



TARSUS ÜNİVERSİTESİ
UYGULAMALI BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ
TARSUS UNIVERSITY
JOURNAL OF APPLIED SCIENCE FACULTY

Sahibi / Owner

Tarsus Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Adına / On Behalf of Tarsus University Journal of Applied Science Faculty

Dekan Prof. Dr. Mehmet İNCE

mince@tarsus.edu.tr

Editör / Editor

Doç. Dr. Sinem EYÜBOĞLU

sinemeyuboglu@tarsus.edu.tr

Editör Yardımcısı

Doç. Dr. Egemen İPEK

egemenipek@tarsus.edu.tr

Alan Editörü

Doç. Dr. Ata KAHVECİ

atakahveci@tarsus.edu.tr

Yabancı Dil Editörleri / Foreign Language Editors

Doç. Dr. Saffet AKDAĞ

saffetakdag@tarsus.edu.tr

Öğretim Görevlisi Dr. Serkan ALKAN

serkanalkan@tarsus.edu.tr

Sekreteryaya / Secretariat

Arş. Gör. Şura ALAN

suraalan@tarsus.edu.tr

Arş. Gör. Damlanur ARI

damlanurari@tarsus.edu.tr

Arş. Gör. Dilan ÖZDEMİR

dilanozdemir@tarsus.edu.tr

Yayın Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. Mehmet İNCE
Tarsus Üniversitesi

Prof. Dr. Zeynep
HATUNOĞLU
Tarsus Üniversitesi

Prof. Dr. Kemal
EYÜBOĞLU
Tarsus Üniversitesi

Prof. Dr. Sezen
BOZYİĞİT
Tarsus Üniversitesi

Prof. Dr. Kalender Özcan
ATILGAN
Mersin Üniversitesi

Doç. Dr. Junus GANİEV
Kyrgyz- Turkish Manas
University

Doç. Dr. Seyil
NAJİMUDİNOVA
Kyrgyz- Turkish Manas
University

Dr. Öğr. Üyesi Asad Ul
Islam KHAN
Ibn Haldun University,
Institute of Social
Sciences

Danışma Kurulu / Advisory Board


Prof. Dr.	Biagio SIMONETTI	Università degli Studi del Sannio, Italy
Prof. Dr.	Ganite KURT	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turkey
Prof. Dr.	Hasan GÜL	Ondokuz Mayıs Üniversitesi Turkey
Prof. Dr.	Hasan Kürşat GÜLEŞ	Selçuk Üniversitesi, Turkey
Prof. Dr.	Onur ÖZSOY	Al Akhawayn University, Morocco
Prof. Dr.	Rabia ÖZPEYNİRCİ	Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Turkey
Prof. Dr.	Turhan KORKMAZ	Mersin Üniversitesi, Turkey
Prof. Dr.	Utku UTKULU	Dokuz Eylül Üniversitesi, Turkey
Asst. Prof. Dr.	Azamat MAKSUDUNOV	Turkish Manas University, Kyrgyzstan
Dr.	Yaşar BAYRAKTAR	Birmingham City University, UK
Dr.	Maksym ZHYVKO	West Ukrainian National University, Ukraine

İletişim / Contact

ubfdergisi@tarsus.edu.tr
<http://ubfdergisi.tarsus.edu.tr/tr>

*Tarsus Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dergisi aşağıdaki indeksler tarafından taranmaktadır.
Tarsus University Journal of The Applied Sciences is indexed by the following indexing services*

INDEX  COPERNICUS
INTERNATIONAL

 Directory of
Research Journal
Indexing

ASOS
indeks

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

İHRACATÇI FİRMALARIN DIŞ PAZAR STRATEJİLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

A Study on The Foreign Market Strategies of Exporter Companies

Araştırma Makalesi/Research

Sayfa: 80-94

Furkan KAPLAN, Sevinç CANTER, Fatih KAPLAN

TÜRKİYE'DE DÖVİZ KURUNUN YONGA LEVHA DIŞ TİCARETİ ÜZERİNE ETKİSİ

The Effect of Exchange Rate on Particleboard Foreign Trade in Türkiye

Araştırma Makalesi/Research

Sayfa: 95-112

Abdülkadir SOYGÜDER

COVID-19 ÖNCESİ VE SONRASI DÖNEMDE TÜRKİYE'DEKİ KATILIM BANKALARININ CAMELS YÖNTEMİ İLE FİNANSAL PERFORMANSLARININ ANALİZİ

Analysis of Financial Performance of Participation Banks in Türkiye Before and After Covid-19 with CAMELS Method

Araştırma Makalesi/Research

Sayfa: 113-126

Nisa ALPARSLAN, Bahar ÖZBEK

FARKLILIKLARI GÜCE DÖNÜŞTÜREN YAKLAŞIM: KAPSAYICI LİDERLİK KAVRAMINA İLİŞKİN BİBLİYOMETRİK ANALİZ

An Approach That Transforms Differences Into Strength: A Biometric Analysis of The Concept Of Inclusive Leadership

Araştırma Makalesi/Research

Sayfa: 127-138

Ayşe YAVUZ

TÜRKİYE'DE EKONOMİYE OLAN GÜVEN ALGISI: SOSYAL VE POLİTİK AÇIDAN AMPİRİK KANITLAR

The Perception of Confidence in the Economy in Türkiye: Empirical Evidence from Social and Political Perspective

Araştırma Makalesi/Research

Sayfa: 139-150

Yusuf KORKMAZ, Halil TUNALI

PRODUCT CONCENTRATION AND DIVERSIFICATION IN INTERNATIONAL TRADE: A COMPARISON BETWEEN TÜRKİYE AND CHINA

Uluslararası Ticarete Ürün Yoğunlaşması ve Çeşitlendirme: Türkiye ile Çin Arasında Bir Karşılaştırma

Araştırma Makalesi/Research

Sayfa: 151-166

Muhammed Fatih AYDEMİR

Makale Türü: Araştırma Makalesi

İHRACATÇI FİRMALARIN DIŞ PAZAR STRATEJİLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME¹

A Study on The Foreign Market Strategies of Exporter Companies

Furkan KAPLAN*^{ID}

Sevinç CANTER**^{ID}

Fatih KAPLAN***^{ID}

Yazar Bilgileri

* *Lisans öğrencisi, Tarsus Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, e-mail:*

frknkpln8999@gmail.com

** *Uluslararası Ticaret ve Lojistik Uzmanı, e-mail:*

sevinccanter7@gmail.com

*** *Prof. Dr., Tarsus Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, e-mail:*

fkaplan@tarsus.edu.tr

Anahtar Kelimeler:

İhracat,

Dış Pazar Stratejisi,

COVID-19,

Türkiye.

ÖZ

Rekabetçi bir yapıya sahip olan ihracatçı firmalar, ticari faaliyetlerinde çeşitli sorunlar ile karşılaştıklarında akılcı çözümler üretmeleri, strateji değiştirmeleri ve/veya geliştirmeleri beklenmektedir. Aksi durumda pazar kaybı yaşayabilirler. Örneğin 2019 yılının son aylarında başlayan ve etkisi iki yıl süren COVID-19 (Koronavirüs) salgınında ihracatçı firmalar çeşitli sorunlarla karşı karşıya kalmışlardır. Bozulan tedarik zinciri ve değişen ithalat talebi ihracatçı firmaları birtakım önlemler almaya yöneltmiştir. Bu bağlamda ihracatçı firmaların dış pazar stratejilerini incelemek önemli bir araştırma konusu olarak ortaya çıkmıştır. Bu çalışmanın amacı, ihracatçı firmaların dış pazar stratejilerini incelemektir. Bu amaç doğrultusunda, Haziran- Aralık 2022 döneminde 38 firma yöneticisi ile derinlemesine görüşme yapılmış, analiz ve gözlem sonucunda firmaların dış pazar stratejileri tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın bulgularına göre firmaların krizler karşısında yazılı stratejilerinin olmadığı ve COVID-19 döneminde özel bir ihracat stratejisinin uygulanmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca firmaların büyük çoğunluğunun, COVID-19 salgını döneminde dış pazar stratejisi olarak sosyal medyayı tercih ettiği gözlemlenmiştir.

Author Information

* *Bachelor student, Tarsus University, Faculty of Applied Sciences, Department of International Trade and Logistics, e-mail:*

frknkpln8999@gmail.com

** *International Trade and Logistics Expert, e-mail:*

sevinccanter7@gmail.com

*** *Prof., Tarsus University, Faculty of Applied Sciences, Department of International Trade and Logistics, e-mail:*

fkaplan@tarsus.edu.tr

Keywords:

ABSTRACT

Exporting firms with a competitive structure are expected to produce rational solutions, change and/or develop strategies when they are exposed to various problems in their commercial activities. Otherwise, they may experience market loss. For example, exporters faced various problems during the COVID-19 (Coronavirus) pandemic, which started in the last months of 2019 and lasted for two years. The broken supply chain and changing import demand have led exporters to take a number of measures. In this context, analyzing the foreign market strategies of exporting firms has emerged as an important research topic. Accordingly, the purpose of this study is to examine the foreign market strategies of exporting firms. For this purpose, in-depth interviews were conducted with 38 firm managers between June and December 2022, and the foreign market strategies of the firms were questioned as a result of analysis and observation. The study's conclusions showed that during the COVID-19 pandemic, no specific export strategy was put into place, and firms lacked documented strategies for handling crises. It was also noted that the majority of firms preferred social media as a foreign market strategy during the COVID-19 pandemic.

¹ Bu çalışma, TÜBİTAK 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı kapsamında desteklenen projeden türetilmiştir.

*Export,
Foreign Market Strategies,
COVID-19,
Türkiye.*

1.GİRİŞ

Ülkeler arası ticari ilişkilerin artması ile birlikte ihracatçı firmaların, ülke ekonomisinin büyümesinde ve kalkınmasında önemi daha belirgin hale gelmiştir. Bu bağlamda, ihracatçı firmaların dış pazara açılarak ihracatlarını arttırmaları ve sürdürülebilir bir büyüme elde etmeleri son derece önemlidir. Ancak ihracatçı firmaların dış ticaret stratejilerini doğru bir şekilde belirlemesi ve uygulaması gerekmektedir. Bu stratejiler, firmaların ürünlerini nasıl pazarlayacakları, hedefledikleri pazarı nasıl belirleyecekleri, tedarik zincirini nasıl yönetecekleri vb. konuları ele almaktadır.

İhracatçı firmaların dış pazar stratejileri, siyasi istikrarsızlık, ekonomik krizler gibi dış faktörler tarafından etkilenebilmektedir. Özellikle son yılların en büyük ekonomik etkileri olan bir kriz olarak kabul edilen COVID-19 salgını, ihracatçı firmaların dış pazar stratejilerini önemli ölçüde etkilemiştir. Salgın, tedarik zincirindeki aksaklıklar, pazarların değişimi ve uluslararası ticaretteki düşüşler gibi birçok yeni zorluk ortaya çıkarmıştır.

2018 yılında 19,3 trilyon dolar olan dünya mal ticareti, 2019 yılının ilk çeyreğinde başlayan ve üçüncü çeyreğine kadar devam eden ülkeler arası gümrük tarifesinin yükseltilmesi sonucu 18,3 trilyon dolar seviyesine gerilemiştir (Dünya Bankası, 2022). Söz konusu bu durum ticaret savaşları olarak görülmekle birlikte ülkeler, gümrük tarifelerini sistematik olarak yükseltmişlerdir. 2019 yılının son aylarında gözlemlenen ve 2020 yılında salgın haline gelen COVID-19, ülkelerin gümrük tarifeleri üzerine olan odaklanmalarını değiştirmiştir. Ancak, salgın sonrası dönemde küresel oyuncuların yeniden uluslararası pazara odaklanacakları, ülkeler arası rekabetin tekrardan artacağı, dış pazarlarda ise gümrük engellerinin sorun olacağı beklentisi oluşmuş, söz konusu bu durumda ise toplam dünya ticaretinin azalacağı beklentisi doğmuştur (Bolat ve Kaplan, 2021). Bu bağlamda ihracatçı firmaların dış pazar stratejilerinin ele alınması önemli hale gelmiştir.

COVID-19 salgınının tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de ihracat sektörü üzerinde olumsuz etkileri olmuştur. 2020 yılında Türkiye'nin ihracat hacminde bir azalma meydana gelmesine rağmen 205 farklı pazara ürünlerini gönderebilmiştir. Özellikle ABD, Rusya ve Hollanda gibi pazarlarda ihracat hacminde bir artış kaydedilmiştir (TÜİK, 2024). Ayrıca Türkiye'nin ihracatçı firmaları, tedarik zincirinde yaşanan kesintilere karşı alternatif tedarik kaynakları geliştirmiş ve yerel tedarikçilere daha fazla önem vermiştir. Dijital ticaret ve e-ticaret gibi yeni ticaret yöntemleri kullanılarak müşterilere ulaşılmış ve ticaretin devamlılığı sağlanmıştır (Güven, 2022).

Bu çalışmada, Türkiye'de ihracatçı firmaların dış ticaret stratejilerinin belirlenmesinde etkili olan faktörlerin ve COVID-19 salgınının ihracatçı firmaların stratejileri üzerindeki etkilerinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Girişi takip eden ikinci bölümde alanyazın özeti sunulmaktadır. Üçüncü bölümde çalışmada kullanılan veri seti ve yöntem tanıtılmaktadır. Dördüncü bölümde analiz sonuçları yer almakta ve beşinci bölümde ihracatçı firmaların salgın döneminde nasıl bir yaklaşım benimsemeleri gerektiğine dair öneriler sunulmaktadır.

2.ALANYAZIN TARAMASI

Çalışmanın amacı doğrultusunda alanyazını iki sınıfta incelenmiştir. Birinci sınıfta ihracat pazarlama stratejileri ile ihracat performansının incelendiği çalışmalar bulunmaktadır. İkinci sınıf ise COVID-19 salgınının ihracata etkisi üzerine yapılan çalışmalardan oluşmaktadır.

2.1.Pazarlama Stratejilerinin İhracat Performansına Etkilerini İnceleyen Çalışmalar

Cooper ve Kleinschmidt (1985) Kanada'daki 142 yüksek teknolojlili elektronik firmanın ihracat stratejilerinin performansa etkisini incelemiştir. Veriler firmalardan anket yolu ile toplanmış, ANOVA ve MANOVA testleri uygulanmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre ihracat stratejilerinin ihracat satışları ve ihracat büyümesi üzerinde belirgin bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Cavusgil ve Zou (1994) ihracat pazarlama stratejilerinin ihracat performansına etkisini analiz etmiştir. Veriler 79 firmadan derinlemesine mülakat yolu ile toplanmıştır. Elde edilen veriler açıklayıcı faktör analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. İhracat pazarlama stratejisinin, firmanın ihracat performansının temel belirleyicisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Leonidou vd. (2002) ihracat pazarlama stratejisi ile ihracat performansı ilişkisi üzerine yapılan deneysel çalışmaları meta analize dayalı olarak incelemiştir. Birçok pazarlama stratejisi değişkeninin genel ihracat performansı üzerinde olumlu etkilerinin olduğu ancak etkinin her zaman önemli olmadığı sonucuna ulaşmışlardır.

Lee ve Griffith (2004) Güney Kore'de elektronik sektöründeki ihracatçıların ihracat pazarlama stratejileri ile ihracat performansı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Veriler 58 firmadan anket yoluyla toplanmış ve regresyon analizi ile analiz edilmiştir. Analizden elde edilen sonuca göre, ihracat pazarlama stratejilerinin Kore ihracatçı firmalarının performansını olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Mutlu ve Nakipoğlu (2011), uluslararası pazarlama stratejilerinin ihracat performansı üzerine etkilerini araştırmıştır. Çalışmada kullanılan veriler Gaziantep ilinde ihracat yapan firmalardan anket yöntemiyle toplanmıştır. Elde edilen veriler; faktör analizi, korelasyon analizi ve regresyon yöntemi ile analiz edilmiştir. Yazarlar ihracat performansı ile uluslararası pazarlama stratejileri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Ruzo vd. (2011) İspanya'daki firmaların mevcut kaynakların (firmanın büyüklüğü, deneyimi ve yapısından kaynaklanan) ve uluslararası pazarlama stratejisinin ihracat performansı üzerindeki etkisini incelemiştir. Veriler 150 firmadan elde edilmiş ve logit model kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda benimsenen uluslararası genişleme stratejisi ihracat performansını etkilemediği, ancak pazarlama karması unsurlarının standartlaştırılması veya uyarlanması ihracat performansını pozitif etkilediği tespit edilmiştir.

Stoian vd. (2012) uluslararası pazarlama stratejisinin standardizasyon/uyarlama derecesinin KOBİ'lerin ihracat performansını etkileyip etkilemediğini araştırmıştır. Çalışmada veriler İspanya'daki 155 ihracatçı firmadan toplanmış ve yapısal eşitlik modeli kullanılarak analiz edilmiştir. Uluslararası pazarlama karması stratejisinin genel standardizasyon/adaptasyon derecesinin, belirli kurumsal ve çevresel değişkenlerin etkisi dikkate alınmaksızın tek başına ele alındığında, hedef ihracat performansı üzerinde önemli bir etkiye sahip olmadığı belirtilmiştir.

Lee vd. (2013) Güney Kore'deki KOBİ'lerin pazarlama stratejilerinin ihracat performansı ile ihracat stratejilerine etkilerini incelemiştir. Çalışmada imalat sanayi sektöründe yer alan 142 firmadan veriler toplanmış ve veriler hiyerarşik regresyon analizi ile analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda farklılaşma stratejisinin ihracat performansı üzerinde önemli ölçüde pozitif bir etkiye sahip olduğu, maliyet liderliği stratejisinin ise önemsiz olduğu vurgulanmıştır.

Yücel ve Kara (2014), Elâzığ ilinde ihracat yapan firmaların ihracat pazarlama stratejileri ile ihracat performansları arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Çalışmada kullanılan veriler anket ve mülakat yöntemi ile

toplanmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkinin tespiti için MANOVA testi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre ihracat pazarlaması stratejilerinin ihracat performansını etkilediği belirlenmiştir.

Durukan ve Hamşioğlu (2015), Ankara ilinde ihracat yapan firmaların pazar yönlülük, pazarlama yeteneklerinin ihracat performansı üzerindeki olası etkilerini incelemişlerdir. Çalışmanın analizinde kullanılan veriler 200 firmadan anket yoluyla toplanmış ve yapısal eşitlik modeli kullanılarak bulgular değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre pazarlama yetenekleri ve ihracat performansı arasında ve pazar yönlülük ile ihracat performansı arasında istatistiki açıdan anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Çınar ve Koç (2017) pazarlama yeteneklerinin ihracat performansı üzerindeki etkisini incelemiştir. Veriler, Kayseri Organize Sanayi Bölgesinde ihracat yapan 153 firmadan anket yöntemi ile toplanmıştır. Pazarlama yeteneklerinin ihracat performansı üzerindeki etkisini test etmek için yapısal eşitlik modeli kullanılmıştır. Stratejik pazarlama yeteneğinin ihracat performansı üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu belirlenmiştir.

Yücel (2019) ihracat faaliyetinde bulunan firmaların pazarlama stratejileri ile performansları arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmaları incelemiştir. İhracat pazarlaması stratejisinin ihracat performansı ile yakından ilişkili olduğu, firma performansı ile doğrudan ilişkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. İncelenen çalışmalar ihracat pazarlaması stratejilerinin performansı açıklamada en önemli açıklayıcı değişken olduğunu göstermektedir.

Sağlam ve Pirtini (2019), ihracatçı firmaların uluslararası pazarlama karması stratejilerinin, firma ihracat performansı üzerindeki etkisini incelemiştir. Veriler İstanbul'da faaliyet gösteren 249 firmadan anket yoluyla toplanmıştır. Toplanan veriler korelasyon ve regresyon yöntemleri ile analiz edilmiştir. Uluslararası pazarlama karması stratejilerinin ihracat performansı ile ilişkili olduğu ve ihracat performansını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Tunç ve Yücel (2020) pazarlama kültürü, ihracat pazarlaması stratejileri ve ihracat performansı arasındaki ilişkileri incelemiştir. Veriler Elazığ'da ihracat yapan 5 firmadan derinlemesine mülakat yöntemi ile toplanmıştır. Çalışmada; pazarlama kültürü, ihracat pazarlama stratejileri ve ihracat performansı arasında ilişki bulunmuştur.

Akay ve Cura (2021) uluslararası pazarlamada fiyat ve ürün stratejilerinin ihracat performansına etkilerini araştırmıştır. Çalışmadaki veriler Konya imalat sanayinde faaliyet gösteren 272 firmadan toplanmıştır. Regresyon analiz sonuçlarına göre uluslararası pazarlarda ürün adaptasyonu ile fiyat adaptasyonu ihracat performansını pozitif etkilediği belirtilmiştir.

Öz ve Özmen (2022) Marmara bölgesindeki ihracatçı firmaların pazarlama stratejileri ile ihracat performansı arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Çalışmadaki veriler Marmara bölgesinde deri sektöründe yer alan 101 firmadan toplanmış ve veriler korelasyon analizi kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda pazarlama stratejisi ile ihracat performansı arasında pozitif ilişki tespit edilmiştir.

Çetin ve Yalçın (2023) pazarlama stratejilerinin yenilik yönelimine etkisinde ihracatın aracı rolünü incelemiştir. Çalışmadaki veriler Ankara ilinde yer alan 98 firmadan toplanmış ve yapısal eşitlik modeli kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmada KOBİ'lerin pazarlama stratejilerinin ihracata engel olan faktörlere aracılık etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

2.2.COVID-19 Salgının İhracata Etkileri

COVID-19 salgınının ihracata etkisi üzerine yapılan çalışmalardan Lin ve Zhang (2020), COVID-19 salgınının Çin'deki tarımsal ihracat şirketleri üzerindeki etkisini incelemiştir. Veriler 102 şirketten anket yöntemi ile toplanmış,

verilerin analizi için Kruskal-Wallis testi, regresyon analizi ve logit modeli kullanılmıştır. Ortalama olarak tarımsal işletmelerin ihracatında düşüşler yaşandığını ancak başta tahıl ve sıvı yağ olmak üzere bazı tarım ürünlerinin ihracatının güçlü kaldığını ve hatta arttığını belirtilmiştir. Salgın sırasında şifalı bitki ihracatının da önemli ölçüde arttığı, bununla birlikte yenilebilir mantar ve bahçecilik ürünleri gibi malların ihracatının azaldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Asgar vd. (2020), COVID-19 salgınının Pakistan ekonomisi üzerindeki etkisini incelemiştir. İthalatta gıda sektörü haricinde diğer sektörlerde düşüş yaşandığını belirtmiştir. İhracatta ise yarı yarıya bir düşüş yaşandığını ve en önemli düşüşün tekstil ve petrol sektöründe yaşandığını belirtmiştir.

Zainuddin vd. (2020) Malezya için COVID-19 salgınının ikili sektörel ihracat üzerindeki etkisini 66 sektör üzerinde PPML tahmincisi ile analiz etmiştir. Çalışmada COVID-19 salgınının ikili ihracatı 11 sektör için önemli ölçüde azalttığı, 7 sektör için ise arttırdığı ifade edilmiştir. COVID-19 salgınının diğer sektörlerin ikili ihracatı üzerinde ise anlamlı bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Cao vd. (2020) COVID-19 salgınının Çin'in tarımsal ticaretini potansiyel olarak nasıl etkileyebileceğini analiz etmiştir. Tarımsal ihracatı uzun ve kısa vadede etkileyen faktörler ve COVID-19'dan kaynaklanan yıkıcı faktörler olasılık analizi ile incelenmiştir. Çin'in tarımsal ihracatının, çoğunlukla tedarik zincirinin bozulması nedeniyle kısa vadede olumsuz etkilendiğini, uzun vadede ise azalan dış talep ve tarife dışı ticaret engellerinin potansiyel olarak uygulanması ihracat üzerinde daha derin ve kalıcı olumsuz etkiler yaratacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Adıgüzel (2020), COVID-19 salgınının dış talebin düşmesi nedeniyle Türkiye'nin ihracatında düşüşe sebep olacağını ifade etmiştir. Çalışmada ithalata getirilen ek vergiler, üretim ve tüketimin düşmesi nedenleriyle ithalatın da azalacağı öne sürülmüştür. Aynı zamanda cari açık ve diğer makroekonomik göstergelerde de olumsuz etkilere yol açacağını belirtmiştir.

Gruszczynski (2020), COVID-19 salgınının uluslararası ticaret için kısa vadede ciddi sonuçlar doğurabileceğini, ancak uzun vadede normal işleyişe döneceğini belirtmiştir. Ayrıca, salgının ekonomik küreselleşme sürecinde yapısal değişikliklere yol açabileceği konusunda öngörülerde bulunmuştur. Gruszczynski, COVID-19 salgınının potansiyel etkisinin, tahmin edilenden daha derin olabileceğine dikkat çekmiştir. Aynı zamanda, salgının uluslararası ticaret üzerindeki etkisinin, salgının uzunluğu ve şiddetine bağlı olarak derinleşebileceğini ifade etmiştir.

Vidya ve Prabheesh (2020) COVID-19 salgını öncesi ve sonrasında ülkeler arasındaki ticaretin birbirine bağlılığını ve ticaretin gelecekteki yönünü tahmin etmişlerdir. Veriler Network analizi kullanarak analiz edilmiştir. COVID-19 salgınından sonra ülkeler arasındaki ticari bağlantı ve yoğunlukta ciddi bir azalma olduğu ve Aralık 2020'ye kadar ekonomilerin çoğunun ticaretinde ciddi bir düşüş olacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Hayakawa ve Mukunaki (2021) COVID-19 salgınının uluslararası ticaret üzerindeki etkilerini analiz etmiştir. Elde edilen sonuçlara göre COVID-19'un hem ihracatçı hem de ithalatçı ülkelerin uluslararası ticaretinde önemli ölçüde olumsuz etkileri vardır. Bir ihracatçı ülkenin komşu ülkelerdeki COVID-19 salgının şiddeti, ihracatçı ülkenin ihracatı üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu ifade edilmiştir. İhracatçı ülkelerde emek yoğun sektörlerin COVID-19'un olumsuz etkilerinden daha fazla zarar gördüğü gözlemlenmiştir. Çalışmada, özellikle tekstil, ayakkabı ve plastik sektörlerinde olumsuz etkilerinin bulunduğu belirtilmiştir.

Ay (2021) COVID-19 salgınının, Türkiye'nin ihracatı üzerine etkilerini incelemiştir. COVID-19 salgınının Türkiye'nin ihracatı üzerine etkileri, BEC ve ISIC sınıflamalarına göre, toplam ihracattaki değişim, ihracat miktar ve ihracat birim değer endekslerindeki değişim dikkate alınarak incelenmiştir. Sonuç olarak COVID-19 salgınının Türkiye'de 2020'nin ilk aylarında (özellikle Nisan ve Mayıs aylarında) ihracata yönelik daraltıcı etkilerinin zirve yaptığı sonucuna ulaşılmıştır.

Yıldırım (2021), COVID-19 pandemisinin uluslararası ticaret üzerindeki etkisini AB, ABD, Çin ve Türkiye'ye özgü olarak araştırmıştır. Çalışmada pandemi dönemi üç farklı süreç olarak ele alınmıştır. Türkiye için üç süreçte de ihracatın daraldığı, buna karşın ithalatın ikinci süreçte daraldığı ve üçüncü süreçte ise ithalatta artış yaşandığı belirtilmiştir. AB'de ve ABD'de üçüncü süreçte ihracatta ve ithalatta düşüşün gözlemlendiği ileri sürülmüştür. Çin'de ise ihracatta birinci süreç haricinde artış yaşandığı, ithalatta birinci ve ikinci dönem haricinde artış yaşandığı gözlemlenmiştir.

Pelit ve Irmak (2022), COVID-19 pandemisinin küresel ve Türkiye dış ticaretine etkilerini incelemiştir. Çalışmada geçmiş yıllara ait veriler ile COVID-19 dönemindeki veriler karşılaştırılmıştır. Çalışma sonucunda COVID-19 gelişmiş ülkelere göre gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerine daha fazla zarar verdiği ortaya konulmuştur. Türkiye'nin bu dönemde ihracatı ve ihracatın ithalatı karşılama oranı ise azalma yaşamıştır.

Öçal (2022), COVID-19'un Türkiye'nin ihracatında taşıma modlarına etkilerini araştırmıştır. Çalışmada 2017-2021 yıllarına ait ihracat verileri kullanılmıştır. Sonuç olarak COVID-19'un Türkiye ihracatını önemli ölçüde azalttığı ve denizyolu ile havayolu taşımacılığının en fazla etkilenen taşıma modları olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu dönemde demiryolu taşımacılığının ise pozitif etkilendiği tespit edilmiştir.

3.ARAŞTIRMANIN METODU

Bu çalışmada Tarsus Ticaret Borsasına kayıtlı ihracatçı üye firmaların COVID-19 pandemi sürecinde ortaya koydukları dış pazar stratejileri incelenmesi amaçlanmıştır. Alanyazın incelendiğinde COVID-19'un ihracata etkileri incelenmesine rağmen COVID-19 pandemi sürecinde ihracatçı firmaların dış pazar stratejileri ve karşılaştıkları sorunları inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu doğrultuda küresel hastalıklar/krizler sürecinde ihracatçı firmaların uyguladıkları dış pazar stratejilerinin ve karşılaştıkları sorunların ayrıntılı olarak incelenmesi ve ihracatçı firmalara önerilerde bulunulması hedeflenmiştir.

Alanyazındaki söz konusu boşluğun doldurulması için çalışma nitel çalışma olarak tasarlanmıştır. Nitel araştırmalarda "ne", "neden", "nasıl", "ne zaman" vb. kapsayıcı sorular yardımıyla detaylı fikir elde edilmektedir (Glesne, 2014: 30; Yıldırım ve Şimşek, 2013: 317-318; Toptaş ve Taştan, 2020: 68). Nitel araştırmalar, bulguların evrene genellenememesi rağmen tümevarımsal bir yaklaşım sergilemesi, sayısal verilerden ziyade ifadeler üzerinden değerlendirme yapması ve belirli durumlar ile kişilere odaklanması sosyal bilimlerde sık sık tercih edilmesine yol açmıştır (Güler vd., 2015, 45-46). Konu ile ilgili sınırlı verinin bulunması, ayrıca sınırlı sayıda katılımcının mevcut olması nedeniyle veriler 2022 yılı itibarıyla Tarsus Ticaret Borsası'na kayıtlı ihracatçı üye firmalardan derinlemesine görüşme yöntemiyle elde edilmiştir. Derinlemesine görüşme yöntemi, görüşmeci tarafından örneklemdaki katılımcıya çalışmanın amacına uygun şekilde sorular sorduğu ve katılımcının yöneltilen sorulara yönelik davranış, his ve düşüncelerini ortaya çıkarmayı sağlayan nitel veri toplama yöntemidir (Bilim, 2015: 235). Araştırma sorularının hazırlanmasında sektörde yer alan bir uzman ile bir öğretim üyesinin görüşleri alınmıştır. Bu şekilde

çalışmanın amacına uygun araştırma soruları oluşturulmuştur. İhracatçı firmalar ile görüşmeler Haziran-Aralık 2022 tarihleri arasında gerçekleşmiştir.

Derinlemesine görüşme kapsamında ihracatçı firmalara aşağıdaki şu sorular yöneltilmiştir:

- Firma hakkında bilgi verebilir misiniz? Firmanızın ticari statüsü hangisidir? Firmanızda kaç kişi çalışmaktadır? Bu sektörde kaç yıldır ihracat faaliyetinde bulunuyorsunuz?
- İhracat yapınız hakkında bilgi veriniz? (Örneğin “Az sayıda ülkeye az sayıda çeşit ürün ihracatı yaparız” ya da “Çok sayıda ülkeye çok sayıda çeşit ürün ihracatı yaparız” vb.)
- 2020 yılında ihracatınızı bir önceki döneme göre karşılaştırabilir misiniz?
- COVID-19 döneminde dış ticaretiniz için hangi faaliyetlerde bulundunuz? (Örneğin; daha fazla reklam yapmak, tüm iletişim kanallarını kullanmak vs.)
- Kriz durumları (ekonomik, savaş, salgın vb.) için önceden hazırlanmış yazılı dış ticaret stratejiniz var mı? Varsa bilgi verebilir misiniz? Yazılı yoksa “sözlü” olarak yapacağınız bir strateji var mı?
- COVID-19 salgınının başladığı dönemde (2020 Mart-Ağustos) COVID-19'a özel dış ticaret stratejisi oluşturduğunuz mu? COVID-19'a özel dış ticaret stratejisi oluşturduysanız nasıl bir strateji oluşturduğunuzu kısaca yazınız.
- Belirtmek istediğiniz başka bir husus var mı?

4.ARAŞTIRMA BULGULARI

Bu bölümde analiz bulguları iki aşamadan oluşmaktadır. Birinci aşamada firmaları tanımaya yönelik sorular sorulmuş, ikinci aşamada ise firmaların dış pazar stratejileri araştırılmıştır. Araştırmanın ana kütesini 76 firmadan oluşmasına rağmen araştırma için ancak 38 firmadan olumlu dönüş sağlanmıştır. Tablo 1’de ihracatçı firmalara ait demografik özellikler sunulmuştur.

Tablo 1. Demografik Bulgular

Firmadaki Pozisyonunuz Hangisidir?	Frekans	Yüzde (%)	Firmanın Ticari Statüsü	Frekans	Yüzde (%)	Çalışan Sayısı	Frekans	Yüzde (%)
Yönetici	4	11	A.Ş.	4	11	251 ve üstü	0	
Firma Sahibi	0	0	LTD	34	89	51-250	4	11
Beyaz Yaka	34	89	Şahıs	0	0	50 ve altı	34	89
Toplam	38	100		38	100		38	100

Derinlemesine görüşme kapsamında firma temsilcilerinden %89’u firma yöneticisi, %11’i ise firmada çalışan beyaz yakalıdır. Firmaların özelliklerine bakıldığında firmaların %89’u limited şirket ünvanına sahiptir. Ayrıca firmaların KOBİ sınıflandırmasına göre %89’u küçük ölçeklidir. Görüşmeye KOBİ sınıflandırmasına göre büyük ölçekli işletmeler katılmamıştır. Tablo 2’de görüşmeye katılan firmaların ihracat özelliklerine yer verilmiştir.

Tablo 2. Firmaların İhracat Özellikleri

Firmanız bu sektörde kaç yıldır ihracat faaliyetinde bulunuyor?	Frekans	Yüzde (%)	2020 yılında ihracatınız bir önceki döneme göre yüzde kaç azaldı? Azalmadıysa bu soruyu cevaplamanıza gerek yoktur.	Frekans	Yüzde (%)	2020 yılında ihracatınız bir önceki döneme göre yüzde kaç arttı? Artmadıysa bu soruyu cevaplamanıza gerek yoktur.	Frekans	Yüzde (%)
5 ve altı	2	5	%20 ve altı	11	52	%20 ve altı	9	53
5-10 yıl	14	37	%21 - %40	3	14	%21 - %40	2	12
11-15 yıl	10	26	%41 - %60	4	19	%41 - %60	3	17
16-20 yıl	7	18	%61 - %80	3	14	%61 - %80	3	17
21 ve üstü	5	13	%81 ve üstü	0	0	%81 ve üstü	0	0
Toplam	38	100		21	100		17	100

Tablo 2 incelendiğinde ihracatçı firmaların %37'si 5-10 yıl arasında, %26'sı ise 11-15 yıl arasında ihracat faaliyetlerini gerçekleştirmektedir. İhracatçı firmaların 2020 yılında ihracatın azalıp azalmadığı sorulduğunda 21 firma ihracatının azaldığını, 17 firma ise arttığını ifade etmiştir. Cevap veren firmalardan 11'i %20 ve altında ihracatının azaldığı yönünde görüş ifade etmiştir. Tam tersi durumda firmalardan 9'u %20 ve altında bir önceki döneme göre ihracatının arttığı yönünde cevap vermiştir. Tablo 3'te firmaların ihracat birliklerine üyelikleri ve firmaların ihracat yapılarına ait bilgiler verilmiştir.

Tablo 3. Birliklere Üyelik ve Firmaların İhracat Yapıları

Firmanız Hangi Birliğe Üyedir?	Frekans	Yüzde (%)	İhracat yapınız hangisidir?	Frekans	Yüzde (%)
Demir ve Demir Dışı Metaller	0		Bir ürünü bir ülkeye ihracatını yaparız.	23	61
Hazır Giyim ve Konfeksiyon	0		Bir ürünü çok sayıda ülkeye ihracatını yaparız.	5	13
Akdeniz Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	4	11	Bir ülkeye çok sayıda çeşit ürün ihracatını yaparız.	5	13
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	0		Az sayıda ülkeye az sayıda çeşit ürün ihracatı yaparız.	1	3
Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri	0		Çok sayıda ülkeye çok sayıda çeşit ürün ihracatı yaparız.	2	5
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	0		Az sayıda ülkeye çok sayıda çeşit ürün ihracatı yaparız.	2	5
Tekstil ve Hammaddeleri	0		Çok sayıda ülkeye az sayıda çeşit ürün ihracatı yaparız.	0	0
Yaş Meyve - Sebze	34	89			
Toplam	38	100	Toplam	38	100

Tablo 3 incelendiğinde görüşmeye katılan firmalardan %11'i Akdeniz Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri birliğine üye iken %89'u Yaş Meyve – Sebze İhracatçıları Birliğine üyedir. Görüşmeye katılan firmalara ihracat yapıları hakkında soru sorulduğunda firmaların %61'nin bir ürünün bir ülkeye ihracatını gerçekleştirdiği ortaya konmuştur.

Çalışmanın ikinci aşamasında sorulan her bir soru ve bunlara verilen cevaplar tablolar halinde sunulmuştur. Bazı tablolardaki cevap sayısı 38’den fazladır. Bunun nedeni katılımcıların bazı sorulara birden çok yanıt vermeleridir. Tablo 4’te firmanın COVID-19 döneminde dış ticaretleri için hangi faaliyetlerde buldukları sorusuna ilişkin cevaplar gösterilmektedir.

Tablo 4. Birinci Soru ve Katılımcıların Bu Soruya Verdikleri Cevaplar

Soru	Cevaplar	Frekans
COVID-19 döneminde dış ticaretiniz için aşağıdaki faaliyetlerden hangisinde/hangilerinde buldunuz?	Mevcut müşterilerimizle eskiye oranla daha sık iletişimde bulduk.	11
	Yeni müşterilerimize ulaşmak için tüm iletişim kanallarını kullandık.	13
	Yurt dışına özel olarak sosyal medya reklamları verdik.	16
	Tedarikçilerimizle kriz durumlarını görüşmek için toplantılar yaptık.	4
	Lojistik faaliyetlerimizi gerçekleştiren firmalarımız ile kriz durumlarını görüşmek için toplantılar yaptık.	4
	Yurt dışındaki müşterilerimiz ile kriz durumlarını görüşmek için toplantılar yaptık.	11
	Toplam	59

Tablo 4 incelendiğinde verilen cevaplardan 16’sı yurt dışına özel olarak sosyal medya reklamları verdiklerini, 13’ü yeni müşterilerine ulaşmak için tüm iletişim kanallarını kullandıklarını, 11’i mevcut müşterilerimizle eskiye oranla daha sık iletişimde bulduklarını ifade etmiştir. Katılımcıların verdikleri cevaplardan bazıları şu şekildedir: K7“Sokağa çıkma yasakları ortaya çıkınca insanların sosyal medyada daha fazla vakit geçireceklerini düşündüğümüz için reklam verdik” ifadesini kullanmıştır. K16 “Kriz ortaya çıkınca hem yurt içindeki hem de yurt dışındaki paydaşlarımızla toplantılar yaptık” demiştir. Tablo 5’te firmanın ihracatta ilişkin ilk kararlarını nasıl verdiği yönündeki sorusuna ilişkin cevaplar gösterilmektedir.

Tablo 5. İkinci Soru ve Katılımcıların Bu Soruya Verdikleri Cevaplar

Soru	Cevaplar	Frekans
İhracata karar verdiğinizde ilk olarak hangi aşamadan başlıyorsunuz? Yani neler yapıyorsunuz? Kısaca açıklayabilir misiniz? (Pazar hakkında bilgi, lojistik firmaları ile görüşme, tanıdık iş insanları ile network vb.)	Tarsus Ticaret Borsası ile görüştük.	12
	Tarsus Ticaret Odası ile görüştük.	12
	İhracat yapan dost firmalar ile görüştük.	20
	AKİB ile görüştük.	4
Toplam		38

Tablo 4 incelendiğinde 20 firmanın ihracat kararının alınması yönünde ilk aşamada dost firmalar ile görüştiklerini ifade etmiştir. Cevap verenler arasından 12 firma Tarsus Ticaret Borsasına, 12 firma ise Tarsus Ticaret Odası’na başvurduğunu belirtmiştir. Katılımcıların verdikleri cevaplardan bazıları şu şekildedir: K12 “İhracat yapmaya karar verdiğimiz anda ilk olarak aile dostu bir firma ile görüştüm” ifadesini kullanmıştır. K3 ise “Mal verdiğim firma ihracat yapıyordu, ben de öğrenmek için Tarsus Ticaret Borsasına sordum” şeklinde ifade etmiştir. Tablo 6’da firmanın ihracat teşviklerinden yararlanıp yararlanmadığı yönündeki sorusuna ilişkin cevaplar gösterilmektedir.

Tablo 6. İkinci Soru ve Katılımcıların Bu Soruya Verdikleri Cevaplar

Soru	Cevaplar	Frekans
İhracat teşviklerinden yararlanıyor musunuz?	Ticaret Bakanlığında destek alıyoruz.	28
Evet ise kısaca açıklayınız.(KOSGEB, Ekonomi Bakanlığı vs. fuar, pazar, exim kredisi vb.)	KOSGEB den destek aldık. AKİB den teşvik aldık.	6 4
	Toplam	38

Tablo 6 incelendiğinde 28 firmanın Ticaret Bakanlığında destek aldıklarını, 6'sı KOSGEB'den destek aldıklarını ve 4'ü AKİB'den teşvik aldıklarını beyan etmiştir. Katılımcıların verdikleri cevaplardan bazıları şu şekildedir: K10 “En kolay ve hızlı desteği Ticaret Bakanlığı vermekte. Faturaları toplamamız yeterli oluyor” şeklinde beyan vermiştir. Tablo 7’de firmanın kriz dönemleri için yazılı bir stratejisi olup olmadığı yönündeki sorusuna ilişkin cevaplar gösterilmektedir.

Tablo 7. Üçüncü Soru ve Katılımcıların Bu Soruya Verdikleri Cevaplar

Soru	Cevaplar	Frekans
Kriz durumları (ekonomik, savaş, salgın vb.) için önceden hazırlanmış yazılı dış ticaret stratejiniz var mı?	Herhangi bir stratejimiz yok.	38

Tablo 7 incelendiğinde firmaların tamamı kriz dönemleri için yazılı stratejilerinin bulunmadığını ifade etmiştir. Tablo 8’de firmanın Covid 19’a özel dış ticaret stratejisinin olup olmadığı yönündeki sorusuna ilişkin cevaplar gösterilmektedir.

Tablo 8. Dördüncü Soru ve Katılımcıların Bu Soruya Verdikleri Cevaplar

Soru	Cevaplar	Frekans
COVID-19'a özel dış ticaret stratejisi oluşturduysanız nasıl bir strateji oluşturduğunuzu kısaca yazınız.	YOK	38

Tablo 8 incelendiğinde firmalar COVID-19'a özel dış ticaret stratejisi uygulamadığını beyan etmiştir. Tablo 9’da firma yöneticisinin belirtmek istediği başka bir hususun olup olmadığı yönündeki sorusuna ilişkin cevaplar gösterilmektedir.

Tablo 9. Beşinci Soru ve Katılımcıların Bu Soruya Verdikleri Cevaplar

Soru	Cevaplar	Frekans
Belirtmek istediğiniz bir husus var mı?	Üniversiteden dış pazar konusundan destek istiyoruz.	14

Tablo 9 incelendiğinde, 14 firmanın üniversitelerden destek istediklerini açıklamıştır. Katılımcıların verdikleri cevaplardan bazıları şu şekildedir: K10 “Yanı başımızda Tarsus Üniversitesi var. Bize destek olsunlar” şeklinde beyan vermiştir. K3 ise “Üniversiteler ihracatçılara yol göstermeli, pazar bulmalı, üretmek en kolay önemli olan satmaktır” şeklinde görüş belirtmiştir.

5.SONUÇ VE ÖNERİLER

Son yılların en büyük ekonomik krizi olan COVID-19 (Koronavirüs) salgını, 2019 yılında Çin'in Wuhan kentinde başlamış ve etkileri 2021 yılında sona ermiştir. Bu salgın, birçok ülkenin ekonomik büyümesini olumsuz

yönde etkilemiştir. Ancak ihracatçı firmalar için çeşitli akılcı çözümler ve stratejiler geliştirilerek ticari faaliyetlerin sürdürülebilir hale getirilmesi mümkündür.

Araştırmanın sonuçları üç aşamada değerlendirilmiştir. Birinci aşamada Tarsus Ticaret Borsasına (TTB) kayıtlı üye ihracatçı firmaların genel özellikleri değerlendirilirken firmaların dış pazarlarında ürün/ülke yoğunlaşmaları tespit edilmiştir. İkinci aşamada TTB'ye üye firmaların COVID-19 salgını döneminde dış pazar stratejileri sorgulanmıştır. Üçüncü aşamada ise birinci ve ikinci eksende yapılan analizler/gözlemler sonucunda firmalara dış pazar stratejilerinin varlığı sorgulanmıştır.

Araştırmaya katılan firmaların;

- Yüzde 89'unun LTD. ŞTİ yasal statüsünde oldukları, KOBİ tanımlamasına göre küçük işletme sınıfında oldukları ve Yaş Meyve – Sebze İhracatçı Birliklerine üye oldukları gözlemlenmiştir.

- Yüzde 55'inin salgın döneminde ihracatlarının azaldığı belirlenmiştir.

- Yüzde 61'inin bir ürünü bir ülkeye ihracatını yaptıkları ifade etmişlerdir. Yani tek üründe ve tek ülkede uzmanlaştıklarını görülmektedir.

- Yüzde 52'sinin ihracata başlamadan önce ihracat yapan dost firmalar ile görüştiklerini beyan etmişlerdir. Yani, buldukları ticari çevreden etkilendikleri görülmektedir.

- Yüzde 74'ünün Ticaret Bakanlığından destek aldıkları görülmektedir.

İhracatçı firmaların salgın döneminde en sık yaptıkları işlemler, mevcut müşterileri ile eskiye oranla daha sık iletişimde bulunmaları, yurt dışına özel olarak sosyal medya reklamları vermeleri ve yurt dışındaki müşterileri ile kriz durumlarını görüşmeleridir. Firmaların bu faaliyetleri ilk akla gelen makul uygulamalardır. Bunlar pratikte alınan kararları içermektedir. Firmaların profesyonel olarak önceden planladıkları herhangi bir stratejileri bulunmamaktadır.

İhracatçı firmalar için kriz dönemlerinde üretecekleri akılcı çözümler ve stratejiler şunları içerebilir:

1. Çeşitlendirme: İhracatçı firmalar, ihracat pazarlarını çeşitlendirmek suretiyle riskleri dağıtabilirler. Kriz dönemlerinde, belirli pazarlarda talep düşebilirken diğer pazarlarda talep artabilir. Farklı pazarlara yönelik ihracat stratejileri geliştirilerek krizlere karşı daha dirençli olunabilir.

2. Diğer pazarlara açılma: Kriz dönemlerinde, mevcut ihracat pazarlarının yanı sıra yeni pazarlara da açılarak ticari faaliyetlerin çeşitlendirilmesi önemlidir. Yeni pazarlara yönelik araştırmalar yaparak potansiyel müşteri ve iş ortakları ile ilişkiler kurulabilir ve ihracat ağını genişletmek mümkün olabilir.

3. Dijitalleşme: Dijital teknolojiler, ihracatçı firmaların ticari faaliyetlerini sürdürmeleri için önemli bir avantaj sağlayabilir. E-ticaret, sanal fuarlar, online pazar yerleri gibi dijital kanallar kullanılarak müşterilere daha kolay ve hızlı bir şekilde ulaşılabilir, ihracat süreçleri optimize edilebilir ve maliyetler düşürebilir.

4. Lojistik ve tedarik zinciri yönetimi: Kriz dönemlerinde, lojistik ve tedarik zinciri yönetimi önemli bir faktördür.

Araştırmanın çeşitli kısıtlara sahip olduğu dikkate alınmalıdır. Çalışmanın kısıtlarından yola çıkılarak gelecekteki çalışmalar için bazı önerilerde bulunulabilmektedir. İlk olarak çalışmanın örnekleme Tarsus Ticaret Borsasına kayıtlı firmalardan oluşmaktadır. Bu nedenle evrene yönelik genellemeler yapılamamaktadır. Gelecekteki çalışmalarda daha kapsamlı bir örneklem grubu ile çalışılabilir. İkinci olarak bu çalışma nitel çalışmadan oluşmaktadır. Bu nedenle gelecekteki çalışmalarda farklı araştırma yöntemleri kullanılabilir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

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

Çıkar Çatışması

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

Etik Kurul Onayı

Bu araştırma için Tarsus Üniversitesi Etik Kurulu'nun 30.05.2022 tarih ve 2022/56 sayılı kararı ile etik kurul onayı alınmıştır.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, M. (2020). Covid-19 pandemisinin Türkiye ekonomisine etkilerinin makroekonomik analizi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(37), 191-221.
- Akay, H. ve Cura, F. (2021). Uluslararası ticarete ürün ve fiyat adaptasyonunun ihracat performansına etkisi: Konya imalat sanayinde bir uygulama. *International Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 7(47), 2421-2430.
- Asghar, N., Batool, M., Farooq, F. ve ur Rehman, H. (2020). COVID-19 pandemic and Pakistan economy: Apreliminary survey. *Review of Economics and Development Studies*, 6(2), 447-459.
- Ay, I. C. (2021). COVID-19 Pandemisinin Türkiye'nin İhracatı Üzerine Etkileri İçin Bir Analiz. *Journal of Emerging Economies and Policy*, 6(1), 272-283.
- Bilim, Y. (2015). Görüşme Tekniği. A. Yüksel, A. Yanık ve R. Ayazlar içinde, *Bilimsel Araştırma Yöntemleri: Kavramlar, Analizler, Araştırmalar*. Ankara: Seçkin.
- Bolat M. ve Kaplan F (2021). Sektör-ülke açısından ihracat çeşitlendirmesi ve ihracati etkileyen faktörler: Türkiye üzerine bir uygulama. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 0(59), 271 - 287.
- Cao, L., Li, T., Wang, R. ve Zhu, J. (2020). Impact of COVID-19 on China's agricultural trade. *China Agricultural Economic Review*, 13(1), 1-21.
- Cavuşgil, S. T. ve Zou, S. (1994). Marketing strategy-performance relationship: An investigation of the empirical link in export market ventures. *Journal of Marketing*, 58(1), 1-21.
- Çetin, B. ve Yalçın, A. (2023). Pazarlama Stratejilerinin Yenilik Yönelimine Etkisinde İhracata Engel Unsurların Aracılık Etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 15(2), 1206-1222.
- Çınar, B. ve Koç, F. (2017). Pazarlama yeteneklerinin ihracat performansı üzerindeki etkisi. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(3), 115-143
- Cooper, R. G. ve Kleinschmidt, E. J. (1985). The impact of export strategy on export sales performance. *Journal of International Business Studies*, 16, 37-55.
- Dünya Bankası (2022). <https://data.worldbank.org/topic/trade> Erişim Tarihi 22.12.2022
- Durukan, T. ve Hamşioğlu, A. B. (2015). Pazar yönlülük, pazarlama yeteneklerinin rekabet avantajı elde etmede ihracat performansı üzerine etkileri: Ankara ili ihracat işletmelerinde bir uygulama. *Ekonomi İşletme Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 1(2), 1-19 .
- Glesne, C. (2014). *Nitel araştırmaya giriş* (4. Baskı). (Çev. A. Ersoy ve P. Yalçınoğlu). Ankara: Anı.
- Gruszczynski, L. (2020). The COVID-19 pandemic and international trade: Temporary turbulence or paradigm shift?. *European Journal of Risk Regulation*, 11(2), 337-342.
- Güler, A., Halıcıoğlu, M.B. ve Taşgın, S. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hayakawa, K. ve Mukunoki, H. (2021). The impact of COVID-19 on international trade: Evidence from the first shock. *Journal of the Japanese and International Economies*, 60, 101135.
- Lee, C. ve Griffith, D. A. (2004). The marketing strategy-performance relationship in an export-driven developing economy: A Korean illustration. *International Marketing Review*, 21(3), 321-334.
- Lee, S. B., Kotabe, M., Yoon, A. H. ve Kwon, K.H. (2013). Export Strategies and Performance of Small and Medium-sized Enterprises: Evidence from Korean Manufacturing SMEs. *Journal of Korea Trade*, 17(1), 1-23.
- Leonidou, L. C., Katsikeas, C. S. ve Samiee, S. (2002). Marketing strategy determinants of export performance: A meta-analysis. *Journal of Business Research*, 55(1), 51-67.
- Lin, B. X. ve Zhang, Y. Y. (2020). Impact of the COVID-19 pandemic on agricultural exports. *Journal of Integrative Agriculture*, 19(12), 2937-2945.
- Mutlu, M. H. ve Nakipoğlu, A. (2011). Uluslar arası pazarlama stratejilerinin ihracat performansı üzerine etkisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(38), 245-261.
- Öçal, B. (2022). COVID-19 sürecinde ihracat ve hava kargo taşımacılığı: Antalya Havalimanı üzerine bir araştırma. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 29(2), 259-280.

- Öz, F. ve Özmen, A. (2022). Uluslararası Pazarlarda Ürün Adaptasyonunun İhracat Performansı Üzerindeki İlişkisi: Kobi'lerde Bir Uygulama. *Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu Sosyal Bilimler Dergisi*, (14), 1-14.
- Pelit, İ. ve Irmak, E. (2022). COVID-19'un Türkiye'nin Dış Ticaretine Etkisi. *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, 8(1), 79-97.
- Ruzo, E., Losada, F., Navarro, A. ve Díez, J. A. (2011). Resources and international marketing strategy in export firms: Implications for export performance. *Management Research Review*, 34(5), 496-518.
- Sağlam, M. ve Pirtini, S. (2019). Uluslararası pazarlama karmaşı stratejilerinin ihracat performansı üzerindeki etkisi: Sektörler arası karşılaştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(35), 433-459.
- Stoian, M. C., Rialp, A. ve Rialp, J. (2012). International marketing strategy and export performance in Spanish SMEs: a contingency approach. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 15(2), 213-236.
- Toptaş, A. ve Taştan, S. (2020). Liderlerin kullandığı güç kaynaklarının çalışanların verimliliği üzerindeki rolünün nitel bir araştırma ile incelenmesi. *Business Economics and Management Research Journal*, 3(1), 63-80.
- Tunç, Ş. ve Yücel, N. (2020). Pazarlama kültürü, ihracat pazarlama stratejileri ve ihracat performansı arasındaki ilişkinin nitel analiz yöntemi ile incelenmesi. *Kadim Akademi SBD*, 4(2), 16-38.
- Vidya, C. T. ve Prabheesh, K. P. (2020) Implications of COVID-19 pandemic on the global trade networks, *Emerging Markets Finance and Trade*, 56(10), 2408-2421.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, U. (2021), COVID-19 pandemisinin dış ticaret üzerine etkisi: İstatistiksel bir yaklaşım. *Fiscaoeconomia*, 5(1), 280-295.
- Yücel, A. (2019). İhracat Pazarlaması Stratejileri İle Firma Performansı İlişkisi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 29(1), 205-225.
- Yücel, A. ve Kara, C. (2014). İhracat pazarlaması stratejilerinin firma performansı üzerine etkileri: Elazığ'daki ihracat firmaları üzerine bir uygulama. *Fırat Üniversitesi Harput Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 149-172 .
- Zainuddin, M. R. K., Shukor, M. S., Zulkifli, M. S. ve Abdullah, A. H. (2021). Dynamics of Malaysia's bilateral export post COVID-19: A gravity model analysis. *Journal Ekonomi Malaysia*, 55(1), 51-69.
- TÜİK (2024). <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=dis-ticaret-104&dil=1> Erişim Tarihi 28.05.2024
- Güven, F. (2022). Covid-19'un Yarattığı Zorunlu Dijital Dönüşüm ve Yeni Normalde Perakendecilik. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 12(4), 1941-1961.

Makale Türü: Araştırma Makalesi

TÜRKİYE'DE DÖVİZ KURUNUN YONGA LEVHA DIŞ TİCARETİ ÜZERİNE ETKİSİ The Effect of Exchange Rate on Particleboard Foreign Trade in Türkiye

Abdulkadir SOYGÜDER*

Yazar Bilgileri

* Doktora öğrencisi, Ticaret Bakanlığı, e-mail: abdulkadirsoyguder@hotmail.com

Anahtar Kelimeler:

Yonga Levha,
Döviz Kuru,
İhracat,
İthalat,
Üretim,
Dış Ticaret.

Author Information

* PhD student, Ministry of Trade, e-mail: abdulkadirsoyguder@hotmail.com

Keywords:

Particle Board,
Exchange Rate,
Export,
Import,
Production,
Foreign Trade.

ÖZ

Türkiye'nin dış ticaretinde orman ürünlerinin önemli bir yeri vardır. Nitekim orman ürünleri; mobilya, kâğıt, lif levha (MDF), yonga levha, yönlendirilmiş yonga levha olan OSB (Oriented Strand Board), kontrtabla, kontrplak, tomruk, kereste, ambalaj gibi katma değeri yüksek ürünleri içermektedir. Bu çalışmada; Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu'ndaki (GTİP) 4410, 4407, 4408, 440121, 440131 koduna sahip ürünlerin son zamanlarda yaşanan döviz kuru artışı karşısındaki dış ticaret verileri irdelenmektedir. Çalışmada kullanılan veriler çeyrek dönemlik olup 2019-2023 yıllarını kapsamaktadır. Yonga levha dış ticaretinin döviz kurunda yaşanan dalgalanmalar karşısında ne derece etkilendiği, korelasyon ile regresyon analizleri ile yorumlanmıştır. Çalışmanın analiz sonuçları, döviz kurundaki artışların Türkiye'nin yonga levha ihracatını pozitif yönde (%63) etkilediğini, yonga levha ithalatı üzerinde ise anlamlı bir etkisinin olmadığını ortaya koymaktadır. Bu çalışmanın diğer araştırmalardan farklı yönleri; GTİP esaslı ayrıntılı verileri sunması ve döviz kuru oynaklığı karşısında yonga levhanın dış ticaretinde yaşanan değişimi incelemesidir. Yonga levha dış ticaretinin ilerleyici potansiyelini ortaya çıkarması açısından bu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

ABSTRACT

Forest products occupy an important place in Türkiye's foreign trade. It includes high value-added items such as furniture, paper, fiberboard (MDF), particleboard, OSB, blockboard, plywood, logs, timber, packaging. In this study; foreign trade data of 4410, 4407, 4408, 440121, 440131 goods in the Harmonized System Code (HSC) will be examined. These data cover the years 2019-2023 and are quarterly. Foreign trade of particle board goods according to exchange rate was interpreted by correlation and regression analysis. As a result of the analysis, it was seen that the increases in the exchange rate in Türkiye had a positive (63%) significant relationship with Türkiye's particle board exports. However, it was concluded that the increases in the exchange rate did not have a significant relationship with particle board imports. Different aspects of this study from other researches; It is to present detailed data based on HSC and to examine the change in the foreign trade of particle board in the face of exchange rate volatility. It is thought that this study will contribute to the literature in terms of revealing the progressive potential of particle board foreign trade.

1.GİRİŞ

Yonga, odun ham maddesinden (atık dâhil) mekanik işlemler sonucu çeşitli şekillerde elde edilmiş odun parçacıklarıdır. Yonga levha ise odun ham maddesi, lignoselülozik malzemeler veya atıklarından yonga elde edilmesi sonrası çeşitli sentetik reçine ve kimyasallarla muamele edilerek sıcak preste satıh haline getirilen üründür. Odunun lif doğrultusunda kesilmesiyle elde edilen yongaların yönlendirilerek ısı, sıcak pres ve uygun yapıştırıcı ile geniş yüzeyli levhalar elde edilmesiyle de OSB üretilmektedir (Abanoz, 2023, s. 52). Yonga levhanın yüzey tabakasındaki yongalar orta tabakadakilerden daha ince olması nedeniyle yonga levha yüzeyi daha sert ve yoğun hale gelir ki levhaya düz satıh formu kazandırır (Çamlıbel ve Ayata, 2023, s. 179).

Yonga levha üretiminde genel amaç; odun esaslı malzemelerin şekillenebilirliğini ve kararlı bir malzeme elde edilerek kullanım alanlarını artırmaktır. Odun zararlılarına, çevresel etkenlere (ışık, sıcaklık, nem vb.), reaksiyon odunu oluşumuna (anormal büyüme), budak, reçine akması, çalması (şekil özelliklerinin değişmesi) gibi yapısal bozukluklarına karşı ahşap ürünün daha dirençli olmasını sağlamaktır (Göker, Akbulut ve Ayrılmış, 2002, s. 13-36). Tarihsel gelişimine bakıldığında ilk yonga levha fikrinin patentini Ernst Hubbard 1887 yılında almış ve odun artıklarının değerlendirilmesi amacıyla kan albümininden yapıştırıcı kullanarak üretmiştir. Hubbard sonrası; 1889'da Krammer, 1905'te Watson, 1918'de Beckmann, 1929'da Freudenberg diye sıralanacak birçok patent olduğu çalışmalarda rapor edilmiştir (Bozkurt ve Göker, 1990, s. 23). İlk yonga levha fabrikasının ise Almanya Bremen'de 1941 yılında kurulup üretime başladığı, Türkiye'de ise ilk 1955 yılında İstanbul Kartal ilçesinde fabrikanın kurulduğu ve "Sunta" adı altında üretime başladığı yapılan bir çalışmada rapor edilmiştir (Beram, 2021, s. 17). Ahşap ürünlerinin inşaat mimariye, iç tasarımdan yalıtım malzemesi ve mobilyaya varan çok geniş ve farklı alanda kullanımı mümkündür. Özellikle İkinci Dünya Savaşı'nın yıkıcı etkisinden dolayı şehirlerin yeniden inşasında keresteye alternatif olarak yeni teknolojik ahşap malzemelere acil ihtiyaç duyulmuştur (Akyüz, 2004, s. 125; Çabuk, 2019, s. 427). Abanoz (2023, s. 51) çalışmasında geri dönüşüm ile moloz azaltma kavramlarını ele almış ve odun ham maddesinden çeşitli yapısal malzemelerin üretilebileceğini savunmuştur. Yonga levhanın bağlayıcı malzeme olarak formaldehit esaslı yapıştırıcılar yerine magnezit, porland ve hatta odun külünün de dolgu malzemesi olarak inşaat kullanıldığı ayrıca belirtilmiştir. Sözbir ve Demirbük (2023, s. 1184) yaptıkları çalışmada çimentolu odun kompozit levhalar formaldehitlerle kıyaslandığında yangına karşı mukavemeti, yalıtımı, mantar ve böceklere karşı direnci yüksek değerleri göstermesi nedeniyle üstünlük sağladığını belirtmişlerdir. Ek olarak 1900'lü yıllarda odun ile bağlayıcı malzeme için magnezit ve portland tercih edildiği, hatta odun külünün de yapı sektöründe dolgu malzemesi olarak kullanılmasına yönelik çalışmaların olduğu ifade edilmiştir. Richter, Jervis, Huang ve Rein (2021, s. 111591) oksijenin odundaki yanmaya etkisini çalışmış ve odunun inşaat malzemesi olarak yangına dayanıklılığını artırıp çelik ve demire ikame edilebilirliğini araştırmıştır. Yonga levha üretimi aslında masif odun yerine bir ikame olması ve orman varlığının sürdürülebilirliğine katkı sağlaması açısından da önem arz etmektedir. Dünya orman varlığının sürekliliğinin sağlanması, ormanlık alanların genişlemesi için ülkeler de politikalar üretmektedirler. Ormanlık alanların kısıtlı olması ve tohumdan ağaç haline kadar uzun yıllar geçmesi organik malzeme olan odunu daha da değerli yapmaktadır. Bu yüzden orman ürünlerinin kullanımında israftan uzak durulması gereklidir. Masif odunu kullanmak yerine ikame ürün olarak lif levha, yonga levha, kontrplak, kontratabla gibi yeni bir teknolojik malzeme üreterek orman varlığına katkı sağlayabileceğine literatürde sıkça değinilmiştir. Türkiye'deki ormanlık

alanların artırılma çabası ile orman ürünlerindeki tüketim kıyaslandığında, Türkiye ithal eden ülke konumunda görünmektedir (Akkaya, Ok, Koç, Akseki ve Akkaş, 2020, s. 291).

Orman Genel Müdürlüğü (OGM), endüstriyel odun üretimi Tablo 1’de belirtilmiş olup 2019 yılında 28.662.997 m3 iken, 2023 Eylül ayına kadar 30.250.00 m3 değerlerine yükseltmiştir. Aynı zamanda endüstriyel odun üretimi 2019 yılından 2022 yılına %19 artarak 25.480.940 m3 değerlerine ulaşmıştır. Türkiye’deki yonga levha üretiminde kullanılan endüstriyel odun üretimi ise 2023 Eylül ayına kadar 19.739.951 m3 olmuştur.

Tablo 1. OGM Tarafından Üretilen Toplam Odun ve Endüstriyel Odun Üretimi

YIL	2019	2020	2021	2022	2023 Eylül'e kadar
Toplam Üretim (D.K.G.H)	28.662.997	31.699.680	36.133.585	34.159.056	30.250.000
Endüstriyel Odun	22.113.248	24.751.066	27.735.268	25.480.940	19.739.951

Kaynak: OGM, 2023. Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda endüstriyel odun üretimi için hızlı gelişen türlerde yeni plantasyonların oluşturulup arza katkı sağlanacağını ve ahşap malzemelerinin kullanımının yaygınlaştırılıp standartlar sağlanmasını ele almıştır (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019, s. 118). On İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda ise orman varlığının fazla olduğu yerlerde özel organize ahşap sanayilerinin oluşturulacağı, uzun süreli kullanıma imkân veren ürünlerin üretiminde ahşabın yaygınlaştırılacağı, sertifikalaşmaya gidileceği belirtilmiştir (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2023, s. 114). OGM On Birinci Tarım Kalkınma Faaliyet Raporu’nda; 2018 yılında Türkiye’nin orman varlığının, ülke yüz ölçümüne oranla, %28 iken 2023 yılında bu oranın %30 olması hedeflemiştir (Orman Genel Müdürlüğü, 2019). Ek bilgi olarak; 2022 yılında en fazla endüstriyel odun üretimi Antalya’da 2.566.489 m3 ve Muğla’da 2.015.035 m3 üretim gerçekleştirilerek %20’lik kısmını karşılamışlardır (OGM, 2022). Endüstriyel odun üretiminin yıllar bazında artarak devam etmesi bazı çalışmalarda Türk mobilya sektöründe rekabetçi özelliği gitgide arttığı yönünde yorumlanmıştır (Kara, Şahin, Bekar ve Kayacan, 2019, s. 18-19). Fakat bir çalışmada (Akkaya vd., 2020, s. 280) orman varlığının büyüklüğü ile orman ürünleri dış ticareti arasında ters orantılı bir ilişki bulunduğu belirtilmiştir. Hatta (Akkaya vd., 2020, s. 280) çalışmasında yer verdiği örneklerde; Rusya dünya ülkeleri nezdinde orman varlığında birinci sırada (%20,38) yer alırken, dünya ülkelerinde gerçekleşen 343.9 milyar dolarlık orman ürünleri ihracatında yedinci sırada (%3,29’unu) yer almıştır. Orman varlığı olarak ellinci sırada yer alan Almanya ise geliştirdiği orman sanayisiyle, dünya orman ürünleri ihracatında üçüncü sırada (%8,96) yer almıştır. Bir çalışmada (Akkaya vd., 2020, s. 282) Türkiye’deki orman endüstrileri ihtiyaç duydukları ham maddenin %45’ini OGM’den, %16’sını özel kişiler ile köy kooperatifi gibi kuruluşlardan karşılarken yaklaşık %39’unu ithal ettiğini belirtmişlerdir. Yine bu çalışmada OGM, üretim miktarını zaman içinde artırmasına karşın, Türkiye’deki orman endüstrisinin talebini karşılayamamakta ve bu durum da yaklaşık %49 ithal ürün kullanımına sebep olduğunu rapor etmişlerdir. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM)’nin 2014 yılındaki raporunda Türkiye 158 milyar dolarlık ihracatın, 2023 yılında 500 milyar dolara çıkarmayı hedeflediğini raporlamıştır (TİM, 2014:10). Aynı raporda Türkiye’nin dünya pazarındaki dış ticaret oranının 2014 yılında %0,81 olarak gerçekleştiği ve 2023 yılında bu oranı %1,5 olarak hedeflediği vurgulanmıştır. Türkiye’nin dünya pazarındaki dış ticaret oranı 2021 yılında (225 milyar 214 milyon dolar ihracatı sonucunda) %1,01 ve 2022 yılında %1,02 seviyesine ulaştığı belirtilmiştir (Ticaret Bakanlığı, 2022, s. 1-4; TİM, 2022, s. 44).

Bu çalışmada; Türkiye'nin 4410 GTİP bazında yonga levha dış ticareti döviz kuru ile ilişkili olarak incelenmiştir. Ayrıca bu çalışmada yonga levha üretimi için gerekli yonga (cips) ham maddesinin dış ticareti de incelenmiştir. Yonga (cips) aslında bir diğer orman ürünü olup uluslararası ticarete 4407, 4408, 440121 ve 440131 GTİP koduna sahiptir. Ticaret Bakanlığının 4 Haziran 2021 tarih ve 31501 Resmî Gazete sayılı tebliğine göre ihracı kayda bağlı mallar listesine; 4410, 4411 ve 4407 GTİP'e sahip eşyalar da eklenmiştir. Bu mevzuat düzenlemesi sonrası Türkiye'nin yonga levha dış ticaretinin seyrinde değişimin varlığı da ayrıca araştırılmıştır.

Tablo 2. Araştırma Konusu Eşyalara Ait GTİP Kodları ve Ticari Tanımları

GTİP	Eşyanın Ticari Tanımı
440121	Yakmaya mahsus ağaçlar, ince dilimler, yongalar halinde ağaç, talaş, döküntü ve artık yongalar (iğne yapraklı ağaçlardan)
440131	Yakmaya mahsus ağaçlar, ince dilimler, yongalar halinde ağaç, talaş, döküntü ve odun pelleti; kütük, briket, topak vb.
4407	Uzunlamasına testere ile biçilmiş veya yontulmuş, dilimlenmiş veya yaprak halinde açılmış, kalınlığı 6 mm'yi geçen ağaçlar
4408	Uzunlamasına testere ile biçilmiş, dilimlenmiş veya yaprak halinde açılmış, kalınlığı 6 mm'yi geçmeyen, kaplama, kontrplak için vb. lamine edilmiş ağaçlar
4410	Ağaçtan ve diğer odunsu maddelerden yonga levha, oriented strand board (OSB), vb. levhalar, ağaçtan yonga ve levha

Kaynak: Resmi Gazete, 2023, Karar s. 8040. Yazar tarafından oluşturulmuştur.

2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

2.1. Dünyada ve Türkiye'de Yonga Levha Dış Ticareti Üzerine Kaynak Özetleri

Müftüoğlu ve Kayacan, (2018, s. 41-49) çalışmasında ahşap levha (yonga levha, lif levha vb.), kâğıt, mobilya vb. orman ürünleri üreten sektörlerin rekabet gücünü konu edinmiş ve mobilya sektörünün rekabet gücünün olduğunu ifade etmiştir. Çalışmada orman ürünlerinin tüketimindeki artışın rekabeti artırdığına ve rekabetteki bu artışın ülke ekonomisine (yatırımlar getirip) katkı sağlayacağına, istihdamın genişleteceğine değinilmiştir.

Kara vd., (2019, s. 15) yaptıkları bir çalışmada; kereste üretiminde dünya sıralamasında, Türkiye %1,6'lık pay ile on üçüncü sıradayken mobilya üretiminde %1'lik paya sahip olduğu; Türkiye'deki imalat sanayisinin %2,4'lük katma değer payının orman ürünleri endüstrisinden geldiği belirtilmiştir. Ayrıca çalışmada Türkiye'nin orman ürünleri sektörünün dış ticaretteki rekabet gücünün 2008-2017 döneminde GTİP 4413 ve 4411 ürün gruplarında güçlü rekabet avantajının olduğu, GTİP 4415 ve 4410 ürün gruplarında zayıf rekabet avantajının olduğu, diğer 10 ürün grubunda ise rekabet dezavantajının olduğu rapor edilmiştir.

Dünyada yaşanan 2008 yılındaki ekonomik kriz sonrası, Türkiye'deki ihracat yapan firmalar yeni pazarları keşfetmeye odaklanmışlar ve Orta Doğu, Orta Asya ve Afrika cazip ithalatçılar olarak görülmüştür. Arap Baharı'nın yaşandığı 2010 yıllarından sonra en fazla orman ürünü levhayı ihraç eden Irak ve Fas gibi ülkelerle Türkiye'nin dış ticareti 2012-2019 yılları arasında çok hızlı düşüş yaşamıştır. Arap ülkeleriyle olan yonga levha ihracatımız 2012 yılında 36 bin ABD doları olarak gerçekleştiği, 2015 yılında toparlanmaya başladığı ve ardından 2019 yılına dek sıfırlanarak azaldığı çalışmada belirtilmiştir (Efe, 2020, s. 10-20). Yonga levha, üretim giderlerinin daha düşük olması nedeni ile lif levhaya göre avantajlı durumda olduğu başka bir çalışmada ifade edilmiştir (Akyüz, 2004, s. 125).

Türkiye’nin yonga levha üretim kapasitesinin giderek artması sevindirici olsa da özellikle ham madde konusunda dışa bağımlılığı devam etmektedir ki, bunun sebepleri arasında Türkiye’nin endüstriyel odunu sağlayacak orman varlığının yetersizliği en önemlisidir. Yonga levha ve lif levha üretimi için gerekli olan endüstriyel odunun yaklaşık %60’ını yurt içinden karşılanmaktadır. Türkiye’de mobilya sektörünün günlük 30.000 m³ yonga ve lif levha kullandığı dikkate alındığında ahşap levha üretim miktarı aslında mobilya ihtiyacını karşılar niteliktedir. Üretilen odun esaslı levhaların Türkiye’deki kullanım alanları dikkate alındığında genellikle, %75’i mobilya sektöründe kullanılmaktadır (Çabuk, 2019, s. 427). Dünya mobilya ihracatı incelendiğinde %31’lik oranla Çin’in ilk sırada olduğu; Çin’i sırasıyla Almanya %10, İtalya %7, Polonya %5, ABD %5 ve Kanada %2’lik oranlarla izlerken Türkiye mobilya ihracatında on beşinci sırada yer aldığı gözlenmiştir. Son zamanlarda Türkiye’deki mobilya sektöründe yaşanan gelişmenin ve büyümenin, yonga ve lif levha sanayisinde yapılan ciddi yatırımlarla sağlandığı; üretim ve ihracat miktarlarının bu sayede artışa geçtiği ifade edilebilir. Dünyada mobilya ithalatı; sırasıyla ABD %23, Almanya %10, Fransa %6, İngiltere %5 ve Kanada %4’lük oranlarda gerçekleştirilirken Türkiye’nin yirmi altıncı sırada yer aldığı belirtilmiştir (İmren, Kaygın ve Karayılmazlar, 2021, s. 907). İstek, Özlüsoylu ve Kızılkaya, (2017, s. 132-138) Türkiye’deki ahşap kompozit levha üreten sektörlerin; güçlü, zayıf, fırsat ve tehdit yönlerini ortaya koyan bir araştırma yapmışlardır. Çalışmada sektörün güçlü yönleri; işletme sayısının giderek artması, teknolojik gelişmelere uyum sağlamaları, işçilik maliyetlerinin AB’ye göre ucuz olması, endüstrilerin deniz yoluna yakın yerde kurulmaları, yurt dışı fuarlara katılımında etkin olması sayılmıştır. Çalışmada zayıf yönler; ham madde ithalatının %40’a varması, nitelikli ara elaman eksikliği, üniversite ile sanayiciler arasındaki iş birliğinin yetersiz olması, girdilerin maliyetli olması sayılmıştır. Aydın, Tiryaki ve Adanur, (2022, s. 187) yaptıkları çalışmada ahşap kompozit levhalarda (AKL) en yüksek üretiminin Çin tarafından yapıldığı ve dünyadaki toplam AKL üretimi 2020 yılında 9.4 milyon m³ gerçekleştiği rapor edilmiştir. Toplam AKL ihracatının ve ithalatının ise 2020 yılında sırasıyla; 2.3 milyon m³ ve 0.2 milyon m³ değerlerinde olduğu belirtilmiştir. Ek olarak Türkiye’nin yonga levha üretimi ve dış ticaretine değinilmiş, dünyada 4.37 milyon m³ ile beşinci üretici olduğu rapor edilirken ihracatının 0.8 milyon m³, ithalatının 0.01 milyon m³ olarak çok az gerçekleştirdiği vurgulanmıştır.

Türkiye’deki orman ürünleri sektörlerinde başlıca sorunun personellerin teknik eğitiminin yetersiz olması ve enerji maliyetlerinin fazla olmasıdır (Kara vd., 2019, s. 29). Ahşap kompozit levha (AKL) endüstrilerinin teknolojiyi yakından izlemesi, ürün çeşitliliğine gitmesi, pazar alanını genişletmesi, katma değeri yüksek üretim sağlaması, üretimde verimliliği devam ettirmesi, fiyat avantajı elde edeceği adımlar atması gerekirken pandemi neticesinde dünyadaki AKL üretimi/dış ticareti ciddi oranda etkilendiği bazı çalışmalarda rapor edilmiştir (Alper, 2023, s. 1397; Aydın vd., 2022, s. 192; Çabuk, 2019, s. 427). Türkiye’deki yonga levha endüstrilerinin, üretecekleri nihai ürün için ithal girdisi çok fazla olmaktadır. AKL işletmelerinin ithal girdi tercihlerinin çoğunluğu yerli girdi kalitesinin beklenenden az olması, nihai tüketicilerin ithal ürünü tercih etmesi, tedarikte kolaylık ve hızlık, çeşitliliğin az olması gibi sebeplere dayandığı için ithal girdilere daha fazla yönelmişlerdir (Akkaya vd., 2020, s. 291). Bu bağlamda Türkiye’nin yonga levha ihracatının dış ticaretteki potansiyelini artırmak ve enerji başta olmak üzere ithal girdileri azaltmak için uygun politikalar üretmesi, bilim ve sanayi iş birliğini daha çok sağlaması gereklidir (Bahtiyar ve Güdenoğlu, 2023, s. 473). Türkiye’nin bu ithal ara mal girdilerin ikamesi olabilecek, üreticilerin istediği kalite ve miktarda yerli ara mal üretimine odaklanması gerekmektedir. Bu sayede üretimi artırarak Türkiye ekonomisine katkıda önemli kalem olacağı belirgindir (Kazaz ve Uzunoğlu, 2023, s. 174).

2.2.Döviz Kurundaki Oynaklığın Dış Ticarete Etkisi Üzerine Kaynak Özetleri

Döviz kuru ülke parasının değer kazanma veya kaybetmesi ile değişmektedir. Reel efektif döviz kurunun yükselmesi ülke parasının değer kazanmasını, tersi durumda ise ülke parasının değer kaybetmesini ifade etmektedir. Ülke parasının değer kazanması; ülkede üretilen bir eşyanın fiyatı yurt dışında üretilen eşya fiyatından daha pahalı olmasına, ülkenin rekabet gücünün azalmasına neden olmaktadır. Ülke parasının değer kaybetmesi sonucu ise yukarıdaki durumun tersi sonuçlar doğurmaktadır (Kazaz ve Uzunoğlu, 2023, s. 161). Başka çalışmada, döviz kuru yurt içi alım gücünün göstergesi olarak kabul edilmiştir. Döviz kuru, ülkelerin uluslararası ticaretini etkilerken aynı zamanda ülkelerin kur politikalarını da şekillendirmektedir (Bahtiyar ve Güdenoğlu, 2023, s. 455). Türkiye döviz kurunda dönüm noktasını 1980 yılında yaşamış ve bu tarihten önce sabit kuru benimserken, 1980 sonrası çeşitli kur politikalarını hayata geçirmiştir. Türkiye serbest kur politikasını 1989 yılından 1999 yılına kadar kullanmış ve 2001 yılından sonra (günümüzde de hala yürürlükteki) ihracata dayalı büyüme stratejisi ile dalgalı döviz kuru politikasını belirlemiştir (TCMB, 2024). Türkiye’de 2021 yılına kadar yerli paranın değerini korumaya dair adımlar atılmış ama 2022 sonrası hızla ülke parası değer kaybetmiştir (Kazaz ve Uzunoğlu, 2023, s. 161). Döviz kurunda yaşanan değişimler aslında kur riskini oluşturmakta ve gelişmekte olan ülkeleri olumsuz etkilemektedir. Bu değişimlere neden olan etkenlerin en başında ülkelerin ekonomik durumları, teknolojideki ilerleyişi, sermaye hareketleri, yatırımları ve politik kararları gelmektedir. Döviz kurundaki oynaklık arttıkça ülkelerin ekonomi yönündeki politik belirsizliği yaşamasına ve yatırımcıları kaygıya sürüklemesine sebep olmaktadır. Gelişmekte olan ekonomilerde yaşanan ve çözülemeyen cari açık sorunu döviz kuru oynaklığının da sebebini oluşturabilmektedir. Kur riskini artıran bu oynaklık sonucunda ticaretle uğraşan kişilerin maliyetlerinde artışa, ticari hacimlerinde daralmaya neden olmaktadır (Çakır ve Kaya, 2023, s. 362; Horvath ve Yurttagüler, 2023, s. 440). Döviz kurunda yaşanan oynaklık ülkelerin; dış ticaret dengesini, enflasyonunu, faiz oranlarını, belirleyebilmekte; ekonomik belirsizliğini de fazlalaştırmaktadır (Bulut ve Şahin, 2023, s. 227). Kur oynaklığı sonucunda ülke parası değerinde azalmaya istinaden ithalat pahalılaşır ve bu enflasyonu artırmayı tetikleyebilir (Horvath ve Yurttagüler, 2023, s. 441). Enflasyon ise Türkiye ekonomisinde hala bir sorun oluşturmaktadır. Türkiye özelinde enflasyona neden olan etkenlerden bazıları; döviz kuru oynaklığı, ithal ara/ham madde eşya girdilerinin ve enerji maliyetlerinin yüksek olmasıdır (Avcı ve Bayır, 2023, s. 36). Kızıldere, Kabadayı ve Emsen (2013, s. 52) yaptıkları bir çalışmada; Türkiye’deki kur oynaklığının kısa dönem içinde ihracatında olumsuz, uzun dönemde olumlu etkisi olduğunu belirtirken; ithalatın etkisinin anlamsız olduğunu rapor etmiştir. Alper, (2023, s. 1391) ise; Türkiye’deki reel efektif döviz kuru ile Türkiye’nin yaptığı ithalat ve ihracat arasında herhangi bir nedensellik ilişkisi tespit edemediğini çalışmalarında belirtmişlerdir. Balıkçioğlu (2023, s. 828) çalışmasında; kısa dönemdeki anlık oynamalar yüzünden kur ile dış ticaret ilişkisinin netlikten karmaşıklığa sürüklendiğini savunmuştur. Ülkeler, ekonomilerinde yaşadıkları döviz kuru yükselmesi sonucu dış ticaretlerinde zorluk yaşarlar ve bünyelerindeki dış ticaret şirketlerinin rekabet güçlerini koruyacak önlemleri alması elzemdir. Bir ülkede döviz kurunda oynaklığın sebepleri; enflasyon, yabancı yatırımcının yetersizliği, yanlış politik kararlar, kamu ödemelerindeki dengesizlik gibi sayılabilmektedir. Döviz kuru düştüğünde ihracat değeri düşerken ithalat değeri artar ve ödemeler bilançosu fazla verebilir. Döviz kurunun artması bu durumun tersine sebebiyet verebilmektedir (Öztürk, 2020, s. 120-33). Fakat 1980-2001 yıllarındaki kur politikalarının Türkiye’nin dış ticaretine etkisini esas alan çalışmasında; kurdaki dalgalanmanın dış ticarete etkisinin az olduğu ve ilişkisinin de zayıf olduğunu savunmuştur

(Barışık ve Demircioğlu, 2006, s. 71-84). Döviz kurundaki dalgalanmalar gelişmiş ülkelerin dış ticaretlerindeki başarısına pek etki etmediğini vurgulayan çalışmalar varken, küçük ölçekli şirketlerin dış ticaret başarısını olumsuz yönde etkileyebileceği yönünde tezi savunan çalışmalar da vardır (Karadağ, 2020, s. 166-62; Orman, 2022, s. 97-30). Kurda yaşanan hareketliliğin ülke iç piyasasına nasıl bir etkide bulunduğunu araştıran bir çalışmada; ülkenin yürürlüğe koyacağı ekonomi politikalarıyla daha güvenilir parasal otorite sağlanması, katma değeri yüksek ürünlerin üretimi ile iç piyasadaki olumsuz etkinin kırılacağı rapor edilmiştir (Korkmaz ve Bayır, 2015, s. 69-85). Türkiye’deki ithalatçılar döviz kurunda yaşanan hareketlilik sonucu oluşan risklerden kaçınmamakta ve hareketliliğin etkisini fazlasıyla hissetmektedirler. İhracat yapan firmaların ise; kur belirsizliğinde oluşan risklerden uzun dönemde önlem olarak kurtulabildiklerini ve hatta ihracat hacimlerinde artışa neden olabileceğini, korunamayan ihracatçıların ise ihracat hacimlerinde azalmaya sebebiyet vereceğini savunan çalışmalar vardır (Tarı ve Yıldırım, 2009 s. 95-105). Petek, Altun ve Petek, (2020, s. 39-48) yaptıkları bir çalışmada; Türkiye’deki imalat sektörlerinin döviz kuru ile ilişkisinin negatif yönde değiştiğini, efektif reel kurunda düşüşün imalat miktarlarını artırdığını belirtmişlerdir. Çalışmada bu sorunun nedenini ise Türkiye’deki imalat sektörlerinin üretimi yapmak için gerekli ara malın yaklaşık %77’sini ithal etmek zorunda kalmasına bağlamıştır. Aynı çalışmada bu sorundan kurtulmanın reçetesini de; ithal ettikleri ara malın ikame edilebilirliğini sağlayacak politikalar yürürlüğe girmesi ve katma değeri yüksek olan eşya üretmesi olarak belirlemiştir. Ek olarak 4458 sayılı Gümrük Kanunu’nun otuzuncu maddesinde belirtildiği üzere; eşyanın gümrük kıymetine esas olacak değeri T.C Merkez Bankası döviz satış kuru üzerinden Türk Lirası’na çevrilerek hesaplanır. Yonga levha sektörünü etkileyecek bir nokta da Türkiye’de yaşanan döviz kuru yükselişidir. Döviz kuru artarsa dış açık azalır, ülkenin dış ticareti dengeye gelir ve bu da olumlu bir etki sağlayacağı anlamı taşımaktadır (Balıkçioğlu, 2023, s. 830). Döviz açığının asıl nedenleri; Türkiye’nin ithalat miktarının daima ihracat miktarından fazla olması, enerji arzını karşılayamaması, hassas ve istikrarlı döviz kuru politikaları üretememesidir (Bulut ve Şahin, 2023, s. 229).

3.MATERYAL VE YÖNTEM

Bu çalışmada; Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu (GTİP) 4410 olan yonga levha ve 4407, 4408, 440121, 440131 GTİP olarak belirtilen yonga (cips) eşyasının son zamanlarda döviz kuru artışı karşısındaki dış ticaret verileri irdelenmiştir. Yukarıda belirtilen GTİP eşyasına ait dış ticaret verileri çeyrek veriler şeklinde Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC-Trademap) üzerinden 2019-2023 yılları arasındaki çekilmiş ve düzenlenmiştir. Trademap sitesindeki erişim sağlanabilen veri aralığı yıl itibariyle son 20 yıl, çeyrek şeklinde ise son 5 yıldır. Bu yüzden çeyrek verilerde örnek sayısı 18 olarak oluşturulmuştur. Yonga levha dış ticaretinde söz sahibi olan ülkelerin verileri de Trademap üzerinden elde edilmişken, Türkiye’de yonga levha üretim miktarına ait verileri de Gıda ve Tarım Örgütü (FAOSTAT) sitesinden elde edilmiştir. Türkiye’de 2019-2023 yıllarına ait döviz kuru değişimi Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS)’den çeyrek veriler şeklinde elde edilmiş ve yonga levha eşyasının döviz kuruna göre dış ticareti, korelasyon ile regresyon analizleri ışığında yorumlanmıştır.

Korelasyon ve regresyon analizleri excel programında yapılmıştır. Sonuçlardaki çıktılarda diziler arasında (+1) veya (-1) bağıntı vardır. Pozitif bağıntı (+1), bir dizideki değerlerin artması durumunda diğer dizideki değerlerin de arttığı anlamını verir. Sıfıra yakın bir bağıntı katsayısı, ilişkinin zayıf olduğunu göstermektedir. Excel programındaki bağıntı katsayısının denklemi ise şöyledir:

$$\text{Correl}(x,y) = \frac{\sum(x-\bar{x}).(y-\bar{y})}{\sqrt{\sum(x-\bar{x})^2.(y-\bar{y})^2}} \quad (1)$$

Bu formüldeki \bar{x} ve \bar{y} örnek ortalamalarını ifade eder. Formüldeki x değişkenini (bağımsız değişken) döviz kurunu, y değişkenini (bağımlı değişken) yonga levha ithalat/ihracat değerini ifade etmektedir.

Regresyon formülü ise aşağıda ifade edilmiştir. Bu formülde “b” regresyon katsayısını (eğim), “n” örnek sayısını göstermektedir. Diğer formüldeki “a” ise regresyon sabit sayı olup doğrunun yatay ekseninin kestiği noktadır.

$$b = \frac{n \sum x.y - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \quad (2)$$

$$Y = a + bX \quad (X \text{ ile } Y \text{ arasındaki bağıntı}) \quad (3)$$

4.ARAŞTIRMA BULGULARI

Bu bölümde analiz bulguları iki aşamadan oluşmaktadır. Birinci aşamada firmaları tanımaya yönelik sorular sorulmuş, ikinci aşamada ise firmaların dış pazar stratejileri araştırılmıştır. Araştırmanın ana kütesini 76 firmadan oluşmasına rağmen araştırma için ancak 38 firmadan olumlu dönüş sağlanmıştır. Tablo 1’de ihracatçı firmalara ait demografik özellikler sunulmuştur.

Dünyada 4410 GTİP eşyası olan yonga levha eşyasını dolar bazında en çok ihracatını ve ithalatını yapan ülkeler listesi Tablo 3’de belirtilmiştir. Tablo 3’e göre en çok yonga levha ihracatı yapan ülkeler sırasıyla; Kanada, Avusturya, Almanya, Fansa şeklinde devam ederken Türkiye listede 14. sırada yer bulabilmiştir. Tablo aslında 2019-2023 yılları arasındaki verilerle çalışmada düzenlenmişken, şekil ve veri olarak çok fazla yer kapladığı için bu çalışmada 2023 yılının ilk iki çeyreğine ait verileri içeren tablo belirtilmiştir. Kanada’nın yonga levha ihracatı yıllar itibariyle incelendiğinde 2019 yılından 2023 yılına %46,40’lık bir yükselme olduğu görülmüştür. Türkiye’de ise bu oran %65,43 olarak gerçekleştiği dikkat çekmektedir. Türkiye’nin yonga levha ihracatında 13. sırada yer alan ABD’den hemen sonra gelmesi ve bazı Avrupa Birliği ülkelerinden fazla ihracat yapması dikkate değerdir. GTİP 4410 faslındaki eşyayı ithal eden ülkelerin yer aldığı tabloda Kanada’nın yonga levha ithalatında 10. sırada olduğu görülmektedir. Yonga levha eşyasını en çok ithal eden ülke ABD olurken, Türkiye 27. sırada yer almıştır. ABD 2019 yılından 2023 yılına %57,44’lük bir oranda ithalatı artarken, Türkiye’nin bu yıllar arasındaki artış oranı %83,31 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 3. Dünyada 4410 GTİP Eşyasının En Fazla İhraç ve İthal Eden Ülkeler Listesi (Bin ABD Doları)

Sıra	İhraç Eden Ülkeler	2023-Q1	2023-Q2	Sıra	İthal Eden Ülkeler	2023-Q1	2023-Q2
1	Kanada	462.898	497.073	1	ABD	476.499	529.184
2	Avusturya	274.941	236.719	2	Almanya	253.496	207.232
3	Almanya	226.349	215.770	3	Hollanda	105.810	113.270
4	Fransa	147.046	136.213	4	İtalya	119.885	111.467
5	Romanya	115.367	123.439	5	Fransa	109.887	110.618
13	ABD	68.015	67.407	10	Kanada	52.373	46.879
14	Türkiye	59.892	65.434	27	Türkiye	9.544	20.654

Kaynak: Trademap, 2023. Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 4 incelendiğinde AB üye ülkelerde en fazla yonga levha ihracatını yapan ülke Avusturya’nın olurken, Türkiye sıralamada on birinci sırada yer almıştır. Avusturya aynı zamanda yonga levha ihracatında dünya sıralamasında ikinci sırada olduğu görülmüştür. Akyüz (2004, s. 133) yaptığı 1997-2002 yılları arasındaki yonga

levha ihracat değerlerini incelemiş ve çalışmasında Türkiye’nin belirtilen tarihler arasındaki dünya geneli yonga levha ihracat miktarının, AB ülkelerindeki toplam ihracatın %0,45’i kadar gerçekleştirebildiği belirtilmiştir. Tablo 4 incelendiğinde ise bu oranın % 4,19’a yükseldiği hesaplanabilmektedir. AB’de 2023 yılının ilk iki çeyreğinde toplam gerçekleşen yonga levha ihracat değeri 3.247.853 ABD dolarıdır. Avusturya’nın AB’de toplam gerçekleşen ihracattaki payı %15,75 iken Almanya’nın %13,61 ve Fransa’nın %8,72 olduğu görülmüştür.

Tablo 4. Türkiye’nin AB Üye Ülkelerle 4410 GTİP Kodlu Yonga Levha Dış Ticareti (Bin ABD Doları)

AB’de Sıra	Dünyada Sıra	İhraç Eden Ülkeler	2023-Q1	2023-Q2
1	2	Avusturya	274.941	236.719
2	3	Almanya	226.349	215.770
3	4	Fransa	147.046	136.213
4	5	Romanya	115.367	123.439
5	7	Belçika	121.477	105.262
6	8	İtalya	97.173	99.547
7	9	Polonya	97.093	92.412
8	10	İspanya	77.674	78.891
9	11	Çekya	96.127	75.149
10	12	Letonya	70.081	69.018
11	14	Türkiye	59.892	65.434

Kaynak: Trademap, 2023. Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Türkiye’de yonga levha endüstrisinde söz sahibi bazı şirketlerin internet sitelerindeki bilgileri incelenmiştir. Bu inceleme sonucunda Kastamonu Entegre yılda 7.1 milyon m3, Yıldız Entegre günde 13.975 m3, Orma günde 2250 m3, Gentaş Bolu yılda 11 milyon m2, ASD yılda 35 milyon m2 ve Starwood günde 700 bin m2 üretim yaptığı bilgisine ulaşılmıştır. Bu tesislerde yonga levhanın yansira lif levha ve diğer ahşap esaslı teknolojik malzemeler de üretilmektedir.

Ahşap levha ürünlerinde lif levha eşyasından sonra en çok ihracatı yapılan ahşap levha ürünü yonga levha olmuştur. Türkiye’nin yonga levha üretim miktarı ise Tablo 5’de belirtilmiştir. Son beş yıla ait veriler incelendiğinde 2021 yılında 2016 yılına göre üretilen yonga (cips) miktarı %246,15 artış olduğu görülmektedir. Aynı zamanda yonga levha üretim miktarı incelendiğinde 2016 yılından 2019 yılına dek %3,64 artış gözlemlenmiş ama sonraki yıllarda %6,42 azalış olmuştur. Bu azalış pandemi ile sekteye uğrayan dış ticaret ve üretim miktarından kaynaklanabilir.

Tablo 5. Türkiye’nin Odun Yongası ve Yonga Levha Üretim Kapasitesi

ÜRÜN	YIL	DEĞER (m ³)
Odun Yongası	2016	130.000
Odun Yongası	2017	130.000
Odun Yongası	2018	130.000
Odun Yongası	2019	130.000
Odun Yongası	2020	120.000
Odun Yongası	2021	450.000
Yonga Levha	2016	4.202.000
Yonga Levha	2017	4.286.000
Yonga Levha	2018	4.355.000
Yonga Levha	2019	4.355.000
Yonga Levha	2020	4.075.000
Yonga Levha	2021	4.075.000

Kaynak: FAOSTAT, 2023. Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 6, Tablo 7, Tablo 8 ve Tablo 9’da; yonga levha üretimi için Türkiye’nin ithal ettiği ara mal olarak odun yongası, odun rendesi gibi girdilerin ithalat miktarları ve en çok ithal ettiği ülkeler verilmektedir. Tablo 6 incelendiğinde ABD, odun yongası (odun cipsi) ithalinde dünyada birinci sırada yer almıştır. Türkiye GTİP 440121

eşyasının ithalatını, 2019 birinci çeyrekteki ithalat değerine göre 2023 ikinci çeyrekte %121,12 artırmıştır. Aynı zamanda GTİP 440131 eşyasının ithalatını, 2019 birinci çeyrekteki ithalat değerine göre 2023 ikinci çeyrekte %11.547,05 ile çok büyük bir artış yaşandığı görülmüştür. GTİP 440131 eşyasını en fazla ihraç eden ülkeler Rusya ve Almanya'dır. Özellikle pandemi sonrası ihracattaki paylarında ciddi yükselmeler yaşandığı görülmektedir.

Tablo 6. Yonga Levha Üretiminde 440121 ve 440131 GTİP Eşyasının İthalat/İhracat Değerleri (bin ABD Doları)

YIL	GTİP 440121		GTİP 440131		
	Türkiye'nin Dünyadan İthal Ettiği Toplam Değer	Türkiye'ye En Çok İhraç Eden Ülke ABD	Türkiye'nin Dünyadan İthal Ettiği Toplam Değer	Türkiye'ye En Çok İhraç Eden Ülke	
				Rusya	Almanya
2019-Q1	8.298	7.502	34	0	11
2019-Q2	6.634	2.978	2	0	0
2019-Q3	114	0	26	0	0
2019-Q4	8.024	7.618	86	0	0
2020-Q1	7.291	7.094	57	0	12
2020-Q2	6.607	6.607	0	0	0
2020-Q3	0	0	13	0	13
2020-Q4	3.449	3.449	3	0	0
2021-Q1	0	0	14	0	14
2021-Q2	0	0	1	0	0
2021-Q3	8.922	5.641	13	0	11
2021-Q4	5.584	5.196	0	0	0
2022-Q1	4.884	4.527	0	0	0
2022-Q2	15.621	11.487	39	0	17
2022-Q3	13.208	9.960	2.723	2.482	0
2022-Q4	9.660	9.453	17.689	16.000	19
2023-Q1	19.555	19.555	7.416	6.945	0
2023-Q2	18.349	18.341	3.960	3.888	19

Kaynak: Trademap, 2023. Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 7'de 2015-2023 yılları arasında 4407 ve 4408 GTİP pozisyonundaki odun yongası eşyasını dünyada en fazla ihraç eden ülkeler görülmektedir. Bu tabloda 2023 yılına ait bazı ülkelerin verisi henüz işlenmediği için 2022 yılını esas alarak değerlendirme yapılmıştır. Odun yongasını en fazla dünyada ihraç eden ülke Kanada olurken, ABD beşinci sırada yer almıştır. 4407 GTİP eşyasının ihracatında Kanada dünya ihracat değerlerinin %21,12'sini, Rusya %10,7'sini gerçekleştirmiştir. 4408 GTİP eşyasının ihracatında Çin dünya ihracat değerlerinin %13,97'sini, Kanada %9,33'ünü gerçekleştirdiği görülmektedir. GTİP 4407 ile 4408 pozisyonlarındaki eşyanın arasında bir kıyaslama yapılırsa en fazla ihracat değerlerine GTİP 4407 pozisyonundaki eşya sahiptir. Bir başka dikkat çeken nokta ise Gabon'un 4408 GTİP eşyasında gelişmiş ülkelerin yanında sıralamaya girebilmesidir.

Tablo 7. Dünyada 4407 ve 4408 GTİP Eşyasının İhracat (EX) Değerleri (bin ABD Doları)

GTİP	YIL	Dünya Geneli EX Miktarı (bin ABD Doları)	Dünya Geneli En Çok İhracat Yapan Ülkeler				
			1	2	3	4	5
			Kanada	Rusya	İsveç	Almanya	ABD
GTİP	2015	32.729.921	6.937.124	3.003.903	2.922.520	1.748.456	3.104.389
4407	2016	34.550.760	7.798.286	3.193.882	2.848.178	1.875.006	3.303.765
	2017	38.240.365	8.342.182	3.989.764	3.076.930	2.148.111	3.797.745
	2018	40.894.022	8.201.017	4.502.680	3.265.705	2.519.259	3.650.197
	2019	35.690.170	6.319.306	4.506.757	3.022.976	2.320.019	2.804.237
	2020	37.040.386	7.753.054	4.211.526	3.369.518	2.572.668	2.561.484

Tablo 7. (Devamı)

GTİP	YIL	Dünya Geneli EX Miktarı (bin ABD Doları)	Dünya Geneli En Çok İhracat Yapan Ülkeler				
			1	2	3	4	5
			Çin	Kanada	ABD	Ukrayna	Gabon
	2021	56.121.089	13.446.263	6.057.579	5.346.712	4.372.349	3.428.939
	2022	51.344.080	10.845.277	5.496.800	4.829.643	4.199.283	3.393.658
	2023	veri yok	6.508.669	veri yok	3.641.265	2.888.416	2.669.421
GTİP 4408	2015	2.594.798	283.714	277.429	321.755	99.090	78.132
	2016	2.743.959	286.382	270.372	316.043	135.072	126.489
	2017	3.051.810	384.504	295.209	310.558	175.008	110.677
	2018	3.521.798	483.031	328.822	337.798	198.187	157.812
	2019	3.451.438	525.043	267.437	301.939	197.324	228.480
	2020	3.233.534	537.377	264.140	279.028	205.799	213.268
	2021	4.560.001	801.280	412.970	360.459	283.639	321.141
	2022	4.804.487	671.263	448.619	392.195	320.441	281.005
	2023	veri yok	623.814	325.685	356.515	209.781	veri yok

Kaynak: Trademap, 2023. Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Yonga levha üretiminde kullanılan 4407 ve 4408 GTİP pozisyonundaki yonga (cips) eşyasını dünyada en fazla ithal eden ülkeler Tablo 8’de belirtilmiştir ki sırasıyla ABD ve Çin’dir. Türkiye ise 4407 GTİP’te dünya sıralamasında 41. sıradayken 4408 GTİP’te 21. sırada olduğu görülmektedir. ABD dünya ithalatındaki payı 4407 GTİP’te %24,33 iken 4408 GTİP’te %11,37’dir. ABD ile Çin birlikte 4407 GTİP’teki eşyayı ithal etme yüzdesi dünyanın %38,44’ünü kapsarken Türkiye’de bu yüzde %0,32’dir. Dünyada 4408 GTİP eşyasını ABD ile Çin birlikte %19,46 ithalatını yaparken Türkiye’de bu oran %1,44’dür. Ek olarak dikkat çeken bir nokta ise Hindistan’ın ve Vietnam’ın ABD ve Çin’den sonra en fazla 4408 GTİP eşyasını ithalatını yaptığıdır.

Tablo 8. Dünyada 4407 ve 4408 GTİP Eşyasının İthalat Değerleri (bin ABD Doları)

GTİP	YIL	Dünya Geneli IM Miktarı (bin ABD Doları)	Dünya Geneli En Çok İthalat (IM) Yapan Ülkeler				
			1	2	3	4	41
			ABD	Çin	Japonya	İngiltere	Türkiye
GTİP 4407	2015	36.459.912	5.730.535	7.500.045	2.088.996	2.007.246	281.418
	2016	37.156.727	6.807.763	8.136.625	2.133.608	1.909.590	236.491
	2017	40.911.492	7.459.216	10.064.655	2.237.557	2.071.686	240.147
	2018	44.039.998	7.586.225	10.130.066	2.340.958	2.282.376	183.254
	2019	38.323.422	6.145.053	8.591.598	2.104.961	2.015.647	103.432
	2020	38.336.825	8.445.544	7.645.257	1.728.484	1.998.836	111.173
	2021	56.153.414	14.256.591	7.856.038	2.580.560	3.530.720	109.811
	2022	53.319.026	12.976.868	7.528.485	2.990.808	2.907.714	175.743
	2023	veri yok	8.012.712	6.826.538	1.393.756	2.251.452	278.873
	GTİP	YIL	Dünyanın IM Miktarı (bin ABD Doları)	Dünya Geneli En Çok İthalat (IM) Yapan Ülkeler			
1				2	3	4	21
ABD				Çin	Vietnam	Hindistan	Türkiye
GTİP 4408	2015	3.113.190	381.658	162.242	77.641	174.122	48.648
	2016	3.202.719	370.803	157.737	84.608	199.937	41.430
	2017	3.400.888	384.740	156.806	93.630	219.033	48.752
	2018	3.824.914	433.507	192.250	124.472	234.422	42.926
	2019	3.671.406	356.045	228.444	173.314	283.015	33.924
	2020	3.612.605	336.595	249.654	205.775	169.370	38.227
	2021	4.721.122	492.323	381.554	274.168	294.843	46.633
	2022	5.023.380	571.263	406.399	298.109	270.806	72.570
	2023	veri yok	432.506	345.678	veri yok	veri yok	96.882

Kaynak: Trademap, 2023. Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 9’da görüldüğü gibi Türkiye 4407 ve 4408 GTİP pozisyonundaki eşyanın en fazla ithalatını Ukrayna, Rusya ve Çin’den yaparken Belarus sıralamada üçüncü sırada yer almıştır. İhraç eden ülkelerin Türkiye’ye coğrafi olarak yakın olmasının bu duruma neden olduğu sonucuna ulaşılabilir. Dikkat çeken ülkeler ise Kamerun ve Myanmar’dır. Belarus Türkiye’ye yapılan toplam 4407 GTİP eşyasının ithalatının %10,65’ini, Kamerun ise %10,26’sını sağlarken Ukrayna ve Rusya birlikte %45,05’ini karşılamaktadır. GTİP 4408 eşyasını Türkiye Rusya’dan %44,17’sini ve Çin’den %10,65’ini ithal etmektedir.

Tablo 9. Türkiye’nin 4407 ve 4408 GTİP Eşyasına Ait İthalat Değerleri (bin ABD Doları)

YIL	Türkiye'nin İthal Miktarı (bin ABD Doları)	GTİP 4407					Türkiye'nin İthal Miktarı (bin ABD Doları)	GTİP 4408				
		Türkiye'ye En Çok İhracat Yapan Ülkeler						Türkiye'ye En Çok İhracat Yapan Ülkeler				
		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
		Ukrayna	Rusya	Belarus	Kamerun	Myanmar		Rusya	Çin	Ukrayna	ABD	İtalya
2015	281.418	108.670	46.417	280	20.200	1.678	48.648	1.312	8.887	8.842	9.573	5.066
2016	236.491	100.710	34.804	903	17.558	529	41.430	1.206	3.828	14.138	5.943	1.266
2017	240.147	113.609	28.814	2.216	14.807	964	48.752	3.994	5.635	17.653	4.436	1.196
2018	183.254	80.710	25.989	3.324	14.183	586	42.926	3.509	6.060	16.536	4.834	1.454
2019	103.432	39.213	15.153	2.121	9.748	1.842	33.924	2.431	4.850	10.645	4.949	1.775
2020	111.173	43.667	10.552	1.329	18.042	2.701	38.227	5.164	4.182	11.484	5.458	3.085
2021	109.811	32.157	14.424	703	15.552	2.709	46.633	12.542	3.452	11.674	6.026	2.426
2022	175.743	35.941	28.346	12.176	16.289	12.094	72.570	25.616	8.528	10.819	7.345	4.008
2023	278.873	88.928	36.702	29.704	28.621	18.205	96.882	42.797	10.323	8.687	8.148	5.906

Kaynak: Trademap, 2023. Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Türkiye’nin 2022 yılında toplam ihracat değeri 254 milyar 169 milyon 748 bin dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu değer 2022 yılının son çeyreğine kadar (ocak-ekim) Türkiye’nin ihracat rakamları ise 209 milyar 400 milyon dolar gerçekleşmişken 2023 yılının son çeyreğine kadar (ocak-ekim) bu değer 210 milyar 77 milyon dolara çıkmıştır. GTİP esaslı bakıldığında 44 nolu fasıl için 2022 yılında 1 milyar 801 milyon 835 bin dolar Türkiye ihracat gerçekleştirmişken 2023 Ekim ayına kadar bu değer 1 milyar 339 milyon 785 bin dolar olmuştur. Sadece GTİP 44 nolu fasıl Türkiye’nin gerçekleştirdiği ihracat değerinin %0,70’ine denk gelirken, mobilya %2,06’sına denk gelmektedir (Ticaret Bakanlığı, 2022; TİM, 2022). Yıllar içinde çeyreklik veriler olarak 2018-2023 arasındaki Dolar satış kurları Tablo 10’da verilmiştir. Türkiye’nin döviz kuru Tablo 10 incelendiğinde özellikle 2021 yılının üçüncü çeyreğinde dolar satış kuru bir öncekine göre %30,91’lik büyük bir sıçrama yapmış ve sürekli artarak devam etmiştir.

Tablo 10. Türkiye’de Döviz Kuru ve Yonga Levha Dış Ticaret Verileri

YIL	Çeyrek	EX Bin ABD Dolar	IM Bin ABD Dolar	Dış Ticaret Hacmi (Bin ABD Doları)	IM TON	EX TON	Döviz Kuru (Dolar Satış)
2019	2019 Q1	39.677	11.267	50.944	27.986	130.412	5,37
	2019 Q2	39.775	8.512	48.287	21.865	130.571	5,88
	2019 Q3	42.053	12.540	54.593	37.209	141.272	5,68
	2019 Q4	48.080	10.170	58.250	27.925	163.433	5,80
2020	2020 Q1	33.724	7.155	40.879	20.649	114.730	6,10
	2020 Q2	32.409	4.651	37.060	14.348	111.958	6,87
	2020 Q3	44.004	8.463	52.467	25.456	151.471	7,22
	2020 Q4	48.662	6.852	55.514	17.427	171.134	7,88
2021	2021 Q1	47.047	6.346	53.393	14.739	163.216	7,39
	2021 Q2	58.107	5.104	63.211	9.579	184.119	8,38
	2021 Q3	62.202	6.698	68.900	9.306	174.133	8,54
	2021 Q4	73.082	9.036	82.118	15.753	193.481	11,18

Tablo 10. (Devamı)

	2022 Q1	70.429	4.443	74.872	7.100	178.137	13,95
2022	2022 Q2	68.884	5.334	74.218	8.355	163.955	15,81
	2022 Q3	76.704	4.281	80.985	7.482	185.722	17,95
	2022 Q4	72.353	5.088	77.441	9.700	184.831	18,63
	2023 Q1	59.892	9.544	69.436	19.308	145.389	18,89
2023	2023 Q2	65.434	20.654	86.088	44.654	157.434	20,69

Kaynak: EVDS, 2023. Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bu çalışmada Türkiye’de dolar satış kurunda yaşanan dalgalanmalarla yonga levha dış ticareti (ithalat/ihracat) arasındaki ilişkiyi belirlemek için korelasyon analizi yapılmış ve Tablo 11 bu ilişki gösterilmiştir. Tablo 11 incelendiğinde yonga levha ihracat (EX) değeri, dolar satış kuruyla pozitif yönde anlamlı bir ilişki içerisindedir diyebiliriz. Çünkü Tablo 11’deki veriler mutlak ilişki düzeyi olan “1” değerine yakındır. Fakat yonga levha ithalatı ile döviz kurundaki ilişki ihracat kadar mükemmel değildir. Bu ilişki grafik ile gösterilmek istenirse korelasyon çizgisine ihracat verileri daha yakın dağılım sergileyecekken ithalatta bu dağılım daha yeknesak kalacaktır. Tablo 11’de yonga levha ihracat ile döviz kuru arasındaki korelasyon sayısı ‘1’ değerine çok yakındır ve bu da ilişkisini pozitif yönde daha güçlü olduğunu ifade etmektedir. Türkiye’de döviz kurunda yaşanan yükselişin, Türkiye’nin yonga levha ihracatına olumlu katkı sağladığı yorumu yapılabilir. Tablo 11 incelendiğinde döviz kuru oynaklığı ile yonga levha ihracatı arasındaki nedensellik değişim oranı %63 olduğu R kare değerinden anlaşılmaktadır. Tablo 11’deki ihracat regresyon analiz sonuçları incelendiğinde; $p < 0,05$ (0,000070147) olduğu için; döviz kurundaki değişim %63 oranında ihracat değerlerinde pozitif yönde bir etki yaptığı sonucu çıkarılabilir. Yani her iki değişken de olumlu yönde artarak ilişkilerine devam etmişlerdir. 4410 ihracatı döviz kuru ile P-değerine ve F anlamlık değerlerine bakıldığında ise %95 güvenirlikte seyreden bir etkinin olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 11. Döviz Kuru İle Yonga Levha İthalat ve İhracat Arasındaki İstatistiksel Veriler

Regresyon İstatistik Verileri	Bin ABD Dolar (İM: ithalat/EX: ihracat)	
	4410 EX	4410 İM
Korelasyon (Çoklu R)	0,798844035	0,121495307
Ayarlı R kare	0,615536279	-0,046816321
R Kare	0,638151792	0,01476111
P-Değeri	0,00000634199	0,004476894
Regresyon Anlamlılık (F) (%95 güven aralığında)	0,000070147	0,631055975

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

5.SONUÇ VE ÖNERİLER

Son Türkiye gelişmekte olan bir ülke olup orman ürünleri üretiminde ham madde, mamül, yarı mamül için dışa bağımlılığı devam etmektedir. Öncelikli olarak Türkiye’nin orman ürünleri üretiminde orman varlığını artırıcı politikalarının daha da artırarak devam ettirmesi, teknoloji ile birlikte araştırma geliştirme çalışmalarına daha çok yatırımda bulunması gerekmektedir. Nitekim sektörün hızlı ilerleyişine Türkiye’nin orman varlığının artış hızı ayak uyduramamaktadır. Bu duruma Türkiye’nin endüstriyel orman arazilerinin yeterince olmaması neden olabilir. Yonga levha aslında orman ürünleri içinde teknolojik bir mühendislik ürünüdür. Yonga levha üretimi için farklı kimyasallar ve üretim teknikleri üzerine son zamanlarda araştırmaların artarak devam ettiği görülmektedir. Çünkü masif odundan imal edilen eşyalara göre yonga levhanın birçok avantajı vardır ve bilimsel araştırmalar ile bu çeşitlendirilmeye devam edilmektedir. Dış ticarete küreselleşme olgusu ülkelerin uluslararası ticaretteki rekabetini de artırmaktadır. Orman ürünleri dış ticaretinin dünyada yaşanan bu rekabetteki varlığı göz ardı edilmeyecek derecededir. Tablo 3

incelendiğinde orman ürünü olan yonga levhanın dış ticareti için yonga levhanın en fazla ihracatını yapan ülke Kanada iken, en fazla ithalatını yapan ülke ABD'dir. Yonga levha üretiminde esas girdi olan bir orman ürünü de yonga (cips)'tir. Yonga dış ticaretinde en fazla ihracat yapan ülke Kanada ve Rusya iken en fazla ithalat yapan ülke ABD ve Çin'dir. ABD hem yonga levhayı hem de yonga eşyasını dünyada en fazla ithal eden durumda olması dikkate değerdir. Bu durumun sebepleri; ABD'nin yonga levhadan daha fazla katma değeri yüksek eşyalar üretmesi, tüketicilerin talepleri, teknoloji ve sanayi olanaklarının bu taleplere cevap verebilmesi, katma değere sahip yonga levhadan mamul bu ürünlerin ihracatında başarılı olması sayılabilir. Türkiye ise 4410 GTİP eşyası olan yonga levhanın ithalatında dünya sıralamasında yirmi yedinci sırada, ihracatta ise on dördüncü sırada yer alması gelişmekte olan bir ülke için başarılı sayılabilir. Türkiye 2019 yılına nazaran 2023 yılına gelindiğinde %54,28'lik bir artış ile yonga levha ihracatını gerçekleştirmiştir. Yonga levha ithalatında ise 2019 yılına nazaran 2023 yılında %23,14'lük artış sağlanmıştır. Türkiye'nin yonga levha ihracatının ithalatından yüzdesel olarak fazla olması yonga levha endüstrisi özelinde üretken bir konuma geçtiği yorumu yapılabilir. Türkiye yonga levha dış ticaretini komşusu olduğu AB ülkeleriyle de devam ettirmiştir. Nitekim Türkiye gelişmiş ülke konumundaki birçok ülkeden (Norveç, Hollanda, İsveç, Finlandiya vb.) daha fazla yonga levha ihracatını yaparak AB'deki ülkeler sıralamasında on birinci olmuştur.

Yonga (cips) dış ticaretinde gelişmiş ülkelerin dünyada en fazla ithalat yapmasının sebepleri; ülkelerinde tesislerin fazla olması, teknolojik imkânlarını geliştirmeleri, ürün çeşitliliği ile ihracattaki paylarını artırmaları sayılabilir. Türkiye yonga ithalatında ise gelişmiş ülkelerin gerisinde olmasına karşın, üretiminin her geçen yıl daha da artırması ve üretim kapasitesinin sanayileşme ile fazlalaştırması ile gelişmekte olan ülkelerin ithalat miktarına yaklaşacağı öngörüsünde bulunulabilir. Çünkü yonga eşyasını ithal eden ülkeler içinde Türkiye kırk birinci sırada olup Azerbaycan, Slovakya, İrlanda gibi ülkelere daha fazla ithal etmiştir. Türkiye yonga (cips) eşyasını en fazla ithal ettiği ülkeler olan Rusya ve Ukrayna'ya komşu olması da önem arz etmektedir.

Türkiye'nin 2019 yılında ithal ettiği yonga levha 114.479 ton olup 2023 yılında bu değer 111.679 tondur. Bu yıllardan daha geriye gidildiğinde 2014 yılında gerçekleşen ithalat değerinin 171.219 ton olduğu görülmektedir. 2020-2022 yılları arasında özellikle pandeminin etkisi ile Türkiye ithal edebileceğinden daha az tonda yonga levha ithal etmiştir. Yonga levha ihracatını Türkiye; 2014 yılında 311.066 ton, 2019 yılında 561.076 ton ve 2023 yılında 654.035 ton gerçekleştirmiştir. Yonga levha ithalatının ihracata oranı yüzdesel hesaplandığında 2019 yılının ilk çeyreğinde %28.4 ve 2022 yılının ilk çeyreğinde %7.14 olurken 2023 yılının ilk çeyreğinde %16'dır. Özellikle 2022 yılında yonga levha bu yüzdenin daha düşük olmasının sebepleri araştırılması gereken bir konudur. Ayrıca son zamanlarda Ukrayna-Rusya savaşının Türkiye'nin uluslararası ticaretine (orman ürünleri dış ticareti özelinde) ne tür bir etki yaptığı başlıca araştırma konusunu oluşturabilir.

Döviz kuru Türkiye'de son zamanlarda çok hızlı yükselmeler yaşamıştır. Özellikle 2021 yılının üçüncü çeyreğinden sonra dolar kurunda büyük ve ani yükselmeler görülmüştür. Bu denli ani hareketliliğin yonga levhanın dış ticaretine olan etkisi bu çalışmanın ana merak konusudur. Elde edilen veriler ışığında; döviz kurunda artış yonga levha dış ticaretinde ihracat ile ilişkisinde pozitif anlamlı bir nedensellik, ithalat ile pozitif yönde ama çok az anlamlılıkta bir nedensellik sergilediği sonucuna varılmıştır. Yonga levhanın ihracatına döviz kurunda yaşanan artışların veya ani yükselmelerin etkisi dolar bazında olumsuz anlamda olmamakla beraber ithal ettiği yonga levha miktarını (ton) azaltmıştır. Özellikle 2021 ve 2022 yıllarında Türkiye'nin yonga levhayı ithal ve ihraç miktarlarında

(ton) diğer yıllara nazaran ciddi bir düşüş sergilediği fakat 2023 yılının ilk çeyreğinden itibaren ithalatında (ton) %99,07’lik ani bir yükselme ile devam ettiği söylenebilir. Ticaret Bakanlığı tarafından 04/06/2021 tarih ve 31501 sayılı Resmî Gazetede yayımlanan düzenlemede 4410 GTİP nolu eşyasını ihracı kayda bağlı eşyalar listesine almıştır. Bu düzenleme ile yonga levha eşyasının ihracatında bir yavaşlatma isteğine gidilmiştir. Bu tarz yavaşlatmanın iç piyasada yonga levha eşyasının fiyatının artmasından kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Araştırmacıların bu konuda bir çalışma yapması ve ihracı kayda bağlanmasının yonga levha dış ticaretine nasıl bir etki yapacağı tartışması önerilmektedir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

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

Çıkar Çatışması

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

Etik Kurul Onayı

Bu araştırma Etik Kurul Onayı gerektirmemektedir.

KAYNAKÇA

- Abanoz, F. B. (2023). Ahşap atıkların mimaride kullanım potansiyelinin incelenmesi. Biçen, A. (Ed), Duvar Yayınları, Mimarlık, Planlama ve Tasarımda Güncel Yaklaşımlar, 16(4), 47-65.
- Akkaya, M., Ok, K., Koç, M., Akseki, İ. ve Akkaş, M.E. (2020). Türkiye’de ithal odun ham maddesinin sektörel kullanımı. *Turkish Journal of Forestry*, 21(3), 279-293.
- Akyüz, İ. (2004). Avrupa Birliğine giriş sürecinde Türkiye ile Avrupa Birliği üye ülkelerin yonga levha dış ticareti. *Kafkas Üniversitesi Artvin Orman Fakültesi Dergisi*, 3(4), 124-134.
- Alper, A. E. (2023). Türkiye’de döviz kuru ve dış ticaret ilişkisi: fourier bootstrap toda yamamoto nedensellik testi bulguları. *Fiscaoeconomia*, 7(2), 1391-1401.
- ASD Laminat. (2023). <https://www.asdlaminat.com/tr/company/about/>, adresinden alınmıştır.
- Avcı, M. ve Bayır, M. (2023). Türkiye ekonomisinde döviz kuru geçişkenliği: ithal girdi maliyetleri kanalının etkinliğine ilişkin ampirik bir analiz. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(27), 18-40.
- Aydın, A. , Tiryaki, S. ve Adanur, H. (2022). Küreselleşme sürecinde odun esaslı levha üretim ve dış ticaret durumunun analizi. *Ormancılık Araştırma Dergisi*, 186-192.
- Bahtiyar, B. ve Güdenoğlu, E. (2023). Türkiye’de döviz kuru ve dış ticaret ilişkisi: Zamana göre değişen nedensellik testlerinden bulgular. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13 (2), 455-481.
- Balıkçıoğlu, N. (2023). Şangay ülkelerinde dış ticaret açığı ve döviz kuru ilişkisi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 10(4), 815-832.
- Barışık, S. ve Demircioğlu, E. (2006). Türkiye’de döviz kuru rejimi, konvertibilete, ihracat-ithalat ilişkisi 1980-2001. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 2(3), 71-84.
- Beram, A. (2021). Düşük derişimli NaOH çözeltileri ile modifiye edilmiş kızılçam (*Pinus brutia* Ten.) yonga ve liflerinin levha üretimindeki performansı. (Doktora Tezi). Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Isparta.
- Bozkurt, A.Y. ve Göker, Y. (1990). Yonga Levha Endüstrisi. İstanbul Üniversitesi Basımevi ve Film Merkezi, İstanbul.
- Bulut, E. ve Şahin, G. (2023). Cumhuriyet’ten günümüze döviz kuru politikaları. *Fiscaoeconomia*, 7 (Özel Sayı), 210-238.
- Cumhurbaşkanlığı Mevzuat Bilgi Sistemi 4458 Sayılı Gümrük Kanunu. (1999). <https://www.mevzuat.gov.tr/aramasonuc> adresinden alınmıştır.
- Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2019). On Birinci Kalkınma Planı. TBBM Karar No: 1225. s: 91 (191). https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/07/On_Birinci_Kalkinma_Plani-2019-2023.pdf adresinden alınmıştır.
- Çabuk, Y. (2019). Türkiye ahşap levha endüstrisi ihracat tahmini ve en uygun tahmin yönteminin belirlenmesi. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 21(2), 426-431.
- Çakır, M. ve Kaya, A.E. (2023). Türkiye’de döviz kuru geçişkenliği zamanla değişiyor mu? *İstanbul İktisat Dergisi*, 73(1), 359-383.
- Çakır, Ö. ve Özkul, G. (2023). Türkiye’de döviz kuru oynaklığı ile borsa endeks oynaklığı arasındaki etkileşim. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 14(100. Yıl Özel Sayısı), 232-253.
- Çamlıbel, O. ve Ayata, Ü. (2023). Yonga levhanın mekanik, fiziksel ve formaldehit emisyon özellikleri üzerine sıcak pres hızının etkisi. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 24(2), 179-186.
- Efe F.T. (2020). Arap Baharı’nın Türkiye’de odun esaslı levhaların dış ticaretine etkileri. *Mobilya ve Ahşap Malzeme Araştırmaları Dergisi*, 3 (1), 10-21.

- Food and Agriculture Organization Of The United Nations. (2023). <https://www.fao.org/faostat/en/#data/FO> adresinden alınmıştır.
- Gentaş Laminat Bolu. (2023). <https://www.gentas.com.tr/hakkimizda/gentas-hakkinda/> adresinden alınmıştır.
- Genya Orman Ürünleri. (2023). <https://genya.com.tr/kurumsal/> adresinden alınmıştır.
- Göker, Y., Akbulut, T. ve Ayrılmış, N. (2002). Türkiye’de üretilen mdf levhaların teknolojik özellikleri. İstanbul Üniversitesi, Orman Fakültesi Dergisi, 54(1), 13-36.
- International Trade Centre TradeMap. (2023). https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c44%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1 adresinden alınmıştır.
- İmren, E., Kaygın, B. ve Karayılmazlar, S. (2021). Türkiye mobilya sektörü dış ticaret verilerinin yapay sinir ağları ile değerlendirilmesi. Bartın Orman Fakültesi Dergisi, 23(3), 906-916.
- İstek, A., Özlüsoyulu, İ. ve Kızılkaya, A. (2017). Türkiye ahşap esaslı levha sektör analizi. Bartın Orman Fakültesi Dergisi, 19(1), 132-138.
- Kastamonu Entegre. (2023). https://www.kastamonuentegre.com/tr_tr/hakkimizda/kurumsal, Kurumsal Film adresinden alınmıştır.
- Kazaz, A. A. ve Uzunoğlu, S. (2023). Türkiye’de imalat sanayi, reel döviz kuru ve dış ticaret ilişkisi. Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 45(2), 160-179.
- Kızıldere, C., Kabadayı, B. ve Emsen, Ö. (2013). Dış ticaretin döviz kuru değişmelerine duyarlılığı: Seçilmiş gelişmekte olan ülkeler üzerine bir inceleme. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 27(3), 41-54.
- Korkmaz, S. ve Bayır, M. (2015), Döviz Kuru Dalgalanmalarının Yurtiçi Fiyatlara Etkisi. Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8 (4), 69-85.
- Horvath, K. S. ve Yurttagüler, I.M. (2023). Türkiye’de döviz kuru oynaklığının modellenmesi: Ampirik bir araştırma. İktisat Politikası Araştırmaları Dergisi, 10(2), 435-455,
- Müftüoğlu, G.İ. ve Kayacan, B. (2019). Türkiye’deki ormana dayalı sektörlerin dış ticaret rekabet gücü analizi. Turkish Journal of Forestry, 20(1), 41-49.
- Kara, O., Şahin, Ö., Bekar, İ. ve Kayacan, B. (2019). Endüstriyel ağaç ve ahşap ürünleri sektörünün uluslararası rekabet gücü analizi: Türkiye örneği. Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 15(1), 15-32.
- Orma Orman Ürünleri. (2023). <https://www.orma.com.tr/hakkimizda/#uretimtesisi> adresinden alınmıştır.
- Orman Genel Müdürlüğü. (2018). OGM üretim, satış ve sok faaliyetleri. <https://www.ogm.gov.tr/tr/e-kutuphane/kitaplik/uretim-satis-ve-stok-faaliyetleri> adresinden alınmıştır.
- Orman Genel Müdürlüğü. (2019). OGM üretim, satış ve sok faaliyetleri. <https://www.ogm.gov.tr/tr/e-kutuphane/kitaplik/uretim-satis-ve-stok-faaliyetleri>, adresinden alınmıştır.
- Orman Genel Müdürlüğü. (2020). OGM üretim, satış ve sok faaliyetleri. <https://www.ogm.gov.tr/tr/e-kutuphane/kitaplik/uretim-satis-ve-stok-faaliyetleri>, adresinden alınmıştır.
- Orman Genel Müdürlüğü. (2020). OGM üretim, satış ve sok faaliyetleri. <https://www.ogm.gov.tr/tr/e-kutuphane/kitaplik/uretim-satis-ve-stok-faaliyetleri>, adresinden alınmıştır.
- Orman Genel Müdürlüğü. (2023). OGM üretim, satış ve sok faaliyetleri. <https://www.ogm.gov.tr/tr/e-kutuphane/kitaplik/uretim-satis-ve-stok-faaliyetleri>, adresinden alınmıştır.
- Öztürk, M. (2020). Uluslararası ticaret yapan şirketlerin döviz kuru riski yönetimi: Mbilya sektörü üzerine bir uygulama. (Yüksek Lisans Tezi, Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi). Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Pelit Arslan Kontraplak. (2023). <https://www.turanlargroup.com/tr/sirketler/pelit-arslan-kontraplak-fab-a-s/62> adresinden alınmıştır.
- Petek, A., Altun, C. ve Petek, F. F. (2020). Türkiye’de reel efektif döviz kuru ve imalat sanayi üretiminin karşılaştırmalı analizi (2008-2020 dönemi). Nazilli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1(1), 39-48.

- Resmi Gazete. (2020). Gümrük yönetmeliğinde değişiklik yapılmasına dair yönetmelik. Ankara, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/09/20200930-1.htm> adresinden alınmıştır.
- Resmi Gazete. (2023). İstatistik pozisyonlarına bölünmüş türk gümrük tarife cetveli (Karar Sayısı: 8040). Ankara, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2023/12/20231230M1-1.pdf> adresinden alınmıştır.
- Richter, F., Jervis, F. X., Huang, X. ve Rein, G. (2021). Effect of oxygen on the burning rate of wood. *Combustion and Flame*, 234, 111591.
- SFC Kastamonu. (2023). <http://www.sfc.com.tr/kurumsal.asp> adresinden alınmıştır.
- Sözbir, G. D. ve Demirbük, M. (2023). Aktif karbon katkılı çimentolu yonga levhanın bazı teknolojik özelliklerinin belirlenmesi. *Düzce Üniversitesi Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 11(3), 1184-1193.
- Starwood Orman Ürünleri. (2023). <https://www.starwood.com.tr/hakkimizda/> adresinden alınmıştır.
- Teverpan Orman Ürünleri. (2023). <http://www.teverpan.com.tr/tr/hakkimizda> adresinden alınmıştır.
- Ticaret Bakanlığı Dış Ticaret Veri Bülteni. (2023). https://ticaret.gov.tr/data/6548910913b876b1c00eade1/Ayl%C4%B1k%20D%C4%B1%20C5%9F%20Ticaret%20Veri%20B%C3%BClteni_Ekim.pdf adresinden alınmıştır.
- Ticaret Bakanlığı. (2023). <https://ticaret.gov.tr/haberler/ticaret-bakani-bolat-turkiyenin-dunya-ihracatindan-aldigi-paydaki-artistin-surdugunu-bildirdi#:~:text=Bu%20oran%2C%20T%C3%BCrkiye'nin%20ihracat%C4%B1n%C4%B1n,y%C3%BCzde%201%2002%20olarak%20belirlendi> adresinden alınmıştır.
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası. (2023). Döviz kurları. <https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket> adresinden alınmıştır.
- Türkiye İhracatçılar Meclisi. (2014). Ekonomi ve dış ticaret raporu. https://www.tim.org.tr/files/downloads/raporlar/tim_ekonomi_ve_dis_ticaret_raporu_2014.pdf adresinden alınmıştır.
- Türkiye İhracatçılar Meclisi. (2022). İhracat 2022 raporu. https://tim.org.tr/files/downloads/Strateji_Raporlari/TIM%20I%CC%87hracat%20Raporu%202022.pdf adresinden alınmıştır.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2023). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Dis-Ticaret-Endeksleri-Eylul-2023-49646> adresinden alınmıştır.
- Yıldız Entegre. (2023). <https://www.yildzentegre.com/hakkimizda/bize-dair> adresinden alınmıştır.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2024) . On İkinci Kalkınma Planı (2024-2028). https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2023/12/On-Ikinci-Kalkinma-Plani_2024-2028_11122023.pdf adresinden alınmıştır.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2019). On Birinci Kalkınma Planı (2024-2028). https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/07/On_Birinci_Kalkinma-Plani-2019-2023.pdf adresinden alınmıştır.
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası. (2024). Döviz Kuru Politikası. <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Temel+Faaliyetler/Doviz+Efektif/#:~:text=T%C3%BCrkiye%3B%202001%20ekonomik%20krizinin%20ard%C4%B1ndan,ve%20talep%20ko%C5%9Fullar%C4%B1%20taraf%C4%B1ndan%20belirlenmektedir.> adresinden alınmıştır.
- Microsoft Destek. (2024). <https://support.microsoft.com/tr-tr/office/korelasyon-i%C5%9Flevi-995dcef7-0c0a-4bed-a3fb-239d7b68ca92> adresinden alınmıştır.
- Tarı, R. ve Yıldırım, D. Ç. (2009). Döviz kuru belirsizliğinin ihracata etkisi: Türkiye için bir uygulama. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 16(2), 95-105.
- Tavşancıl, E. (2024). Temel İstatistik Regresyon I. Ankara Üniversitesi Açık Ders Malzemeleri. https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/169660/mod_resource/content/0/9_REGRESYON.pdf adresinden alınmıştır.

Makale Türü: Araştırma Makalesi

COVID-19 ÖNCESİ VE SONRASI DÖNEMDE TÜRKİYE'DEKİ KATILIM BANKALARININ CAMELS YÖNTEMİ İLE FİNANSAL PERFORMANSLARININ ANALİZİ

Analysis of Financial Performance of Participation Banks in Türkiye Before and After Covid-19 with CAMELS Method

Nisa ALPARSLAN*^{ID}

Bahar ÖZBEK**^{ID}

Yazar Bilgileri

* *Yüksek Lisans Öğrencisi, Tarsus Üniversitesi, Finans ve Bankacılık Anabilim Dalı, e-mail:*

nisaalparslan@hotmail.com

** *Doktora Öğrencisi, Tarsus Üniversitesi, Finans ve Bankacılık Anabilim Dalı, e-mail:*

baharogul@yahoo.com

Anahtar Kelimeler:

CAMELS Analizi,

Covid-19 Pandemisi,

Finansal Performans,

Katılım Bankaları,

Türkiye.

ÖZ

Tüm dünyayı kısa sürede etkileyen Covid-19 pandemisi, ilk olarak 2019 yılında ortaya çıkmış ve Türkiye'de 2020 yılında etkisini göstermeye başlamıştır. Pandemi sürecinde bankacılık sektöründe özellikle finansal performans açısından değişimler gözlenmiştir. Türkiye'de son dönemde bankacılık sektöründe payı artan katılım bankaları, yatırımcılara kar ve zarar ortaklığıyla çeşitli finansman hizmetleri sunmaktadır. Bu çalışmada; Türkiye'de faaliyette bulunan katılım bankalarının finansal performansları Covid-19 öncesi ve sonrası dönemde CAMELS yöntemi ile karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. CAMELS analizinde kullanılan oranlar literatür araştırması doğrultusunda belirlenmiş ve bankaların konsolide olmayan finansal tabloları ile bağımsız denetim raporlarından faydalanılmıştır. Analiz sonucunda Covid-19 öncesi dönemde en yüksek performansı Vakıf Katılım Bankası, en düşük performansı Albaraka Türk Katılım Bankası'nın gerçekleştirdiği tespit edilmiştir. Covid-19 dönemi kapsamında değerlendirilen 2020 yılında en yüksek performansa Ziraat Katılım Bankası'nın sahip olduğu sonucu elde edilmiştir. İlgili yılda en düşük performansı Albaraka Türk Katılım Bankası gerçekleştirmiştir. Son olarak Covid-19 sonrası yıllara ait sonuçlar incelendiğinde ise en yüksek performans Kuveyt Türk Katılım Bankası tarafından gerçekleştirilmiştir. 2021, 2022 ve 2023 yıllarında en düşük performansı ise sırasıyla; Albaraka Türk Katılım Bankası, Türkiye Finans Katılım Bankası ve Ziraat Katılım Bankası göstermiştir.

Author Information

* *Master's Student, Tarsus University, Department of Finance and Banking, e-mail:*

nisaalparslan@hotmail.com

** *PhD Student, Tarsus University, Department of Finance and Banking, e-mail:*

baharogul@yahoo.com

Keywords:

CAMELS Analysis,

Covid-19 Pandemic,

Financial Performance,

Participation Banks,

Türkiye.

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic, which affected the whole world in a short time, first emerged in 2019 and started to show its effect in 2020 in Türkiye. During the pandemic, changes were observed in the banking sector, especially in terms of financial performance. Participation banks, whose share in the banking sector has recently increased in Türkiye, offer various financing services to investors through profit and loss sharing. In this study, the financial performances of participation banks operating in Türkiye were analyzed comparatively with the CAMELS method in the pre and post Covid-19 period. The ratios used in the CAMELS analysis were determined in line with the literature research and the unconsolidated financial statements and independent audit reports of the banks were utilized. As a result of the analysis, it was determined that Vakıf Participation Bank achieved the highest performance and Albaraka Türk Participation Bank achieved the lowest performance in the pre-Covid-19 period. It was concluded that Ziraat Participation Bank had the highest performance in 2020, which was evaluated within the scope of the Covid-19 period. Albaraka Türk Participation Bank had the lowest performance in the relevant year. Finally, when the results for the years after Covid-19 are analyzed, the highest performance was achieved by Kuveyt Türk Participation Bank. Albaraka Türk Participation Bank, Türkiye Finans Participation Bank and Ziraat Participation Bank showed the lowest performance in 2021, 2022 and 2023, respectively.

1.GİRİŞ

Covid-19 hastalığı ilk olarak Çin'in Wuhan kentinde 2019 yılının Aralık ayında ortaya çıkmış ve tüm dünyaya yayılmaya başlamıştır. Ölüm sayıları ve vakalardaki artışlardan dolayı 11 Mart 2020'de Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından pandemi olarak ilan edilmiştir. Türkiye'de ise virüsün etkileri 2020'nin Mart ayında ortaya çıkmaya başlamış ve etkisi gittikçe derinleşmiştir. Gerek virüsün etkileri gerek virüsün yayılmasını engellemek için alınan önlemler uluslararası çapta birçok sektörü olumsuz etkilemiştir. Küresel finans piyasaları da bu süreçten etkilenmiş ve bankacılık sektörünün finansal performansı değişime uğramıştır (WHO, 2024; Nakiboğlu ve Işık, 2020; 765-789).

Finansal piyasalar, fon ihtiyacı ve fon fazlası olan ekonomik aktörleri bir araya getiren bir piyasadır. Bu piyasalar; riskin dağıtılması, işlem maliyetlerinin düşürülmesi, likiditenin sağlanması ve finansal bilgi aktarımı gibi amaçlara hizmet etmektedir. Özellikle küreselleşme döneminde sermaye hareketliliğinin gerçekleşmesinden dolayı finansal piyasaların önemi gittikçe artmaktadır. Bu piyasaların en önemli kurumlarından biri ise bankalardır (Majumder ve Rahman, 2017: 236).

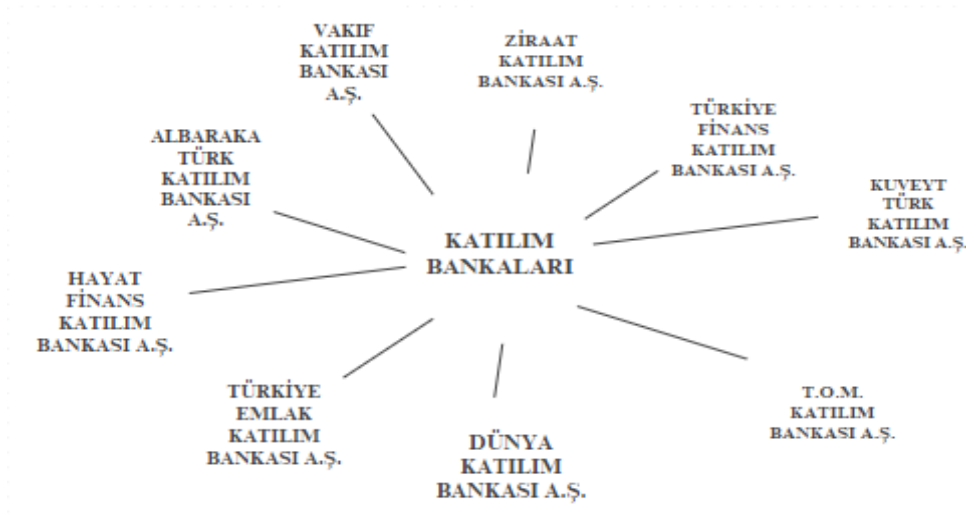
Bankalar, ekonomiye yön veren finansal kurumlardan biridir. Para, sermaye ve kredi konularına giren her türlü işlemleri yapan ve düzenleyen; kamusal ya da özel kişilerle işletmelerin söz konusu alandaki her türlü ihtiyaçlarını karşılama faaliyetlerini yerine getiren birimlerdir. Bankalar ekonomik faaliyetlerin devamı için gereken para döngüsünü sağlayarak ekonomi politikasının uygulanmasına yol açarlar. Tasarruf, yatırım ve üretim kanallarını etkileyerek finansal istikrar ve ekonomik büyüme üzerinde çeşitli etkiler meydana getirirler (Türkiye Bankalar Birliği (TBB), 2024). Bankacılık sektörü ülkenin büyümesinde ve ekonominin refahında önemli bir rol oynamaktadır. Zayıf bir bankacılık sektörü yalnızca ekonominin uzun vadede sürdürülebilirliğini tehlikeye atmakla kalmayıp aynı zamanda ekonomik krize de neden olabilecek bir finansal krizin de tetikleyicisi olabilmektedir. Hatta pek çok çalışma, finans sektörünün bir ülkenin sosyoekonomik gelişimi için hayati önem taşıdığını ileri sürmektedir (Sayed ve Sayed, 2013: 31).

Bankacılık sistemi geçmişten günümüze kadar değişime uğrayarak farklı türlerde kendini göstermiştir. Türkiye'de bankalar sermaye yapılarına göre; kamu, özel ve yabancı sermayeli bankalar şeklinde sınıflandırılmaktadır. Faaliyet alanlarına göre; mevduat (ticaret) bankaları, katılım bankaları ile kalkınma ve yatırım bankaları olarak sınıflandırılmaktadır. Mevduat bankaları; kendi nam ve hesabına mevduat kabul eden ve kredi kullandırmak esas olmak üzere faaliyet gösteren bankalardır. Kalkınma ve yatırım bankaları ile katılım bankaları ise mevduat kabul etmezler. Kalkınma ve yatırım bankaları; mevduat ya da katılım fonu kabul etme dışında; kredi kullandırmak esas olmak üzere faaliyet gösteren bankalardır. Kalkınma ve yatırım bankaları gelişmekte olan ülkelerde yatırımları teşvik amacı ile kurulurken; yatırım bankaları ise güçlü sermaye piyasalarına sahip gelişmiş ülkelerde faaliyet gösteren bankalardır. Katılım bankaları; özel cari ve katılma hesapları yolu ile fon toplamak ve kredi kullandırmak esas olmak üzere çeşitli faaliyetler göstermektedir (Bankalar Sektör Araştırma Raporu, 2020: 9-11).

Katılım bankaları; yatırım yapmak isteyenlere kar ve zarar ortaklığı ile çeşitli finansman hizmetleri sunmaktadır. Söz konusu bankalar reel ekonomiyi finanse etmek için farklı kaynaklar oluşturmaktadır. Katılım bankaları; müşterilerden topladığı fonları katılma hesapları ya da cari hesaplarda değerlendirmektedir. Ayrıca toplanan bu fonları faizsiz finansman ürünlerinde kullanarak fonları reel ekonomiye kazandırmaktadır. Yapılan

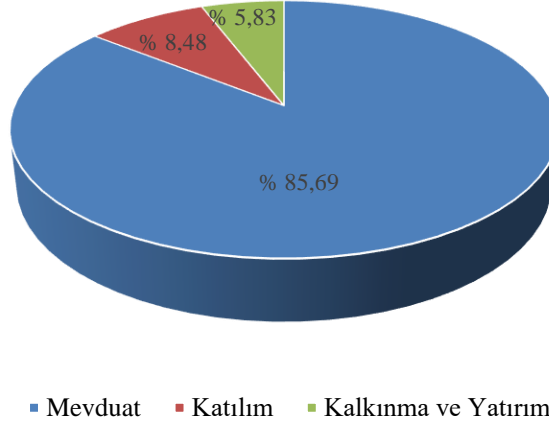
finansal işlemler sonucunda kar ya da zarar katılım hesaplarına dağıtılmaktadır. Diğer bir deyişle bu banka türleri geleneksel bankalarda bulunan faizli ürünlerin yerine faizsiz ürünler kullanarak müşterilere çeşitli yöntemlerle hizmet sağlayabilmektedir. Katılım bankalarının prensibi faizsiz işlemlere dayanmaktadır. Bu bankalarda faiz yasaktır. Bunun yerine kar ya da zarar ortaklığı sistemi kullanılarak fon toplama işlemi yapılabilmektedir (TBB, 2024; Yıldız, 2023: 37).

Faiz ile çalışmayı reddeden katılım bankalarının geçmişi, dünyada 1960’lı yıllara kadar uzanmaktadır. Mısır’da ilk islami banka olan Nasser Social Bank 1971’de kurulmuştur. Türkiye’de ise islami bankacılık 1980’li yıllarda gündeme gelmiş ve ilk islami banka 1984 yılında kurulmuştur. Türkiye’de katılım bankaları ilk olarak “Özel Finans Kurumu” olarak adlandırılmıştır. 1984 yılında ilk özel finans kurumu olan Albaraka Türk; 1989 yılında Kuveyt Türk ve 2005’te Türkiye Finans Katılım Bankası kurulmuştur. Özel Finans Kurumları 2005’te 5411 Sayılı yeni Bankacılık Kanunu’yla Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu (BDDK) bünyesine alınmış ve adı “Katılım Bankaları” olarak değiştirilmiştir Kanunla birlikte söz konusu bankalar konvansiyonel bankalarla tamamen aynı nitelik ve önceliklere sahip olmuştur (Eyceyurt Batır, 2019: 194; Beyter, 2024: 4). Gerek dünyada gerek ülkemizde katılım bankalarının popülerliği artmaktadır (Yurttadur ve Demirbaş, 2017: 91). Türkiye’de faaliyet gösteren katılım bankaları Şekil 1’de verilmektedir.



Şekil 1. Türkiye’deki mevcut katılım bankaları
Kaynak: BDDK (2024)’ten yararlanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Şekil 1’de verilen katılım bankaları 9 tanedir. Bunların içerisinde yer alan Hayat Finans Katılım Bankası A.Ş. ve T.O.M. Katılım Bankası A.Ş. dijital bankadır. Bankaların 2024 yılı sektör içindeki payı Şekil 2’de verilmiştir.



Şekil 2. Bankaların 2024 yılı sektör içindeki payı (%)

Kaynak: Türkiye Katılım Bankaları Birliği, 2024 verileri ile yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Şekil 2'ye göre bankalarının 2024 yılındaki payları; mevduat bankalarının %85.69, katılım bankalarının %8.48, kalkınma ve yatırım bankalarının payı ise %5.83'tür. 2014 yılında sektördeki payı %5.31 olan katılım bankalarının 2024 verilerine göre payı %8.48 olarak gerçekleşmiştir. Bu süreçte sektördeki payının arttığı görülmektedir. Katılım bankalarının 2024'te 1473 şubesi, 2437 ATM ve 20.341 çalışanı bulunmaktadır (Türkiye Katılım Bankaları Birliği, 2024).

Bu çalışmada, katılım bankalarının Covid-19 öncesi ve sonrasını içeren 2017-2023 dönemine ait performansları, CAMELS analizi ile mukayeseli olarak değerlendirilmektedir. Çalışmanın öne çıkan özelliği, güncel veri setleri aracılığıyla yapılan performans değerlendirmesidir. Diğer yandan, faizsiz bankacılığın dünya genelinde artan popülaritesine paralel olarak, Türkiye'deki katılım bankalarını içeren çalışmaların da giderek önem kazandığı vurgulanmaktadır. Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. İkinci bölümde CAMELS analizi ile ilgili yapılmış olan bazı çalışmaların yanı sıra Covid-19 pandemisinin bankalar üzerindeki etkisine yönelik bazı çalışmalara yer verilecektir. Üçüncü bölümde ise katılım bankalarının CAMELS analizi ile performans değerlendirilmesi yapılarak sonuç bölümü ile çalışma sonlandırılacaktır.

2.LİTERATÜR TARAMASI

2.1.Banka Performanslarının CAMELS Analizi ile İncelendiği Çalışmalar

Doğan (2013)'te 2005-2011 yıllarında Türkiye'de faaliyet gösteren katılım bankaları ile mevduat bankalarının performanslarını t-testi kullanarak karşılaştırmıştır. Çalışmada kârlılık, likidite, risk, borç ödeme gücü ve sermaye yeterliliği gibi finansal oranlar değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda mevduat bankalarının katılım bankalarına göre likidite, borç ödeme gücü ve sermaye yeterliliği oranlarının daha yüksek, risk oranlarının ise daha düşük olduğu fakat kârlılık açısından bir fark olmadığı tespit edilmiştir.

Rozzani ve Abdul Rahman (2013) çalışmasında, Malezya'da faaliyet gösteren 19 geleneksel ve 16 katılım bankasını CAMELS yöntemi ile analiz etmiştir. Çalışma dönemi olarak 2008 ile 2011 yılları alınmıştır. Çalışmanın sonucunda hem geleneksel hem de katılım bankalarının birbirlerine benzer performanslar gösterdiği tespit edilmiştir.

Gümüş ve Nalbantoğlu (2016) çalışmasında, 2002 ile 2013 yılları arasında Türkiye'de yer alan kamu, yabancı, yerli özel ve katılım bankalarını farklı gruplara ayırarak CAMELS yöntemi ile karşılaştırmalı olarak analiz etmiştir. Yapılan analiz sonucunda, en yüksek notu yerli özel sermayeli bankaların aldığı; katılım bankalarının ise sermaye yapılarının diğer banka gruplarına göre zayıf kalması ve faizsiz enstrümanlar kullanmakla yükümlü olmaları nedeniyle aktif yapısında fon işlemlerinin fazlalığının olumsuz etkilendiği saptanmıştır.

Eyceyurt Batır (2019) çalışmasında, 2015 yılında kamu katılım bankalarının da bankacılık sektöründe yer almasıyla birlikte 2015 ile 2017 yılları arasında yer alan özel ve kamu katılım bankalarını CAMELS yöntemi ile karşılaştırmalı olarak analiz etmiştir. Çalışma sonucunda kamu katılım bankalarının performanslarının daha iyi olduğu tespit edilmiştir.

Akyüz vd. (2020) çalışmasının amacı Türkiye'deki katılım bankalarının 2013-2017 yılları arasındaki performanslarını CAMELS analizi yöntemi ile karşılaştırmalı olarak değerlendirmektir. Yapılan analizler sonucunda, 2015 yılından itibaren katılım bankalarının CAMELS puanlarında genel bir düşüş eğilimi gösterdiği tespit edilmiştir.

Eren vd. (2021) çalışmasında, katılım bankalarının performansını ölçmeyi ve sıralamayı amaçlamıştır. Analiz için CAMELS oranlarını kullanarak çok kriterli karar verme yöntemlerinden MULTIMOORA ve MAUT yöntemlerini kullanmıştır. 2018 yılında seçilen beş adet katılım bankası için MULTIMOORA yöntemi uygulanmış ve ilk sırada Vakıf Katılım Bankası yer almıştır. 2019 yılında ise seçilen altı adet katılım bankası için MAUT yöntemi uygulanmış ve ilk sırada Kuveyt Türk Katılım Bankası'nın yer aldığını tespit etmiştir.

Dilber ve Hatipoğlu (2022) çalışmasında, Türkiye'de yer alan katılım bankalarının CAMELS göstergeleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmada iki farklı eş bütünleşme testi kullanılmıştır. Sonuç olarak CAMELS gösterge oranları ve ekonomik büyüme arasında eş bütünleşme olduğu ayrıca yönetim etkinliği ve piyasa risklerine duyarlılık gibi faktörlerin ekonomik büyümeyi olumlu etkilediği tespit edilmiştir.

Yazıcıoğlu ve Uygurtürk (2023) çalışmasında, Türkiye'deki katılım ve mevduat bankalarının 2017 ile 2021 yılları arasında performanslarını CAMELS yöntemi ile analiz etmeyi amaçlamıştır. Çalışmada mevduat bankaları sırasıyla; kamu sermayeli, özel sermayeli ve yabancı sermayeli olarak farklı gruplara ayrılmıştır. Katılım bankaları ise kamu ve özel şeklinde bir grup halinde yer almıştır. Çalışmanın sonucunda kamu sermayeli bankalar arasında en yüksek performansı Ziraat Bankası; özel sermayeli bankalar arasında en yüksek performansı ise İş Bankası'nın gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca çalışma bulgularına göre yabancı sermayeli mevduat bankaları arasında en yüksek performans Garanti BBVA'nın ve katılım bankaları açısından en yüksek performans ise Vakıf Katılım Bankası'nın olduğu görülmüştür.

Yıldız (2023) çalışmasında, katılım bankalarının 2015 ile 2021 yılları arasındaki finansal performansını ölçmeyi amaçlanmıştır. Performans ölçüm aracı olarak CAMELS analizi kullanılmıştır. Analiz sonucunda katılım bankalarının performansında hem olumlu hem de olumsuz yönde değişimler yaşandığı sonucuna varılmıştır.

Beyter ve Ersoy (2024) çalışmasında Türkiye'de yer alan 10 mevduat bankası ve 6 katılım bankasının 2010 ile 2022 yılları arasında finansal performansını ölçmeyi amaçlamıştır. Analiz yöntemi olarak ise EKK (En Küçük Kareler) yöntemi ve CAMELS analizi kullanılarak sonuçların kıyaslanması ve bankaların performansını ölçmede hangisinin daha doğru sonuçlar verdiği saptanmaya çalışılmıştır. Yapılan analizlerde hem mevduat hem de katılım

bankaları için ayrı ayrı EKK modelleri kurulmuş ve CAMELS analiziyle mevduat bankalarının katılım bankalarına kıyasla daha olumlu finansal performans gösterdiği ortaya koyulmuştur. Sonuç olarak bankaların finansal performansını ölçmede CAMELS analizinin yeterli olduğu tespit edilmiştir.

2.2.COVID-19 Pandemisinin Bankaların Performansına Etkisinin İncelendiği Çalışmalar

Afkar ve Fauziyah (2021), pandemi süreci olan 2019-2020 döneminin Endonezya'daki İslami bankaların kârlılık düzeylerine etkisini zaman serisi yöntemleriyle incelemiştir. Elde edilen bulgular İslami bankaların pandemi döneminde kârlılıklarında önemli azalmaların olduğu yönündedir.

Beybur (2021)'de pandemi sürecinin Türkiye'de faaliyet gösteren kamu ve yerli mevduat bankaları, yabancı mevduat bankaları ile katılım bankalarının kârlılık düzeyleri incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar kamu bankalarının diğer banka türlerine kıyasla faiz giderleri ve faiz dışı diğer giderlerinin yükseliş gösterdiği; aktif kârlılık oranları, net kâr düzeyleri, özkaynak kârlılık oranları ve net faiz marjlarının azaldığı yönündedir.

Fakhri ve Darmawan (2021), Covid-19 sürecinin Endonezya'daki İslami ve geleneksel bankaların finansal performansları üzerindeki etkilerini Yapay Sinir Ağı metodu ile analiz etmişlerdir. Çalışma sonucunda İslami bankaların aktif kârlılık oranlarının geleneksel bankalara göre salgından daha çok etkilendiği gözlemlenmiştir. Ayrıca analiz kapsamındaki İslami bankaların Covid-19 pandemisi gibi dış koşullara karşı daha savunmasız olduğu tespiti yapılmıştır.

Gençtürk vd. (2021)'de pandemi döneminde Türkiye'deki beş katılım bankasının genel performansı MARCOS yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmada katılım bankalarının pandemi öncesindeki genel performanslarının değerlendirilmesinde önemli önceliğe sahip olan kriterin tasfiye olunacak alacaklar; pandemi döneminde ise performansının değerlendirmesinde önemli bir önceliğe sahip olan kriterin net kar ve tasfiye olunacak alacaklar olduğu bulgusu elde edilmiştir. Ayrıca gerek pandemi öncesi gerek pandemi döneminde Vakıf Katılım Bankası'nın en iyi performansı gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Lasak (2021)'de pandemi sürecinin Euro bölgesindeki ticari bankaların kârlılık düzeyine etkisi literatür taraması ve mevcut çalışmalardan elde edilen meta-sentez ile incelenmiştir. Pandemiye dolaylı Euro bölgesindeki bankaların özkaynak kârlılıklarının 2020 yılında sıfırın altına düştüğü bulgusuna ulaşılmıştır.

Yurttadur (2021), Türkiye'deki katılım bankalarının pandemi öncesi olarak 2019 yılını pandemi sonrası olarak 2020 yılına ait dönemi için kar-zarar tablolarını karşılaştırarak incelemiştir. Çalışma sonucunda Covid-19 salgınının katılım bankalarının kârlılıklarını olumsuz yönde etkilemediği; pandeminin başlangıcından sonraki dönemde kârlılıklarının arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Baloğlu (2022)'de Türkiye'deki 27 mevduat bankasının pandeminin ortaya çıktığı dönemdeki başarı sıralamalarının nasıl değiştiği incelenmiştir. Çalışma bulguları pandemiden ilk yılda bir önceki bir yıllık döneme göre yabancı sermayeli bankaların risk-getiri yapılarının daha fazla olumsuz yönde etkilendiği yönündedir.

Diker ve Onay (2022)'de Türkiye'deki katılım bankalarının altı tanesinin Covid-19 pandemi sürecindeki finansal performanslarını analiz etmek için TOPSİS yönteminden yararlanılmıştır. 2019 ve 2020 yıllarının ele alındığı dönemde Türkiye'de faaliyet gösteren katılım bankalarının 2020'de pandeminin olumsuz etkilerinden son derece sınırlı düzeyde etkilendiği; 2019'da gerçekleşen başarı sıralamasının Ziraat, Vakıf, Kuveyt Türk, Türkiye

Finans, Emlak ve Albaraka Türk şeklinde gerçekleştiği tespit edilmiştir. 2020'de sıralamanın Kuveyt Türk, Ziraat, Vakıf, Emlak, Türkiye Finans ve Albaraka Türk katılım bankaları şeklinde gerçekleştiği sonucuna ulaşılmıştır.

Gürçay ve Dağdır (2022)'de pandemi öncesi dönem ile pandeminin devam etmiş olduğu 2020-2021 döneminde 5 katılım ve 5 mevduat bankalarının salgından etkilenme düzeyleri oran analizi ve t-testiyle incelenmiştir. Bulgular pandemi sürecinde aktif kalitesi açısından katılım bankalarının daha verimli olduğu; karlılık, risk ve borç ödeme gücü, likidite ve sermaye yeterliliği açısından ise anlamlı bir farklılık olmadığı yönündedir.

Işık (2023)'de Türkiye'deki katılım bankalarının Çok Kriterli Karar Verme yöntemleri ile pandemi öncesi ve sırasındaki performansı karşılaştırılarak pandemiden etkilenip etkilenmediği incelenmiştir. Çalışma sonucunda katılım bankacılığı sektörünün Covid-19 pandemi krizine karşı dayanıklı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Shabri ve Hosen (2023) çalışmasında, Endonezya'da faaliyet gösteren PT BCA Syariah katılım bankasının 2017 ile 2021 yılları arasındaki finansal sağlık düzeyini birden farklı yöntemle ölçmeyi amaçlamıştır. Analizde kullanılan yöntemler CAMELS yöntemi, Altman Z-skor modeli ve RGEC model kullanılmıştır. Analiz sonucunda PT BCA Syariah, Covid-19 pandemisi sırasında etkili finansal yönetim ve risk azaltma stratejileri ile güçlü bir sağlık düzeyi sergilediğini saptamıştır.

3.ARAŞTIRMANIN METODU

3.1.Yöntem

Bankacılık sektörünün ekonomide önemli bir aktör olmasından ötürü bankaların performansı ön plana çıkmaktadır. Literatürde bankacılık performansının ölçülmesinde çeşitli analizler yer almaktadır. Bunlardan biri de CAMELS analizidir. CAMELS yöntemi, ulusal ve uluslararası finansal kuruluşların finansal performansının ölçülmesinde sıklıkla kullanılan bir analizdir. Pek çok ülkede bankaların risk durumunun belirlenmesinde denetim otoriteleri tarafından kullanılmasının yanı sıra derecelendirme kuruluşlarının bankaları derecelendirmelerinde de faydalanılan bir yöntemdir. Model ilk olarak Kasım 1979'da Federal Finansal Kurum İnceleme Konseyi tarafından daha sonra Ekim 1987'de Ulusal Kredi Birliği İdaresi tarafından benimsenmiştir. İlk olarak Amerika Birleşik Devletleri'nde oluşturularak uygulamaya konulmuş bir yöntemdir. Söz konusu modeldeki derecelendirmeler finansal tabloların oran analizine dayalı olarak beş grupta sınıflandırılmıştır. CAMEL kısaltması şu şekildedir (Rastogi ve Singh, 2017: 481; Zagherd ve Barghi, 2017: 2):

- C- (Capital adequacy), sermaye yeterliliğini ifade etmektedir. Bankaların her türlü riskin niteliği ve derecesiyle orantılı olarak sermaye tutma kapasitesini ve banka yöneticisinin bu riskleri tanımlama, izleme, ölçme ve kontrol etme kabiliyetini göstermektedir.

- A- (Asset quality), aktif kalitesini ifade etmektedir. Kredilerin bileşimi ve kalitesi, bilanço dışı faaliyetleri, yatırım ve avansları sebebiyle bankada geçerli olan kredi riskinin büyüklüğünü ortaya koymaktadır.

- M- (Management quality), yönetim kalitesini ifade etmektedir. Herhangi bir finansal kurum ya da şirketin büyümesi büyük ölçüde genel yönetiminin sağlığına bağlı olmaktadır. Yönetim kurullarının ve üst düzey yöneticilerin bankacılık kurumları ile ilgili riskleri inceleme, ölçme ve kontrol etme kabiliyetini göstermektedir.

- E- (Earning ability), kazancı ifade etmektedir. Bu gösterge sadece kazançlardaki eğilimin miktarını göstermekle kalmayıp aynı zamanda gelecekte beklenen kazanç artışının sağlığını da analiz etmektedir.

• L- (Liquidity,) likiditeyi ifade etmektedir. Likidite, finansal varlıkların en hızlı şekilde nakde çevrilebilme kabiliyeti ya da vadesi geldiğinde tüm finansal yükümlülüklerini ödeyebilecek fonların mevcudiyetini göstermektedir. Likidite, fon yönetim uygulamalarının gücü de dahil olmak üzere bankanın mevcut ve gelecekteki likidite kaynaklarının yeterliliğini dikkate almaktadır.

CAMEL, finansal kuruluşların değerlendirilmesini beş kritik boyut temelinde öngörürken “S- (sensitivity) duyarlılık” 1997 yılında altıncı boyut olarak eklenmiş ve kısaltması CAMELS olarak değiştirilmiştir. Bu gösterge ekonomide yer alan döviz kurları, faiz oranları, emtia fiyatları ve hisse senedi fiyatlarındaki değişimlerin bankaların kazançlarını ve sermayelerini ne ölçüde etkileyebileceğini ortaya koymaktadır. CAMELS bileşenleri finansal kurumların finansal performansını, faaliyet sağlamlığını ve mevzuata uygunluğunu yansıtmak için kullanılmaktadır (Ferrouhi, 2014: 622; Saeed vd., 2020; 252-253).

3.2. Veri Seti

Bu çalışmada Türkiye’de faaliyette bulunan katılım bankalarının Covid-19 öncesi ve sonrasını kapsayan 2017-2023 dönemindeki finansal performansları CAMELS yöntemi ile analiz edilerek pandemi öncesi ve sonrası etkiler karşılaştırılmaktadır. Çalışmanın kısıtı ele alındığı yıllar itibariyle bazı katılım bankalarının söz konusu yıllarda faaliyette bulunmamasından ötürü verilerinin mevcut olmamasıdır. Çalışma kapsamına alınan katılım bankaları Tablo 1’de verilmektedir.

Tablo 1. Türkiye’de Faaliyette Bulunan ve Analiz Kapsamına Alınan Katılım Bankaları

Banka Adı
Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş.
Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş.
Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş.
Vakıf Katılım Bankası A.Ş.
Ziraat Katılım Bankası A.Ş.

Literatürde finansal performans analizlerinde sıklıkla kullanılan CAMELS yöntemi bileşenlerine uygun oranlardan faydalanılmaktadır. Söz konusu oranlara ait veriler Türkiye Katılım Bankaları Birliği’nin (TKBB) resmi internet siteleri ve katılım bankalarının faaliyet raporları ile bağımsız denetim raporlarından elde edilmiştir (TKBB, 2024). Çalışmada CAMELS yöntemini oluşturan finansal oranların içeriği ve ağırlıkları literatür araştırması doğrultusunda belirlenmiş ve Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Analize Konu Olan Finansal Oranlar ve Ağırlıkları

CAMELS Bileşeni ve Oran Adı	Oranların Kısa Adları	Bileşenin Ağırlık Değeri	Ağırlık Değeri	İlişki Yönü
Sermaye Yeterliliği (C)		0,20		
Sermaye Yeterliliği Rasyosu	SYO1		0,25	+
Öz kaynaklar / Toplam Aktifler	SYO2		0,25	+
Ödenmiş Sermaye / Öz kaynaklar	SYO3		0,25	-
Net Dönem Kârı (Zararı) / Toplam Aktifler	SYO4		0,25	+
Aktif Kalitesi (A)		0,20		
Toplam Krediler ve Alacaklar / Toplam Aktifler	AKO1		0,25	+
Takipteki Krediler (Brüt) / Toplam Krediler ve Alacaklar	AKO2		0,25	-
Duran Aktifler / Toplam Aktifler	AKO3		0,25	-
Finansal Varlıklar (Net) / Toplam Aktifler	AKO4		0,25	-

Tablo 2. (Devamı)

Yönetim Kalitesi (M)		0,15		
Takipteki Krediler (Brüt) / Toplam Krediler ve Alacaklar	YKO1	0,35	-	
Şube Başına Net Kâr (Milyon TL)	YKO2	0,35	+	
Personeli Giderleri / Diğer Faaliyet Giderleri	YKO3	0,30	-	
Kârlılık (E)		0,15		
Net Dönem Kârı (Zararı) / Toplam Aktifler	KO1	0,35	+	
Net Dönem Kârı (Zararı) / Özkaynaklar	KO2	0,35	+	
Vergi Öncesi Kâr / Toplam Aktifler	KO3	0,30	+	
Likidite (L)		0,15		
Likit Aktifler / Toplam Aktifler	LO1	0,35	+	
Likit Aktifler / Kısa Vadeli Yükümlülükle	LO2	0,35	+	
TP Likit Aktifler / Toplam Aktifler	LO3	0,30	+	
Piyasa Riskine Duyarlılık (S)		0,15		
YP Aktifler / YP Pasifler	PRDO1	0,40	-	
Net Kâr Payı Gelirleri / Toplam Aktifler	PRDO2	0,40	+	
Finansal Varlıklar (Net) / Toplam Aktifler	PRDO3	0,20	-	

Kaynak: Literatür araştırması yapılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

4.ARAŞTIRMA BULGULARI

Analiz kapsamına alınan katılım bankalarının analiz dönemindeki yıllara ilişkin referans değerleri Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3. Katılım Bankalarının Referans Değerleri

CAMELS Bileşeni ve Oran Adı	Referans Değerleri						
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Sermaye Yeterliliği (C)							
SYO1	16,02	15,06	16,60	16,93	17,62	18,56	20,36
SYO2	8,69	8,31	7,67	5,63	5,40	7,13	7,12
SYO3	67,70	59,54	48,65	135,81	43,93	28,90	28,74
SYO4	0,99	3,09	0,88	0,89	1,20	2,16	2,30
Aktif Kalitesi(A)							
AKO1	69,45	66,30	64,07	60,28	56,78	61,67	61,86
AKO2	3,44	3,75	4,86	3,81	3,45	1,64	1,01
AKO3	3,35	2,11	2,18	1,62	1,14	1,42	1,69
AKO4	7,36	26,87	27,35	36,01	40,91	35,98	35,31
Yönetim Kalitesi (M)							
YKO1	3,44	3,75	4,86	3,81	3,45	1,64	1,02
YKO2	1810,59	2329,89	2550,19	3655,02	4635,50	20089,22	31485,72
YKO3	47,99	89,16	106,16	95,35	97,72	96,36	96,74
Kârlılık (E)							
KO1	0,99	3,09	0,88	0,89	1,20	2,16	2,30
KO2	11,45	13,25	11,73	26,21	13,51	30,15	31,69
KO3	1,23	1,39	1,17	1,13	0,98	3,03	2,96
Likidite (L)							
LO1	25,09	22,51	22,95	20,87	29,78	24,26	27,72
LO2	50,14	35,30	33,15	28,90	40,49	38,92	40,94
LO3	7,11	2,95	2,42	1,29	2,70	3,59	8,33
Piyasa Riskine Duyarlılık (S)							
PRDO1	84,72	87,92	102,94	91,41	99,49	104,39	96,23
PRDO2	3,20	3,35	2,93	3,24	2,07	4,62	3,40
PRDO3	7,36	26,87	27,35	36,01	40,91	35,98	35,31

Tablo 3'te yer alan CAMELS yöntemi işlem aşamaları, referans değerleri belirlendikten sonra 2017-2023 dönemi için yıl bazında uygulanmıştır. CAMELS bileşenlerine ilişkin puanlar ile ilgili yıllara ait CAMELS bileşen değerleri tespit edilmiş ve sonuçlar Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4. Katılım Bankalarının CAMELS Bileşen Değerleri

Bankalar	CAMELS Bileşeni	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş.	C	-0,13	-2,28	-2,38	0,03	-3,82	-5,28	-1,74
	A	-5,14	-8,85	-6,26	-2,67	-4,86	-2,50	-4,69
	M	-4,93	-8,60	-8,85	-6,70	-9,53	-4,12	-5,29
	E	-4,25	-11,54	-12,88	-9,69	-12,37	-7,46	-4,04
	L	-0,01	7,24	14,10	7,81	5,03	8,91	5,34
	S	-3,96	-2,46	-2,96	-1,25	-1,23	-0,88	0,62
	Bileşik CAMELS Puanı		-18,41	-26,50	-19,22	-12,47	-26,78	-11,32
Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş.	C	1,11	-3,23	0,09	4,01	9,11	8,32	8,24
	A	-0,36	0,08	2,80	-2,73	-1,17	-0,97	0,61
	M	-3,13	-0,43	1,18	-0,78	2,43	2,62	4,07
	E	3,44	-1,78	3,85	-1,20	15,13	9,37	10,91
	L	-0,66	-1,50	0,92	-2,58	1,53	1,26	0,57
	S	1,44	1,06	1,72	2,29	2,15	1,30	3,05
	Bileşik CAMELS Puanı		1,84	-5,78	10,56	-0,99	29,18	21,89
Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş.	C	1,79	-2,46	-0,23	3,85	0,19	0,23	5,14
	A	-9,74	-5,37	-6,94	-3,46	-4,10	-6,75	-5,02
	M	-4,64	-4,87	-5,92	-3,67	-3,17	-6,35	-3,49
	E	-1,38	-5,40	-3,68	-3,35	-0,14	-1,72	0,28
	L	-1,07	-3,32	-1,85	0,82	-1,20	-2,51	-1,35
	S	1,10	1,04	1,08	-0,40	-0,21	0,05	-0,62
	Bileşik CAMELS Puanı		-13,93	-20,39	-17,54	-6,21	-8,63	-17,06
Vakıf Katılım Bankası A.Ş.	C	-1,51	11,99	-0,56	8,05	-1,30	-1,30	-2,15
	A	8,13	2,65	1,95	2,46	5,05	4,25	2,62
	M	9,69	5,71	3,35	5,20	8,09	5,11	3,73
	E	1,00	19,46	4,44	1,49	1,45	0,76	0,38
	L	6,71	4,33	-4,37	-2,35	-3,65	-4,86	-0,89
	S	-1,44	-2,17	-3,06	-0,87	-0,04	0,23	-0,20
	Bileşik CAMELS Puanı		22,58	41,97	1,75	13,98	9,59	4,19
Ziraat Katılım Bankası A.Ş.	C	-1,27	-4,02	3,08	-15,94	-4,18	-1,97	-9,48
	A	7,11	11,49	8,46	6,40	5,09	5,98	6,48
	M	3,01	8,20	10,24	5,94	2,18	2,73	0,98
	E	1,19	-0,74	8,27	12,75	-4,07	-0,94	-7,53
	L	-4,97	-6,74	-8,81	-3,69	-1,71	-2,80	-3,67
	S	2,86	2,52	3,22	0,24	-0,67	-0,70	-2,87
	Bileşik CAMELS Puanı		7,92	10,70	24,46	5,70	-3,36	2,30

WHO, Covid-19'un Dünya genelinde etkili olan bir halk sağlığı acil durumuna ve küresel salgına yol açtığını 11 Mart 2020'de ilan etmiştir (WHO, 2020). Bu doğrultuda Tablo 4'te sunulan katılım bankalarının Covid-19 öncesi yıllarında bileşik CAMELS puanları incelendiğinde 2017'de en yüksek bileşik CAMELS puanı 22,58 ile Vakıf Katılım Bankası olmuştur. En düşük bileşik CAMELS puanı ise -18,41 puan ile Albaraka Katılım Bankası olmuştur.

2018 yılında en yüksek bileşik CAMELS puanı 41,97 puan ile Vakıf Katılım Bankası olmuştur. 2018 yılında en düşük bileşik CAMELS puanı ise -26,50 puan ile Albaraka Türk Katılım Bankası'na aittir. 2019 yılında en yüksek bileşik CAMELS puanı 24,46 ile Ziraat Katılım Bankası ve en düşük bileşik CAMELS puanlı banka ise -19,22 puan ile Albaraka Türk Katılım Bankası olmuştur.

Çalışmada Covid-19 ve sonrası yıllar incelendiğinde; 2020 yılında en yüksek bileşik CAMELS puanı 13,98 ile Vakıf Katılım Bankası ve en düşük bileşik CAMELS puanlı banka ise -12,47 puan ile Albaraka Türk Katılım Bankası olmuştur. 2021 yılında en yüksek bileşik CAMELS puanı 29,18 ile Kuveyt Türk Katılım Bankası ve en düşük bileşik CAMELS puanlı banka ise -26,78 puan ile Albaraka Türk Katılım Bankası olmuştur. 2022 yılında en yüksek bileşik CAMELS puanı 21,89 ile Kuveyt Türk Katılım Bankası ve en düşük bileşik CAMELS puanlı banka ise -17,06 puan ile Türkiye Finans Katılım Bankası olmuştur. 2023 yılında en yüksek bileşik CAMELS Puanı 27,46 ile Kuveyt Türk Katılım Bankası ve en düşük bileşik CAMELS puanlı banka ise -16,09 puan ile Ziraat Katılım Bankası olmuştur.

Bu bulgular ile katılım bankaları arasında kamu sermayesine sahip bankalar arasından Ziraat Katılım Bankası'nın daha güçlü olduğunu, yabancı sermayeye sahip bankalar arasında ise Kuveyt Türk Katılım Bankası'nın daha güçlü olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

5.SONUÇ VE ÖNERİLER

Covid-19 hastalığı ilk olarak Çin'de 2019 yılının Aralık ayında ortaya çıkmış ve hızlı bir şekilde diğer ülkelere yayılmıştır. 11 Mart 2020'de WHO tarafından Covid-19 hastalığı pandemi olarak ilan edilmiştir. Türkiye'de virüsün etkileri 2020 yılında derinleşmeye başlamıştır. Hem virüsün etkilerini düşürmek hem de virüsün yayılmasını engellemek için alınan önlemler pek çok sektörü etkilemiştir. Küresel finans piyasaları da bu süreçten etkilenmiş ve bankacılık sektörü değişime uğramıştır. Finansal piyasalar, fon ihtiyacı ve fon fazlası olan ekonomik aktörleri bir araya getiren sistemdir. Finansal piyasaların en önemli kurumlarından olan bankalar, ekonomiye yön veren aktörlerdendir. Bankalar, ülke ekonomilerinin büyümesinde ve refahında önemli rol oynamaktadır. Bankacılık sektörünün ekonomide önemli bir aktör olmasından ötürü bankaların performanslarının ölçülmesi önem kazanmaktadır. Literatürde bankacılık performansının ölçülmesinde çeşitli analizler yer almaktadır. Bunlardan biri de CAMELS analizidir. CAMELS, ulusal ve uluslararası finansal kuruluşların finansal performansının ölçülmesinde sıklıkla kullanılan bir analiz metodudur. Bu analiz bankaların finansal oranlarından faydalanılarak oluşturulan bileşenlerden meydana gelmektedir. CAMELS analizi sermaye yeterliliği, aktif kalitesi, yönetim kalitesi, karlılık, likidite, piyasa riskleri bileşenlerinden oluşmaktadır.

Bu çalışmada; Türkiye'de faaliyette bulunan katılım bankalarının finansal performansları Covid-19 öncesi ve sonrası dönemde CAMELS yöntemi ile karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. CAMELS analizinde kullanılan oranların elde edilmesinde literatür araştırması doğrultusunda belirlenmiş ve bankaların konsolide olmayan finansal tabloları ile bağımsız denetim raporlarından faydalanılmıştır. Analiz sonucunda Covid-19 öncesi dönemde en yüksek performansı Vakıf Katılım Bankası, en düşük performansı Albaraka Türk Katılım Bankası'nın gerçekleştirdiği tespit edilmiştir. Covid-19 dönemi kapsamında değerlendirilen 2020 yılında en yüksek performansa Ziraat Katılım Bankası'nın sahip olduğu sonucu elde edilmiştir. İlgili yılda en düşük performansı Albaraka Türk Katılım Bankası

gerçekleştirmiştir. Son olarak Covid-19 sonrası yıllara ait sonuçlar incelendiğinde ise en yüksek performans Kuveyt Türk Katılım Bankası tarafından gerçekleştirilmiştir. 2021, 2022 ve 2023 yıllarında en düşük performansı ise sırasıyla; Albaraka Türk Katılım Bankası, Türkiye Finans Katılım Bankası ve Ziraat Katılım Bankası göstermiştir.

Özellikle zayıf performans gösteren bankaların sermaye yeterliliklerini artırmak için gerek özkaynaklarını yükseltmesi gerek risk ağırlıklı varlıklarını azaltması önerilebilmektedir. Böylelikle iktisadi şoklara karşı daha dirençli hale gelmiş olacaklardır. Aktif kalitesini iyileştirmek için kredi risk yönetimlerinde daha sıkı politikalar uygulanmalı ve kredi borçluları daha iyi analiz edilmelidir. Ayrıca varlık portföy çeşitlendirmesi de önemli görülmektedir. Yönetim kalitesini artırmak adına yönetici kadrosuna güncel eğitimler sunulmasının ve yönetim uygulamalarının iyi yönetim standartlarına göre güncellenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Karlılığı artırmak amacıyla maliyetleri azaltacak ve kontrol edecek olan politikalara öncelik verilmelidir. Likidite yönetiminde politikaların yeniden gözden geçirilmesi ve likidite riskine karşı önlemler alınması amacıyla stratejiler geliştirilmelidir. Piyasa riski duyarlılığı kapsamında piyasa riskinden korunmak için hedging stratejileri geliştirilmesinin önemli olacağı değerlendirilmektedir. Genel olarak risklerin önceden tespit edilmesi amacıyla önlemler alınması ve finansal şoklara karşı dirençli hale gelmeleri bankaların performansı açısından önem kazanmaktadır.

Bu sonuçlar çerçevesinde Covid-19 pandemisinin analize dahil edilmiş olan katılım bankalarının finansal performanslarında değişimlere sebep olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dönemsel açıdan yapılan karşılaştırılmalı analiz bulgularının yatırımcılara, sektör temsilcilerine ve yöneticilerine referans olarak finansal performans değerlendirilmesi konusunda yardımcı olacağı öngörülebilmektedir. Bu çalışmayı izleyen araştırmalarda benzer çalışma aynı veri seti ile farklı finansal performans analizleri ve yöntemleri ile gerçekleştirilebilir. Diğer yandan faaliyet alanlarına göre ayrılmış olan banka türlerinin kıyaslaması yapılarak Covid-19 etkisi mevduat, yatırım ve kalkınma ile katılım bankacılığı şeklinde ayrıştırılarak incelenebilir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

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

Çıkar Çatışması

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

Etik Kurul Onayı

Bu araştırma Etik Kurul Onayı gerektirmemektedir.

KAYNAKÇA

- Afkar, T., ve Fauziyah, B. (2021). Predictions and trends profitability for islamic commercial banks in Indonesia during the Covid-19 pandemic. *International Journal of Economics, Business, and Accounting Research*, 5(1), 188-196.
- Akyüz, F., Soba, A. Ş., ve Yeşil, T. (2020). Katılım bankalarının CAMELS analizi yöntemiyle finansal performanslarının değerlendirilmesi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (87), 145-166.
- Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş. (2024). Finansal bilgiler. <https://www.albaraka.com.tr/tr/yatirimci-iliskileri/finansal-bilgiler/faaliyet-raporlari> Erişim Tarihi: 17.06.2024
- Baloğlu, G. (2022). Covid-19 pandemi döneminde Türkiye'de faaliyet gösteren bankalarının başarı sıralamasındaki değişimin finansal göstergeler üzerinden TOPSİS yöntemiyle değerlendirilmesi. *Muhasebe ve Denetime Bakış*, 22(67), 159-180.
- Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK), 2024. <https://www.bddk.org.tr/> Erişim Tarihi: 15.06.2024
- Batır, T. E. (2019). Türkiye'de kamu katılım bankalarının bankacılık sektörü bazında değerlendirilmesi: CAMELS analizi ile 2015-2017 yıllarına ilişkin bir inceleme. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (83), 193-212.
- Beybur, M. (2021). Covid-19'un Türk bankacılık sektöründeki mevduat ve katılım bankalarının karlılık düzeyleri üzerindeki etkisi. *Third Sector Social Economic Review*, 56(4), 2627-2646.
- Beyter, R. (2024). CAMELS analizi ve istatistiksel yöntemler kullanılarak mevduat ve katılım bankacılığı sektörlerinin karşılaştırmalı performans analizi: Türkiye örneği. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Finans Enstitüsü Finans Anabilim Dalı, İstanbul, 2024.
- Diker, F., ve Onay, E. (2022). Covid-19 pandemisi sürecinde katılım bankalarının finansal performanslarının analizi. *Journal of Academic Value Studies*, 8(3), 328-338.
- Dilber, C., ve Hatipoğlu, M. (2022). CAMELS göstergeleri bağlamında katılım bankacılığı ve ekonomik büyüme ilişkisi: Türkiye üzerine bir uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14(4), 2972-2993.
- Doğan, M. (2013). Katılım ve geleneksel bankaların finansal performanslarının karşılaştırılması: Türkiye örneği. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (58), 175-188.
- Eren, F. Y., Özdağoğlu, A., ve Bekci, İ. (2021). Katılım bankalarının CAMELS oranlarının analizi: MULTIMOORA ve MAUT yöntemleri ile bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 12(30), 552-572.
- Eyceyurt Batır, T. (2019). Türkiye'de kamu katılım bankalarının bankacılık sektörü bazında değerlendirilmesi: CAMELS analizi ile 2015-2017 yıllarına ilişkin bir inceleme. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (83), 193-212.
- Fakhri, U. N., ve Darmawan, A. (2021). Comparison of islamic and conventional banking financial performance during the Covid-19 period. *International Journal of Islamic Economics and Finance*, 4(I), 19-40.
- Ferrouhi, E. A. (2014). Moroccan banks analysis using CAMEL model. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 4(3), 622-627.
- Gençtürk, M., Senal, S., ve Aksoy, E. (2021). Covid-19 pandemisinin katılım bankaları üzerine etkilerinin bütünleşik CRITIC-MARCOS yöntemi ile incelenmesi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (92), 139-160.
- Gümüş, F., ve Nalbantoğlu, Ö. (2016). Türk bankacılık sektörünün CAMELS analizi yöntemiyle 2002-2013 yılları arasında performans analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2).
- Gürçay, H. R., ve Dağdır, C. (2022). Covid-19 sürecinde katılım bankaları ile özel mevduat bankalarının performans değerlendirmesi: Türkiye örneği. *Uluslararası Finansal Ekonomi ve Bankacılık Uygulamaları Dergisi*, 3(1), 1-25.
- Işık, Ö. (2023). Covid-19 salgınının katılım bankacılığı sektörünün performansına etkisinin MEREC-PSI-MAIRCA modeliyle incelenmesi. *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 363-385.
- Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş. (2024). Finansal bilgiler. <https://www.kuveytturk.com.tr/yatirimci-iliskileri/finansal-bilgiler> Erişim Tarihi: 17.06.2024

- Nakiboğlu, A. ve Işık, S. (2020). Covid-19 salgınının ekonomi üzerindeki etkileri: Türkiye’de işletme sahipleri üzerinde bir araştırma. *Turkish Studies*, 15(4), 765-789.
- Lasak, P. (2021). The commercial banking sector in eurozone after the pandemic: The paths to recovery. *European Research Studies Journal*, 14(1), 1233-1246.
- Majumder, M. T. H., ve Rahman, M. M. (2017). A CAMEL model analysis of selected banks in Bangladesh. *International Journal of Business and Technopreneurship*, 6(2), 233-266.
- Rastogi, S., ve Singh, V. (2017). Analysis of public and private sector banks performance using CAMELS model: A longitudinal study. *International Journal of Research in Economics and Social Sciences (IJRESS)*, 7(11), 33-38.
- Rozzani, N., ve Rahman, R. A. (2013). CAMELS and performance evaluation of banks in Malaysia: conventional versus Islamic. *Journal of Islamic Finance and Business Research*, 2(1), 36-45.
- Saeed, H., Shahid, A., ve Tirmizi, S. M. A. (2020). An empirical investigation of banking sector performance of Pakistan and Sri Lanka by using CAMELS ratio of framework. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 10(3), 247-268.
- Sayed, G. J., ve Sayed, N. S. (2013). Comparative analysis of four private sector banks as per CAMEL rating. *Business Perspectives and Research*, 1(2), 31-46.
- Shabri, H., ve Hosen, M. N. (2023). Assessment of islamic bank soundness: Analysis using CAMELS, RGEC and Altman Z score methods. *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 7(1), 1-12.
- T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı Mali Suçları Araştırma Kurulu Başkanlığı, (2020). Bankalar sektör araştırma raporu, Ankara. <https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2020/12/BANKALAR-sektor-arastirma-raporu-2020.pdf> Erişim Tarihi: 15.06.2024
- Türkiye Bankalar Birliği, 2024. <https://www.tbb.org.tr/tr/finansal-tuketici/faydali-bilgiler/4575> Erişim Tarihi: 15.06.2024
- Türkiye Finans Bankası A.Ş. (2024). Finansal raporlar. <https://www.turkiyefinans.com.tr/tr-tr/yatirimci-iliskileri/finansal-raporlar/sayfalar/faaliyet-raporlari.aspx> Erişim Tarihi: 17.06.2024
- Türkiye Katılım Bankaları Birliği, 2024. <https://www.tkbb.org.tr/veripetegi-detay/5> Erişim Tarihi: 15.06.2024
- World Health Organization (2024). Clinical management of severe acute respiratory infection when novel coronavirus (Ncov) infection is suspected: Interim guidance. <https://www.who.int/publications/i/item/10665-332299> Erişim Tarihi: 10.07.2024
- Vakıf Katılım Bankası A.Ş. (2024). Finansal bilgiler. <https://www.vakifkatilim.com.tr/tr/hakkimizda/yatirimci-iliskileri/finansal-bilgiler> Erişim Tarihi: 17.06.2024
- Yazıcıoğlu, Y., ve Uygurtürk, H. (2023). Yabancı, özel ve kamusal sermayeli mevduat bankaları ile katılım bankalarının CAMELS yöntemiyle analizi. *Muhasebe ve Finans İncelemeleri Dergisi*, 6(2), 115-131.
- Yıldız, N. (2023). Performance analysis of participation banks operating in Türkiye. *Cumhuriyet Üniversitesi Journal of Economics & Administrative Sciences (JEAS)*, 24(1).
- Yurttadur, M. (2021). Covid 19 pandemisinin katılım bankalarının karlılıklarına etkileri. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 11(4), 2285-2297.
- Yurttadur, M., ve Demirbaş, H. (2017). Türkiye’de bulunan katılım bankaları ve özel sermayeli mevduat bankalarının finansal performanslarının karşılaştırılması. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2), 89-117.
- Zagherd, M. K. W., ve Barghi, M. (2017). Performance evaluation of Iranian banking industry through CAMELS framework. *Journal of Accounting and Marketing*, 6(2), 1-7.
- Ziraat Katılım Bankası A.Ş. (2024). Finansal bilgiler. <https://www.ziraatkatilim.com.tr/yatirimci-iliskileri/finansal-bilgileri> Erişim Tarihi: 17.06.2024

Makale Türü: Araştırma Makalesi

FARKLILIKLARI GÜCE DÖNÜŞTÜREN YAKLAŞIM: KAPSAYICI LİDERLİK KAVRAMINA İLİŞKİN BİBLİYOMETRİK ANALİZ

An Approach That Transforms Differences Into Strength: A Biometric Analysis of The Concept Of Inclusive Leadership

Ayşe YAVUZ*^{ID}

Yazar Bilgileri

* Doktor Öğretim Üyesi, Selçuk Üniversitesi, Taşkent Meslek Yüksekokulu, Finans Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, e-mail: ayseyavuz@selcuk.edu.tr

Anahtar Kelimeler:
Kapsayıcı Liderlik,
Farklılık Yönetimi,
Bibliyometrik Analiz,
Vosviewer.

ÖZ

Örgütler zorlu rekabet şartlarında başarıya ulaşabilmek için çalışanları tüm farklılıkları ile kabul ederek katkılarını en üst düzeye çıkarmak için çalışmalıdırlar. Bu noktada lider, davranışları belirleyici rol üstlenmektedir. Çalışanlara saygı duyan, onları hoşgören, onların sesine kulak veren, çabalarını destekleyen, tarafsız davranıp yönlendiren liderler kapsayıcı liderler olarak ifade edilmektedir. Bu çalışmada kapsayıcı liderlik konusu üzerine yapılmış çalışmaların bibliyometrik analizinin yapılması amaçlanmıştır. Scopus veri tabanından taramalar gerçekleştirilerek analizlerin yapılması için VOSviewer paket programı kullanılmıştır. Kapsayıcı liderlik konusunda yapılan ilk çalışma, Scopus veri tabanına göre 2010 yılında yapılmıştır. En fazla çalışma, 2023 yılında yapılmıştır. En fazla kullanılan anahtar kelime, Inclusive Leadership (Kapsayıcı Liderlik-181 adet)'dir. Kapsayıcı liderlik konusunda yapılmış çalışmaların ülkeler bazında dağılımına bakıldığında zaman en fazla çalışma ABD'de (114 çalışma) yapılmıştır. En fazla atıfa sahip olan, yazar 465 atıf, 5 makale, 284 toplam bağlantı gücü ile Javed, Basharat olmuştur. En fazla atıf alan ülke, 1375 atıf ile ABD'dir. Bu çalışmada kapsayıcı liderlik kavramının en çok çeşitlilik, psikolojik güvenlik, işe bağlılık ve yenilik konuları ile birlikte ele alındığı görülmüştür. Yapılan bu çalışmanın kapsayıcı liderlik konusundaki yazının gelişmesine katkı sağlayacağı ve yapılacak çalışmalar için yol gösterici olabileceği düşünülmektedir.

Author Information

* Assistant Professor, Selcuk University, Taskent Vocational School, Department of Finance, Banking and Insurance, e-mail: ayseyavuz@selcuk.edu.tr

Keywords:
Inclusive Leadership,
Management of Differences,
Bibliometric Analysis,
Vosviewer.

ABSTRACT

In order to achieve success in tough competitive conditions, organizations should accept employees with all their differences and work to maximize their contributions. At this point, leader behaviors play a decisive role. Leaders who respect employees, tolerate them, listen to their voices, support their efforts, act impartially and guide them are referred to as inclusive leaders. This study aims to conduct a bibliometric analysis of the studies on inclusive leadership. Scopus database was scanned and VOSviewer package program was used for the analysis. According to the Scopus database, the first study on inclusive leadership was conducted in 2010. The most studies were conducted in 2023. The most commonly used keyword is Inclusive Leadership (81 studies). When we look at the distribution of studies on inclusive leadership on the basis of countries, the most studies were conducted in the USA (114 studies). The author with the highest number of citations is Javed, Basharat with 465 citations, 5 articles, 284 total link strength. The most cited country is the USA with 1375 citations. In this study, it was observed that the concept of inclusive leadership was mostly discussed together with diversity, psychological safety, work engagement and innovation. It is thought that this study will contribute to the development of the literature on inclusive leadership and may be a guide for future studies.

1.GİRİŞ

Günümüz rekabet şartlarında başarıya ulaşmak isteyen örgütler, tüm çalışanlarını farklılıkları ile yönetebilmeli ve onların örgüte olan katkılarını en üst seviyeye taşımak için çabalamalıdır. Örgüt içinde her çalışan birbirinden farklılık göstermektedir. Tecrübeleri, yetenekleri, kültürleri, dünya görüşleri, karakterleri, iş yapma biçimleri, algıları, fikirleri vb. birçok özelliği birbirinden farklıdır. Önemli olan, örgütlerde bu farklılıkların zenginlik olarak görülmesi ve bunların örgüt başarısında rol alacak şekilde desteklenmeleridir.

Farklı insan sermayesine sahip örgütler, taşıdığı birtakım risklerle beraber büyük fırsatları da içerisinde barındırmaktadır. Bu noktada lider davranışları oldukça önemli bir etkiye sahiptir. Çünkü çalışanları yönlendiren, onlar ile iletişim kuran, örgüt adına karar alan kişiler, liderlerdir. Liderler, tüm bu farklılıklara dikkat eder ve bunları örgüt lehine kullanabilirse başarı sağlanabilir. Kapsayıcı lider örgüt içerisindeki farklılıkların farkına varan, değer veren, hoşgörü ile yaklaşan ve onları bir zenginlik olarak görüp yönetebilen liderlerdir. Bu liderlik yaklaşımında çalışanlara tarafsız davranılır, her açıdan destek sağlanır. Kapsayıcı lider, çalışanların farklılıklarını bilir ve onlara saygı gösterir, çalışanların fikir ve düşüncelerini açıkça ifade etmelerine destek olur.

Kapsayıcı liderlik konusu üzerine yapılan araştırmalar son yıllarda giderek artmaktadır. Bu sebeple bu konunun detaylı şekilde analiz edilmesi ile kapsayıcı liderlik konusu hakkındaki anlayışımız gelişecektir. Ayrıca bu çalışmanın gelecekte yapılacak çalışmalar için rehber görevi üstlenerek bir kaynak teşkil edeceği düşünülmektedir. Bu amaçla öncelikle Scopus veri tabanından yararlanılarak kapsayıcı liderlik konusu üzerine yapılan çalışmalar taranmıştır. Daha sonra Vosviewer programından yararlanılarak elde edilen veriler analiz edilmiştir.

2.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kapsayıcı liderlik kavramı ilk olarak Nembhard ve Edmondson (2006) tarafından ortaya atılmıştır. Nembhard ve Edmondson'a (2006:947) göre kapsayıcı liderlik, bir liderin ya da liderlerin başkalarının katkıları için davet ve takdir belirten söz ve eylemleri olarak ifade edilmiştir. Nembhard ve Edmondson kapsayıcı liderliğin takipçilerin seslerine gerçekten değer verildiği bir durumu açıkladığını belirtmişlerdir (2006: 948).

Kapsayıcı liderlik kavramı, daha sonra Hollander (2009) tarafından ortak bir hedef ve birbirine bağımlı ilişkiler vizyonuna sahip kazan-kazan durumu olarak tanımlanmış ve bu ilişkide takipçilerin rolünün önemini vurgulayarak, onların liderlik algılarına dikkat çekmiştir.

Kapsayıcı liderlik, takipçileriyle etkileşimlerinde iletişim ve eleştiriye açıklık, erişilebilirlik ve ulaşılabilirlik sergileyen liderler olarak ifade edilmektedir (Carmeli vd. 2010: 250). Bir liderin iletişime açık olması, erişilebilir olması ve çalışanların fikirlerini açıkça konuşup tartışabilmesi kapsayıcı liderliğin birbirini güçlendiren üç yönüdür (Carmeli vd. 2010). Kapsayıcı liderler açık, çalışanlarını dinleyebilen, hedeflere ulaşmak için farklı yolları tartışmaya istekli ve fırsatlara dikkat eden kişilerdir (Carmeli vd. 2010). Kapsayıcı liderler ister krizleri çözsün ister eşitsizlikleri önlesin yaptığı her işe başkalarına yanıt vererek, sunduğu katkıları dikkate alarak ve onlara saygı göstererek başlamaktadır (Hollander, 2012).

Ospina (2011), kapsayıcı bir lideri değerli, örgütün tüm kademelerindeki çalışanları kabul eden ve sonuçlardan sorumlu olan kişi olarak tanımlamıştır (Qi vd., 2019). Kapsayıcı lider, örgütte bütün çalışanlara karşı tarafsız olan, kurumda destekleyici bir iklimi teşvik etmektedir. Kapsayıcı liderlik, liderin takipçilerinin ihtiyaçlarına oldukça

dikkatli davranan ve takipçilerine ulaşılabilir olmasını içeren bir ilişki liderlik biçimi olarak kabul edilmektedir (Hollander 2009). Carmeli vd. (2010) kapsayıcı liderlerin takipçilerine açık olduğunu, onları dinlemeye istekli olduğunu ve onların ihtiyaçlarına dikkat ettiğini vurgulamıştır. Kapsayıcı liderlik özelliğine sahip liderler, yeteneklerine dayanarak sadece tek bir bireye değil, kurumda görev alan tüm çalışanlara kurum kaynaklarının adil dağıtılmasını teşvik eden bir politika oluşturulmasına önem verirler. Bu durum çalışmaların kaliteli gerçekleşmesine katkıda bulunacaktır (Hollander, 2012).

Hollander (2009), kapsayıcı liderliğin çalışanlar için çeşitli faydaları olduğunu ifade etmiştir. Öncelikle kapsayıcı liderler takipçilerini her zaman desteklemekte, onlarla açık biçimde iletişim kurmaktadır. Takipçilerinin duygularını önemseyip, çıkar ve beklentilerini dikkate alırlar. Takipçilerine yardımcı olmak için her zaman hazır ve isteklidirler. Kapsayıcı liderlerin bu derece açık, erişilebilir ve ulaşılabilir olması, çalışanların memnuniyetini artırarak bilgi ve uzmanlığını genişletir (Carmeli vd., 2010; Choi vd., 2015). Kapsayıcı liderlik, çalışanları fikir alışverişinde bulunmaya ve tartışmaya teşvik ederek ekip üyelerinin fikirlerini açıkça dile getirmelerini destekler. Aynı zamanda çalışanların ekip olarak iş birliği yapmalarını teşvik eder. Kapsayıcı liderlik farklılığı teşvik eden, çalışanlara değer vermeye odaklı, çalışan aidiyetini sağlamaya katkıda bulunan bir liderlik türü olması ile diğer liderlik tarzlarından farklılık göstermektedir. (Chrobot-Mason vd., 2014; Randel vd., 2018).

Kapsayıcı bir liderin çalışanları ile sorunları tartışmayı desteklemesi, çalışanların iş yerindeki rollerinde oluşabilecek belirsizlikleri azaltabilir (Thomas ve Lankau 2009; Turner vd. 2002), böylece çalışanların işlerini yerine getirirken daha başarılı olmalarına katkı sağlar ve destekleyici bir çalışma ortamı yaratır (Hollander, 2009).

3. ARAŞTIRMANIN METODU

3.1. Araştırmanın Amacı ve Araştırma Soruları

Bankacılık Kapsayıcı liderlik konusunda yapılan çalışmalar son yıllarda giderek artmaktadır. Bu konuda yapılan çalışmaların artması, bu konunun detaylı bir şekilde analiz edilmesi ve tüm bağlantılarının ortaya konulması ihtiyacını doğurmuştur. Bu sebeple bu çalışmada kapsayıcı liderlik konusu üzerine yapılmış çalışmaların bibliyometrik analizinin yapılması amaçlanmıştır. Bu amaçla kapsayıcı liderlik konusu üzerine yapılmış tüm çalışmalar tarih, yazar, anahtar kelime gibi unsurlar dikkate alınarak incelenmiş ve gelecekte yapılacak araştırmalar için yol gösterici bir görev üstlenmiştir. Çalışmada cevap aranan sorular aşağıdaki şekilde sıralanmıştır.

Kapsayıcı liderlik konusunda yapılan çalışmaların yıl bazında dağılımı nasıldır?

Kapsayıcı liderlik konusunda yapılan çalışmaların yazar bazında dağılımı nasıldır?

Kapsayıcı liderlik konusunda yapılan çalışmaların ülke bazında dağılımı nasıldır?

Kapsayıcı liderlik konusunda yapılan çalışmaların anahtar kelime bazında dağılımı nasıldır?

Kapsayıcı liderlik konusunda yapılan çalışmaların kurum bazında dağılımı nasıldır?

Kapsayıcı liderlik konusunda yapılan çalışmaların doküman bazında dağılımı nasıldır?

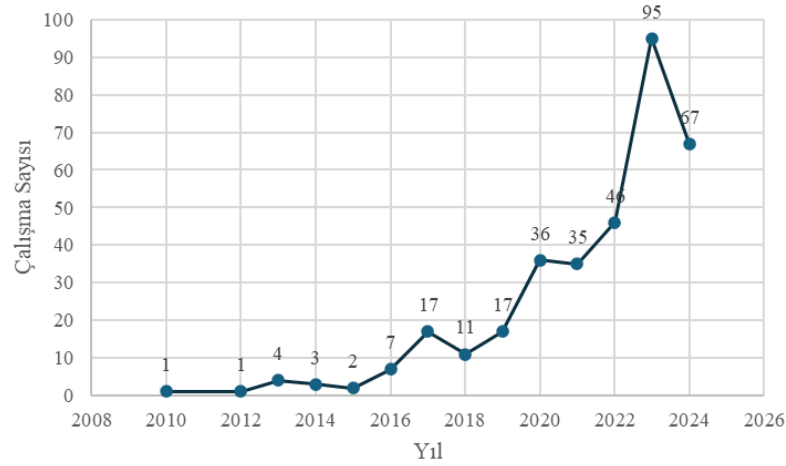
3.2. Verilerin Toplanması ve Analizi

Bu çalışmada, bibliyometrik analiz yönteminden yararlanılmıştır. Bibliyometrik analiz, bir konu ya da bilim alanı ile alakalı yazında yer alan yayınların incelenmesini ve sayısal olarak değerlendirilmesini ifade etmektedir (Tekin vd. 2021:93). Bu yöntem, bilimsel alanda yapılan çalışmaların kapsamlı olarak incelenmesine olanak sağlayan

yöntemlerden bir tanesidir (Yalçın, 2010: 206). Kullanışlı olması, güvenilir bilgiler sağlaması, bilimsel yayınların geçmişini ve mevcut durumunu ortaya koyarak gelecekteki yapılacak çalışmalar için fikir oluşturması bu yöntemin tercih edilmesinde etkili olmuştur. Veri tabanı olarak güvenilirliğin yüksek olması ve bibliyometrik analizin yapılmasında ihtiyaç duyulan verilere erişim imkânı sunmasından dolayı scopus veri tabanı kullanılmıştır. İlk olarak 27.07.2024 tarihinde scopus veri tabanına "inclusive leadership" kelimesi yazılmış ve article title (makale başlığı), abstract (özet), keywords (anahtar kelimeler) seçilerek arama gerçekleştirilmiştir. Tarama sonucunda 670 çalışmaya ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlar, Business, Management and Accounting (İşletme, Yönetim ve Muhasebe) seçeneği seçilerek 342 çalışma ile sınırlandırılmıştır. Bu çalışmalar, all (hepsi) seçeneği ile tümü seçilerek export (dış aktarım) yapılmıştır. Bu 342 çalışma, Vosviewer programına aktarılarak analiz ve görsel haritalama gerçekleştirilmiştir.

4.BULGULAR

Çalışmanın bu kısmında analiz sonucunda ortaya çıkan bulgular yer almaktadır.



Şekil 1. Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

Kapsayıcı liderlik konusunda yapılmış çalışmaların yıllara göre dağılımı Şekil 1'de gösterilmiştir. Şekilden de görüldüğü üzere bu konuda yapılan ilk çalışma, Scopus veri tabanına göre 2010 (1 çalışma) yılında yapılmıştır. Özellikle 2016 yılından itibaren artan bir ivme göstermiştir. En fazla çalışma, 2023 (95 çalışma) yılında yapılmıştır. 2024 yılında verilerin çekildiği tarihe kadar henüz 67 çalışma yapılmıştır.

Tablo 1. Çalışmaların Yazarlara Göre Dağılımı

Yazar	Çalışma sayısı
Bhattacharya, S.	5
Javed, B.	5
Aboramadan, M.	4
Ferdman, B.M.	4
Nejati, M.	4
Prime, J.	4
Riggio, R.E.	4
Shafaei, A.	4
Agerwala, T.	3
Ashikali, T.	3

Kapsayıcı liderlik konusunda yapılan çalışmaların yazara göre dağılımı incelendiği zaman Tablo 1’de en fazla çalışması bulunan ilk 10 yazar yer almaktadır. En fazla çalışma sayısı 5 adettir. 5 adet çalışma yapan 2 yazar yer almaktadır. Bu yazarlar Bhattacharya, S. ve Javed, B.’dir.

Tablo 2. Çalışmaların Yer Aldığı Kaynağa Göre Dağılımı

Kaynak Adı	Adet
Leadership And Organization Development Journal	10
Group And Organization Management	8
Advances In Developing Human Resources	6
BMJ Leader	6
Journal Of Management Development	6
Baltic Journal Of Management	5
Educational Management Administration And Leadership	5
Personnel Review	5
Equality Diversity And Inclusion	4
Journal Of Leadership And Organizational Studies	4

Kapsayıcı liderlik konusu üzerine yapılan çalışmaların yer aldığı kaynaklara göre dağılımına bakıldığı zaman ilk sırada 10 adet çalışma ile “Leadership And Organization Development Journal” yer almaktadır. Bunu takip eden ilk 10 sıradaki kaynaklar Tablo 2’de gösterilmektedir.

Tablo 3. Çalışmaların Doküman Tipine Göre Dağılımı

Doküman Tipi	Adet
Makale	210
Kitap Bölümü	95
Kitap	11
Konferans Bildirisi	8
İnceleme	8
Editoryal	5
Erratum	2
Not	2
Konferans İncelemesi	1

Kapsayıcı liderlik konusunda yapılan çalışmaların doküman tipine göre dağılımı incelendiği zaman en fazla, makale (210 adet) türünde çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Makaleyi, 95 adet ile kitap bölümü, 11 adet ile kitap ve 8 adet ile konferans bildirisi takip etmektedir. En az çalışma ise konferans incelemesi (1 adet) şeklinde gerçekleştirilmiştir.

Tablo 4. Çalışmaların Ükelere Göre Dağılımı

Ülke	Adet
ABD	114
Çin	46
Hindistan	31
Pakistan	27
Avustralya	19
İngiltere	18

Tablo 4. (Devamı)

Hollanda	17
Malezya	16
Kanada	11
Birleşik Arap Emirlikleri	8

Kapsayıcı liderlik konusunda yapılmış çalışmaların ülkeler bazında dağılımına bakıldığı zaman en fazla çalışma, ABD’de (114 çalışma) yapılmıştır. Tablo 4’te yapılan çalışmaların en fazla olduğu ilk 10 ülke yer almaktadır. Çin’de 46 çalışma, Hindistan’da 31 çalışma, Pakistan’da 27 çalışma gerçekleştirilmiştir.

Tablo 5. Çalışmaların Kurum Bazında Dağılımı

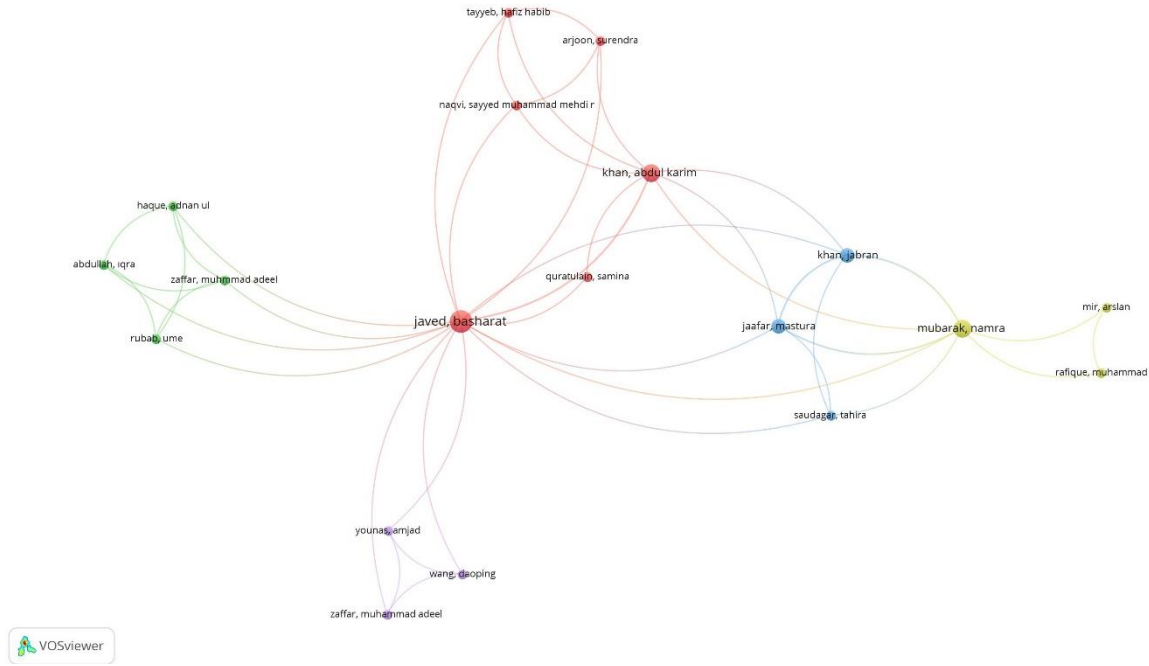
Kurum	Adet
Symbiosis International Deemed University	8
Tilburg University	7
Edith Cowan University	6
Universiti Sains Malaysia	5
Zhejiang University	5
Capital University of Science & Technology	5
Symbiosis Institute of Business Management, Pune	5
Claremont McKenna College	4
Radboud Universiteit	4
Alliant International University	4

Yapılan çalışmaların kurum bazında incelemesi yapıldığı zaman en fazla çalışma yapan kurum, 8 adet çalışma ile Symbiosis International Deemed University’dir. Onu, 7 adet çalışma ile Tilburg University takip etmektedir.

Tablo 6. Çalışmalarda En Fazla Kullanılan Anahtar Kelimelerin Dağılımı

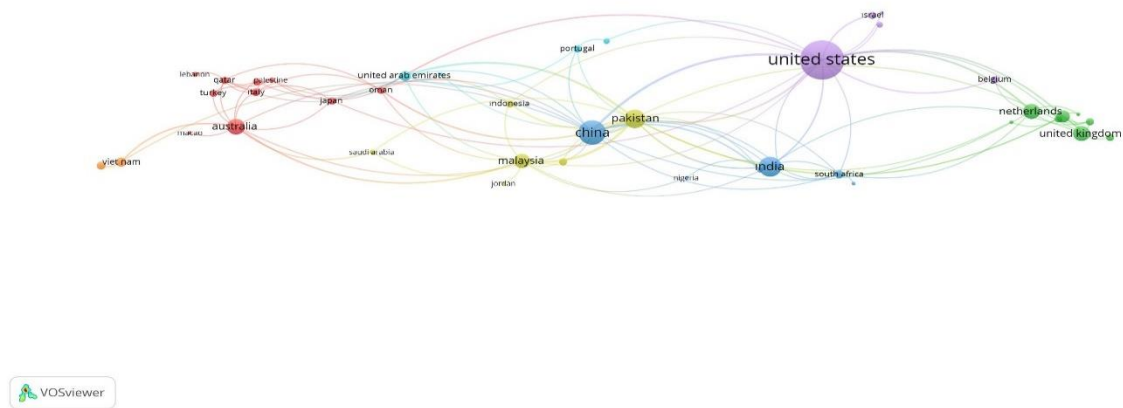
Anahtar Kelime	Adet
Inclusive Leadership	181
Leadership	48
Diversity	42
Inclusion	32
Psychological Safety	20
Human	12
Work Engagement	11
Innovation	10
Innovative Work Behavior	9
Equity	9

Tablo 6’da çalışmalarda en fazla kullanılan ilk 10 anahtar sözcük yer almaktadır. Buna göre en fazla kullanılan anahtar kelime, Inclusive Leadership (Kapsayıcı Liderlik-181 adet)’dir. Daha sonra 48 adet ile Leadership (Liderlik), 42 adet ile Diversity (Çeşitlilik), 32 adet ile Inclusion (Kapsayıcılık), 20 adet ile Psychological Safety (Psikolojik Güvenlik), 12 adet ile Human (İnsan), 11 adet ile Work Engagement (İşe Katılım), 10 adet ile Innovation (inovasyon) takip etmektedir.



Şekil 2. Ortak Yazar Haritası

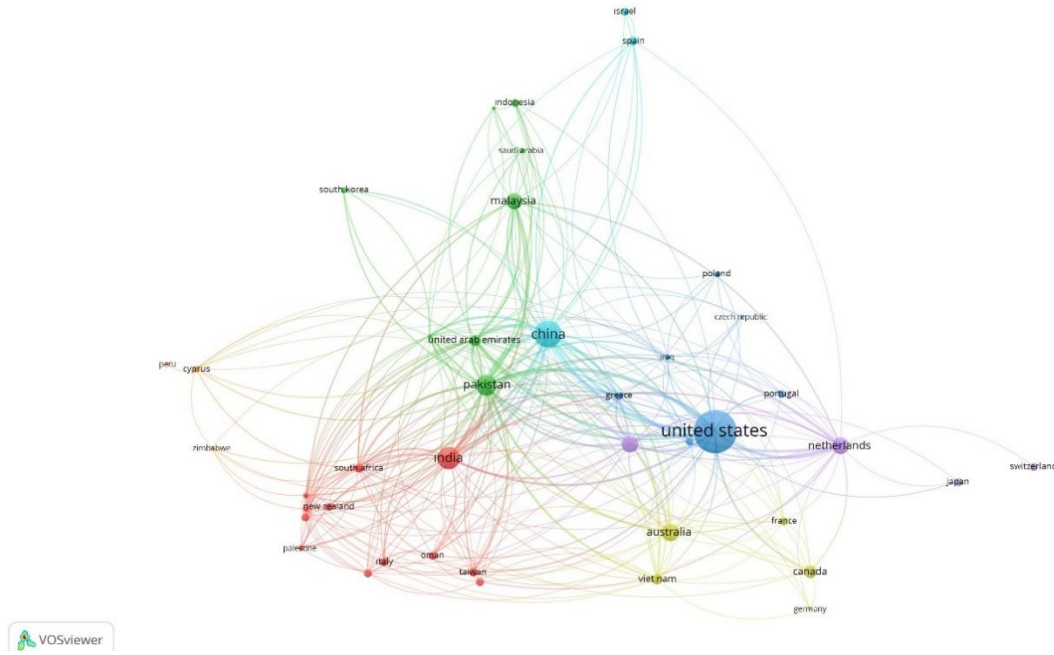
En az 1 yayın ve en az 1 atıf alma şartı ile en fazla bağlantılı yazarlar analizi gerçekleştirilmiştir. Bu analize göre ağ haritası 5 küme, 19 araştırmacı, 44 bağlantı ve 48 toplam bağlantı gücünden oluşmaktadır. En fazla esere sahip yazarlardan Javed, Basharat 5 yayın, Bhattacharya, Shubhasheesh 5 yayın, Aboramadan, Mohammed 4 yayın, Prime, Jeanine 4 yayın, Ferdman, Barnardo M. 4 yayına sahiptir. En fazla atıfa sahip yazarlar ise Javed, Basharat 465 atıf, Chung, Beth G. 440 atıf, Shore Iynn M. 440 atıf, Randel, Amy E. 382, Dean, Michelle A. 377 atıfa sahiptir. Toplam bağlantı gücü en yüksek yazar ise Javed, Basharat'tır.



Şekil 3. Ülke Ortak Yazar Analizi

Şekil 3'te ülke ortak yazar analizi haritalandırılmıştır. Bu analizde en az 1 yayın ve en az 1 atıf alma şartı ile 42 ülke, 7 küme, 108 bağlantı, 138 toplam bağlantı gücü bulunmaktadır. Bu sonuçlara göre ortak yazarlı çalışmaların en fazla yapıldığı ülke, ABD (114 çalışma)'dir. ABD'yi, Çin 46 çalışma, Hindistan 31 çalışma, Pakistan 27 çalışma, Avustralya 19 çalışma ile takip etmektedir.

makale, 284 toplam bağlantı gücü ile Javed, Basharat olmuştur. Daha sonra sırasıyla Chung, Beth G. 440 atıf (makale sayısı 2, toplam bağlantı gücü 0); Shore Iynn M. 440 atıf (makale sayısı 2 toplam bağlantı gücü 0); Randel, Amy E. 382 (makale sayısı 2 toplam bağlantı gücü 17); Dean, Michelle A. 377 atıf (makale sayısı 1 toplam bağlantı gücü 0) almıştır.



Şekil 6. Ülke Atıf Analizi

En az 1 yayın ve en az 1 atıf alma şartı ile ülke atıf analizi gerçekleştirilmiştir. Bu analize göre 42 ülke, 7 küme 295 bağlantı, 920 toplam bağlantı gücü tespit edilmiştir. En fazla atıf alan ülke, 1375 atıf ile ABD'dir. İkinci sıradaki Çin'in 815 atıfı, üçüncü sıradaki Pakistan'ın 800 atıfı, dördüncü sıradaki Hindistan'ın 337 atıfı ve beşinci sıradaki Birleşik Arap Emirlikleri'nin 323 atıfı bulunmaktadır.



Şekil 7. Yazar Bibliyografik Eşleşme Analizi

En az 1 yayın ve en az 1 atıf alma şartı ile yazar bibliyografik eşleşme analizi sonucunda 532 yazar, 13 küme, 84749 bağlantı ve 457285 toplam bağlantı gücü tespit edilmiştir. Yazarlardan en fazla bibliyografik eşleşmeye sahip olan yazar 5 eser, 465 atıf ve 16308 toplam bağlantı gücü ile Javed, Basharat'dır.

5.SONUÇ

27.07.2024 tarihine kadar yapılmış olan çalışmaların ele alındığı bu araştırmada "inclusive leadership (Kapsayıcı liderlik)" konusunda yapılmış çalışmaların analizi görsel açıdan da desteklenerek etkinliği artırılmaya çalışılmıştır. Scopus veri tabanından taramalar gerçekleştirilerek analizlerin yapılması için VOSviewer paket programı kullanılmıştır. Kapsayıcı liderlik konusunda başlık, özet ve anahtar sözcüklerde tüm dillerde aramalar gerçekleştirilmiştir. Business, Management and Accounting seçeneği ile kısıtlama yapılarak 342 çalışma üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir.

Kapsayıcı liderlik konusunda yapılan ilk çalışma, Scopus veri tabanına göre 2010 (1 çalışma) yılında yapılmıştır. Leigh vd. (2010) tarafından yapılan bu çalışmada, Yükselen Liderler Programı'nın kâr amacı gütmeyen kurumsal sektörlerden çeşitli katılımcılar üzerindeki etkisi incelenmiştir. En fazla çalışma, 2023 (95 çalışma) yılında yapılmıştır. En fazla kullanılan anahtar kelime, Inclusive Leadership (Kapsayıcı Liderlik-181 adet)'dir. Bu konuda yapılmış en fazla çalışma sayısı, 5 adettir. 5 adet çalışma yapan 2 yazar yer almaktadır. Bu yazarlar Bhattacharya, S. ve Javed, B.'dir. Kapsayıcı liderlik konusunda yapılmış çalışmaların ülkeler bazında dağılımına bakıldığında zaman en fazla çalışma, ABD'de (114 çalışma) yapılmıştır. En fazla atıfa sahip olan yazar 465 atıf, 5 makale, 284 toplam bağlantı gücü ile Javed, Basharat olmuştur. Javed'e ait en fazla atıf alan çalışmada, psikolojik güvenliğin aracılık rolü ile yenilikçi iş davranışının bir yordayıcısı olarak kapsayıcı liderliğin incelenmesi amaçlanmıştır (Javed, 2021). En fazla atıf alan ülke, 1375 atıf ile ABD'dir.

Bu çalışmanın hem teorik hem de pratik açıdan katkılarının olabileceği düşünülmektedir. Yapılan bu çalışma ile alan yazına katkı sağlanmıştır. Kapsayıcı liderlik konusunun daha net anlaşılması ve bağlantılarının ortaya konulması sağlanmıştır. Yapılan bu çalışmada kapsayıcı liderlik kavramının en çok liderlik, çeşitlilik, kapsayıcılık, psikolojik güvenlik, insan, işe bağlılık ve yenilik konuları ile birlikte ele alındığı görülmüştür. Daha sonra yapılacak çalışmalarda kapsayıcı liderlik konusu başka açılardan da ele alınabilir. Ayrıca bu konu ile alakalı olarak yöneticilere birkaç öneride bulunulabilir. Kapsayıcı liderler tarafsız davranarak örgüt içindeki farklılıkları zenginlik olarak görüp yönetebilme yeteneğine sahip olmalıdırlar. Örgüt yöneticileri kapsayıcı liderlik tarzını geliştirmek için çabalamalıdırlar. Yöneticiler ilk olarak tüm çalışanlarına saygı göstermeyi bilmeli ve onları takdir etmelidir. Çalışanların seslerine kulak vererek onları dinlemeli, sorunları birlikte tartışabilmelidirler. İletişime açık olmalı ve geribildirimde bulunmalıdırlar.

Bu araştırmada, yalnızca Scopus veri tabanının kullanılması, bu çalışmanın başlıca sınırlılığıdır. Daha sonra yapılacak çalışmalarda, Web of Science başta olmak üzere diğer veri tabanlarının kullanılması önerilmektedir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

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

Çıkar Çatışması

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

Etik Kurul Onayı

Bu araştırma Etik Kurul Onayı gerektirmemektedir.

KAYNAKÇA

- Carmeli, A., Palmon, R., & Ziv, E. (2010). Inclusive leadership and employee involvement in creative tasks in the workplace: The mediating role of psychological safety. *Creativity Research Journal*, 22(3), 250–260.
- Choi, S. B., Tran, T. B. H., & Park, B. I. (2015). Inclusive leadership and work engagement: Mediating roles of affective organizational commitment and creativity. *Social Behavior and Personality*, 43(6), 931–944.
- Chrobot-Mason D., Ruderman M. N., Nishii L. H. (2014). Leadership in a diverse workplace. In Day D. V. (Ed.), *The Oxford handbook of leadership and organizations* (pp. 683–708). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199755615.013.034>
- Hollander, E. P. (2009). *Inclusive leadership: The essential leader-follower relationship*. New York: Routledge.
- Hollander, E. (2012). *Inclusive leadership: The essential leader-follower relationship*. Routledge.
- Javed, B., Naqvi, S. M. M. R., Khan, A. K., Arjoon, S., & Tayyeb, H. H. (2019). Impact of inclusive leadership on innovative work behavior: The role of psychological safety. *Journal of Management & Organization*, 25(1), 117-136.
- Leigh, J. M., Shapiro, E. R., & Penney, S. H. (2010). Developing diverse, collaborative leaders: An empirical program evaluation. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 17(4), 370-379.
- Nembhard, I. M., & Edmondson, A. C. (2006). Making it safe: The effects of leader inclusiveness and professional status on psychological safety and improvement efforts in health care teams. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 27(7), 941-966.
- Ospina S. (2011). Leadership, diversity and inclusion: Insights from scholarship. *Graduate School of Public Service*. 3(1), 3–30.
- Qi, L., Liu, B., Wei, X., & Hu, Y. (2019). Impact of inclusive leadership on employee innovative behavior: Perceived organizational support as a mediator. *PloS one*, 14(2), e0212091.
- Randel A. E., Galvin B. M., Shore L. M., Ehrhart K. H., Chung B. G., Dean M. A., Kedharnath U. (2018). Inclusive leadership: Realizing positive outcomes through belongingness and being valued for uniqueness. *Human Resource Management Review*, 28(2), 190–203.
- Tekin, M., Öztürk, D., & Bahar, İ. (2021). Tersine lojistiğin bibliyometrik analizi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(3), 87-100.
- Thomas, C. H., & Lankau, M. J. (2009). Preventing burnout: The effects of LMX and mentoring on socialization, role stress, and burnout. *Human Resource Management*, 48(3), 417–432.
- Turner, N., Barling, J., Epitropaki, O., Butcher, V., & Milner, C. (2002). Transformational leadership and moral reasoning. *Journal of Applied Psychology*, 87(2), 304–311.
- Yalçın, H. (2010). Millî Folklor dergisinin bibliyometrik profili (2007-2009). *Millî Folklor*, 22(85), 205-211.

Makale Türü: Araştırma Makalesi

TÜRKİYE'DE EKONOMİYE OLAN GÜVEN ALGISI: SOSYAL VE POLİTİK AÇIDAN AMPİRİK KANITLAR

The Perception of Confidence in the Economy in Türkiye: Empirical Evidence from Social and Political Perspective

Yusuf KORKMAZ*^{ORCID}

Halil TUNALI**^{ORCID}

Yazar Bilgileri

* Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, e-mail:

yusufkorkmaz@tarsus.edu.tr

** Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İktisat Bölümü, e-mail: gmhtunali@gmail.com

Anahtar Kelimeler:

Ekonomik Güven Endeksi,
Fourier Nedensellik,
İşsizlik,
Transfer Harcamaları.

ÖZ

Bu çalışma, Türkiye'de Ekonomik Güven Endeksi'nin (EGE) sosyal ve politik etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Literatürde Ekonomik Güven Endeksi'nin birçok ekonomik değişkenle etkileşim halinde olduğu bilinmektedir. Bu etkileşimler sanayi üretiminden döviz kurlarına, hisse senedi piyasalarından konut fiyatlarına kadar geniş bir yelpazeye yayılmaktadır. Çalışmada sosyal etkiler kapsamında, işsizlik ve sosyal harcamalar ele alınırken politik etkiler açısından ise hükümet etkinliği incelenmektedir. Çalışmada 1993-2023 dönemine ait aylık veriler kullanılarak değişkenler arasında nedensellik analizi yapılmıştır. Fakat veri kısıtı nedeniyle ekonomik güven endeksi ile hükümet etkinliği arasındaki nedensellik analizi 2002-2022 dönemi baz alınarak analiz edilmiştir. Yapılan ampirik testler sonucu işsizlik oranı ile ekonomi güven endeksi arasında nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir. Transfer harcamaları ile ekonomi güven endeksi arasında yapılan Fourier nedensellik analizine göre ise transfer harcamalarından ekonomi güven endeksine doğru bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Bunlara ek olarak hükümet etkinliği ile ekonomi güven endeksi arasında yapılan nedensellik testine göre ise hükümet etkinliğinden ekonomi güven endeksine doğru bir nedensellik ilişkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sonuç olarak, bu çalışma Türkiye'de Ekonomik Güven Endeksi'nin sosyal ve politik etkilerini analiz ederek, endeksin sadece ekonomik değil, aynı zamanda toplumsal ve politik açıdan da ne kadar önemli bir gösterge olduğunu ortaya koymayı hedeflemektedir. Bu çerçevede yapılan analizler, Türkiye ekonomisinin ve toplumunun ekonomik güvenle nasıl bir etkileşim içinde olduğunu göstermektedir. Analiz sonuçlarının sosyal politikaların ve politik stratejilerin belirlenmesinde literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Author Information

* PhD Student, İstanbul University, Institute of Social Sciences, Department of Economics, e-mail: yusufkorkmaz@tarsus.edu.tr

** Prof., İstanbul University, Faculty of Economics, Department of Economics, e-mail: gmhtunali@gmail.com

Keywords:

Economic Confidence Index,
Fourier Causality,
Unemployment,
Transfer Expenditures.

ABSTRACT

This study aims to analyse the social and political effects of the Economic Confidence Index (ECI) in Turkey. It is known in the literature that the Economic Confidence Index interacts with many economic variables. These interactions range from industrial production to exchange rates, from stock markets to housing prices. The study analyses unemployment and social expenditures in terms of social effects and government effectiveness in terms of political effects. In the study, causality analyses are performed between variables using monthly data for the period 1993-2023. However, due to data limitations, the causality analysis between economic confidence index and government effectiveness is analysed based on the period 2002-2023. As a result of the empirical tests, no causality relationship was found between the unemployment rate and the economic confidence index. According to the Fourier causality analysis between transfer expenditures and economic confidence index, a causality relationship was found from transfer expenditures to economic confidence index. In addition, according to the causality test between government effectiveness and economic confidence index, it was concluded that there is a causality relationship from government effectiveness to economic confidence index. In conclusion, by analysing the social and political effects of the Economic Confidence Index in Turkey, this study aims to reveal how important the index is not only in economic but also in social and political terms. The analyses conducted within this framework show how the Turkish economy and society interact with economic confidence. The results of the analyses are expected to contribute to the literature in determining social policies and political strategies.

1.GİRİŞ

Ekonomik güven, bireylerin ve kurumların ekonomik ortam hakkındaki beklentilerini ve duygularını yansıtan kritik bir göstergedir. Ekonomide güven faktörü, taraflar arasındaki belirsizliklerin ortadan kalkmasına ve işletmelerin gelişimine katkı sağlar. Aynı zamanda işletmelerin dış şoklara karşı dayanıklı olmasını ve işletmelerdeki organizasyon yapısı içerisinde alt kademelere daha fazla sorumluluk yüklenebilme olanağı sağlar (Gökalp, 2003, s.165-167). Ekonomik güven işletmeleri olduğu kadar ekonominin genel durumunu da etkileyen bir faktördür. Globalleşmenin getirdiği etkiyle birlikte sermaye akımlarının yönünün belirlenmesinde ve güvenli ekonomik bilgiye ulaşılmasında şeffaflık ve ekonomik istikrarın rolü giderek daha önemli hale gelmiştir (Tekin ve Zeren, 2022, s.236). Ekonomik güvenin ölçülmesinde geçmişten günümüze farklı endeksler, göstergeler ve yöntemler kullanılmıştır. Başlangıçta daha çok içsel ekonomik verilere dayalı ölçümler yapılırken, günümüzde küresel etkileşimlerin artmasıyla tüketici güveni, yatırımcı algısı ve piyasa volatilitesi gibi unsurlar da bu ölçümlerde önemli bir yer tutmaktadır. Daha sonraları ise ekonomik güven, kredi derecelendirme kuruluşlarının faaliyete başlaması ile birlikte kredi derecelendirme notları aracılığıyla belirlenmeye başlanmıştır. Kredi derecelendirme kuruluşlarının siyasi ve benzeri durumlardan etkilenerek güvenirliliğini yitirmesinden sonra CDS (Credit Default Swap) ve çeşitli endeksler oluşturularak ekonomik güvenin ölçülmesi hedeflenmiştir (Demir ve Eminer, 2014, s.108-109).

Türkiye’de ve dünyadaki çeşitli ülkelerde oluşturulan tüketici güven endeksi, reel kesim güven endeksi, yatırımcı güven endeksi ve ekonomik güven endeksi gibi göstergeler ekonomik güvenin ölçülmesinde takip edilen endekslerdendir. Bu endeksler, ekonomik aktörlerin geleceğe yönelik beklentilerini, güven seviyelerini ve piyasa koşullarına duyarlılıklarını ölçerek ekonomik performansın bir yansıması olarak kullanılır.

Türkiye’de ekonomik güven endeksi, tüketici ve üreticilerin ekonomiye dair genel durumu, beklentileri ve eğilimlerini özetleyen bir bileşik gösterge olarak 2012 yılından itibaren hesaplanmaya başlamıştır. Bu endeks, tüketici güven endeksi ile birlikte mevsimsellikten arındırılmış reel kesim, hizmet, perakende ticaret ve inşaat sektörlerine ait güven endekslerinin alt bileşenlerinin ağırlıklandırılıp birleştirilmesiyle oluşturulmaktadır. Her sektörün endeksteeki payı, o sektörün normalleştirilmiş alt endekslerine eşit şekilde dağıtılarak belirlenmekte, doğrudan güven endeksleri kullanılmamaktadır. Bu çerçevede, toplamda 20 alt endeks ekonomik güven endeksinin hesaplanmasında yer almaktadır. Her ayın ilk iki haftasında toplanan veriler ışığında bu alt endeksler yeniden hesaplanır. Ekonomik güven endeksi 100’ün üzerinde olduğunda genel ekonomik görünümde iyimserlik, 100’ün altında olduğunda ise kötümserlik sinyali vermektedir (TÜİK, 2023).

Ekonomik güven, sosyal yaşamın ve politik istikrarın temel bileşenlerinden biridir. Bireylerin ve işletmelerin geleceğe dair güven duymaları, tüketim ve yatırım kararlarını doğrudan etkiler. Güven seviyesi yüksek olduğunda, tüketiciler daha fazla harcama yapma ve işletmeler yeni yatırımlar gerçekleştirme eğilimindedir. Bu durum, ekonomik büyümenin ve istihdamın artmasına katkıda bulunur. Ancak, ekonomik güvenin düşük olduğu dönemlerde, harcama ve yatırım eğilimleri azalabilir; bu da ekonomik daralmaya, işsizliğe ve sosyal huzursuzluğa yol açabilir (Özsağır, 2007, s.50). Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde, ekonomik güven endeksleri sadece ekonomik performansın bir göstergesi olarak değil, aynı zamanda politik istikrarın bir barometresi olarak da görülmektedir. Ekonomik güvenin düşüşü, hükümetlere olan güvenin azalmasına ve toplumsal memnuniyetsizliğin artmasına neden olabilir. Özellikle seçim dönemlerinde ekonomik güvenin düşük seyretmesi, mevcut hükümetlerin oy kaybetme

riskini artırabilir ve yeni politik aktörlerin yükselişine zemin hazırlayabilir (Kavakcı ve Görmüş, 2018, s.83). Ekonomik güvenin sosyal etkileri de derin olabilir. Güven endeksindeki dalgalanmalar, bireylerin genel iyimserlik veya karamsarlık düzeylerini etkileyebilir, bu da sosyal uyumu, toplumsal huzuru ve bireylerin yaşam memnuniyetini doğrudan etkiler. Ekonomik belirsizliğin yüksek olduğu dönemlerde, bireyler ve haneler tasarruf eğilimine yönelebilir, bu da tüketim harcamalarını kısıtlayarak ekonomik büyümeyi olumsuz etkileyebilir.

Sonuç olarak, Türkiye’de ekonomik güven endeksinin dalgalanmaları hem sosyal hem de politik düzeyde önemli etkiler yaratmaktadır. Ekonomik güvenin yüksek olduğu dönemler, genellikle ekonomik büyüme, toplumsal huzur ve politik istikrarla ilişkilendirilirken; düşük güven seviyeleri ekonomik durgunluk, sosyal gerilimler ve politik değişimlere yol açabilir. Bu nedenle, ekonomik güven endeksinin izlenmesi ve analiz edilmesi, sadece ekonomik planlamalar için değil, aynı zamanda sosyal politikalar ve politik stratejiler için de kritik öneme sahiptir.

Çalışmanın ilerleyen aşamalarında, öncelikle kapsamlı bir literatür taraması yapılmakta, ardından veri seti ve kullanılan yöntemin ayrıntılı açıklamaları sunulmaktadır. Bir sonraki bölümde ise araştırma konusu ele alınmaktadır. Sonuç bölümünde ise elde edilen ampirik bulgulara dayanılarak politika önerileri verilmektedir.

2.LİTERATÜR TARAMASI

Konuyla ilgili alan yazın, ekonomik güven endeksinin sanayi üretiminden yabancı yatırımlara, hisse senetlerinden konut fiyatlarına kadar geniş bir yelpazede farklı ekonomik değişkenlerle etkileşim halinde olduğunu göstermektedir.

Örneğin, sanayi üretimi ve ekonomik güven endeksi arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalara bakıldığında; Aytekin (2020) çalışmasında sanayi üretimi, döviz kuru ve ekonomik güven endeksi arasındaki ilişkiyi Türkiye’yi baz alarak incelemiştir. 2008-2020 yılları arasındaki aylık verilerin kullanıldığı çalışmada değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi analiz edilmiştir. Yapılan test sonuçlarına göre değişkenler arasında nedensellik ilişkisi tespit edilmiş olup bu değişkenlerde oluşacak bir gelişmenin Türkiye ekonomisini etkileyebileceği saptanmıştır. Benzer şekilde Aytekin ve Bozkaya (2021) tarafından yapılan çalışmada; Türkiye’deki makro göstergelerin ekonomik güven üzerindeki etkileri, 2008-2019 dönemine ait aylık veriler kullanılarak analiz edilmiştir. Ampirik bulgular, değişkenler arasında eş bütünleşme ilişkisinin var olduğu ve bu ilişkinin uzun dönemli bir ilişki olduğu yönündedir. Ayrıca Türkiye’de işsizlik, enflasyon ve ihracat değişkenleriyle ekonomik güven arasında negatif yönlü bir ilişkinin olduğu tespit edilirken; reel döviz kuru, sanayi üretimi ve ithalat değişkenleriyle ekonomik güven arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir.

Bunun yanı sıra Demirgil (2019) çalışmasında ekonomik büyümenin güven faktöründen etkilenip etkilenmediğini analiz etmiştir. Ekonomik güven endeksi ve sanayi üretim endeksi değişkenlerine ait 2010-2018 yıllarını kapsayan aylık verilerin kullanıldığı çalışmada yöntem olarak Autoregressive Distributed Lag (ARDL) eş bütünleşme testi kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre değişkenler arasında eş bütünleşme ilişkisinin olduğu ve güven endeksinde oluşan %1’lik bir artışın, ekonomik büyüme üzerinde %0,56’lık bir artış meydana getirdiği tespit edilmiştir.

Literatürde hisse senedi endeksleri ile ekonomik güven endeksleri arasında da birçok çalışmanın varlığı tespit edilmiştir. Örneğin; Eyüboğlu ve Eyüboğlu (2017) hisse senedi endekslerinden Borsa İstanbul (BIST) Sınai, BIST 100 ve BIST Hizmetler endeksleri ile ekonomik güven endeksi arasındaki ilişkiyi 2012-2016 yıllarını kapsayan aylık

veriler ile incelemişlerdir. Yapılan nedensellik testi sonuçlarına göre endeksler ile güven endeksi arasında uzun dönemli bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra Demir (2021), 2007-2020 yıllarına ait aylık verileri kullandığı çalışmada ekonomi güven endeksi ile çeşitli yatırım araçları arasındaki nedensellik ilişkisini incelemiştir. Analiz sonucunda ekonomi güven endeksinin, devlet iç borçlanma senetlerinin getirilerinin nedeni olduğu saptanmıştır; ancak ekonomi güven endeksinin genel bir öncü gösterge fonksiyonu taşımadığı görülmüştür. Ayrıca hisse senedi, döviz ve devlet iç borçlanma senetlerinden ekonomi güven endeksine doğru nedensellik ilişkileri tespit edilmiştir. Zamanla değişen ilişkiler, kayan pencereler yaklaşımı ile değerlendirilmiş ve ekonomik güvenin düşük olduğu dönemlerde bu ilişkilerin güçlendiği sonucuna ulaşılmıştır. Bunlara ek olarak, Evcı (2019), ekonomik güven endeksi ile altın fiyatları, BIST 100 ve dolar kuru arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmada, Türkiye'ye ait 2007-2019 yıllarını kapsayan aylık verileri kullanmıştır. Yapılan nedensellik analizi sonuçlarına göre USD/TL kurundan ekonomik güven endeksine doğru tek taraflı bir ilişkinin olduğu, ekonomik güven endeksi ile altın fiyatları arasında herhangi bir nedenselliğin söz konusu olmadığı ve ekonomi güven endeksinden BIST100 endeksine doğru tek taraflı bir ilişkinin var olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Altın, dolar kuru ve ekonomik güven endeksi arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalardan biri olan Güngör (2019), finansal yatırım araçlarından altın ve ABD doları ile ekonomik güven endeksi arasındaki ilişkiyi 2007-2017 yıllarını kapsayan veriler ile analiz etmiştir. Yapılan Granger nedensellik analizi sonuçlarına göre ABD doları ve altın reel getirisi ile ekonomik güven endeksi arasında tek yönlü bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Ayrıca her iki değişken ile ekonomik güven endeksi arasında negatif korelasyon olduğu, buna karşın altın ve ABD doları arasında pozitif korelasyon olduğu saptanmıştır. Barışık ve Dursun (2020) Türkiye'yi baz aldıkları çalışmalarında, ekonomik güven endeksi ile ABD dolar kuru ve altın fiyatları arasındaki ilişkiyi 2007-2019 dönemine ait aylık veriler ile analiz etmiştir. Elde edilen bulgular ABD doları, ekonomik güven endeksi ve altın değişkenleri arasında uzun dönemde bir eş bütünleşme ilişkisinin olduğunu göstermektedir. Ayrıca yapılan nedensellik analizi sonuçlarına göre, değişkenler arasında kısa dönemli nedensellik ilişkisinin varlığı ortaya konmuştur.

Makroekonomik göstergeler ve ekonomik güven endeksi arasındaki çalışmalara bakıldığında da Tekin ve Zeren (2023) çalışmalarında, ithalat ve ihracat miktar endeksleri ile ekonomik güven endeksi arasındaki ilişkiyi nedensellik testi ile incelemiştir. Türkiye'ye ait 2013/1-2021/6 döneminin baz alındığı çalışmada, ekonomik güven endeksi ile ithalat ve ihracat miktar endeksleri arasında karşılıklı bir nedensellik ilişkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aynı şekilde, Demir'in (2021) çalışması da makroekonomik göstergeler ile ekonomik güven endeksi arasındaki ilişkiye odaklanmış ve ekonomik güvenin makroekonomik performans üzerindeki etkilerini analiz etmiştir. Her iki çalışma da, ekonomik güven endeksinin dış ticaret ve genel ekonomik aktivite ile nasıl ilişkili olduğunu göstermesi açısından literatüre önemli katkılar sunmaktadır.

Yalçın, Tıraşoğlu ve Çevik (2017) ekonomik güven endeksi ile bölgesel bazlı konut fiyat endeksi arasındaki ilişkiyi 2010-2017 dönemine ait aylık veriler ile ARDL sınır testi ve nedensellik testleri aracılığıyla incelemiştir. Analiz sonuçlarına göre ekonomik güven endeksi ile Akdeniz ve Doğu Karadeniz bölgelerindeki konut fiyatları arasında çift yönlü nedensellik ilişkisinin olduğu ve yine aynı bölgelerin ekonomik güven endeksi ile uzun dönem ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Yıldız (2022) Türkiye’de ekonomik güven endeksi ile doğrudan yabancı yatırımlar arasındaki nedensellik ilişkisini incelediği çalışmasında 2007-2022 yıllarına ait aylık verileri kullanmıştır. Analize göre ekonomik güven endeksinin doğrudan yabancı yatırımların Granger nedeni olduğu ve bu ilişkinin tek yönlü olduğu tespit edilmiştir.

Eryüzlü ve Hopoğlu (2020) Türkiye ve Almanya’daki ekonomik beklentilerin etkileşimini araştırmak için 2007/1-2019/5 dönemine ait Center for European Economic Research (ZEW) endeksi ve ekonomi güven endeksi verilerini kullanarak nedensellik analiz yapmıştır. Elde edilen bulgulara göre ZEW endeksinden ekonomi güven endeksine doğru tek taraflı bir nedensellik mevcuttur. Yani Alman ekonomisinde oluşan bir beklentinin Türk ekonomisini doğrudan etkilediği tespit edilmiştir.

3. VERİ SETİ VE YÖNTEM

3.1. Veri Seti

Çalışmada Türkiye’de EGE sosyal ve politik etkiler açısından analiz edilmektedir. Ekonomik güveni ölçmek amacı ile EGE verilerinden faydalanılırken; sosyal etkiler olarak işsizlik oranları, politik etkiler olarak ise sosyal harcamalar ve hükümet etkinliği verileri baz alınmıştır. EGE, sosyal harcamalar ve işsizlik oranları verileri OECD veri tabanından elde edilirken, hükümet etkinliği verisi Dünya Bankası veri tabanından elde edilmiştir. Çalışmada 1993-2023 dönemine ait aylık veriler kullanılarak değişkenler arasında nedensellik analizi yapılmıştır. Fakat veri kısıtı nedeniyle ekonomik güven endeksi ile hükümet etkinliği arasındaki nedensellik analizi 2002-2023 dönemi baz alınarak analiz edilmiştir. Çalışmada kullanılan değişkenler Tablo 1’de açıklanmaktadır.

Tablo 1. Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı Bilgiler

Değişkenler	Tanım	Kaynak
EGE	Ekonomi Güven Endeksi	OECD
HE	Hükümet Etkinliği Endeksi	WGI
SH	Net Toplam Sosyal Harcamalar Oranı (GSYH)	OECD
ISZ	İşsizlik oranı (%)	OECD

EGE, tüketicilerin ekonomiye olan güvenini göstermektedir. Hane halklarının tüketim ve tasarruflarının gelecekteki gelişimine ilişkin bir gösterge sağlayan standartlaştırılmış bir güven göstergesidir. Endeks, hane halkının beklenen mali durumu, genel ekonomik durum hakkındaki düşünceleri, işsizlik ve tasarruf kabiliyetine ilişkin cevaplara dayanmaktadır. Göstergenin 100’ün üzerinde olması, tüketicilerin gelecekteki ekonomik duruma ilişkin güvenlerinin arttığına, bunun sonucunda da tasarruf etmeye daha az eğilimli ve önümüzdeki 12 ay içinde büyük alımlar için para harcamaya daha eğilimli olduklarına işaret etmektedir. 100’ün altındaki değerler ekonomide gelecekteki gelişmelere yönelik kötümser bir tutuma işaret etmekte ve muhtemelen daha fazla tasarruf etme ve daha az tüketme eğilimiyle sonuçlanmaktadır (TÜİK, 2023).

Hükümetin etkinliği; kamu hizmetlerinin kalitesini, siyasi baskılardan bağımsızlığı, politika oluşturma ve uygulamayı kapasitesini, ayrıca hükümetin bu politikalara bağlılığının güvenilirliğini yansıtır (Kaufmann ve Kraay, 2023). Endeks, -2.5 ile 2.5 arasında değişmekte olup, daha yüksek değerler kamu hizmetlerinin daha kaliteli ve verimli olduğunu göstermektedir.

Sosyal harcamalar nakdî yardımları, doğrudan aynı mal ve hizmet tedarikini ve sosyal amaçlı vergi indirimlerini kapsar. Yardımlar düşük gelirli haneleri, yaşlıları, engellileri, hastaları, işsizleri veya gençleri

hedefleyebilir. Programların “sosyal” olarak nitelendirilebilmesi için kaynakların hane halkları arasında yeniden dağıtımını ya da zorunlu katılımı içermesi gerekir.

3.2. Yöntem

Klasik Augmented Dickey-Fuller (ADF) (1979) testi genel olarak Eşitlik (1) deki gibi gösterilmektedir.

$$\Delta y_t = \beta_0 + \beta_1 y_{t-1} + \beta_2 \text{trend} \quad (1)$$

Burada y_t bağımsız değişkeni β_0 sabit terimi, β_1 bağımsız değişkenin gecikmeli değerini ve β_2 ise trendi ifade etmektedir. ADF testi, β_1 parametresinin anlamlı olup olmadığını test ederek değişkenin birim kök içerip içermediğini tespit etmektedir. Fakat ADF testi yapısal kırılma olması durumunda etkin ve tutarlı sonuçlar vermemektedir. Bundan dolayı Enders ve Lee (2012) tarafından geliştirilen ve Eşitlik 1’de gösterilen klasik ADF modeline, Eşitlik 2’de gösterilen Fourier terimleri eklenerek birim kök analizleri Eşitlik 3’de gösterilen model üzerinden yapılmaktadır. Bir başka ifade ile Fourier ADF testi Eşitlik 3’te gösterilen denklem üzerinden yapılmaktadır.

$$\beta_3 \sin\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \beta_4 \cos\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + u_t \quad (2)$$

$$\Delta y_t = \beta_0 + \beta_1 y_{t-1} + \beta_2 \text{trend} + \beta_3 \sin\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \beta_4 \cos\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + u_t \quad (3)$$

Burada sin ve cos Fourier fonksiyonlarını, k hesaplanan frekans değerlerini, t trendi, π sabit pi değerini, T gözlem sayısını ifade etmektedir.

Bu bağlamda FADF testinde ilk olarak F testi ile β_3 ve β_4 parametrelerinin anlamlılığı sınanarak Fourier terimlerinin istatistikî olarak anlamlı olup olmadıklarına karar verilmektedir. Buna göre Fourier terimlerinin anlamlı olması durumunda FADF testi yapılırken, Fourier terimlerinin anlamsız olması durumunda ise ADF gibi klasik birim kök testleri tercih edilmektedir.

Literatürde nedensellik analizi Granger (1969) ile başlamaktadır. Granger (1969) Vector Autoregression (VAR) analizleri ile değişkenler arasında nedensellik ilişkisini araştırmaktadır. Fakat Granger (1969) testinde değişkenlerin durağan olmaması veya eş bütünleşik olmaları durumunda bu test yapılamamaktadır. Granger (1969) testinin yapılabilmesi için durağanlığı ve eş bütünleşik olup olmamaları gibi önsel testlerin zorunluluğu bulunmaktadır. Bu durumu dikkate alan Toda ve Yamamoto (1995) değişkenlerin maksimum bütünleşik değerlerine dayanan VAR (p+d) Eşitlik (4)’de ifade edilen modeli geliştirmişlerdir.

$$y_t = \alpha + \beta_1 y_{t-1} + \dots + \beta_p + d y_{t-(p+d)} + \varepsilon_t \quad (4)$$

Burada p gecikme uzunluğunu d ise değişkenlerin maksimum gecikme mertebesini ifade etmektedir. Granger (1969) testi gibi Toda Yamamoto (1995) testi de yapısal kırılmaları dikkate almadığından her iki testte de temel hipotezi reddetme eğilimi bulunmaktadır. Bu durum yapısal kırılmalara karşı Toda Yamamoto (1995) testinin güvenilir olmadığını ifade etmektedir. Bu soruna çözüm olarak Enders ve Jones (2016) VAR analizlerinde Eşitlik (5) ve Eşitlik(6)’da gösterildiği gibi Fourier fonksiyonlarını kullanarak yapısal kırılmaları dikkate alan yeni bir test geliştirmiştir.

$$Y_t = \alpha_{01} + \sum_{t=1}^p \alpha_{1i} Y_{t-i} + \sum_{t=1}^p \beta_{1i} X_{t-i} + \phi_1 \sin\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \phi_2 \cos\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + e_{1t} \quad (5)$$

$$X_t = \alpha_{02} + \sum_{t=1}^p \alpha_{2i} Y_{t-i} + \sum_{t=1}^p \beta_{2i} X_{t-i} + \phi_3 \sin\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \phi_4 \cos\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + e_{2t} \quad (6)$$

Burada α_{01} ve α_{02} sabit terimleri, k hesaplanan frekans değerlerini, t trendi, π sabit pi değerini, T gözlem sayısını ifade etmektedir. Sin ve cos ise trigonometrik terimleri göstermektedir (Banerjee, Arčabić ve Lee vd et al., 2017, s.:116).

Nazlıoğlu, Görmüş ve Soytaş vd. (2016) ise Eşitlik 7 ve 8’de gösterildiği gibi nedensellik analizinde Toda Yamamoto (1995/2016) prosedürüne Fourier fonksiyonlarını ekleyerek Enders ve Jones (2016) testini geliştirmişlerdir.

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 \sin\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \beta_2 \cos\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \sum_{t=1}^{1+dmax} \phi_i Y_{t-i} + \sum_{t=1}^{1+dmax} \phi_i X_{t-i} + u_t \quad (7)$$

$$X_t = \delta_0 + \delta_1 \sin\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \delta_2 \cos\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \sum_{t=1}^{1+dmax} \phi_i Y_{t-i} + \sum_{t=1}^{1+dmax} \phi_i X_{t-i} + v_t \quad (8)$$

Burada sin ve cos terimleri trigonometrik terimleri, 1+dmax maksimum durağanlık düzeyini ve i bilgi kriterlerine göre belirlenen gecikme sayısını göstermektedir.

4.ARAŞTIRMA BULGULARI

Çalışmada hem değişkenlerin uğramış oldukları şokların kalıcı olup olmadığını belirlemek hem de Fourier Toda Yamamoto (1995) nedensellik analizi yapıldığı için değişkenlerin maksimum entegre derecelerini belirlemek adına birim kök analizi yapılmaktadır. Bu bağlamda ilk olarak birim kök analizi yapılırken Fourier terimlerinin istatistiki olarak anlamlı olması durumunda Fourier ADF (FADF) birim kök testi tercih edilirken Fourier terimlerinin anlamsız olması durumunda ise klasik ADF testi yapılmaktadır. Bu bağlamda çalışmada yapılan birim kök analiz sonuçları Tablo 2’de sunulmaktadır.

Tablo 2. Birim Kök Test Sonuçları

Değişkenler	Sabit ve Trendli	
	ADF	FADF
Düzyer Değerleri		
TR		-1.892
ISZ	-2.845	
EGE	-2.953	
HE	-1.167	
Birinci Farkları	ADF	FADF
TR		-5.502*
ISZ	-4.565*	
EGE	-5.482*	
HE	-5.203*	

Not: ADF (Augmented Dickey Fuller) FADF (Fourier Augmented Dickey Fuller). * Durağanlığı ifade etmektedir.

Tablo 2’de görüldüğü üzere değişkenlerin klasik ADF ve FADF birim kök sonuçları görülmektedir. Birim kök analizinde öncelikle her bir değişken için Fourier terimlerinin anlamlılığı sınanmıştır. Fourier terimleri anlamlı bulunan değişkenlerin birim kök analizi FADF testi ile yapılırken Fourier terimlerinin anlamsız olduğu durumda ise değişkenlerin birim kök analizleri klasik ADF testi ile yapılmaktadır. Bu bağlamda Tablo 2’den görüldüğü üzere ilk olarak transfer harcamalarının Fourier anlamlılığı sınanmış ve değişkene ait F testi değeri 9.524, frekans değeri 1, uygun gecikme uzunluğu ise 2 olarak bulunmuştur. Enders ve Lee (2012) tablo kritik değerleri ile hesaplanan test istatistiği kıyaslandığında %5 anlamlılık düzeyinde 9.14 tablo F kritik değeri hesaplanan 9.524 F değerinden küçük olduğu için temel hipotez reddedilerek Fourier terimlerinin anlamlı olduğu bulgusuna ulaşılmaktadır.

Bir sonraki aşamada ise birim kök analizi için hesaplanan FADF değeri ile tablo kritik değeri karşılaştırılarak değişkenin birim kök içerip içermediğine karar verilmektedir. Bu bağlamda %5 anlamlılık düzeyinde hesaplanan FADF (-1.892) değeri mutlak değerce tablo kritik değerinden (-4.35) küçük olduğu için değişkenin birim kök içermediğini ifade eden temel hipotez reddedilemez. Bir başka ifade ile değişkenin birim kök içerdiği sonucuna varılmaktadır. Değişkenin kaçınıcı dereceden durağan olduğuna karar vermek için değişkenin birinci farkı alınarak tekrar FADF testi uygulanarak Tablo 2’de görüldüğü üzere birinci farkında durağan olduğu bulgusuna ulaşılmaktadır.

Benzer süreç işsizlik değişkeni için de yapılarak Fourier terimlerinin anlamlı olup olmadığına karar verilmektedir. Bu anlamda işsizlik değişkeni hesaplanan F testi 1.514 bulunmuştur. Bu değer %5 anlamlılık düzeyinde 9.14 tablo F kritik değerinden küçük olduğu için temel hipotez reddedilemeyerek Fourier terimlerinin anlamsız olduğu bulgusuna ulaşılmaktadır. Bundan dolayı işsizlik değişkeni için FADF yerine klasik ADF birim kök testi tercih edilmektedir. Tablo 2’de görüldüğü üzere işsizlik değişkeni için yapılan ADF birim kök testi sonuçları değişkenin birinci farkında durağan olduğunu göstermektedir. Aynı şekilde ekonomik güven endeksi ve hükümet etkinliği için de yapılan tahminlerde Fourier terimlerinin anlamsız olduğu bulgusuna ulaşılarak FADF testi yerine ADF testi ile birim kök analizi yapılmış ve değişkenin birinci farkında durağan olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Çalışmada ekonomik güven endeksi, transfer harcamaları ve hükümet etkinliği arasındaki nedensellik ilişkisi Fourier Toda Yamamoto nedensellik metodu ile analiz edilmektedir. Diğer bir ifade ile transfer harcamaları, işsizlik ve hükümet etkinliği faktörlerinin ekonomik güven endeksinin belirleyeni olup olmadığı Fourier fonksiyonlara dayalı olarak analiz edilmektedir. Bu bağlamda yapılan test sonuçları Tablo 3’te sunulmaktadır.

Tablo 3. Fourier Nedensellik Testi Sonuçları

Testler	k	p	Wald Testi	Asemtotik p Değeri
TR>EGE	1	4	13.943	.007***
ISZ>EGE	2	1	0.21338	.644
HE>EGE	1	4	13.999	.007***

Not: Optimal k ve p değerleri Akaike bilgi kriterlerine göre belirlenmiştir. Bootstrap p değerleri 1000 simülasyon sonucuna göre belirlenmiştir. *** ifadesi %1 istatistikî anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 3’te öncelikli olarak sosyal politikaların bir göstergesi olarak kullanılan transfer harcamaları ile ekonomik güven endeksi, çalışmanın amacı doğrultusunda tek taraflı olarak analiz edilmektedir. Tablo 3’ten görüldüğü üzere transfer harcamalarının ekonomik güven endeksine neden olmadığını ifade eden temel hipotez 0.007

olasılık değerine göre reddedilmektedir. Bir başka ifade ile transfer harcamalarından ekonomik güven endeksine doğru bir nedensellik ilişkisi bulunmuştur.

Tablo 3’ün ikinci sütununda ise sosyal politikaların bir başka göstergesi olan işsizlik oranı ile ekonomik güven endeksi arasındaki nedensellik ilişkisi araştırılmaktadır. Transfer harcamalarında olduğu gibi işsizlik oranı ile ekonomik güven endeksi arasında tek taraflı bir nedensellik ilişkisi test edilmektedir. Tablo 3’ten görüldüğü üzere işsizlik oranının ekonomik güven endeksine neden olmadığını ifade eden temel hipotez 0.644 olasılık değerine göre reddedilememektedir. Bir başka ifade ile işsizlik oranlarından ekonomik güven endeksine doğru bir nedensellik ilişkisi bulunamamıştır. Bu bulgu, Topçu (2024) çalışmasından elde edilen sonuçları desteklemektedir.

Nedensellik testinde son olarak politik istikrarın ve kamusal politikaların niteliği konusunda önemli bir gösterge olan hükümet etkinliği ile ekonomik güven endeksi arasında nedensellik ilişkisi test edilmektedir. Hükümet etkinliği ile ekonomik güven endeksi arasındaki nedensellik ilişkisine dair bulgular Tablo 3’ün son sütununda gösterilmektedir. Bu bağlamda hükümet etkinliğinin ekonomik güven endeksine neden olmadığını ifade eden temel hipotez 0.007 olasılık değeri ile istatistiki olarak reddedilmektedir. Bu bulgu hükümet etkinliğinin ekonomik güven endeksinin sağlanmasının bir nedeni olduğunu ifade etmektedir.

5.SONUÇ

Bu çalışmada Türkiye’de sosyal ve politik uygulamaların ekonomik güven endeksine etkisi Fourier nedensellik analizi ile incelenmektedir. Bu kapsamda sosyal uygulamaların göstergesi olarak transfer harcamaları ve işsizlik oranı kullanılırken politik açıdan ise hükümet etkinliği değişkeni kullanılmaktadır. Transfer harcamaları, işsizlik seviyesi ve hükümet etkinliği ekonominin genel durumunu yansıtmakta oynadıkları rolün yanı sıra bir ülkede ekonomiye olan güvenin algısında da önemli rol oynamaktadır. Transfer harcamaları ve işsizlik oranı, ülkelerin sosyal politikalarının değerlendirilmesinde önemli iki kriterdir. Politik açıdan ise birçok kriter bulunsa da, hükümet etkinliği önemli bir gösterge olarak öne çıkmaktadır. Hükümetin etkinliği, kamu hizmetlerinin kalitesini, siyasi baskılardan bağımsızlığı, politika oluşturma ve uygulamayı ve hükümetin bu politikalara bağlılığının güvenilirliğini yansıtmaktadır.

Yapılan ampirik testler sonucu işsizlik oranı ile ekonomi güven endeksi arasında nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir. Bir başka ifade ile işsizlik oranlarından ekonomi güven endeksine doğru bir nedensellik bulunamamıştır. Bu bulgu işsizlik oranlarının ekonomi güvenliğini olumlu yönde belirleyen önemli bir faktör olmadığını göstermektedir. Bir başka deyişle işsizlik oranlarının artması ülkede ekonomiye olan güveni olumsuz yönde etkileyebilmektedir. İşsizlik makro ekonomik açıdan da ekonominin önemli bir göstergesidir. İşsizlik oranlarının artması ekonomik daralmayı ifade ettiğinden ekonomiye olan güven algısını ve ekonomik politikalara olan güveni olumsuz etkilemektedir. Bu bağlamda işsizlik oranlarının Türkiye’de ekonomik güveni olumsuz yönde etkileyen önemli bir faktör olduğu söylenebilir.

Transfer harcamaları ile ekonomik güven endeksi arasında yapılan Fourier nedensellik analizine göre ise transfer harcamalarından ekonomik güven endeksine doğru bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Bu sonuç transfer harcamalarının Türkiye’de ekonomiye olan güvenin sağlanmasında önemli bir faktör olduğunu göstermektedir.

Son olarak çalışmada hükümet etkinliği ile ekonomik güven endeksi arasında yapılan nedensellik testine göre hükümet etkinliğinden ekonomik güven endeksine doğru bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Bu sonuç

Türkiye’de ekonomik güvenin sağlanmasında siyasilere uygulanan politikalara bağı olmalarının ve bu politikalara uymalarının önem arz ettiğini göstermektedir. Ayrıca kamu hizmetlerinin kalitesinin ve niteliğinin artması ekonomik güvenin sağlanmasında önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Çalışmanın sonuçları, özellikle hükümet etkinliğinin ekonomik güvence üzerindeki paylaşım rolüne vurgu yaparak, sosyal politikaların ve politik yöntemlerin belirlenmesinde yeni bir bakış açısı sunmaktadır.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

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

Çıkar Çatışması

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

Etik Kurul Onayı

Bu araştırma Etik Kurul Onayı gerektirmemektedir.

KAYNAKÇA

- Aytekin, İ. (2020). Döviz kuru sanayi üretimi ve ekonomik güven arasındaki ilişkinin analizi: Türkiye örneği. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 322-330. doi: <https://doi.org/10.47130/bitlissos.798185>
- Aytekin, İ. ve Bozkaya, Ş. (2021). Makro iktisadi göstergelerin ekonomik güven üzerindeki etkilerinin analizi: Türkiye örneği, *İstatistik ve Uygulamalı Bilimler Dergisi*, 2(1) 55–68. doi: <https://doi.org/10.52693/jsas.932931>
- Banerjee, P., Arčabić, V. ve Lee, H. (2017). Fourier ADL cointegration test to approximate smooth breaks with new evidence from crude oil market. *Economic Modelling*, 67, 114-124.
- Barışık, S. ve Dursun, E. (2020). Türkiye’de ekonomik güven endeksi ile altın fiyatları ve döviz kuru arasındaki ilişkinin analizi. 5.İKSAD Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi (s. 370-384). Tokat: İKSAD Journal. doi: <https://doi.org/10.31623/iksad062313>
- Demir, F. (2021). Ekonomik güven endeksi ve finansal yatırım araçları reel getirileri arasındaki zamanla değişen nedensellik ilişkisi: Türkiye örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 12(31), 734-751. doi: <https://doi.org/10.21076/vizyoner.881129>
- Demir, M. ve Eminer, F. (2014). Kredi derecelendirme kuruluşları üzerine düşünceler. *LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 96-113.
- Demirgil, B. (2019). Ekonomik büyümede güven faktörünün etkisi: Türkiye örneği. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 155-163.
- 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.
- Enders, W. ve Jones, P. (2016). Grain Prices, Oil Prices, and Multiple Smooth Breaks in a VAR. *Studies in Nonlinear Dynamics & Econometrics*, 20(4), 399-419.
- Enders, W., & Lee, J. (2012). The flexible Fourier form and Dickey–Fuller type unit root tests. *Economics Letters*, 117(1), 196-199.
- Eryüzlü, H. ve Hopoğlu, S. (2020). Almanya ve Türkiye ekonomik beklentilerinin karşılaştırılması: ZEW ve ekonomik güven endeksi duyarlılık göstergelerinin analizi. *Alphanumeric Journal*, 8(1), 131-142. doi: <https://doi.org/10.17093/alphanumeric.590209>
- Evcı, S. (2019). Ekonomik güven endeksi ile yatırım araçları arasındaki nedensellik ilişkisi: Toda-Yamamoto yaklaşımı. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11 (4), 2893-2901. doi: 10.20491/isarder.2019.782
- Eyüboğlu, K. ve Eyüboğlu, S. (2017). Ekonomik güven endeksi ile hisse senedi fiyatları arasındaki ilişkinin incelenmesi: Türkiye örneği. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(2), 603-614.
- Gökalp, N. (2003). Ekonomide güven faktörü. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 10(2), 163-174.
- Granger, C. W. (1969). Investigating causal relations by econometric models and cross-spectral methods. *Econometrica: journal of the Econometric Society*, 424-438.
- Güngör, S. (2019). Ekonomik güven endeksi ve finansal yatırım araçları getirileri arasındaki nedensellik ilişkisi: 2007-2017 döneminde ABD doları ve altın getirileri örneği. *Journal of Management and Economics Research*, 17(1), 22-39. doi: <https://doi.org/10.11611/yead.463214>
- Kauffmann, D. ve Kraay, A. (2023) Worldwide Governance Indicators. World Bank Group: <https://www.worldbank.org/en/publication/worldwide-governance-indicators> adresinden alındı
- Kavakcı, S. ve Görmüş, Ş. (2018). Sosyal sermaye bağlamında güven kavramı: Dini, toplumsal ve iktisadi etkisi. *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 4(1), 79-95.
- Nazlıoğlu, S., Görmüş, N. A., Soytaş, U. (2016). Oil prices and real estate investment trusts (REITs): Gradual-shift causality and volatility transmission analysis. *Energy Economics*, 60, 168-175.
- Özsağır, Y. (2007). Ekonomide güven faktörü. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(20), 46-62.
- Tekin, E. ve Zeren, F. (2022). Ekonomik güven endeksi ile ihracat miktar endeksi ve ithalat miktar endeksi arasındaki

- nedensellik ilişkisi: Türkiye örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Dergisi*, 6(2), 235-250. doi: <https://doi.org/10.31200/makuubd.1116159>
- Toda, H. Y. ve Yamamoto, T. (1995). Statistical inference in vector autoregressions with possibly integrated processes. *Journal of Econometrics*, 66(1-2), 225-250.
- Topçu, U. (2024). Tüketici güven endeksinin belirleyicileri: Türkiye Örneği. *Parion Akademik Bakış Dergisi*, 3(2), 67-83.
- TÜİK (2023, Aralık). Ekonomik Güven Endeksi İstatistikleri [Ekonomik Güven Endeksi, 49725]. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Ekonomik-Guven-Endeksi-Aralik-2023-49725> adresinden alınmıştır.
- Yalçın, E. C., Tıraşoğlu, M. ve Çevik, E. (2017). Bölgesel bazlı konut fiyat endeksi ile ekonomik güven endeksi arasındaki ilişkinin ekonometrik analizi: Türkiye örneği. *Girişimcilik ve Kalınma Dergisi*, 12, 123-137.
- Yıldız, M. (2022). Doğrudan yabancı yatırımlar ve ekonomik güven ilişkisi: Türkiye örneği. 9. Uluslararası Bilimsel Çalışmalar Kongresi içinde (ss. 267-274).

Article Type: Research Article

PRODUCT CONCENTRATION AND DIVERSIFICATION IN INTERNATIONAL TRADE: A COMPARISON BETWEEN TÜRKİYE AND CHINA

Uluslararası Ticarete Ürün Yoğunlaşması ve Çeşitlendirme: Türkiye ile Çin Arasında Bir Karşılaştırma

Muhammed Fatih AYDEMİR*^{ID}

Author Information

* Lecturer Dr., Bursa Uludağ University, Vocational School of Social Sciences, Department of Foreign Trade, e-mail: mfaydemir@uludag.edu.tr

Keywords:

Concentration,
Diversification,
International Trade,
Türkiye,
China.

ABSTRACT

In order for countries to achieve stable and sustainable growth in international trade, it is necessary to reduce product concentration in exports and imports or to increase product diversification. The objective of this study is to analyze the product concentration and diversification in exports and imports for Türkiye and China, which represents the largest share of Türkiye's imports and is the world's largest exporter. Additionally, a comparative analysis between the two countries will be conducted. The Harmonized System (HS) 2-digit foreign trade data for the period between 2001 and 2022 were obtained from the International Trade Centre (ITC) Trade Map database. Concentration and diversification analyses were conducted on the aforementioned data. The results of the analysis indicate a downward trend in Türkiye's product concentration in exports, with a lower concentration than that observed in China. Türkiye's product concentration in imports exhibited a decline until 2016, after which it began to increase significantly. When the two countries are compared, it is evident that Türkiye's product concentration in imports is lower than that of China. In recent years, Türkiye's product diversification coefficients in exports have been similar to China's, while China's product diversification in imports has been higher than Türkiye's. These comparisons demonstrate that product diversification is not only important in international trade, but also that the product groups in which the concentration is located are equally important.

Yazar Bilgileri

* Öğr. Gör. Dr., Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Dış Ticaret Bölümü, e-mail: mfaydemir@uludag.edu.tr

Anahtar Kelimeler:

Yoğunlaşma,
Çeşitlendirme,
Uluslararası Ticaret,
Türkiye,
Çin.

ÖZ

Ülkelerin uluslararası ticarete istikrarlı ve sürdürülebilir bir büyümeye sahip olabilmesi için ihracat ve ithalatta ürün yoğunlaşmasını azaltması veya ürün çeşitlendirmesini artırması gerekmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı ihracatta ve ithalatta ürün yoğunlaşması ve çeşitlendirmesinin Türkiye ile Türkiye'nin ithalatında en büyük paya sahip olan ve dünyanın en büyük ihracatçısı olan Çin için ortaya koyulması ve iki ülke arasında karşılaştırma yapılmasıdır. 2001-2022 dönemine ilişkin Harmonize Sistem 2 basamaklı dış ticaret verilerine International Trade Centre (ITC) Trade Map veritabanından ulaşılmıştır. Bu veriler için uluslararası ticarete yoğunlaşma ve çeşitlendirme analizleri yapılmıştır. Yapılan analizler neticesinde, Türkiye'nin ihracatındaki ürün yoğunlaşması düşüş eğiliminde olmakla birlikte, Çin'den daha düşük ürün yoğunlaşmasına sahip olduğu tespit edilmiştir. Türkiye'nin ithalatta ürün yoğunlaşması 2016 yılına kadar düşmüş, bu tarihten sonra önemli düzeyde artışa geçmiştir. İki ülke karşılaştırıldığında, Türkiye'nin ithalattaki ürün yoğunlaşması daha düşük seviyede gerçekleşmiştir. Son yıllarda Türkiye'nin ihracatta ürün çeşitlendirme katsayıları Çin ile benzer düzeyde gerçekleşirken, Çin'in ithalattaki ürün çeşitlendirmesi Türkiye'ye göre daha yüksek olmuştur. Yapılan karşılaştırmalar neticesinde uluslararası ticarete ürün çeşitlendirmenin önemli olduğu kadar, yoğunlaşmanın da hangi ürün gruplarında olduğunun da bir o kadar önemli olduğu anlaşılmıştır.

1.INTRODUCTION

The export sector plays a pivotal role in the sustainable economic growth of countries. To this end, it is essential to achieve stable and sustainable growth in exports. Consequently, countries with a more diverse range of products and/or countries in their export portfolio tend to have a more stable and sustainable export structure (Hesse, 2009: 55). Conversely, countries that export a limited number of products become increasingly reliant on foreign trade and may experience a decline in exports when demand for related products wanes (Küçükiremitçi et al., 2010: 2). In this context, it is advisable for countries to prioritize product diversification over the concentration of exports on a limited number of products (Altun & Benli, 2021: 139). This approach can help to mitigate fluctuations in exports and the risk of export shrinkage (Şanlı & Konukman, 2022: 159). Furthermore, countries that export fewer products are more susceptible to fluctuations in the prices of their exports and are more vulnerable to external shocks (Çevirmez, 2021: 1; Sarin et al., 2022: 1). In particular, this situation is more prevalent in developing countries that prioritize a limited number of low-tech products in their exports and in countries with a relatively low foreign trade volume (World Bank, 2010). Conversely, research indicates that developed countries and those with high foreign trade volumes tend to engage in a greater number of products in foreign trade (Akar & Ay, 2019: 117). Consequently, reducing product concentration or increasing product diversification in Türkiye's foreign trade is regarded as a crucial step for Türkiye to gain a competitive advantage in its foreign trade (Altay Topcu & Sümerli Sarıgül, 2019: 517). Table 1 presents a summary of Türkiye's foreign trade data.

Table 1. Türkiye's Foreign Trade Data (Million USD Dollars)

	Export	Import	Trade Volume	Net Trade
2001	31334	41399	72733	-10065
2002	36059	51550	87609	-15491
2003	47253	69337	116590	-22084
2004	63167	97538	160705	-34371
2005	73476	116771	190247	-43295
2006	85534	139572	225106	-54038
2007	107272	170063	277334	-62791
2008	132027	201964	333991	-69937
2009	102143	140928	243071	-38785
2010	113883	185544	299428	-71661
2011	134907	240842	375749	-105935
2012	152462	236545	389007	-84083
2013	161481	260823	422304	-99342
2014	166505	251142	417647	-84637
2015	143844	207236	351080	-63392
2016	142606	198602	341208	-55996
2017	156993	233800	390793	-76807
2018	167924	223047	390971	-55123
2019	180871	210347	391218	-29476
2020	169658	219514	389172	-49856
2021	225264	271423	496687	-46159
2022	254172	363711	617883	-109539

Source: Trade Map (2024), (<https://www.trademap.org/>)

Table 1 illustrates the remarkable growth of Türkiye's exports over the 2001-2022 period. From a base of USD 31 billion, exports have expanded to reach USD 254 billion. Moreover, there have been notable increases in imports and trade volume. Nevertheless, during this period, Türkiye exhibited a considerable imbalance in its external trade.

China is a pivotal foreign trade partner for Türkiye. In particular, China accounts for the largest share of Türkiye's imports and is the world's largest exporter. Table 2 illustrates the nature of the foreign trade between Türkiye and China.

Table 2. Foreign Trade between Türkiye and China (Million USD Dollars)

	Export from Türkiye to China	Import from Türkiye to China	Trade Volume	Export share	Import Share	Foreign Trade Share
2001	199373	925620	1124993	0.01	0.02	0.02
2002	268229	1368314	1636543	0.01	0.03	0.02
2003	504626	2610298	3114924	0.01	0.04	0.03
2004	391585	4476076	4867661	0.01	0.05	0.03
2005	549764	6885164	7434928	0.01	0.06	0.04
2006	693038	9669100	10362138	0.01	0.07	0.05
2007	1039523	13234092	14273615	0.01	0.08	0.05
2008	1437204	15658210	17095414	0.01	0.08	0.05
2009	1600296	12676573	14276869	0.02	0.09	0.06
2010	2269175	17180806	19449981	0.02	0.09	0.06
2011	2466316	21693336	24159652	0.02	0.09	0.06
2012	2833255	21295242	24128497	0.02	0.09	0.06
2013	3755649	25260751	29016400	0.02	0.10	0.07
2014	2970633	25732865	28703498	0.02	0.10	0.07
2015	2414790	24873457	27288247	0.02	0.12	0.08
2016	2329371	25440454	27769825	0.02	0.13	0.08
2017	2936262	23370620	26306882	0.02	0.10	0.07
2018	2912539	20719061	23631600	0.02	0.09	0.06
2019	2726571	19127972	21854543	0.02	0.09	0.06
2020	2866389	23040812	25907201	0.02	0.10	0.07
2021	3662823	32239211	35902034	0.02	0.12	0.07
2022	3281120	41353932	44635052	0.01	0.11	0.07

Source: Trade Map (2024), (<https://www.trademap.org/>)

As illustrated in Table 2, the volume of trade between Türkiye and China has exhibited a notable increase over time. From 2001 to 2022, Türkiye's exports to China increased from 200 million dollars to 3.28 billion dollars. Türkiye's imports from China increased to 41.3 billion dollars. Concurrently, China's share of Türkiye's imports increased to 13% in 2016, and has accounted for more than 10% of Türkiye's imports in recent years. China also stands out as the country with the largest foreign trade deficit. Table 3 presents the foreign trade data of China, which is a significant player in both Türkiye's and the global foreign trade landscape.

Table 3. China's Foreign Trade Data (Billion USD Dollars)

	Export	Import	Trade Volume	Net Trade
2001	266098	243553	509651	22545
2002	325596	295170	620766	30426
2003	438228	412760	850988	25466
2004	593326	561229	1154554	32097

Table 3. (Continued)

2005	761953	659953	1421906	102001
2006	968936	791461	1760396	177475
2007	1220060	956115	2176175	263944
2008	1430693	1132562	2563255	298131
2009	1201647	1005555	2207202	196092
2010	1577764	1396002	2973765	181762
2011	1898388	1743395	3641783	154994
2012	2048782	1818199	3866981	230583
2013	2209007	1949992	4159000	259015
2014	2342293	1959235	4301527	383058
2015	2281856	1681671	3963527	600185
2016	2118981	1588696	3707676	530285
2017	2271796	1840957	4112753	430839
2018	2494230	2134987	4629217	359243
2019	2498334	2066513	4564848	431821
2020	2588402	2057021	4645423	531381
2021	3361814	2675680	6037494	686134
2022	3593601	2715999	6309600	877603

Source: Trade Map (2024), (<https://www.trademap.org/>)

As evidenced by Table 3, China's foreign trade figures have experienced a notable surge. In particular, following China's accession to the World Trade Organization (WTO) in 2005, the growth in the country's foreign trade has accelerated. With the exception of 2009, China has consistently increased its exports on an annual basis, and currently holds the distinction of being the world's largest exporter, with approximately 3.6 trillion dollars in exports in 2022. Moreover, China has also experienced a notable expansion in its imports, becoming the world's second-largest importer by 2022. China's foreign trade surplus reached 877 billion dollars in 2022, representing a significant increase from previous years. Nevertheless, the transition from low-tech products to high-tech products has also had a significant impact on the increase in China's foreign trade volume, particularly in exports (Wang et al., 2020: 2). Moreover, China has emerged as a significant exporter of numerous products, largely due to its advancements in various sectors (Li et al., 2020: 11).

This study examines the diversification and concentration of products in Türkiye's and China's exports and imports. This study is expected to contribute to the existing literature on trade by demonstrating the importance of both diversification in exports and concentration in specific products, particularly value-added items. This is achieved through a comparison between the two countries. Furthermore, while product concentration in exports is a notable phenomenon, the reduction of product concentration in imports or the promotion of product diversification is crucial for the mitigation of import dependency.

2.LITERATURE REVIEW

A considerable body of research exists on the concentration of products in exports and imports. Some of this research is included here. According to the Hausmann et al. (2010), the increase in protectionism in foreign trade has led to an increase in the export concentration of countries. Hesse (2009) has highlighted a negative relationship

between export concentration and economic growth. In their study of South Africa for the period 1962-2000, Naudé and Rossouw (2008) concluded that the level of export concentration is high. Hamed et al. (2014) demonstrated that export diversification is positively associated with economic development among certain developing countries during the period spanning 2000 and 2008. Dumičić et al. (2018) discovered that the concentration of market share in global merchandise exports declined over the period from 1948 to 2016. In this process, the significance of developing countries in global trade increased, while developed countries concentrated on reciprocal trade. Sangita (2018) found that India's export diversification increased significantly during the period 1996-2017. However, this growth has recently shown signs of deceleration. Bashimov (2020) reached the conclusion that the product concentration in exports of the Baltic countries for the period 2001-2018 is moderate and decreases over time. Faiz and Maitra (2020) analyzed the export concentration of Bangladesh, China, Thailand and Vietnam. They discovered that the majority of Bangladesh's exports are concentrated in a single sector. Conversely, they found that China, Thailand, and Vietnam exhibited higher export diversification compared to Bangladesh. Erkan and Bozduman (2021) examined the 2000-2020 period and found that, in comparison to Japan, China's product concentration in exports decreased. It is therefore evident that product diversification and competitiveness in China's exports have increased. Hamidova (2021) comparatively analyzed the export diversification and concentration of Azerbaijan, Kazakhstan and Russia for the years 2005-2018. While all three countries exhibited low levels of export diversification, Azerbaijan demonstrated a comparatively lower degree of diversification relative to the other two countries. The analysis revealed that the export concentration of these countries was primarily focused on natural raw materials. Moreover, Sarin et al. (2022) emphasized that the relationship between export diversification and economic growth is positive in a significant number of studies. Similarly, Malindini (2022) discovered that export concentration was considerable in Sub-Saharan African countries between 2010 and 2019, which had a detrimental impact on economic growth. In a related study, Haini et al. (2023) investigated the role of export diversification in export growth in Brunei Darussalam between 1995 and 2019. The findings indicated that export diversification exerts a positive influence on export growth over the long term.

Upon analysis of the studies conducted on Türkiye, the study by Erlat and Akyüz (2001) emerges as a notable contribution. In this study, the concentration level of Türkiye's foreign trade was analyzed, and it was found that the concentration level of Türkiye's foreign trade in terms of goods and countries has been gradually decreasing. Küçükiremitçi et al. (2010) found that while the export concentration index on a product basis increased for the period 1990-2007, the export country concentration decreased. Aldan et al. (2012) concluded that Türkiye's export diversification increased both on the product and country basis during the 2003-2011 period. Erkan and Sunay (2016) found that country and product-based concentrations in Türkiye's exports decreased in the 2000-2014 period. Yılmaz et al. (2018) emphasized that product, activity and country-based diversification in Türkiye's foreign trade for the period 2003-2018 showed a significant increase in the last 15 years, but diversification has stagnated in recent years. Ünlü and Yıldız (2019) investigated the concentration of products in Türkiye's exports and imports according to technology levels in the period 1996-2017. The study revealed that the concentration of high-tech products in imports and exports was at a medium level. Concurrently, it was established that a considerable proportion of foreign trade is comprised of low- and medium-technology products. Yılmaz and Akkaya (2020) conducted a concentration

analysis of Türkiye's foreign trade with European Union (EU) countries for the period 2000-2019. The study revealed a decline in the concentration of Türkiye's exports and imports to the EU. In a subsequent study, Çevirmez (2021) observed that product concentration in Türkiye's exports exhibited an upward trend in specific periods, while country concentration declined over time in the 1996-2018 period. Başyigit and Uzun Kart (2022) determined that the concentration of product groups comprising Türkiye's base metal ore exports during the 2001-2020 period is at medium to high levels. It is also noteworthy that Türkiye's exports of these products are significantly influenced by the demand from countries such as China and Belgium. Çimen and Kösekaşyaoglu (2022) conducted an analysis of product-based concentration in exports and imports of Türkiye and BRICS (Brazil, Russia, India, China, and South Africa) countries, over the period spanning 2001 to 2021. The analysis revealed that product diversity has increased in both Türkiye's exports and imports. The product diversity of Türkiye's exports is greater than that of its imports. On the other hand, the product diversity in exports and imports of BRICS countries has not increased sufficiently. Alparslan and Ökte (2023) analyzed the sectoral change in Türkiye's exports in the period 1980-2022. According to the study, it was found that product diversity increased in the agriculture and mining sector, while product diversity decreased in the manufacturing sector. Çimen and Kutlu (2023) measured the country concentration in foreign trade between Türkiye and the members of the Shanghai Cooperation Organization for the period 2012-2021. As a result of the study, it is observed that Türkiye has increased the product diversity in its exports to Iran and China. At the same time, product diversification in Türkiye's imports from Iran, India, Uzbekistan, Tajikistan and Russia has increased significantly.

The majority of studies on Türkiye have concentrated on exports, with a particular focus on country- and sectoral-based concentration. This study differs from previous studies in that it includes an analysis of product concentration and diversification in imports and exports. Furthermore, this study examines China's product concentration and diversification in exports and imports. A comparison of the two countries has therefore been made. In this regard, the study is expected to contribute to the existing literature on the subject.

3. DATA AND METHODS

In this study, data on Türkiye and China's foreign trade in product groups and product concentration chapters were obtained from the Trade Map (2024) database. The data set covers the years 2001-2022. Analyses were conducted on Harmonized System (HS) 2-digit product groups to examine product concentration and diversification in exports and imports. Consequently, by comparing these analyses, the trends of product concentration and product diversification in exports and imports become more clearly evident. For this purpose, product diversity in exports, product diversity in imports, product concentration in exports and product concentration in imports were analyzed. The methods used for the analyses are outlined below.

The Herfindahl-Hirschmann Index (HHI) is a prominent metric utilized to assess the concentration of products in the international trade of countries (Streimikiene et al., 2023: 87). The HHI is a measure of the degree of concentration of exported or imported products. The manner in which this index is calculated is illustrated in Equation 1 (UNCTAD, 2023):

$$H_j = \frac{\sqrt{\sum_{i=1}^n \left(\frac{x_{ij}}{X_j}\right)^2} - \sqrt{1/n}}{1 - \sqrt{1/n}} \quad (1)$$

H_j = export or import concentration index of country j ,

x_{ij} = export or import value of country j for product i ,

n = number of products,

X_j = total export or import value of country j (in Equation 2) (Dubovitski et al., 2022: 170):

$$X_j = \sum_{i=1}^n x_{ij} \quad (2)$$

The index value is defined as a value between 0 and 1. When the index value is close to 1, it is indicative of a high degree of concentration. In other words, it is understood that the country of calculation imports or exports a limited number of products. Values approaching zero indicate that the country exports and imports a considerable number of products. A high concentration of a country's product exports presents a risk to its exports. In order for a country's exports to be sustainable, it is necessary that the concentration index values be low. In more detail, the HHI values are interpreted as follows (Dumičić et al., 2018: 9; Kašćáková & Luptáková, 2023: 8):

0.01 > HHI is a case of perfect equality,

0.01 < HHI < 0.15 indicates a low level of concentration,

0.15 < HHI < 0.25 indicates moderate concentration,

HHI > 0.25 indicates a high level of concentration.

The diversification index indicates whether a country's export or import structure by product differs from the global product structure. The diversification index is calculated by measuring the absolute deviation of a country's share in a product from the world structure (World Bank, 2024). The representation of this index is given in Equation 3:

$$S_j = \frac{\sum_i |h_{ij} - h_i|}{2} \quad (3)$$

S_j = export or import diversification index of country j ,

h_{ij} = the share of product i in the total exports or imports of country j ,

h_i = the share of product i in total world exports or imports.

The diversification index assumes values between 0 and 1. This index is employed to ascertain the discrepancy between a country's trade structure and the world average. An index value closer to 1 indicates that there is a larger gap than the world average (World Bank, 2024).

4.RESULTS

In the study, first of all, the coefficients of product diversification within the framework of product diversification in the exports and imports of the two countries are presented. Subsequently, concentration coefficients are presented, and comparisons between the two countries are made. Figure 1 illustrates the number of products exported by both countries.

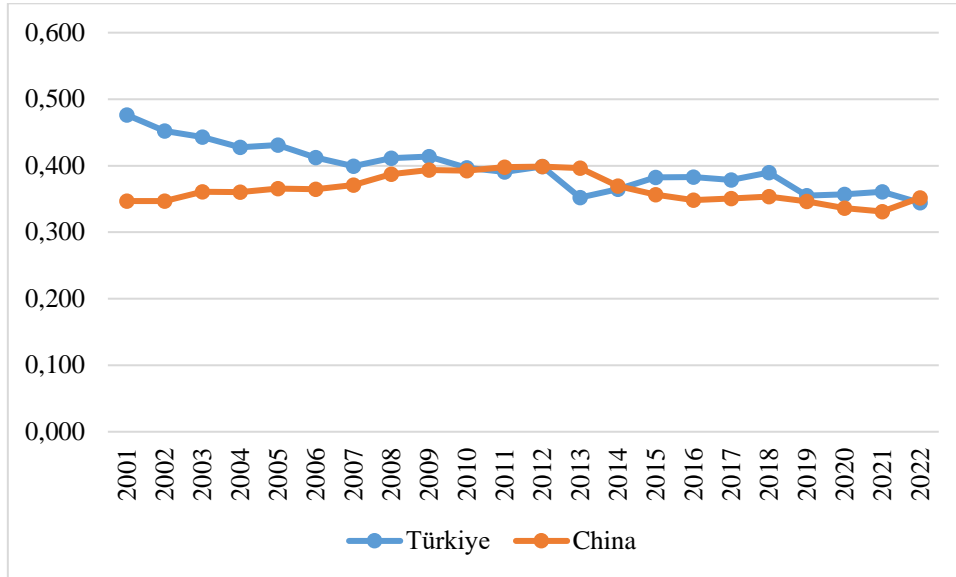


Figure 1. Product Diversification in Exports
Source: Trade Map (2024), (<https://www.trademap.org/>)

According to Figure 1, there has been a notable decline in the diversification of Türkiye's export products over time. In contrast, China's export product diversification was higher during the 2008-2013 period, but subsequently decreased. In 2022, the product diversification of both countries is observed to be at a similar level.

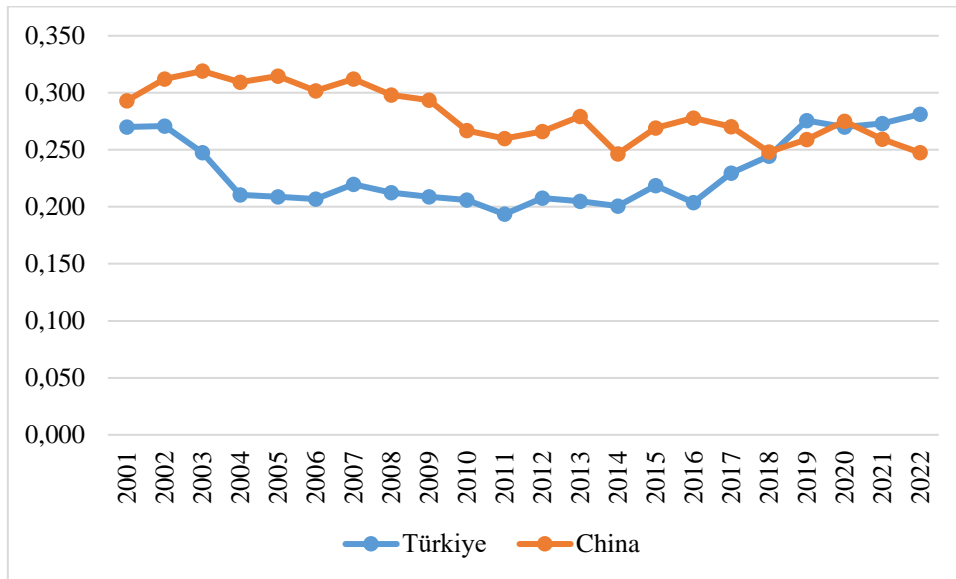


Figure 2. Product Diversification in Imports
Source: Trade Map (2024), (<https://www.trademap.org/>)

As illustrated in Figure 2, Türkiye's product diversification in imports exhibited a notable decline, particularly during the 2001-2004 period. Until 2016, there was no discernible change in product diversification in imports. However, there has been a notable increase since that time. China's product diversification in imports remained consistently higher than that of Türkiye until 2018. By 2022, Türkiye's product diversification in imports had surpassed that of China.

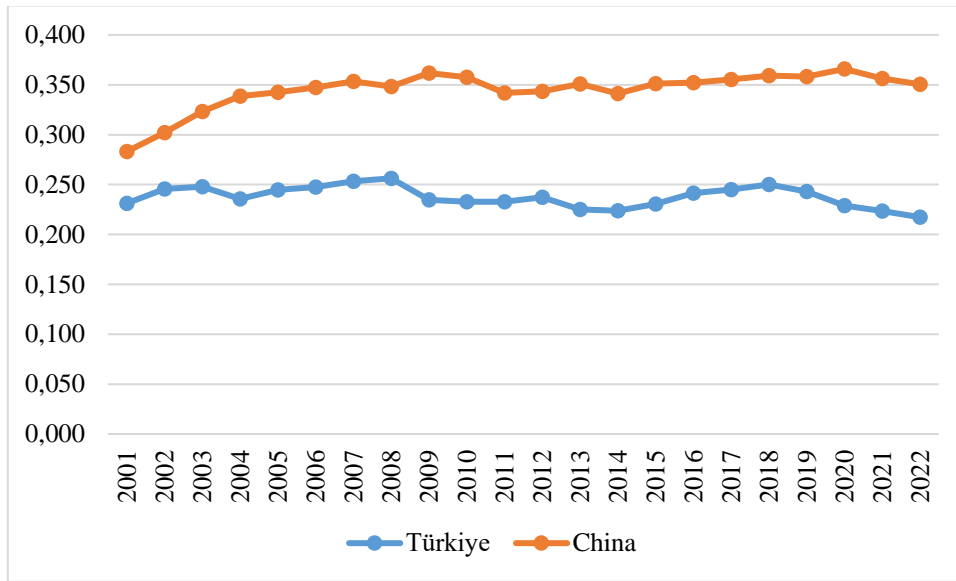


Figure 3. Product Concentration in Exports
Source: Trade Map (2024), (<https://www.trademap.org/>)

Figure 3 illustrates that the concentration of products exported from China remained high throughout the period under consideration. While Türkiye's export product concentration was high in certain years, it has been at a medium level in recent years. Consequently, it can be concluded that Türkiye has a lower product concentration in exports than China. The product groups with the highest concentration in exports for both countries are presented in Tables 3 and 4.

Table 4. Top Five Product Groups with the Highest Product Concentration in Türkiye's Exports

2001	2005	2010	2015	2020	2022
Apparel: knit	Motor vehicles and parts	Motor vehicles and parts	Motor vehicles and parts	Motor vehicles and parts	Motor vehicles and parts
Apparel: non-knit	Apparel: knit	Industrial machinery and mechanical appliances	Industrial machinery and mechanical appliances	Industrial machinery and mechanical appliances	Industrial machinery and mechanical appliances
Motor vehicles and parts	Electrical machinery and equipment	Iron and steel	Iron and steel	Electrical machinery and equipment and parts thereof	Oil and mineral fuels
Electrical machinery and equipment and parts thereof	Industrial machinery and mechanical appliances	Apparel: knit	Apparel: knit	Iron and steel	Iron and steel
Iron and steel	Iron and steel	Electrical machinery and equipment and parts thereof	Electrical machinery and equipment and parts thereof	Apparel: knit	Electrical machinery and equipment and parts thereof

Source: Trade Map (2024), (<https://www.trademap.org/>)

Table 4 presents a visual representation of Türkiye's product groups with the highest concentration over the 2001-2022 period. In 2001, the product groups “Apparel: knit”, “Apparel: non-knit”, “Motor vehicles and parts”, “Electrical machinery and equipment and parts thereof”, and “Iron and steel” exhibited a notable degree of

concentration in Türkiye's exports. In 2022, although there was a decrease in product concentration, there were changes in the most exported products. In this regard, exports of the “Motor vehicles and parts”, “Industrial machinery and mechanical appliances”, “Oil and mineral fuels”, “Iron and steel” and “Electrical machinery and equipment and parts thereof” product groups are noteworthy.

Table 5. The Top Five Product Groups with the Highest Product Concentration in China's Exports

2001	2005	2010	2015	2020	2022
Electrical machinery and equipment and parts thereof	Electrical machinery and equipment and parts thereof	Electrical machinery and equipment and parts thereof	Electrical machinery and equipment and parts thereof	Electrical machinery and equipment and parts thereof	Electrical machinery and equipment and parts thereof
Industrial machinery and mechanical appliances	Industrial machinery and mechanical appliances	Industrial machinery and mechanical appliances	Industrial machinery and mechanical appliances	Industrial machinery and mechanical appliances	Industrial machinery and mechanical appliances
Apparel: non-knit	Apparel: non-knit	Apparel: knit	Furniture	Furniture	Motor vehicles and parts
Apparel: knit	Apparel: knit	Apparel: non-knit	Apparel: knit	Plastics and articles thereof	Plastics and articles thereof
Footwear	Precision instruments	Precision instruments	Apparel: non-knit	Precision instruments	Furniture

Source: Trade Map (2024), (<https://www.trademap.org/>)

Table 5 reveals that the major product groups in China's exports in 2001 were “Electrical machinery and equipment and parts thereof”, “Industrial machinery and mechanical appliances”, “Apparel: non-knit”, “Apparel: knit” and “Footwear”. The product groups “Electrical machinery and equipment and parts thereof”, “Industrial machinery and mechanical appliances”, “Motor vehicles and parts”, “Plastics and articles thereof”, and “Furniture” were identified as the most exported products from China in 2022.

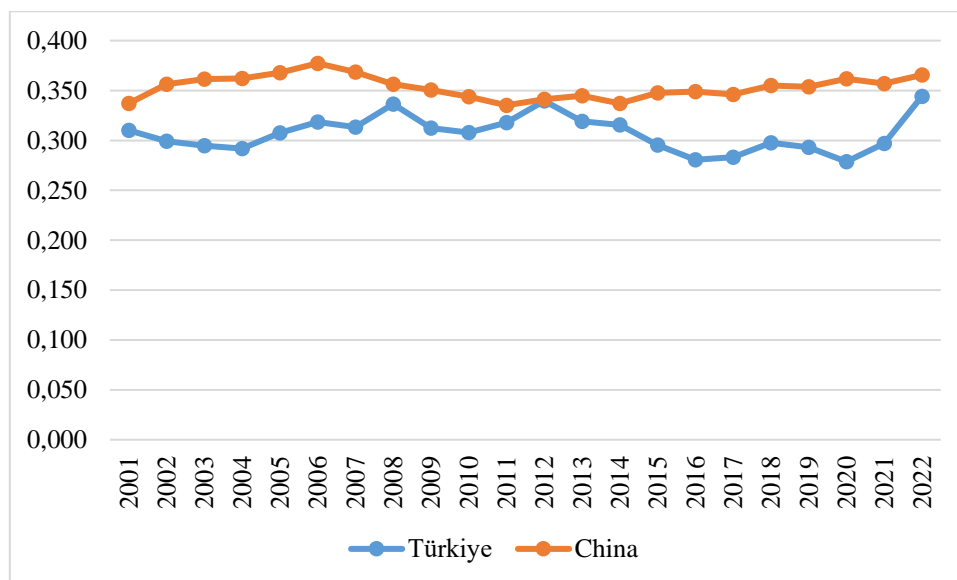


Figure 4. Product Concentration in Imports

Source: Trade Map (2024), (<https://www.trademap.org/>)

Figure 4 illustrates that both countries exhibit a high level of product concentration in their imports. Although the product concentration in Türkiye's imports has fluctuated considerably over time, it has been on the rise, particularly since 2020. In the case of China, there has been no discernible change in the concentration of products

imported, although it remains at a high level. A comparison of the two countries reveals that China has a higher product concentration in imports. The product groups with the highest import concentration for both countries are presented in Tables 6 and 7.

Table 6. Top Five Product Groups with the Highest Product Concentration in Türkiye's Imports

2001	2005	2010	2015	2020	2022
Oil and mineral fuels	Oil and mineral fuels	Oil and mineral fuels	Oil and mineral fuels	Oil and mineral fuels	Oil and mineral fuels
Industrial machinery and mechanical appliances	Industrial machinery and mechanical appliances	Industrial machinery and mechanical appliances	Industrial machinery and mechanical appliances	Precious stones and metals	Industrial machinery and mechanical appliances
Electrical machinery and equipment and parts thereof	Motor vehicles and parts	Iron and steel	Electrical machinery and equipment and parts thereof	Industrial machinery and mechanical appliances	Iron and steel
Motor vehicles and parts	Electrical machinery and equipment and parts thereof	Electrical machinery and equipment and parts thereof	Motor vehicles and parts	Electrical machinery and equipment and parts thereof	Precious stones and metals
Iron and steel	Iron and steel	Motor vehicles and parts	Iron and steel	Motor vehicles and parts	Electrical machinery and equipment and parts thereof

Source: Trade Map (2024), (<https://www.trademap.org/>)

Table 6 illustrates that in 2001, the leading product groups in Türkiye's imports were “Oil and mineral fuels”, “Industrial machinery and mechanical appliances”, “Electrical machinery and equipment and parts thereof”, “Motor vehicles and parts”, and “Iron and steel”. Although there was an increase in the concentration of products overall during this period, the first two most imported product groups remained unchanged. The most imported product groups are iron and steel, precious stones and metals, and electrical machinery and equipment and parts thereof.

Table 7. Top Five Product Groups with the Highest Product Concentration in China's Imports

2001	2005	2010	2015	2020	2022
Electrical machinery and equipment and parts thereof	Electrical machinery and equipment and parts thereof	Electrical machinery and equipment and parts thereof	Electrical machinery and equipment and parts thereof	Electrical machinery and equipment and parts thereof	Electrical machinery and equipment and parts thereof
Industrial machinery and mechanical appliances	Industrial machinery and mechanical appliances	Oil and mineral fuels	Oil and mineral fuels	Oil and mineral fuels	Oil and mineral fuels
Oil and mineral fuels	Oil and mineral fuels	Industrial machinery and mechanical appliances	Industrial machinery and mechanical appliances	Industrial machinery and mechanical appliances	Ores, slag and ash
Plastics and articles thereof	Precision instruments	Ores, slag and ash	Precision instruments	Ores, slag and ash	Industrial machinery and mechanical appliances
Iron and steel	Plastics and articles thereof	Precision instruments	Ores, slag and ash	Precision instruments	Precious stones and metals

Source: Trade Map (2024), (<https://www.trademap.org/>)

Table 7 shows that in 2001, “Electrical machinery and equipment and parts thereof”, “Industrial machinery and mechanical appliances”, “Oil and mineral fuels”, “Plastics and articles thereof” and “Iron and steel” were the leading product groups in China's imports. Although the first product group remained unchanged, “Oil and mineral fuels”, “Ores, slag and ash”, “Industrial machinery and mechanical appliances” and “Precious stones and metals” were the leading product groups in 2022.

5.DISCUSSION

Türkiye and China have witnessed a notable surge in their respective foreign trade volumes, particularly in terms of exports, over the past few years. Both countries are undergoing significant transformation in their respective sectors. Nevertheless, the transformation in China is more pronounced. This study examines the diversification and concentration of products exported and imported by Türkiye and China. This study, which encompasses the period from 2001 to 2022, reveals that there has been no discernible shift in the product concentration of Türkiye's exports. Nevertheless, the product concentration in imports has increased significantly in recent years. The product concentration in China's exports has exhibited a predominantly upward trend. There has been no significant change in the product concentration of imports. Conversely, product diversification in Türkiye's exports has exhibited a downward trend, while product diversification in its imports has increased in recent years. The diversification of products exported by China has remained relatively stable, whereas the diversification of products imported by China has declined.

In this study, comparisons are made with studies covering a similar period. In this regard, the findings of Erkan and Sunay (2016) and Çevirmez (2021) are comparable, with both studies indicating that the product concentration in Türkiye's exports exhibited an upward trend in certain periods and a downward trend in general. At the same time, Çimen and Kösekahyaoglu (2022) obtained different results regarding the decline in product diversity in Türkiye's exports and the observed increase in product diversity in imports. In contrast to the findings of Erkan and Bozduman (2021), this study has identified an upward trend in China's product concentration in exports. Nevertheless, there has been a notable decline in China's product concentration in imports in recent years. In contrast to the findings of Aldan et al. (2012) and Yılmaz et al. (2018), the diversification of products exported from Türkiye has decreased over time and has slowed down in recent years. Nevertheless, product diversification in Türkiye's imports has increased in recent years.

More specifically, China has exhibited a comparatively lower degree of export diversification than Türkiye. However, given that China is the world's leading exporter, the high export concentration in electrical machinery, industrial machinery, and motor vehicles indicates that these product groups are of significant importance in terms of export concentration. While Türkiye's export concentration was primarily concentrated in the textile industry, there was a notable increase in the export concentration of motor vehicles and electrical machinery in subsequent years. In light of these considerations, it would be advisable for Türkiye to place a greater emphasis on the export of value-added products within its foreign trade and to direct its attention towards product diversification in the export of products with relatively lower value added. With regard to imports, although Türkiye has witnessed an increase in product diversification over time, its reliance on oil and mineral fuels, in particular, remains a salient feature of its

import profile. In this regard, it is anticipated that Türkiye's reliance on petroleum and other mineral fuels will diminish as greater emphasis is placed on domestic and renewable energy sources.

6. CONCLUSION

The diversification of products exported and imported plays a pivotal role in the stability and sustainability of international trade, which is of significant importance to the growth of emerging economies such as Türkiye and China. Concurrently, China is the world's largest exporter, while Türkiye is the largest importer. In this context, this study employs a comparative analysis of product concentration and diversification in Türkiye's and China's imports and exports.

With regard to product diversification in exports and imports, China has exhibited a greater degree of diversification in its exports and imports than Türkiye. In 2022, the two countries exhibited a comparable pattern of product diversification in exports, while Türkiye demonstrated a more pronounced trend of diversification in imports since 2021.

During the period between 2001 and 2022, Türkiye observed a decline in the concentration of its exports, though there were years during which this figure rose to a greater extent than previously observed. Concurrently, Türkiye's exports shifted from apparel to vehicles, machinery, and parts in the product groups with the highest concentration. Although there was no significant decline in the concentration of China's exports, electrical products and machinery and parts, which constitute the first two product groups with the highest concentration, were the product groups with the highest concentration throughout the period. In the same period, other prominent product groups shifted from knitted and non-knitted clothing products to vehicles and plastic products.

Despite a long-term decline in product concentration in Türkiye's imports, there has been a notable increase in recent years. In this context, petroleum and petroleum products, as well as machinery and parts, were the product groups with the highest import concentration throughout the period. Furthermore, iron and steel, as well as electrical machinery, were the other product groups with high import concentration. In contrast, there was a shift from vehicles and vehicle parts to natural and precious stones. China's product concentration in imports has exhibited a discernible upward trend over time. While the concentration of imports was dominated by electrical machinery, the concentration of imports in petroleum and petroleum products increased. Conversely, the import concentration of machinery and components decreased, while import concentration increased from plastics and iron-steel products to mining products and natural and precious stones.

In both countries, a concentration based on foreign trade of similar products was observed. In this regard, it can be posited that a concentration based on intra-industry trade has increased. Moreover, it is noteworthy that the concentration in the imports of both countries is in petroleum products. In light of the growing importance of domestic and renewable energy sources in both countries, it is anticipated that the concentration in petroleum products will decline in the near future.

A noteworthy finding of this study is that, despite its designation as the world's largest exporter and a growing trend in exports in recent years, China exhibits a higher product concentration in its exports and imports than Türkiye. Furthermore, China has a higher proportion of high-tech products in both exports and imports compared to Türkiye.

A noteworthy aspect of China's foreign trade is the shift in product concentration, particularly in exports, towards value-added products. From this perspective, increased product diversification in exports and imports serves to enhance competitiveness and mitigate foreign trade risks. Moreover, the concentration of high-tech products in export sectors has a significant impact on the foreign trade performance of the relevant country.

This study compares two countries and finds that while reducing product concentration or increasing diversification in exports and imports is important, the product groups in which there is concentration are also important. In light of this, it is evident that Türkiye must expand the range of products exported and imported in order to mitigate the impact of fluctuations in global trade. In this context, it is considered important for Türkiye to increase its product diversity and reduce the concentration of exports, particularly in low-value-added products, in order to enhance its competitiveness in foreign trade. Furthermore, future studies will contribute to the existing body of literature by analysing the products that have seen the greatest shifts in concentration in exports and imports, and the relative importance of these products in foreign trade. Furthermore, future studies will contribute to the existing literature by examining the products with the highest concentration changes in exports and imports and the relative importance of these products in foreign trade. In this context, product diversification and concentration in exports and imports can be analyzed in greater detail at the level of specific product groups, as well as through the lens of different technology classifications. Furthermore, given that studies on international product diversification and concentration are largely based on product diversification, it is imperative to consider sectors with high product concentration more extensively. This will facilitate a more nuanced understanding of the significance of countries' concentration in international trade according to low or high-value-added products. Additionally, it will shed light on the crucial relationship between economic growth and product concentration in international trade.

Declaration of Research and Publication Ethics

This study was prepared in accordance with the rules of scientific research and publication ethics.

Conflict of Interest

There is no conflict of interest for the authors or third parties arising from the study.

Ethics Committee Approval

This research does not require Ethics Committee Approval.

REFERENCES

- Akar G. and Ay A. (2019). Ürün ve Ülke Açısından İhracat Çeşitlendirmesi: Türkiye üzerine bir Değerlendirme. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10(1), 116-127. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/gumus/issue/44146/460996>
- Aldan, A., Aydın, M.F., Çulha, O.Y., Sunel, E. and Taşkın, T. (2012). İhracatta Bölgesel ve Sektörel Çeşitlenme. *TCMB Ekonomi Notları*, 12(18), 1-14. Retrieved from <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/2d3def07-6988-4271-b38e-c653e5f13998/EN1218eng.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-2d3def07-6988-4271-b38e-c653e5f13998-m3fw557>
- Alparslan, N. and Ökte, M. (2023). Türkiye’de Dış Ticaret Politikalarının İhracatta Ürün Çeşitliliğine Sektörel Bazda Etkileri: Tarihsel Bir Analiz. In *Cumhuriyetin 100. Yılında Türkiye Ekonomisi* (pp. 297-311). İstanbul: İstanbul University Press. <https://doi.org/10.26650/B/SS10.2023.016.18>
- Altay Topcu B. and Sümerli Sarıgül S. (2019). Türkiye Demir Çelik Sektörü İhracatının Yoğunlaşma Analizi. *Social Mentality and Researcher Thinkers Journal (Smart Journal)*, 5(17), 517-524. <https://doi.org/10.31576/smryj.244>
- Altun, M. and Benli, M. (2021). İhracatta Ürün Çeşitliliği ve Türkiye’nin Büyüme Performansı. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (67), 138-158. <https://doi.org/10.51290/dpusbe.786102>
- Bashimov, G. (2020). İhracatta Ürün Çeşitlendirme ve Yoğunlaşma Analizi: Baltık Ülkeleri Örneği. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(21), 45-53. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/yalovasosbil/issue/57136/742708>
- Başıyigit, M. and Kart, E. U. (2022). Analysis of Turkey's Base Metal Ore Exports by Herfindahl Hirschman Concentration Index. *Gazi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 8(2), 237-246. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/gmbd/issue/72442/1064405>
- Çevirmez, E. O. (2021). Türkiye’nin İhracatında Bölgesel ve Sektörel Yoğunlaşma. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 13(1), 1-15. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/pub/ebd/issue/64174/811501>
- Çimen, Z. A. and Kutlu, D. (2023). Türkiye Dış Ticaretinde Ülke Bazlı Yoğunlaşma (Çeşitlendirme) Analizi: Şanghay İşbirliği Örgütü. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 18(1), 210-228. <https://doi.org/10.17153/oguiibf.1258420>
- Çimen, Z. and Kösekaçyaoğlu, L. (2022). Türkiye ve BRICS Ülkeleri Üzerine Sektörel bir Yoğunlaşma Analizi. *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(2), 5-14. <https://doi.org/10.29131/uiibd.1205647>
- Dubovitski, A. A., Yakovleva, E. A., Smyslova, O. Y., Kochyan, G. A., and Zelenkina, E. V. (2022). Assessment of Export Prospects of Russian Agricultural Producers. In *Sustainable Agriculture: Circular to Reconstructive*, 1 (pp. 167-180). Singapore: Springer Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-16-8731-0_17
- Dumičić, K., Jošić, H. and Žmuk, B. (2018). Investigating Export Market Concentration for Developed, Developing and Transition Countries. *International Journal Vallis Aurea*, 4(1), 6-28. <https://doi.org/10.2507/IJVA.4.1.1.43>
- Erkan, B. and Bozduman, E. T. (2021). Analysis of Export Concentrations of China and Japan on Product Basis. *ASSAM Uluslararası Hakemli Dergi*, 8(19), 140-146. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/assam/issue/65159/996779>
- Erkan, B. and Sunay, Z. F. (2016). Türkiye’nin İhracatının Yoğunlaşma Perspektifinde Analizi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(7), 1823-1842. <https://doi.org/10.15869/itobiad.259266>
- Erlat, G. and Akyüz, O. (2001). Country Concentration of Turkish Export and Imports Over Time. *Topics in Middle Eastern and African Economies*, 3, 1-15. Retrieved from <https://mea.sites.luc.edu/volume3/gerlat.pdf>
- Faiz, M. and Maitra, P. (2020). Concentration and Diversification of Export Economy of Bangladesh: Comparison and Policy Implication with Other Asian Countries. *South Asian Journal of Social Studies and Economics*, 7(4), 19-36. <https://doi.org/10.9734/sajsse/2020/v7i430197>
- Haini, H., Loon, P. W. and Li, P. L. (2023). Can Export Diversification Promote Export Upgrading? Evidence from an Oil-Dependent Economy. *Resources Policy*, 80, 103292. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2022.103292>
- Hamed, K., Hadi, D. and Hossein, K. (2014). Export Diversification and Economic Growth in Some Selected Developing Countries. *African Journal of Business Management*, 8(17), 700-704. Retrieved from <https://academicjournals.org/journal/AJBM/article-abstract/F9386C347488>
- Hamidova, L. (2021, January). Export Diversification in Conditions of Globalization: A Comparative Analysis of Azerbaijan, Kazakhstan and Russia. Paper presented at the SHS Web of Conferences. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20219209003>

- Hausmann, R., Klinger, B., López-Cálix, J. R. (2010). Export Diversification in Algeria. J. R. López-Cálix, P. Walkenhorst, N. Diop (Ed.) In *Trade Competitiveness of the Middle East and North Africa Policies for Export Diversification* (pp. 63-101). Washington: The World Bank. Retrieved from <https://documents1.worldbank.org/curated/fr/497931468110690029/pdf/551990PUB0Trad10Box349442B01PUBLIC1.pdf>
- Hesse, H. (2009). Export Diversification and Economic Growth. R. Newfarmer, W. Shaw & P. Walkenhorst (Ed.) In *Breaking into New Markets: Emerging Lessons for Export Diversification* (pp. 55-80). Washington: The World Bank. Retrieved from <https://documents1.worldbank.org/curated/en/821641468323336000/pdf/481030PUB0Brea101Official0use0only1.pdf>
- Kašťáková, E. and Luptáková, A. (2023). Identification of Export Potential in Foreign Trade: Case of Slovakia in Kazakhstan. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 36(1), 2179510. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2023.2179510>
- Küçükkiremitçi, O., Karaca, M. E. and Eşiyok, B. A. (2010). *Türkiye'nin İhracatında Öne Çıkan Sektörlerde Temel Pazar İlkeler, Rakipler ve Rekabet Gücü*. Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Müdürlüğü, Ankara. Retrieved from <https://www.yumpu.com/tr/document/read/37106820/turkiyenin-ihracatinda-one-ckan-sektorlerde-temel-pazar-ulkeler-10>
- Li, Y., Ji, Q. and Zhang, D. (2020). Technological Catching Up and Innovation Policies in China: What is Behind This Largely Successful Story?. *Technological Forecasting and Social Change*, 153, 119918. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.119918>
- Malindini, K. (2022). Rethinking Export Diversification to Stimulate Resilience against Future Economic Shocks in Sub-Saharan Africa. *Studies in Economics and Econometrics*, 46(4), 282-300. <https://doi.org/10.1080/03796205.2022.2143886>
- Naudé, W. and Rossouw, R. (2008). *Export diversification and specialization in South Africa: Extent and impact*. WIDER Research Paper No. 2008/93. Retrieved from <https://www.wider.unu.edu/sites/default/files/rp2008-93.pdf>
- Sangita, S. (2018). India's Exports Through the Lens of Diversification. In *Changing the Indian economy* (pp. 21-35). Oxford: Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-102005-0.00002-2>
- Şanlı, D. and Konukman, A. (2022). Yüksek Teknoloji İhracatında Ürün Yoğunlaşması ve Gelir Üzerine Ampirik Bir Analiz. *EKOIST Journal of Econometrics and Statistics*, (36), 153-185. <https://doi.org/10.26650/ekoist.2022.36.1039695>
- Sarin, V., Mahapatra, S. K. and Sood, N. (2022). Export Diversification and Economic Growth: A Review and Future Research Agenda. *Journal of Public Affairs*, 22(3), e2524. <https://doi.org/10.1002/pa.2524>
- Streimikiene, D., Lekavicius, V. and Siksnelyte-Butkiene, I. (2023). Review and Assessment of Import Diversification Methods and Measures in the Primary Economic Sector. *Acta Montanistica Slovaca*, 28(1), 83-97. <https://doi.org/10.46544/AMS.v28i1.08>
- Trade Map (2024). Trade statistics for international business development. Retrieved from <https://www.trademap.org/>.
- UNCTAD. (2023). Merchandise: Product concentration and diversification indices of exports and imports, annual. Retrieved from <https://unctadstat.unctad.org/datacentre/dataviewer/US.ConcentDiversIndices>.
- Ünlü, F. and Yıldız, R. (2019). Türkiye'de Dış Ticaretin Teknolojik Yapısının Fasil Bazlı Yoğunlaşma Analizleri ile Belirlenmesi. *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(17), 7-26. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sbed/issue/46469/458349>
- Wang, S., Tang, Y., Du, Z. and Song, M. (2020). Export Trade, Embodied Carbon Emissions, and Environmental Pollution: An Empirical Analysis of China's High-and New-Technology Industries. *Journal of Environmental Management*, 276, 111371. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2020.111371>
- World Bank. (2010). Trade Indicators. Retrieved from https://wits.worldbank.org/wits/wits/witshelp/Content/Utilities/e1.trade_indicators.htm.
- World Bank. (2024). Metadata Glossary. Retrieved from <https://databank.worldbank.org/metadataglossary/africa-development-indicators/series/TX.DIV.IND.XQ>.
- Yılmaz, F. and Akkaya, G. (2020). Türkiye'nin Avrupa Birliği ile Dış Ticaretinde Yoğunlaşma Analizi. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(2), 251-267. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/cuiibfd/issue/60073/795206>
- Yılmaz, M.H., Kazdal, A. and Özcan, S.K. (2018). Yoğunlaşma Perspektifinden İhracat Gelişmeleri: Türkiye Üzerine bir Uygulama. Retrieved from https://tcmbblog.org/wps/wcm/connect/blog/tr/main+menu/analizler/yogunlasma_perspektifinden_ihracat_gelismeleri.