



İmtiyaz Sahibi / Publisher
AKADEMİK ÇALIŞMALAR DERNEĞİ

Baş Editör / Journal Editor

Doç. Dr. Derya YAYMAN
Akdeniz University

Editör Yardımcısı/ Assistant Editor

Prof. Dr. Emine Kızıldağ UZUNALI
Siirt University

Yabancı Dil Editörü / Foreign Language Editors

Avukat Nurgül YAYMAN
Antalya Barosu

Frequency and Language : April and October months, English & Turkish
Yayın Şekli ve Dili : Nisan ve Ekim ayları, İngilizce & Türkçe
Abstracting-Ranking-Indexing : EBSCO, Euro Pub, Google scholar, ASCI-Database,
idealonline

Bu dergi “Akademik Çalışmalar Grubu” çatısı altında yayınlanmaktadır.



www.journals.academicianstudies.com/sjffls





Yayın veya Danışma Kurulu

Derya YAYMAN, dyayman@akdeniz.edu.tr, Akdeniz Üniversitesi

Emine Kızıltaş UZUNALI, emine.uzunali@siirt.edu.tr, Siirt Üniversitesi

İpek TÜRKER, ipet@istanbul.edu.tr, İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İşletme ve Siyasal Bilimler Pr.

Murat AKKAYA, muratakkaya@arel.edu.tr, İstanbul Arel Üniversitesi

Nüket Evrim KARATURP, nuketevrim.aydiner@deu.edu.tr, Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü

Scientific Journal of Finance and Financial Law Studies Dergisi, Bilimsel Hakemli Dergidir. Bu esere ilişkin olarak Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'ndan doğan haklar saklıdır. Burada yer alan makalelerde ileri sürülen görüşler yazarlarına aittir. Yayın Kurulu, makalelerde ileri sürülen görüşlerden dolayı herhangi bir sorumluluk üstlenmemektedir.

Bilimsel Hakem / Scientific Referee

Prof. Dr. Asuman ALTAY
Dokuz Eylül University

Prof. Dr. Yüksel BAYRAKTAR
İstanbul University

Prof. Dr. Kamil TÜĞEN
Dokuz Eylül University

Prof. Dr. Emine UZUNALI
Siirt University

Prof. Dr. Ali Rıza GÖKBUNAR
Celal Bayar University

Prof. Dr. Zeynep ARIKAN
Dokuz Eylül University

Prof. Dr. Serpil AĞCAKAYA
Isparta University

Prof. Dr. Ramazan GÖKBUNAR
Celal Bayar University

Prof. Dr. Ufuk KARADAVUT
Karabük University

Doç. Dr. Derya YAYMAN
Akdeniz University

Doç. Dr. Mustafa ASLAN
İstanbul Gelişim Üniversitesi

Doç. Dr. Murat AKKAYA
İstanbul Arel University

Doç. Dr. Osman YILMAZ
Batman University

Doç. Dr. Ensar AĞIRMAN Atatürk University

Doç. Dr. İpek TÜRKER İstanbul University

Dr. Nüket Evrim KARATURP Dokuz Eylül University

Dr. Beyhan YASLIDAG İstanbul University

Dr. Güneş TOPÇU

Çanakkale 18 Mart University

Dr. İsmail CAN Kırıkkale University

Dr. Osman Nuri ŞAHİN İzmir Ekonomi University

Dr. Özgür Çark
Abant İzzet Baysal University

Dr. Logaiswari INDIRAN Malaysia Teknologi University

Dr. Pg Mohd Auza'e Pg ARSHAD Malaysia Kelantan University

Dr. Arjeta HALLUNOV
Aleksandër Moisiu University Albanian



Assist. Prof., Manish Nandkishor GUPTA
India Government Engineering College

Assist. Prof. Nandkishor Tulshiram
PIMPALKAR

India Waymade College of Education

Dr. Esther Ranmilowo ADERINTO
Lead City University Nigeria

Dr. Anjali DAVE

Novant Health Presbyterian Medical Center
USA

Dr. Mariam SETAPA
Malaysia Teknologi University

Dr. Chiragbhai Mahendrabhai DARJİ
India Waymade College of Education

Dr. Javaria NASIR

Pakistan University of Agriculture,
Faisalabad

Dr. Vivekanand JHA

Indira Gandhi National Open University

Dr. Kalthum ISHAK
Universiti Teknologi Malaysia

Referees of This Issue / Bu Sayının Hakemleri

Yılmaz Ulvi UZUN

Tunay ASLAN

Güler Ferhan Ünal UYAR

Memduh ASLAN

Ahmet AK

Serpil AĞCAKAYA

Osman YILMAZ

Pınar ÇÖMEZ

Emine Kızıldağ UZUNALI

Nuray TERZİ

Coşkun AKDENİZ

Bitlis Eren Üniversitesi, İ.İ.B.F. İktisat Bölümü

Siirt Üniversitesi, İ.İ.B.F. Maliye Bölümü

Akdeniz Üniversitesi, İ.İ.B.F. İşletme Bölümü

Kocaeli Üniversitesi, Hukuk Fakültesi Kamu Hukuku

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İ.İ.B.F. Maliye Bölümü

Isparta Süleyman Demirel Üniversitesi, İ.İ.B.F. Maliye Bölümü

Batman Üniversitesi, İ.İ.B.F. İşletme Bölümü

Düzce Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Endüstri Mühendisliği

Siirt Üniversitesi, İ.İ.B.F. Maliye Bölümü

Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F. İktisat Bölümü

Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, İ.İ.B.F. İktisat Bölümü



Content

Author(s)	Title	pp.
RESEARH ARTİCLES		
Musa Çakır	Tüketicilerin Satın Alma Davranışları ile Reklam ve Tutundurma Harcamaları Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma	66-77
Aydın Şenol Gizem KABAN	Covid-19 Salgını, Rusya Ukrayna Savaşı ve İsrail Filistin Sorununun Sağlık Sektörüne Finansal Etkilerinin Analizi: BİST Şirketleri Örneği	78-93
İlhami Söyler	Kooperatiflere Yönelik Mali Teşvikler	94-102
Seda Doğan	İşletmeler Perspektifinden Çevresel, Sosyal ve Yönetişim (ÇSY) Uygulamalarının Önemi	103-113
Nurcihan Akşehirli	Finansal Kriz Dönemlerinde Maliye Politikaları: Türkiye'de Covid-19 Pandemisi Örneği (2017-2021)	114-128
Fikriye Ceren Bostancı Kerem Çolak Selçuk Koç	Causality Relationship Between Youth Unemployment and Neet Rates By Gender: A Comparison of Baltic and Mediterranean Countries	129- 147

Tüketicilerin Satın Alma Davranışları ile Reklam ve Tutundurma Harcamaları Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma

*Musa ÇAKIR (ORCID: 0000-0002-1459-3666), Dr. Öğrt. Üyesi,
Siirt Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İşletme Bölümü, Siirt, Türkiye; musacakir@siirt.edu.tr*

A Research to Determine The Relationship Between The Purchase Behaviors of Consumers and The Advertising and Promotion Expenditures

Abstract

With the rapid development of technology and the increase in production diversity, it is not enough for businesses to find new products or ideas in order to turn the tough market conditions and the competition at the highest level in their favor. In order for businesses to have a say in the sector and to gain a strategic advantage over their competitors, consumers must be at the center of all their activity plans. Because the consumer is the driving force of the business to survive and survive. In consumer behavior, which is an interdisciplinary research area, what is effective in purchasing decisions and which factors trigger these impulses have been analyzed and the role and importance of many variables related to this has been mentioned. The most important of these factors are advertising and promotional activities. In line with all these, the main purpose of this study is to determine the relationship between consumers' purchasing behavior and advertising and promotional expenditures. Therefore, a quantitative research method was adopted in this research and a survey was used as a data collection technique.

Keywords: Consumer, Advert, Promotion, Buying Behavior, Marketing.

Jel codes: M10, M31, M39.

Özet

Teknolojinin hızla gelişmesi ve üretim çeşitliliğinin artmasıyla birlikte işletmelerin zorlu piyasa koşullarını ve en üst seviyeye çıkan rekabeti kendi lehlerine çevirebilmeleri için sadece yeni ürün veya fikirler bulmaları yeterli değildir. İşletmelerin özellikle sektörde söz sahibi olabilmeleri ve rakiplerine karşı stratejik üstünlük sağlayabilmeleri için tüm faaliyet planlarının merkezinde tüketici olmak zorundadır. Çünkü tüketici işletmenin ayakta ve hayatta kalabilmesinin itici gücü konumundadır. Disiplinler arası bir araştırma alanı olan tüketici davranışlarında satın alma kararlarında neyin etkili olduğu ve hangi etkenlerin bu dürtüleri tetiklediği analiz edilmiş ve bununla ilgili birçok değişkenin rolü ve öneminden söz edilmiştir. Söz konusu bu etkenlerin başında ise reklam ve tutundurma faaliyetleri gelmektedir. Tüm bunlar doğrultusunda bu çalışmanın temel amacı, tüketicilerin satın alma davranışları ile reklam ve tutundurma harcamaları arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Dolayısıyla da bu çalışmada nicel bir araştırma yöntemi benimsenmiş olup veri toplama tekniği olarak da anket çalışması uygulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tüketici, Reklam, Tutundurma, Satın Alma Davranışı, Pazarlama.

JEL Kodu : M10, M31, M39.

Giriş

Son yıllarda teknolojinin gelişmesiyle hız kazanan seri üretim çıktıları çağdaş pazarlama anlayışı içerisinde daha geniş pazarlara ve kitlelere yayılma ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Özellikle piyasadaki ürünlerin üretim modelleri ve kalitesinin birbiriyle yakın olması tüketici tercihinde etkin olmayı ve farkındalık oluşturmayı zorunlu kılmaktadır. Tüketime arz edilen ürünün rakip ürünler arasında ilgi çekmesini ve satın alma tercihinde öncelik oluşturmasını arzulayan pazarlama çevresinin tüketicilerle etkili iletişim kurması gerekmektedir. Ekonomik yaşamda piyasa ve rekabet koşulları göz önüne alındığında pazarlamanın en temel işlevi hedef kitlesi ile kuracağı satış ve ilişki yönlü iletişim çabasıdır. Bir işletme için hiç kuşkusuz reklam ve tutundurma faaliyetleri günümüzde vazgeçilmez pazarlama iletişim aracı olarak yaşamsal öneme sahiptir.

Reklam, tüketicilerin satın alma reflekslerini ve tercihlerini etkileyen en önemli pazarlama aracıdır. Reklama dair yapılan her türlü çaba ve harcamalar işletmeler için geleceğe yönelik en önemli yatırımdır ve bu yatırımın girdisi ise satış ve kârlılığın hedeflenen düzeyde artmasıdır. İşletmeler için bu denli önem arz eden reklam medya olanaklarını kullanarak var olan mal, hizmet veya işletmenin tüm bileşenlere tanıtımının yapılması olarak tanımlanmaktadır. Bunun için de hedef kitlenin satın alımı yönünde teşvik ve ikna edilmesi birincil amaçtır. Bu amaç doğrultusunda söz konusu ürün veya hizmetin kullanım ve tüketim içeriğiyle ilgili yazılı, görsel ve işitsel kanallar aracılığıyla belirli bir parasal değer karşılığında yapılmasıdır (Kaya, 2018: 100).

Piyasada süre gelen yüksek düzeyli ve yoğun rekabet işletmelerin pazarlama yeteneklerini ortaya koyabilmeleri ve rakiplerinden daha avantajlı bir pozisyon oluşturabilmeleri bakımından etkin bir reklam ve tutundurma stratejisi geliştirmelerini gerektirmektedir. Ayrıca bu yönlü bir faaliyet politikasının işletmenin satış performansına da olumlu etkisinin olacağı düşünülmektedir. Katlanılan bu harcamaların gelecek dönemler için işletmeye olan mali getirisinin yanı sıra yatırımcıların ilgisini çekmesi bakımından da oldukça önemlidir (Graham, Frankenberger, 2000: 154). Öte yandan işletmelerin reklam ve tutundurma çabaları ürün ve hizmetlerinin hedef kitleye tanıtılması bakımından vazgeçilmez bir pazarlama bileşeni görevini yerine getirirken aynı zamanda tüketici satın alma davranışında da pozitif yönlü bir etki yapmaktadır.

Tüketicilerin satın alma reflekslerini etkileyen birçok bileşenin olduğu bilimsel çalışmalarla ortaya konmuştur. Reklam ve tutundurma harcamaları bu etkenlerin başında gelmektedir. Pazarlama profesyonelleri tüketici yönelimli yapılan çalışmalardan elde ettikleri veriler doğrultusunda reklam harcamalarının işletmeye marka bilinirliği, tüketici tercihlerinde bilinçli satın alma kültürünün oluşturulması ve müşteri sadakati gibi somut geri dönüşler ve kazanımlarla ekstra gelir elde edildiğini ortaya koymuşlardır (Hirschey, 1982: 79). Bu nedenle reklam ve tanıtım harcamalarıyla tüketicilerin satın alma tutumları arasında sistemli ve anlamlı bir ilişki olduğu düşünülmektedir (Qureshi, 2007: 12).

İşletmelerin tutundurma ve reklam yatırımlarının tüketici satın alma davranışını etkileyen faktörlerin bazıları kısaca şöyle özetlenebilir (Argenti, 2006: 357).

- Reklam ve tanıtım harcamaları işletme tepe yönetiminin ve paydaşların yanı sıra tüketicilerinde ürün ve hizmet performansı ile ilgili yüksek beklentilerini karşılayabilmeyi kolaylaştırır.
- Yapılan reklam harcamaları ile tüketici satın alma davranışı arasında pozitif anlamlı ilişkinin ortaya çıkması tanıtıma ayrılan bütçenin gerekliliğini ortaya koyar.
- Trendlerin hızla değiştiği günümüzde etkili bir reklam ve tanıtım stratejisi geliştirmek markaların ve hizmetlerin varlıklarını devam ettirebilmeleri bakımından oldukça verimli bir performans sonuçları elde edebilmelerini sağlar.

İşletmelerin hayatta kalabilmeleri ve ticari faaliyetlerini yürütebilmelerinin en temel faktörü reklam ve tutundurma çabalarıdır. Pazarlama karmasının iletişim halkasını oluşturan reklam ve tutundurma, bu yönüyle de işletmelerin gelişmesini sağlayan en önemli stratejik pazarlama aracı olarak değerlendirilmektedir (Mucuk, 2001: 168–169).

Bu önem doğrultusunda verimli ve etkili bir tutundurma stratejisi ancak tüketici ile işletme arasında karşılıklı olarak doğru zamanda ve doğru bir iletişim akışıyla gerçekleşebilir. Bu kapsamda işletmenin stratejisi doğrultusunda belirlediği hedef kitle için en uygun mesaj içeriği hazırlaması ve hazırlanan mesaj ve içeriği uygun iletişim kanalı seçerek akılcı bir tanıtım konsepti tasarlayarak uygulamalıdır. Bunun için de müşterilere yönelik ürün ve hizmet sunumundan maksimum faydayı sağlamak üzere bilinçli ve eşgüdüm içerisinde bir reklam/tutundurma karması oluşturulması gerekmektedir. Böylece tüketici satın alma davranışları olumlu yönde konsolide edilerek mevcut müşterilerin daha fazla ürün ve hizmet satın almaları sağlanabilir veya rakip firma ürünlerine yönelimin önüne geçilebilir.

1. Literatür Taraması

Teknolojinin geldiği seviye göz önüne alındığında işletmelerin rekabet koşullarına uyum sağlayabilmeleri ve başarı elde edebilmeleri için tüketici zihninde olumlu bir imaj oluşturmaları gerekmektedir. Bunu başarmenin en temel prensibi müşteri talebine uygun yeni nesil ürün geliştirebilme ve farkındalık oluşturabilmektir. Bunun içinde de pazarlama stratejilerinin en önemli aşamalarından olan tutundurma ve reklam uygulamalarına yeterli kaynak ayırarak olumlu mesaj ve bildirimlerle tüketici zihninde tercih seçeneğini aktive edebilmektir (Çifçi vd., 2010: 96). Dolayısıyla işletmelerin satış etkinliklerinin gelişimi ve kârlılığın tatminkâr seviyeye çıkartılması için en önemli yöntem reklam ve tutundurma faaliyetleridir.

Buna yönelik olarak işletmelerin küresel rekabetçi pazarlardan pay alabilme girişimlerinde başarılı sonuçlar elde edebilmeleri için müşterileri ve hedef kitlesi ile doğru, hızlı ve etkin iletişim sağlaması kaçınılmazdır. Bunun içinde tüketiciyi aldatici içeriklerden uzak doğru bilgi akışı sağlaması ve satın almayı teşvik edici reklam içerikleri ile ikna çabasına yoğunlaşması gerekmektedir. Böylece pazara sundukları yeni ürünlerin pazara girişini kolaylaştırarak satış artışı ve tüketiciye sunulan hizmet kalitesinin yükseltilmesi ile kalıcı bir tutundurma yöntemi uygulanabilir (Karaosmanoğlu, Durmuş, 2006: 61). Reklam kanalıyla geliştirilecek olan iletişim yöntemi işletmelere mevcut ve potansiyel müşteri kazandırarak satış değeri ve devamlılık katacaktır.

Yapılan literatür çalışmalarının büyük bir kısmının pazarlama faaliyetleri içerisinde değerlendirilen reklam ve tutundurma harcamalarının işletmenin satış performansına olumlu katkı yaptığı ve tüketici satın alma davranışlarını etkilediğine dair bulgular yer almaktadır. Finansal açıdan değerlendirildiğinde de reklam maliyetlerinin geleceğe yönelik müşteri hacminin genişlemesi ile satış ve kârlılığa etki etmesi yatırımın performans ölçütü olarak değerlendirilmektedir. Buna bağlı olarak da nakit akışının yükseldiği görülmektedir (Topuz, Akşit, 2013: 54). Qureshi (2007) yaptığı çalışmada da işletmelerin reklam ve tutundurma giderlerinin diğer bir boyutuyla ele alındığında işletme değerini yükselterek finansal performansı artırıcı yönünü ortaya koymuştur. Yine bu araştırmanın benzer sonuçlarını, Geyikçi ve Mucan (2016) yaptıkları bir çalışmada tutundurma harcamalarının mali performansa olan etkisini panel veri yöntemiyle inceleyerek reklam ve tutundurma çabalarının satış düzeyine bağlı aktif kârlılık oranına katkısını ve net satışlardaki yukarı yönlü eğilimin ivme kazandığını ifade etmişlerdir.

Öte yandan Hirschey ve Spencer (1992) yaptıkları çalışmada işletmelerin rekabet avantajı sağlayabilmeleri ve daha da önemlisi hayatta kalabilmeleri için gerekli olan risk ve krizlere karşı mukavemet gücü oluşturabilmeleri, büyüme ve gelişme trendini yakalayabilmeleri, geleceğe yönelik ürün ve markalarının devamlılığı bakımından AR-GE çalışmalarına yeterli finansal desteği sağlayabilmeleri ve tüm bu faaliyetleri kendi zamanı içerisinde yapabilmeleri için düzenli nakit akışı oluşturabilmelerinin en etkin yönteminin yine reklam ve tutundurma politikalarının ciddi bir süreç yönetimi olarak benimsenmesi gerektiğinin üzerinde durmuşlardır. Ayrıca işletmelerin sektörde hangi büyüklük düzeyinde olduğuna bakılmaksızın Ar-Ge harcamalarının işletme değerini artırdığını da ifade etmişlerdir. Fakat reklam ve tutundurma harcamalarının ise sadece büyük işletmeler için değer artışı tetiklediğini ileri sürmüşlerdir. 1975-1990 yıllarını kapsayan bu çalışmada işletmelerin yukarıda üzerinde durulan faktörlerin pazar ve piyasa değerlemesinin analizini oluşturmaktadır. Elbette araştırmanın kapsamını oluşturan 15 yıllık sürecin değişen ekonomik dinamiklerin ve piyasaların yerel ve uluslararası finansal

konjonktürüne göre ve bir de değerlemeye alınan işlemenin yapısal büyüklüğü ve sektörel farklılığına göre nasıl değiştiğini göstermiştir (Hirschey, Richards, 1992: 94).

İşletmelerin finansal performansını etkileyen faktörlerin analiz edilmesi noktasında benzer bir çalışmayı Graham ve Frankenberger (2000) yapmışlardır. Yazarlar bir önceki çalışmada olduğu gibi işletmelerin ana gelir ve büyüme unsurlarında kullanılan yöntemler olan AR-GE harcamaları, reklam ve tutundurma giderleri ve net aktif toplamı içine alan bir araştırma yapmışlardır. Yapılan bu çalışmada da işletmelerin mal ve hizmet edinimleri üzerinden yapmış oldukları reklam ve tanıtım giderlerinin satış değeri ve kârlılık oranları üzerinde önemli ve pozitif yönlü bir katkısının olduğunu tespit etmişlerdir (Graham, Frankenberger, 2000: 154).

Takip eden çalışmalarda pazarlama yatırımları ve aktivitelerinin ve de özellikle reklam ve tutundurma harcamalarının tüketici satın alma davranışını etkilemesinin yanı sıra satış gücünü ve performansını da direkt etkilediği yönünde belirgin bir işbirliğinin olduğu anlaşılmaktadır. Buna bağlı olarak nakit akışını düzenlerken işletmenin elinde tuttuğu varlıkların değerinde artış sağlamakta, talep artışına katkı yapmakta ve üretim maliyetlerini de aşağı çekmektedir. Böylece işletmenin pazar performansını arttırarak rekabet düzeyini güçlendirmektedir (Gür, Bayraktar, 2011: 131). Reklam ve tutundurma harcamaları ile işletme performansı arasındaki anlamlı ve pozitif yönlü ilişkiyi belirlemek için kullanılan ölçütlerin başında tüketici satın alma davranışını olumlu yönde etkileyecek politikaların uygulanması, müşteri ilişkileri yönetimi, satış değeri gibi farklı yöntemlerin kullanıldığı görülmektedir (Çıtak, 2015: 51). Araştırmacıların çalışmalarından elde edilen veriler değerlendirildiğinde, pazarlama aktiviteleri içerisinde yer alan reklam ve iletişim kanallarının etkin bir şekilde kullanılması tüketici satın alma davranışına olumlu katkı yapacağı söylenebilir.

2. Tüketicilerin Satın Alma Davranışları ile Reklam ve Tutundurma Harcamaları Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma

2.1. Araştırmanın Amacı ve Hedefi

Yenidünya ekonomisinde pazarların hızla küreselleşmesi ve sınırların ortadan kalkması rakiplerine oranla daha fazla rekabet ve satış üstünlüğü elde edebilmeleri için işletmeleri farklı stratejilere ve arayışlara yöneltmektedir. Bu da ürün ve hizmetin tüketiciye tanıtım sürecini gerektirmektedir. Bu gereklilik ekseninde işletmelerin başarılı bir tüketici satın alma davranışı politikası uygulayabilmeleri için pazarlama bileşeni içerisinde yer alan reklam ve tutundurma faaliyetini etkili yöntemlerle yapmaları gerekmektedir. Çünkü işletmenin nihai amacı tüketiciyi mümkün olabildiğince en hızlı bir zaman dilimi içerisinde ikna ederek hedeflediği satışı gerçekleştirmektir.

Konu özelinde yaptığımız bu araştırmanın literatüre farklı bir bakış açısı getirmesi beklenmektedir. Bu bağlamda çalışmanın temel amacı işletmelerin tutundurma ve reklam yatırımları ve bu yatırımlara harcanan emek ve parasal harcamalar ile tüketici satın alma davranışı arasındaki ilişki düzeyinin tespit edilmesidir. Bunun için işletmelerin bütünsel pazarlama politikaları ile tüketici merkezli aktiviteleri reklam ve tutundurma bileşenlerini de içine alan bir strateji ile yürütmelerini gerekli kılmaktadır. Ayrıca müşteri tercihi, müşteri sadakati, rekabet, pazar payı ve büyüme gibi hedeflere ulaşmada da işletmeye önemli katkı sağlayacaktır. Dolayısıyla işletmeler için birincil derecede öneme sahip olan tüketici tercihleri ve satın alma davranışları diğer akademik ve bilimsel çalışmalardan elde edilen veriler ve bulgulardan de yararlanılarak reklam ve tutundurma harcamaları ile tüketici satın alma davranışları arasındaki ilişkinin düzeyi ortaya konmaya çalışılacaktır. Elde edilen ve analiz edilen veriler doğrultusunda da işletmelerin reklam ve tutundurma politikaları ve harcamalarının ne yönlü olması gerektiği ile ilgili optimum bir yol harikasının belirlenmesi hedeflenmektedir.

2.2. Yöntem

Araştırmanın bu kısmında ana kütle ve örnek kütle seçimi, veri toplama yöntemi, anket sorularının hazırlanması ve veri analizinde kullanılan istatistikî yöntemlere ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

2.2.1. Ana Kütle ve Örneklem

Araştırmanın ana kütesini Siirt şehir merkezinde yaşayan bireyler oluşturmaktadır. Bu bağlamda Siirt il merkezinin nüfusu 2022 yılı verilerine göre 174.467 kişidir (www.nufusu.com). Ana kütle olarak Siirt il merkezinde ikamet eden 174.467 kişi göz önüne alınarak tüketicilerin satın alma davranışları ile reklam ve tutundurma harcamaları arasındaki ilişkiyi belirleyebilmek amacıyla ilişkisel tarama modelinin kullanılmasına karar verilmiştir. Bu model, iki ve daha çok sayıdaki değişken arasındaki farklılık düzeyinin derecesini belirlemeyi amaçlayan bir araştırma yöntemidir (Karasar, 2005: 81).

Bu bağlamda araştırmada olması gereken örneklem büyüklüğü asgari 427 aday olarak belirlenmiş ve örnek veri seti 427 adet anket üzerinden cevaplayıcılara doğru orantılı olarak dağıtılarak veriler elde edilmiştir. Tüketicilerin satın alma davranışları ile reklam ve tutundurma harcamaları arasındaki ilişki düzeyinin belirlenmesi amacıyla araştırma hipotezleri oluşturulmuştur. Buna uygun olarak da anket formu hazırlanmış olup 30 kişi üzerinde ön teste tabi tutulmuştur. Sonrasında hatılı veya anlaşılmayan sorular yeniden düzenlenerek ankete son hali verilmiştir. Anket verilerinin toplanmasında ise adayların büyük bir kısmıyla yüz yüze görüşülerek az bir kısmıyla ise elektronik posta üzerinden cevaplar elde edilmiştir.

2.2.2. Veri Toplama Yöntemi

Çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılarak verilerin sağlıklı bir şekilde toplanabilmesi amacıyla daha önce bu alanda yapılmış çalışmalardan da yararlanılarak araştırma anketi geliştirilmiştir. Ankette yer alan sorular araştırmanın konusuyla uyumlu olması için iki bölümden oluşturulmuştur. Buna göre ilk bölümde yer alan sorular cevaplayıcıların demografik bilgilerini içerirken, ikinci bölümde ise tüketicilerin satın alma davranışları ile reklam ve tutundurma harcamaları arasındaki ilişki boyutunu belirlemeye yönelik (Tutundurma, reklam, müşteri hizmetleri ve tüketici satın alma davranışları) sorulardan oluşmuştur. Hazırlanan anketin uygulaması için Siirt şehir merkezinin en yoğun noktaları ve saatleri seçilerek 427 adet anket yüz yüze ve bir kısmı da e-posta yöntemiyle 13/27 Eylül 2023 tarihleri arasında 15 günlük zaman periyodunda gerçekleştirilmiştir. Bu zaman aralığında elde edilen toplam 427 anket formundan eksik ve hatalı olan 23 anket formu kapsam dışına alınmış ve geriye kalan 404 adet anket formu değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

2.2.3. Verilerin Analizi

Anket formları aracılığı ile toplanan verilerin analizi SPSS istatistiksel paket programı yardımı ile elde edilmiştir. Araştırmadan elde edilen verilerin doğru ve tutarlı sonuçlar vermesi için frekans, yüzde, ortalama, faktör analizi, standart sapma, korelasyon ve doğrusal regresyon analizleri ve güvenilirlik analizinden (Cronbach Alpha modeli güvenilirlik) yararlanılmıştır. Ayrıca anket sonucunun daha belirgin olması hedeflenerek sıralama ölçeği olarak da adlandırılan 5’li Likert (1: Tamamen Katılıyorum, 2: Biraz Katılıyorum, 3: Kararsızım, 4: Pek Katılmıyorum, 5: Hiç Katılmıyorum) ölçeği kullanılmıştır.

Tablo 1’de tüketicilerin satın alma davranışları ile reklam ve tutundurma harcamalarına ilişkin elde edilen Cronbach’s Alpha değerleri yer almaktadır. Analizi sonuçlarına bakıldığında araştırmada yer alan ölçeklere ilişkin güvenilirlik katsayılarının yeterli derecede güvenilir olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 1. Tüketicilerin Satın Alma Davranışları ile Reklam ve Tutundurma Harcamaları Ölçeklerine İlişkin Güvenilirlik Analizi

Ölçek	Soru Sayısı	Cronbach’s Alpha
Tutundurma	5	0,789
Reklam	5	0,864
Müşteri Hizmetleri	5	0,796
Tüketici Satın Alma Davranışı	6	0,932

Yapılan güvenilirlik analizi sonucuna göre tutundurma faaliyetleri ölçeğine ilişkin Cronbach's Alpha değeri 0,789 olarak bulunmuştur. Reklam aktiviteleri ölçeğine ilişkin Cronbach's Alpha değeri 0,864 olarak bulunmuş olup müşteri hizmetleri çalışmalarını ölçeğine ait Cronbach's Alpha değeri ise 0,796 olarak bulunmuştur. Son olarak da tüketici satın alma davranışları ölçeğine ilişkin Cronbach's Alpha değeri 0,932 olarak bulunmuştur.

Bu sonuçlar doğrultusunda araştırma güvenilirlik testini geçmiştir.

Ankette yer alan ölçek basamaklarına ve ifadelerine Tablo 2'de yer verilmiştir.

Tablo 2. Ankette Yer Alan Ölçek Basamakları ve İfadeler

Ölçek Basamakları	Soru No	İfadeler
Tutundurma	1	İşletmelerin tutundurma faaliyetlerinde kullandıkları teknolojiden faydalanma düzeyleri yeterlidir.
	2	İşletmelerin tüketicilerin satın alma tercihlerine sundukları mal/hizmet içerikleri ile ilgili bilgiler tatmin edicidir.
	3	İşletmelerin tutundurma çabaları mevcut ve potansiyel müşterilere yönelik, yeni ürün ve hizmetin farkındalığını geliştirmeye yardımcı olmaktadır.
	4	İşletmelerin tutundurma faaliyetleri kapsamında gerçekleştirdikleri hediye ve promosyon uygulamaları satın almayı olumlu yönde etkilemektedir.
Reklam	5	İşletmelerin ürün ve hizmetlerine yönelik bilgilendirme faaliyetleri, etkileme çabaları ve ikna etme yöntemleri hedef kitle üzerinde tutum ve davranış değişikliğine yol açmaktadır.
	6	Reklam harcamaları, satış gelirlerini yükselttiğinden işletmelere ekonomik fayda sağlamaktadır.
	7	Reklam harcamaları işletme bilinirliğine ve talep oluşumuna olumlu katkı yaparak işletme değerini ve satışları yükseltmektedir.
	8	Reklam harcamaları, ürün ve hizmet farkındalığı oluşturarak markaya ait kullanım düzeyini yükseltmekte ve böylece satışlara olumlu etki yapmaktadır.
	9	Reklam harcamaları işletmelere yeni ürün geliştirme ve farklılaşma avantajı sağlamaktadır.
	10	Reklam harcamaları işletmelerin satış geliştirme amaçlarını ve rekabet stratejilerini yönetme çabalarında kilit rol oynamaktadır.
Müşteri Hizmetleri	11	İşletmelerin müşterilerine yönelik hizmetleri tutarlı ve güvenilirdir.
	12	Müşteri hizmetleri, tüketicilerin ihtiyaç ve isteklerinin tatminini amaçlar.
	13	Müşteri hizmetlerinin satın alma eylemini artırma ve arzu edilen tepkiyi uyandırma amacıyla sunmuş olduğu uyarıcılar markaya olan tutum ve davranışında etkili olmaktadır.
	14	Müşteri hizmetleri işletmelerin müşterilerini memnun etmek için yaptıkları ve yürüttükleri tüm faaliyetleri kapsar.
	15	İşletmeler ürün ve hizmet süreçlerini müşterilerin talep veya beklentilerini zamanında ve doğru yönde karşılayabilmek için planlamaktadırlar.
Tüketici Satın Alma Davranışı	16	Ürün ve hizmetin kullanım esnasında oluşabilecek sorunların (değişim, iade) ve şikâyetlerin anında çözüme kavuşturulmasına yönelik hizmetler satın alma kararlarında son derece etkilidir.
	17	Reklam ve tutundurma içerikleri satın alma öncesi ve sonrasındaki tutum ve davranışlarında etkili olmaktadır.
	18	İşletmelerin reklam ve tutundurma çabaları alışverişlerimi daha kolay hale getirir.
	19	İşletmelerin uyguladıkları indirim ve hediyeli ürün gibi fırsatlar satın alma kararımı etkiler.
	20	Sürekli kullandığım üründen memnun olduğum halde reklamların etkisiyle farklı bir markayı da deneyimlerim.
	21	Ürün ve hizmette kalite ve fiyat unsurları satın almamda öncelikli tercihlerim arasındadır.

3. Araştırma Kapsamında Elde Edilen Bulguların Değerlendirilmesi

Araştırma kapsamını oluşturan ana kütlenin eğilimlerini tespit etmek amacıyla, ankette yer alan sorulardan elde edilen cevapların yüzde frekans dağılımlarına ilişkin tablolar, daha sonra faktörler itibarıyla cevaplayıcıların değerlendirmelerinin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini belirleyebilmek için yapılan tek yönlü (One way) varyans analizi (MANOVA) uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

Buna göre katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 3’de gösterilmiştir.

Tablo 3. Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler

Cinsiyet	Frekans	Oran	Eğitim Düzeyi	Frekans	Oran
Kadın	193	47,7	İlköğretim	98	24,2
Erkek	211	52,3	Ortaöğretim	121	30,0
Toplam	404	100,0	Yüksekokul	92	22,8
Gelir Durumu	Frekans	Oran	Lisans	83	20,5
500-1000	19	4,7	Y. Lisans	10	2,5
1500-2000	52	12,9	Toplam	404	100,0
2500-3000	97	24,0	Yaş	Frekans	Oran
3001 ve üzeri	236	58,4	15-23	74	18,2
Toplam	404	100,0	24-31	136	33,7
Mesleğiniz	Frekans	Oran	32-41	159	39,4
Öğrenci	28	7,0	42-50	35	8,7
Öğretmen	89	22,0	Toplam	404	100,0
Serbest Meslek	171	42,3	Medeni Hal	Frekans	Oran
İşçi	47	11,6	Evli	268	66,3
Memur	65	16,1	Bekar	136	33,7
Diğerleri	4	1,0	Toplam	404	100,0
Toplam	404	100,0			

Tablo 3 incelendiğinde araştırmaya katılan bireylerin %47,7’sini kadın ve % 52,3’ünü erkekler oluşturmaktadır. Her ne kadar oranlar birbirine yakın olsa da, erkeklerin sayısı kadınların sayısından fazladır. Araştırmaya katılan deneklerin yaş dağılımları incelendiğinde en çok 32-41 yaş aralığının da %39,4’ü en az ise 42-50 yaş aralığının da (%8,7) olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim düzeyi açısından çoğunlukla ortaöğretim mezunu (%30,0) olduğu, en düşük eğitim seviyesi ise Y. Lisans (%2,5) olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların medeni durumu göz önüne alındığında %66,3’ünün evli, %33,7’sinin ise bekâr bireylerden oluştuğu görülmektedir. Meslek açısından en çok serbest meslek sınıfının (%42,3) oluşturduğu tespit edilmiştir. Gelir durumlarına bakıldığında %58,4’ünün 3001 ₺ ve üzeri gelire sahip bireylerin olduğu anlaşılmaktadır. Araştırmaya katılan deneklerin cinsiyet dağılımlarının birbirine yakın olduğu, daha çok ortaöğretim düzeyinde ve orta yaş diyebileceğimiz aralığın daha fazla oranda olduğunu söyleyebiliriz. Gelir durumları incelendiğinde ise genelde yüksek gelir grubuna dâhil bireylerden oluştuğu ve son olarak da evli katılımcıların daha çoğunlukta olduğu söylenebilir.

4. Tanımlayıcı İstatistikler

Tüketicilerin satın alma davranışları ile reklam ve tutundurma harcamalarına ilişkin ifadelerin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4. Tüketicilerin Satın Alma Davranışları İle Reklam ve Tutundurma Harcamalarına İlişkin İfadelerin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Ölçek Basamakları	Soru No	n	Aritmetik Ortalama (X)	Standart Sapma
Tutundurma	1	404	3,7621	,79534
	2	404	3,7430	,81695
	3	404	3,8323	,82983
	4	404	3,7986	,86740
	5	404	3,9294	,88764
Reklam	6	404	3,9859	,94621
	7	404	3,6310	,96900
	8	404	3,8108	,94561
	9	404	3,8930	,96745
	10	404	3,9004	,98923
Müşteri Hizmetleri	11	404	3,2397	1,09262
	12	404	3,0560	1,25278
	13	404	3,4028	1,28346
	14	404	3,7862	1,03784
	15	404	2,8135	1,16180
Tüketici Satın Alma Davranışı	16	404	3,9065	,95361
	17	404	2,9179	1,12240
	18	404	3,7842	,96889
	19	404	3,6327	,98806
	20	404	3,9551	,92568
	21	404	3,0548	1,20189
Toplam		404	3,6914	,74023

Tablo 4 incelendiğinde araştırmaya katılan bireylerin cevaplarına göre tüketicilerin satın alma davranışları ile reklam ve tutundurma harcamalarına ilişkin ifadeler içerisinde aritmetik ortalaması en yüksek olan ifade $x= 3,9859$ ile 6. (Reklam harcamaları, satış gelirlerini yükselttiğinden işletmelere ekonomik fayda sağlamaktadır.) sırada ki ifadenin olduğu anlaşılmaktadır.

Tüketicilerin satın alma davranışları ile reklam ve tutundurma harcamalarına ilişkin ifadeler içerisinde aritmetik ortalaması en düşük olan ifade ise $x= 2,8135$ ile 15. (İşletmeler ürün ve hizmet süreçlerini müşterilerin talep veya beklentilerini zamanında ve doğru yönde karşılayabilmek için planlamaktadırlar.) sırada ki ifadenin olduğu görülmektedir.

Araştırma ölçek basamakları bakımından incelendiğinde;

- Ölçek basamağının "Tutundurma" sütununda aritmetik ortalaması en yüksek olan ifade $x= 3,9294$ ile 5. (İşletmelerin ürün ve hizmetlerine yönelik bilgilendirme faaliyetleri, etkileme çabaları ve ikna etme yöntemleri hedef kitle üzerinde tutum ve davranış değişikliğine yol açmaktadır.) ifade iken bu ölçek basamağında aritmetik

ortalaması en düşük olan ifade ise $x= 3,7430$ ile 2. (İşletmelerin tüketicilerin satın alma tercihlerine sundukları mal/hizmet içerikleri ile ilgili bilgiler tatmin edicidir.) sırada ki ifadedir.

• Ölçek basamağının “Reklam” sütununda aritmetik ortalaması en yüksek olan ifade $x= 3,9859$ ile 6. (Reklam harcamaları, satış gelirlerini yükselttiğinden işletmelere ekonomik fayda sağlamaktadır.) ifade iken bu ölçek basamağında aritmetik ortalaması en düşük olan ifade ise $x= 3,6310$ ile 7. (Reklam harcamaları işletme bilinirliğine ve talep oluşumuna olumlu katkı yaparak işletme değerini ve satışları yükseltmektedir.) sırada ki ifadedir.

• Ölçek basamağının “Müşteri Hizmetleri” sütununda aritmetik ortalaması en yüksek olan ifade $x= 3,7862$ ile 14. (Müşteri hizmetleri işletmelerin müşterilerini memnun etmek için yaptıkları ve yürüttükleri tüm faaliyetleri kapsar.) ifade iken bu ölçek basamağında aritmetik ortalaması en düşük olan ifade ise $x= 2,8135$ ile 15. (İşletmeler ürün ve hizmet süreçlerini müşterilerin talep veya beklentilerini zamanında ve doğru yönde karşılayabilmek için planlamaktadırlar.) sırada ki ifadedir.

• Ölçek basamağının “Tüketici Satın Alma Davranışı” sütununda aritmetik ortalaması en yüksek olan ifade $x= 3,9551$ ile 20. (Sürekli kullandığım üründen memnun olduğum halde reklamların etkisiyle farklı bir markayı da deneyimlerim.) ifade iken bu ölçek basamağında aritmetik ortalaması en düşük olan ifade ise $x= 2,9179$ ile 17. (Reklam ve tutundurma içerikleri satın alma öncesi ve sonrasında tutum ve davranışlarımda etkili olmaktadır.) sırada ki ifadedir.

Tüketicilerin satın alma davranışları ile reklam ve tutundurma harcamalarının işletmeye olan katkısına ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 5’te gösterilmiştir.

Tablo 5. Tüketicilerin Satın Alma Davranışları İle Reklam ve Tutundurma Harcamalarının İşletmeye Olan Katkısına İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Ölçek Basamakları	n	Aritmetik Ortalama (x)	Standart Sapma
Tutundurma	404	3,6914	,74023
Reklam	404	3,8442	,96350
Müşteri Hizmetleri	404	3,2596	1,16570
Tüketici Satın Alma Davranışı	404	3,5418	1,02675

Tablo 5 incelendiğinde, araştırmaya katılan bireylerin işletmeye olan katkısı bakımından en yüksek aritmetik ortalamaya sahip faktörün $x=3,8442$ ile reklam faktörünün olduğu görülmekteyken, en düşük aritmetik ortalamaya sahip faktörün $x= 3,2596$ ile müşteri hizmetleri faktörünün olduğu görülmektedir. Diğer faktörler olan tutundurma aritmetik ortalamasının $x= 3,6914$ olduğu ve son olarak da tüketici satın alma davranışı faktörünün de $x= 3,5418$ olduğu görülmektedir.

Korelasyon analizi istatistiksel analiz ve hesaplama tekniğidir. Rastgele iki veya çoklu bağımsız değişkenler ile çoklu bağımlı değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemede oldukça yaygın bir şekilde kullanılan istatistiksel bir modeldir. Buradaki temel amaç değişken setleri arasında doğrusal bir ilişkili olup olmadığının analiz edilerek belirlenmesidir (Pugh ve Hu, 1991, s. 147-152). Çalışmamızda işletmelerin reklam ve tutundurma harcamalarının bağımlı değişkeni olan tüketici satın alma davranışına olan etkisinin ortaya konulabilmesi ve arasındaki ilişkilerin belirlenebilmesi amacıyla yapılan korelasyon analizi sonuçları aşağıdaki tablosu yer almaktadır.

Tablo 6. Korelasyon Analizi Sonuçları

Ölçek Basamakları (Değişkenler)	Tutundurma	Reklam	Müşteri Hizmetleri	Tüketici Satın Alma Davranışı
Tutundurma	1,00*	0,42*	0,48*	0,52*
Reklam		1,00	0,45*	0,47*
Müşteri Hizmetleri			1,00	0,64*
Tüketici Satın Alma Davranışı				1,00

*p<0,001

Tablo 6’da yer alan değişkenler incelendiğinde ankete katılan bireylerin algılarına göre reklam ve tutundurma ölçekleri ile tüketici satın alma davranışı arasında orta yönlü ve pozitif bir ilişkinin olduğu, müşteri hizmetleri ile tüketici satın alma davranışı arasında ise yüksek düzeyde ve yine pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla bütün ölçek basamaklarında tüketici satın alma davranışı ile anlamlı ve yüksek etkiye sahip bir ilişkinin belirlenmesinden dolayı tüm sonuçlar çoklu regresyon analizinde gösterilmiştir.

Tablo 7. Tüketici Satın Alma Davranışının Öngörüsünde (Yordanmasında) Reklam ve Tutundurma Harcamalarına Yönelik Çoklu Regresyon Analizi

Ölçek Basamakları (Değişken)	B	Standart Hata	t	β	F	R	ΔR^2
Sabit	0,39	0,14	2,93*				
Tutundurma	0,16	0,03	4,85**	0,17			
Reklam	0,03	0,03	0,98	0,03	221,38**	0,83	0,62
Müşteri Hizmetleri	0,39	0,04	11,12**	0,42			

*p<0,05 **p<0,001

Tablo 7’de ortaya çıkan verilere göre tüketici satın alma davranışı alt boyutlarından oluşan değişken kombinasyonu müşteri hizmetlerini önemli ölçüde etkilemektedir ($F_{(4,602)}=221,38$, $p=0,000$). Bu değişken kombinasyonu müşteri hizmetleri varyansının yüzde 62’sini açıklamaktadır. Ayrıca değişken kombinasyonu değerlerine bakıldığında, tüketici satın alma davranışının tutundurma boyutunun bu eşitliğe anlamlı düzeyde katkı yaptığı görülmektedir. En yüksek katkıyı müşteri hizmetleri yaparken, reklam boyutunun müşteri hizmetlerine katkısının ise anlamlı çıkmadığı görülmektedir.

Sonuç

Dünya genelinde dijital platform kullanımının büyük bir hızla yayılması ve buna bağlı olarak artan rekabet ile birlikte tüketiciye ulaşmanın önemi çok daha fazla artmış ve bu durum pazarlama faaliyetlerinin etkin bir şekilde kullanımını da beraberinde getirmiştir. Pazarlama kavramı, tüketicilerin talep ve ihtiyaçlarını tespit ederek ve de bunlara yönelik talep oluşturarak söz konusu ürün ve hizmetin en uygun zaman, yer ve fiyat stratejisinin belirlenmesini ve hedef kitleye ulaştırılmasını kapsamaktadır. Bu doğrultuda işletmelerin daha fazla tüketiciye

ulaşmasını sağlayacak ve kolaylaştıracak iletişim yöntemleri geliştirmeleri gerekmektedir. Bu durum işletmelerin sürdürülebilirliğine ve kârlılığına önemli ölçüde etki etmektedir.

Araştırmanın odak noktasını oluşturan tüketici satın alma davranışlarının incelenmesi ve belirli güdülenme sonucunda ortaya çıkan bu davranışlara pozitif etki eden öğelerin belirlenmesi ve buna göre istek ve ihtiyaçların tatmini pazarlama stratejisinin kilit unsurudur. Pazarlama profesyonellerinin tüketici satın alma davranışını anlamaları, bir bütün olarak süreci yürütmeleri ve güdülenmiş davranışları işletmenin ürün ve hizmetlerini tercih etme yönünde harekete geçirmelerinin en etkili yolu reklam ve tutundurma faaliyetleridir. Dolayısıyla işletmelerin tüketicilerini ikna etme amacına yönelik bu süreci reklam ve tutundurma iletişimi ile eşgüdüm içerisinde yürütmeleri talep teşvikinde tüketiciyi motive edeceği gibi marka oluşumuna, müşteri sadakatine ve rekabette avantaj sağlanmasına da önemli oranda yardımcı olacaktır.

Bu çalışmada Siirt ili özelinde reklam ve tutundurma harcamaları ile tüketicilerin satın alma davranışları arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik anket uygulaması yapılmış ve elde edilen sonuçlar ilişkisel tarama modeli kullanılarak yorumlanmıştır.

Buna göre, araştırmaya katılan bireylerin tüketicilerin satın alma davranışları ile reklam ve tutundurma harcamalarına ilişkin ifadeleri içerisinde aritmetik ortalaması en yüksek olan ifadenin “Reklam harcamaları, satış gelirlerini yükselttiğinden işletmelere ekonomik fayda sağlamaktadır” olduğu anlaşılmaktadır. Tüketicilerin satın alma davranışları ile reklam ve tutundurma harcamalarına ilişkin ifadeler içerisinde aritmetik ortalaması en düşük olan ifadenin ise “İşletmeler ürün ve hizmet süreçlerini müşterilerin talep veya beklentilerini zamanında ve doğru yönde karşılayabilmek için planlamaktadırlar” olduğu görülmektedir. Bu sonuç bağlamında işletmelerin sürekliliği ve kârlılığı önceleyerek ürün ve hizmetleri ile ilgili reklam ve tanıtım faaliyetlerini doğru stratejiler kurgulayarak yürütmelerinin önemi ortaya çıkmaktadır.

Basamak ölçekleri bazında incelendiğinde, araştırmaya katılan bireylerin cevaplarına göre işletmeye olan katkısı bakımından en yüksek aritmetik ortalamaya sahip faktörün reklam faktörünün olduğu görülmekteyken, en düşük aritmetik ortalamaya sahip faktörün ise müşteri hizmetleri faktörünün olduğu görülmektedir. Çıkan sonuca göre işletmelerin genel olarak reklam politikaları ile ilgili faaliyetleri cevaplayıcılar tarafından olumlu yönde algılanırken, müşteri hizmetleri ile ilgili faaliyetleri diğer faktörlerle karşılaştırıldığında daha az olumlu karşılık bulmaktadır. Dolayısıyla işletmelerin ürün ve hizmetlerini müşterilerine tanıtımalarının yanı sıra satış öncesi ve sonrası müşteri hizmetlerini de mükemmel düzeyde yerine getirmeleri gerekmektedir.

İşletmelerin reklam ve tutundurma harcamalarının tüketicilerin satın alma davranışlarına etkisini belirlemek için yapılan bu çalışmada katılımcıların algılarına göre reklam ve tutundurma ölçekleri ile tüketici satın alma davranışı arasında orta yönlü ve pozitif bir ilişkinin olduğu ve müşteri hizmetleri ile tüketicilerin satın alma davranışları arasında ise yüksek düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan tüketici satın alma davranışı alt boyutlarından oluşan değişken kombinasyonu müşteri hizmetlerini önemli ölçüde etkilediği ve bu değişken kombinasyonu müşteri hizmetleri varyansının yüzde 62’sini açıkladığı görülmüştür. Bu bağlamda araştırmadan elde edilen sonuçlar dikkate alındığında tüketici davranışının tutundurma boyutunun bu eşitliğe anlamlı düzeyde katkı yaptığı anlaşılmaktadır. Ayrıca en yüksek katkıyı müşteri hizmetleri yaparken, reklam boyutunun ise müşteri hizmetlerine katkısının anlamlı çıkmadığı da yine elde edilen sonuçlar arasındadır.

Sonuç olarak; işletmelerin reklam ve tutundurma stratejilerini doğru kanallardan, doğru zamanda ve doğru mesajlarla tüketicilere iletmeleri satış miktarını arttıracak ve tüketicilerin satın alma kararlarını ve davranışlarını hızlandırmaya yardımcı olacaktır. Bu çalışmada tüketicilerin satın alma davranışları ile reklam ve tutundurma harcamaları arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmış ve tüketicilerin satın alma davranışı sergilerken reklam ve tutundurma kampanyalarının satın alma güdüsünü (motivasyon) harekete geçirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla işletmelerin ürün ve hizmetlerini pazarlama çalışmalarına yönelik faaliyet planları kapsamında reklam ve tutundurma kampanyalarında tüketicilerin ekonomik durumu, demografik ve sosyo-kültürel durumu gibi pek çok faktörü de dikkate alarak yürütmeleri belirledikleri hedefe başarıyla ulaşmalarına yardımcı olacaktır. Bu

açıdan değerlendirildiğinde çalışmanın pazarlama literatürüne ve uygulayıcılarına önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Çıkar Çatışması

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Yazar Katkı Oranı

Yazar katkı oranı eşit şekildedir.

Finansman

Finansman kullanılmamıştır.

Kaynaklar

- Argenti, P.A. (2006). How Technology Has Influenced the Field of Corporate Communication. *Journal of Business and Technical Communication*, 20 (3), 357-370.
- Çıtak, L. (2015). Pazarlama Yatırımlarının Finansal Performans Üzerindeki Etkisi ve Borsa İstanbul Kobi Sanayi Endeksi Firmalarının Etkinliklerinin Değerlendirilmesi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 0(45), 49-68, doi: 10.18070/euiibfd.25074.
- Çiftçi, S., Doğanay, M. & Gülşen, A.Z. (2010). Pazarlama Giderlerinin İşletme Karlılıkları Üzerindeki Etkisi. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 47 (544), 95-102.
- Geyikçi, U.B. & Mucan, B. (2016). Reklam harcamalarının finansal duruma olan etkisinin panel veri analizi yöntemiyle ölçümü. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 0 (50), 68-85.
- Graham, R.C. & Frankenberger, K.D. (2000). The Contribution of Changes in Advertising Expenditures to Earnings and Market Values. *Journal of Business Research*, 0 (50), 149-155.
- Gür, F.A. & Bayraktar, A. (2011). Reklamın Finansal Geri Dönüşü ve Bir Örnek Olay. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 9 (35), 127-141.
- Hirschey, M. (1982). Advertising and the Profitability of Leading and Following Firms Managerial and Decision Economics. 3 (2), 79-84.
- Hirschey, M. & Spencer, S.R. (1992). Size Effects in the Market Valuation of Fundamental Factors. *Financial Analysts Journal*, 48 (2), 91-95.
- Karaosmanoğlu, K. & Durmuş, O.D. (2006). Reklamlar aracılığı ile değişen genç ebeveyn kimlikleri. *Pazarlama Dünyası Dergisi*, 6 (2006), 61-64.
- Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kaya, F. (2018). Reklam ve Pazarlama Stratejileri: Bir Reklamda Olması Gerekenler. *Mecmua Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (5), 99-111. doi: 10.32579/mecmua.410766.
- Mucuk, İ. (2001). *Pazarlama İlkeleri*. İstanbul: Türkmen Kitapevi.
- Pugh, R.C. & Hu, Y. (1991). Use and Interpretation of Canonical Correlation Analysis in Journal of Educational Research Articles: 1978-1989, *Journal of Educational Research*, 84 (3), 147-152.
- Qureshi, I.M. (2007). Advertising value of UK firms advertising expenditures. *Global Journal of International Business Research*, 1 (1), 12-23.
- Topuz, V.Y. & Akşit, N. (2011). İşletmelerin pazarlama giderlerinin hisse senetleri getirileri üzerindeki etkisi: IMKB gıda sektörü örneği. *Anadolu International Conference in Economics II*, June 15-17, 2011, Eskişehir. https://www.nufusu.com/ilce/merkez_siirt-nufusu (16 Mayıs 2023).



Covid-19 Salgını, Rusya Ukrayna Savaşı ve İsrail Filistin Sorununun Sağlık Sektörüne Finansal Etkilerinin Analizi: Bist Şirketleri Örneği

Aydın ŞENOL (ORCID: 0000-0001-5136-9463), Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı, Dr. Öğr. Üyesi, Türkiye, asenol@subu.edu.tr

Gizem KABAN (ORCID:0009-0004-2920-7985), Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Öğrencisi, Türkiye, 23502105015@subu.edu.tr

Analysis of The Financial Effects of The Covid-19 Pandemic, The Russia-Ukraine War and The Israel-Palestine Problem on The Health Sector: The Example of Bist Companies

Abstract

In this study, it is aimed to analyze the financial effects of the Covid-19 epidemic, the Russia-Ukraine War and the Palestine-Israeli conflicts, which affected the whole world and caused disruptions in many areas, on the healthcare sector. BIST companies with income statements between 2020/12 - 2023/12 and whose market value moves from high to low were selected. Our aim is to examine the financial statements of SELEC, ECILC, TRILC, LKMNH, MPARK, DEVA, SEYKM, RTALB companies in BIST (Borsa Istanbul) for the years 2020-2023 and measure their impact on the health sector by using the trend percentage analysis method. As a result of the research, it was seen that the Covid-19 epidemic had a positive impact on the financial statements of companies, but subsequently had a negative impact due to the Russia-Ukraine war causing problems in areas such as logistics, raw materials, precious metals and energy. It has been observed that the Israel-Palestine conflict causes an increase in energy prices, disruption of the supply chain and logistics problems, and has a negative impact on the financial statements of companies in the healthcare sector.

Key Words : Financial Analysis, Israel-Palestine, Health Sector, Trend Percentages

JEL Classification Codes: M40, M41, M49

Özet

Bu çalışmada tüm dünyayı etkileyen ve birçok alanda aksaklıklara yol açan Covid-19 salgını, Rusya-Ukrayna Savaşı ve Filistin-İsrail çatışmalarının sağlık sektörüne finansal etkilerini analiz etmek amaçlanmıştır. 2020/12 - 2023/12 tarihlerinde gelir tablosu bulunan ve piyasa değeri yüksekten alçağa doğru ilerleyen BIST şirketleri seçilmiştir. Amacımız BIST'te (Borsa İstanbul) bulunan SELEC, ECILC, TRILC, LKMNH, MPARK, DEVA, SEYKM, RTALB şirketlerinin 2020-2023 yıllarına ait mali tablolarının incelenip sağlık sektörüne gösterdiği etkinin trend yüzdeleri analizi yöntemi ile ölçülmesidir. Araştırmanın sonucunda Covid-19 salgınının, şirketlerin mali tabloları üzerinde olumlu etki yarattığı fakat sonrasında Rusya-Ukrayna savaşının lojistik, ham madde, değerli madenler, enerji gibi alanlarda sorunlara sebep olmasından dolayı olumsuz etkilediği görülmüştür. İsrail-Filistin sorununun enerji fiyatlarının artmasına, tedarik zincirinin bozulmasına ve lojistik sorunlarının ortaya çıkmasına sebep olduğu ve sağlık sektöründe yer alan şirketlerin mali tablolarında negatif etkilere yol açtığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Finansal Analiz, İsrail-Filistin, Sağlık Sektörü, Trend Yüzdeleri

Giriş

Salgın hastalıklar, savaşlar, ekonomik krizler, ülkelerde yaşanan iç çatışmalar ve daha pek çok etken ülkelerin ekonomik yapılarının bozulmasına ve finansal istikrarsızlıklara neden olmaktadır. Nüfus sayısında meydana gelen değişimler, salgın hastalıkların kişilerde bıraktığı rahatsızlıklar, savaşlardan ve çatışmalardan dolayı yaşanan krizlerle birlikte ekonomik ve sosyal bozulmalar ülkelerin refah düzeylerinin azalmasına sebep olmaktadır (Tekin, 2021: 330-355). Ortaya çıkan gelişmeler tek bir ülke ile sınırlı kalmayıp küresel boyutlarda sorunlara sebebiyet vermektedir. Yaşanan salgın hastalıklar pandemi sürecinin başlamasına ve ülkelerin çeşitli tedbirler almasına neden olmaktadır. Yaşanan sürecin ve salgın hastalığın çeşidine göre alınan tedbirler doğrultusunda sosyal izolasyon, maske kullanımı, aşı uygulamaları, karantina ve sokağa çıkma yasakları, koruyucu ekipman kullanımı gibi tedbirler uygulanmaktadır. Bu süreçte toplumun kullandığı ürünlere arz talep dengesi değişmekte olup, pandemiye uyulması gereken kurallar göz önünde bulundurulduğunda bazı sağlık malzemelerine ihtiyaç artmaktadır. Karantina, sosyal izolasyon gibi tedbirlerin meydana getirdiği bazı olumsuzluklar olabilmekte ve aksaklıklar yaşanabilmektedir. Restoran, düğün salonları, eğlence merkezleri, kafeler gibi toplumun bir arada bulunduğu kalabalık ortamlarda salgının yayılabileceği göz önünde bulundurularak kısıtlamalara gidildiği görülmekte olup bu durumun da bazı sektörlerin ekonomik anlamda sorunlar yaşamasına sebep olduğu bilinmektedir. Şehirlerarası ve ülkelerarası ulaşımın belirli süreler içerisinde kısıtlanması, turizm işletmelerinin faaliyetlerinin belirli kurallar dahilinde yapılabilmesi ya da bir süreliğine durdurulması, restoran ve kafe gibi yemek yeme alanlarında yemek yenilememesi ve işletmelerin paket servis aracılığıyla hizmet vermesi, pandeminin önüne geçilebilmesi ve olumsuz koşulların azaltılabilmesi amacıyla ilaç ve aşı çalışmalarının hız kazanması gibi durumlar küresel anlamda çoğu sektörü etkileyerek ekonomik anlamda dalgalanmaların olmasına yol açmaktadır.

Salgın hastalıklar ve pandemi süreçleri gibi savaşlar ve çatışmalar da benzer tablolar ortaya çıkarmaktadır. Ülkelerarası gerilimlere, ekonomik belirsizliklere, küresel çapta tedarik zincirinde aksaklıkların yaşanmasına, enerji fiyatlarının değişmesine yola açarken insan hakları ihlallerine, barış ve istikrarın bozulmasına sebep olmaktadır. Yaşanan durumlar pek çok sektörü etkilemekte olup sağlık, lojistik, ticaret gibi faaliyet ve hizmetlerin aksamalarına yol açmaktadır. Barış ortamının zarar görmesi, insan hakları ihlalleri, güvensiz ekonomik faaliyetler, uygulanan ambargolar dolayısıyla ticari faaliyetlerin zarar görmesi, savaş ortamından kaynaklanan bazı ticari anlaşmaların iptali gibi durumlar sektörel bazda çoğu şirketin ekonomik anlamda zarar görmesine sebep olmaktadır (Karpuz, Koç, 2022: 77-89).

1. Covid-19 Pandemisi ve Sağlık Şirketlerine Etkileri

Sağlık, insan hayatında en önemli temel yaşam haklarından biridir. Kişiler temel sağlık hizmetlerine ulaşabilmeli ve etkin bir sağlık hizmeti alabilmelidir. Ülkelerde sağlık sistemi devlet elinden verilebildiği gibi özel sektörlerden de sağlanabilmektedir. Bu kapsamda her ülkede olduğu gibi Türkiye’de de birçok şirket çalışma sürdürmektedir. Bu şirketlerin ekonomik faaliyetlerini küresel olaylar yakından etkilemektedir. 2019 yılında Çin’de bulunan Wuhan adlı şehirde ilk olarak görülmeye başlanan Covid-19 salgını kısa bir zamanda yayılmaya başlayıp dünyanın her yerinde etkili olduğu bilinmektedir. Hızlı bir şekilde yayılım gösterip 6 milyondan fazla kişinin ölümüne sebep olduğu görülmektedir. Bu salgının önüne geçmek adına başta Dünya Sağlık Örgütü (WHO) olmak üzere tüm ülkeler tedbir almakta ve bu tedbirler genellikle sağlık alanında olup bulaşma riskini önlemek adına daha izole bir toplum oluşturulmaya çalışılmaktadır (Şahin vd., 2021: 42-48).

Bu kapsamda gerekli önlemler alınmasına rağmen günlük hayat etilenmiş olup kişiler ve devletler pek çok düzenleme yapmaya gitmişlerdir. Bu durum ülkeleri ticari yönden etkilemiş olup ülkeler arasındaki ulaşım ve lojistik durma seviyesine gelmiştir. Birçok ülkede eğitime ara verilmiş, çoğu sektör evden çalışma sistemine geçmiştir. İnsanların toplu şekilde yaptıkları etkinlikler kısıtlanmış, sokağa çıkma yasaklarının olduğu dönemler yaşanmıştır. Ekonomik belirsizliklerin artmasıyla birlikte piyasalarda düşüşler meydana gelmiştir (Kılıç, 2020: 66-77). Sağlık sektöründe ise sağlık malzemelerine duyulan ihtiyaç artmış; maske, dezenfektan, ateş ölçer, eldiven gibi tıbbi malzemelere talep artmış olup aşılama çalışmalarına başlanmıştır. Gerekli sağlık malzemelerine ihtiyaç ve talebin artmasıyla birlikte bu malzemelere erişilmesi mevcut salgın durumundan dolayı da zorlaşmıştır (Şenol vd., 2023: 717-734). Sağlık alanında çalışan şirketler bu sebeplerden dolayı ekonomik, lojistik ve tedarik zinciri kapsamlarında etkilenmişlerdir (Yayla, Özer, 2022: 15-29). Covid-19

salgınının 2022 yılında etkilerinin azaldığı görülmüş olup aşuların yapılması, sosyal izolasyonun öneminin kavranması ve ölüm sayılarının azalması ile normalleşme sürecine geçilmeye başlanmıştır.

2. Rusya-Ukrayna Savaşı ve Sağlık Şirketlerine Etkileri

Covid-19 salgınının azalmaya başladığı dönemde Rusya-Ukrayna arasındaki sorunlar ortaya çıkmaya başlamış olup tarih 21 Şubat 2022'yi gösterdiğinde Rusya'nın Ukrayna'ya savaş açtığı görülmektedir. Bu savaşın başlaması ile küresel çapta bir krizin ortaya çıktığı ve diğer ülkeleri de etkilediği bilinmektedir. Rusya ve Ukrayna savaşı dünyanın her yerinde özellikle Avrupa'da tedarik sorunlarına ve lojistikte aksamalara sebep olmakla birlikte Rusya'nın savaşı başlatması ile birçok ülkede Rusya'ya karşı yaptırımlar uygulanmıştır. Avrupa ülkeleri Rusya'ya ambargo uygulamaları sonucunda tedarik zinciri bozulmuş olup enerji bakımından Rusya'ya bağımlı olan Avrupa ülkelerinde sorunlar baş gösterdiği görülmektedir. Bunun yanında Rusya'nın değerli madenleri Avrupa ülkelerine ihraç etmesiyle birlikte buğday ve mısır gibi tahılları da gönderdiği bilinmektedir. Savaş dolayısıyla tüm dünyada tahıl sorunu baş göstermeye başlamış olup tedarik zincirindeki aksamalar, ekonomideki belirsizlikler ve savaş ortamı birçok sektörü etkilemiştir (Doğru, 2023: 63-83). Yaşanan gelişmeler dolayısıyla Ukrayna'da çoğu sektör gibi sağlık sektörü de olumsuz etkilenirken tüm dünyada küresel kriz baş gösterip ilaç ve sağlık malzemesi tedariklerinin daha zor hale geldiği görülmektedir (Sancak, Şenol, 2023: 107-120). Özellikle Ukrayna'da yaşayan insanların savaş ortamından uzaklaşmak amacıyla ülke dışına çıkmaya çalıştıkları görülmekte olup bu sırada hijyen konusundaki yetersizlikler ve yaşanan sağlık sorunları bulaşıcı hastalıkları da beraberinde getirmiştir. Zaman zaman temel ihtiyaçlara erişimde zorluk, kalabalık ortamlarda bulunma mecburiyeti ve gıda sorunları insanların sağlığını etkileyecek durumlar yaratmıştır. Savaş sırasında ilaçlara ve tıbbi malzemelere erişim yeterince zor iken sağlık hizmeti veren kuruluşların da savaş sırasında zarar gördüğü görülmektedir. Ülke çapında sağlık sektörünün olumsuz anlamda etkilendiği görülürken savaşın etkileri uluslararası çapta da hissedilmiştir (Güneysu, 2022: 361-372).

3. Filistin-İsrail Çatışmaları ve Sağlık Şirketlerine Etkileri

Barış ortamının bozulmasına ve beraberinde pek çok sektörün etkilenmesine neden olan bir diğer küresel olay ise İsrail-Filistin arasındaki sorunlardır. İsrail-Filistin arasında meydana gelen çatışmanın uzun yıllardır sürdüğü bilinmekte olup Ekim 2023 tarihinde sorunların büyüdüğü ve yalnızca çatışma yaşanan ülkeleri değil dünyanın her yerindeki ülkeleri ilgilendiren ve ilişkilerin gerilmesine sebep olan olaylar haline geldiği bilinmektedir. Sağlık, sosyal, ekonomik ve ticari faaliyetleri etkileyen, Orta Doğu'da barış ve istikrarın sağlanmasını engelleyen esas unsurlar arasında değerlendirilmektedir (Demirel, 2024: 116-131). Bu sorunun devam etmesi bölgede ve dünya genelinde insan hakları ihlallerine, şiddet olaylarına ve uluslararası ilişkilerde gerilimlere neden olmaktadır. Tüm savaşlarda olduğu gibi sorunun etkileri geniş kapsamlı olup, bölgesel ve küresel düzeyde birçok alanda hissedilmektedir. Küresel çapta yankı uyandıran çatışmalar uluslararası boyutlarda çoğu sektörün ve şirketin bu durumdan negatif yönde etkilenmesine sebep olmuştur. Bu zamanlarda yaşanan olumsuzluklar, temel ihtiyaçlara erişimde zorluk, yetersiz beslenme, sağlık hizmetlerinden faydalanılamama gibi sorunlar dünya çapında yankı uyandırmıştır. Özellikle Filistin'de sağlık hizmeti veren kuruluşların yıkılması ve tıbbi malzeme yardımlarının tedariki açısından yaşanan zorluklar dolayısıyla ülkede salgın ve bulaşıcı hastalıkların görüldüğü bilinmektedir. Bu süreçte hizmet verebilen merkezlerde görev yapan sağlık çalışanlarının zor şartlar altında çalışmakta olduğu görülmektedir. İnsani koridorların abluka altına alınması gibi durumlar mevcut çatışma durumunun olması gerekenden daha kötü bir hal almasına sebep olup aynı zamanda ülkeler arası gerilimin tırmanmasına yol açmıştır.

Tüm bu sorunlar dünya genelinde görüldüğü üzere Türkiye'de de ekonomik açıdan ilerleyişi kötü etkilemiştir. Türkiye'de 2020/12 tarihinde enflasyon %14,03, 2021/12 tarihinde %21,31, 2022/12 tarihinde %84,39, ve 2023/12 tarihinde %61,98 olarak açıklanmıştır. Enflasyonun yaşandığı bu zamanda finansal yönden negatif etkilenen alanlardan biri de sağlık alanı olup enflasyondan ve kurdan etkilenmesinden dolayı pek çok sağlık şirketi zarara uğramıştır. Yaşanan küresel olaylar, uluslararası boyutlara tırmanan gelişmeler şirketlerin ekonomik anlamda etkilenmelerine sebep olmuştur.

4. Literatür Taraması

Antohti ve ark. (2022) gerçekleştirdiği çalışmada Romanya'da, Covid-19 salgınının sağlık sistemine finansal etkilerinin nedenleri üzerine bir araştırma yapılmış olup verilerin salgın hastalıklar, mali krizler veya enflasyon gibi olaylardan etkilenebileceği görülmüştür. Stratejik durumlarda planlamaların daha iyi yapılması, ilaç ve sağlık malzemeleri tedarikinin daha iyi planlanması gibi durumlar kriz yönetimi için yapılması gerekenlerden bazıları olduğu belirtilmiştir (Antohti vd., 2022: 10).

Bostan ve ark. (2023) tarafından gerçekleştirilen çalışmada Covid-19 salgınından daha fazla zarara uğrayan sektörler olarak karşımıza teknoloji ve ulaşım sektörü çıkmaktadır, daha az zarara uğrayan sektör olarak ise toptan ve perakende ticaret sektörü karşımıza çıkmaktadır. Bu durum, Türkiye'deki Covid-19 pandemisinin sektörler farklı şekillerde yansıdığını, her sektörün kendine özgü özelliklerine göre etkilendiğini göstermektedir. Salgın döneminde teknoloji sektöründeki yazılım ve donanım şirketlerindeki ürün kısıtlamaları nedeniyle talep azalırken, insanların belirsizlik durumunda bazı ürünleri stoklaması ve firmaların sürekli online sipariş alması sonucu toptan alışveriş ve perakende alım-satım sektöründe talep artmıştır. Ayrıca, şehirler arası ve uluslararası seyahat kısıtlamaları ile sosyal izolasyon tedbirleri ulaşım alanı üzerinde de etkili olduğu belirtilebilir (Bostan, Karadağ, 2023:497-512).

Ersoy ve ark. (2020) yaptığı çalışmada Covid-19 öncesinde oluşturulmuş fakat maliyet, yasal engeller gibi olumsuzluklar dolayısıyla uygulanmasında kısıtlılıklar yaşanan uygulamalar Covid-19 sonrasında gerekli düzenlemelerde kullanılmaya başlanmıştır. 'Telemedicine' gibi hastalıkların tanı konulmasını ve uzaktan muayeneyi mümkün kılan uygulamalar örnek gösterilebilir (Ersoy, Ersoy, 2022: 827-837).

Doğru (2023) tarafından yürütülen çalışmada, Rusya-Ukrayna Savaşı'nın gıda fiyatları ile mali piyasalar arasındaki bağlantılar araştırıldığında ve dünyada fosil yakıt üretiminde ilk sırada bulunan ve fosil yakıt ihracatçılarından olan Rusya'nın petrol ve gaz ihracatını azaltması ile Ukrayna limanlarına abluka uygulamasının etkilerine odaklandığı belirtilmiştir. Bu durum, Ukrayna'nın önemli tahıl üreticilerinden biri olmasına rağmen ürettiği tahılın diğer ülkelere gönderilememesine neden olmuştur. Petrol ve doğalgaz kaynaklı üretim maliyetlerindeki artış ve tedarik sıkıntılarının dolaylı gıda fiyatlarının yükselmesine sebep olduğunu göstermektedir. Savaş ortamı ve küresel çaptaki negatif olaylar, gıda tedarikini olumsuz yönde etkilemekte ve bu duruma bağlı olarak gıda üretim ücretlerinde artışa yol açmaktadır. Bu sebeple, gıda fiyatlarındaki artışın ekonomi ve finans sektöründe meydana getirdiği olumsuz etkileri azaltmak amacıyla yerel gıda üretiminin teşvik edilmesi gerekmektedir. Benzer şekilde, bu tür jeopolitik olaylar enerji piyasalarını da etkilemekte olup, üretim ve lojistik maliyetlerinde önemli bir etken olarak ekonomik faaliyetler ve finansal piyasalar üzerinde etkili olmaktadır (Doğru, 2023: 63-83).

Öztürk (2023) tarafından yapılan ve Rusya-Ukrayna Savaşı'nın uluslararası alanlarda ne gibi sonuçlar meydana getirebileceğini inceleyen çalışmada mevcut durumun sadece bu iki ülkeyi ilgilendirmediği, bölgesel ve küresel sorunlara yol açabileceğinin mümkün olduğu ortaya konmuştur (Öztürk, 2023: 449-462).

Solmaz (2022) tarafından yapılan çalışmada Covid-19 salgınının ve Rusya-Ukrayna Savaşı'nın Türkiye ekonomisine etkilerini ele almıştır. Salgın sürecinin etkilerinin azalmaya başladığı dönemlerde Rusya-Ukrayna Savaşı'nın baş göstermesiyle enflasyonun arttığını, ürünlerdeki arz talep dengelerinin değiştiğini ve tedarik zincirinin zarar gördüğünü belirtmiştir (Solmaz, 2022: 385-402).

Demirel (2024) tarafından yapılan çalışmada İsrail-Filistin çatışmasının Orta Doğu borsaları üzerindeki etkisi incelenmiş olup Birleşik Arap Emirlikleri, İsrail, Suudi Arabistan ve Kuveyt borsalarına ait CAR'lerin incelenen kalemlerde negatif ve istatistiksel olarak anlamlı oldukları görülmüştür. Belirtilen ülkelerin borsa endekslerine bakıldığında yatırımcılar için negatif getiriler sağladığı görülmektedir (Demirel, 2024: 116-131).

Altın (2023) çalışmasında, mevcut çatışmaların Avrupa Birliği'nin Akdeniz Politikaları üzerindeki etkilerini incelemiştir. Özellikle, "Avrupa-Akdeniz Ortaklığı" veya diğer adıyla Barcelona Süreci, Arap-İsrail çatışması nedeniyle olumsuz etkilenen projelerden biri olarak belirlenmiştir. Avrupa-Akdeniz Konferansları da Orta Doğu barış sürecindeki olumsuz gelişmelerden önemli derecede etkilenmiş ve başarısızlığa uğramıştır. Avrupa Birliği'nin Akdeniz'e yönelik politikalarından başarılı sonuçlar elde edebilmesi için Arap-İsrail sorunlarının çözüme kavuşturulması ve Birliğin bu alandaki etkinliğini arttırması gerektiği ifade edilmiştir. (Altın, 2023: 20-33).

5. Mali Tablolar Analizi

Mali tabloların mali analiz teknikleriyle analiz edilmesi ve analiz sonuçlarının yorumlanarak işletme hakkında bazı değerlendirmeler yapılması faaliyetlerini kapsar. Mali tablolar analizi farklı karar alıcıları tarafından değişik amaçlarla yapılabilmektedir. Bu amaçlar doğrultusunda mali tablolar analizi 4 farklı şekilde yapılmaktadır.

1. Eğilim (Trend) Yüzdeleri
2. Karşılaştırmalı Tablolar Analizi (Yatay)
3. Yüzde Yöntemi ile Analiz (Dikey)
4. Oran (Rasyo) Analiz

Trend Analizi

Eğilim yüzdeleri analiz tekniği işletmenin geçmiş dönemlerdeki durumlarını gösteren finansal tablo verilerinden hareketle işletmenin geleceği hakkında öngöründe bulunmak amacıyla uygulanmaktadır. Yapılan analiz ile gidişat ve artış/azalış belirlenmektedir. Bu yöntemin temel özelliklerinden biri bir baz yıl belirlenmekte ve o yıldaki tutar 100 olarak kabul edilmekte. Diğer yıllardaki tutar, baz yıla göre yüzde olarak hesaplanmaktadır. Bu sayede, yıllara göre mali tablolardaki kalemlerin artışı veya azalışı görülebilmektedir. Trend analizinde uzun inceleme dönemi daha başarılı sonuçlar vermektedir. Baz yıl ve karşılaştırılan yılın piyasa koşullarının aynı olması daha doğru sonuçlar vermektedir. Örneğin, ekonomik büyümenin yüksek olduğu bir dönemle durgunluk yaşanan bir dönemin trend analizinde karşılaştırılması doğru ve etkili sonuçlar vermeyebilir. Hesaplama " $\frac{\text{İlgili yıldaki kalem}}{\text{Baz yıl değeri}} * 100$ " formülü ile yapılmaktadır.

6. Gereç ve Yöntem

Bu çalışmada 2020/12 – 2023/12 tarihlerinde gelir tablosu bulunan ve piyasa değeri yüksekte alçağa doğru BİST şirketleri seçilmiştir. Çalışma kapsamında BİST’te yer alan Mlp Sağlık Hizmetleri A.Ş. (MPARK), Eis Eczacıbaşı İlaç Sınai Ve Finansal Yatırımlar Sanayi Ve Ticaret A.Ş. (ECILC), Deva Holding A.Ş. (DEVA), Turk İlaç Ve Serum Sanayi A.Ş.(TRILC), Selçuk Ecza Deposu Ticaret Ve Sanayi A.Ş. (SELEC), Lokman Hekim Engürüsağ Sağlık Turizm Eğitim Hizmetleri Ve İnşaat Taahhüt A.Ş.(LKMNH), Seyitler Kimya Sanayi A.Ş.(SEYKM) ve Rta Laboratuvarları Biyolojik Ürünler İlaç Ve Makine Sanayi Ticaret A.Ş. (RTALB) sağlık sektörü firmaları seçilmiştir (Tablo 1). Diğer firmaların yakın tarihte halka arz olmalarından dolayı önceki dönem finansal raporları mevcut değildir. Bu sebeple çalışmaya dahil edilmemiştir. İlgili firmaların finansal verileri Kamu Aydınlatma Platformundan (KAP) alınmıştır. Elde edilen veriler ile mali tablolar analiz yöntemlerinden trend analizi yöntemi tercih edilip bu yöntem ile analiz yapılmıştır.

MLP SAĞLIK HİZMETLERİ A.Ş.

Tablo 1. Borsa İstanbul'da İşlem Gören Seçili Sağlık Firmaları

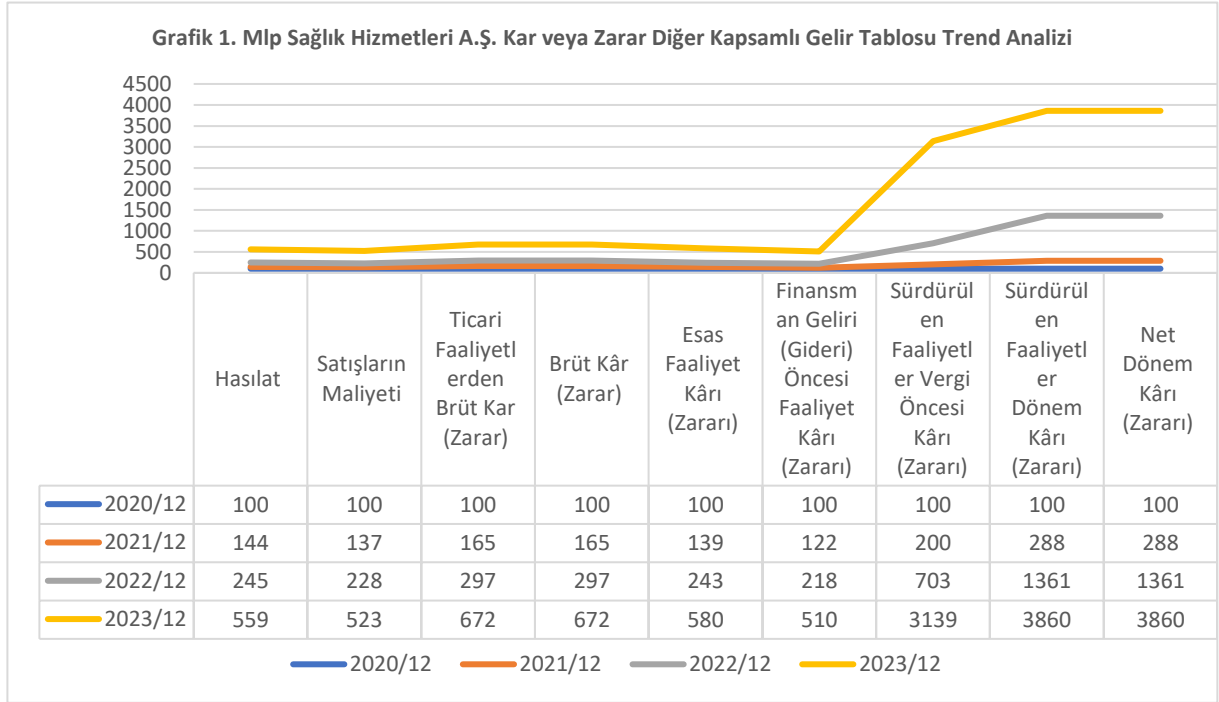
1	MPARK	MLP SAĞLIK HİZMETLERİ A.Ş.
2	ECILC	EİS ECZACIBAŞI İLAÇ SINAİ VE FİNANSAL YATIRIMLAR SANAYİ VE TİCARET A. Ş
3	DEVA	DEVA HOLDİNG A.Ş.
4	TRILC	TÜRK İLAÇ VE SERUM SANAYİ A.Ş.
5	SELEC	SELÇUK ECZA DEPOSU TİCARET VE SANAYİ A.Ş.
6	LKMNH	LOKMAN HEKİM ENGÜRÜSAĞ SAĞLIK TURİZM EĞİTİM HİZMETLERİ VE İNŞAAT TAAHHÜT A.Ş.
7	SEYKM	SEYİTLER KİMYA SANAYİ A.Ş.
8	RTALB	RTA LABORATUVARLARI BİYOLOJİK ÜRÜNLER İLAÇ VE MAKİNE SANAYİ TİCARET A. Ş

Tablo 2. Mlp Sağlık Hizmetleri A.Ş. Kar veya Zarar Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu

Kar veya Zarar ve Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu	2020/12	2021/12	2022/12	2023/12
Sunum Para Birimi	TL	TL	TL	TL
Finansal Tablo Niteliği	Konsolide	Konsolide	Konsolide	Konsolide
Hasılat	4.014.679.000	5.795.954.000	9.836.916.000	22.449.345.000
Satışların Maliyeti	-3.058.183.000	-4.216.994.000	-6.992.305.000	-16.018.962.000
Ticari Faaliyetlerden Brüt Kar (Zarar)	956.496.000	1.578.960.000	2.844.611.000	6.430.383.000
Brüt Kâr (Zarar)	956.496.000	1.578.960.000	2.844.611.000	6.430.383.000
Esas Faaliyet Kârı (Zararı)	753.606.000	1.053.052.000	1.837.674.000	4.371.685.000
Finansman Geliri (Gideri) Öncesi Faaliyet Kârı (Zararı)	869.733.000	1.061.895.000	1.896.239.000	4.439.091.000
Sürdürülen Faaliyetler Vergi Öncesi Kârı (Zararı)	185.511.000	371.885.000	1.304.401.000	5.824.940.000
Sürdürülen Faaliyetler Dönem Kârı (Zararı)	122.997.000	355.209.000	1.674.656.000	4.747.932.000
Net Dönem Kârı (Zararı)	122.997.000	355.209.000	1.674.656.000	4.747.932.000

Kaynak: <https://www.kap.org.tr/tr/sirket-finansal-bilgileri/4028e4a1462cc5dd01465c9550782baa>

Tablo 2'de 2020,2021,2022 ve 2023 yılında yayınlanan Mlp Sağlık Hizmetleri A.Ş.'nin 12 aylık Kar veya Zarar ve Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu verisi verilmiştir.



Grafik 1’de Mlp Sağlık Hizmetleri A.Ş.’nin 2020 yılı baz alınarak Trend analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre şirketin her yıl net karı artmaktadır. Ancak 2022 ve 2023 yılında meydana gelen artış diğer yıllara oranla daha yüksektir bu durum küresel yaşanan olaylar ve enflasyonun etkisinden kaynaklanabilmektedir.

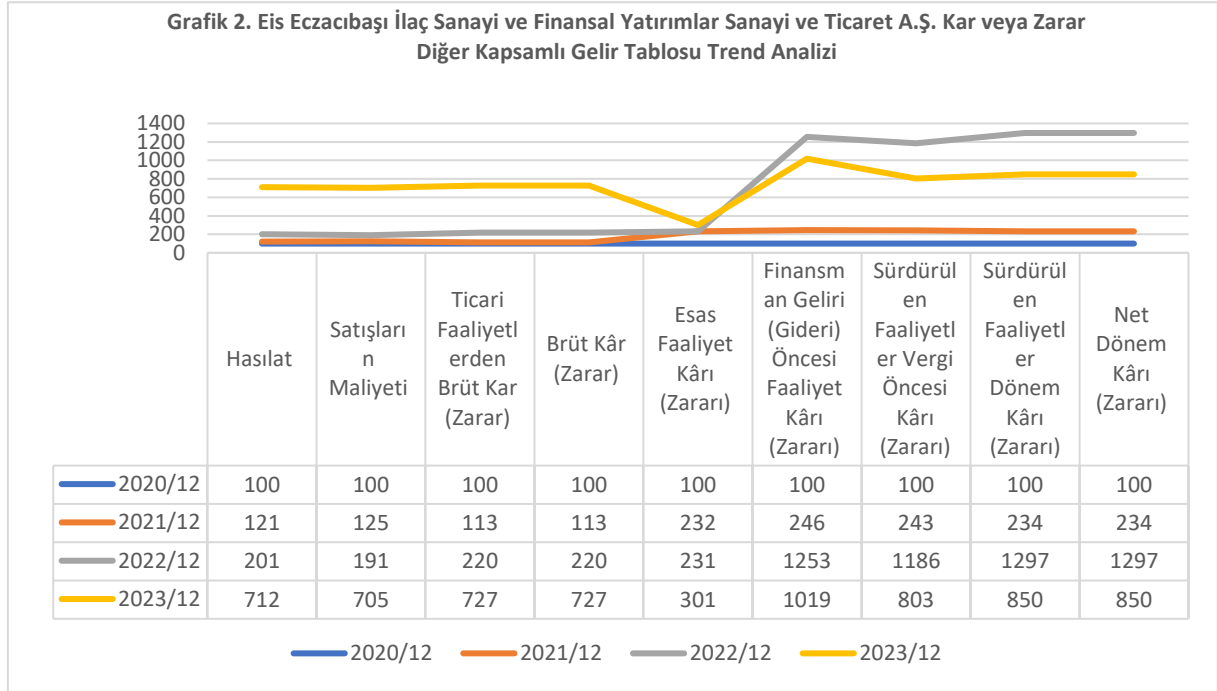
EİS ECZACIBAŞI İLAÇ SINAI VE FİNANSAL YATIRIMLAR SANAYİ VE TİCARET

Tablo 3. Eis Eczacıbaşı İlaç Sınai ve Finansal Yatırımlar Sanayi ve Ticaret A.Ş. Kar veya Zarar ve Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu

Kar veya Zarar ve Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu	2020/12	2021/12	2022/12	2023/12
Sunum Para Birimi	TL	TL	TL	TL
Finansal Tablo Niteliği	Konsolide	Konsolide	Konsolide	Konsolide
Hasılat	909.132.000	1.103.515.000	1.830.613.000	6.479.496.000
Satışların Maliyeti	-608.463.000	-762.136.000	-1.166.604.000	-4.291.709.000
Ticari Faaliyetlerden Brüt Kar (Zarar)	300.669.000	341.379.000	664.009.000	2.187.787.000
Brüt Kâr (Zarar)	300.669.000	341.379.000	664.009.000	2.187.787.000
Esas Faaliyet Kârı (Zararı)	297.205.000	691.053.000	687.080.000	894.759.000
Finansman Geliri (Gideri) Öncesi Faaliyet Kârı (Zararı)	379.319.000	933.495.000	4.754.656.000	3.865.575.000
Sürdürülen Faaliyetler Vergi Öncesi Kârı (Zararı)	385.966.000	939.479.000	4.578.561.000	3.102.125.000
Sürdürülen Faaliyetler Dönem Kârı (Zararı)	322.114.000	755.072.000	4.178.076.000	2.739.911.000
Net Dönem Kârı (Zararı)	322.114.000	755.072.000	4.178.076.000	2.739.911.000

Kaynak: <https://www.kap.org.tr/tr/sirket-finansal-bilgileri/4028e4a1415f4d99014160034b683108>

Tablo 3'te 2020,2021,2022 ve 2023 yılında yayınlanan Eis Eczacıbaşı İlaç Sanayi ve Finansal Yatırımlar Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin 12 aylık Kar veya Zarar ve Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu verisi verilmiştir.



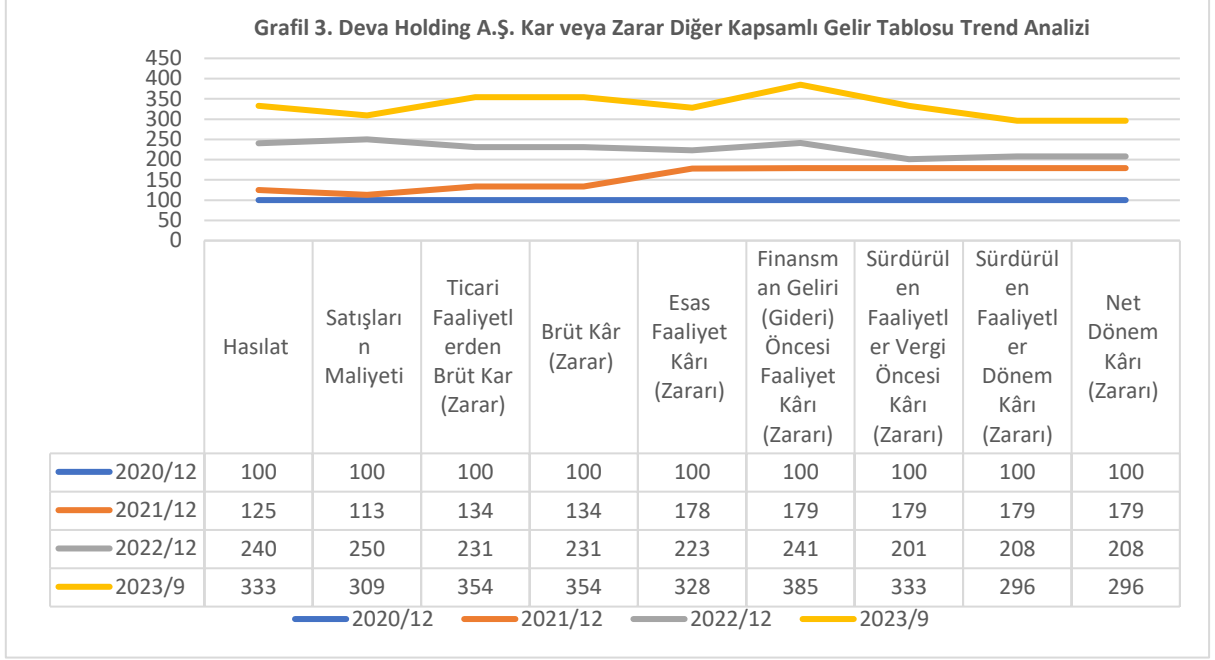
Grafik 2'de Eis Eczacıbaşı İlaç Sanayi ve Finansal Yatırımlar Sanayi ve Ticaret A.Ş. Kar veya Zarar ve Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu Trend Analizi yapılmıştır. Bu analiz sonucunda görüldüğü üzere Hasılat, Brüt Kar, Esas Faaliyet Kârı ve Net Dönem Kârı her yıl artış göstermektedir. Ancak 2023 yılında net dönem karı azalmıştır. Bu durum şirketin yükselen ivmesinde bir azalma olduğunu göstermektedir.

Tablo 4. Deva Holding A.Ş. Kar veya Zarar Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu

Kar veya Zarar ve Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu	2020/12 (TL)	2021/12 (TL)	2022/12 (TL)	2023/09 (TL)
Finansal Tablo Niteliği	Konsolide	Konsolide	Konsolide	Konsolide
Hasılat	1.863.328.501	2.330.367.791	4.477.917.313	6.216.840.315
Satışların Maliyeti	-852.464.567	-971.238.808	-2.134.079.546	-2.637.677.973
Ticari Faali. Brüt Kar (Zarar)	1.010.863.934	1.359.128.983	2.343.837.767	3.579.162.342
Brüt Kâr (Zarar)	1.010.863.934	1.359.128.983	2.343.837.767	3.579.162.342
Esas Faaliyet Kârı (Zararı)	756.522.986	1.353.282.819	1.690.685.072	2.483.707.050
Finansman Gel (Gideri) Öncesi Faaliyet Kârı (Zararı)	762.254.545	1.370.949.761	1.838.939.482	2.937.699.383
Sürdürülen Faaliyetler Vergi Öncesi Kârı (Zararı)	646.539.535	1.158.328.215	1.299.551.031	2.159.310.905
Sürdürülen F. Dön. Kâr (Zararı)	651.448.684	1.170.087.476	1.360.224.221	1.931.894.115
Net Dönem Kârı (Zararı)	651.448.684	1.170.087.476	1.360.224.221	1.931.894.115

Kaynak: <https://www.kap.org.tr/sirket-finansal-bilgileri/4028e4a140f2ed710141116ab1d60241>

Tablo 4’te 2020,2021,2022 12 aylık ve 2023 yılında yayınlanan 9 aylık Deva Holding A.Ş.’nin Kar veya Zarar ve Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu verisi verilmiştir.



Grafik 3’te Deva Holding A.Ş. Kar veya Zarar Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu Trend Analizi 2020 yılı baz alınarak incelenmiştir. Pandemiden sonra şirket olumlu yönde etkilenmiş ve tüm kalemlerde artış meydana gelmiştir. Meydana gelen savaş ve küresel sorunlar şirketin finansal tablolarında bir düşüşe sebep olmamıştır.

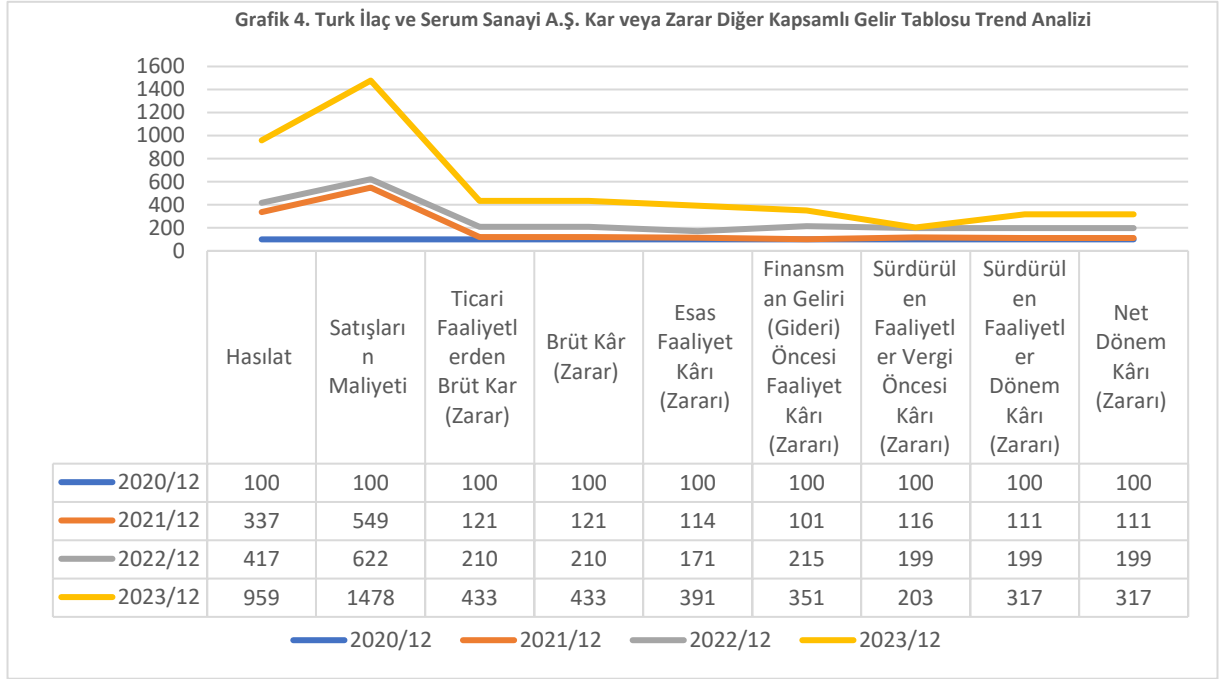
TURK İLAÇ VE SERUM SANAYİ A.Ş.

Tablo 5. Türk İlaç ve Serum Sanayi A.Ş. Kar veya Zarar Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu(Sunum Para Birimi TL)

Kar veya Zarar ve Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu	2020/12	2021/12	2022/12	2023/12
Finansal Tablo Niteliği	Konsolide Olmayan	Konsolide Olmayan	Konsolide Olmayan	Konsolide Olmayan
Hasılat	199.500.419	672.604.887	833.438.172	1.913.261.406
Satışların Maliyeti	-100.409.057	-552.239.046	-625.337.922	-1.484.124.608
Ticari Faaliyet. Brüt Kar (Zarar)	99.091.362	120.365.841	208.100.250	429.136.798
Brüt Kâr (Zarar)	99.091.362	120.365.841	208.100.250	429.136.798
Esas Faaliyet Kârı (Zararı)	65.990.824	75.835.705	113.420.691	258.624.127
Finansman Geliri (Gideri) Öncesi Faaliyet Kârı (Zararı)	73.630.234	74.768.356	158.488.295	258.508.154
Sürdürülen Faaliyetler Vergi Öncesi Kârı (Zararı)	40.260.706	46.855.638	80.299.010	82.120.170
Sürdürülen Faaliyetler Dönem Kârı (Zararı)	33.330.009	37.136.703	66.376.611	105.716.127
Net Dönem Kârı (Zararı)	33.330.009	37.136.703	66.376.611	105.716.127

Kaynak: <https://www.kap.org.tr/tr/sirket-finansal-bilgileri/8acae2c575a1b5b601773ec6c0030b66>.

Tablo 5'te 2020,2021,2022 ve 2023 yılında yayınlanan Türk İlaç ve Serum Sanayi A.Ş.'nin 12 aylık Kar veya Zarar ve Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu verisi verilmiştir.



Grafik 4'te Türk İlaç ve Serum Sanayi A.Ş. Kar veya Zarar Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu Trend Analizi 2020 yılı baz alınarak hesaplanmıştır. Tüm kalemler artış gösterirken Satışların Maliyeti kalemi diğerlerine göre daha fazla bir artış göstermektedir. Yıllara göre Hasılat kalemindeki artış diğer artışlara göre daha yüksek bir ivme halinde artmıştır.

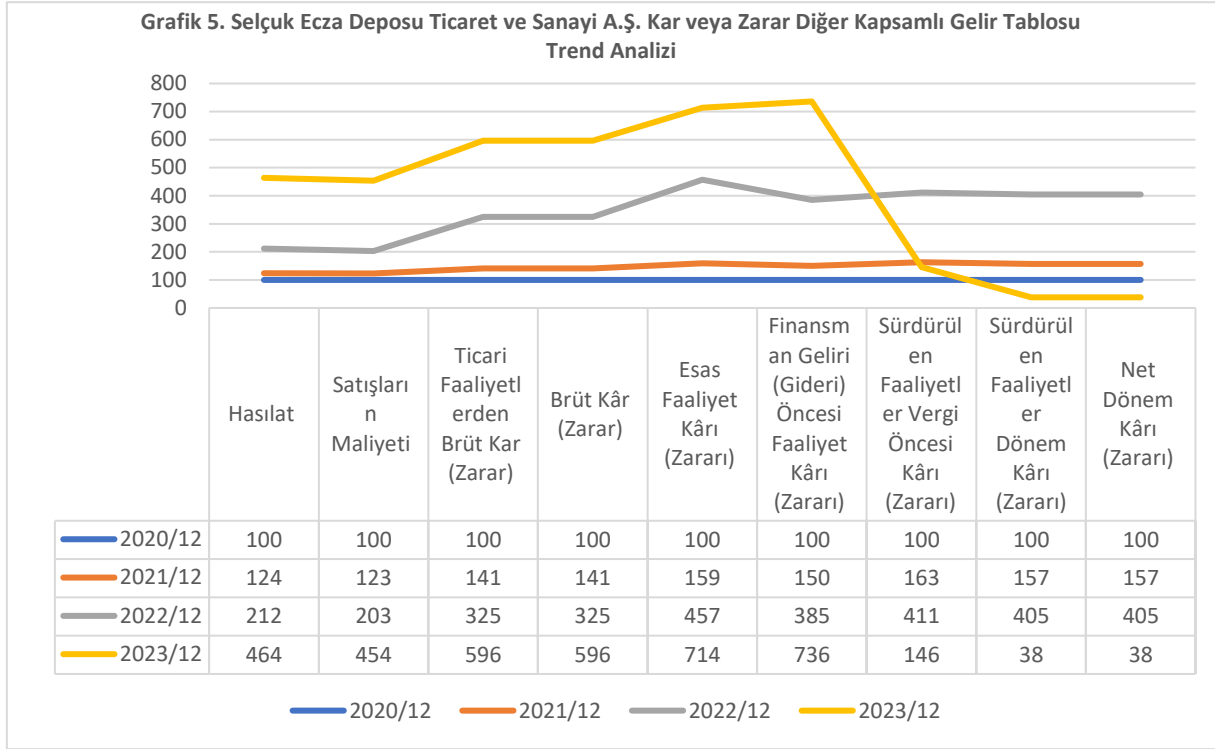
SELÇUK ECZA DEPOSU TİCARET VE SANAYİ A.Ş.

Tablo 6. Selçuk Ecza Deposu Ticaret ve Sanayi A.Ş. Kar veya Zarar Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu (Sunum Para Birimi TL)

Kar veya Zarar ve Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu	2020/12	2021/12	2022/12	2023/12
Sunum Para Birimi	TL	TL	TL	TL
Finansal Tablo Niteliği	Konsolide	Konsolide	Konsolide	Konsolide
Hasılat	21.027.099.075	26.214.644.330	44.712.209.723	97.719.059.416
Satışların Maliyeti	-19.490.961.819	-24.043.363.743	-39.704.797.969	-88.555.125.018
Ticari Faaliyetlerden Brüt Kar (Zarar)	1.536.137.256	2.171.280.587	5.007.411.754	9.163.934.398
Brüt Kâr (Zarar)	1.536.137.256	2.171.280.587	5.007.411.754	9.163.934.398
Esas Faaliyet Kârı (Zararı)	651.759.513	1.041.800.971	2.981.366.597	4.657.094.254
Finansman Geliri (Gideri) Öncesi Faaliyet Kârı (Zararı)	826.439.405	1.245.477.591	3.187.589.411	6.084.230.305
Sürdürülen Faaliyetler Vergi Öncesi Kârı (Zararı)	754.715.671	1.231.725.184	3.104.857.659	1.106.324.625
Sürdürülen Faaliyetler Dönem Kârı (Zararı)	586.798.396	922.717.606	2.381.380.426	223.223.700
Net Dönem Kârı (Zararı)	586.798.396	922.717.606	2.381.380.426	223.223.700

Kaynak: <https://www.kap.org.tr/sirket-finansal-bilgileri/4028e4a2416e697d01416ec00e101dce>

Tablo 6’da 2020,2021,2022 ve 2023 yılında yayınlanan Selçuk Ecza Deposu Ticaret ve Sanayi A.Ş.’nin 12 aylık Kar veya Zarar ve Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu verisi verilmiştir.



Grafik 5’te Selçuk Ecza Deposu Ticaret ve Sanayi A.Ş. Kar veya Zarar Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu Trend Analizi 2020 yılı baz alınarak hesaplanmıştır. Hasılat, Brüt Kar ve Esas Faaliyet Karı artış gösterirken Sürdürülen Faaliyetler Dönem Karı ve Net Dönem Karı 2023 yılında beklentinin altında kaldığı tespit edilmiştir.

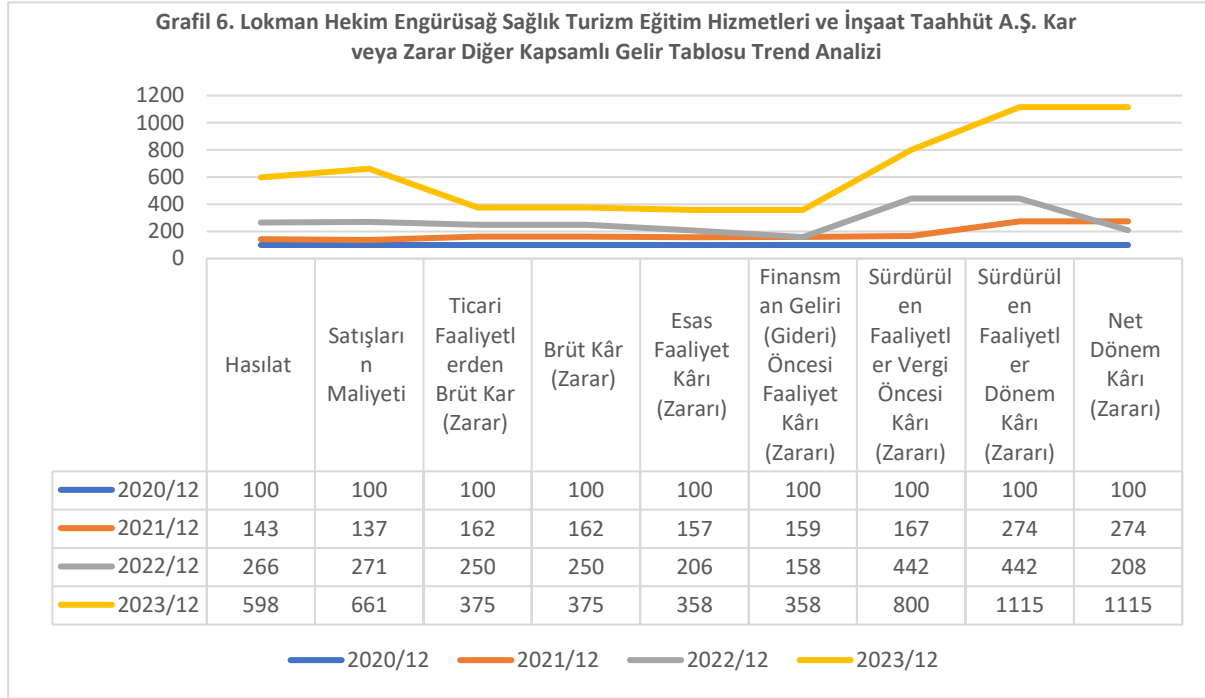
LOKMAN HEKİM ENGÜRÜSAĞ SAĞLIK TURİZM EĞİTİM HİZMETLERİ VE İNŞAAT TAAHHÜT A.Ş

Tablo 7. Lokman Hekim Engürüsağ Sağlık Turizm Eğitim Hizmetleri ve İnşaat Taahhüt A.Ş. Kar veya Zarar Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu (Sunum Para Birimi TL)

Kar veya Zarar ve Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu	2020/12	2021/12	2022/12	2023/12
Finansal Tablo Niteliği	Konsolide	Konsolide	Konsolide	Konsolide
Hasılat	316.730.031	453.454.826	845.061.628	1.895.545.623
Satışların Maliyeti	-246.450.141	- 339.129.424	-668.771.214	-1.631.420.496
Ticari Faaliyetlerden Brüt Kar (Zarar)	70.279.890	114.325.402	176.290.414	264.125.127
Brüt Kâr (Zarar)	70.279.890	114.325.402	176.290.414	264.125.127
Esas Faaliyet Kârı (Zararı)	49.575.006	77.897.950	102.371.174	177.496.471
Finansman Geliri (Gideri) Öncesi Faaliyet Kârı (Zararı)	49.891.857	79.653.317	102.919.183	178.629.318
Sürdürülen Faaliyetler Vergi Öncesi Kârı (Zararı)	36.443.574	61.097.911	57.666.269	291.732.913
Sürdürülen Faaliyetler Dönem Kârı (Zararı)	29.789.179	81.837.385	131.738.021	332.189.095
Net Dönem Kârı (Zararı)	586.798.396	922.717.606	2.381.380.426	223.223.700

Kaynak: <https://www.kap.org.tr/tr/sirket-finansal-bilgileri/4028e4a24158e42401415f1d4417412e>

Tablo 7’de 2020,2021,2022 ve 2023 yılında yayınlanan Lokman Hekim Engürüsağ Sağlık Turizm Eğitim Hizmetleri ve İnşaat Taahhüt A.Ş.’nin 12 aylık Kar veya Zarar ve Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu verisi verilmiştir.



Grafik 6’da Lokman Hekim Engürüsağ Sağlık Turizm Eğitim Hizmetleri ve İnşaat Taahhüt A.Ş. Kar veya Zarar Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu Trend Analizi 2020 yılı baz alınarak hesaplanmıştır. Elde edilen verilere göre 2022 yılında dünyada meydana gelen krizlerinde etkisiyle Net Dönem Karı 2021 yılına göre düşük gelmişken şirket 2023 yılında diğer dönemlere göre yüksek bir kar elde etmiştir.

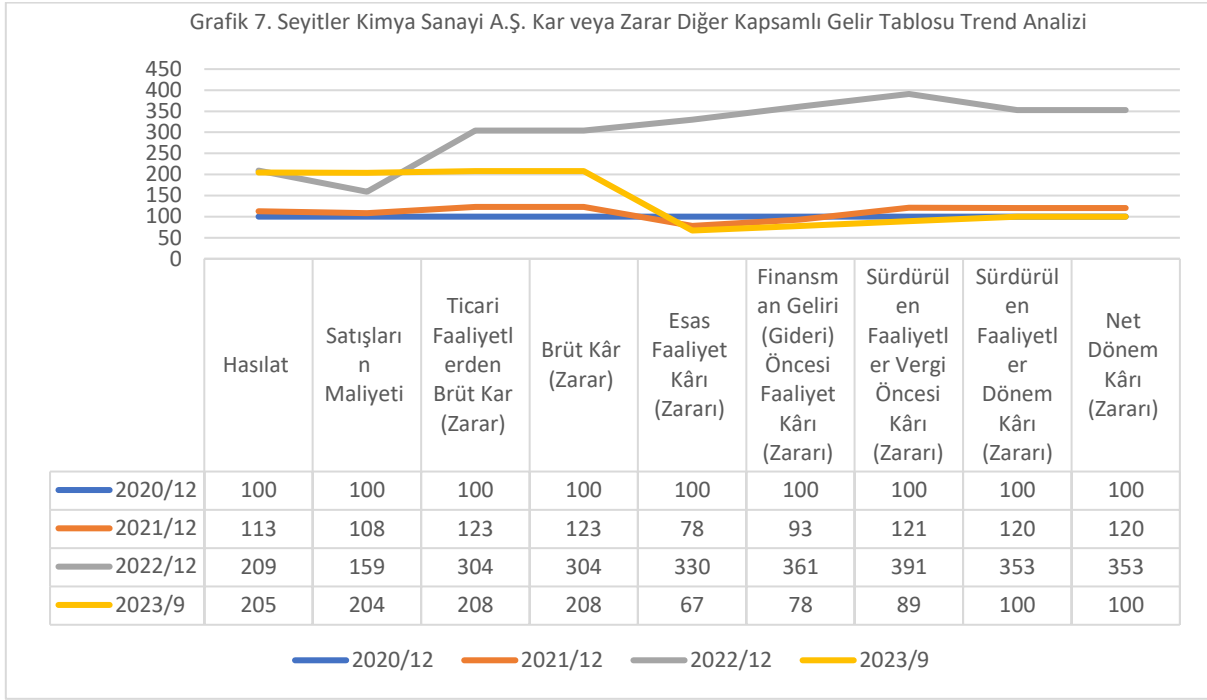
SEYİTLER KİMYA SANAYİ A.Ş

Tablo 8. Seyitler Kimya Sanayi A.Ş. Kar veya Zarar Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu (Sunum Para Birimi TL)

Kar veya Zarar ve Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu	2020/12	2021/12	2022/12	2023/12
Finansal Tablo Niteliği	Konsolide Olmayan	Konsolide Olmayan	Konsolide Olmayan	Konsolide Olmayan
Hasılat	52.900.792	60.194.381	110.996.712	108.778.239
Satışların Maliyeti	-34.718.459	-37.735.865	-55.543.062	-70.902.371
Ticari Faaliyetlerden Brüt Kar (Zarar)	18.182.333	22.458.516	55.453.650	37.875.868
Brüt Kâr (Zarar)	18.182.333	22.458.516	55.453.650	37.875.868
Esas Faaliyet Kârı (Zararı)	8.274.502	6.510.318	27.319.239	5.621.785
Finansman Geliri (Gideri) Öncesi Faaliyet Kârı (Zararı)	20.017.659	18.658.194	72.415.023	15.810.034
Sürdürülen Faaliyetler Vergi Öncesi Kârı (Zararı)	20.252.663	24.532.532	79.348.395	18.179.512
Sürdürülen Faaliyetler Dönem Kârı (Zararı)	20.196.676	24.338.154	71.434.759	20.258.550
Net Dönem Kârı (Zararı)	20.196.676	24.338.154	71.434.759	20.258.550

Kaynak: <https://www.kap.org.tr/sirket-finansal-bilgileri/402821824da3aa97014f16c428d14bcf>

Tablo 8’de 2020,2021,2022 ve 2023 yılında yayınlanan Seyitler Kimya Sanayi A.Ş.’nin 12 aylık Kar veya Zarar ve Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu verisi verilmiştir



Grafik 7’de Seyitler Kimya Sanayi A.Ş. Kar veya Zarar Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu Trend Analizi 2020 yılı baz alınarak yapılmıştır. Grafığe bakıldığında 2021 yılında Esas Faaliyet Kârı ve Finansman Geliri (Gideri) Öncesi Faaliyet Kârı (Zararı) hariç tüm kalemlerde artış meydana gelmiştir. 2022 yılında şirket güzel bir ivme yakalamış ve tüm kalemlerde büyük bir yükseliş görmüştür. Ancak 2023 yılında bu yükselişi devam ettirememiştir.

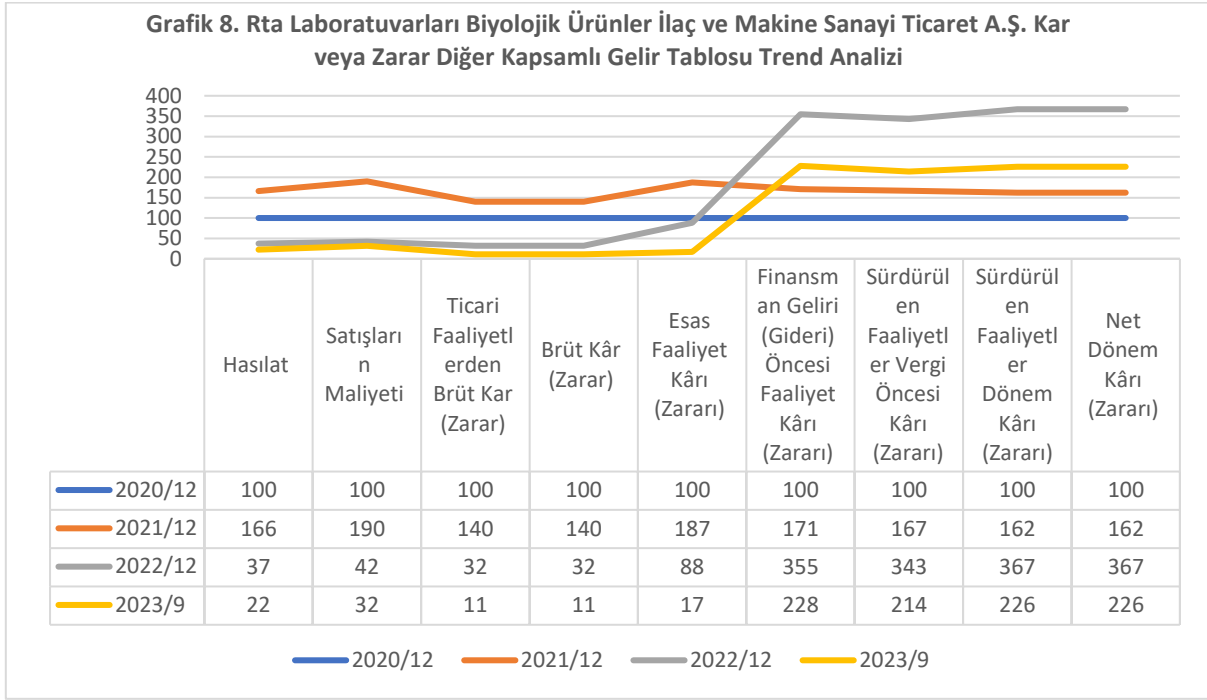
RTA LABORATUVARLARI BİYOLOJİK ÜRÜNLER İLAÇ VE MAKİNE SANAYİ TİCARET A.Ş.

Tablo 9. Rta Laboratuvarları Biyolojik Ürünler İlaç ve Makine Sanayi Ticaret A.Ş. Kar veya Zarar Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu (Sunum Para Birimi TL)

Kar veya Zarar ve Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu	2020/12	2021/12	2022/12	2023/12
Finansal Tablo Niteliği	Konsolide	Konsolide	Konsolide	Kons. Olmayan
Hasılat	230.441.888	384.341.641	86.025.988	51.473.704
Satışların Maliyeti	-119.539.151	-228.211.294	-50.374.366	-39.215.160
Ticari Faaliyetlerden B Kar (Zarar)	110.902.737	156.130.347	35.651.622	12.258.544
Brüt Kâr (Zarar)	110.902.737	156.130.347	35.651.622	12.258.544
Esas Faaliyet Kârı (Zararı)	49.323.222	92.659.782	43.438.413	8.728.077
Finansman Geliri (Gideri) Öncesi Faaliyet Kârı (Zararı)	89.266.628	153.302.794	317.619.880	203.650.727
Sürdürülen F.ler Vergi Ö K(Zararı)	87.988.991	147.359.697	302.476.928	189.117.266
Sürdürülen Faaliyetler D Kâ (Zararı)	78.398.129	127.300.637	287.938.191	177.943.057
Net Dönem Kârı (Zararı)	78.398.129	127.300.637	287.938.191	177.943.057

Kaynak: <https://www.kap.org.tr/sirket-finansal-bilgileri/4028e4a2486ec9ba0148c19eb7eb1933>

Tablo 9’da 2020,2021,2022 ve 2023 yılında yayımlanan Rta Laboratuvarları Biyolojik Ürünler İlaç ve Makine Sanayi Ticaret A.Ş.’nin 12 aylık Kar veya Zarar ve Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu verisi verilmiştir.



Grafik 8’de Rta Laboratuvarları Biyolojik Ürünler İlaç ve Makine Sanayi Ticaret A.Ş. Kar veya Zarar Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu Trend Analizi 2020 yılı baz alınarak yapılmıştır. 2021 yılında pandemi sonrası tüm kalemlerde artış meydana gelmiştir. 2022 yılında Hasılat, Satışların Maliyeti ve Brüt Kar düşerken, Net Dönem Karı artmıştır. 2023 yılında ise diğer yıllara göre yine yüksek iken 2022 yılına göre beklentiyi karşılayamamıştır.

Sonuç

2019 yılında ortaya çıkan Covid-19 tüm dünyada etkin bir salgın hareketi ortaya çıkmış ve küresel anlamda ülkeleri etkisi altına almıştır. Salgının olumsuz etkilerini azaltmak ve sürecin iyi yönetilebilmesi adına birtakım tedbirler alınmıştır. Bu kapsamda dezenfektan ve maske kullanımı, koruyucu sağlık ekipmanlarının toplu ortamlarda kullanılmaya başlanması, izolasyonun sağlanabilmesi ve hastalığın teşhisi amacıyla çeşitli mobil uygulamaların geliştirilmesi, aşı üretimi ve soğuk zincir lojistik hizmeti gibi birçok sağlık hizmetine ihtiyaç duyulmuştur. Küresel çapta bir sorun teşkil etmesine rağmen sağlık şirketlerinin finansal durumları incelendiğinde Covid-19 salgını sonrası şirketlerin mali tablolarının olumlu etkilendiği görülmektedir. Ancak bu olumlu hava uzun sürmemiştir. Ortaya çıkan Rusya-Ukrayna savaşı lojistik, hammadde, tahıl, değerli madenler, enerji ve petrol açısından tüm dünyada olumsuz etkiler meydana getirmiştir. Bu gelişmelerden dolayı çoğu sektörde olduğu gibi sağlık sektörünün ekonomik faaliyetlerinde dalgalanmalar görülmüştür. Yaşanan gelişmelerin yanı sıra İsrail-Filistin çatışmalarının şiddetlendiği ve bölgede yaşanan gerginlikleri tüm dünyaya yansıdığı görülmektedir. Savaş ortamından kaynaklı insani şartların olmayışı, gerekli yardımların ulaştırılamaması, uluslararası anlamda yapılan anlaşmaların iptal edilmesi, bölge ve çevresindeki tedarik zinciri ve lojistik faaliyetlerin kısıtlanması gibi durumlar gerilimin tırmanmasına ve sektörel anlamda dalgalanmaların yaşanmasına sebep olmuştur. Küresel çapta meydana gelen bu sorunlar ülkemizi finansal açıdan negatif yönde etkilemiştir. 2022 ve 2023 yılı yıllık enflasyonun artışı da sağlık sektöründe yer alan şirketleri olumsuz yönde etkilemiştir. Elde edilen sonuçlar neticesinde Covid-19’un sağlık sektöründe bulunan şirketleri finansal açıdan olumlu etkilerken, diğer yandan Rusya-Ukrayna savaşı, İsrail-Filistin çatışması ve yüksek enflasyon şirketlerde olumsuz yönde etkiler oluşturmuştur.

Çıkar Çatışması

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Yazar Katkı Oranı

Yazar katkı oranı eşit şekildedir.

Finansman

Finansman kullanılmamıştır.

Kaynaklar

- Altın, O. (2023). Arap-İsrail anlaşmazlığının AB'nin Akdeniz politikaları üzerindeki etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (50), 20-33.
- Antohti, V. M., Ionescu, R. V., Zlati, M. L., & Mirica, C. (2022). Approaches related to the effects of COVID-19 pandemics on financing of the healthcare system in Romania. *Frontiers in Public Health*, 10, 940021.
- Bostan, F., & Karadağ, M. (2023). Covid-19 pandemi krizinin türkiye ekonomisi üzerine sektörel etkileri: BIST sektör endeksleri örneği. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 24(2), 497-512.
- Demirel, S. (2024). İsrail-Hamas savaşının Orta Doğu borsalarına etkisinin olay çalışması metodolojisi ile incelenmesi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 12(1), 116-131.
- Doğru, E. (2023). Rusya-Ukrayna savaşının gıda fiyatları ile finansal piyasalar arasındaki bağlantılılık üzerine etkisi. *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(2), 63-83.
- Ersoy, H., & Ersoy, S. (2022). Covid-19 pandemisinin sağlık sektörüne etkileri ve yeni trendler. *MAS Journal of Applied Sciences*, 7(4), 827-837.
- Güneysu, Y. (2022). Rusya-Ukrayna savaşının BIST gıda, içecek endeksi üzerindeki etkisinin incelenmesi. *Hitit Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2), 361-372.
- Karpuz, E., & Koç, Y. D. (2022). Covid-19 Pandemisinin finansal piyasalar üzerindeki etkisi: Borsa İstanbul örneği. *Uluslararası Afro-Avrasya Araştırmaları Dergisi*, 7(14), 77-89.
- Kamu Aydınlatma Platformu, Bist Şirketleri, 30.02.2024 tarihinde <https://www.kap.org.tr/tr/bist-sirketler> adresinden alındı.
- Kamu Aydınlatma Platformu, Mlp Sağlık Hizmetleri A.Ş. Şirket Finansal Bilgileri, 30.02.2024 tarihinde <https://www.kap.org.tr/tr/sirket-finansal-bilgileri/4028e4a1462cc5dd01465c9550782baa> adresinden alındı.
- Kamu Aydınlatma Platformu, Eis Eczacıbaşı İlaç Sanayi ve Finansal Yatırımlar Sanayi ve Ticaret A.Ş. Şirket Finansal Bilgileri, 30.02.2024 tarihinde <https://www.kap.org.tr/tr/sirket-finansal-bilgileri/4028e4a1415f4d99014160034b683108> adresinden alındı.
- Kamu Aydınlatma Platformu, Deva Holding A.Ş. Şirket Finansal Bilgileri, 30.02.2024 tarihinde <https://www.kap.org.tr/tr/sirket-finansal-bilgileri/4028e4a140f2ed710141116ab1d60241> adresinden alındı.
- Kamu Aydınlatma Platformu, Turk İlaç ve Serum Sanayi A.Ş. Şirket Finansal Bilgileri, 30.02.2024 tarihinde <https://www.kap.org.tr/tr/sirket-finansal-bilgileri/8acae2c575a1b5b601773ec6c0030b66> adresinden alındı.
- Kamu Aydınlatma Platformu, Selçuk Ecza Deposu Ticaret ve Sanayi A.Ş. Şirket Finansal Bilgileri, 30.02.2024 tarihinde <https://www.kap.org.tr/tr/sirket-finansal-bilgileri/4028e4a2416e697d01416ec00e101dce> adresinden alındı.
- Kamu Aydınlatma Platformu, Lokman Hekim Engürüsağ Sağlık Turizm Eğitim Hizmetleri ve İnşaat Taahhüt A.Ş. Şirket Finansal Bilgileri, 30.02.2024 tarihinde <https://www.kap.org.tr/tr/sirket-finansal-bilgileri/4028e4a24158e42401415f1d4417412e> adresinden alındı.

- Kamu Aydınlatma Platformu, Seyitler Kimya Sanayi A.Ş. Şirket Finansal Bilgileri, 30.02.2024 tarihinde <https://www.kap.org.tr/tr/sirket-finansal-bilgileri/402821824da3aa97014f16c428d14bcf> adresinden alındı.
- Kılıç, Y. (2020). Borsa İstanbul'da COVID-19 (koronavirüs) etkisi. *JOEEP: Journal of Emerging Economies and Policy*, 5(1), 66-77.
- ÖZTÜRK, Ş. (2023). Rusya-Ukrayna savaşı üzerinden uluslararası sisteme dair bir değerlendirme. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (32 (Dicle Üniversitesi'nin 50. Yılına Özel 50 Makale)), 449-462.
- Sancak, S., & Şenol, A. (2023). Covid-19 ve Rusya-Ukrayna savaşının sağlık sektörüne finansal etkilerinin analizi: Bist şirketleri örneği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32(1), 107-120.
- Solmaz, M. (2022). 2002'den Covid-19 Pandemisine, Rus-Ukrayna savaşına Türkiye ekonomisinde enflasyon. *Journal of Social Sciences and Humanities*, 6(2), 385-402.
- Şahin, T., Gümüş, H., & Gençoğlu, C. (2021). Analysis of tweets related with physical activity during COVID-19 outbreak. *Journal of Basic and Clinical Health Sciences*, 5(1), 42-48.
- Şenol, A., Sancak, S., & Akkuş, H. (2023). COVID-19 pandemi sürecinin sağlık işletmelerine sektörel etkilerinin finansal analizi: Türkiye ilaç sektörü örneği. *Pamukkale Üniversitesi İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(3), 717-734.
- Tekin, A. (2021). Tarihten günümüze epidemiler, pandemiler ve ekonomik sonuçları. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (40), 330-355.
- Yayla, F., & Özer, G. (2022). Covid-19 salgınının BIST100 endeksinde yer alan şirketler üzerine etkisi: Veri zarflama analizi uygulaması. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(1), 15-29.



Kooperatiflere Yönelik Mali Teşvikler

İlhami SÖYLER (ORCID: 0000-0003-1909-6391), Prof. Dr.,
Beykent Üniversitesi, Hukuk Fakültesi, Mali Hukuk Ana Bilim Dalı, İstanbul, Türkiye;
ilhamisoyler@beykent.edu.tr.

Fiscal Incentives Directed To Cooperatives

Abstract

Cooperatives are established to provide economic, social and cultural cooperation among their members, have a wide application area in the world and in Turkey. In Turkey, cooperatives are counted among trading companies according to the Turkish Commercial Code. On the other hand, cooperatives are established either according to the Cooperatives Code No. 1163 or according to their own codes. Cooperatives have been provided with some tax and other fiscal incentives and facilities in accordance with the Cooperatives Code and tax regulations. In this article, the tax and other fiscal benefits provided by the Cooperatives Code and tax regulations will be explained and criticism suggestions will be made.

Keywords: Trading Company, Cooperative, Tax, Fiscal Incentives

Özet

Üyeleri arasında ekonomik, sosyal ve kültürel yardımlaşmayı sağlamak amacıyla kurulan kooperatifler, Dünyada ve Türkiye’de geniş bir uygulama alanına sahiptir. Ülkemizde kooperatifler Türk Ticaret Kanununa göre, ticaret şirketleri arasında sayılmıştır. Diğer taraftan kooperatifler ya 1163 sayılı Kooperatifler Kanununa ya da kendi özel kanunlarına göre kurulmaktadır. Kooperatiflere, Kooperatifler Kanunu ve vergi kanunları uyarınca bir takım vergisel ve diğer mali nitelikli teşvikler ve kolaylıklar sağlanmış bulunmaktadır. Bu makalede; ülkemizde kurulan kooperatiflere, gerek Kooperatifler Kanunu, gerekse vergi kanunları ile sağlanan vergi ve benzeri mali kolaylıklar açıklanarak, eleştiri ve öneriler sunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Ticaret Şirketi, Kooperatif, Vergi, Mali Teşvikler.

Giriş

Ekonomik, sosyal, kültürel ve benzeri amaçlara yönelik olarak ortaya çıkan kooperatif uygulaması, ülkemizde olduğu gibi hemen hemen Dünyanın her yerinde görülmektedir. Ticaret Bakanlığı istatistiklerine göre, 2021 yılı itibariyle ülkemizde 26 ayrı türde 84.000’in üzerinde kooperatif bulunmakta, bunların ortak sayısı ise 8.200.000 civarındadır. ICA (Uluslararası Kooperatifler Birliği) verilerine göre dünya genelinde 145 ülkede 2,6 milyon kooperatif bulunmakta, bunların ortak sayısı ise 1 milyarın üzerinde seyretmektedir.

Ortaklarının muhtelif gereksinmelerini uygun koşullarda gidermelerini temin etmek gayesiyle, kâr amacı dışında dayanışma ve yardımlaşma esasına yönelik olarak kurulan kooperatifler üñ bir takım vergisel ve benzeri mali teşvikler geliştirilmiştir. Bu makalede genel olarak kooperatiflerin mahiyeti (tanımı, çeşitleri, özellikleri ve şirketlerden farkları) açıklandıktan sonra bunlara sağlanan vergisel ve benzeri mali teşvikler değerlendirilerek önerilerde bulunulacaktır.

1. Kooperatiflerin Mahiyeti

Kooperatiflerin gerek Dünya ölçeğinde gerekse ülkemiz özelinde genel olarak dayanışma ve yardımlaşma esaslı olarak kurulmakta ve varlıklarını sürdürmektedir. Gerçekten de kooperatifler, ticaret şirketi olarak sayılsalar da amaçları ticaret yapmak veya kar elde etmek değildir. Bilakis, üyelerinin ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaçlarını kısa yoldan daha sağlıklı bir ortamda ve ekonomik olarak daha uygun şartlarda sağlamaktır. Bu noktada kooperatiflerin öne çıkan özelliği, ortaklarının ihtiyaçlarını karşılıklı yardım, dayanışma ve kefalet suretiyle sağlaması ve dolayısıyla daha çok sosyal yardımlaşma amacına yönelik olmasıdır.

Kooperatiflerin Ticaret Kanununa göre ticaret şirketi olarak sayılmalarının bir neticesi olarak Yargıtay İçtihadı Birleştirme Büyük Genel Kurulu’nun 12.11.2021 tarihli ve E:2020/2, K:2021/3 sayılı kararı ile bu durum teyit edilerek tüm kooperatiflerin tacir/ticaret şirketi olduğu vurgulanmıştır (Işık, 2021). Böylece kooperatifler de diğer tacir ve tacir sayılanlar gibi iflas hükümlerine tabi olacaklardır.

1.1. Kooperatifin Tanımı

Kooperatif sözcüğü Latince bir kelimedenden gelmektedir. Sözcük olarak birlikte çalışma, iş birliği gibi anlamları içermektedir. Kooperatif, Latince “co” ve “operative” kelimelerinin birleşmesinden türetilmiş olup, “co” birlikte, “operative” ise iş, çalışma, faaliyet gibi anlamlar içermektedir (Kara, 2003: 12). İki kelime birleştirildiğinde, birlikte çalışma, iş yapma, iş birliği gibi manalar taşımaktadır. Doktrinde kooperatif, insan ihtiyaçlarının karşılıklı yardımlaşma yoluyla giderilmesini sağlamak üzere ortaklarının çıkarlarını korumayı üstlenen ekonomik kuruluş olarak tanımlanmaktadır.

Uluslararası kuruluşların belgelerinde de kooperatif tanımı yapılmıştır. Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO)’ne göre kooperatif; ortak ekonomik, sosyal ve kültürel gereksinim ve özelemleri karşılamak üzere kişilerin gönüllü olarak birleşip birlikte sahip oldukları ve demokratik kurallara göre işlettikleri özerk bir işletmedir (Gökalp 2003: 66).

Uluslararası Kooperatifler Birliği (ICA)’nin dokümanlarında ise “kooperatif; kişilerin ortak ekonomik, sosyal ve kültürel gereksinim ve özelemlerini, müştereken sahip oldukları ve demokratik kurullarla yönettikleri bir işletme vasıtası ile karşılamak için gönüllü olarak oluşturulan özerk bir örgüttür.” şeklinde tanımlanmıştır (Mülayim, 2003: 67).

Kooperatif kavramı mevzuatımızda da tanımlanmış bulunmaktadır. 5520 sayılı Kurumlar Vergisi Kanununun 2.maddesinin (2) numaralı fıkrasında kooperatifler şöyle tanımlanmıştır:

“24.4.1969 tarihli ve 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu’na veya özel kanunlarına göre kurulan kooperatifler ile benzer nitelikteki yabancı kooperatifleri ifade eder.”

Kooperatif kavramının daha ayrıntılı bir yasal tanımı ise Kooperatifler Kanunu’nun 1. maddesinde yapılmış olup, aynen şöyledir:

“Tüzel kişiliği haiz olmak üzere ortaklarının belirli ekonomik menfaatlerini ve özellikle meslek ve geçimlerine ait ihtiyaçlarını işgücü ve parasal katkılarıyla karşılıklı yardım, dayanışma ve kefalet suretiyle sağlayıp korumak amacıyla gerçek ve tüzel kişiler tarafından kurulan değişir ortaklı ve değişir sermayeli ortaklıklardır.

6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu’nda ise sigorta kooperatiflerinin tanımı yapılmıştır. Söz konusu Kanunun 1402. Maddesine göre, birden çok kişinin birleşerek, içlerinden birinin, belli bir rizikonun gerçekleşmesi durumunda doğacak zararlarını tazmin etmeyi borçlanmaları karşılıklı sigortadır. Karşılıklı sigorta faaliyeti ancak kooperatif şirket şeklinde yürütülebilir. Aynı Kanunun 124. maddesinde kooperatifler, ticaret şirketi olarak nitelendirilmiştir.

Kooperatifler ve üst birlikleri, bu yönleriyle ülkede üretim, yatırım ve istihdam projeleri ile ekonomik faaliyetlerde etkinliği, rekabeti ve verimliliği artıran teşekküller olarak tezahür etmiştir (Zümbül, 2021).

1.2. Kooperatif Çeşitleri

Kooperatifler, 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu’na göre kurulan genel amaçlı kooperatifler ile diğer kanunlara göre kurulan özel amaçlı kooperatifler olarak iki ana kategoriye ayrılır.

1.2.1. Kooperatifler Kanununa Tabi Genel Amaçlı Kooperatifler

1163 sayılı Kooperatifler Kanunu’na göre kurulan genel amaçlı kooperatifleri beş ana grupta toplamak mümkündür (Çıkin & Karacan, 1994: 23).

1.2.1.1. Üretim Kooperatifleri

Belirli sayıda sınai veya tarımsal ürün üreticilerinin bir araya gelerek kurdukları kooperatif türüdür. Bu tür kooperatifler hammadde temininden ürünlerin değerlendirmesine kadar çok farklı amaçlarla kurulmaktadır. Tarım satış, sulama ve su ürünleri kooperatifleri bu gruba girmektedir.

1.2.1.2. Tüketim Kooperatifleri

Tüketici durumunda olan ortaklarına daha ucuz ve kaliteli mal ve hizmet sunmak amacıyla kurulmaktadır. Ülkemizde yaygın olarak gıda, giyim vb. konularda faaliyet yürütmektedirler. İşçi, memur ve esnaflarca yaygın olarak kurulmaktadır.

1.2.1.3. Yapı Kooperatifleri

Ortaklarının konut, işyeri ve yazlık mesken gibi gereksinmelerini karşılamak amacıyla kurulan kooperatiflerdir. Kooperatifin ömrü, inşaatın tamamlanıp yapının üyelere teslimi ile sınırlı bulunmaktadır.

1.2.1.4. Hizmet Kooperatifleri

Bu kooperatifler, taşıma, turizm, küçük sanat işleri, eğitim ve sağlık alanlarında hizmet vermektedirler. Ülkemizde en yaygını ise taşıma (nakliye) kooperatifçiliğidir.

1.2.1.5. Diğer Kooperatifler

Yukarıda sıralanan kooperatifler dışında yer alan kooperatiflerdir. Arsa temini ve tevzi (dağıtım), ecza, sınai ve zirai kalkınma gibi türleri bulunmaktadır.

1.2.2. Diğer Kanunlara Tabi Özel Amaçlı Kooperatifler

Diğer kanunlara göre kurulan özel amaçlı kooperatifleri üç ana başlıkta toplamak mümkündür.

1.2.2.1. Tarım Kredi Kooperatifleri

1581 sayılı Tarım Kredi Kooperatifleri ve Birlileri Kanununun 1. maddesine göre, söz konusu kanun hükümlerinden faydalanmak suretiyle üreticiler, aralarında ekonomik menfaatlerini korumak

ve özellikle meslek ve geçimleriyle ilgili ihtiyaçlarını sağlamak amacıyla karşılıklı yardım ilkesine dayanan ve tüzel kişiliği olan değişir ortaklı, değişir sermayeli tarım kredi kooperatifleri kurabilirler.

Bu esaslara göre kurulan bir veya birkaç il dahilindeki kooperatifler bölge birliklerini, en az beş bölge birliği de merkez birliğini oluşturmaktadırlar.

1.2.2.2. Tarım Satış Kooperatifleri

4572 sayılı Tarım Satış Kooperatif ve Birlikleri Hakkında Kanununun 1.maddesinin (2) numaralı fıkrasına göre, üreticiler; karşılıklı yardım, dayanışma ve kefalet suretiyle mesleki faaliyetleri ile ilgili ihtiyaçlarını sağlamak ürünlerini daha iyi şartlarda değerlendirmek ve ekonomik menfaatlerini korumak amacıyla aralarında sınırlı sorumlu, değişir sayıda ortaklı ve değişir sermayeli tüzel kişiliği haiz tarım satış kooperatifleri kurabilirler. Bunun için en az otuz üreticinin bir araya gelmesi gerekmektedir.

1.2.2.3. Sigorta Kooperatifleri

6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'nun 1402. Maddesine göre, birden çok kişinin birleşerek, işlerinden herhangi birinin belli bir rizikonun gerçekleşmesi durumunda doğacak zararlarını tazmin etmeyi borçlanmaları karşılıklı sigortadır. Karşılıklı (mütüel) sigorta faaliyeti ancak kooperatif şirket şeklinde yürütülebilir.

Diğer taraftan 5684 sayılı Sigortacılık Kanununun 3. maddesine göre ülkemizde faaliyet gösterecek sigorta şirketleri arasında kooperatif şeklinde kurulmuş sigorta şirketleri de sayılmıştır. Aynı maddeye göre kooperatif şeklinde kurulan sigorta şirketlerinin;

- Mütüel (karşılıklı) sigortacılık yapımları,
- Ortak sayısının en az iki yüz olması,
- Yöneticilerine ayrıcalık tanınmaması zorunludur.

Ülkemiz mevzuatına, yukarıda değinilen kanunlarla girmiş olan sigorta kooperatifçiliği (karşılıklı sigorta şirketi) uygulaması henüz uygulamaya girmemiştir (Söyler, 2021:14).

1.3. Kooperatifin Özellikleri

Kooperatifler, ortaklarının müşterek menfaatlerini gözeten kuruluşlar olmaları itibariyle birtakım özelliklere sahip bulunmaktadır. Bunlar aşağıda sıralanmıştır;

- Kooperatifler müşterek amaçlara hizmet ederler,
- Kooperatifler karlılık esasına göre kurulmasalar da birer işletmedirler,
- Kooperatiflerde demokratik yönetim esastır,
- Kooperatifler, gönüllü kuruluşlardır,
- Kooperatiflerde üyelerin sosyal ve ekonomik ihtiyaçları, en az maliyetle karşılanmaya çalışılır,
- Kooperatiflerde sermaye ve ortak sayısında üst limit yoktur,
- Kooperatiflere, ana sözleşmeye hüküm konularak aynı sermaye konulabilir,
- Kooperatiflere, gerçek kişiler yanında tüzel kişiler de ortak olabilir,
- Kooperatif tüzel kişiliği, borçlarından dolayı malvarlığı ile, ortaklar ise koydukları sermaye ile sınırlı sorumludurlar.

1.3.1. Kooperatifin Şirketten Farkları

Kooperatifler ortaklarının sosyal ve ekonomik çıkarlarını gözetmek amacıyla kurulmuş olsalar da tamamıyla karlılık esasına göre kurulan şirketlerden farklı yönleri bulunmaktadır.

- Kooperatiflerde sermaye yerine insan odaklı bir anlayış söz konusudur,

- Kooperatiflerde kuruluş ve yönetim sorumluluğu, gönüllülüğe dayanır,
- Kooperatiflerde sermaye üst limiti yoktur,
- Kooperatifler; satılamaz, devredilemez,
- Kooperatifler, daha ziyade bir yerel hizmet birimleridir,
- Kooperatifler; kar için değil, yardımlaşma ve dayanışma için kurulurlar,
- Kooperatiflerde ortakların hisseleri eşit iken, şirketlerde değişkendir,
- Kooperatiflerde muameleler kural olarak ortaklarla yapılırken, şirketlerde tamamen ortaklar dışında cereyan eder.

Ülkemizde kooperatifçiliğin üç ayrı kanunla düzenlenmesi ve devletin etkin bir gözetim/denetim mekanizması kurmuş olması, esas itibariyle sivil bir inisiyatif olan kooperatifçilik ruhuyla çelişki oluşturmaktadır. Devlet güdümlü bir kooperatifçiliğin siyaset kurumunca suiistimaleaçık bir kapı araladığında kuşku bulunmamaktadır.

Bu anlayış yerine; sivil, demokratik, şeffaf ve katılımcılık temelinde bir kooperatif kültürünün hayata geçirilmesi elzem bulunmaktadır.

1.4. Kooperatiflere Sağlanan Mali Teşvikler

Ülkemizde faaliyet gösteren kooperatiflere gerek vergi kanunları ile gerekse Kooperatifler Kanunu'nun 93. maddesi ile vergisel ve benzeri bir takım mali teşvikler sağlanmış bulunmaktadır. Kooperatiflere sağlanan iktisadi, mali ve diğer teşviklerin dayanağı Anayasa'mızın 171.maddesine dayanmaktadır. Söz konusu madde aynen şöyledir:

“Devlet, milli ekonominin yararlarını dikkate alarak öncelikle üretimin artırılmasını ve tüketicinin korunmasını amaçlayan kooperatifçiliğin gelişmesini sağlayacak tedbirleri alır.”

Bu çerçevede kooperatiflere sağlanan vergi ve benzeri mali teşvikler aşağıda açıklanmıştır.

1.4.1.Kurumlar Vergisi Muafiyeti

5520 sayılı Kurumlar Vergisi Kanununun 1. ve 2. maddelerinde kooperatifler, kurumlar vergisinin mükellefi olarak sayılmıştır. Kanunun 4. maddesi 1. fıkrasının (k) bendinde ise tüketim vetaşımıcılık kooperatifleri hariç olmak üzere;

- Ana sözleşmelerinde sermaye üzerinden kazanç dağıtılmaması,
- Yönetim kurulu başkan ve üyelerine kazanç üzerinden pay verilmemesi,
- Yedek akçelerin ortaklara dağıtılmaması,
- Sadece ortaklarla iş görülmesi,
- Bu düzenlemelere de fiilen uyulması ve
- 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu'nun 93. maddesinin 4. fıkrası uyarınca da kooperatif

üstkuruluşlarına da üye olmaları,

koşuluyla kooperatifler kurumlar vergisinden muaf tutulmuştur.

Söz konusu muafiyet sayesinde; kooperatifler kâr amacı taşımadıklarından, kamu kurumuna benzetilmiş, makroekonomik olarak fiyat istikrarına katkıları desteklenmiş, sosyal devlet ilkesi gereğince ekonomik gücü zayıf kitleler korunmuş olmaktadır (Fer, 1970: 6).

Ne var ki, kurumlar vergisi muafiyeti bakımından tüketim ve taşımacılık kooperatiflerinin kategorik olarak kapsam dışı tutulması, Anayasa'mızın kooperatifçiliğin geliştirilmesi başlıklı 171. maddesine ve tüketicilerin korunması başlıklı 172. maddesine uygun düşmemektedir.

Diğer taraftan, kooperatiflerin kurumlar vergisinden muafiyet koşulları bağlamında birkaç hususun aydınlatılması elzem bulunmaktadır. Bunlardan birisi; yapı kooperatiflerinde ortağın hissesini ortak dışı birine devretmesi, ikincisi; kooperatif arsasının kamulaştırılması halinde bu işlemlerin “ortak dışı” işlem sayılıp sayılmamasıdır. Her iki durumda da bu hallerin oluşmasında

kooperatif tüzel kişiliğinin bir iradesi olmadığından bunların ortak dışı işlem sayılmaması, yani muafiyetin devam ediyor olmasıdır (Vural, 2007: 46).

Vergi idaresinin 05.01.2004 tarihli ve 4658 sayılı Özelgesi de bunu doğrulamaktadır. Üçüncüsü de kooperatif adına tescilli arsaların müteahhide kat karşılığı verilerek her bir hisse için bir konut veya işyeri elde edilmesi halinde de bunun ortak dışı bir işlem sayılmayarak vergi muafiyetinin devam ediyor olmasıdır (Üstün & Hak, 2020: 84).

1.4.2. Kurum Kazanç Risturn İstisnası

Risturn, sözcük olarak, geri verme, iade anlamında bir kelimedir. Uluslararası Kooperatifler Birliği (ICA) 1937 yılında kabul ettiği ilkelerin birinde, fazlanın alım-satım oranında ortaklar arasında paylaşılması şeklinde ifade edilmiştir (Koçtürk, 2016: 126).

Kurumlar Vergisi Kanununun 5. maddesinin (1) numaralı fıkrasının (i) bendine göre; kooperatif ortaklarının yönetim gideri karşılığı olarak ödedikleri paralardan harcanmayarak iade edilen kısımlar ile tüketim kooperatiflerinde, ortakların kişisel ve ailevi gıda ve giyecek ihtiyaçlarını karşılamak için satın aldıkları malların değerine, üretim kooperatiflerinde, ortakların üretmek kooperatife sattıkları veya kooperatiften üretim faaliyetinde kullanmak üzere satın aldıkları malların değerine, kredi kooperatiflerinde ise ortakların kullandıkları kredilere göre hesaplanan risturnler kurumlar vergisinden istisna edilmiştir.

Söz konusu risturnlerin ortaklara dağıtımı kar dağıtımı olarak sayılmamakta, bunların aynı olarak mal ile ödenmesi istisnaya engel olmamaktadır. Diğer taraftan ortak dışı kişilerle yapılan işlemler ile ortaklarla ortaklık statüsü dışında yapılan işlemlerden doğan kazançlara risturn istisnası uygulanmamaktadır.

1.4.3. K.D.V'ye Yönelik İstisnalar

3065 sayılı Katma Değer Vergisi Kanununda kooperatiflere ve üst birliklerine yönelik üç istisna bulunmaktadır. Bu çerçevede;

- Katma Değer Vergisi Kanununun 17. maddesinin (1) numaralı fıkrasının (a) ve (b) işaretli bentlerine göre, tarımsal amaçlı kooperatiflerin; ilim, fen ve güzel sanatları, tarımı yaymak, ıslah ve teşvik etmek amacıyla yaptıkları teslim ve hizmetleri ile kültür ve eğitim faaliyetleri,

- Katma Değer Vergisi Kanununun 17. maddesinin (4) numaralı fıkrasının (h) işaretli bendine göre, tarımsal kooperatiflerce yapılan arazi ıslahına ait hizmetler,

- Katma Değer Vergisi Kanununun geçici 15. maddesine göre, bu Kanunun yürürlük tarihinden (1.1.1985) önce bina inşaat ruhsatı alınmış inşaatlara ilişkin olarak konut yapı kooperatiflerine yapılan inşaat ve taahhüt işleri,

KDV'den istisna edilmiştir.

1.4.4. Emlak Vergisine Yönelik İstisnalar

1319 sayılı Emlak Vergisi Kanunu'nun 4. maddesinin (1) numaralı fıkrasının (p) işaretli bendine göre, kiraya verilmemek şartıyla; tarım kredi kooperatifleri, tarım satış kooperatifleri, 1163 sayılı Kanuna uygun olarak kurulan kooperatifler ve bu kooperatiflerin kuracağı kooperatif birlikleri, kooperatif merkez birlikleri ve Türkiye Milli Kooperatifleri Birliğinin ve Türk Kooperatifçilik Kurumunun sahip oldukları kendi hizmet binaları bina vergisinden daimî olarak muaf tutulmuştur.

1.4.5. Gider Vergilerine Yönelik İstisnalar

Gider vergilerine yönelik istisnaların bir kısmı Kooperatifler Kanunu'nun 93. maddesinde, bir kısmı da 6802 sayılı Gider Vergileri Kanunu'nun 29. maddesinde yer almaktadır.

1.4.6. Kooperatifler Kanununda BSMV İstisnası

Kooperatifler Kanunu'nun 93. maddesinin 1. fıkrasının (a) bendine göre; kooperatifler, birbirlerinden ve ortaklarından aldıkları faiz ve komisyonlar ile ortaklarına kefalet etmeleri dolayısıyla bunlardan aldıkları paralar Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisinden (BSMV) muaf tutulmuştur.

1.4.7. Gider Vergileri Kanununda BSMV İstisnası

Gider Vergileri kapsamındaki istisnaları üç başlıkta açıklamak gerekmektedir.

1.4.7.1. Esnaf ve Kefalet Kooperatiflerine Yönelik BSMV İstisnası

Gider Vergileri Kanunu'nun 29. maddesinin 1. fıkrasının (m) bendine göre, esnaf ve kefalet kooperatiflerinin ortaklarından masraf karşılığı adıyla aldığı paralar BSMV'den istisna edilmiştir.

1.4.7.2. Konut Kredilerine Yönelik BSMV İstisnası

Gider Vergileri Kanunu'nun 29. maddesinin 1. fıkrasının (r) bendine göre, kooperatifler aracılığı ile TOKİ ve bankalarca açılan konut kredileri için lehe alınan paralar BSMV'den istisna edilmiştir.

1.4.7.3. Sigorta Kooperatiflerine Yönelik BSMV İstisnaları

Gider Vergileri Kanunu'nun 29. maddesinin 1. fıkrasının (e), (f), (i), (j), (l), (u) bentlerine göre, sigorta, reasürans ve emeklilik kooperatiflerinin, münhasıran bu işlemlere yönelik lehlerine aldıkları paralar BSMV'den istisna edilmiştir (Söyler, 2018:154).

1.4.8. Damga Vergisine Yönelik İstisnalar

Kooperatiflere yönelik olarak hem Kooperatifler Kanunu'nda hem de 488 sayılı Damga Vergisi Kanunu'nda istisnalar bulunmaktadır.

1.4.8.1. Kooperatifler Kanunu'nda Damga Vergisi İstisnası

Kooperatifler Kanunu'nun 93. maddesinde kooperatiflere yönelik olarak iki istisna mevcuttur:

- Bunlardan biri Kanunun 93. maddesinin 1. fıkrasının (b) bendinde yer almaktadır. Buna göre, her nevi defterlerin ve ana sözleşmelerin tasdiki ile açılış tasdiklerinde sayfaların mühürlenmesi damga vergisinden istisna edilmiştir. Bunun için kooperatifin üst birliği kaydı gerekmemektedir.

- Diğeri ise aynı maddenin 1.fıkrasının (e) bendine göre; ortaklıktan çıkmak isteyen kişinin, yönetim kurulunca bu isteğinin reddedilmesinin ardından, ortağın noter aracılığı ile kooperatife gönderdiği bildirim (ihtarnamenin) damga vergisinden istisna edilmesidir.

1.4.8.2. Damga Vergisi Kanununda İstisnalar

488 sayılı Damga Vergisi Kanununun 9. maddesine göre, bu Kanuna ekli (2) sayılı tabloda yazılı kağıtlar damga vergisinden istisna edilmiştir. Söz konusu tabloda kooperatiflere yönelik iki istisna bulunmaktadır.

- Bunlardan biri tablonun V/15. sırasına göre; tarım satış kooperatifleri ve birlikleri, sulama kooperatifleri ile tarım satış kooperatiflerinin her türlü muamelelerinde düzenlenen ve damga vergisi bunlar tarafından ödenmesi gereken kâğıtların,

- Diğeri de tablonun V/18. sırasına göre; Türkiye Halk Bankasının, esnaf kefalet ve küçük sanat kooperatifleri ve ortakları, bu kooperatiflerin kendi ortakları ile münasebetlerinde tanzim olunacak borç senetleri, borç ödeme makbuzları, ipotek ve rehin senetlerinin, damga vergisinden istisna edilmesidir.

1.4.9. Harçlara Yönelik İstisnalar

Kooperatiflere yönelik olarak hem Kooperatifler Kanunu'nda hem de 492 sayılı Harçlar Kanununda birtakım istisnalar bulunmaktadır.

1.4.9.1. Kooperatifler Kanunu'nda Harç İstisnası

Yukarıda 2.6.1 ayırımında belirtilen damga vergisine yönelik işlemlere uygulanan istisnalar, Kooperatifler Kanunu'nun 93. maddesinin 1. fıkrasının (b) ve (e) bentlerine göre noter harçları için

de geçerli bulunmaktadır.

1.4.9.2. Harçlar Kanununda İstisna

Harçlar Kanununun 123. maddesinin 3. fıkrasına göre, anonim, eshamlı komandit, limitet şirketler ile kooperatiflerin sermaye artırımını, birleşme, devir ve nevi değişiklikleri ile işlemler de her türlü harçtan istisna edilmiş bulunmaktadır.

1.4.10. Belediye Gelirlerine Yönelik İstisna

2464 sayılı Belediye Gelirleri Kanununun ek 2. Maddesinin 1. fıkrasının (e) bendine göre; kooperatifler eliyle, ana sözleşmelerine uygun olarak yapılan sanayi ve küçük sanayi siteleri ile esnaf çarşıları, bina inşaat harcından istisna edilmiştir.

1.4.11. Diğer Mali Teşvikler

Yukarıda açıklanan vergisel teşvikler yanında kooperatiflere yönelik, birtakım mali teşviklerde bulunmaktadır. Bunlar ortaklarının çoğunluğu kadın veya engelli olan kooperatiflere yönelik teşviklerdir. Bu çerçevede;

Ortaklarının çoğunluğu kadınlardan oluşan ve kadın emeğinin değerlendirilmesi amacıyla kurulan kooperatifler ile ortaklarının çoğunluğu engellilerden oluşan kooperatiflerin, Kooperatifler Kanunu ile 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu gereğince tescil ve ilana tabi işlemlerinden ücret alınmadığı gibi, ilana tabi olanlar da Türkiye Ticaret Sicili Gazetesinde ücretsiz olarak yayımlanmaktadır. Kooperatifler Kanunu'nun 93. maddesinin 1. fıkrasının (5) numaralı bendine göre, bu kooperatiflerden TOBB kayıt ücreti, yıllık aidat ve münzam aidat da alınmamaktadır.

Kooperatiflere yönelik genel mevzuat yanında mali mevzuatın (bilhassa vergi mevzuatının) da çok sayıda ve karmaşık hükümler içermesi, bu alanda muğlak (belirsiz) bir yapı oluşturmakta ve gelişmeleri olumsuz yönde etkilemektedir. Bu noktada başta tarım kooperatifleri olmak üzere tüm kooperatiflerde ve üst birliklerinde iletişime elverişli şeffaflığı (mali saydamlık dahil) ön plana çıkaran hesap verilebilir ortak bir kültüre ihtiyaç bulunmaktadır (Söyler, 2018:154).

Sonuç

Kooperatiflere yönelik vergisel ve diğer mali teşviklerin ele alındığı bu makalede, aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Genel olarak; kooperatif mevzuatının çok sayıda Kanunla düzenlenmiş olmasının ve birçok kurumu ilgilendirmesinin uygulamada, bürokrasiye ve siyasi ranta açık kapı araladığı görülmektedir. Üstelik sivil bir inisiyatif olması gereken kooperatifçiliğin, büyük ölçüde devletin vesayetinde sürdürülmesi bu olumsuzluğu daha da derinleştirmektedir.

Özel olarak; kooperatiflere yönelik vergi mevzuatının da son derece dağınık ve karmaşık bir yapı arz etmesi, bu alanda muğlaklığı (belirsizliği) bir kat daha artırmaktadır. Vergisel teşviklerin bir kısmının Kooperatifler Kanunu ile, önemli bir kısmının vergi kanunları ile, kalan kısmının da belediye mevzuatı ile düzenlenmesi bunu teyit etmektedir. Yine bu çerçevede, tüketim ve taşımacılık sektörlerinde faaliyet yürüten kooperatiflerin kategorik olarak, kurumlar vergisi muafiyeti dışında tutulması, hem Anayasa'mızın kooperatifçiliğin geliştirilmesi başlığını taşıyan

171. maddesine, hem de tüketicilerin korunması başlıklı 172. maddesine uygun düşmektedir. Tüketicinin korunması aynı zamanda Anayasamız 'da ifadesini bulan sosyal devlet anlayışının da bir gereğidir. Taşımacılık ise lojistik sektörünün lokomotifini olup, üretilen mal ve hizmetlerin ekonomik ve süratli bir şekilde tüketicilerin istifadesine sunulması açısından son derece kilit bir faaliyettir.

Bu itibarla, hem kooperatiflerle ilgili genel mevzuatın (kooperatif yasaları ve ikincil

düzenlemelerinin), hem de vergi mevzuatının sade, anlaşılır ve yeknesaklığı sağlayacak şekilde yeniden ele alınması, şeffaflık ve hesap verilebilirlik temelinde, uzlaşya bağlı yatay karar alma süreçlerinin hayata geçirilmesi, ayrıca ayrımcı vergilendirme rejimine son verilerek, tüketim ve taşıma kooperatiflerine de diğerlerine öngörülen şartlar dahilinde muafiyet imkânı sağlanmalıdır.

Çıkar Çatışması

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Yazar Katkı Oranı

Yazar katkı oranı eşit şekildedir.

Finansman

Finansman kullanılmamıştır.

Kaynaklar

- Çıkin, A. & Karacan, A. R. (1994). *Genel kooperatifçilik*. Ege Üniversitesi Basımevi.
- Fer, M. (1970). *Kooperatiflerde muafiyetler, kooperatiflerin durumu ve sorunları*. Türk Kooperatifçilik Kongresi, Ankara.
- Hatipoğlu, İ. O. (2022). *Tarım kooperatifçiliğinin temel sorunu*. Dünya Gazetesi, (14.05.2022).
- Işık, Ü. (2021). Kooperatiflerin tacir olup olmadığına yargıtay son noktayı koydu. *Dünya Gazetesi*, (09.04.2021).
- Kara, M. (2003). *Kooperatifçilik*. Eduser Yayıncılık, Bolu.
- Kızıllaşan, H. & Menek, M. (2009). Kooperatiflerin hukuki statüsü ve vergiler karşısındaki durumu. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 2.
- Koçtürk, M. (2016). Türkiye’de kooperatiflerin vergilendirilmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 2.
- Mülayim, Z. G. (2003). *Kooperatifçilik*. Yetkin Yayınevi, Ankara.
- Söyler, İ. (2018). *Tüm yönleriyle tekafül (İslami Sigorta)*. Adalet Yayınevi, Ankara.
- Söyler, İ. (2021). Katılım sigortacılığının hukuki açıdan değerlendirilmesi. *Regesta Ticaret Hukuku Dergisi*, 16 (2).
- Üstün, Y. & Hak, İ. (2020). *Kooperatiflerin vergisel boyutu*. İSMM Yayını, İstanbul.
- Vural, İ. (2007). *Kooperatiflerin kurumlar vergisi muafiyeti*. TÜRMOB Yayını, No:317, Ankara,
- Zümbül, H. (2021). *Kooperatif girişimciliği*. Dünya Gazetesi, (05.11.2021).



İşletmeler Perspektifinden Çevresel, Sosyal ve Yönetişim (ÇSY) Uygulamalarının Önemi

Seda DOĞAN (ORCID: 0000-0003-2347-1107), Dr.,
Anadolu Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Eskişehir, Türkiye; seddogan85@gmail.com

The Importance of Environmental, Social and Governance (ESG) Practices from The Perspective of Businesses

Abstract

Environmental, social and governance (ESG) factors encompass the non-financial information of a company and have gained worldwide significance as a global concern. Stakeholders have started to realize that ESG has become an important source of corporate risk and can affect the financial performance and profitability of the businesses. Thus, demands of stakeholders regarding these factors have steadily increasing. Accordingly, businesses have started to shift from short-term profit maximization goals to pursuing long-term sustainable ESG goals. Businesses have the option to voluntarily dissemination of the ESG information. Today, some national and international businesses still do not pay due attention to the dissemination of this information. This study investigates the importance of ESG factors from the perspective of businesses and the benefits of their implementation.

Keywords : Environmental, Social and Governance (ESG), Business Management, Sustainable Development

Jel Classification Codes: Q01, M1, M14

Özet

Çevresel, sosyal ve yönetişim (ÇSY) faktörleri, bir işletmenin finansal olmayan bilgilerini temsil etmektedir ve küresel bir konu haline gelmiştir. Paydaşlar, ÇSY'nin önemli bir kurumsal risk kaynağı haline geldiğinin ve işletmenin finansal performansını ve karlılığını etkileyebileceğinin farkına varmaya başlamıştır. Böylece paydaşların bu faktörlere yönelik talepleri her geçen gün artmıştır. Bu doğrultuda işletmeler, kısa vadeli kâr maksimizasyonu hedeflerinden uzun vadeli sürdürülebilir ÇSY hedeflerine geçiş yapmaya başlamıştır. ÇSY bilgilerinin işletmeler tarafından açıklanması gönüllülük esasına dayanmaktadır. Günümüzde bazı ulusal ve uluslararası işletmeler hala bu bilgilerin açıklanması konusunda gerekli özeni göstermemektedir. Bu araştırma, işletmelerin bakış açısından ÇSY faktörlerinin önemini ve bunların uygulanmasının faydalarını incelemektedir.

Anahtar Kelimeler : Çevresel, Sosyal Ve Yönetişim (ÇSY), İşletme Yönetimi, Sürdürülebilir Kalkınma

Giriş

ÇSY kısaltması, çevresel, sosyal ve yönetim sözcüklerinin ilk harflerinden oluşturulmuştur. ÇSY kavramı, çevresel ve sosyal sorumlulukla yasalara ve etiğe uygun kurumsal yönetim faaliyetlerinin yürütülmesi anlamına gelmektedir (Chang, Lee, 2022). Bu durum ise çevresel, sosyal ve yönetim hususlarının iş modellerine entegre edilmesini ifade etmektedir. Bu bakımdan ÇSY'nin tanımı, ÇSY'nin yönetim boyutunu içermesinin haricinde Kurumsal Sosyal Sorumluluğa (KSS) benzemektedir (Gillan, Koch, Starks, 2021).

ÇSY, işletmelerin çevresel, sosyal ve yönetim uygulamalarını iş sürdürülebilirliğini artırmak için kullandıkları bir yaklaşımdır. Bununla birlikte ÇSY, işletmelerin gezegene ve insanlara yönelik nasıl faaliyet gösterdiklerine ilişkin bir dizi standarttan oluşmaktadır (Yasar, 2024). Bu bağlamda kurumsal yönetimde yeni bir standart olarak kendini kanıtlayan ÇSY yönetimi; karbon azaltımı, sosyal katkı, dairesel ekonomi ve kurumsal yönetimi içermektedir. Son yıllarda birçok işletme, sürdürülebilirlik yönetimini aktif yönetim stratejilerinden biri olarak kabul etmiş ve yeni çağın taleplerine ayak uydurmak için hızla ÇSY yönetimini benimsemiştir (Hermundsdottir, Aspelund, 2021). Bunun nedeni ise son yıllarda, küresel iklim değişikliğinin daha da yoğunlaşmasıdır. Öyle ki seller, yüksek sıcaklıklar, yangınlar ve aşırı hava koşullarının neden olduğu birçok olumsuz olaylar sıklıkla meydana gelmeye başlamıştır (Graham, 2022). İklim değişikliğinin neden olduğu bu doğal afetlerin küresel sorunlar olarak ortaya çıkmasıyla birlikte ÇSY bir ihtiyaç olarak görülmeye başlanmıştır (Chang, Lee, 2022).

Son yıllarda gelişmiş ülkeler, iklim değişikliğine yanıt vermek için çeşitli çevre düzenlemelerini teşvik etme sürecine girmişlerdir (Hermundsdottir, Aspelund, 2021). Bu nedenle ÇYS uygulamaları, son birkaç yıldır yatırımcılar, kreditorler, SRI (Socially Responsible Investing) analistleri ve yöneticileri arasında hızla büyüyen ve en çok tartışılan bir konu haline gelmiştir (Naeem ve Çankaya, 2022). Hatta ÇSY konusuna yönelik iki zıt görüş ortaya çıkmıştır. Bunlardan ilki, bir işletmenin ÇSY uygulamasının hissedar değerini en üst düzeye çıkarmakla tutarlı olduğudur. İkinci görüş ise üstün ÇSY performansı gösteren işletmelerin etik bütünlük sergileme, yasal düzenlemelere uyma ve aynı anda tüm paydaşların meşru çıkarlarını dikkate alma olasılıklarının daha yüksek olduğudur (Carroll, 1979; Freeman, 2010).

Küresel ısınma, COVID-19 ve uluslararası çatışmalar gibi sorunlar karşısında, çevreyi koruma ve insanların çıkarlarına saygı gösterme ilkeleri büyük sosyal değişikliklere yol açmıştır (Garel, Petit-Romec, 2021; Norhhaus, 2019). Bu nedenle, sürdürülebilir ve sorumlu yatırımlar, çevresel sürdürülebilirliğin ve sosyo-ekonomik istikrarın önemini farkına varan yatırımcıların ve kreditorlerin en önemli kaygılarından biridir. Bu doğrultuda küresel olarak işletmeler, artık kâr maksimizasyonu veya geleneksel kısa vadeli hedefler yerine, ÇSY hedefleri gibi daha uzun vadeli sürdürülebilirlik hedeflerine odaklanmaktadır (Naeem, Çankaya, 2022). Diğer bir ifadeyle geçmişte işletmeler, geleneksel yöntemle finansal performansa odaklanırken, günümüzde hem finansal performansta hem de ÇSY merkezli finansal olmayan performansta sürdürülebilirliği artırmaya yönelik çalışmaktadırlar. Bu çerçevede işletmeler, paydaşlarını faaliyetlerinin sürdürülebilirliği konusunda bilgilendirmek için ÇSY faktörlerini uygulamakta ve böylelikle paydaşlar ÇSY aracılığıyla kurumsal riskleri görebilmektedir (Chang, Lee, 2022). Diğer bir ifadeyle ÇSY uygulamaları, yani finansal olmayan performans bilgileri, tıpkı finansal tablolar gibi, paydaşların işletmelerin emsallerine göre nasıl sıralandığını görebilmeleri için karşılaştırılabilir veriler sunmaktadır (Edmans, 2022). Araştırmalar, şeffaf ÇSY açıklamalarının işletmelerin ekolojik ve sosyal sorumlulukları aktif olarak üstlendiklerini, böylece paydaşlar nezdindeki itibarlarını artırdıklarını, sermayeye daha düşük maliyetle eriştiklerini ve böylelikle rekabet avantajlarını artırdıklarını göstermektedir (Bofinger, Heyden, Rock, 2022; Starks, 2021; Ben-Porath, Dekel, Lipman, 2018). Bu doğrultuda iş dünyasında artan şeffaflık ve sürdürülebilirlik talebi sayesinde dünyanın dört bir yanında faaliyet gösteren işletmeler, ÇSY stratejilerine ve yatırımlarına daha fazla öncelik vermektedir (Naeem, Çankaya, 2022).

ÇSY her işletme için farklı bir finansal duruma ve teknolojideki farklılıklar nedeniyle farklı performans alanlarına sahiptir (Morea, 2022). Örneğin ÇSY, çeşitli paydaşları dikkate alarak müşteri bilgilerini ve çevreyi koruyarak kurumsal sosyal sorumluluğu yerine getirmeyi amaçlamaktadır (Hermundsdottir, Aspelund, 2021).

Bu nedenle ÇSY'yi tek tip bir çerçevede düzenlemek veya değerlendirmek kolay değildir. ÇSY yönetimini güçlendirmek, zayıf iş koşullarına sahip işletmelerin hayatta kalmalarını zorlaştırabilir. Bu doğrultuda, işletmelerin ÇSY'ye özerk bir şekilde katılabilmeleri için yasal düzenlemelerin hafifletilmesine ve devlet desteğine ihtiyaçları vardır. Ayrıca, işletmelerin ÇSY faaliyetlerine ilişkin değerlendirme maddeleri, çeşitlendirilmeli ve değerlendirme içerikleri işletme büyüklüğüne göre standartlaştırılmalıdır. Böylece işletmeler arasındaki değerlendirme farkı daraltılabilecektir (Morea, 2022).

ÇSY uygulamalarının her geçen gün önemi daha da çok artmaktadır. Bu faktörlerin yalnızca işletmeler için değil yanı sıra ekoloji, ülkeler, toplumlar ve gelecek nesiller için de önemi ve faydaları oldukça fazladır. Bununla birlikte bu araştırma, ÇSY uygulamalarının işletmeler açısından önemini vurgulamayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda araştırmanın aşamaları şu şekilde ilerlemiştir. Giriş bölümünden sonra çevresel, sosyal ve yönetişim kavramını anlatan birinci bölüm yer almaktadır. İkinci bölümde, çevresel, sosyal ve yönetişim faktörlerinin neler olduğuna yer verilmiştir. Üçüncü bölümde, çevresel, sosyal ve yönetişim uygulamalarının işletmeler için önemi açıklanmıştır. Son bölümde çevresel, sosyal ve yönetişim uygulamaları üzerinde yapılan düzenlemelerin neler olduğu ve neden yapıldıkları anlatılmış ve sonuç kısmında genel bir değerlendirme yapılmıştır.

1. Çevresel, Sosyal ve Yönetişim (ÇSY) Kavramı

Environmental, Social ve Governance kelimelerinin baş harflerinden türetilerek uluslararası literatüre ESG olarak geçen ve Türkçe'ye; çevresel, sosyal ve yönetişim (ÇSY) olarak çevrilen ÇSY, Syed'e (2017) göre evrensel bir terim haline getirilmesi için türetilmiş olup, bu terim, kurumsal yatırımcılar tarafından daha çok vurgulanmaktadır. Bernoville (2024) ise ÇSY'nin sürdürülebilir ve sorumlu finans bileşenleri için kullanılan şemsiye bir terim olduğunu söylemektedir. Bununla birlikte ÇSY'nin yatırım kararlarında finansal faktörlerin yanı sıra çevresel, sosyal ve yönetişim faktörlerini de dikkate alan bir çerçeve niteliği taşıdığını ifade etmektedir.

1980'lerde, ekonomik büyüme esnasında oluşan kirliliği ve olumsuzlukları yönetmek ve azaltmak için ABD kuruluşları tarafından ESH- Environment, Safety and Health (Çevre, Güvenlik ve Sağlık) olarak bilinen bir yöntem kullanılmıştır. Bu yöntem, 90'lı yıllarda, "Kurumsal Sürdürülebilirlik Hareketi" olarak tabir edilen bir harekete dönüşmüştür. Bu hareket, bazı yönetim ekiplerinin işletmelerin çevresel etkilerini, yasal zorunlu azaltım sınırının ötesinde bir azaltıma odaklanmaları sonucu ortaya çıkmıştır. Söz konusu hareket, 2000'li yılların başında, kurumsal sürdürülebilirlik hareketi adı altında, işletmelerin sosyal sorunlara karşı nasıl yanıt vermesi gerektiğine ilişkin fikirleri bütünleştirmeye başlamıştır. Bu hareket, sonraki yıllarda "Kurumsal Sosyal Sorumluluk" olarak adlandırılmıştır (Doğan, 2024). ÇSY kavramının kökleri, kurumsal sosyal sorumluluk bilincinde yatmaktadır. ÇSY, ilk olarak Birleşmiş Milletler (BM) tarafından 2004 yılında "Who Cares Wins" raporunda ortaya atılmıştır. BM, 2006 yılında, yatırımcıların yatırım kararları üzerinde çevresel, sosyal ve yönetişim faktörlerinin etkilerini artırabilmeleri için Sorumlu Yatırım İlkeleri'ni oluşturmuştur (Martha, Khomsiyah, 2023). Böylelikle ÇSY, çevresel, sosyal ve yönetişimle ilgili faaliyetlerin gerekliliğinin ve öneminin raporlarla vurgulanmasının ardından popüler hale gelmiştir (Naeem, Çankaya, 2022). ÇSY, 2010 ve 2020'li yıllar arasında (reaktif yerine) çok daha proaktif bir harekete dönüşmüştür. Günümüzde ise ÇSY, çevresel ve sosyal etki ile ilgili temel unsurlara ek olarak, paydaş refahını en üst düzeye çıkarmak için yönetim yapılarının nasıl değiştirilebileceğini içeren kapsamlı bir çerçeve halini almıştır (Doğan, 2024).

ÇSY, işletmeler tarafından en iyi yönetim uygulamalarını belirlemede bir araç veya teknik olarak kabul edildiğinde işletmeler, yönetimin birleşik yaklaşımı ile sosyal sorumlu yatırımı bütünleştirebilmiştir. Bu durum, ÇSY'nin sosyal sorumlu yatırım anlayışından türetilen bir terim olduğunu ve aslında sosyal sorumlu yatırımın bir uzantısı olduğunu göstermektedir. Bu kapsamda ÇSY, işletmelerin çevresel, sosyal ve yönetim faktörlerine odaklanarak, onları değerlendirmek için kullanılan ek bir araç olarak ifade edilmektedir (Syed, 2017, s. 2).

Günümüzde, bir işletmenin başarılı olabilmesi ve büyüebilmesi doğrudan sağlam bir ÇSY performansı sergileyebilmesine bağlıdır. Bu durum, yanı sıra işletme için çevre ve toplum üzerinde olumsuz bir etki oluşturmadan uzun vadeli değer yaratmayı gerektiren iş yapma şeklini de içermektedir (Yasar, 2024). Yani ÇSY, bir işletmenin sürdürülebilirliğinin ve kurumsal sosyal performansının belirli bir nicel ölçüsü olarak

hizmet etmektedir. Böylelikle ÇSY, bir işletmenin sosyal sorumluluk çalışmalarının finansal ve operasyonel performansını ölçülebilir sonuçları üzerindeki etkisini daha iyi anlamaya olanak tanımaktadır (Clark, Viehs, 2014). Buna ek olarak sürdürülebilir bir yönetim, yönetişimi daha istikrarlı bir şekilde sürdürmek için sosyal, ekonomik ve çevresel sorumluluklara dayalı sürdürülebilir kalkınmayı hedefleyen bir yönetim paradigmasıdır. Bu paradigma, topluma zarar vermeyen bir "çevre" ve "yönetişim" inşa etmeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda ÇSY, yalnızca kâr elde etmenin ötesinde, sosyal olarak olumlu değer yaratmak ve uygulamak için küresel bir standart olarak kendini kanıtlamıştır (Jung, Niu, 2021).

ÇSY uygulamaları, bir işletmenin değerini ve finansal performansını artırabileceğine inanıldığı için gün geçtikçe popülerlik kazanmaktadır. Bu uygulamalar, işletmeler tarafından sadece finansal paydaşların kârını en üst düzeye çıkarmak için değil, yanı sıra tüm paydaşların refahı için de yürütülmektedir. Küresel sloganın her açıdan sürdürülebilirliği önermesi nedeniyle, ÇSY'nin etkin ve verimli bir şekilde uygulanması yatırımcılar, politika yapıcılar ve genel kamuoyu için de çok önemli bir duruma gelmiştir (Naeem, Çankaya, 2022).

2. Çevresel, Sosyal ve Yönetişim Faktörleri

ÇSY, bir işletmenin sürdürülebilirliğe ve etik ilkelere odaklanan mali çıkarlarını temsil etmede kullanıldığı için işletmenin uzun vadeli stratejileri çevresel, sosyal ve yönetişim çerçevesine göre inşa edilmektedir (Doğan, 2024). Zhao vd.'ne göre ÇSY, kurumsal karar vermede dikkate alınan çevresel, sosyal ve yönetişim performansını ifade etmektedir (Zhao vd., 2018). Bu bağlamda ÇSY uygulamaları, işletmenin faaliyetlerine ilişkin stratejilerini uygulama ve uzun dönemde değer yaratma yeteneğini etkileyebilecek konuları içermektedir. İşletmelerin ÇSY açıklamaları ve performansları finansal olmayan bilgiler olarak tanımlanmasına rağmen bu göstergeler kesin olarak ölçülebilir finansal sonuçlara yol açmaktadır (ESG Reporting Guide 2.0, 2019). Bu kapsamda işletmelerin yanı sıra sermaye piyasaları da işletmeleri değerlendirmek ve gelecekteki finansal performanslarını belirlemek için ÇSY'yi kullanmaktadır (Doğan, 2024).

Tablo 1'de işletmelerin, yatırımcıların, devletlerin, alan uzmanlarının, kurumsal sosyal sorumluluk alanındaki diğer güçlü ve meşru aktörlerin, akademisyenlerin ve derecelendirme kuruluşlarının çevresel, sosyal ve yönetişim alanında ele aldıkları çeşitli konular somutlaştırılmıştır (Elbasha, Avetisyan, 2018).

Tablo 1. ÇSY faktörleri

ÇEVRESEL (Ç)	SOSYAL (S)	YÖNETİŞİM (Y)
Biyçeşitlilik/Arazi Kullanımı	Kurumsal Kültür	Kurul Yapısı
Karbon Salınımı	Topluluk ilişkileri	Kurul Bağımsızlığı
Hammadde Temini	Çalışma Şartları	Devralma Karşıtı Önlemler
Su Kullanımı ve Yönetimi	Müşteri İlişkileri ve Üretim	Hesap Verebilirlik
Nüfus	İnsan Sermayesi Yönetimi	Rüşvet ve Yolsuzluk
İklim Değişikliği	Eğitim ve Ödüller	Yasalarla Uyum
Düzenleyici/Yasal Riskler	Motivasyon	Risk Yönetimi
Düzenleyici/Yasal Riskler	Cinsiyet Eşitliği	Raporlama Sistemi
Hava Olayları	Sağlık ve Güvenlik	Paydaşlar
Enerji	Adil Ticaret	Yönetim
Atık ve Geri Dönüşüm	Sorumlu Pazarlama ve Ar-Ge	Sahiplik Yapısı
GRI	Topluluklar Üzerindeki Etki	Şeffaflık

Kaynak: Armstrong, 2020, s. 8; Clarke, Feiner ve Viehs, 2015, s. 12.

Bir yatırımın, yatırımcılar tarafından uygun bir fırsat olup olmadığı belirlerken işletmelerin Tablo 1'de belirtilen Ç, S ve Y faktörlerinin her birinde sergiledikleri performanslar baz alınmaktadır.

Çevresel faktörler: Bir işletmenin faaliyetleri sonucu açığa çıkan atık ve kirliliği, doğal kaynakları nasıl koruduğu ve hayvanlara nasıl davrandığı gibi konuları kapsamaktadır. Çevresel faktörler, genellikle bir işletmenin karşılaşılabileceği çevresel riskleri ve bu riskleri nasıl yönettiğini değerlendirmede kullanılmaktadır.

Örneğin bir işletme; kirlenmiş araziye sahip mi? Tehlikeli atıkları nasıl bertaraf ediyor? Zehirli emisyonları nasıl yönetiyor ve çevre düzenlemelerine nasıl uyuyor? (Henisz, Koller, Nuttall, 2019) gibi sorulara verilen cevaplar, işletmenin doğanın koruyucusu olarak nasıl performans gösterdiğini değerlendirmektedir. Değerlendirmede ortaya çıkan sonuçlar doğrultusunda, işletmeler faaliyetlerinin çevreyi nasıl etkilediğini analiz edebilmekte ve ekolojik riskleri yönetebilmektedir (Bernoville, 2024). Bununla birlikte işletmelerin çevreye ilişkin uygulamaları, doğrudan veya dolaylı sera gazı emisyonlarını, yönetimin doğal kaynaklar üzerindeki sorumluluğunu ve işletmenin fiziksel iklim risklerine ilişkin genel tutumunu içermektedir (Doğan, 2024).

Sosyal faktörler: Bir işletmenin topluma karşı ne şekilde davrandığını ele almaktadır. Sosyal faktörler, genellikle ölçülmesi zor bir alan olarak görülmektedir. Bunun sebebi, işletmelerin insanlarla, fikirlerle ve sürekli değişen durumlarla ilgilenmesinin yenilenebilir enerji kullanımını ölçebilmesinden daha zor olmasıdır (Doğan, 2024). Örneğin bir işletme; çalışan sağlığına ve güvenliğine yüksek bir önem veriyor mu? Kârının bir yüzdesini yerel halka ayırıyor mu? İşletmenin çalışanları, gönüllü çalışmalara katılıyor mu? İşletmede diğer paydaşların çıkarları dikkate alınıyor mu? (Henisz, Koller, Nuttall, 2019) gibi sorulara verilen cevaplar, bir işletmenin çalışanları, tedarikçileri, müşterileri ve faaliyet gösterdiği toplumlarla olan ilişkilerinin yönetiminin güçlü ve zayıf yönlerini değerlendirmektedir (Bernoville, 2024). Diğer taraftan sosyal faktörler, işletmelerin iş uygulamalarının ve prosedürlerinin çalışanlar, paydaşlar, yatırımcılar ve müşteriler tarafından kabul görmesini de ifade etmektedir.

Yönetişim faktörü: Yönetişim anlayışı, limited şirketlerin gelişmeye başladığı 1856'lı yıllarda ortaya çıkmıştır. Limited şirketlerin gelişmesiyle, işletmenin kontrol ve sahiplik rolleri birbirinden ayrılmıştır. Bu ayrılış, işletmelerde kurumsal anlamda bir yönetim ihtiyacı doğurmuştur (Simpson, Taylor, 2013). Bu bağlamda yönetim, işletmelerin yönlendirildiği ve kontrol edildiği bir sistem haline gelmiştir (Cadbury, 1992). Buna rağmen bu sistemin gündeme gelmesi ve faaliyetler kapsamında ele alınması 20. yüzyılın son çeyreğinde gerçekleşmiştir (Angyal, 2009). Yönetişim, mal ve hizmet üretimi ve bunların satışıyla birlikte, organizasyonda bulunan düzenleyicilerin ve kontrolörlerin atanmasını da içeren kurumsal bir süreçtir. Bu bağlamda yönetim kavramı, medeni hukukta yer alsın veya almasın, kar amacı gütsün veya gütmesin, halka açık olsun veya olmasın her çeşit işletme modelini içermektedir (Thurnbull, 1997). Yönetişim kavramının önemli olmasındaki en büyük nedenlerden biri ise küresel çapta yaşanan mali krizler olmuştur. Bu tür krizlerin engellenebilmesi amacıyla birçok alanda düzenlemeler getirilmiştir (Doğan, 2024). Söz konusu düzenlemelerle, küresel krizlerin ve buna bağlı olarak küresel skandalların engellenmesi amaçlanmıştır. Böylelikle işletme yöneticilerinin şahsi çıkar sağlama yolları kapatılmıştır (Deetz, 2007). Bu doğrultuda yönetim faktörü, bir işletmenin yönetim politikalarına ve uygulamalarına atıfta bulunmaktadır (Doğan, 2024). Bir işletmenin faaliyetlerini uzun dönemde sürdürülebilmesi için ekonomik, çevresel ve sosyal faydaları dikkate alması ve kurumsal yönetim anlayışını geliştirebilmesiyle mümkündür (Simpson, Taylor, 2013). Bununla birlikte yönetim, büyük işletmelerin kurumsal sosyal sorumlulukları için prosedürler ve politikalar içerirken, paydaşlar ve yöneticiler arasındaki ilişki olarak da yorumlanmaktadır (Edit, 2019). Yanı sıra yönetim, bir dizi kilit alanı kapsamasından dolayı yöneticiler ve hissedarlar arasındaki ilişkiye de önemli bir vurgu yapmaktadır (Simpson, Taylor, 2013). Bu bağlamda yönetim faktörleri, en temel düzeyde tamamen güven ile ilişkilidir (Doğan, 2024). Yatırımcılar, işletmelere güvenip güvenemeyeceklerini ve kapalı kapılar ardında hangi kararların alındığını bilmek istemektedir (Bernoville, 2024). Yatırımcıların işletmelerin vaatlerini yerine getirebileceğine olan güvenlerini bu boyut sağlamaktadır (Doğan, 2024). İşletmelerin ÇSY'sine bakan yatırımcılar, muhasebe ve raporlama yöntemlerinin doğru ve şeffaf olduğunu görmek isteyeceklerdir. Ayrıca yatırımcılar, bu faktör ile işletmelerin hissedarlarına ve önemli konularda oy kullanma haklarına nasıl davrandıklarına da bakmaktadırlar. Yatırımcılar, işletmelerin yönetim kurulu üyelerini seçerken, yasa dışı uygulamalara girmediğine ve çıkar çatışmalarından kaçınıldığına dair güvence arayacaklardır (Henisz, Koller, Nuttall, 2019). Bu çerçevede yönetim faktörü, işletmelerin liderliği, yönetici ücretleri, denetimleri, iç kontrolleri ve hissedar hakları ile ilgilenmektedir (Bernoville, 2024). Bu noktada en önemli konu etikdir. Kurumsal yönetim ilkelerinin gelişimi aşamasında etik konusu, ilkelere temel olarak alınmıştır. Etiğe dayalı kurumsal yönetim ilkeleri ile bir işletmenin paydaşlarının çıkarları doğrultusunda

yönetilmesi gerekliliği vurgulanmıştır (Simpson, Taylor, 2013). Bu amaca ulaşabilmek için de yönetim faaliyetlerinin adillik, hesap verilebilirlik, sorumluluk ve şeffaflık prensiplerine dayandırılarak gerçekleştirilmesi gerektiği belirtilmiştir (Yüksel, Aracı, 2017). Bu prensipler, etik temellere dayandığı için ilke niteliğindedir. Bu nedenle prensiplerin uygulanması zorunlu değildir. Ayrıca prensipler, işletmelerin ekonomik ve yasal açıdan kendilerinden beklenilenle karşılaştırıldığında “doğru olana” odaklanılması gerektiğini göstermektedir (Simpson, Taylor, 2013, s.111).

3. Çevresel, Sosyal ve Yönetişim Uygulamalarının İşletmeler için Önemi

Yatırımcılar çevresel, sosyal ve yönetim faktörlerinin artık etik kaygıların ötesine geçtiğini görmekte. ÇSY çerçevesini kullanmak hem işletmelere hem de yatırımcılara somut faydalar sağlayabilmektedir. Örneğin; işletmeler, sağlam ÇSY faktörleriyle risk içeren uygulamalardan kaçınabilmektedir. Yanı sıra ÇSY, işletmelerin daha büyük bir sermaye havuzuna erişmelerini ve daha güçlü bir marka kimliği ve firma değeri oluşturabilmelerini sağlayabilmektedir. Böylelikle işletmeler, ÇSY merkezli bir marka ile ilişkilendirilen yatırımlar aracılığıyla geleneksel yaklaşımlara benzer veya daha iyi getiriler elde edebilirler. Bu kapsamda ÇSY, işletmelerin finansal tablolarında görünmeyen gelecek dönemlerdeki rekabet avantajlarını ve kârlılıklarını belirleyen önemli bir faktör haline gelmiştir (Chang, Lee, 2022).

İşletme yöneticileri, ÇSY 'nin kurumsal riski önlemede etkili bir araç haline geldiğini ve finansal performansı etkilediğini fark etmişlerdir. Bu doğrultuda ulusal ve uluslararası halka açık işletmeler, kârlarını maksimize etmek için uzun vadeli sürdürülebilir ÇSY uygulamalarına doğru yönelmeye başlamışlardır. Hatta işletmelerin sergileyeceği iyi bir ÇSY performansının, ülkelerin ekonomik performansını dahi iyileştirebildiği görülmüştür (Zhao vd. 2018). Bu çerçevede işletmeler, ÇSY uygulamalarına artan ilgileri doğrultusunda, paydaşlarıyla ilişkilerini geliştirebilmek adına (Doğan, 2024) uzun vadeli potansiyellerini de göz önüne alarak sürdürülebilirlik konusuna odaklanmakta, ÇSY ve sosyal sorumlu yatırım alanlarını genişletmektedirler. Günümüzde, güçlü çevresel, sosyal ve yönetim geçmişine sahip olan işletmelerin daha iyi yönetildiği, daha az risk taşıdığı ve uzun vadede daha iyi finansal performans sergiledikleri düşüncesi hâkimdir (Syed, 2017). Bu bağlamda ÇSY'nin işletmelere rekabet avantajı sağlama, yatırımcıların ve borç verenlerin dikkatini çekme, finansal performansı iyileştirme, müşteri sadakati oluşturma ve işletme operasyonlarını sürdürülebilir kılma gibi avantajlar sağladığına inanılmaktadır.

3.1. ÇSY'nin Rekabet Avantajı Sağlaması

ÇSY uygulamaları, işletmelere, rakiplerine karşı rekabet avantajı sağlamaktadır. Örneğin, PwC'nin “Tüketici Sesi Anketi 2024” de ankete katılanların %80'inin sürdürülebilir şekilde üretilen veya tedarik edilen mallar için daha fazla ödeme yapacağı tespit edilmiştir. Benzer şekilde, TechTarget'ın Kurumsal Strateji Grubu bölümü tarafından Nisan 2024'te yapılan ankete yanıt veren 435 BT (bilgisayar teknolojisi) uzmanının %71'i, işletmelerinin güçlü ÇSY uygulamalarına sahip tedarikçilerden temin edebilecekleri BT ürünleri için %5'ten fazla fiyat primi ödeyeceklerini düşündükleri tespit edilmiştir (Yasar, 2024). İşletmeler tarafından izlenen ve raporlanan çeşitli ÇSY ölçümleri tüketiciler, çalışanlar, borç verenler ve düzenleyiciler için de önemlidir. Çalışma koşullarını iyileştirmek, çeşitliliği teşvik etmek ve sosyoekonomik konularda bir duruş sergileyebilmek için çaba gösteren işletme yöneticileri, işletmenin markasını güçlendirmede önemli bir role sahiptirler (Henisz, Koller, Nuttall, 2019).

3.2. ÇSY'nin Yatırımcıları ve Borç Verenleri Cezbetmesi

ÇSY raporlamasının finansal raporlara veya ayrı açıklamalara dâhil edilmesi, işletmeler arasında trend haline gelmektedir. Yatırımcılar ve borç verenler, ÇSY'ye yatırım yapan ve sürdürülebilirlik çalışmalarına ışık tutmak için ÇSY açıklamalarını kullanan işletmelere daha çok ilgi duymaya başlamışlardır. Örneğin, 2024 Morgan Stanley anketi, küresel yatırımcıların %77'sinin sürdürülebilir yatırımla ilgilendiğini tespit etmiştir. İklim değişikliği ve doğal kaynakların kötüye kullanımı nedeniyle oluşan endişeler, yatırımcıların bakış açılarını sürdürülebilir işletmelere doğru kaydırmaya başlamıştır. Böylelikle haksız ücretler, fosil yakıtlara yatırım, sürdürülemez tarım yöntemleri ve geri dönüştürülemez ürünlerin üretimi gibi eski uygulamaları kullanan işletmeler, bu durumlara özen gösteren işletmelerden ayrıştırılmaya başlanmıştır. ÇSY'yi uygulayan işletmeler, uygulamalarına dair kapsamlı bir açıklama sunarak, yatırımcıların yatırım kararlarını

etkileyebilmekte ve düşük risk profiline sahip sürdürülebilir bir gelecek sunarak yatırımcıların kendilerini seçmesini sağlayabilmektedirler (Yasar, 2024; Henisz, Koller, Nuttall, 2019; URL 1).

3.3. ÇSY'nin Finansal Performansı İyileştirmesi

Bir işletmenin temel amacı kâr elde etmektir. Bu nedenle sosyal katkı faaliyetleri, işletmenin çıkarları veya sürekliliği göz önüne alınarak yürütülmektedir. Bu çerçevede ÇSY, bir işletmeyi yatırımcılar için cazip hale getirmekle kalmamakta, yanı sıra işletmenin genel finansal performansını da iyileştirmektedir. Kağıt kullanımını sıfırlama, geri dönüşümü veya enerji verimliliğini yükseltme gibi sürdürülebilirliğe yönelik küçük değişimler dâhi bir işletmenin kârını ve yatırım getirisini iyileştirebilmektedir. Bu doğrultuda, ÇSY uygulamalarına uyum sağlamak için işletmeler, enerji tüketimi, ham madde kullanımı ve atık işleme gibi temel ölçümleri takip ettikleri takdirde enerji faturalarında azalma ve maliyetlerinde gerileme yaşayabilmektedirler. ÇSY ile ilgili düzenlemelere uyum sağlayan işletmeler para cezalarına, yaptırımlara ve diğer iş risklerine daha az maruz kalmaktadırlar. Bu durum işletmelerin kârlılığını olumlu yönde etkilemektedir (Yasar, 2024; Henisz, Koller, Nuttall, 2019; URL 1). Bu doğrultuda ÇSY uygulamalarının kârlılığı artırabileceğini ve kurumsal değeri yükseltebileceğini ortaya koyan mevcut araştırmalar da bulunmaktadır (Lins, Servaes, Tamayo, 2017; Ferrell, Liang, Renneboog, 2016; Gao, Zhang, 2015).

Geçmişte, işletme performansı, esas olarak kısa vadeli kâr yönelimini tanımlıyordu. Günümüzdeki işletme performansı ise işletmelerin ekonomideki yerlerini uzun dönemde güvence altına alabilmeleri için sorumlu ve sürdürülebilir bir hareket ihtiyacını yansıtmaktadır. Diğer bir ifadeyle işletmeler, finansal performansları için uzun vadeli değer korumasına ve sürdürülebilirliğe odaklanmaktadır (Bistrova, Lace, 2012). Bu durum, ÇSY uygulamalarının riskleri azaltabileceğini ve sektörden ülkeye geçişle birlikte işletmenin finansal performansını güçlendirerek yatırımcılar için sürdürülebilir bir getiri sağlayabileceğini göstermektedir (Naeem, Çankaya, 2022). Hatta bu doğrultuda, ÇSY sorumluluklarını yerine getirmenin işletmelerin karşılaştığı riskleri azaltabileceğini ve sermaye maliyetlerini düşürebileceğini ortaya koyan mevcut araştırmalar da bulunmaktadır (Stellner, Klein, Zwergel, 2015; Chava, 2014; Oikonomou, Brooks, Pavelin, 2012).

3.4. ÇSY'nin Müşteri Sadakati Oluşturması

Daha önce belirtilen PwC anketi, katılımcıların %46'sının daha sürdürülebilir ürünler veya iklim üzerinde daha az etkisi olan ürünler satın aldığını göstermiştir. Anket sonuçlarına göre bu tüketiciler, ÇSY değerleriyle uyumlu markalar için % 9,7'ye kadar ekstra ödeme yapmaya istekli görülmüşlerdir. Bu doğrultuda insanlara iyi davranan kuruluşlara müşterilerin daha sadık oldukları tespit edilmiştir (Yasar, 2024). Diğer bir ifadeyle tüketiciler, işletmeyi yalnızca ürün veya hizmetlere göre değil, işletmenin benimsediği değere göre değerlendirmeye başlamışlardır. Bu eğilim ÇSY'nin daha da önemli hale gelmesini sağlamış ve onu kurumsal sürdürülebilirliğin değerlendirilmesinde temel bir unsur haline getirmiştir (Byen, Kim, 2021). Günümüzün sosyal bilinçli tüketicileri, destekledikleri işletmelerin daha büyük iyilik için ne veya neler yaptıklarını bilmek istemektedirler. ÇSY faktörlerine uyan işletmeler, şeffaf davranarak ve ÇSY'ye yönelik çalışmalarını müşterilerine etkili bir şekilde sunarak daha fazla müşteri çekebilirler ve böylelikle var olan müşterileri ellerinde tutabilirler (Henisz, Koller, Nuttall, 2019).

3.5. ÇSY'nin İşletme Operasyonlarını Sürdürülebilir Kılması

ÇSY uygulamalarına yatırım yapan bir işletme, sürekli değişen şartları sürdürebilir ve ona uyum sağlayabilir. Örneğin, ÇSY faktörlerini temel operasyonlarına düzgün bir şekilde entegre eden işletmeler, maliyet tasarrufu fırsatlarını daha iyi belirleyebilirler ve daha düşük enerji tüketimi, azaltılmış kaynak israfı ve genel olarak operasyonel maliyetlerde azalma elde edebilirler. Bu çerçevede, ÇSY uygulamalarını göz ardı eden işletmeler, ilerleyen dönemlerde yasal ve düzenleyici sorunlar, itibar ve uyumluluk sorunları ile uğraşmak zorunda kalabilirler (Yasar, 2024; Henisz, Koller, Nuttall, 2019; URL 1).

4. Çevresel, Sosyal ve Yönetişim Uygulama Düzenlemeleri

Küresel ısınmayla birlikte iklim değişikliği sonucu ortaya çıkan tehditler, 21. yüzyılın en büyük tehlikelerindendir. Öyle ki işletmelerden sosyo-kültürel dengede olduğu gibi ekolojik dengeyi de korumaları beklenmektedir (Naeem, Çankaya, 2022). Bu doğrultuda, ÇSY uygulamalarının önemi giderek daha fazla düzenleyici kurum, borsa ve yatırımcı tarafından kabul edilmektedir (Zhao vd., 2018). Dünya genelinde

hükümetler ve düzenleyici iş birlikleri çevresel ve sosyal sürdürülebilirliği sağlamak için birçok yasa ve yönetmelik çıkartmışlardır. Bu yasa koyucular, iklimin değişikliğine yönelik artan endişeler sonucunda, işletmelerin normal faaliyetlerine sürdürülebilirlik, çevresel ve sosyal sorumlulukla ilgili faaliyetleri de dâhil etmeleri yönünde baskı oluşturmuşlardır (Naeem, Çankaya, 2022).

Yasa koyucular tarafından ÇSY faktörlerine ve işletmelerin ÇSY uygulamalarına ilişkin bu güne kadar birçok düzenleme yapılmıştır. Bunlar (Bernoville, 2024);

- **Avrupa Birliği Sürdürülebilir Finansman Açıklama Yönetmeliği:** Varlık yöneticileri ve diğer finansal piyasaya katılımcıları için önemli hükümler içeren zorunlu ÇSY açıklama yükümlülükleridir.
 - **Avrupa Birliği Sürdürülebilir Finans Eylem Planı:** Avrupa Birliği'nin önemli politika hedefi, kıta genelinde sürdürülebilir yatırımı teşvik etmektir.
 - **Avrupa Birliği Taksonomisi:** ÇSY'den biyoçeşitliliğe ve kirlilikle mücadeleye kadar sürdürülebilirliğin tüm yönlerini kapsayan ve finansal olmayan bir genel puan veren metindir.
 - **Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporlama Direktifi:** Büyük işletmelerin ve borsada işlem gören KOBİ'lerin ÇSY açıklamalarını ayrıntılı olarak raporlamalarını zorunlu kılmaktadır.
 - **Uluslararası Sürdürülebilirlik Standartları Kurulu Raporlama Kılavuzları:** ÇSY raporlamasının uluslararası ölçekte tutarlılığını ve karşılaştırılabilirliğini artırmak ve bilinçli yatırım kararlarını desteklemek için tasarlanmıştır.
 - **Birleşik Krallık'ın Kolaylaştırılmış Enerji ve Karbon Raporlaması:** Enerji maliyetleri konusunda farkındalığı artırmak ve enerji verimliliği önlemlerinin uygulanmasını teşvik etmektedir.
 - **Japonya'nın Kurumsal Yönetim Kodu:** İşletmeleri, yönetim ve açıklama uygulamalarında başta iklim değişikliği olmak üzere sürdürülebilirlik konularını ele almaya teşvik etmektedir.
- İşletmeler, bu düzenlemeleri anlayarak ve bunlara bağlı kalarak uyumluluğu sağlayabilir ve paydaşlar nezdinde güven oluşturabilirler. İşletmeler böylelikle sürdürülebilirlik performanslarını iyileştirebilecekler ve gelişen küresel pazarlarda rekabet avantajı elde edebileceklerdir.

Sonuç ve Değerlendirme

Bu araştırma, ÇSY faktörlerine yönelik uygulama taahhütlerinin yerine getirilmesinin faydaları ve getirilmemesinin sonuçlarına odaklanan işletmeler perspektifinden bir incelemeyi ele almaktadır. Çevresel faktörler, bir işletmenin gezegenin bir yöneticisi olarak nasıl performans gösterdiğini incelemektedir. İnsanlık, çevresel düzeyde, her geçen gün daha da ısınan bir gezegenle mücadele etmek zorunda kalmaktadır. Sıcaklıktaki küçük artışlar kutuplardaki buzulların erimesi, fırtına ve sel gibi doğal afetlerin artması anlamına gelmektedir. Yanı sıra ormansızlaşma ve endüstriyel kirlilik şeklindeki ticari faaliyetler, ekosistemin tahrip edilmesi, türlerin yok olması ve daha az güzel bir çevre anlamına gelmektedir. Sosyal faktörler, bir işletmenin çalışanlar, tedarikçiler, müşteriler ve faaliyet gösterdiği topluluklarla ilişkilerini nasıl yönettiğini incelemektedir. Sosyal düzeyde, servet, ırk ve cinsiyet eşitsizlikleri daha az adil bir toplum yaratmaktadır. Gelir eşitsizliği suç ve sivil huzursuzluğa yol açarak toplumları herkes için güvensiz hale getirmektedir. Yönetişim faktörü ise bir organizasyonun nasıl yönetildiğini ve kontrol edildiğini belirleyen bir dizi süreçle birlikte bir dizi kural ve en iyi uygulamayı tanımlamaktadır. Yönetim düzeyinde ise işletme lobiciliği ve kurtarma paketleri kurumlara ve toplumsal sözleşmeye daha az inanç yaratmaktadır. Bu faktörlerin uygulanmadığı ve ÇSY taahhütlerinin yerine getirilmediği takdirde, sistemin çökme tehlikesi altına gireceği fikri savunulmaktadır. Daha da kritiği, ekosistem üzerindeki yaşam alanının formunu kaybetme riski içinde olduğu beyan edilmektedir.

ÇSY kavramı, büyümenin çevresel, sosyal ve yönetim yönlerini temsil etmektedir (Doğan, 2024). Etkili bir ÇSY uygulaması, bir işletmenin risk yönetimi, maliyet azaltma ve çevreye özen gösterme konusundaki tutumunu göstermektedir. İşletmenin müşteri memnuniyeti, işgücü standartları, sosyal adaletsizlik ve sürdürülebilir yatırımlar gibi sosyo-ekonomik konularda güçlü bir duruş sergilemesi, proaktif bir şekilde gelişmeye istekli olduğunu göstermektedir. Tüm olumlu yönlerine rağmen ÇSY eleştirmenleri, ÇSY yatırımlarının vaat ettiği gerçek dünya sonuçlarını üretmediğini iddia etmektedir (Henisz, Koller, Nuttall, 2019). Bu kapsamda Edmans (2022), ÇSY'nin bir alt alandan ana akım bir uygulamaya doğru evrildiğini

söylemektedir. Bu evrilmenin en büyük itici gücünü ise ÇSY faktörlerinin bir işletmenin uzun vadeli (finansal) değeri için kritik olduğunun kabul edilmesine bağlamaktadır. Araştırmacı, bir işletmeyi değerlendirirken uzun vadeli faktörleri göz önünde bulundurmanın ÇSY yatırımı olmadığını, bunun sadece yatırım olduğunu ifade etmektedir. Gerçekte ise ÇSY yatırımı diye bir şey olmadığını, yalnızca ÇSY diye bir analiz olduğunu söylemektedir. Eleştirilerin yanı sıra işletmelerin ÇSY uygulamalarını, eylemlerini meşrulaştırmanın bir yolu olarak kullandıklarını söyleyen araştırmacılar da bulunmaktadır (Michelon, Pilonato, Ricceri, 2015; Cho vd.,2012). Bu gibi eleştiriler ve tespitlerden dolayı ÇSY, bazı piyasa bazlı ve politik tepkilerle karşı karşıya kalmaktadır. Öte yandan, bu durum işletmeler arasında ÇSY'yi benimseme oranlarını yavaşlatmamaktadır. Aksine işletmeler genelinde ÇSY uygulamalarının bir bütün olarak sağlam getiriler üretebildiği (Henisz, Koller, Nuttall, 2019) ve hatta ÇSY açıklamalarının kurumsal finansal performansı iyileştirdiği görülmektedir (Chen, Xie, 2022). Bu iki zıt görüş sonucunda, mantıksal iki soru ortaya çıkmaktadır: Sorulardan ilki, ÇSY uygulamalarını zorunlu kılmak, işletmelerin gerçek ÇSY performanslarını yansıtacak mıdır? Sorulardan ikincisi ise işletmelerin ÇSY performanslarına bağlı olarak gelişen finansal performanslarını artıracak mıdır?

Çıkar Çatışması

Çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Yazar Katkı Oranı

Yazar katkı oranı %100'dür.

Finansman

Finansman kullanılmamıştır.

Kaynaklar

Dergiler:

- Armstrong, A. (2020). "Ethics and ESG", *AABFJ*, 14 (3), 6-17.
- Ben-Porath, E., Dekel, E. and Lipman, B. L. (2018). "Disclosure and choice", *The Review of Economic Studies*, 85(3), 1471-1501. <https://doi.org/10.1093/restud/rdx064>
- Bistrova, J. ve Lace, N. (2012). "Defining Key Factors to Sustain Maximum Shareholder Value", *Journal of Financial Studies and Research*,2012, 1-14. doi:10.5171/2012.391928
- Bofinger, Y., Heyden, K.J. ve Rock, B. (2022). "Corporate social responsibility and market efficiency: Evidence from ESG and misvaluation measures", *Journal of Banking & Finance*, 134 (2022). <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2021.106322>
- Byen, S. H. ve Kim, K. H. (2021). "Challenges and Tasks for Establishing a Korean Model of ESG Management", *Korea CEO Academy: Seoul, Korea*, 85-89.
- Carroll, A. B. (1979). "A three-dimensional conceptual model of corporate performance", *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505. <https://doi.org/10.2307/257850>
- Chava, S. (2014). "Environmental externalities and cost of capital", *Management Science*, 60(9), 2223-2247. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2013.1863>
- Chang, Y.-J. ve Lee, B.-H. (2022). "The Impact of ESG Activities on Firm Value: Multi-Level Analysis of Industrial Characteristics", *Sustainability*, 14(21). <https://doi.org/10.3390/su142114444>
- Chen, Z. ve Xie, G. (2022). "ESG disclosure and financial performance: Moderating role of ESG investors", *International Review of Financial Analysis*, 83(October 2022). <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2022.102291>

- Cho, C. H., Guidry, R. P., Hageman, A. M., ve Patten, D. M. (2012). "Do actions speak louder than words? An empirical investigation of corporate environmental reputation", *Accounting, Organizations and Society*, 37(1), 14-25. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2011.12.001>
- Clark, G. L. ve Viehs, M. (2014). "The Implications of Corporate Social Responsibility for Investors: An Overview and Evaluation of the Existing CSR Literature", *SSRN Electronic Journal*, 1-52.
- Edit, V. (2019). "The relationship between corporate governance and corporate social responsibility", *University of Debrecen, Faculty of Economics and Business*, 13(3-4), 28-34, doi: 10.19041/APSTRACT/2019/3-4/3
- Edmans, A. (2022). "The end of ESG", *Financial Management*, 52(1), 3-17. <https://doi.org/10.1111/fima.12413>
- Elbasha, T. and Avetisyan, E. (2018). "A framework to study strategizing activities at the field level: The example of CSR rating agencies", *European Management Journal*, 36(1), 38-46.
- Ferrell, A., Liang, H., ve Renneboog, L. (2016). "Socially responsible firms", *Journal of Financial Economics*, 122(3), 585-606. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2015.12.003>
- Gao, L., ve Zhang, J. H. (2015). "Firms' earnings smoothing, corporate social responsibility, and valuation", *Journal of Corporate Finance*, 32, 108-127. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2015.03.004>
- Garel, A. ve Petit-Romec, A. (2021). "Investor rewards to environmental responsibility: Evidence from the COVID-19 crisis", *Journal of Corporate Finance*, 68(2021). <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2021.101948>
- Gillan, S. L., Koch, A., ve Starks, L. T. (2021). "Firms and social responsibility: A review of ESG and CSR research in corporate finance", *Journal of Corporate Finance*, 66(101). <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2021.101889>
- Graham, J. R. (2022). "Presidential address: Corporate finance and reality", *The Journal of Finance*, 77(4), 1975-2049. <https://doi.org/10.1111/jofi.13161>
- Hermundsdottir, F. ve Aspelund, A. (2021). "Sustainability innovations and firm competitiveness: A review", *Journal of Cleaner Production*, 280(1), <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124715>
- Jung, J. S. ve Niu, S. J. (2021). "The Fourth Industrial Revolution and ESG Management: Based on the Comparison between Korea and China Cases in the Distribution Industry", *Korean Manag. Consult. Rev.*, 21, 351-366.
- Lins, K. V., Servaes, H., ve Tamayo, A. (2017). "Social capital, trust, and firm performance: The value of corporate social responsibility during the financial crisis", *The Journal of Finance*, 72(4), 1785-1824. <https://doi.org/10.1111/jofi.12505>
- Martha, H. ve Khomsiyah, K. (2023). "The effects of environmental, social, and governance (ESG) on corporate performance", *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 17 (1), 112-120.
- Michelon, G., Pilonato, S., ve Ricceri, F. (2015). "CSR reporting practices and the quality of disclosure: An empirical analysis", *Critical Perspectives on Accounting*, 33, 59-78. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2014.10.003>
- Morea, D., Mango, F., Cardi, M., Paccione, C. ve Bittucci, L. (2022). "Circular Economy Impact Analysis on Stock Performances: An Empirical Comparison with the Euro Stoxx 50® ESG Index", *Sustainability*, 14.
- Naemm, N. ve Çankaya, S. (2022). "The Impact of ESG Performance over Financial Performance: A Study on Global Energy and Power Generation Companies", *International Journal of Commerce and Finance*, 8(1), 1-25.
- Nordhaus, W. (2019). "Climate change: The ultimate challenge for economics", *American Economic Review*, 109(6), 1991-2014. DOI: 10.1257/aer.109.6.1991
- Oikonomou, I., Brooks, C., ve Pavelin, S. (2012). "The impact of corporate social performance on financial risk and utility: A longitudinal analysis", *Financial Management*, 41(2), 483-515. <https://doi.org/10.1111/j.1755-053X.2012.01190.x>

- Starks, L. T. (2021). "Environmental, social, and governance issues and the financial analysts journal", *Financial Analysts Journal*, 77(4), 5-21. <https://doi.org/10.1080/0015198X.2021.1947024>
- Stellner, C., Klein, C., ve Zwergel, B. (2015). Corporate social responsibility and Eurozone corporate bonds: The moderating role of country sustainability. *Journal of Banking & Finance*, 59, 538- 549. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2015.04.032>
- Syed, A. M. (2017). "Environment, social, and governance (ESG) criteria and preference of managers", *Cogent Business & Management*, 4(1), 1-13, <https://doi.org/10.1080/23311975.2017.1340820>
- Thurnbull, S. (1997). "Corporate governance: its scope, concerns and theories", *Corporate Governance*, 5, (4), 180-205.
- Zhao, C., Guo, Y., Yuan, J., Wu, M., Li, D., Zhou, Y. and Kang, J. (2018). "ESG and corporate financial performance: empirical evidence from China's listed power generation companies", *Sustainability Journal*, 10(8). doi:10.3390/su10082607
- Yüksel, F. ve Aracı, H. (2017). "Entegre raporlama, Türk işletmelerinin entegre raporlamaya bakışı üzerine bir araştırma", *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 24(3), 741-757, doi: 10.18657/yonveek.335544

Diğer Kaynaklar:

- Angyal, A. (2009). *Vallalatok tarsadalmi felelossege, felelos tarsasagiranyitas (corporate social responsibility)*, Kossuth Kiadó / Budapest
- Bernoville, T. (2024). *Why is ESG important in business in 2024?*, 01.08.2024 tarihinde <https://plana.earth/academy/why-esg-important-companies-investors> adresinden alındı.
- Cadbury, A. (1992). *The financial aspects of corporate governance*, Report of the committee on, London, 1-90.
- Clarke, G. L., Feiner, A. ve Viehs, M. (2015). *From the stockholder to the stakeholder: How sustainability can drive financial outperformance*, University of Oxford Press. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2508281>.
- Deetz, S. (2007). *Corporate governance, corporate social responsibility, and communication. The debate over corporate social responsibility*, [May, S., Cheney, G. and Roper, J. (eds.)], New York, USD, 267-278. May, S., Cheney, G. and Roper, J. (eds.).
- Doğan, S. (2024). *Çevre, sosyal ve kurumsal yönetim (ÇSY) kriterleri ile sürdürülebilir kalkınma hedeflerine yönelik açıklamaların finansal performansa etkisi: BİST sürdürülebilirlik endeksindeki işletmelere yönelik analiz*, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Doktora Tezi.
- ESG Reporting Guide 2.0. (2019). *Nasdaq*. 2.08.2024 tarihinde <https://www.nasdaq.com/docs/2019/11/26/2019-ESG-Reporting-Guide.pdf> adresinden alındı.
- Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: A stakeholder approach*, Cambridge University Press.
- Henisz, W., Koller, T. ve Nuttall, R. (2019). *Five ways that ESG creates value*, McKinsey Quarterly, 01.08.2024 tarihinde <https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/five-ways-that-esg-creates-value#/> adresinden alındı.
- Simpson, J. and Taylor, J. R. (2013). *Corporate governance ethics and csr. Great Britain and the United States: Kogan Page*, 17.10.2024 tarihinde https://www.academia.edu/41934478/Corporate_Governance_Ethics_and_CSR_i adresinden alındı.
- Yasar, K. (2024). *5 ESG benefits for businesses*. 01.08.2024 tarihinde <https://www.techtarget.com/whatis/feature/5-ESG-benefits-for-businesses> adresinden alındı.
- URL 1 : <https://quantive.com/resources/articles/what-is-esg> (Erişim tarihi: 01.08.2024).



Finansal Kriz Dönemlerinde Maliye Politikaları: Türkiye'de Covid-19 Pandemisi Örneği (2017-2021)

Nurcihan Akşehirli (ORCID: 0000-0001-6659-9376), Dr.,
Bağımsız Araştırmacı
Bandırma, Türkiye; naksehirli70@gmail.com

Fiscal Policy During Financial Crises: The Case of Covid-19 Pandemic in Türkiye (2017-2021)

Abstract

The aim of this study is to analyze the fiscal policies implemented in Türkiye to mitigate the adverse effects of the Covid-19 pandemic and the macroeconomic effects of these policies in relation to mainstream economics. The study detailed the measures taken for monetary policy, financial policy, fiscal policy, and the views of mainstream economics on government intervention in the economy. It explained fiscal policy measures under the headings of healthcare expenditures, social expenditures, payments to households, loan guarantees, tax regulations, and labor market regulations. The study discussed the impact of these regulations on macroeconomic indicators comparatively to the years before and after the pandemic. As a result, the data of economic growth increasing in parallel with public expenditures support the Keynesian view of government intervention.

Keywords: Fiscal Policy, Covid-19 Pandemic, Türkiye

JEL Classification Codes: E62, G01

Özet

Bu çalışma, Türkiye'de Covid-19 Pandemisinin olumsuz etkilerini gidermek amacıyla uygulanan maliye politikalarını ve politikaların makroekonomik etkilerini iktisadi yaklaşımlarla ilişkilendirerek incelemeyi amaçlamıştır. Çalışmada, para politikası, finansal politikalar ve özellikle de maliye politikalarına yönelik alınan önlemlerin sunulmasının yanı sıra ana akım iktisat okullarının devletin ekonomiye müdahalesi konusundaki görüşlerine yer verilmiştir. Maliye politikası çerçevesinde alınan önlemler sağlık harcamaları, sosyal harcamalar, hane halkına para transferi, kredi garantileri, vergi düzenlemeleri ve işgücü piyasasına yönelik düzenlemeler başlıkları altında ele alınarak düzenlemelerin göstergeler üzerindeki etkileri pandemi öncesi ve sonrası yıllar için karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir. Çalışma sonucunda, kamu harcamaları paralelinde artan ekonomik büyüme verileri, Keynesyen yaklaşımın "müdahaleci devlet" görüşünü desteklemiştir.

Anahtar Kelimeler: Maliye Politikası, Covid-19 Pandemisi, Türkiye

JEL Kodu: E62, G01

Giriş

Finansal krizler, üretim miktarı, ekonomik büyüme oranı, istihdam düzeyi, fiyatlar genel seviyesi, faiz oranı ve döviz kuru gibi başlıca makroekonomik göstergelerin genel ekonomiyi tehdit edecek boyutta dalgalanmasına neden olan ve tüm bunların sonucunda ülke ekonomileri üzerinde önemli hasarlar bırakarak sosyal hayatı da derinden etkileyen bozulmalardır. Genel olarak ekonomik istikrarsızlıklar sonucunda oluşan finansal krizlerin ardında çok çeşitli nedenler bulunduğunu belirtmek mümkündür. Bu çerçevede, hatalı uygulanan para ve maliye politikaları, finansal sistemin zayıf yapısı, döviz kuruna yönelik hatalı uygulamalar, küresel makroekonomik koşullar, jeopolitik riskler, salgın hastalıklar, başlıca kriz nedenleri olarak belirtilmektedir. Finansal krizler, makroekonomi ve bankalar başta olmak üzere finansal sistem üzerinde farklı olumsuz etkiler oluşturmaktadır. Finansal krizler sonucunda faiz oranları yükselmekte, kredi hacmi daralmakta, toplam harcamalar ve dolayısıyla toplam talep daralmakta, üretim ve istihdam seviyesi düşmekte, tasarruf ve yatırım düzeyi gerilemektedir (Ural, 2003: 15).

Tarihsel süreç içerisinde dünya genelinde, farklı nedenlere dayanan birçok finansal kriz yaşanmıştır. 19. yüzyıl, genel olarak temelinde savaş, kıtlık ve mali spekülasyon gibi unsurların yer aldığı 1825, 1836-39, 1847, 1857, 1866, 1873, 1882-84, 1890-93 krizlerine şahitlik etmiştir. Kapitalist ülkelere özgü faktörlerin ve küreselleşme hareketindeki değişimlerin neden olduğu 20. ve 21. yüzyıldaki krizler arasında ise 1900, 1907, 1913, 1920 krizleri, 1929 Büyük Bunalımı, 1973 Enerji Şokları, 1992-1993 Avrupa, 1994 Meksika, 1997-1998 Asya, 1998 Rusya, 1999 Brezilya krizleri yer almıştır (Yücel ve Kalyoncu, 2010: 54). 2000-2001 Türkiye, 2001 Arjantin ve 2008 Küresel krizi ve son olarak da temelinde salgın hastalık bulunan Covid-19 Pandemi krizi ise 21. yüzyılın başlıca finansal krizlerini oluşturmuştur.

Çin'de, 2019 yılının Aralık ayında, solunum yolu semptomlarına sahip bir grup hasta üzerinde görülen ve bu hasta grubu üzerinde gerçekleştirilen araştırmalar neticesinde 13 Ocak 2020 tarihinde tanımlanmış bir virüs olan Covid-19, Ocak 2020'den itibaren hızla dünya geneline yayılarak Mart 2020 döneminde pandemiye dönüşmüştür. Türkiye'de salgınının tespit edilen ilk vakası, Sağlık Bakanlığınca 11 Mart 2020 günü açıklanmış ve sokağa çıkma yasağı başta olmak üzere birçok farklı alanda çeşitli yasal kısıtlamalar getirilmiştir. Covid-19 salgını, yarattığı ekonomik istikrarsızlığın yanı sıra mal ve hizmet piyasalarında da çok ciddi bir durgunluğa yol açarak küresel çapta bir finansal krize zemin hazırlamıştır. Tüm ülkelerde krizin olumsuz etkilerini gidermek amacıyla para politikalarına, finansal politikalara ve ağırlıklı olarak da maliye politikalarına başvurulmuş ve hatta dünyanın önde gelen gelişmiş liberal ülkelerinde bile maliye politikaları ön plana çıkmıştır. Bu durum bir bakıma kriz döneminde piyasanın kendiliğinden dengeye gelemeyeceğini ve devletçi politikaların gerekliliğini açıkça ortaya koymuştur. Öyle ki dünya genelindeki birçok ülke, pandeminin ekonomiye verdiği hasarı tamir etmek amacıyla genişletici maliye politikalarına başvurmak durumunda kalmıştır. Özellikle vergilerin azaltılarak, ertelenerek ya da durdurularak vergi teşviki uygulamaları, artan sağlık harcamaları ve altyapı yatırımları ve düşük gelir grubuna yapılan destekler kamu harcamaları çerçevesinde krizden kurtuluş açısından çok önemli bir çözüm yolu olarak görülmüştür. Salgın, dünya genelinde olduğu gibi Türkiye'ye de hızla yayılarak ticaret hacmi, turizm ve iç talep kanalları üzerinden ekonomiyi olumsuz etkilemeye başlamış ve Nisan 2020 dönemiyle birlikte ekonomik sistemi tehdit eder noktaya gelmiştir. Özellikle toplam talep yetersizliği çerçevesinde ekonomik durgunluk yaşanması, reel kesimin nakit akışında ve finansal kaynaklara erişimde zorlanmasına böylece de gelecekteki likidite taleplerinin artmasına yol açmıştır. Bu doğrultuda, Türkiye'de de hızla finansal ve mali önlemler alınması yoluna gidilerek salgının olumsuz etkileri bertaraf edilmeye çalışılmıştır (Avcı ve Yeniçeri, 2020: 125; Küçüköğlü, 2021: 1272; Kaya, 2023: 133; Sağlık Bakanlığı, 2024).

Bu çalışma, salgın dönemini ve Türkiye'yi ele alan literatürdeki diğer çalışmalardan farklı olarak, Covid-19 Krizi döneminde uygulanan maliye politikalarını ana iktisadi yaklaşımlar çerçevesinde ele almış, uygulanan maliye politikalarının etkilerini Keynesyen yaklaşım çerçevesinde irdelemiştir.

Bu çalışmada, Türkiye'de Covid-19 Salgınının olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla uygulanan maliye politikasına yönelik önlemlerin ve maliye politikalarının krizden çıkıştaki önemini ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, çalışmanın ilk bölümünde, ana iktisat ekollerinin maliye politikalarına bakış açıları aktararak teorik çerçeve çizilmiştir. İkinci bölümde, salgın döneminde uygulanan ekonomi

politikalarını ve alınan önlemleri, makroekonomik göstergelere etki bağlamında araştıran literatür çalışmalarının seçili örneklerine yer verilmiştir. Üçüncü bölümde, Covid-19 Salgının olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla finansal ve mali önlemler çerçevesinde uygulanan para, finansal ve maliye politikası örneklerine yer verilmiştir. Dördüncü bölümde uygulanan politikaların ekonomik büyüme üzerindeki etkisi salgın öncesi ve sonrası dönemler karşılaştırılarak ele alınmış ve söz konusu etkiler ana iktisat akımlarının görüşleri çerçevesinde değerlendirilmiştir.

1. Teorik Çerçeve

Genel olarak, bir ülkede bireysel ve toplumsal olmak üzere iki temel ihtiyaçtan söz edilmiştir. Fiyatlanabilme, bölünebilme ve pazarlanabilme gibi vasıflara sahip olması nedeniyle bireysel ihtiyaçlar piyasa ekonomisinde giderilirken, toplumsal ihtiyaçlar kamu kesimi tarafından karşılanmıştır. Toplumsal ihtiyaçların boyutu ve çeşitliliği, kamu kesimine ait ekonomik faaliyetlerin büyüklüğünün ülkeden ülkeye farklılaşmasına neden olmuştur. Buradan hareketle, kamu kesiminin ekonomideki rolüne yönelik tartışmalar, iktisat tarihinin önemli tartışma konularından birini oluşturmuş ve iktisadi yaklaşımların konuyla ilgili görüşleri farklılık göstermiştir (Bayrakdar, 2017: 97) Ana akım iktisat okulları, kamu kesiminin ekonomideki rolünü devletin ekonomiye müdahalesi çerçevesinde ele almıştır.

Bu çerçevede ilk olarak Merkantilist Düşünce'nin görüşleri karşımıza çıkmıştır. Devletin ekonomiye müdahale etmesi gerektiğini savunan Merkantilist Görüş'e göre, toplumsal zenginlik, sahip olunan altın ve madenlerle ölçülmüş ve dış ticarete korumacı politikaların uygulanması gerekmiştir. Dolayısıyla bu görüş, dış ticarete kota ve tarifelerin uygulanması ile dış ticaret fazlası yaratılabileceğini savunmuş ve güçlü-ulusal devlet ve korumacılık kavramlarını esas almıştır (Canbaz, 2019: 61-62).

Doğal düzen ve rasyonalizme önem veren Fizyokrat Görüş, zenginliğin kaynağını "tarımda" görmüştür. Herkesin tarımsal üretim faaliyetinde yer alarak üretken olması nedeniyle de özel mülkiyet anlayışını öne çıkararak devletin ekonomiye müdahale etmemesi, piyasanın doğal işleyişine bırakılması gerektiğini savunmuştur. Aynı zamanda Fizyokrasi, sonraki dönemlerde Liberalizm olarak adlandırılacak olan düşünce sisteminin de temellerini oluşturmuştur (Bayrakdar, 2017: 97; Canbaz, 2019: 61-62).

Piyasa düzenini ön plana çıkaran Klasik Görüş çerçevesinde, "Görünmez El" kavramı temel alınarak devletin ekonomiye müdahale etmemesi düşüncesi hâkim olmuştur. Bu yaklaşım, devletin sadece savunma gibi kendisi ile ilgili hizmet alanlarında yer alması ve piyasanın işleyişinde yardımcı görev üstlenmesi gerektiğini ileri sürmüştür. Öyle ki ekonominin genelinde Say Kanunu geçerli olduğu için her arzın kendi talebini yarattığını yani üretilen tüm malların alıcı bulduğunu ve ekonominin hâlihazırda tam istihdam seviyesinde bulunduğunu savunmuştur. Eğer ekonomi tam istihdam dengesinden geçici bir şekilde sapmış olsa dahi piyasanın uzun dönemde kendiliğinden mükemmel ve kararlı dengeye geri geldiğini; böyle bir ekonomik ortamda devletin ekonomiye müdahale ediyor olmasının sadece piyasalarda etkinliği azaltacağını öne sürmüştür. Bu nedenlerle de devlet müdahalesinin gerekli olması halinde para politikasına başvurulması gerektiğine inanan Klasik Görüş, maliye politikası tarafında ise tarafsız bir vergi sisteminin yanı sıra küçük ve denk bir bütçeyi savunmuştur. Borçlanmanın sadece savaş ya da doğal afet gibi olağanüstü koşullarda başvurulabilecek bir kaynak olduğuna işaret etmiştir. Klasik Görüş, 1929 Büyük Buhranı'nı açıklama ve krizden çıkış önerileri konularında yetersiz kalması nedeniyle hâkim görüş vasfını kaybetmiş ve yerini Keynesyen iktisat teorisine bırakmıştır (Şen, Tabar ve Tokatlıoğlu, 2018: 13).

Keynesyen Görüş'ün temelleri, J. M. Keynes'in 1936 yılında yayımladığı "İstihdam, Faiz ve Paranın Genel Teorisi" isimli yayınıyla atılmıştır. Bu görüş gerek devletin ekonomideki yerinin şekillenmesinde gerekse maliye politikalarının teorik çerçevesinin çizilmesinde başrol oynamıştır. "Etkif Talep", "Toplam Talep Yetersizliği", "Konjonktür Dalgalanmaları", "Çarpan Mekanizması" ve "Eksik İstihdam" kavramları üzerine kurulan Keynesyen Görüş, genişletici politikaları ileri sürerek efektif talebin, eksik istihdamda bulunan bir ekonominin milli gelir ve istihdam seviyesini artırabileceğini savunmuştur. Bu kapsamda Keynesyen Yaklaşım, talep yönlü mali politikaların işsizlik oranlarının düşürülmesi ve konjonktür dalgalanmalarının hafifletilmesinde hayati rol üstlendiğinin altını çizmiştir (Dökmen ve Vural, 2011: 120). Keynesyen yaklaşım, kamu harcamalarının sermayenin marjinal etkinliğine göre yatırım kararlarını değiştirerek piyasayı etkileyebildiğini, "çarpan mekanizması" ile kamu harcamalarının piyasaya etkisinin artırılan harcama

miktarından daha fazla olabildiğini yani kamu harcamalarından daha fazla ekonomik büyüme rakamlarına ulaşabileceğini öne sürmüştür (Ergen, 2021: 52-53). Bu görüş, konjonktürün genişleme dönemlerinde kamu harcamalarının azaltılması ve/veya vergilerin artırılmasına dayanan daraltıcı maliye politikalarının, daralma dönemlerinde de kamu harcamalarının artırılması ve/veya vergilerin azaltılmasını kapsayan genişletici maliye politikalarının uygulanması gerekliliğini savunmuştur. Keynesyen Görüş, her zaman maliye politikasını para politikasından üstün görmüş ve Klasik Görüşün aksine devletin ekonomiye müdahalesinin gerekliliğini savunmuştur. Keynesyen görüş, 1970'li yıllarda yaşanan ekonomik krize kadar hâkimiyetini sürdürmüştür. (Dökmen ve Vural, 2011: 120; Bayrakdar, 2017: 97).

Son olarak, Klasik Yaklaşım'ın eksikliklerini ve aksaklıklarını gidermek suretiyle klasik iktisat yaklaşımında kendi alternatifini oluşturma çabasında olan Yeni Klasik İktisat Yaklaşımı ise devletin ekonomiye müdahalelerinin etkinliğini veya etkisizliğini rasyonel beklentiler varsayımı çerçevesinde açıklamaya çalışmıştır. Bu görüş, ekonomik karar birimlerinin sistematik hataya meydan vermemeleri gerekçesiyle politika yapıcıların reel değişkenleri etkileyebilmek için beklenmeyen politikalar uygulaması gerektiğini savunmuştur. Öyle ki bu yaklaşım, karar birimleri, ekonomi politikalarını çok iyi takip ettikleri için beklenen politikaların, etkisiz hale geldiğine vurgu yapmıştır. Tüm bu nedenlerle Yeni Klasik Görüş, "en iyi politika politikasızlıktır" görüşünü benimsemiştir (Bayrakdar, 2017: 98).

2. Literatür Taraması

Literatür taramasında, Covid-19 krizine karşı alınan önlemlerin makroekonomik göstergelere etkisini ekonometrik analiz kapsamında ele alan çalışmalar görüldüğü gibi, verileri tablo ve/veya grafik analizi ile inceleyen çalışmaların ağırlıkta olduğu belirlenmiştir. Söz konusu çalışmaların seçili örneklerine sırasıyla yer verilmiştir.

Avcı ve Yeniçeri (2020), pandemi dönemindeki ekonomik ortamın vergi mükellefleri üzerindeki etkilerini, krizin olumsuz etkilerini gidermek amacıyla alınan vergisel önlemleri, Türkiye'nin yanı sıra ABD, İngiltere, İtalya, Fransa, İspanya ve Almanya özelinde ele almıştır. İlgili ülkelerde alınan vergisel önlemleri karşılaştırmalı olarak değerlendirerek politika önerileri sunmuştur.

Covid-19 krizinde maliye politikalarının gerekliliğine odaklanan Fırat (2020), gelişmiş, gelişmekte olan, düşük gelirlili ülkeler ve Türkiye'yi esas almıştır. Genel makroekonomik verilerle ilgili değerlendirmeler sunmasına ek olarak Türkiye'de uygulanan maliye politikalarına yer vermiştir.

Koç ve Yardımcıoğlu (2020), ikincil veri kaynaklarına dayandırdıkları çalışmalarında, Pandemi sürecinde uygulanan mali tedbir ve teşvikleri Türkiye ve seçili ülke örnekleri ile karşılaştırmalı olarak araştırmıştır. Mercek altına alınan tüm ülkelerde genel olarak doğrudan gelir desteği, likidite ve kredi desteği, vergi indirim ve teşviklerine sıklıkla başvurulduğunu, Türkiye'de sağlık sistemine yönelik tedbir ve teşviklerin Avrupa Birliği ülkelerine göre daha başarılı olduğunu belirlemiştir.

Öz (2020), salgın dönemindeki maliye politikalarını OECD ülkeleri açısından araştırmıştır. Kamu borç stokunun gayrisafi yurtiçi hâsılaya oranını esas aldığı çalışmada krizin olumsuz etkilerini gidermek için kamuda israfın önlenmesi ve bütçe gelirlerinin artırılması yönünde politika önerilerine yer vermiştir.

Aydın ve Sönmüş (2021), salgın döneminde Türkiye ve G-20 ülkelerinde uygulanan devlet politikalarını araştırmıştır. Salgın nedeniyle firmalar ve hane halkının yaşadığı mali sıkıntılar sonucunda uygulanan mali teşvik sisteminin etkilerini, teşviklerdeki sorunları ve çözüm önerilerini aktarmıştır.

Covid-19 krizinde uygulanan mali teşvik ve vergisel önlemleri inceleyen Güner (2021), Türkiye, Çin, Avustralya, ABD, Almanya, Fransa ve İtalya uygulamalarını detaylandırmıştır.

Salgın döneminde maliye politikasına odaklanan Kısa (2021), Türkiye ve seçili ülkelerde salgının ekonomik etkilerini işgücü piyasası, dış ticaret, turizm ve bankacılık çerçevesinde araştırmış, salgının ekonomik büyüme üzerinde olumsuz etki yarattığını ortaya koymuştur.

Küçüköğlü (2021), Pandemi krizini bankacılık sektörü ile ilişkilendirdiği çalışmada, dünya ekonomisinin genel görünümünü, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler ayrımlı olarak incelemiş ve Türkiye'de uygulanan ekonomi politikalarına ve krizin bankacılık sektörü temel göstergeleri üzerinde yarattığı etkiye değinmiştir.

Oflaz (2021), küresel sağlık krizinin ekonomi üzerindeki etkilerini ve bu kapsamda alınan önlemleri Türkiye, dünya geneli, gelişmiş ülkeler ve gelişmekte olan ülkeler özelinde incelemiştir.

Pehlivan, Kaya ve Keleş (2021), Türkiye ve seçilmiş ülkelerde, Covid-19 krizinin makroekonomik göstergeler üzerindeki etkisini ve önlemler kapsamında uygulanan para ve maliye politikalarını ele almıştır.

Covid-19 Salgını sürecinde uygulanan para ve maliye politikalarını bir arada sunan Danacı (2022), salgının buluşma kanallarını irdelemesinin yanı sıra salgının ekonomik etkilerini büyüme, enflasyon, yatırım ve dış ticaret gibi başlıca ekonomik göstergeler özelinde hem Türkiye hem gelişmiş ülkeler hem de gelişmekte olan ülkeler açısından incelemiştir. Salgına karşı alınan önlemleri, para, maliye ve sosyal politikalar başlıkları altında inceleyerek para politikasını politika faiz oranı, zorunlu karşılıklar, likidite desteği ve swap anlaşmaları doğrultusunda değerlendirmiştir.

Dokuzoğlu ve Tüm (2022), salgının küresel ekonomi ve Türkiye üzerindeki etkisini salgın öncesi ve sonrası için ele almasının ardından Türkiye'de uygulanan maliye politikalarını mali teşvikler ve vergisel düzenlemeler bacağına ortaya koymuştur.

Pandemi döneminde, uygulanan para politikalarını araştıran Kuzucu (2022), TCMB, ECB, FED, BOE ve BOJ uygulamalarına ve alınan parasal önlemlerin makroekonomik göstergeler üzerindeki etkisine yer vermiştir.

Covid-19 krizinde maliye politikası uygulamalarını Türkiye için araştıran Gölçek (2023), makroekonomik göstergeleri pandemi öncesi ve sonrası ayrımlı olarak değerlendirerek vergi, kamu harcamaları ve borçlanma politikaları üzerinde durmuştur.

Pandemi krizini küreselleşme ve küreselleşme sonrasında yaşanan yeni tip krizler bağlamında inceleyen Kaya (2023), krizin olumsuz etkilerini gidermede maliye politikalarının ne denli önemli olduğunu ve gelir dağılımında adaletin sağlanması açısından olağanüstü servet vergilerinin önemini vurgulamıştır.

Oldaç ve Sakal (2023), seçili ülkeler için pandemi döneminde, kamu harcama politikalarının kamunun mali dengesi üzerinde oluşturduğu etkiyi incelemiştir.

Covid-19 döneminde, kamu sosyal harcamalarını, Türkiye ve seçili ülkeler üzerinden ele alan Kaya (2024), ekonomilerin istikrarsız olduğu dönemlerde devletlerin düzenleme ve denetleme açısından daha fazla rol üstlenmesi gerektiğine işaret etmiştir. Ayrıca ekonomik büyüme ve istihdamın artırılması için kamu kesimince yapılan sosyal harcamalara yönelik bir model önermiştir.

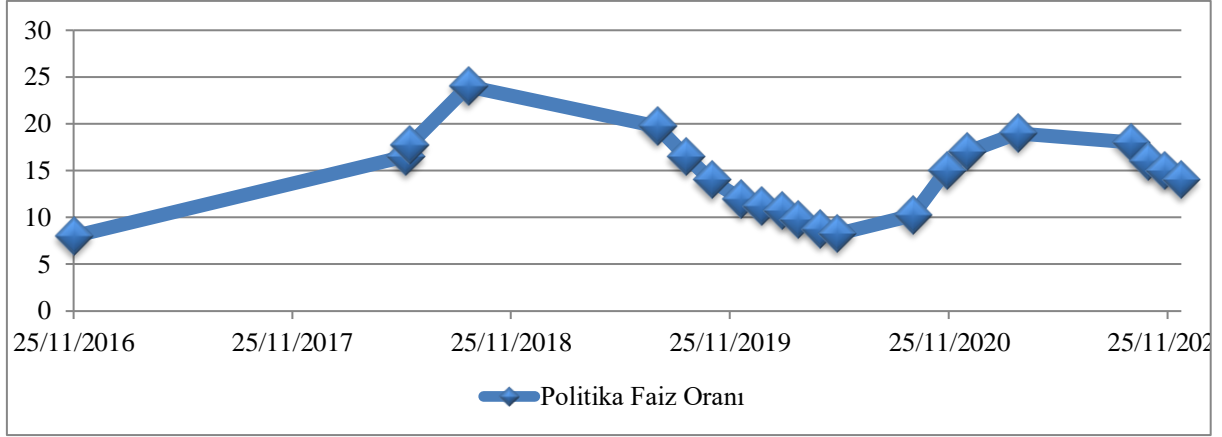
3. Covid-19 Salgını Döneminde Türkiye'de Uygulanan Ekonomi Politikaları

Türkiye'de, 2020 ve 2021 yıllarında, Covid-19 Pandemi Krizine önlem olarak hızla devreye alınan ekonomi politikaları, para politikaları, finansal politikalar ve maliye politikaları başlıkları altında incelenmiştir.

3.1. Para Politikaları

Salgına önlem olarak uygulanan para politikaları çerçevesinde, öncelikli adım olarak, TCMB tarafından politika faiz oranları düşürülerek para politikası gevşetilmiştir. Bu bağlamda bir hafta vadeli repo ihale faiz oranı olan politika faiz oranında kademeli olarak yapılan indirimler başta olmak üzere tahvil alımları ve ek likidite desteği, para politikasının başlıca araçlarını oluşturmuştur (TCMB, 2021b: 5). Grafik 1'de de belirtildiği gibi, politika faiz oranı, salgın sürecinde, 22 Mayıs 2020 tarihine kadar aşamalı olarak % 8.25 seviyelerine kadar düşürülmüştür. Ancak enflasyonist baskının artması nedeniyle 25 Eylül 2020 tarihi ile birlikte para politikası sıkılaştırılarak yine kademeli bir şekilde yapılan artışlarla 19 Mart 2021 tarihi itibarıyla % 19 seviyesine yükseltilmiştir. Ek likidite desteği olarak, açık piyasa işlemleri kapsamında, piyasa yapıcı olan bankaların likidite olanaklarının genişletilmesi yoluna gidilmiştir. Ayrıca reel sektöre kredi akışının kesintisiz bir şekilde devamını sağlamak amacıyla bankalara ek likidite olanakları da sağlanarak alabilecekleri fon tutarları, reel sektöre arz edecekleri kredi tutarı ile ilintili hale getirilmiştir (TCMB, 2020a: 9).

Grafik 1. Politika Faiz Oranı



Kaynak: TCMB, (2024).

3.2. Finansal Politikalar

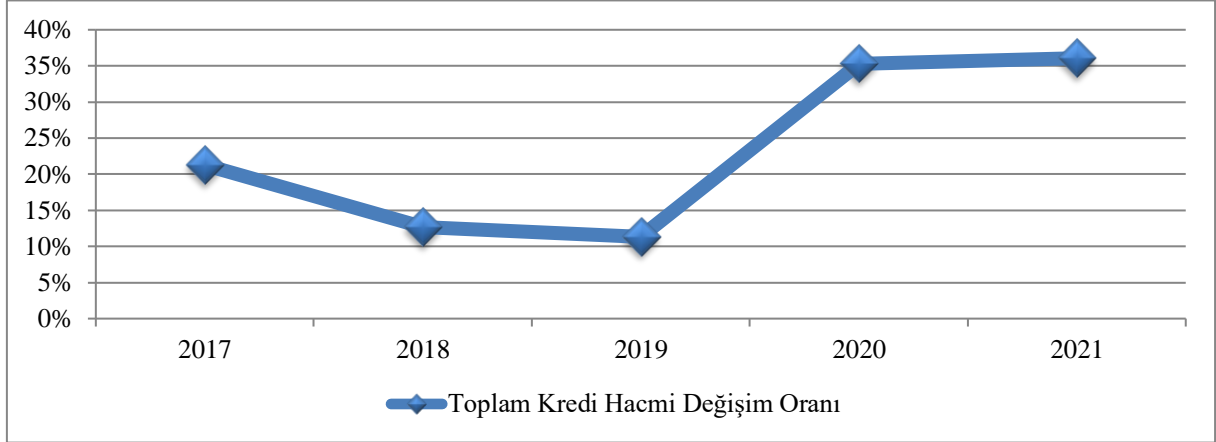
Bankalara likidite yaratma, finans sektörünü mali açıdan güçlü tutma ve özel sektöre kredi akışının devamlılığını sağlama gibi amaçlar üzerine kurulan finansal politikaların başlıca uygulama araçları arasında zorunlu karşılıklar, kredi yapılandırma ve ertelemeleri ile kredi destek programları yer almıştır (TCMB, 2021b: 7).

Finansal politikalar kapsamında, öncelikli olarak arz edilen kredi hacminin üretim odaklı sektörlerle yönlendirilmesini teminen zorunlu karşılıklara ödenecek faiz/nema oranları kredi büyüme oranları ile ilintili hale getirilmiş ve zorunlu karşılık teşviklerinden ancak kredilerde % 5'in üzerinde büyüeyebilen bankalar faydalanabilmiştir. Ayrıca TL cinsinden kredi büyümesi koşulunu sağlayan bankalar için zorunlu karşılıkların daha düşük uygulanması yönünde karar alınmıştır.

Kredi yapılandırma ve ertelemelerine yönelik önlemlerde, 90 gün olan donuk alacakların minimum gecikme süresi, bankalar, finansal kiralama ve faktoring şirketleri için 180 güne, finansman şirketleri için ise 240 güne yükseltilmiştir. İkinci grupta takip edilen kredilerin 30 gün olan asgari gecikme süresi 90 güne yükseltilmiştir. Pandemi nedeniyle ekonomik faaliyetlerinin olumsuz etkilendiğini beyan eden esnafa ait kredi borçlarının ertelenmesi yoluna gidilmiştir. KOSGEB, kullandığı kredilerin geri ödemelerini ertelemiş ve erteleme maliyetlerini üstlenmiştir (TCMB, 2020a: 10-11). Ödemeleri Mayıs 2021 döneminden önce olan kredilerini aksatan hane halkı ve firmaların karşılıksız çıkan kredi kartı, senet, çek vb. borçlarına yönelik tutulan sicil kayıtlarının- geciken ödemelerin 2021 yılı sonuna kadar ödenmesi ya da yeniden yapılandırılması şartıyla-bankalarca dikkate alınmaması kararı alınmıştır (TCMB, 2021c: 18-19).

Kredi destek programları kapsamında, TBB tarafından reel kesim ve bireylerce talep edilen kredilerin daha hızlı değerlendirilmesi, krediye erişim olanaklarının iyileştirilmesi, vade ve teminat koşullarında esneklik sağlanması yönünde bankacılık kesimine tavsiyelerde bulunulmuştur. Dış ticaretteki zorlukların reel kesim üzerindeki olumsuz etkilerini sınırlandırmak için reeskont kredilerinin vadeleri uzatılmış ve buna ek olarak tahsis edilen kredi limitleri artırılmıştır. Kamu bankalarınca aylık geliri 5 Bin TL ve altındaki bireyler için "Temel İhtiyaç Desteği" olarak adlandırılan krediler devreye alınmıştır (TCMB, 2020a: 12-13). KOSGEB vasıtasıyla imalat sektöründe faaliyet gösteren mikro işletmeler ve KOBİ'lere yönelik, toplam tutarı 5 Milyar TL olan bir destek programı uygulamasına geçilmiştir. Söz konusu program kapsamındaki krediler, mikro ölçekli firmalarca 30 Bin TL, KOBİ'lerce 75 Bin TL üst sınırlı olmak kaydıyla ve de tümü faizsiz ve 3 yıl geri ödemesiz kullanılmaya başlanmıştır (TCMB, 2021a: 6). Grafik 2'ye göre, 2019 yılı sonunda % 11 seviyelerine gerileyen kredi hacmindeki artış oranı, uygulanan kredi destek programları ile birlikte 2020 yılı sonunda % 35 düzeyine yükselmiştir.

Grafik 2. Toplam Kredi Hacmi Artış Oranı



Kaynak: TCMB, (2024).

3.3. Maliye Politikaları

Salgın döneminde uygulanan maliye politikaları, sağlık harcamaları ve sosyal harcamalar, hane halkına yapılan para transferleri, kredi garantileri, vergi düzenlemeleri ve işgücü piyasasına yönelik düzenlemeler bağlamında ele alınmıştır (TCMB, 2021b: 8).

• Sağlık Harcamaları ve Sosyal Harcamalar

Covid-19 Pandemi süresinde, sağlık harcamaları doğrultusunda 90.000'den fazla yeni sağlık çalışanı istihdam edilmiştir. Sağlık çalışanları için kısa süreli de olsa ek ödeme uygulaması kapsamında finansal destek sağlanmış ve çalışanların performans ödemeleri 3 ay süreliğine en üst seviyeden yapılmıştır. Bu süreçte, sağlık hizmetlerinin aksamadan sağlanabilmesi için Sosyal Güvenlik Kurumu, pandeminin ilk 11 aylık döneminde sağlık hizmeti sunucularına 8,5 Milyar TL ek kaynak sağlamıştır (Kısa, 2021: 105; TÜSEB, 2021: 12-14).

Sosyal harcamalar kapsamında, Ticaret Bakanlığı'nca, pandeminin etkileriyle ticari faaliyetlerinde olumsuzluklar yaşayan esnaf için hibe kapsamında bir destek programı ilan edilmiştir. 3 aylık kira ve gelir kaybı desteğini içeren bu program kapsamında, aylık gelir kaybı desteğinin 1000 TL; aylık kira desteğinin 750 TL (büyükşehirlerde) ve 500 TL (diğer illerde); kira bedelinin bu tutarların altında bulunması halinde de işyeri kira bedeli olarak verilmesi karara bağlanmıştır. Salgın sonucunda zarar gören esnaf iki farklı kategoriye ayrılarak her iki kategoriye, hibe olarak, toplamda 4 Milyar 622 Milyon TL destek verileceği açıklanmıştır. Bu doğrultuda, ilk grup kapsamına alınan 235 Bin esnafa 5 Bin TL, ikinci grup kapsamına alınan 1.150 Bin esnafa ise 3 Bin TL destek sağlanması kararlaştırılmıştır (TCMB, 2021a: 6).

• Hane Halkına Para Transferi

Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı'nca, 2020 yılında 55 Milyar TL sosyal yardım aktarıldığı ilan edilmiştir. Hazine ve Maliye Bakanlığı tarafından, ilk aşamada 2,1 Milyon aileye 1000 TL destek verilmiş, ikinci aşamada 2,3 Milyon aileye daha destek verileceği açıklanmıştır. Böylece yardım alan aile sayısı 4,4 Milyona ulaşmıştır. Temel ihtiyaçlarını karşılamaları için 5 Bin TL'nin altında geliri olanlara destek verileceği bildirilmiştir (Yorğun, 2020: 101). Bunlara ek olarak, aylık asgari emekli maaşları 1.000 TL' den 1.500 TL'ye çıkarılmıştır. Ücretsiz izinlerde düzenleme yoluna gidilerek ücretsiz izin verilen çalışanlara 1.170.-TL sabit ödenek sağlanmıştır (Oflaz, 2021: 396)

• Kredi Garantileri

Açıklanan "Ekonomik İstikrar Kalkanı Paketi" doğrultusunda, kamu bankalarınca, kayıtlı çalışan sayılarının azaltılmaması şartıyla, KGF kefaletli ve Hazine destekli, "İş'e Devam Destek Kredisi" devreye alınmıştır. TBB tarafından firmaların işletme sermayesi ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla "Çek Ödeme

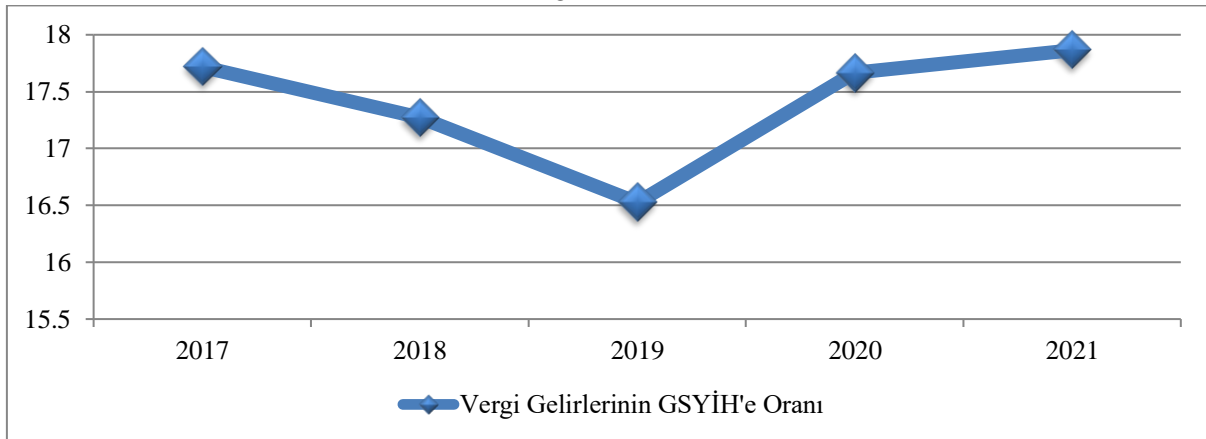
Destek Kredisi'nin yürürlüğe girdiği açıklanmıştır. KGF limiti yükseltilerek likidite ve teminat açığı bulunan firmaların ve KOBİ'lerin kredi temininde önceliklendirilmesi kararı alınmıştır. Ticaret Bakanlığı, talep azalışına bağlı olarak ürünlerini satamadığı için stokları artan ihracatçılar için "Stok Finansman Destek Paketi"ni devreye alarak bu kredilerin KGF'nin teminatı altında ve TL cinsinden kullanılacağını açıklamıştır (TCMB, 2020a: 13). TBB, KGF kefaletli "Turizm Destek Paketi" başlatılacağını ilan etmiştir. Kamu mevduat bankaları, KOBİ'lere yönelik başlatılacağı duyurulan "Mikro İşletmeler Destek Paketi" kapsamındaki kredilerin KGF teminatlı olarak kullanılmasını olanağı sağlamıştır (TCMB, 2020b: 6). KGF, Avrupa Yatırım Fonu aracılığıyla KOBİ'lere destek vermek için yürütülen 1 yılı ödemesiz olmak üzere, asgari 36-60 ay vade aralığında, toplam 7,5 Milyar TL hacimli bir kredi paketi açıklanmıştır. Çeşitli ekonomik reformları içeren planlama çerçevesinde, dış ticaret ve imalat sektörlerinde yapılacak uzun vadeli yatırımlar için yine KGF teminatıyla kredi desteği verilmesi kararı alınmıştır. Ayrıca KOBİ'lere destek sağlamak amacıyla KGF ve TOBB işbirliği kapsamında "Nefes Kredisi Paketi"nin sunulacağını ilan edilmiştir. Hazine destekli olan ve KGF kefaleti sağlanan kredi paketi doğrultusunda, 2020 yılına ait cirosu 1 Milyon TL 'nin altındaki KOBİ'lerin en fazla 50 Bin TL, cirosu 1-10 Milyon TL aralığında bulunan KOBİ'lerin de en fazla 200 Bin TL tutarlı krediye erişebilecekleri açıklanmıştır (TCMB, 2021a: 5-7).

• Vergi Düzenlemeleri

Vergi düzenlemeleri çerçevesinde, erteleme ve istisnalar başta olmak üzere çok çeşitli önlemler alınmıştır. Sokağa çıkma kısıtlamalarının geçerli olduğu dönemde, kronik rahatsızlığı olan, 65 yaş ve üstü mükelleflerin beyanname verme süreleri ve vergi ödemeleri ertelenmiştir. Gelir vergisi, KDV ve muhtasar beyanname verme süreleri ve ödeme süreleri uzatılmıştır. Hava yolu ile yolcu taşımacılığında KDV oranı düşürülmüştür. E-defterler ve beratları ertelenmiştir. Konaklama vergisi ertelenmiştir. İcra takibi başlatma ibraz ve zaman aşımı süreleri durdurulmuştur (Avcı ve Yeniçeri, 2020: 127-130). Salgından ve salgın sonucunda alınan önlemlerden doğrudan etkilenen vergi mükelleflerinin vergi yükümlülüklerini yerine getirmeleri açısından mücbir sebep hali ilan edilirken mücbir sebep kapsamı dışındaki mükelleflerin ödeme süreleri uzatılmıştır. Kiralardan tahsil edilen vergi oranları, %20'den %10'a düşürülmüştür. Belirli mal ve hizmetler için geçerli olan % 18'lik KDV oranı % 8'e indirilmiştir (Dokuzoğlu ve Tüm, 2022: 109). Mükelleflerin mal ve hizmet alım ve satımlarını doğru bildirmeleri için düzenleme gerekliliği bulunan Ba ve Bs formlarının ilgili birimlere tesliminde geçerli olan sürelerin ertelenmesi yoluna gidilmiştir (Güner, 2021: 88-89). Reel kesimin nakit yönetimini kolaylaştırmak için kurumlar vergisi tahakkuk ve ödemeleri uzatılmıştır (Fırat, 2020: 218-219).

Salgın döneminde, Türkiye'de bazı sektörlerin durma noktasına gelmesi sonucunda, vergilerle ilgili göstergelerde önemli değişimler yaşanmıştır. Grafik 3'e göre, salgının etkisiyle gerileyen vergi gelirlerinin GSYİH'e oranı, salgına yönelik önlemlerle birlikte toparlanma sürecine girerek 2020 yılı sonunda %17.66, 2021 yılı sonunda ise % 17.86 seviyelerine yükselmiştir.

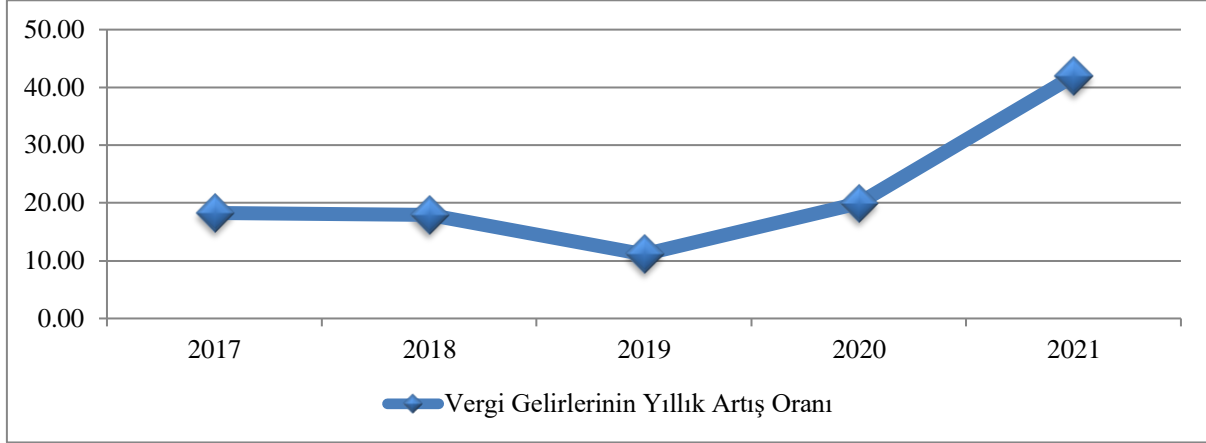
Grafik 3. Vergi Gelirlerinin GSYİH'e Oranı



Kaynak: Worldbank, (2024).

Salgın döneminde, ekonomik aktivitenin daralmasının bir başka sonucu olarak, vergi gelirlerinin artış oranı da gerilemiştir. Grafik 4'te yer aldığı gibi, 2017 ve 2018 yıllarında % 18 düzeyinde seyreden vergi gelirlerinin artış oranı, 2019 yılında % 11.10'a kadar düşerken, 2020 yılı sonunda % 19.89'a, 2021 yılı sonunda ise % 41.95'e yükselmiştir.

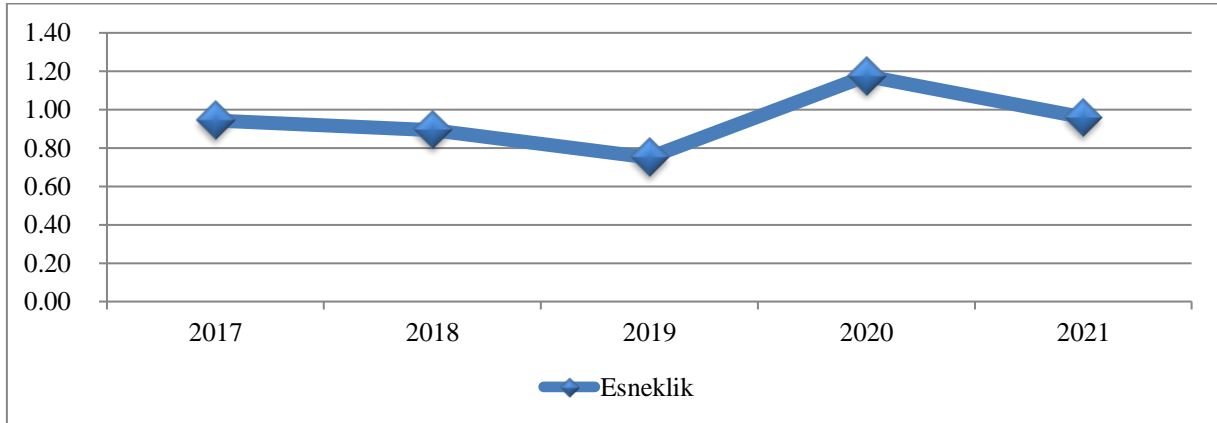
Grafik 4. Vergi Gelirlerinin Artış Oranları



Kaynak: GİB, (2024).

Belli bir dönem içerisinde vergi gelirlerinde oluşan yüzde değişimin, aynı dönemdeki GSYİH yüzdesel değişimine oranlanması ile elde edilen "esneklik oranları" da aynı şekilde gerilemiştir. Grafik 5'e göre, 2017 yılı sonunda %0.94 olan esneklik, 2018 ve 2019 yılları sonunda sırasıyla % 0.89 ve % 0.75'e gerilemiş ve 2020 yılı sonunda % 1.18 seviyesine yükselmiştir. Ancak 2021 yılı sonrasında tekrar düşüşe geçerek % 0.96 seviyesinde bulunmuştur.

Grafik 5. Vergi Gelirlerinin GSYİH'e Göre Esneklikleri



Kaynak: GİB, (2024).

Vergi gelirlerine tutarsal olarak ve tür ayrımlı olarak bakıldığında, gelir vergisindeki 2020 yılında yaşanan azalış dikkat çekmiştir. Tablo 1'de sunulduğu üzere, gelir vergisi tahsilâtı 2019 yılı sonunda 207 Milyar TL seviyesinde iken, getirilen yasal kısıtlamalarla birlikte ticari faaliyetlerin olumsuz etkilenmesi sonucunda 2020 yılı sonu itibarıyla 203 Milyar TL düzeyine düşmüştür. Vergi mükelleflerinin yasal kısıtlamalara bağlı olarak ticari faaliyetlerini geçici olarak durdurmak durumunda kalması, gelir vergisi tahsilâtında yaklaşık 4 Milyar TL tutarlı bir azalışa neden olmuştur.

Tablo 1. Vergi Gelirleri (Yıllık, Bin TL)

Yıl	Vergi Gelirleri	Gelir Vergisi	Kurumlar Vergisi	Katma Değer Vergisi
2017	536,617,206	143,962,939	57,868,208	206,679,678
2018	621,536,356	175,420,074	84,132,155	250,661,593
2019	673,859,718	207,849,896	87,528,217	270,152,810
2020	833,250,502	203,986,510	112,871,319	324,038,872
2021	1,164,988,132	285,606,384	190,150,638	533,684,455

Kaynak: GİB, (2024).

Salgın dönemi, bütçede hedeflenen vergi geliri tutarı ile gerçekleşen vergi tahsilât tutarı arasında fark oluşmasına da yol açmıştır. Tablo 2'de 2017 ve 2018 yıllarında gerçekleşen tahsilât, hedeflenen tutarın üzerinde gerçekleşirken, 2019 yılında gerçekleşen tahsilât, hedeflenenin 73 Milyar TL gerisinde kalmıştır. 2020 yılında 2019 yılına göre bir toparlanma görülse de 2017-2018 yılı hedef gerçekleştirme performansına ulaşamamıştır. 2021 yılı sonuna gelindiğinde hedeflenene göre yaklaşık % 26 oranında daha fazla tahsilât sağlanabilmiştir.

Tablo 2. Hedeflenen ve Gerçekleşen Vergi Gelirleri (Yıllık, TL/%)

Yıl	Hedeflenen Vergi Geliri	Gerçekleşen Tahsilât	Tutarsal Fark	Oransal Fark
2017	564,746,658,000	598,162,618,676	33,415,960,676	5.92
2018	667,319,541,000	705,727,187,147	38,407,646,147	5.76
2019	853,843,670,000	780,052,644,205	-73,791,025,795	-8.64
2020	912,523,630,000	943,111,934,000	30,588,304,000	3.35
2021	1,058,733,147,000	1,334,481,424,000	275,748,277,000	26.05

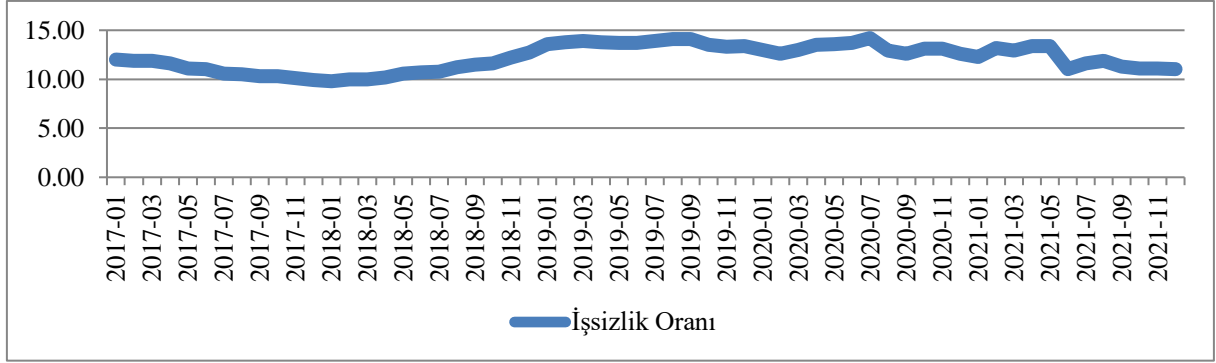
Kaynak: GİB, (2024).

• İşgücü Piyasası Destekleri

Kısa Süreli Çalışma Programı koşullarının iyileştirilmesine yönelik olarak 600 günlük katkı gereksinimi 450 güne, son 120 gün için iş sözleşmesi gerekliliği ise 60 güne düşürülerek başvuru süreci kolaylaştırılmış ve programdan faydalanacak olan işverenlere yeni işçi çıkarılmaması doğrultusunda şart getirilmiştir (Oflaz, 2021: 396). "İlave İstihdama Finansman Desteği" projesi çerçevesinde, mikro ve küçük segmentteki işletmelerin ek istihdam yaratmaları durumunda yeni çalışan başına KGF kefaletli, kredi olanağı sunulmasına karar verilmiştir. Buna ek olarak, sigortalı sayısı 50'den az olan reel kesim işverenlerinin ilave istihdam yaratmaları halinde söz konusu sigortalılar için ödenen sigorta priminin kredi faiz bakiyesinden indirilmesi yönünde karar alınmıştır (TCMB, 2021a: 6-7).

Salgın, Türkiye'de işgücü piyasası göstergeleri üzerinde de değişim yaratmıştır. Grafik 6'ya göre, birçok sektörde iş kayıplarının yaşanması nedeniyle 2020 yılı Mart ayında artmaya başlayan işsizlik oranı, aynı yılın Nisan ayında %13.50, Mayıs ayında % 13.60, Haziran ayında % 13.70 düzeyine yükselmiştir. Temmuz 2020 döneminde ise %14.20 oranıyla incelenen 2017-2021 döneminin en yüksek seviyesine çıkmıştır. İşgücü piyasasına yönelik önlemler 2021 yılının Haziran ayından itibaren etkisini göstermeye başlamış ve aynı yılın sonunda % 11 seviyelerine kadar gerilemiştir.

Grafik 6. İşsizlik Oranı



Kaynak: TCMB, (2024).

Salgın sürecinde, Türkiye'de maliye politikasına yönelik tüm önlemler genel olarak değerlendirildiğinde, gerek ekonomik aktivitenin canlandırılması gerekse salgının genel olumsuz etkilerinin giderilmesinde "kamu harcamaları" önemli bir araç olarak karşımıza çıkmıştır. Bu kapsamda, dünya genelindeki diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de kamu harcamalarının genişletilmesi yoluna gidilmiştir. Böylece, başta sağlık alanında ve sosyal yardım alanında olmak üzere birçok alanda oluşan toplum ihtiyaçlarının karşılanarak ekonomik büyümenin artırılması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, cari harcamalar, yatırım harcamaları, transfer harcamaları ve toplam harcamaların 2017-2021 dönemi verileri Tablo 3'te sunulmuştur. Buna göre, 2017 ve 2018 yıllarında sırasıyla 1.085 Milyar TL ve 1.327 Milyar olan toplam kamu harcamaları, 2019, 2020 ve 2021 yıllarında sırasıyla 1.560 Milyar TL, 1.835 Milyar TL ve 2.430 Milyar TL olarak gerçekleşmiştir.

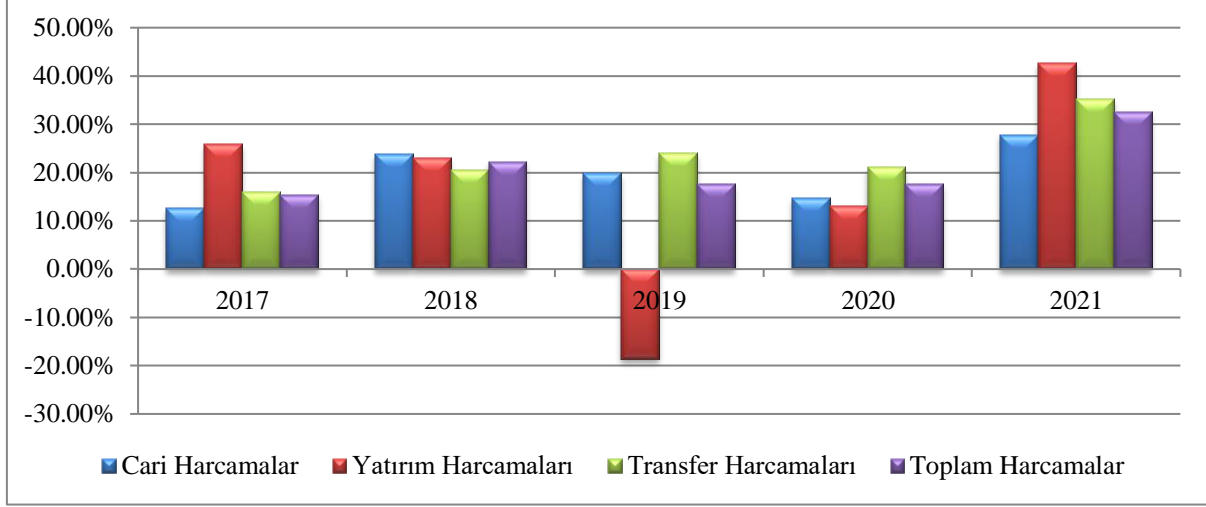
Tablo 3. Kamu Harcamaları (Bin TL)

Kamu Harcamaları	2017	2018	2019	2020	2021
Cari Harcamalar	480,106,167	594,464,465	712,643,972	817,829,004	1,045,548,221
Yatırım Harcamaları	115,055,656	141,616,238	115,228,083	130,374,179	186,019,668
Transfer Harcamaları	490,331,082	591,052,681	732,982,943	887,191,806	1,199,235,271
Toplam Harcamalar	1,085,492,906	1,327,133,384	1,560,854,999	1,835,394,988	2,430,803,160

Kaynak: SBB, (2024a).

Harcamalar, bir önceki yıla göre artış oranları açısından incelendiğinde ise çalışmada yer verilen maliye politikasına yönelik önlemlerin kamu harcamalarının artış oranlarına, özellikle 2021 yılında, yansıtıldığı görülmüştür. Grafik 7'de yer verildiği gibi, 2019 yılında yatırım harcamalarında % 18.63 oranında dikkat çekici bir azalış yaşanmış olmakla birlikte, 2021 yılında hem tüm harcama kalemlerinin hem de toplam harcamaların en yüksek artış oranlarına ulaştıkları belirlenmiştir. Buna göre, cari harcamalar % 27.84, yatırım harcamaları % 42.68, transfer harcamaları % 35.17, toplam kamu harcamaları da % 32.44 oranında yıllık artış kaydetmiştir.

Grafik 7. Kamu Harcamalarında Yıllık Değişim Oranları

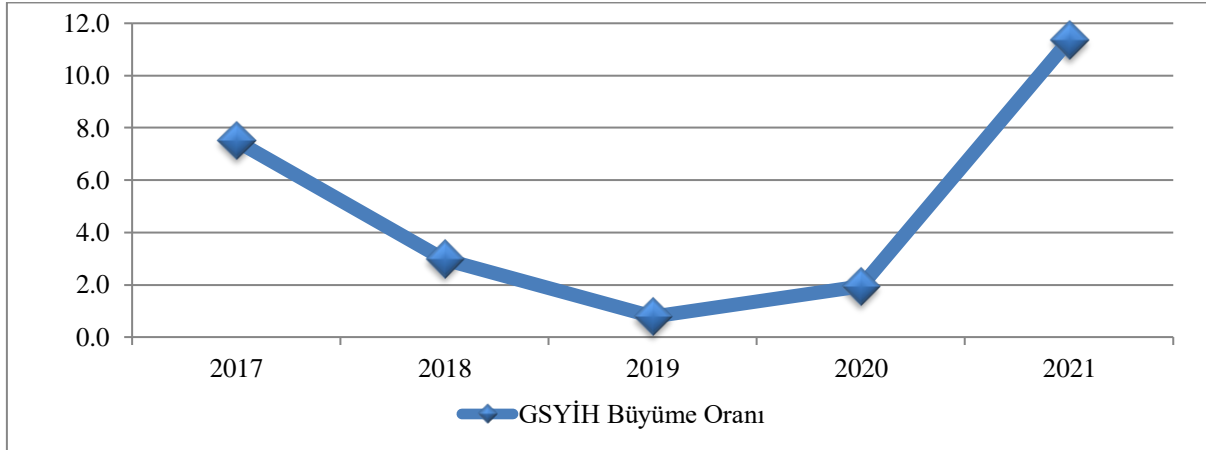


Kaynak: SBB, (2024a).

4. Türkiye'de Pandemi Döneminde Uygulanan Maliye Politikalarının Ekonomik Büyüme Etkisinin İktisadi Yaklaşımlar Çerçevesinde Değerlendirilmesi

Salgın Türkiye'de, birçok makroekonomik gösterge üzerinde olumsuz etki yaratmış olmakla birlikte, en sarsıcı etkilerden biri ekonomik büyüme üzerinde gerçekleşmiştir. Grafik 8'de sunulan verilere göre, 2017 yılında %7,5; 2018 yılında % 3 oranında büyüme kaydeden Türkiye ekonomisi 2019 yılında % 0,8; 2020 yılında ise % 1,9 oranında büyümüştür. Uygulanan tüm ekonomi politikalarının özellikle de maliye politikalarının ve alınan tüm önlemlerin etkisiyle GSYİH büyüme oranı, 2021 yılında %11,4 seviyesine ulaşmıştır.

Grafik 8. Ekonomik Büyüme



Kaynak: SBB, (2024b).

Covid-19 Pandemisi ile küresel çapta yaşanan ekonomik daralmalar, tüm ülkelerde çok çeşitli önlemler alınmasını, genişletici para politikalarının yanı sıra genişletici maliye politikalarının da uygulanmasını gerektirmiştir. Öyle ki krizin derinliği, sadece genişletici para politikalarıyla çözülememiş, maliye politikaları krizden çıkışta çok daha kritik bir rol üstlenmiştir. Türkiye de gerek para politikalarıyla gerekse maliye politikaları ile krizin olumsuz etkilerini gidermeye çalışmıştır. Bu kapsamda faiz oranlarında indirim, tahvil alımı ve ek likidite desteklerinin yanı sıra vergi indirimleri, ağırlıklı olarak vergi ertelemeleri ve kamu

harcamalarının artırılması ile genişletici para ve maliye politikaları uygulayan ülkeler arasında yer almıştır. Kamu harcamaları, diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de ön plana çıkmıştır. Öyle ki önceki yıllara göre 2021 yılında hem toplamda hem de türleri bazında oldukça yüksek oranlarda artan kamu harcamaları, ekonomik büyüme oranının da aynı dönemde aynı eğilimde hareket etmesini sağlamıştır. Böylece, Türkiye özelindeki maliye politikalarına ilişkin uygulamalar ana iktisat akımları çerçevesinde değerlendirildiğinde, kamu harcamaları paralelinde arttığı görülen ekonomik büyüme verileri, Keynesyen yaklaşımın "müdahaleci devlet" görüşünü desteklemiştir.

Sonuç

Covid-19 Pandemi krizi, küresel çapta ekonomik aktivite üzerinde olumsuz etkiler yaratarak, GSYİH'in yüksek oranlarda daralmasına neden olmuştur. Bu durum, liberal ya da devletçi ekonomi anlayışını benimsemesinden bağımsız olarak neredeyse tüm ülkelerde ekonomiye devlet müdahalesini gündeme getirmiştir.

Devletin ekonomiye müdahalesi konusunda, ekonomi tarihi boyunca, ana iktisadi yaklaşımlar birbirinden oldukça farklı görüşler öne sürmüştür. Klasik Yaklaşım, devletin ekonomiye müdahalesinin zaten tam istihdam seviyesinde bulunan piyasanın işleyişine zarar vereceğini ileri sürerek müdahaleye karşı çıkarken, Keynesyen Yaklaşım tam aksine piyasada yaşanan sorunların kaynağını "talep yetersizliği" ile ilişkilendirerek toplam talebi canlandırma yolunun "kamu harcamalarından" geçtiğini savunmuştur. Keynesyen görüş, toplam talebin artırılmasında "efektif talebin" önemine vurgu yaparak efektif talebin yeterli olması durumunda piyasaların dengeye gelebileceğini, efektif talebin yeterli seviyede bulunmadığı durgunluk dönemlerinde, kamu harcamalarının artırılması sonucunda, çarpan mekanizması aracılığıyla tüketim ve yatırımların da artacağını ve piyasanın tam istihdam seviyesine ulaşabileceğine işaret etmiştir.

Salgın, Türkiye'de de ekonomik aktivitenin dikkat çekici oranlarda daralmasına sebep olduğu için birçok alanda önlemler alınması gereği oluşmuştur. Türkiye'de alınan tüm önlemler topluca gözden geçirildiğinde, maliye politikalarının ağırlıkta olduğu görülmüş, artan kamu harcamalarının efektif talebi canlandırmak suretiyle ekonomik büyüme üzerinde olumlu etki yarattığı belirlenmiştir. 2021 yılında ön plana çıkan bu olumlu etki, Keynesyen yaklaşımın görüşlerinin Türkiye için geçerli olduğunu göstermiştir.

Çıkar Çatışması

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Yazar Katkı Oranı

Yazar katkı oranı eşit şekildedir.

Finansman

Finansman kullanılmamıştır.

Kaynaklar

- Avcı, O. & Yeniçeri, H. (2020). Vergi Sistemlerine Pandemi Ayarı, *Turkish Studies*, 15(6), 123-137.
- Aydın, K. & Sönmüş, A. (2021). Türkiye'de ve G-20 Ülkelerinde Covid-19 Sürecinde Devletlerin Politikaları, *Al-Farabi*, 6(1), 90-95.
- Bayraktar, S. (2017). Kamu Büyüklüğünün İşsizlik Üzerine Etkisi: Teorik Bir İnceleme, *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 8(2), 95-117.
- Canbaz, M. (2019). Türkiye'de 2000 Sonrası Ekonomide Teşvik Politikaları ve 2018 Döviz Kuru Dalgalanmasının Karşılaştırmalı Analizi, *İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 60-79.
- Danacı, Ö. Ü. (2022). TCMB'nin Covid-19 Salgını Sürecinde Uyguladığı Para Politikalarının Değerlendirilmesi, *Maliye ve Finans Yazıları*, 36(118), 101-130.
- Dokuzoğlu, S. & Tüm, K. (2022). Küresel Salgının Maliye Politikalarına Etkisi: Türkiye Üzerine Değerlendirmeler, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31(1), 105-120.
- Dökmen, G. & Vural, T. (2011). Maliye Politikalarının Keynesyen Olmayan Etkileri: Türkiye Örneği, *Maliye Dergisi*, 161, 118-132.

- Ergen, E. (2021). *Maliye Politikalarının Konjonktür Dalgalanmaları Üzerindeki Etkisi: ARDL Analizi*, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye Anabilim Dalı, Denizli.
- Fırat, M. (2020). Covid-19 Krizi ve IMF Destekli Maliye Politikalarının Gerekliliği, *Ekonomi, İşletme ve Maliye Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 209-222.
- GİB (2024). *Bütçe Gelirleri*, 02 Eylül 2024 tarihinde https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/VI/GBG1.htm adresinden alındı.
- Gölçek, A. G. (2023). Türkiye, Ed. Gülşen, M. A. & Gökçek, A. G., Covid-19 Krizinde Maliye Politikası Uygulamaları- Bölgesel İnceleme-, 221-240.
- Güner, K. C. (2021). Koronavirüs (Covid-19) Pandemisi ve Uygulanan Mali Tedbirlerin Değerlendirilmesi, *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 84-95.
- Kaya, A. (2023). Küreselleşme Sonrası Yeni Tıp Krizler: Covid-19 Özelinde Değerlendirme, *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26, 126-138.
- Kaya, Z. (2024). Covid-19 Döneminde Sosyal Devlet Harcamaları: Millî Bir Model Önerisi, *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(1) 221-240.
- Kısa, Ö. (2021) Salgın Döneminde Maliye Politikası, *Vergi Raporu*, 267, 93-110.
- Koç, İ. & Yardımcıoğlu, F. (2020). Covid-19 Pandemi Sürecinde Uygulamaya Konulan Mali Tedbir ve Teşviklerin Karşılaştırmalı Analizi: Türkiye ve Seçilmiş AB Ülkeler Karşılaştırması, *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 123-152.
- Kuzucu, S. (2022). Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın Covid-19 Pandemisine Karşı Para Politikasının Bir Değerlendirmesi, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 23 (Covid-19 Özel Sayısı), 265-279.
- Küçüköğlü, S. (2021). Covid-19 Pandemi Sürecinin Küresel Ekonomik Göstergeleri ve Türkiye'de Bankacılık ve Finans Sektörüne Etkileri, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(42), 1269-1291.
- Oflaz, N. K. (2021). Küresel Sağlık Krizinin Ekonomiye Etkileri ve Mali Önlemler: Türkiye Üzerine Bir İnceleme, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 8(3), 379-408.
- Oldaç, B. D. & Sakal, M. (2023). Covid-19 Pandemi Döneminde Uygulanan Kamu Harcama Politikası Uygulamalarının Kamu Mali Dengesine Etkisi: Seçilmiş Ülke Örnekleri Üzerine Bir Değerlendirme, *Premium Sosyal Bilimler E-Dergisi*, 7(36), 1525-1536.
- Öz, S. (2020). COVID-19 Salgını ve Maliye Politikası, *Ekonomik Araştırma Formu*, 20-05, 1-4.
- Pehlivan, M., Kaya, A. & Keleş, S. S. (2021). Covid-19'un Makroekonomik Etkileri ve Seçilmiş Ülkelerde Covid-19 Döneminde Uygulanan Maliye ve Para Politikaları, *Akademik Hassasiyetler*, 8(17), 105-135.
- Sağlık Bakanlığı (2024). *COVID-19 Bilgilendirme Platformu*. 07 Eylül 2024 tarihinde <https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66300/covid-19-nedir-.html> adresinden alındı.
- SBB (2024a). *Yıllar Bazında Genel Devlet İstatistikleri*, 03 Eylül 2024 tarihinde <https://www.sbb.gov.tr/yillar-bazinda-genel-devlet-istatistikleri/adresinden> alındı.
- SBB (2024b). *Temel Ekonomik Göstergeler*, 02 Eylül 2024 tarihinde <https://www.sbb.gov.tr/temel-ekonomik-gostergeler/#1687782578718-4eac48af-7c03> adresinden alındı.
- Şen, S., Tabar, Ç. & Tokatlıoğlu, M. (2018). Küresel Krizde Devlet Müdahalesi ve Maliye Politikası, *İş ve Hayat*, 4(8), 9-26.
- TCMB (2020a). *2020 Mayıs Finansal İstikrar Raporu*, 10 Temmuz 2024 tarihinde <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Yayinlar/Raporlar/Finansal+Istikrar+Raporu/2020/Sayi+30> adresinden alındı.
- TCMB (2020b). *2020 Kasım Finansal İstikrar Raporu*, 11 Temmuz 2024 tarihinde <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Yayinlar/Raporlar/Finansal+Istikrar+Raporu/2020/Sayi+31> adresinden alındı.
- TCMB (2021a). *2021 Mayıs Finansal İstikrar Raporu*, 12 Temmuz 2024 tarihinde <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Yayinlar/Raporlar/Finansal+Istikrar+Raporu/2021/Sayi+32> adresinden alındı.
- TCMB (2021b). *Merkez Bankalarının Pandemide Rolü*, 20 Temmuz 2024 tarihinde https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/ffdf783a-770a-49af-b7b1-cd0caec85a52/SunumB28_09_2021.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-ffdf783a-770a-49af-b7b1-cd0caec85a52-nMIS-FQ adresinden alındı.

- TCMB (2021c). *2021 Kasım Finansal İstikrar Raporu*, 14 Temmuz 2024 tarihinde <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Yayinlar/Raporlar/Finansal+Istikrar+Raporu/2021/Sayi+33> adresinden alındı.
- TCMB (2024). *Elektronik Veri Dağıtım Sistemi*, 02 Eylül 2024 tarihinde <https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket> adresinden alındı.
- TÜSEB (2021). *Türkiye Sağlık Politikaları Zirvesi, COVID-19 Pandemisi ve Sağlık Politikaları*, 06 Eylül tarihinde <https://files.tuseb.gov.tr/tuseb/files/yayinlar/20230703125029-29WVCpYamK1j-.pdf> adresinden alındı.
- Ural, M. (2003). Finansal Krizler ve Türkiye, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 11-28.
- Worldbank (2024), *World Development Indicators*, 29 Ağustos 2024 tarihinde <https://databank.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG/1ff4a498/Popular-Indicators> adresinden alındı.
- Yorğun, S. (2020). COVID-19 Salgınının Sosyal Politikalara Etkileri, Ed. Demirtaş, D., Bozkurt, V. ve Yorğun, S., COVID-19 Pandemisinin Ekonomik, Toplumsal ve Siyasal Etkileri, 99-113.
- Yücel, F. & Kalyoncu, H. (2010). Finansal Krizlerin Öncü Göstergeleri ve Ülke Ekonomilerini Etkileme Kanalları: Türkiye Örneği, *Maliye Dergisi*, 159, 53-69.

Causality Relationship Between Youth Unemployment and NEET Rates by Gender: Baltic Versus Mediterranean

Fikriye Ceren BOSTANCI (ORCID: 0000-0001-8291-062X), Arş.Gör.,
Kocaeli Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İktisat Bölümü, İktisat Teorisi,
Kocaeli, Türkiye; ceren.bostanci@kocaeli.edu.tr

Kerem ÇOLAK (ORCID: 0000-0003-3357-3457), Dr., Kocaeli Üniversitesi,
Hereke Asım Kocabıyık Meslek Yüksekokulu, Tekstil, Giyim, Ayakkabı ve Deri,
Kocaeli, Türkiye; kerem.colak@kocaeli.edu.tr

Selçuk KOÇ (ORCID: 0000-0001-7451-2699), Prof. Dr., Kocaeli Üniversitesi,
Siyasal Bilgiler Fakültesi, İktisat Bölümü, İktisat Teorisi, K
Kocaeli, Türkiye; selcukkoc@kocaeli.edu.tr

Genç İşsizliği ve Neet Oranları Arasında Nedensellik İlişkisi - Baltık ve Akdeniz Ülkeleri Karşılaştırması

Özet

Bu çalışma, Baltık ve Akdeniz ülkelerinde genç işsizlik ile NEET oranları arasındaki nedensellik ilişkisini incelemektedir. Baltık ülkelerinde NEET'ten genç işsizliğine doğru bir geçiş gözlemlenirken, cinsiyet açısından bir nedensellik ilişkisi bulunmamaktadır. Akdeniz ülkelerinde ise erkek NEET'lerin genç işsizliğin nedeni olduğu, kadınlarda ise işsizlikten NEET'e geçiş olduğu tespit edilmiştir. Cinsiyetler arasındaki farklılıklar, bu iki kavramın sosyo-ekonomik etkilerini derinleştirmektedir. Ayrıca, Baltık ülkeleri ile Akdeniz ülkeleri arasındaki bulgular, işgücü piyasalarındaki toplumsal cinsiyet ayrımcılığının etkisini göstermektedir. Sonuç olarak, Baltık ülkelerinde cinsiyet eşitliği daha yüksekken, Akdeniz ülkelerinde kadın NEET'lerin en dezavantajlı grup olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu durum, gençlerin işgücü piyasasına katılımını artıracak politikaların gerekliliğini vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: NEET, Genç İşsizliği, Gençlik, Cinsiyet, Nedensellik Analizi

Abstract

This study examines the causal relationship between youth unemployment and NEET rates in Baltic and Mediterranean countries. In the Baltic countries, a transition from NEET to youth unemployment is observed, while no causal relationship is found regarding gender. In Mediterranean countries, it has been determined that male NEETs cause youth unemployment, while there is a transition from unemployment to NEET among females. The differences between genders deepen the socio-economic impacts of these two concepts. Additionally, the findings between Baltic and Mediterranean countries demonstrate the effects of gender discrimination in labor markets. As a result, while gender equality is higher in Baltic countries, female NEETs emerge as the most disadvantaged group in Mediterranean countries. This situation emphasizes the need for policies to increase youth participation in the labor market.

Keywords: NEET, Youth Unemployment, Youth, Gender, Causality Analysis

JEL Code: C33, C51, J21, J71, J71

Introduction

Youth unemployment has increased in many countries since the beginning of the crisis in 2008. Even more problematic is the dramatic increase in the number of young people not in employment, education or training (NEET), which has led to fears of an impact on social cohesion and a “lost generation” (Dietrich, 2012; Maguire et al., 2013:196-235). Although the concept of NEET (Not in Education, Employment or Training) has only recently entered the global political agenda, reducing unemployment among youth and young adults has become a pressing issue for many countries. The rapid increase in the number of young people not in education, employment or training (NEET) has made the concept of NEET, which was initially used to describe social status, concrete and an important indicator.

Young people are the most important agents of countries' social and economic transformation. If young people are ignored, their social benefits may be jeopardized. The significant increase in the NEET rate in the country's population requires policymakers to conduct an in-depth analysis of the two essential elements of the concept: unemployment and inactivity. In particular, countries with aging populations need to develop policies to ensure that young people are more active in the workforce to ensure the continuity of their social security systems (Özdemir et al., 2023:409).

Although youth unemployment and NEET youth are related to the situation of individuals in the 15-24 age group, they are actually very different concepts. The common feature of the two concepts is that both have negative content for young people in this age range. Policymakers must develop policies to minimize these two disturbing rates in the population. Although youth unemployment and unemployment rates have been a part of unemployment calculations for many years, the concept of NEET and the NEET rate are pretty new in the economic literature. Although both problems essentially represent economic losses, the concept of youth unemployment is a problem that needs to be resolved in the active labor market, while the NEET problem refers to the issues of re-activating inactive people aged 15-24.

However, although these two concepts are different, there is also a transition channel between them. This transition is essentially two-sided. Young unemployed people who search for a job for 6 months and cannot find one, by definition, leave the active labor market and enter NEET status, while on the other hand, people who search for a job again despite being inactive or who participate in training programs such as on-the-job training programs, regain an active status. However, both concepts also appear to be separate socio-economic problems due to their gender differences.

Based on this point, our study is a panel data causality analysis conducted to determine whether there is any causality between youth unemployment rates and NEET rates based on gender in 18 members and candidate European Union countries. Here, a comparison was made for two disturbing ratios by dividing European Countries into two groups: Baltic and Mediterranean Countries on the northern and southern axis. In addition, the transitivity or stickiness of these two structural ratios with each other was also evaluated. In the first part of the study, similar studies conducted in the economic literature on the subject will be mentioned, and the difference of the study from other studies and its contribution to the literature will be revealed. Then, the conceptual framework will be drawn in the second part. Then, the methodology will be explained in the method and data set section, the panel data causality model will be run, and the findings will be presented. The last part will evaluate the results and give policy recommendations.

1. Literature

Bruna et al. (2014) aimed to examine the situation after the 2008 Financial Crisis by comparing the youth unemployment rate, total unemployment rate and NEET rates in their study. They tried to determine the differences in the continuity of NEET and YUR rates and the possible changes in the sensitivity of these labor market indicators to GDP dynamics after the crisis by using dynamic panel data GMM and bias-corrected LSDV estimators in the EU region, which are five regions as Continental,

Northern, Anglo-Saxon, Southern and New Countries. In their study, they made findings that favored southern countries in the labor markets between south and northern countries regarding both NEET and youth unemployment (Bruno et al., 2014:592-615).

Examining the spatial and temporal unbalanced expansion of “Neither in Education Nor Employment” (NEET) youth in Italy, Spain, Greece and South Cyprus in the European Union (EU) South between 2008 and 2018, Avagianu et al. (2022) have linked the concept of “youth spaces” to critically analyze the economic, social and political spatialities that determine the dynamic relationship between young people and the labor market. In their study, where they discuss the reasons for the persistently high NEET rates in the EU South, they emphasize that gender, class, education and economic growth are the main socio-spatial factors that determine the geographically unbalanced expansion of NEETs across regions of employment (Avegianu et al., 2022:425-454).

Pennoni and Bal-Domanska (2022) analyze the situation of “Neither in Education Nor Employment” (NEET) and Youth Unemployment (YU) in the European Union member states through data collected over sixteen years. The study uses a hidden Markov model to evaluate the impact of some macroeconomic factors. As a result of the study, the researchers discovered three country clusters. They revealed that Italy was the country with the worst performance in terms of both NEET and YU, the Czech Republic was the country with the best performance in reducing NEETs, and Poland and Slovakia were the countries with the best performance in reducing YU (Pennoni and Bal-Domanska, 2022:739-761).

Bradley et al. (2020) investigated the "determinants" of spatial differences in youth unemployment and NEET rates and the existence of spatial clusters for Italy, Spain and the United Kingdom. They examined the Labour Force Survey data for the period 1993-2018 at the "regional" level. Their study concluded that young people are sensitive to aggregate labour market conditions and the desperate worker effect. While temporary jobs are preferred to part-time jobs in the United Kingdom and Spain, the opposite is found to be true in Italy. They obtained significant results for local and regional labor market policies within the framework of the evidence they found that youth unemployment and NEET rates are spatially clustered. In this context, Bradley et al. emphasize that strategies suitable for local conditions should be developed in regions with high youth unemployment and NEET rates (Bradley et al., 2020:1074-1107).

Balan (2013) examined the size and characteristics of the NEET population in Romania compared with other countries in Southeastern Europe. In his study, he estimated the structure and size of NEET and youth unemployment rates and analyzed the youth unemployment rate. He evaluated the structure, education and gender composition of NEET groups in the pre-crisis period and under the impact of the crisis (Balan, 2013:29-41).

In their study, Gazizova et al. (2022) demonstrate a strong relationship between NEET youth and youth unemployment rates through cross-country econometric analyses. They conclude that high youth unemployment has potentially long-term and destructive consequences, leading to the possibility of increased re-employment for young people, decreased future earnings, and a higher likelihood of exiting the labor market (Gazizova et al., 2022: 48-61).

As seen in the international literature, studies analyze youth unemployment rates and NEET rates. Comparative analyses similar to our research have been conducted between these two disturbing rates across regions or countries. However, the study we have conducted with this article will contribute to the literature by providing clues about the causality between youth unemployment rates and NEET rates across countries and whether there are transitions between these two different statuses. At this stage, in addition to finding the causality between the two, the direction of causality will also be determined, and the separate evaluation of these causality relationships in terms of gender breakdown will bring a different perspective to the situations of these already fragile structures.

2. Conceptual Framework

2.1. Youth Unemployment

According to the standard definition by the United Nations, "youth encompasses the age group between 15 and 24 years." In practice, the operational definition of youth or young people varies significantly from country to country, depending on cultural, institutional, and political factors. In developed countries, the lower age limit typically corresponds to the legal minimum school leaving age, while the upper limit tends to vary more widely. However, the UN definition will be employed due to the methods and data set used in this article. It is also important to make a further distinction between youth and young adults, as the issues these two groups face are quite different (O'higgins, 1997: 63-93). Nevertheless, this article will focus on youth unemployment and consider the age range of young individuals between 15 and 24 years.

Young individuals entering the labor market are generally considered a vulnerable population. In recent decades, the issue of youth unemployment has gained attention, particularly as many Western countries have faced this problem. On one hand, young people who drop out of school must find jobs, which exposes them to temporary unemployment during their job search. On the other hand, young people have less experience than adults, making them more vulnerable to unemployment (Jacobs, 2008: 147-163). Young people face a higher risk of unemployment than older workers, have a greater likelihood of transitioning between unemployment, education, and work status, and are more likely to enter temporary or insecure forms of employment (Quintini et al., 2007).

One reason for young people's low attachment to the labor market is their low work experience levels. During the transition from school to work, those entering the labor market tend to "shop for jobs" (Topel and Ward, 1992), learning their skills and preferences, which leads to higher turnover rates and more frequent periods of unemployment. At the same time, firms face higher investment costs and lower dismissal costs when employing young workers, making the youth labor market more sensitive to fluctuations on the demand side. This situation was also evident after the 2007/2008 financial crisis (Bell and Blanchflower, 2010; Verick, 2011; Choudhry et al., 2012: 76-95). Between 2008 and 2009, youth unemployment rates increased by about five percentage points, reaching an average of 20%, then rose to 24% in 2013 and 25.9% in 2023. In contrast, the adult unemployment rate increased from 6% to 10% during the same period and then returned to 5.8% during the subsequent recovery period. As seen, these data indicate that the issue of youth unemployment is a much more pressing structural problem compared to adult unemployment rates.

The problem of youth unemployment is a significant issue that stands before both young people and societies, requiring resolution. The difficulties faced by young people, who form the future of the country and are the foundation of its human capital, due to unemployment at an early age will lead not only to individual income and mental health issues but also to social distress (Bayraktar and İncekara, 2013: 15-38). In addition to the economic costs caused by unemployment, the social and psychological effects distinguish youth unemployment from other issues. While income loss due to unemployment can be compensated for over specific periods, the feelings of hopelessness, disappointment, fear, and intense anxiety caused by the problem cannot be remedied, nor can the damage it causes be repaired. Remarkably, exposure to such issues at an early age can lead to behavioral disorders that persist in later stages of life. Youth unemployment can result in social exclusion for young individuals. In addition to these reasons, youth unemployment also poses significant risks in terms of economic development. Young people who cannot participate in the production process during their most productive and active years hinder the progress of national income and economic development (Erdayı, 2009: 133-162).

2.2. Not in Employment, Education or Training (NEET)

Approximately thirty years ago, it was observed in Great Britain that young people were unemployed and disengaged from education and training. Today, the number of young people who are neither in education nor employment is increasing daily. The concept of NEET (Not in Education, Employment, or Training) emerged because terms like youth unemployment and youth employment were insufficient to

explain the scale of the problem due to various issues in the labor market (Yates and Payne, 2007: 329-344). Initially, the NEET term referred to individuals aged 16-18 who had completed compulsory education and decided not to continue their education. These individuals were seen to face difficulties in finding jobs due to not participating in vocational qualification courses and were often excluded from the labor market (Bynner and Parsons, 2002: 289-309; Fahmy, 2006; France, 2007; Holte, 2018: 1-16).

Today, this concept has expanded further, with the NEET age range being accepted in different segments as 15-24 and 15-29 by supranational organizations such as ILO, EUROSTAT, UN, and OECD (Cavalca, 2015: 272-287). When the NEET concept, which indicates that young people are neither employed nor engaged in education or training, is examined globally, it is evident that the young people in this group do not come from a homogeneous background. In other words, these individuals come from different social strata. While the reasons for their inclusion in this group vary, the number of young people in the NEET category is increasing yearly (Köken and Koç, 2022).

Facilitating factors for entering the NEET status have been clearly defined: low parental education levels, previous unemployment status of parents, parental divorce, low family income, residing in remote areas, low educational attainment, immigrant background, and any type of disability (Mascherini et al., 2012: 196-426). This group generally includes young people who drop out of school early, are unemployed, hopeless, and have low self-esteem, as well as those who are sick or disabled due to caregiving responsibilities for family members. Among the NEET figures that have reached serious levels in many countries, the segment with the highest share is typically the unemployed and individuals who take on caregiving roles within the family (Çolak and Koç, 2023a: 77-91).

Factors that multifacetedly transform societies, individuals, economies, and working lives complicate the transition of young people from education to work. The emergence of job opportunities at older ages, the disappearance of certain jobs due to technological innovations, the automation of some jobs by robots, the proliferation of artificial intelligence, the changing meanings attributed to work by new generations, and the mismatch between current market conditions and expectations regarding working life and education are among the many reasons for this situation. This leads to a rapid increase in the number of unemployed young people. Particularly in developing countries, in addition to the aforementioned reasons, problems such as low flexible hierarchical structures, meritocracy issues, corruption, and waste of public resources have been observed to increase the proportion of young people who are neither in education nor employment in such countries that adopt populist economic policies. In other words, one of the greatest economic problems of the modern age is the existence of a large youth population that is not in education or employment on a global scale. The young people in this group come from different social layers, making this group quite heterogeneous. This situation complicates addressing the issue within the framework of usual economic standards and policies and generating solutions (Tolgay and Çakır, 2022: 1680-1707; Çolak and Koç, 2024).

When these challenges and observed problems are combined with changes in the working-age population structure, the presence of Generation Z in labor markets will be a significant turning point. The unique problems that Generation Z brings to the labor market will be a crucial turning point that will affect the structure of youth unemployment and NEET youth. In the coming years, Generation Z's different perspectives and expectations will lead to changes in labor markets and working life. Therefore, a transformation will initially occur in youth unemployment and subsequently in the structure of NEET youth (Çolak and Koç, 2023b: 238-250).

2.3. Relationships Between Youth Unemployment and NEET Concepts

According to the ILO's **World Employment and Social Outlook – Trend 2024** report, unemployment has remained slightly elevated since 2019, with young people particularly at risk. The average unemployment rate is estimated at 5.8% in 2023, compared to 5.9% in 2019. This translates to a total of 27 million people. However, the rate is higher for young people: 8.9%, corresponding to approximately 9.4 million individuals. In the context of the increasing working-age population, young

people face the risk of disappointment and disconnection from the labor market due to their inability to find suitable and productive jobs upon entering the labor market. In 2023, it is estimated that around 62 million young people are NEET (Not in Education, Employment, or Training), which constitutes 25.9% of the youth population; this rate was 22.2% in 2013.

A growing body of literature indicates a significant and negative relationship between being NEET at a young age and future labor market outcomes. For instance, Ranzani and Rosati (2013) analyzed the situation of NEET youth in Mexico. They found that the likelihood of being employed one year after experiencing NEET status was lower for these young people. Samoilenko and Carter (2015) showed that young people in New Zealand who experienced NEET for at least five months had a lower likelihood of being employed in the following two years than those with shorter NEET durations. Using data from the Scottish Longitudinal Study (SLS), Ralston et al. (2016) demonstrated that young people who were NEET ten years ago were more likely to be employed in low-status occupations such as cleaning and food services. In another study using the same dataset, Ralston et al. (2022) presented findings that NEET status reduces employment expectations 20 years later. Forrest et al. (2018) showed that being continuously NEET (for at least six months) between the ages of 15-19 was negatively associated with employment and completion of higher education or training by 24 in Australia. Dinku (2024) conducted a study using New Zealand data and found that the negative consequences of being NEET were greater for young people not in the labor market than those in the labor market (or unemployed). This study suggests that being NEET at a specific time (regardless of duration) can negatively affect future labor market expectations.

The high and persistent levels of youth unemployment, along with the increasing number of individuals in NEET status, raise concerns due to the well-documented negative consequences of long-term unemployment in the early stages of a career. On one hand, unemployment is directly related to psychological distress and financial difficulties for affected young people (Goldsmith et al., 1997: 133-158). This situation is a similar structural issue for young people with NEET status. On the other hand, early unemployment can lead to negative effects on later life outcomes, including lower wages (Arulampalam, 2001: 585-606; Gregg and Tominey, 2005: 487-509; Kahn, 2010: 303-316; Skans, 2004), lower labor market attachment (Gregg, 2001: 626-653), lower quality of life (Daly and Delaney, 2013: 19-23), and an increased tendency to engage in criminal activities (Bell et al., 2014; Fougère et al., 2009: 909-938). The immediate costs of youth unemployment include direct costs for unemployment benefits and social assistance, as well as indirect costs such as lost tax payments and social security contributions.

Considering the evolution of youth unemployment into NEET status, calculations by Eurofound (2011) indicate that NEET youth in the EU-26 countries led to public costs of 120 billion euros (1% of GDP) in 2008 and 153 billion euros (1.2% of GDP) in 2011, without accounting for future costs and lost payments due to declining labor market attachment in the long term (Caliendo and Schmidl, 2016: 1-36).

3. Methodology and Data Set

3.1. Model

To substantiate the relationships between youth unemployment and NEET (Not in Education, Employment, or Training) youth, and to ascertain the existence of a causal relationship between these two, data obtained from the official website of EUROSTAT, the official statistical office of the European Union, has been subjected to panel data causality analysis. For better understanding, this analysis also aims to compare the results between 10 Baltic and 8 Mediterranean countries, taking into account gender breakdown, to determine whether the transition between these two concepts is gender-based. The datasets used are annual data published from 2009, when Eurofound first statistically published NEET data, until 2023. This study is designed as a panel data causality analysis that aims to cover the process and regions

between 2009 and 2023 and to reveal the differences among these data. Panel data analysis allows for the consideration of multiple units simultaneously, facilitating the analysis of relatively weak data due to its cross-sectional and time dimensions (Tarı, Koç, and Abasız, 2019; Gaberli and Akdeniz, 2024:297-316).

Panel data has diversified panel estimation methods due to its homogeneity and heterogeneity characteristics. The reason for this diversification is the desire to obtain bias-free and consistent estimators. For example, when heterogeneous panel data models are estimated by methods developed for homogeneous panels, biased and inconsistent estimates are obtained (Yerdelen Tatoğlu, 2017:3). In this direction, Panel Causality Tests are divided into two as Homogeneous Panel Causality Tests and Heterogeneous Panel Causality Tests.

Following Granger (1969), who developed the methodology for testing the causal relationship in time series, Holtz-Eakin, Newey, and Rosen (1988) developed a test that assumes that the panel is homogeneous under the null and alternative hypotheses. Holtz-Eakin, Newey, and Rosen (1988) based the test on equation (1) (Lau et al., 2019:105).

$$y_{i,t} = \alpha_i + \sum_{k=1}^K \gamma_k y_{i,t-k} + \sum_{k=1}^K \beta_k x_{i,t-k} + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

where y and x are stationary series are the fixed autoregressive parameters for all, the fixed regression coefficient for all, and the residual. The null hypothesis stating that there is no Granger causality from $x_{i,t}$ to $y_{i,t}$ is formulated as follows:

$$H_0 : \gamma_1 = \dots = \gamma_k = 0 \quad (2)$$

This hypothesis is tested by testing the restrictions (Lau et al., 2019:105). For example, when the unrestricted model is expressed as,

$$y_{i,t} = \alpha_i + \sum_{k=1}^K \gamma_k y_{i,t-k} + \sum_{k=1}^K \beta_k x_{i,t-k} + \varepsilon_{1i,t} \quad (3)$$

and restricted model expressed as

$$y_{i,t} = \alpha_i + \sum_{k=1}^K \gamma_k y_{i,t-k} + \varepsilon_{2i,t} \quad (4)$$

From here, the sum of residual squares for both models is calculated as $RSS_1 = \sum_{i=1}^N \sum_{t=1}^T \hat{\varepsilon}_{1i,t}^2$ and

$RSS_2 = \sum_{i=1}^N \sum_{t=1}^T \hat{\varepsilon}_{2i,t}^2$. In this case the F statistic is calculated as follows.

$$F = \frac{(RSS_2 - RSS_1) / K}{RSS_1 / (NT - 2K - 1)} \sim F_{(K, NT - 2K - 1)} \quad (5)$$

where K is the appropriate lag order, N is the number of individuals and T refers to the number of observations for each individual.

Dumitrescu and Hurlin (2012) developed a causality test based on Granger (1969) for use in heterogeneous panels. The model of the test is set up as in Equation (6) for $i=1, \dots, N$ and $t=1, \dots, T$.

$$y_{i,t} = \alpha_i + \sum_{k=1}^K \gamma_i^{(k)} y_{i,t-k} + \sum_{k=1}^K \beta_i^{(k)} x_{i,t-k} + \varepsilon_{i,t} \quad (6)$$

where y and x variables denote stationary series, γ_k denotes autoregressive parameters varying across groups, β_k refers to fixed regression coefficient varying across groups and $\varepsilon_{i,t}$ is residual. It is assumed that the lags order K is the same for all cross-sectional units of the panel and the panel is balanced¹.

The hypotheses of the test are as follows:

$$H_0 : \beta_i = 0 \quad \forall i = 1, \dots, N \quad (7)$$

$$H_1 : \begin{cases} \beta_i = 0 & \forall i = 1, \dots, N_1 \\ \beta_i \neq 0 & \forall i = N_1 + 1, N_1 + 2, \dots, N \end{cases} \quad (8)$$

The null hypothesis states that x is not the Granger cause of y for all i . The alternative hypothesis states that x is not the Granger cause for the first unit and is the Granger cause for all units. Dumitrescu and Hurlin (2012) used the average of the individual Wald statistics to develop a test of the null hypothesis of Granger no causality for units. This test statistic is calculated as in Equation (9).

$$W_{N,T}^{HNC} = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N W_{i,T} \quad (9)$$

where $W_{i,T}$ denotes the individual Wald statistics for the cross-sectional i th unit (Dumitrescu ve Hurlin, 2012: 1453).

This paper uses the annual data of the Baltic and Mediterranean countries for 2009-2023. The Baltic countries used in the study are Denmark, Estonia, Finland, Germany, Iceland, Latvia, Lithuania, Norway, Poland and Sweden; Mediterranean countries are Croatia, France, Greece, Italy, Slovenia, South Cyprus, Spain and Türkiye. Data are obtained from Eurostat. The corresponding countries' descriptive statistics are presented in Appendix Tables 1 and Appendix Table 2.

The abbreviations used in econometric analyses and in Appendix Table 1 and Appendix Table 2 are as follows: FUR: Female Youth Unemployment Rate, FNEET: Female NEET Rate, MUR: Male Youth Unemployment Rate, MNEET: Male NEET Rate, TUR: Total Youth Unemployment Rate, TNEET: Total NEET Rate.

3.2. Econometric Analyses

The aim of this paper is to investigate the existence of a Granger causality relationship between male, female and total youth unemployment and NEET rates in Baltic and Mediterranean countries. In causality tests, variables should be stationary. For this reason, all variables are tested for unit roots using panel unit root tests. In selecting the appropriate panel unit root tests, ADF test regressions with 1 lag order² of all variables were constructed and Pesaran, Ullah and Yamagata (2008) and Swamy (1970) tests were applied to the residuals obtained. The related results are presented in Table 1 and Table 2.

¹ If each individual in a panel contains an equal number of observations, that is, if the time dimension of each individual is the same, such panels are called balanced panels (Tari et al., 2019:491).

² The appropriate lag order is selected using the Akaike (1974) information criterion.

Table 1. Appropriate Panel Unit Root Test Selection and Panel Unit Root Test Results in Baltic Countries

Variables	Pesaran, Ullah and Yamagata (2008)	Swamy (1970)	Appropriate Test
FUR	12.19*** ³	81.59***	Pesaran (2003)
FNEET	2.53**	32.35	Breitung and Das (2005)
MUR	2.194**	62.11***	Pesaran (2003)
MNEET	48.22	36.74	Breitung (2000)
TUR	8.166***	67.94***	Pesaran (2003)
TNEET	1.761*	33.58	Breitung (2000)
Variables		Appropriate Test Results	
FUR		-3.473***	
FNEET		-0.024	
MUR		-0.545	
MNEET		-1.0334	
TUR		-0.863	
TNEET		-0.0486	

According to the panel unit root test results for the Baltic countries, only the FUR variable is stationary at the level, and the other variables are stationary at their first differences.

Table 2. Appropriate Panel Unit Root Test Selection and Panel Unit Root Test Results in Mediterranean Countries

Variables	Pesaran, Ullah and Yamagata (2008)	Swamy (1970)	Appropriate Test
FUR	4.508***	18.97	Breitung and Das (2005)
FNEET	1.005	21.57	Hadri (2000)
MUR	8.634***	20.66	Breitung and Das (2005)
MNEET	3.008***	40.55***	Pesaran (2003)
TUR	11.57***	17.31	Breitung and Das (2005)
TNEET	4.8***	23.74	Hadri (2000)
Variables		Appropriate Test Results	
FUR		-0.9644	
FNEET		15.0925*** ⁴	
MUR		-0.7483	
MNEET		-1.365*	
TUR		-0.7567	
TNEET		6.9931*** ⁵	

³ ***, **, * denote significance level of 1%, 5% and 10%, respectively.

⁴ Since Breitung (2000) test gave positive results, Hadri (2000) stationarity test was applied. Due to the hypotheses are inverse in Hadri (2000) test, rejection of the null hypothesis means that the series is stationary. Tests developed under the null hypothesis of unit root are expected to yield negative results. A positive result of the related test is an unreliable result.

⁵ Since Breitung and Das (2005) test gave positive results, Hadri (2000) stationarity test was applied.

According to the panel unit root test results for Mediterranean countries, all variables are stationary at level.

At the stage of selecting the appropriate Panel Causality Test, a Panel Vector Autoregression (VAR) Model was established between the variables FUR-FNEET, MUR-MNEET, TUR-TNEET and the residuals obtained from these models were tested for by Swamy (1970) test. The appropriate lag order of the Panel VAR model was determined as 1 with the help of the information criteria stated in Abrigo and Love (2016). The results of the Swamy (1970) test applied to the residuals of the 1-lag Panel VAR model for the Baltic and Mediterranean countries and the appropriate Panel Granger Causality test are presented in Table 3 and Table 4.

Table 3. Appropriate Panel Granger Causality Test Selection and Panel Granger Causality Test Results in Baltic Countries

Variables	Swamy (1970)	Appropriate Panel Granger Causality
FUR-FNEET	52.02***	Dumitrescu and Hurlin (2012)
MUR-MNEET	23.55	Holtz-Eakin, Newey, and Rosen (1988)
TUR-TNEET	48.51 ***	Dumitrescu and Hurlin (2012)
FUR-FNEET		
FUR → FNEET		0.1743
FNEET → FUR		-0.3487
MUR-MNEET		
MUR → MNEET		3.307*
MNEET → MUR		0.352
TUR-TNEET		
TUR → TNEET		0.2785
TNEET → TUR		2.1899**

According to the results, there is a Granger causality relationship only from total NEET rate to total youth unemployment rate at 5% significance level. No significant causality relationship was found for other variables.

Table 4. Appropriate Panel Granger Causality Test Selection and Panel Granger Causality Test Results in Mediterranean Countries

Variables	Swamy (1970)	Appropriate Panel Granger Causality
FUR-FNEET	12.06	Holtz-Eakin, Newey, and Rosen (1988)
MUR-MNEET	23.55	Holtz-Eakin, Newey, and Rosen (1988)
TUR-TNEET	7.46	Holtz-Eakin, Newey, and Rosen (1988)
FUR-FNEET		
FUR → FNEET		4.375**
FNEET → FUR		0.130
MUR-MNEET		
MUR → MNEET		0.795
MNEET → MUR		6.419**
TUR-TNEET		
TUR → TNEET		4.993**
TNEET → TUR		1.196

In Mediterranean countries, there is a Granger causality relationship from female youth unemployment rate variable to female NEET rate variable and from total youth unemployment rate variable to total NEET variable at 5% level of significance. In addition, there is a Granger causality relationship from male NEET rate variable to male youth unemployment rate variable at 5% level of significance. As a summary information, the results are shown in Figure 1.

Figure 1: Summary Results

Baltic Countries			Mediterranean Countries		
FUR	→	FNEET	FUR	→	FNEET
	←			←	
MUR	→	MNEET	MUR	→	MNEET
	←			←	
TUR	→	TNEET	TUR	→	TNEET
	←			←	

4.3. Findings

In the Baltic countries, there is a causality from NEET (Not in Education, Employment, or Training) to youth unemployment. This situation also indicates a transition from NEET to youth unemployment. However, no causality relationship is found when considering males and females separately. The absence of separate causality relationships is due to both groups' borderline nature of the causality criteria. Considering the lag number is 1 and the annual period, it is observed that young people who were NEET in the previous year generally appear in the youth unemployment rate the following year. In the Nordic countries, it is evident that young people are not "stuck" in NEET status and transition into the labor market. The lack of a causality relationship between youth unemployment and NEET can indicate that individuals participating in the labor market, regardless of gender, do not consider exiting the labor market again. It can be suggested that the higher gender equality in the Nordic countries plays a significant role in this context.

When examining the causality results in the Mediterranean countries, it is found that only male NEETs cause youth unemployment, indicating that male NEETs participate in the labor market within one year. After entering the labor market, males do not return to NEET status; they remain permanently in the labor market. However, there has been a transition from unemployment to NEET in the case of women in Mediterranean countries. The significant difference in youth unemployment rates and NEET between men and women also affects the transition process from total youth unemployment to total NEET. In this context, the differentiated causality between youth unemployment and NEET for women is a result of the high rates of female NEETs.

In the Mediterranean countries, there is a causality relationship between male NEETs and male youth unemployment; however, there is no causality relationship between male youth unemployment and male NEETs. This indicates a one-sided causality situation. There is no causality between female NEET rates and female youth unemployment rates. Conversely, there is a causality relationship between female youth unemployment rates and female NEET rates. Although this is also a one-sided causality relationship, for males, this relationship goes from NEET to youth unemployment, while for females, the opposite is true. While there is no causality relationship between total NEET rates and total youth unemployment rates, there is a one-sided causality relationship between total youth unemployment rates and total NEET rates.

The significant differences in findings between the Baltic and Mediterranean countries suggest that the primary reason lies in gender discrimination in labor markets. Plantenga et al. (2009) found that Scandinavian countries such as Finland, Sweden, and Denmark exhibited the highest overall performance, while Mediterranean countries like Greece, South Cyprus, Malta, Spain, and Italy showed very low performance (Plantenga et al., 2009:19-33). Similar results were observed by Bericat (2012), who noted that gender inequality in the Mediterranean countries is felt more deeply in education, work, and power analysis compared to the Baltic countries (Bericat, 2012:1-28). In their 2019 study, Somarriba and Zarzosa highlighted that gender is a key factor in determining welfare levels in southern EU countries (Somarriba and Zarzosa, 2019:179:200). López-Martínez et al. (2021) also found that Scandinavian and Mediterranean countries represent two extremes in terms of gender inequality in their study on EU countries (López-Martínez et al., 2022:605-623).

In light of these evaluations, it is natural that there is such a significant difference between the Baltic and Mediterranean countries in terms of both gender inequality and the dynamics of labor markets. In the Baltic countries, youth female unemployment and female NEET rates are lower than in the Mediterranean countries. Additionally, when examining causality relationships, it can be concluded that gender is not a significant criterion in terms of causality. At this stage, while gender discrimination is an important criterion in the causality of NEET and youth unemployment in Mediterranean countries, it can be said that the most disadvantaged group is female NEETs.

Conclusion

This study has deeply examined the causal relationship between youth unemployment and NEET (Not in Education, Employment, or Training) rates in the Baltic and Mediterranean countries, revealing significant findings. In the Baltic countries, it was observed that NEET-status youth transitioned to youth unemployment rates in the following year, while no distinct causal relationship was found between genders. This situation indicates that the transition of young people into the labor market in the Baltic countries is more fluid and that the NEET status is not "sticky." The ease of youth participation in the labor market reflects the effectiveness of these countries' education systems and labor policies. Notably, the higher level of gender equality in the Baltic countries positively influences young people's participation in the labor market and strengthens women's position in the workforce.

In contrast, the situation in the Mediterranean countries is quite different. In these countries, it was found that male NEETs cause youth unemployment, while females transition from unemployment to NEET status. This situation highlights the effects of gender inequality and discrimination in the labor market in the Mediterranean countries. The high rates of female NEETs indicate that this group is among the most disadvantaged and that young women face greater challenges in the labor market. Additionally, the presence of social and cultural factors that hinder young women's participation in the labor market in Mediterranean countries complicates the resolution of this issue.

These findings emphasize the need for policymakers to develop strategies to increase youth participation in the labor market, promote gender equality, and reduce NEET rates. Particularly in Mediterranean countries, it is crucial to implement targeted policies to facilitate women's integration into the labor market. In this context, strengthening educational programs, organizing awareness-raising campaigns related to the labor market, and providing incentives to promote women's employment are essential.

In conclusion, this study also highlights the necessity for further research on youth unemployment and NEET issues. Future studies could comprehensively examine the relationship between these two concepts, allowing for similar analyses in different socio-economic and cultural contexts. Moreover, developing innovative policies to enhance youth participation in the labor market is critical for both economic growth and social cohesion. Therefore, a multifaceted and integrated approach must be adopted to strengthen the position of young people in the labor market.

Declaration of Competing Interest: There is no conflict of interest among the authors.

Author Contribution Rate: Authors contributed equally to the study.

Funding (Finansman): No funding was received from any organization

References

- Abrigo, M. R., & Love, I. (2016). Estimation of Panel Vector Autoregression in Stata. *The Stata Journal*, 16(3), 778-804.
- Akaike, H. 1974. A New Look at the Statistical Model Identification. *IEEE transactions on Automatic Control*, 19: 716-723.
- Arulampalam W (2001) Is Unemployment Really Scarring? Effects of Unemployment Experiences on Wages. *Econ J*, 111(475), 585–606.
- Avagianou, A., Kapitsinis, N., Papageorgiou, I., Strand, A. H., & Gialis, S. (2022). Being NEET in Youthspaces of the EU South: A Post-recession Regional Perspective. *Young*, 30(5), 425-454. <https://doi.org/10.1177/11033088221086365>.
- Bălan, M. (2013). Estimates of The Rise of Neet and Youth Unemployment in South East European Countries. *European perspectives of the labour market*, 29-41.
- Bayrakdar, S., & İncekara, A. (2013). Türkiye'nin Genç İşsizlik Profili. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 4(1), 15-38.
- Bell B, Bindler A, Machin S (2014). *Crime Scars: Recessions and the Making of Career Criminals*. CEP Discussion Papers dp1284, Centre for Economic Performance, LSE, London.
- Bell DN, Blanchflower DG (2010). *Youth Unemployment: Déjà Vu?* IZA Discussion Papers 4705, Institute for the Study of Labor (IZA), Bonn.
- Bradley S, Migali G, Navarro Paniagua M. Spatial Variations and Clustering in the Rates of Youth Unemployment and NEET: A Comparative Analysis of Italy, Spain, and the UK. *J Regional Sci*. 2020; 60: 1074–1107. <https://doi.org/10.1111/jors.12501>.
- Breitung, J. (2000). *The Local Power of Some Unit Root Tests for Panel Data*. In *Advances in Econometrics*, Volume 15: Nonstationary Panels, Panel Cointegration, and Dynamic Panels, ed. B. H. Baltagi, 161-178. Amsterdam: JAI Press.
- Breitung, J., and S. Das. (2005). Panel Unit Root Tests Under Cross-Sectional Dependence. *Statistica Neerlandica* 59: 414-433.
- Breusch, T.S., and A.R. Pagan (1980). The Lagrange Multiplier Test and its Applications to Model Specification in Econometrics, *Review of Economic Studies*, 47, 239-253.
- Bruno, G., Marelli, E. & Signorelli, M. The Rise of NEET and Youth Unemployment in EU Regions after the Crisis. *Comp Econ Stud*, 56, 592–615 (2014). <https://doi.org/10.1057/ces.2014.27>
- Caliendo, M., & Schmidl, R. (2016). Youth Unemployment and Active Labor Market Policies in Europe. *IZA Journal of Labor Policy*, 5, 1-30.
- Cambridge Working Papers in Economics 0346, Faculty of Economics (DAE), University of Cambridge
- Choudhry MT, Marelli E, Signorelli M (2012) Youth Unemployment Rate and Impact of Financial Crises. *Int J Manpow*, 33(1):76–95.
- Çolak, K., & Koç, S. (2023a). Bibliometric Analysis and Mapping with Vosviewer in Neet-Head Researchin Social Sciences. *Journal of Ekonomi*, 5(2), 77-91.
- Çolak, K. & Koç, S., (2023b). *Türkiye ve AB Aktif İşgücü Piyasası Neet'lerin Mevcut Durum Analizi ve Çözüm Politikaları*, International Marmara Social Sciences Congress (Imascon Spring), 238-250.
- Çolak, K. & Koç, S., (2024). *Impact of Economic Growth on NEET Rate in Developed and Developing Countries*, 47th EBES Conference- Berlin, Berlin, Germany, Proceeding Book, 1136-1148.

- Daly M, Delaney L (2013). The Scarring Effect of Unemployment Throughout Adulthood on Psychological Distress at age 50: Estimates Controlling for Early Adulthood Distress and Childhood Psychological Factors. *Soc Sci Med*, 80(0),19–23.
- Dickey, D. A., & Fuller, W. A. (1979). Distribution of The Estimators for Autoregressive Time Series with a Unit Root. *Journal of The American Statistical Association*, 74(366a), 427-431.
- Dietrich, H. (2012). Youth Unemployment in Europe. *Theoretical Considerations and Empirical Findings*, 16(7), 2012.
- Dinku, Y. (2024). Future Labour Market Prospects of Youth Not in Employment, Education or Training (NEET). *New Zealand Journal of Employment Relations*, 48(2), 1-14.
- Dumitrescu, E. I., & Hurlin, C. (2012). Testing for Granger Non-Causality in Heterogeneous Panels. *Economic modelling*, 29(4), 1450-1460.
- Erdayı, Utku (2009). Dünyada Genç İşsizliği Sorununun Çözümüne Yönelik Ulusal Politikalar ve Türkiye, *Çalışma ve Toplum*, 3:22,133-162.
- Fahmy, E. (2006). *Youth, Poverty and Social Exclusion*. In C. Pantazis, et al. (Eds.), *Poverty and social exclusion in Britain: The millennium survey*. Bristol: The Policy Press.
- Forrest, C., Skujins, P., & Stanwick, J. (2018). *Predictors and Consequences of Being Persistently not in Employment, Education or Training (NEET): Evidence from the longitudinal surveys of Australian youth*. In M. Best, T. Corcoran, & R. Slee (Eds.) *Who's in? Who's out?* (pp. 113- 128). Leiden.
- Fougère D, Kramarz F, Pouget J (2009). Youth Unemployment and Crime in France. *J Eur Econ Assoc*, 7(5), 909–938.
- France, A. (2007). *Understanding Youth in Late Modernity*. London: McGraw-Hill Education.
- Gaberli, Ü., & Akdeniz, A. (2024). Türkiye’de Uluslararası Turizm Talebinin Belirleyicileri 2002-2022 Dönemi Panel Veri Analizi. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 297-316. <https://doi.org/10.26468/trakyasobed.1430617>
- Gazizova, M. R., Khusainova, Z. S., Vechkinzova, Y. A., & Abauova, G. M. (2022). Characteristics and Features of NEET Youth in the Context of Country Analysis. *Bulletin of the Karaganda university Economy series*, 106(2), 48-61.
- Goldsmith A, Veum J, Darity W (1997). Unemployment, Joblessness, Psychological Well-being and Self-Esteem: Theory and Evidence. *J Socio-Econ*, 26:133–158.
- Granger, C. W. J. (1969). Investigating Causal Relations by Econometric Models And Crossspectral Methods. *Econometrica*, 37(3), 424e438.
- Gregg P (2001). The Impact of Youth Unemployment on Adult Unemployment in the NCDS. *Econ J*, 111(475), 626–653.
- Gregg P, Tominey E (2005). The Wage Scar from Male Youth Unemployment. *Labour Econ*, 12(4),487–509.
- Guido, C. (2015). Young People in Transitions: Conditions, Indicators and Policy Implications. To NEET or not to NEET? In *Youth and the Crisis* (pp. 272-287). Routledge.
- Hadri, K. (2000). Testing for Stationarity in Heterogeneous Panel Data. *Econometrics Journal*, 3: 148-161.
- Holte, B. H. (2018). Counting and meeting NEET young people: Methodology, Perspective and Meaning in Research on Marginalized Youth. *Young*, 26(1), 1-16.
- Holtz-Eakin, D., Newey, W., & Rosen, H. S. (1988). Estimating Vector Autoregressions with Panel Data. *Econometrica*, 56(6), 1371e1395.
- ILO, (2024). *World Employment and Social Outlook – Trend 2024*, ILO Publications <https://www.ilo.org/publications/flagship-reports/world-employment-and-social-outlook-trends-2024>
- Jacobs, Marita (2008). Unemployment Benefits and Parental Resources: What Helps The Young Unemployed with Labour Market Integration? *Journal of Youth Studies*, Vol: 11, 147-163.

- Kahn LB (2010) The Long-Term Labor Market Consequences of Graduating from College in a Bad Economy. *Labour Econ*, 17(2),303–316.
- Lau, L. S., Ng, C. F., Cheah, S. P., & Choong, C. K. (2019). Panel Data Analysis (Stationarity, Cointegration, and Causality). In *Environmental Kuznets Curve (EKC)* (pp. 101-113). Academic Press.
- Maguire, S., Cockx, B., Dolado, J.J. *et al.* Youth Unemployment. *Intereconomics*, 48, 196–235 (2013). <https://doi.org/10.1007/s10272-013-0464-9>
- O'higgins, N. (1997). THE Challenge of Youth Unemployment. *International Social Security Review*, 50(4), 63-93.
- Özdemir, M. O., Metin Ozcan, K., & Üçdoğruk, Ş. (2023). Youth Not in Employment, Education, or Training (NEET) in Turkey: A Regional Analysis. *Ege Academic Review*, 23 (3), 409-426. <https://doi.org/10.21121/eab.1178984>
- Pennoni, F., Bal-Domańska, B. NEETs and Youth Unemployment: A Longitudinal Comparison Across European Countries. *Soc Indic Res*, 162, 739–761 (2022). <https://doi.org/10.1007/s11205-021-02813-5>.
- Pesaran, H., (2003), A Simple Panel Unit Root Test in the Presence of Cross Section Dependence, Pesaran, M. H., Ullah, A., & Yamagata, T. (2008). A Bias-Adjusted LM Test of Error Cross-Section Independence. *The econometrics journal*, 11(1), 105-127.
- Quintini G, Martin JP, Martin S (2007). *The Changing Nature of the School-To-Work Transition Process in OECD Countries*. IZA Discussion Papers 2582, Institute for the Study of Labor (IZA), Bonn.
- Ralston, K., Everington, D., Feng, Z., & Dibben, C. (2022). Economic Inactivity, not in Employment, Education or Training (NEET) and Scarring: The Importance of NEET as a Marker of Longterm Disadvantage. *Work, Employment and Society*, 36(1), 59-79.
- Ralston, K., Feng, Z., Everington, D., & Dibben, C. (2016). Do Young People not in Education, Employment or Training Experience Long-Term Occupational Scarring? A Longitudinal Analysis Over 20 Years of Follow-up. *Contemporary Social Science*, 11(2-3), 203-221.
- Ranzani, M., & Rosati, F. C. (2013). *The NEET Trap: A Dynamic Analysis for Mexico. (Understanding Children's Work Project)*. UNICEF Rome.
- Sakamoto, Y., M. Ishiguro, and G. Kitagawa. 1986. *Akaike Information Criterion Statistics*. Dordrecht, The Netherlands: Reidel.
- Samoilenko, A., & Carter, K. (2015). *Economic Outcomes of Youth not in Education, Employment or Training (NEET)* (Working Paper 15/01). New Zealand Treasury.
- Swamy, P. A. V. B. (1970). Efficient Inference in a Random Coefficient Regression Model. *Econometrica*, 38: 311-323.
- Verick S (2011). *Who is Hit Hardest During a Financial Crisis? The Vulnerability of Young Men and Women to Unemployment in an Economic Downturn*. In: *Islam I, Verick S* (eds). From the Great Recession to Labour Market Recovery: Issues, Evidence and Policy Options. ILO/Palgrave Macmillan, Basingstoke
- Yates, S., & Payne, M. (2006). Not so NEET? A Critique of the Use of 'NEET' in Setting Targets for Interventions with Young People. *Journal of Youth Studies*, 9(3), 329–344. <https://doi.org/10.1080/13676260600805671>.
- Tarı, R., Koç, S., & Abasız, T. (2019). *Ekonometri*, 14. Baskı, Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Yerdelen Tatoğlu, F., (2017). *Panel Zaman Serileri Analizi Stata Uygulamalı*, (3. Baskı 2020).

Apendix

Table 1:Descriptive Statistics of Baltic Countries Data

Denmark						Estonia					
Variable	Observa tion	Mean	Standard Deviation	Min	Max	Variable	Observa tion	Mean	Standard Deviation	Min	Max
FUR	15	11.8	1.6	9.2	14.8	FUR	15	16.0	5.3	9.3	29
FNEET	15	6.8	0.6	5.9	7.6	FNEET	15	10.9	2.2	7.2	15
MUR	15	13.8	2.7	10.4	18.2	MUR	15	19.9	6.6	11.2	36
MNEET	15	7.3	0.4	6.5	8.0	MNEET	15	11.1	2.2	7.4	15
TUR	15	12.8	2.1	10.1	16.4	TUR	15	18.1	5.8	11.6	33
TNEET	15	7.1	0.4	6.4	7.7	TNEET	15	11.0	1.7	7.9	15
Finland						Germany					
Variable	Observa tion	Mean	Standard Deviation	Min	Max	Variable	Observa tion	Mean	Standard Deviation	Min	Max
FUR	15	17.7	1.6	14.0	19.4	FUR	15	7.1	1.6	5.1	11
FNEET	15	8.3	0.8	6.9	9.6	FNEET	15	7.6	0.9	6.2	9.4
MUR	15	21.2	3.3	14.4	26.0	MUR	15	8.6	1.8	6.4	13
MNEET	15	9.7	1.2	8.3	11.9	MNEET	15	6.4	1.0	5.2	8.2
TUR	15	19.4	2.4	14.2	22.5	TUR	15	7.9	1.7	5.9	12
TNEET	15	9.0	0.9	7.7	10.6	TNEET	15	7.0	0.9	5.7	8.8
Iceland						Latvia					
Variable	Observa tion	Mean	Standard Deviation	Min	Max	Variable	Observa tion	Mean	Standard Deviation	Min	Max
FUR	15	8.5	2.8	5.6	14.1	FUR	15	18.9	8.6	10.0	34.8

FNEET	15	4.6	1.4	2.6	7.2	FNEET	15	11.0	3.7	6.3	16.9
MUR	15	12.5	4.0	6.5	19.7	MUR	15	21.5	8.1	12.5	37.3
MNEET	15	6.1	1.4	3.9	9.2	MNEET	15	11.7	3.9	7.0	18.7
TUR	15	10.5	3.2	6.1	16.2	TUR	15	20.3	8.1	12.2	36.2
TNEET	15	5.3	1.2	3.8	7.7	TNEET	15	11.4	3.7	7.1	17.8
Lithuania						Norway					
Variable	Observation	Mean	Standard Deviation	Min	Max	Variable	Observation	Mean	Standard Deviation	Min	Max
FUR	15	17.2	7.0	9.3	31.6	FUR	15	10.6	1.1	8.8	12.7
FNEET	15	9.8	1.4	7.5	12.6	FNEET	15	5.0	0.5	4.4	6.2
MUR	15	21.3	9.0	12.0	39.0	MUR	15	12.5	1.1	10.7	14.3
MNEET	15	11.4	2.1	8.4	14.7	MNEET	15	5.5	0.6	4.7	6.9
TUR	15	19.5	8.1	11.1	35.7	TUR	15	11.6	1.0	10.0	13.2
TNEET	15	10.6	1.6	8.0	13.5	TNEET	15	5.3	0.5	4.6	6.4
Poland						Sweden					
Variable	Observation	Mean	Standard Deviation	Min	Max	Variable	Observation	Mean	Standard Deviation	Min	Max
FUR	15	18.9	7.6	9.8	30.2	FUR	15	20.8	2.7	15.9	24.1
FNEET	15	10.6	1.6	6.7	12.3	FNEET	15	6.5	1.3	4.6	9.5
MUR	15	17.3	6.1	9.6	25.8	MUR	15	22.1	2.7	17.6	25.4
MNEET	15	9.5	1.9	6.7	12.1	MNEET	15	6.8	1.3	5.0	9.8
TUR	15	18.0	6.7	9.7	27.6	TUR	15	21.4	2.6	16.8	24.7
TNEET	15	10.0	1.7	6.9	12.2	TNEET	15	6.7	1.3	4.9	9.6

Table 2: Descriptive Statistics of Mediterranean Countries Data

Croatia						France					
Variable	Observation	Mean	Standard Deviation	Min	Max	Variable	Observation	Mean	Standard Deviation	Min	Max
FUR	15	32.1	9.7	18.8	50.2	FUR	15	24.4	4.4	16.0	30
FNEET	15	14.0	2.3	9.6	18.6	FNEET	15	11.1	1.1	9.2	13
MUR	15	28.8	11.9	14.7	49.9	MUR	15	21.8	2.3	18.2	25
MNEET	15	15.6	3.9	10.1	21.9	MNEET	15	11.9	0.7	10.9	13
TUR	15	30.1	10.9	16.7	50.0	TUR	15	23.0	3.2	17.2	26
TNEET	15	14.8	3.0	9.8	19.6	TNEET	15	11.5	0.8	10.1	13
Greece						Italy					
Variable	Observation	Mean	Standard Deviation	Min	Max	Variable	Observation	Mean	Standard Deviation	Min	Max
FUR	15	47.2	10.4	29.4	64.6	FUR	15	34.3	6.0	25	45
FNEET	15	15.5	3.4	10.7	21.3	FNEET	15	19.0	2.4	12	21
MUR	15	37.2	10.3	20.1	54.9	MUR	15	30.5	6.3	21	41
MNEET	15	14.5	3.4	9.5	20.9	MNEET	15	19.3	2.6	13	23
TUR	15	41.8	10.3	26.1	59.2	TUR	15	32.0	6.2	23	43
TNEET	15	15.0	3.2	10.7	20.4	TNEET	15	19.2	2.5	13	22
Slovenia						South Cyprus					
Variable	Observation	Mean	Standard Deviation	Min	Max	Variable	Observation	Mean	Standard Deviation	Min	Max
FUR	15	14.9	4.5	8.7	23.7	FUR	15	21.9	8.2	12.3	36.8
FNEET	15	7.7	1.2	6.0	9.2	FNEET	15	14.0	1.8	11.1	17.0
MUR	15	13.8	4.4	7.4	20.4	MUR	15	24.7	8.1	13.6	41.1
MNEET	15	7.9	1.4	6.0	9.9	MNEET	15	14.6	3.3	8.6	20.6

TUR	15	14.3	4.3	8.1	21.6	TUR	15	23.3	7.9	13.8	38.9
TNEET	15	7.8	1.1	6.5	9.5	TNEET	15	14.3	2.3	9.9	18.7
Spain						Türkiye					
Variable	Observation	Mean	Standard Deviation	Min	Max	Variable	Observation	Mean	Standard Deviation	Min	Max
FUR	15	40.8	8.2	28.5	54.6	FUR	15	23.6	3.9	17.8	30.3
FNEET	15	14.0	3.0	9.1	17.8	FNEET	15	36.2	4.9	29.7	47.3
MUR	15	41.4	9.2	28.7	56.2	MUR	15	17.9	2.8	14.3	22.9
MNEET	15	15.5	3.4	10.7	19.6	MNEET	15	16.9	2.5	14.1	22.0
TUR	15	41.1	8.7	28.7	55.5	TUR	15	19.9	2.9	15.7	25.2
TNEET	15	14.8	3.2	9.9	18.6	TNEET	15	26.5	3.5	22.4	34.9