the electricity consumption of the provinces according to the places of use, Şanlıurfa (726.294), Konya (711.124), İzmir (337.298), Manisa (249.731) and Mardin (241.782) ranks first in electricity consumption for agricultural irrigation, according to the averages of 2009-2019. The provinces ranked last in this value are Rize, Ardahan, Hakkari, Artvin and Bayburt provinces starting from the end.

III. DISCUSSION

The results got from this study are consistent with other studies that rank the provinces or regions in Turkey (see Özok, 2006; Tipi and Rehber, 2006; Kaya and Aktan, 2011; Karaman and Özalp, 2017). In addition, the findings of this study are also consistent with SEGE (2017), one of the socio-economic development ranking studies in Turkey. However, to reveal the reasons for provinces to be ahead or behind in productivity change and to evaluate the results more accurately, it is necessary to consider the prominent characteristics of the provinces. When geography, transportation, infrastructure, trade, industrial and economic structure, product and production factors are evaluated as a whole, of course, each province has its own structure and several prominent features. For example, when the provinces in the last place in productivity change are examined, these provinces' natural resources, flora, etc. appear to have rich potential (see Eastern Anatolia Development Agency, 2019). However, Tunceli, Şırnak, Aksaray and Ardahan, which are in the last place in productivity change, have a continental / harsh continental climate and Rize is the rainiest province of Turkey. When these situations are considered, it is noticeable that these provinces, which are in the last place in productivity change, are more disadvantaged in terms of climatic characteristics, especially in terms of production diversity, compared to the provinces that are in the first place in productivity change. In addition, that Rize, which is in the last place in the index, is a province that receives precipitation and is rich in river resources, also affects agricultural irrigation in this province. This province is the province with the lowest electricity consumption input values in agricultural irrigation. Based on these results, we can state that natural conditions are an effective and determining factor in agricultural productivity change in Turkey. In addition, when we look at the provinces that come in the top five in productivity, there are research institutes within General Directorate of Agricultural Research and Policies in Ankara, Edirne and Balıkesir, and there are private sector agricultural research organizations in Afyonkarahisar, Ankara, Edirne and Balıkesir. There are also state universities with veterinary programs in Afyonkarahisar, Ankara and Balıkesir. In the provinces in the last five, there are no research institutes under the General

Directorate of Agricultural Research and Policies and only Aksaray has a state university with a veterinary program. These issues also reveal why these provinces are in the front / back.

CONCLUSIONS

In this study, we have investigated the level of agricultural productivity in Turkey over the period 2009-2019 with the Malmquist TFP index. Our findings show that technological change in the agricultural sector in Turkey is an effective factor in the change of productivity levels of provinces. According to the provincial averages for the period of 2009-2019, in the Malmquist index findings, we have determined that the TFP index value changed between 1.186 and 0.952, productivity increased in 75 provinces and decreased in 6 provinces. Our results show that Afyonkarahisar, Ankara, Edirne, Balıkesir, Karabük, Yalova, Hakkari, Bolu, Adana and Muğla provinces come first in productivity increase, and Niğde, Iğdır, Çankırı, Adıyaman and Siirt are the provinces with the lowest productivity increase. In addition, according to the results, the provinces of Rize, Ardahan, Aksaray, Şırnak, Tunceli and Kilis are in the last place in the index and there is a decrease in productivity in these provinces. The reason for the change in the TFP index ranking of the provinces is quite different. Here various factors such as geography, transportation, infrastructure, trade, investment, products and production have an impact.

According to the index values containing the provincial averages in the relevant period, we have found that there is an increase in technological change in all provinces except Rize, and a decrease in technological change in Rize. In terms of the increase in technological change, the provinces of Bingöl, Yalova, Ağrı, Uşak, Hakkari, Elazığ, Bitlis, Manisa, İzmir and Antalya are in the first place. Based on these results, we can say that technological change affects the change in productivity levels in all provinces in Turkey, and that technology is a determining factor in productivity in all provinces.

We can derive several policy implications and recommendations from our results. As it is known, the importance and impact of technology and applications used by countries to increase productivity in the agricultural sector vary according to countries. In Turkey, it is important to develop and implement technologies that will make the sector productive, to follow up new products, production and developments, to develop policies considering the problems of the sector, to encourage and support infrastructure, research and publication studies on technology. On the other hand, we can state that Turkey has not fully reached the targeted levels to eliminate regional development differences (Şahin and Kaplan, 2021). As emphasised by Takım and Ersungur (2018), the incentives implemented in Turkey do not sufficiently reduce regional imbalance. Institutions' lack of coordination prevents accurate measurement of monitoring, evaluation, and performance results, and also hampers the complete demonstration of the effectiveness of incentives. Therefore, steps need to be taken to increase the effectiveness of the regional incentive system. In this process, the regional incentive system can be revised and, based on the findings of this research, it can build an incentive system based on performance and efficiency in which provinces or businesses operating in this field are classified according to their productivity. Initiatives in this direction can be made not only for Turkey but also for other developing economies. The implementation of these policies will improve the agricultural sector and make it more efficient.

Finally, we can offer some suggestions for variables and researchers. There is no comprehensive data set at the regional level in the agricultural sector. It can take new steps under the leadership of the competent authority to develop this field. In addition, this study covers 81 provinces of Turkey and the factors affecting productivity were not analysed in the research. In new studies to be done, analysis can be made with different data sets and the factors affecting productivity can be investigated.

REFERENCES

- [1] Allafi, K. A. M. (2014). The Impact of Changing Agricultural Policies on Libyan Agricultural Performance. Sheffield Hallam University, Doctoral Dissertation, Sheffield.

- [2] Armagan, G. and Ozden, A. (2007). Determinations of Total Factor Productivity with Cobb-Douglas Production Function in Agriculture: The Case of Aydın-Turkey. *Journal of Applied Sciences*, 7: 499-502.
- [3] Arnade, C. (1998). Using a Programming Approach to Measure International Agricultural Efficiency and Productivity. *Journal of Agricultural Economics*, 49: 67-84.
- [4] Avcı, M. A. and Kaya, A. A. (2008). Geçiş Ekonomileri ve Türk Tarım Sektöründe Etkinlik ve Toplam Faktör Verimliliği Analizi (1992-2004) (The Analysis of Efficiency and Total Factor Productivity in Agriculture Sectors of Turkey and Transition Economies (1992-2004)). *Ege Academic Review*, 8: 843-860.
- [5] Ball, V. E., Butault, J-P. and Nehring, R. F. (2002). *US Agriculture, 1960-96: A Multilateral Comparison of Total Factor Productivity*, In Agricultural Productivity, 11-35, Springer, Boston, MA.
- [6] Bilişik, M. T. (2015). Gelişmekte Olan ve Hızlı Büyüyen Ülkelerin Tarım Sektörünün Malmquist Toplam Faktör Verimliliği ile Analizi (Analyzing Agriculture Sector of Developing and Growth-Leading Countries Using Malmquist Total Factor Productivity). *Trakya University Journal of Social Science*, 17, 77-97.
- [7] Çelik, N. (2000). Tarımda Girdi Kullanımı ve Verimliliğe Etkileri (Input Use in Agriculture and Its Effects on Productivity). Economic Sectors and Coordination General Directorate, Department of Agriculture, Specialization Thesis, Ankara.
- [8] Coelli, T. J. (1996). Measurement of Total Factor Productivity Growth and Biases in Technological Change in Western Australian Agriculture. *Journal of Applied Econometrics*, 11: 77-91.
- [9] Coelli, T. J. and Rao, D. S. P. (2005). Total Factor Productivity Growth in Agriculture: A Malmquist Index Analysis of 93 Countries, 1980-2000. *Agricultural Economics*, 32: 115-134.
- [10] Dharmasiri, L. M. (2012). Measuring Agricultural Productivity Using the Average Productivity Index (API). *Sri Lanka Journal of Advanced Social Studies*, 1: 25-44.
- [11] Eastern Anatolia Development Agency (2019). Şehir Şehir Türkiye (City by City Turkey). Ankara: Ozyurt Printing.
- [12] FAO (2010). Agricultural Investment Funds for Developing Countries. http://www.eastagri.org/docs/group/264/investment_funds.pdf (A.D. 16.04.2021).
- [13] FAO (2017). Productivity and Efficiency Measurement in Agriculture: Literature Review and Gaps Analysis, (Publication Prepared in the Framework of the Global Strategy to Improve Agricultural and Rural Statistics). Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- [14] FAOSTAT (2022). <https://www.fao.org/faostat/en/#data> (A.D. 27.02.2022).
- [15] Färe, R., Grosskopf, S., Norris, M. and Zhang, Z. (1994). Productivity Growth, Technical Progress, and Efficiency Change in Industrialized Countries. *The American Economic Review*, 84: 66- 83.
- [16] Giang, M. H., Xuan T. D., Trung, B. H. and Que, M. T. (2019). Total Factor Productivity of Agricultural Firms in Vietnam and its Relevant Determinants. *Economies*, 7: 4.
- [17] Guvercin, D. (2018). Scale and Elasticity Properties of Turkish Agricultural Production: Political Economy Approach. *Sosyoekonomi*, 26: 103-116.
- [18] Hayami, Y. and Ruttan, V. W. (1970). Agricultural Productivity Differences among Countries. *The American Economic Review*, 60: 895- 911.
- [19] Karaman, S. (2008). Türkiye Ekonomisinin Gelişmesinde Tarımın Rolü: Eşbütünleşme Analizi (Role of Agriculture in Economic Development of Turkey: Cointegration Analysis). Doctoral dissertation, Bursa Uludağ University, Bursa.
- [20] Karaman, S. and Özalp, A. (2017). Türkiye Tarım Sektörü Bölgesel Toplam Faktör Verimliliğinin Malmquist Endeksi ile Belirlenmesi (Regional Agriculture Sector in Turkey: Total Factor Productivity Determination by Malmquist Index). *Journal of Agricultural Faculty of Gaziosmanpaşa University (JAFAG)*, 34: 209-217.
- [21] Kaya, P. and Aktan, H. E. (2011). Türk Tarım Sektörü Verimliliğinin Parametrik Olmayan Bir Yöntemle Analizi (A Non-Parametric Analysis of Turkish Agricultural Productivity). *Journal of Alanya Faculty of Business*, 3.
- [22] Koç, A. A., Bayaner, A., Uysal, P. and Subaşı, S. (2016). Türkiye Tarım Sektöründe Faktör Talebi ve Toplam Faktör Verimliliği (Factor Demand and Total Factor Productivity in Turkish Agriculture). In XII. National Agricultural Economics Congress, p. 859-868, Isparta, 25-27 May 2016.
- [23] Latruffe, L. (2010). *Competitiveness, Productivity and Efficiency in The Agricultural and Agri-Food Sectors*. OECD Food, Agriculture and Fisheries Papers, No. 30, Paris: OECD Publishing.
- [24] Lee, D. (2017). Economics of Technological Change and Induced Innovation. Washington State University, Doctoral Dissertation, Washington.
- [25] Link, A. N. and Siegel, D. S. (2003). *Technological Change and Economic Performance*. In Cantwell, J., Mowery, D. (Eds.), Studies in Global Competition, London and New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- [26] Lipsey, R. G. and Carlaw, K. I. (2004). Total Factor Productivity and The Measurement of Technological Change. *The Canadian Journal of Economics/Revue Canadienne d'Economie*, 37: 1118-1150.
- [27] Lissitsa A. and Odening M. (2005). Efficiency and Total Factor Productivity in Ukrainian Agriculture in Transition. *Agricultural Economics* 32: 311-325.
- [28] Liu, Y. (2007). Risk, Induced Innovation, and Productivity Convergence in US Agriculture. Washington State University, PhD Thesis, Washington.
- [29] Mollavelioğlu, M. S., Kanberoğlu, Z. and Oğuz, A. (2017). Afro-Avrasya Ülkelerinde Tarımsal Toplam Faktör Verimliliği ve Ekonomik Büyüme (Agricultural Aggregate Factor Productivity and Economic Growth in The Afro-Eurasian Countries). *Van Yüzyüncü Yıl University Journal of Social Sciences Institute*, 1.
- [30] Özkan, M. (2018). Tarım İşletmelerinde Sürdürülebilirliğin Ölçülmesi: Aydın İli Örneği (Measurement of Sustainable Agriculture: The Case of Aydın Province). Aydın Adnan Menderes University, Master's Thesis, Aydın.
- [31] Özok, U. (2006). Veri Zarflama Analizi ve Malmquist Toplam Faktör Verimliliği Endeksi ile Türkiye'deki İllerin Tarım Etkinliklerinin İncelenmesi (Using of Data Envelopment Analysis and Malmquist Total Factor Productivity Index in Investigating the Efficiency of Agriculture in Provinces of Turkey). Gazi University, Master's Thesis, Ankara.
- [32] Presidency of the Republic of Turkey Presidency of Strategy and Budget (2022). Presidential Annual Program for 2022, Ankara.
- [33] Ritchie H., Rosado, P. and Roser M. (2019). Meat and Dairy Production, 2017. <https://ourworldindata.org/meat-production> (A.D. 06.07.2022).
- [34] Rosegrant, M. W. and Evenson, R. E. (1992). Agricultural Productivity and Sources of Growth in South Asia. *American Journal of Agricultural Economics*, 74: 757-761.
- [35] Şahin, M. Y. and Kaplan, H. (2021). Dönüşüm Sürecinde Yatırım Teşviklerinin Dünü ve Bugünü (The Past and Present of Investment Incentives in the Transformation Process). Ankara: The Union of Chambers and Commodity Exchanges of Türkiye (TOBB) publications.
- [36] SEGE (2017). *Socio-Economic Development Index 2017*. Republic of Turkey Ministry of Industry and Technology, Publication of the General Directorate of Development Agencies, No. 3, Ankara.
- [37] Takım, A. and Ersungur Ş. M. (2018). Türkiye'de Teşvik Sisteminin Yapısı, Sorunları ve Etkinliği Üzerine Bir Politika Önerisi: Tek Bir Uygulamacı Kuruluş Sorunları Çözer Mi? (A Policy Proposal on the Problems, Effectiveness and Structure of Incentive System in Turkey: Can Single Institution Solve Problems?). *Atatürk University Journal of Economics and Administrative Sciences*, 32: 725-744.
- [38] Tipi, T. and Rehber, E. (2006). Measuring Technical Efficiency and Total Factor Productivity in Agriculture: The Case of the South Marmara Region of Turkey. *New Zealand Journal of Agricultural Research*, 49: 137-145.
- [39] TUIK (2021a). Regional Statistics. <https://biruni.tuik.gov.tr/bolgeselistatistik/sorgu-Sayfa.do?target=degisken#> (A.D. 09.10.2021).
- [40] TUIK (2021b). <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=144&locale=tr> (A.D. 09.01.2021).
- [41] TUIK (2021c). <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Tarim-111> (A.D. 15.10.2021).
- [42] Tzounis, A., Katsoulas, N., Bartzanas, T. and Kittas, C. (2017). Internet of Things in Agriculture, Recent Advances and Future Challenges. *Biosystems Engineering*, 164: 31-48.
- [43] Umetsu, C., Lekprichakul, T. and Chakravorty, U. (2003). Efficiency and Technical Change in the Philippine Rice Sector: A Malmquist Total Factor Productivity Analysis. *American Journal of Agricultural Economics*, 85 (4): 943-963.
- [44] WORLD BANK (2022). <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators#> (A.D. 24.03.2022).
- [45] Yolsal, H. (2010). Küresel Finansal Krizin Türk Bankacılık Sektörünün Verimliliği Üzerine Etkileri (The Effects of Global Financial Crisis on The Productivity of Turkish Banking Sector). *World of Accounting Science* 12.