

### Editör / Editör

Prof.Dr. (Associate Prof.Dr.) Ferudun **KAYA**

### Editör Yardımcıları / Vice Editors

Ar.Gör (Reseach Assistant) Serkan **ÇELİK**  
Ar.Gör (Reseach Assistant) Yasin **CEBECİ**

### Editör Kurulu / Editorial Board

Prof.Dr Ferudun <b>KAYA</b>	<i>Bolu Abant İzzet Baysal Üniv.</i>
Prof.Dr. Saim <b>OCAK</b>	<i>Marmara Üniversitesi</i>
Prof.Dr. Selçuk <b>KENDİRLİ</b>	<i>Hitit Üniversitesi</i>
Doç.Dr. Serkan <b>DİLEK</b>	<i>Kastamonu Üniversitesi</i>
Doç.Dr. Yunus <b>DEMİRLİ</b>	<i>Bolu Abant İzzet Baysal Üniv.</i>
Doç.Dr. Mehmet <b>İSLAMOĞLU</b>	<i>Karabük Üniversitesi</i>
Doç.Dr. Serkan <b>ŞENGÜL</b>	<i>Bolu Abant İzzet Baysal Üniv.</i>
Doç.Dr. Orhan <b>KANDEMİR</b>	<i>Kastamonu Üniversitesi</i>
Dr.Öğr.Üyesi Oya <b>ERU</b>	<i>Bolu Abant İzzet Baysal Üniv.</i>
Dr.Öğr.Üyesi Mehmet <b>APAN</b>	<i>Karabük Üniversitesi</i>
Ar.Gör Serkan <b>ÇELİK</b>	<i>Kırklareli Üniversitesi</i>
Ar.Gör Yasin <b>CEBECİ</b>	<i>Marmara Üniversitesi</i>

### Yayın Kurulu / Publishing Board

Prof.Dr.Başak Ataman <b>GÖKÇEN</b>	<i>Marmara Üniversitesi</i>
Prof.Dr.Hakan Çelik	<i>Bülent Ecevit Üniversitesi</i>
Prof.Dr. Akiva <b>FRADKIN</b>	<i>Universidad Azteca</i>
Prof.Dr. Fevzi Okumuş	<i>The University of Central Florida</i>
Prof.Dr. Ruziye <b>COP</b>	<i>Bolu Abant İzzet Baysal Üniv.</i>
Prof.Dr. Gürbüz <b>GÖKÇEN</b>	<i>Marmara Üniversitesi</i>
Prof.Dr. David <b>SCHWARTZ</b>	<i>Jerusalem University</i>
Prof.Dr. Mehmet <b>ERYİĞİT</b>	<i>Bolu Abant İzzet Baysal Üniv.</i>
Prof.Dr Hatice <b>YURTSEVER</b>	<i>Celal Bayar Üniversitesi</i>
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.) Faruk <b>AKIN</b>	<i>Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi</i>
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.) Serkan <b>ÇANKAYA</b>	<i>İstanbul Ticaret Üniversitesi</i>
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.) Serkan <b>DİLEK</b>	<i>Kastamonu Üniversitesi</i>
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.) Hakan <b>ALTIN</b>	<i>Aksaray Üniversitesi</i>
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.) Saim <b>OCAK</b>	<i>Marmara Üniversitesi</i>
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.) Mehmet <b>İSLAMOĞLU</b>	<i>Karabük Üniversitesi</i>
Dr.Öğr. Üyesi (Assistant prof.Dr.) Serkan <b>AKGÜN</b>	<i>Nişantaşı Üniversitesi</i>
Dr.Öğr. Üyesi(Assistant prof.Dr.) Zeki <b>YÜKSEKBİLGİLİ</b>	<i>Nişantaşı Üniversitesi</i>
Dr.Öğr. Üyesi (Assistant prof.Dr.) Mehmet <b>APAN</b>	<i>Karabük Üniversitesi</i>
Dr.Öğr. Üyesi (Assistant prof.Dr.) Ayhan Nuri <b>YILMAZ</b>	<i>Düzce Üniversitesi</i>
Dr.Öğr. Üyesi Assistant prof.Dr.) Ahmet Y. <b>ERSOY</b>	<i>Sakarya Üniversitesi</i>
Dr.Öğr. Üyesi (Assistant prof.Dr.) Alptekin <b>GÜNEY</b>	<i>Beykent Üniversitesi</i>
Dr.Öğr. Üyesi (Assistant prof.Dr.) Oya <b>ERU</b>	<i>Bolu Abant İzzet Baysal Üniv.</i>
Dr.Öğr. Üyesi (Assistant prof.Dr.) Zehra <b>DOĞAN</b>	<i>Bolu Abant İzzet Baysal Üniv.</i>

### **Yayın Sekreterleri/ Secretary**

Arş.Gör. (Research Assistant) Bestami KARAKAHYA  
Arş.Gör. (Research Assistant) İrfan DOĞAN

### **Online Dergi ve Web (Online Journal and Webpage)**

Arş.Gör. (Research Assistant) Serkan ÇELİK

### **İngilizce Redaksiyon/ English Proofreading**

Arş.Gör. (Research Assistant) Süleyman ÇELİK

### **Redaksiyon/ Proofreading**

Arş.Gör. (Research Assistant) Bestami KARAKAHYA  
Arş.Gör. (Research Assistant) İrfan DOĞAN  
Arş.Gör. (Research Assistant) Süleyman ÇELİK

### **Bilişim Sorumlusu/ Computer Officer**

Arş.Gör. (Research Assistant) Serkan ÇELİK

### **Yazışma Adresi/ Adress**

Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmaları Dergisi Editörlüğü  
Narlıbahçe Sokak No:11 Cağaloğlu/İSTANBUL TÜRKİYE  
Telefon: 0 (212) 511 54 32 Fax: 0 (212) 511 36 50  
E-posta: SRKN.CLK@hotmail.com Web: <http://dergipark.gov.tr/fesa>

### **Yasal Sorumluluk / Legal Responsibility**

*Dergide yayımlanan yazıların sorumluluğu yazarlarına ve çevirmenlerine aittir.  
The authors and translators are responsible for the content of their papers.*

### **Yayın Hakları / Copyright and Permissions**

*Tüm yayın hakları saklıdır. Bu derginin hiçbir bölümü yazılı ön izin olmaksızın hiçbir biçimde ve hiçbir yolla yeniden üretilemez ve dağıtılamaz, kaynakçada gösterilmeden atıf yapılamaz.*

*All rights reserved. No part of this publication may be reproduced and disseminated in any means without the prior written permission of Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmaları Derneği (FESA). No citation can be made without reference.*

### **Dizgi**

Beta Basım Yayın Dağıtım Narlıbahçe Sokak No:11 Cağaloğlu/İSTANBUL  
TÜRKİYE

**Telefon:** 0 (212) 511 54 32 - 0 (212) 519 01 77

**Fax:** 0 (212) 513 87 05 - 0 (212) 511 36 50

**Email:** [bilgi@betayayincilik.com](mailto:bilgi@betayayincilik.com)

**Bu Sayının Baskı Tarihi: 31.03.2020**

<b>BİLİM KURULU LİSTESİ (Scientific Board)</b>	
Prof.Dr.Akiva FRADKIN	Universidad Azteca
Prof.Dr.Başak Ataman GÖKÇEN	Marmara Üniversitesi
Prof.Dr.David SCHWARTZ	Jerusalem University
Prof.Dr.Erdinç Altay	İstanbul Üniversitesi
Prof.Dr.Fevzi Okumuş	The University of Central Florida
Prof.Dr.Gerhard Berchtold	Universidad Azteca
Prof.Dr.Gershon Tenenbaum	Florida State Univesity
Prof.Dr.Gökhan ÖZER	Gebze Teknik Üniversitesi
Prof.Dr.Gürbüz GÖKÇEN	Bolu Abant İzzet Baysal Üniv.
Prof.Dr.İshak TORUN	Bolu Abant İzzet Baysal Üniv.
Prof.Dr.Mehmet Başar	Anadolu Üniversitesi
Prof.Dr.Cantürk Kayhan	Afyon Kocatepe Üniversitesi
Prof.Dr.Fatih Bayram	Karabük Üniversitesi
Prof.Dr.Hatice YURTSEVER	Celal Bayar Üniversitesi
Prof.Dr.Mehmet Pekkaya	Bülent Ecevit Üniversitesi
Prof.Dr.Mehmet Hasan Eken	Kırklareli Üniversitesi
Prof.Dr.Ruziye COP	Bolu Abant İzzet Baysal Üniv.
Prof.Dr.Sadık ÇUKUR	Bolu Abant İzzet Baysal Üniv.
Prof.Dr.Sami Karacan	Kocaeli Üniversitesi
Prof.Dr.Seyit Köse	Bolu Abant İzzet Baysal Üniv.
Prof.Dr.Süleyman Dündar	Karabük Üniversitesi
Prof.Dr.Şakir Sakarya	Balıkesir Üniversitesi
Prof.Dr.Yasemin Köse	Bülent Ecevit Üniversitesi
Prof.Dr.Yusuf Cerit	Bolu Abant İzzet Baysal Üniv.
Prof.Dr. Erhan Demireli	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Kaya Yıldız	Bolu Abant İzzet Baysal Üniv.
Prof.Dr. Oğuz TÜRKAY	Sakarya Üniversitesi
Prof.Dr. Saim OCAK	Marmara Üniversitesi
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.) Ali Çağlar Çakmak	Bursa Teknik Üniversitesi
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.)Aysel GÜNDOĞDU	İstanbul Medipol Üniversitesi
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.) Gülfem TUNA	Sakarya Üniversitesi
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.) Hüseyin SELİMLER	Aydın Üniversitesi
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.) Bikran TAPAN	İstanbul Bilim Üniversitesi
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.) Burhan Kılıç	Muğla Üniversitesi
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.) Faruk AKIN	Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.) Gamze Vural	Çukurova Üniversitesi
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.) Hakan ALTIN	Aksaray Üniversitesi
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.) Halil İbrahim Ekşi	Gaziantep Üniversitesi
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.) Lütü Atay	Çanakkale 18 Mart Üniversitesi
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.) Serkan ÇANKAYA	İstanbul Ticaret Üniversitesi
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.) Serkan DİLEK	Kastamonu Üniversitesi
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.) Serkan ÇANKAYA	İstanbul Ticaret Üniversitesi
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.) Süleyman KALE	Kırklareli Üniversitesi
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.) Yunus Demirli	Bolu Abant İzzet Baysal Üniv.
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.) Mehmet İSLAMOĞLU	Karabük Üniversitesi
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.) Orhan KANDEMİR	Kastamonu Üniversitesi
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.) Serkan ŞENGÜL	Bolu Abant İzzet Baysal Üniv.
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.) Süleyman Serdar Karaca	Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.) Yaşar Ayyıldız	Bolu Abant İzzet Baysal Üniv.
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.) E. Savaş Başçı	Hitit Üniversitesi
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.)Yunus Demirli	Bolu Abant İzzet Baysal Üniv.
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.)Ozan Büyükyılmaz	Karabük Üniversitesi
Doç.Dr. (Associate Prof.Dr.) Gökhan IŞIL	Marmara Üniversitesi

Dr.Öğr.Üyesi (Assistant Prof.Dr.) Abdülnaım TEMUR	Gelişim Üniversitesi
Dr.Öğr.Üyesi (Assistant Prof.Dr.) Ahmet Y. ERSOY	Sakarya Üniversitesi
Dr.Öğr.Üyesi (Assistant Prof.Dr.) Alptekin GÜNEY	Beykent Üniversitesi
Dr.Öğr.Üyesi (Assistant Prof.Dr.) Ayhan Nuri YILMAZ	Düzce Üniversitesi
Dr.Öğr.Üyesi (Assistant Prof.Dr.) Sedat DURMUŞKAYA	Sakarya Üniversitesi
Dr.Öğr.Üyesi (Assistant Prof.Dr.) Aziz ÖZTÜRK	Selçuk Üniversitesi
Dr.Öğr.Üyesi (Assistant Prof.Dr.) Cemil SÜSLÜ	İskenderun Teknik Üniversitesi
Dr.Öğr.Üyesi (Assistant Prof.Dr.) Cengizhan Yıldırım	Bolu Abant İzzet Baysal Üniv.
Dr.Öğr.Üyesi (Assistant Prof.Dr.) Hakim Aziz	Karabük Üniversitesi
Dr.Öğr.Üyesi (Assistant Prof.Dr.) Kemal Tekin	Türk Hava Kurumu Üniversitesi
Dr.Öğr.Üyesi (Assistant Prof.Dr.) Mehmet APAN	Karabük Üniversitesi
Dr.Öğr.Üyesi (Assistant Prof.Dr.) Murat Özcan	Bolu Abant İzzet Baysal Üniv.
Dr.Öğr.Üyesi (Assistant Prof.Dr.) Murat Turgut	Nişantaşı Üniversitesi
Dr.Öğr.Üyesi (Assistant Prof.Dr.) Mustafa YANARTAŞ	Düzce Üniversitesi
Dr.Öğr.Üyesi (Assistant Prof.Dr.) Niyazi Gümüş	Kastamonu Üniversitesi
Dr.Öğr.Üyesi (Assistant Prof.Dr.) Oya ERU	Bolu Abant İzzet Baysal Üniv.
Dr.Öğr.Üyesi (Assistant Prof.Dr.) Ömer YAZAN	Aksaray Üniversitesi
Dr.Öğr.Üyesi (Assistant Prof.Dr.) Özer YILMAZ	Bandırma 17 Eylül Üniversitesi
Dr.Öğr.Üyesi (Assistant Prof.Dr.) Zehra DOĞAN	Bolu Abant İzzet Baysal Üniv.
Dr. (PhD) Gülbeniz Akduman	İstanbul Bilgi Üniversitesi
Dr. (PhD) Liat GOLDSTEIN	UNEM Universidad Empresarial de Costa Rica
Dr. (PhD) Masud Ibn RAHMAN	Dhaka University (Bangladesh)



Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Derneği

Association For Finance Economics and Social Research

## Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmaları Dergisi (FESA)

## Journal of Finance Economic and Social Research (JFESR)

### Hakkımızda

Finansal Kurumların ekonomiye yarattığı katma değeri artırarak; temsil ettiği sektörlerin ulusal ve uluslararası alanda güç ve etki alanlarının artmasına liderlik etmek vizyonu ile kurulan Finansal Ekonomik Sosyal Araştırmalar Derneği FESA'nın hakemli "FESA"(RFES) içerisinde yayımlanacak makalelerde aranan şekil şartları aşağıda belirtildiği gibidir. Makalelerin değerlendirmeye alınabilmesi için Dergipark (<http://dergipark.gov.tr/fesa>) üzerinden ulaştırılması gereklidir.

### Amacımız

Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmaları Dergisi yılda dört kez yayımlanacak olan akademik hakemli bir dergidir. Derginin amacı; ekonomi, bankacılık, iktisat, maliye, sigortacılık, sosyal bilimler ve finans alanlarında özgün çalışmalara dayanan makalelere yer vererek ulusal ve uluslararası alanda sosyal bilimler literatürüne katkıda bulunmaktır. Bu kapsamda Uluslararası Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmaları Dergisi; konuyla ilgilenen bütün disiplinlerden gelecek

araştırmalara aaktır. Ayrıca dergi, sadece akademisyenlerden gelen yazıları değil, araştırmacı ve uygulamacılarđan gelecek yazıları da değerlendirmek arzusundadır.

## Kapsam

Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmaları Dergisi (FESA), Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmaları Derneği (FESA) tarafından yayınlanan hakemli bir dergidir. Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmaları Dergisi, ekonomi, bankacılık, iktisat, maliye, sigortacılık, sosyal bilimler ve finans dallarının tüm alt disiplinlerinde hazırlanmış teorik-analitik-ampirik araştırmalar ve incelemelere açık bir dergidir.

## Yayın Politikası

Derginin yayın politikasına ilişkin temel ilkeler şunlardır:

1. Dergide Türkçe ya da İngilizce olarak hazırlanmış çalışmalara yer verilecektir.
2. Türkçe hazırlanan yazıların İngilizce özetleri de eklenecektir.
3. Yazarlar tarafından dergiye gönderilecek yazılar başka hiçbir yerde yayınlanmamış olmalıdır.
4. Dergi yılda dört kez yayınlanacaktır. Editör ve ilgili kurullar gerekli gördüğü takdirde özel sayılar çıkarabilirler.
5. Derginin amacına uygun olarak, alanında uzman ve saygın akademisyenlerden oluşan bir danışma ve hakem kurulu oluşturulacaktır.
6. Derginin bilimsel işlemlerinin yürütülmesi editör tarafından üstlenilecektir. Editör yardımcıları, bu işlerin yürütülmesinde editöre yardımcı olacaktır.
7. Derginin kapak ve i sayfa tasarımı, yayınlanması, abone işlemleri ile satış ve dağıtım işlemleri yayıncı tarafından üstlenilecektir.
8. Öncelikle; dergiye gönderilen çalışmaların, derginin uzmanlık alanına katkı düzeyi sorgulanacaktır. Bu bağlamda, kavramsal ve kuramsal açıdan yetersiz olan çalışmalar editör ve gerekli görüldüğü takdirde danışma kurulundan bir veya iki üyenin görüşleri alınmak suretiyle, hakem sürecine sokulmadan gerekçe yazılarak yazar/yazarlara iade edilebilecektir.
9. Alan araştırmalarında kalitatif (nitel) ve kantitatif (nicel) uygulamalara eşit mesafede durulacaktır. Bu noktada uygulama ve analiz yöntemlerinin metodolojik alt yapıya ve konuya uygunlukları yanında doğru ve yerinde kullanılıp kullanılmadıkları ile gerçekten ilgili alana katkı sağlayıp sağlamadıklarına bakılacaktır.
10. Dergiye gönderilen çalışmalar editörün incelemesinden ve gerekli görüldüğü takdirde danışma kurulundan bir veya iki üyenin görüşleri alındıktan sonra çalışma konusuyla ilgili iki hakeme gönderilecektir. Hakem incelemesi sonuçlarına göre çalışmaların değerlendirilmesi sonuçlandırılacaktır. Gerekli görüldüğü takdirde (hakemlerden birinin olumlu diğerinin olumsuz görüşünün varlığı veya benzeri durumlar) editör makaleyi üçüncü bir hakeme gönderebilir.
11. Dergi sayılarının Türkiye'deki üniversitelerin merkezi kütüphanelerine ulaştırılması sorumluluğu yayıncıya aittir.
12. Editör ile yayıncı gerekli gördükleri takdirde bazı sayıların tematik (konulu) olarak yayınlanmasına karar verebilirler.
13. Dergi yönetimi öncelikle gerekli sürenin sonunda (şu an itibariyle bu iki yıllık sürede derginin düzenli yayınlanmasını gerektirmektedir), TÜBİTAK ULAKBİM Sosyal Bilimler Veri Tabanı'na üyelik işlemlerini tamamlayacaktır.
14. Orta vadede ise (yaklaşık 5 yıl sonra) dergide yayınlanan çalışmaların İngilizce özetlerinin konuyla ilgili uluslararası indekslerde taranması için girişimlerde bulunulacaktır.
15. Uzun vadede ve ortaya çıkacak talep durumuna bağlı olarak, çalışmaların tam metin olarak uluslararası indekslerde yayınlanması yoluna gidilebilecektir.
16. Editör ile yayıncı, dergi konusuna giren seminer, sempozyum ve panel organizasyonları yapma kararı da alabilirler.
17. Editör ve yayın kurulu gerekli gördüğü takdirde yayınlanmasına karar verilen makalelerden belli bir ücret talep edebilir. Bu ücret, derginin yayın, internet sitesi vb. masrafları için harcanacaktır.

## Yazım Kuralları

1. İlk sayfada, Türkçe ve İngilizce olarak düzenlenmiş, en az 150 ve en çok 250 sözcükten oluşan öz, 9 punto iki yana dayalı ve koyu olarak yazılması gerekmektedir.
  2. Makale adı, anahtar kelimeler ve jel kodların Türkçe ve İngilizce olarak belirtilmesi gerekmektedir.
  3. En az 3 JEL kod ve 3 anahtar kelime bulunmalıdır.
  4. Yazar ya da yazarların adı, makale başlığının sağ altına, boşluk bırakılarak, sağa dayalı, italik ve koyu 11 punto olarak yazılmalı, yazar ya da yazarların adının yanına konulacak "\*" işareti ile dipnot olarak yazar ya da yazarların unvanları, çalıştıkları kurumlar, kendilerine ulaşılabilecek e-posta adresleri ile birlikte 10 punto olarak yazılmalıdır.
  5. Gönderilen çalışmaların daha önce hiçbir yerde yayımlanmamış olması zorunludur.
  6. Yazı karakteri 10 punto "Times New Roman" biçiminde olmalıdır. Metin tek satır aralıklı ve iki yana dayalı olarak yazılmalıdır.
  7. Sayfa yapısı "normal", üstten 3 cm, alttan 3 cm, sağ 2, sol 2 cm, girinti 1 cm olmalıdır.
  8. Başlık 14 punto, sayfa ortası, koyu ve tamamı büyük harf olmalıdır.
  9. Kaynaklar 9 punto olarak yazılmalı ve makalenin sonunda yer almalıdır.
  10. Yukarıdaki özelliklerde yazılar 3 adet printer çıktısı, CD ile birlikte derneğimize teslim edilecektir.
  11. İstenilen özellikleri içermeyen yazılar değerlendirilmeye alınmayacaktır.
  12. Aynı yazara ait tek yazarlı birden fazla yazı aynı sayı içerisinde yayımlanamaz.
  13. Göndermeler dipnotlar şeklinde değil, metin içinde ilgili yere açılacak parantezlerle yapılmalıdır. Parantez içindeki sıralama yazar(lar)ın soyadı, kaynağın yılı, sayfa numarası ya da numaraları şeklinde olmalıdır.
  14. Kaynakçada yazar ya da yazarların soyadları büyük harflerle, ilk adları İlk harf büyük sonrakiler küçük harflerle yazılmalıdır.
  15. Kaynakçada kaynaklar yazar soyadına göre alfabetik olarak sıralanmalıdır.
  16. İnternet kaynaklarında yazar ismi bulunmuyorsa, bu kaynaklar, kaynakçada yazarı belirli kaynaklar sıralaması sona erdikten sonra «İnternet Kaynakları» başlığında erişim tarihleri esasına göre sıralanmalıdır.
  17. Tablo, şekil, grafik ve resim için, alıntı yapılmışsa, kaynak mutlaka belirtilmelidir. Gösterilecek kaynak, tablo, şekil, grafik ve resmin hemen altında, 10 punto, 1 satır aralıklı olarak belirtilmelidir.
  18. Tablo, şekil, grafik ve resimlerin adları, tablo, şekil, grafik ve resimlerin sınırlarını aşmayacak şekilde, tablo, şekil, grafik ve resimlerin üstüne, Times New Roman, 10 punto, kalın, 1 satır aralıklı, sözcüklerin baş harfleri büyük olarak yazılmalıdır. 19. Yönerge dışı her hangi bir şekil koşulu üzerinde değerlendirme yapmak gerekiyorsa düzeltme yapılmasını isteme yetkisi Yayın Kurulu'na aittir
  19. Yayımlanması kabul edilen makaleler için yazarlardan en az birinin editörün gönderdiği yayım hakları sözleşmesini imzalaması gereklidir.
  20. Editör ve yayım kurulu, makalenin özünü değiştirmeksizin makalenin dergi yazım kurallarına uyması açısından gerekli olan değişiklikleri (yazı puntosu, yazı biçimi, sayfa no verme vb) yapabilir.
  21. Kaynakça 10 punto şeklinde çalışmanın sonunda düzenlenmelidir. Kaynakça makale metninden sonraki sayfadan başlatılmalı ve çalışmalar soyadına göre alfabetik olarak sıralandırılmalıdır. Aynı yazarın birden çok çalışmasına atıfta bulunulduğunda, yayım tarihi en eski olandan başlamalıdır. Aynı yazarın aynı tarihli birden fazla çalışmasına atıfta bulunulduğunda kaynaklar kaynakça ve metin içi atıflarda a,b,c,... harfleri kullanılarak numaralandırılmalıdır. Örnek; 2010a, 2010b, 2010c gibi. Bir yazarın tek ve birden fazla yazarlı çalışmasına atıfta bulunulması durumunda, önce tek yazarlı çalışmalar belirtilmelidir. Kaynakların yazılmasında standart APA 6 formatı kullanılmalıdır. (Örnek: Soyadı, Adının baş harfi. (Yıl), Eser Adı, Basıldığı yer: Basımevi.)
  22. APA kuralları için aşağıdaki bağlantıları ziyaret edebilirsiniz:
- Basics of APA Style Tutorial; (<http://flash1r.apa.org/apastyle/basics/index.htm>)
  - APA Formatting and Style Guide; (<https://owl.english.purdue.edu/owl/resource/560/01/>)
  - Mini-Guide to APA 6th for Referencing, Citing, Quoting (<http://library.manukau.ac.nz/pdfs/apa6thmini.pdf>)

## APPLICATION OF TARGET COSTING METHOD IN HOSPITALITY INDUSTRY

### KONAKLAMA ENDÜSTRİSİNDE HEDEF MALİYET YÖNTEMİ UYGULAMASI

Doç. Dr. Adnan SEVİM\*

#### ABSTRACT

With the development of technology, transportation possibilities have been diversified and the communication network has expanded considerably. Service companies that want to stand out in the global competition and provide better quality service have also had to change their production and sales policies. In hospitality industry, which has an important place among service businesses, maintaining customer satisfaction and providing higher quality service has become one of the most important success factors. The sustainability of the services provided and the sustainability of customer satisfaction required cost management systems to be handled from a more modern perspective and supported the cost reduction efforts of the enterprises. In this article, the effect of target costing, which is one of the contemporary cost approaches, on the hotel companies and their effects on pricing policies are examined and practical issues are mentioned.

**Keywords:** Cost Management, Target Costing, Hospitality Industry

**JEL Codes:** M40, M41, M49

#### ÖZ

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte taşımacılık olanakları çeşitlenmiş ve iletişim ağı önemli ölçüde yaygınlaşmıştır. Küresel rekabette öne çıkmak ve daha kaliteli hizmet sunmak isteyen hizmet işletmeleri de üretim ve satış politikalarını değiştirmek zorunda kalmıştır. Hizmet işletmeleri arasında önemli bir yere sahip olan konaklama endüstrisinde müşteri memnuniyetini sağlamak ve daha kaliteli hizmet sunmak en önemli başarı faktörlerinden biri haline gelmiştir. Sunulan hizmetlerin ve müşteri memnuniyetinin sürdürülebilirliği maliyet yönetim sistemlerinin daha modern bir perspektiften ele alınmasını ve işletmelerin maliyet azaltma çabalarını desteklemesini zorunlu kılmıştır. Bu makalede, çağdaş maliyet yaklaşımlarından biri olan hedef maliyetlemenin otel işletmeleri ve otel işletmelerindeki fiyatlama politikaları üzerindeki etkileri incelenmekte ve pratik konular ele alınmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Maliyet Yönetimi, Hedef Maliyetleme, Konaklama Endüstrisi

**JEL Sınıflandırması:** M40, M41, M49

---

\*Anadolu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Muhasebe ve Finansman Anabilim Dalı Öğretim Üyesi, asevim@anadolu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-0864-3719>

## **1. INTRODUCTION**

Cost management in business is one of the most important factors in the success and continuity of activities. In addition, constantly changing costs and trying to reduce costs in the changing and developing management approach necessitate new regulations and perspectives for the system. Reorganizing and designing cost processes are among the important factors in obtaining and using cost information. One of the most important steps to be taken to ensure cost control with contemporary management approach is to handle and design the entire cost process. Elimination of the deficiencies in the existing system, improvement of processes and accurate data and information flow in cost management will bring significant gains to the business in terms of cost reduction (Cadez and Guilding, 2008, s.77). In addition, it will increase productivity through process controls, budgeting, planning and pricing policies, and bring strategic cost management approach. Therefore, in order to keep the business in a competitive environment, make it more attractive to its competitors and attract more customers to the hotel, all costs need to be effectively controlled. This is because the success of hotel businesses in minimizing costs through control will give them a competitive advantage (Vasile and Croiteru, 2013, s.48).

## **2.TARGET COSTING**

### **2.1. Target Costing Method and Its Importance**

The rapid development in technology, the change in customer expectations, the short product life and the increase in global competition have led the companies to target low price, short time and high quality. Therefore, businesses have started to use modern techniques to achieve these goals. One of the most important of these techniques is target costing. The inadequacy of traditional costing methods does not give the desired results in the enterprises with different service production methods and restricts its applicability. The fact that cost reduction techniques are different in each service business directly affects the success and profitability of the policies implemented. Therefore, in the changing and developing world, the lack of cost plus methods has become more important than the necessity of contemporary cost methods. In this context, one of the modern cost methods applied by Japanese enterprises in the 1960s is Target Costing (Feil vd., 2004, s.90). This method focuses on the design and planning stage of the goods or services to be produced, but manages the costs before they occur. Therefore, target costing takes the costing process at the design and development stage and analyzes the entire value chain to be formed (Vasile and Croiteru, 2013, s.101). In target costing; when the product is in the design stage, it is planned what the future cost should be and the cost of the product that is targeted to be produced is controlled at the design stage. Therefore, target costing is a long-term costing method (Ansari vd.1997, s.44).

In today's intense competitive environment, hotel business wishing to maintain their competitiveness and make them sustainable have to make their activities market-based and cost-oriented. Applications to reduce costs should be based on customers' ability to pay and their expectations. In order to ensure the continuity of their activities, companies must make profit and develop strategies suitable for competition in the market. Businesses need to apply the target costing technique to produce lower priced and higher quality products (Ansari vd. 1997s. 45). In summary, the target cost; subtracts the profit margin determined by management from the sales price determined by the market and shows the cost that enterprises should reach. The target selling price is the estimated price that potential customers are prepared to pay to have a product or service. Target profit margin; depending on the cost of the product that is thought to be produced in the future, the desire of the enterprise to reach is profit. Target Cost is; is the value obtained by subtracting the profit margin from the target sales price in order to reach the desired sales volume in the market (Cooper and Slagmuder, 2002, s.64).

### **2.2. Objectives and Implementation of Target Costing**

Target costing has led to the realization of two important facts about costs and marketing. The first is that most businesses realize that they do not have much control over prices. The second is that a large part of the cost of a product occurs when the product is in the design stage. In target costing practice, it means defining a product or product as a whole with target cost (Ansari vd. 1997, s.50). Product functions are determined according to customer requirements and the resulting product parts are integrated. Finally, with the value analysis, costs are reduced according to the function of the product.



The main objectives of the target cost are as follows (Ansari vd. 1997, s.52):

- Customer-oriented, competitive and vendor-oriented,
- Forcing design and improvement in design to reduce costly and customer-related costs in connection with value engineering
- Forcing full-time inspection at all production levels,
- Forcing concurrent engineering in connection with capacity planning and planning,
- Forcing value analysis required for product preparation, product marketing and product inactivation,
- Target cost planning for the market,
- Full integration of internal accounting and target cost planning,
- Consistent and practical application of target costing management in product development process,
- Systematization of all cost reduction activities,
- Organizing cost planning under the scope of value engineering,
- To realize the costing opportunity during the dynamic product life cycle,
- Consistently oriented towards the market in all thoughts about planning,
- To be market oriented within the cost accounting system,

The implementation steps of the target costing method are as follows (Cooper and Slagmulder, 1997, s.71):

1. Determination of product functions,
2. Determination of weights of functions,
3. Determination of the components of the product,
4. Estimating the cost of product parts,
5. Determination of the weight of product parts,
6. Creating target cost indices of parts,
7. Improving the target cost index,
8. Other cost savings are realized.

The target costing process can be addressed at three basic levels. These levels are; market level costing is target costing at product/service level and target costing at part level. Market-level costing stage with long-term business plans, target price, target profit and target cost elements are determined. Target Costing at Product/Service Level the product/service is designed in line with the target cost and the parts that will form the product/service. It is determined. Functions of the product/service at the Part Level Target Costing stage design of the related parts and suppliers are managed are included (Cooper and Slagmulder, 1997, s. 79).

The success of the service defined by the market is the main starting point of target costing. Since success is determined by the functions the service performs, each function expected from the service must be defined (Ghassan vd., 2016, s.55). In general, service functions are divided into two as functions related to the basic features of the service and functions related to the features desired by the consumer like comfort and prestige (Vasile and Croiteru, 2013, s.43).

### **3.COST MANAGEMENT IN HOSPITALITY INDUSTRY**

#### **3.1. Importance and Objectives of Cost Information in Hospitality Industry**

Regardless of the field and purpose for which an entity operates, it effectively uses cost information to determine its profit target. Effective use of costs as a competitive advantage in hotels is only possible by identifying and controlling costs. However, for the success and continuity of the event, redesigning cost information according to developing technology and changing management approaches is important. Therefore, it is an important problem area to obtain and evaluate cost information in the existing system. In the classical sense, cost information and reports are prepared for business managers to (Cooper and Slagmulder, 1997, s.82):

1. Determination of periodic profit/loss,
2. Cost control,
3. Pricing policy and strategy,
4. Daily implementation of plans and policies.

The product offered for sale in hotel companies generally consists of a mix of goods and services. Such product or service may be combined to meet requirements such as accommodation, food and beverage, and may be

offered as a single product, combination of products or independently. Since the origin and occurrence of the cost elements of the components that make up the product or service mix differ, this complex structure is more difficult than other types of business to charge costs to the relevant products. Effective cost control helps management in the following ways (Cooper and Ernst, 1999, s.103):

- Information may be gathered to assist management in preparing reports to ensure control.
- The sales policy of the entity can be determined
- Managers can be provided to classify and analyze costs.
- Food and beverage expenditures to be made within certain periods can be determined in advance.
- Except for the all-inclusive system; total room sales revenues can be determined by determining the cost of food in business providing bed and breakfast, half and full board accommodation.
- Since the costs of the meals sold will be known one by one, the company can determine the selling price of each dish by adding the profitability rate that it wants above the costs.
- Personnel can work efficiently and willingly.

The uncertainty and risk factor in hospitality industry are quite high. However, customer behavior is also variable and unpredictable (Koçsoy vd., 2009, s.47). Although the reasons that affect customer behavior are very diverse, price, firm image and service quality are the leading factors in terms of hotel businesses. In addition, considering that customers use the internet channel well, the ability to see and compare many businesses and information about them together reduces the firm loyalty. In addition, the intensity of competition, different production types and processes, the emergence of costs and the difficulties in the follow-up make the cost management more difficult than the other types of companies in the hospitality companies where service and image factors are in the foreground (Filomena, 2009, s.69).

From advanced technology designs to food and beverage service production in hospitality industry. Although it is not possible to mention food and beverage service product development, design and design does not mean that it is not done. Because most of the food and beverage service product produced a small change is very large in customers' expectations of price, quality, reliability and taste may cause changes. As advanced technology in hotel business, the most important difference of product / service design is that the design cost is low and it takes very little time. In other words, knowledge, thought and experience are more important in the design of food and beverage service product (Makrigiannakis and Soteriades, 2007, s.79). As long as there is an idea, the cost of implementing it is low and in a short time new food and beverage service product can be defined. Food and beverage in hotel business, considering these characteristics of the design, the customer is one of the objectives of target costing expectations can be met (Pellinen, 2003, s.64).

### **3.2 Target Costing and Control Types in Hospitality Industry**

In recent years, especially the developments in the tourism sector have made it important to determine the contribution of the new cost systems to the cost reduction activities in the hotel business where high costs are involved. As a result of all these developments, business managers see that the most important variable that can be played on is the costs. The departments within the hotel business generally offer a mix of goods and/or services as a whole. Although these products are often priced as a composition of goods and services, it is inevitable that costing will usually require a more detailed study on a product-by-product basis (Sevim and Korkmaz, 2014, s.14).

Since the price is determined by the market in hospitality industry, the target cost can be achieved by reducing the profit margin. Customer demands and expectations in hotel business product/service development activities carried out simultaneously with customer thoughts are constantly considered. Also in hospitality businesses being very design-oriented is very important because the investment costs are too high problems can be encountered in advance. Production in hotel business and the necessity of simultaneous consumption related to the service product inside and outside the enterprise. it requires everyone to work together (Makrigiannakis and Soteriades, 2007, s.37). This requirement also to ensure the continuity of the service product to reduce costs and quality and functionality is not to compromise. Last but not least products, suppliers, travel agencies, tour in terms of continuity and creating value in the market operators, partners, service manufacturers to develop good relations with all members of the value chain of great importance (Avlonitis and Indounas, 2006, s.54).

Cost control types are divided into three types in hotel business. These; food and beverage cost control, labor cost control and control of other cost elements. In order for these control procedures to be carried out effectively, the control elements should be examined in detail (Okumuş ve Ergül, 2015, s.101).

### **3.2.1. Food and Beverage Cost Control**

It is necessary to control the food and beverage costs in the hotel business in order to measure the direction of development, to follow the developments and to determine whether the costs are within the pre-determined and acceptable limits. Food and beverage cost control, food and beverage activities with the lowest cost to achieve satisfactory profit is called arrangements made. The aim of food and beverage cost control is to provide the highest profit from the food and beverage sales to the companies, to reduce the cost and increase the profit to make income and expense analysis with the food and beverage cost control system, to set standards, to protect, to make pricing, to provide protection from waste and theft and to inform management (Makrigiannakis and Soteriades, 2007, s.67).

### **3.2.2. Labor Cost Control**

Hotel businesses are businesses that host many services under the same roof. Because of these characteristics, there is a linear relationship between the total bed capacity and the number of personnel that are planned to be employed in order to increase the service quality in hotel business. The cost of this employment intensity, which is expressed as labor cost, should be controlled just like food and beverage costs. In the most general sense, labor costs are labor-intensive industry in the hotel business is the monetary expression of the sacrifices incurred in return for the labor of staff. (Pavlatos and Paggios, 2009, s.89). Labor costs are important due to the fact that labor-based services are produced in the hotel business and the basic element of this production is human. Because, compared to other sectors, the labor costs in each stage of production based on labor force in tourism companies are visual and multi-dimensional (Okumuş ve Ergül, 2015, s.94).

### **3.2.3. Control of Other Costs**

Such costs can be expressed as cost elements that arise due to the provision of services and vary in proportion to the amount of services provided (Pellinen, 2003, s.87). The management expenses of the companies, marketing expenses, cleaning expenses, the losses that occur in warehouses, such as broken and waste costs can be shown as examples of other cost elements. In order to realize the main objective of the business, these costs should be controlled at least as much as food and labor costs. The most significant feature of these costs is determined by the degree of capacity utilization, which requires control from the moment of service (Pavlatos and Paggios, 2009, s.90).

## **4.CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS**

With the increase in competition as a result of global developments, business have entered into new searches to maintain or improve their positions in the hospitality industry in which they are located. Today, businesses in competitive markets, where prices are determined by the sector, have come face to face with the fact that setting prices according to their costs may cause them to lose their position in competition. Due to their easy replicable and non-stockable structure, hospitality companies cannot make a difference in the services they offer. Therefore, hospitality companies can use profit margins as a tool or to reduce their costs in order to make a difference against their competitors.

When the sales price of a product is determined by the market, that is, the firm cannot influence the price, it is natural for the manager to turn his eyes to costs. As an alternative to setting the sales price by adding a certain profit margin to the unit cost of the product, the firm may set a cost target for realizing that profit margin. All the processes applied to achieve this cost target are called “target costing”. This is not just a matter of “preventing waste”. It is also an issue that can be raised with the assumption that there are no wastes, and this process may coincide with the behavior of developing a new product or developing a different version of the product. In general, it can be thought that when the cost is reduced, the quality may also decrease. But of course, if the cost can be reduced without a reduction in the quality acceptable to the customer, then a significant cost reduction can be mentioned. For this reason, this process, which we have stated to coincide with product design, is a process that requires a lot of care. The issue becomes more complex, especially in the case of companies with multi-products and consequently concerns about which costs are associated with products.

Target costing is an important cost management technique used in developing new products and services, and in developing existing services and product processes. Although the target costing method seems to be conceptually simple and easy, it can be used in marketing, engineering, cost control and so on. It has a complex and multi-

faceted structure due to the difficulty of ensuring the wide participation and harmonization of the departments. In the hospitality industry, customer demands and expectations are changing on a customer basis, hotels want to provide competitive advantage by reshaping the services they offer to meet the changing customer demands and expectations. Hotel companies operating in the tourism sector compete by diversifying the services they offer to both domestic and foreign competitors and adjusting their concept to customer expectations.

## REFERENCES:

- Ansari, S.L., Swenson, D., and Bell, J. (1997). Target Costing Core Group, Target Costing: The Next Frontier in Strategic Cost Management. USA: Mac Graw-Hill Inc
- Avlonitis, G. J., and Indounas, K. A. (2006), "Pricing Practices of Service Organizations", The Journal of Services Marketing, 20(5), pp. 346-356.
- Cadez, S. and Guilding C. (2008). An Exploratory Investigation of an Integrated Contingency Model of Strategic Management Accounting. Accounting, Organizations and Society. 33(7-8): 836-863.
- Cooper, R., and Slagmuder, R (2002). Target Costing From New Product Development: Product Level Target Costing. Journal of Cost Management, 16(4).
- Cooper, R., and Slagmulder, R. (1997). Target Costing and Value Engineering. Portland, Oregon, Productivity Press.
- Ewert, R. and Ernst C. (1999).Target Costing, Coordination and Strategic Cost Management.European Accounting Review 8(1): 23-49.
- Feil, P., Yook, K-H.and Kim Il W. (2004) "Japanese Target Costing: A Historical Perspective" International Journal of Strategic Cost Management. (Spring 2004) : 10-19.
- Filomena, T. P., Neto, F. K., and Duffey, M. R. (2009). Target Costing Operationalization During Product Development : Model And Application. Int. J.ProductionEconomics118 , 398-409.
- Ghassan, F.M., and El-Dalabeeh, A.R.K (2016). The Role of Target Costing in Reducing Costs and Developing Products in The Jordanian Public. International Journal Of Academic Research In Accounting, Finance And Management Sciences, 6(4), 301-312.
- Kocsoy, M., Gurdal, K., and Karabayir, M. E. (2009). Target Costing In Turkish Manufacturing Enterprises. Problems and Perspectives in Management, Volume 7, Issue 1 , 197-207.
- Makrigiannakis, G., and Soteriades, M. (2007), "Management Accounting In The Hotel Business", International Journal of Hospitality & Tourism Administration, 8(4), pp. 47-76.
- Okutmuş, E., and Ergül, A. (2015). Konaklama İşletmelerinde Hedef Maliyetleme, Değer Analizi ve Kaizen Maliyetleme Yöntemlerinin Birlikte Uygulanabilirliğine İlişkin Bir Araştırma. Muhasebe ve Finansman Dergisi , 97-116.
- Pavlatos, O. and Paggios I. (2009). A Survey of Factors Influencing the Cost System Design in Hotels.International Journal of Hospitality Management. 28(2): 263-271.
- Pellinen, J. (2003). Making Price Decisions in Tourism Enterprises.International Journal of Hospitality Management 22(2): 217-235.
- Sevim, A., and Korkmaz, E.(2014) Cost Management Practices in the Hospitality Industry: The Case of the Turkish Hotel Industry, International Journal of Arts and Commerce, Vol. 3 No. 9, December
- Vasile, E., and Croiteru, I. (2013). Target Cost-Tool For Planning, Managing, and Controlling Costs. Romanian Journal of Economies/ Institute Of National Economy, 36(1), 114-127.

## KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERDE KRİZ: ADIYAMAN ORGANİZE SANAYİ SİTESİ ÖRNEĞİ

### CRISIS IN SMALL AND MEDIUM SIZED ENTERPRISES: PRACTICE IN AREA ORGANIZED-INDUSTRIES OF ADIYAMAN

*Erkan SARSICI<sup>1</sup>*

#### **Öz:**

Adıyaman organize sanayi sitesinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin kriz yönetimine yönelik kriz öncesi, kriz anı ve kriz sonrası herhangi bir çalışma yapıp yapmadıkları araştırılmıştır. Araştırma kapsamına alınan 353 KOBİ niteliğine sahip işletmeler araştırmanın ana kütesini oluşturmaktadır. Bu bağlamda yüz yüze anket yöntemi ile 175 şirkete ulaşılmış olup, konuya ilişkin kullanılan ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliği test edilmiş, korelasyon ve faktör analizi uygulanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre KOBİ'ler tarafından kriz öncesi, kriz anı ve kriz sonrasında gerekli çalışmaların yapılmakta olduğu görülmektedir. Bu kapsamda ilişkisel alt boyutlar ( $p < 0,05$ ) ile kriz yönetimi arasındaki ilişki yapılan istatistiksel araştırmalar sonucunda anlamlı bulunmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Kriz, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler (KOBİ), Kriz Sonrası

**JEL Kodları:** G01, M20, C88

#### **Abstract :**

It has been investigated whether SMEs operating in Adıyaman organized industry site have done any pre-crisis, moment of crisis and post-crisis work for crisis management. The enterprises with 353 SME qualities included in the scope of the research constitute the main body of the research. In this context, we have reached to 175 companies with face to face and validity and reliability of the scales used in the subject were tested, correlation and factor analysis were applied. According to the results of the research, it is seen that SMEs are carrying out necessary studies before the crisis, during the crisis and after the crisis. In this context, the relationship between relational sub-dimensions ( $p < 0,05$ ) and crisis management was found to be statistically significant.

**Keywords:** Crisis, Small and Medium Sized Enterprises (SME), After the Crisis

**JEL Classification Codes:** G01, M20, C88

---

<sup>1</sup> Dr. Adıyaman Üniversitesi, Besni Meslek Yüksekokulu, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, [sarsicierkan@yahoo.com](mailto:sarsicierkan@yahoo.com), [orcid.org/0000-0002-8719-9205](http://orcid.org/0000-0002-8719-9205)

## 1. Giriş

Kriz; kelime olarak beklenmedik durumlarda, olağanüstü koşulların oluştuğu ve normal faaliyetlerin yapılmasını engelleyen bir durum olarak ifade edilebilmektedir (Titiz, 2003: 112). Kriz 1980'lerden önce iletişim ve teknoloji alt yapısı yeterli olmadığı için çevresine etkisi çok fazla olmamaktaydı. Fakat 1980 ve sonrasında globalleşme ve teknolojik gelişmeler neticesinde bir ülkede meydana gelen kriz diğer başka ülkeleri de hızlı bir şekilde etkilemeye başlamıştır. Türkiye de 1990 yılından itibaren yaşanan veya etkileyen krizlere bakıldığında (1991 Körfez, 1994 Nisan, 1997 Asya, 1998 Rusya, 1999, 2000 Kasım, 2001 Şubat, 2008 Temmuz) hem ülke içi sebeplerden hem de uluslararası sebeplerden yaşandığı görülmektedir.

İşletme ve KOBİ yöneticilerin krizlere karşı birinci görevi kriz meydana gelmeden önce gerekli tedbirleri alarak meydana gelebilecek hasarı en aza indirmek veya mümkünse krizin teğet geçmesini sağlamaktır. İkinci görevi; krizin meydana gelmesi durumunda örgüt içi iletişimi ve faaliyetleri en verimli şekilde kullanmaya çalışma, üçüncü görevi ise; krizin etkisinin azalması ve bitmesi ile birlikte yaşanan krizden alınabilecek dersler hakkında etkili ve kapsamlı çalışma yapmak olmalıdır. İster fırsat ister kriz durumu olsun beklenmeyen durumlarda bu faaliyetlerin tam olarak yerine getirilmemesi firmaları zor durumda bırakabilecektir. Firma faaliyetlerinin kesintiye uğramaması için bu yöntemlerin başarılı bir şekilde uygulanması gerekmektedir.

İşletmeler tarafından alınan ekonomik kararlar firmanın piyasa ve hisse değerini arttırmakta, dolayısıyla bir servet artışına sebep olabilmektedir. Alınan ekonomik kararların yanlış olması sonucunda ise firmaların iflaslarına sebep olabilecektir. Son yıllarda yaşanan ekonomik çalkantılar neticesinde alınan ekonomik kararların önemi her geçen gün biraz daha artmaktadır.

Bu çalışmanın temel amacı; ulusal veya küresel kaynaklı olabilecek krizler karşısında Adıyaman organize sanayi bölgesinde faaliyet göstermekte olan küçük ve orta ölçekli işletmelerinin kriz yönetimi konusunda uygulamaya yönelik ne tür faaliyetler içerisinde oldukları sorularına yanıt bulabilmektir. Bu kapsamda Adıyaman organize sanayi bölgesinde faaliyet gösteren, KOBİ olma kriterlerine uyan işletmelerden yüz yüze anket tekniği kullanılarak veriler toplanarak analiz edilmiştir. Bu araştırma ile KOBİ olma yetisine sahip olan işletmelere kriz yönetimi konusunda destek sağlanması beklenmektedir. KOBİ'ler kriz yönetimini kurumsallaştırma çalışmasına başladıklarında yapılması gereken temel görevler hakkında önemli bir çalışma olarak literatürde yer alacaktır. Krizi kurumsallaştırma çabalarına yönelik KOBİ ve kriz konularında literatür çalışmalarına destek olması düşünülmektedir. İşletme dünyasında krizlerin ancak etkili bir kriz yönetimi ile atlatılabileceği bilinmektedir. Kriz dönemlerinin en az hasarla atlatılabilmesi için yapılması gereken çalışmaların neler olduğu ve ne şiddetle yapıldığı bu çalışmada ele alınacaktır. Çalışmanın araştırma kısmında Adıyaman OSB'de faaliyet gösteren KOBİ'lerin kriz yönetimine karşı hangi aşamada ne tür bir çalışma yaptıklarına ilişkin araştırma sonuçları ortaya konulmaktadır.

## 2. Kavramsal Çerçeve

### 2.1. Kriz

Kriz genel bir tanım olarak “ani” veya “kendini hissettirerek” meydana gelmesine rağmen genel olarak bakıldığında bir “durgunluk ve bunalım” anlamlarını ifade etmektedir (Bayazit vd., 2003: 365). Başka yazarlara göre ise kriz, “içinden çıkılması zor durum” veya “birdenbire ortaya çıkan kötüye gidiş yönündeki gelişmeler ve tehlikeli an” olarak ifade etmek mümkündür (Akgemici ve Güleş, 2009: 208). Başka bir tanıma göre ise; Firmaların vizyon hedeflerini tehdit ederek, beklenmeyen bir durumda ortaya çıkarak, işletmelerin kuruluş amaçlarını geçersiz kılan, varlığını tehlikeye sokan, örgüt önleme ve uyum tedbirlerini etkisiz hale getirerek gerilim oluşturan bir durumdur (Baran, 2006: 26).

Örgütsel anlamda krizin tanımına bakıldığında ise; örgütün varlığını ve amacını tehlikeye sokan, örgütlerin risk önleme tedbirlerini yetersiz hale getiren, beklenmedik durumlarda hızlı tepkiler verilmesi gereken, karar verme ve planlama mekanizmalarını olumsuz bir şekilde etkileyebilen bir gerilim durumu olarak değerlendirilebilir (Demirtaş, 2000: 357). Gerilim durumları etkili yönetilemediği durumlarda krizler, doğru yönlendirilebildiği durumlar da ise fırsatlar ortaya çıkabilmektedir. Krizlerin en önemli özelliğinin ise bilinmez ve belirsiz durumlarda ortaya çıkması olduğu söylenebilir. Krizler örgütler için sürekli bir tehdit anlamına gelmediği, aynı manaya gelen Çince Wei-ji kelimesi fırsat anlamını da taşımaktadır. “Wei-ji” kelimesi Çince fırsat ve tehlike kelimelerinin birleşiminden meydana gelmektedir (Murat ve Mısırlı, 2005: 3).

### Şekil 1. Kriz kelimesinin Çince ifadesi

# 危机

**Kaynak:** Ulmer, vd., 2007.

Krizler genellikle beklenmeyen durumlarda ortaya çıkmaktadır. Büyük etkisinin ne zaman ve nasıl olacağı tam bilinmezken, bazen krizlerle ilgili sinyaller alınabilmektedir. Bu açıklamaya göre krizler erken uyarı sistemine göre iki gruba ayrılmaktadır (Irvine, 1987: 37; Titiz ve Çarıkçı, 2001: 205):

1) Ani Krizler: Örgüt yöneticilerine hiçbir uyarı sinyali göndermeden müşterileri, çalışanları, yatırımcıları, vatandaşları ve şirketin mali değerlerini olumsuz yönde etkileyebilecek ani ve beklenmedik durumlar.

2) Algılanan Krizler: çeşitli zamanlarda farklı sinyaller göndererek, analiz tekniklerinin uygulanması ile anlaşılabilir krizler.

Krizlerin meydana gelmesi ile işletmenin normal yaşam koşullarında değişiklikler meydana gelmektedir. İşletmelerde yaşanan değişiklikler (Sucu, 2000: 19);

- 1) Örgütlerin faaliyetlerini ve uyum mekanizmaları yetersiz bir hale girer.
- 2) Sosyal hayatta yaşanan krizler gibi acil ve ciddi eylem planı ve müdahale gerektirir.
- 3) Örgüt yönetiminde ve içinde gerilime sebep olarak, belirsizlik, endişe, korku, panik ve tehdit oluştururlar.
- 4) Üretim sistemleri ile bağlantılı olan tüm faaliyetleri etkilerler,
- 5) Önceden hazırlanmış eylem planlarının uygulanmasına izin vermezler,
- 6) Firmaların faaliyet ve çalışma sistemlerinin tekrar gözden geçirmesini gerektirir,
- 7) Genellikle aniden ve beklenmeyen durumlarda ortaya çıkmaktadır.

Firmaların ekonomik gidişatı veya örgütsel yapılarda ki meydana gelebilecek bozulmalar, yönetim kalitesinin zayıflığı, finansman ve bütçenin düşük kalması, personellerin kalifiye olmaması örgütün krize doğru yol almasında büyük etkiye sahiptir (Peker ve Aytürk, 2000: 388). Krizin oluşumunda örgütler hem çevresel faktörlerden hem de içsel faktörlerden etkilenebilmektedirler. İçsel faktörler genellikle, örgütten, yöneticiden, personelden, bütçeden ve teknik donanım gibi kaynaklardır. Krize neden olan dış çevre faktörleri ise işletme yetki alanı dışında kalan müdahalesi zor, kontrol edilemeyen faktörler olarak tanımlanabilir.

## 2.2. Kriz Yönetimi

Kriz kelimesi en genel anlamı ile firmaların standart çalışmalarında normal olmayan gelişmelerin ortaya çıkmasıdır. Kriz yönetimi ise, ortaya çıkan anormal durumlar karşısında firma yöneticileri tarafından uygulanan eylem faaliyetleri veya davranışlar olarak tanımlanabilmektedir. Yetkin yöneticiler tarafından meydana gelebilecek krizlerin önceden sinyalleri alınır, tedbirler alınıp, değerlendirilip ve gerekli tepkiler verilmesi durumunda krizin etkisi en aza indirilebilecektir. Aksi takdirde örgütün kriz yaşaması kaçınılmaz olacaktır (Can, 1994: 303). Krizin yaşanmaya başlaması ile beraber, örgüt içinde çatışma ve panik havası baş gösterecektir. Yöneticiler tarafından krizi atlatabilmek için bütün planlar ve amaçlar devre dışı bırakılmak zorunda kalabilecektir. Böylece örgüt ikliminde de sorun yaşanarak örgüt iklimi bozulabilecektir (Yeniçeri, 1993: 223). Kriz Yönetimi; işletmelerin faaliyet akışlarında meydana gelen anormal durumlar karşısında sergilenen durum ve faaliyetler olarak tanımlanabilir. Kriz yönetiminin amacı işletmeyi krize düşürmemek veya en az hasarla kurtarılmasını sağlamaktır.

Krizlerin sağlamış olduğu zararlı etkilerin yanında bazı durumlarda büyüme ve gelişme fırsatları da sunabilmektedir. Bu fırsatlar genel olarak kriz yönetimi sayesinde hem krizden çıkmayı hem de krizden yararlanmayı sağlamaktadır. Etkin bir kriz yönetimi süreci sayesinde meydana gelebilecek krizlerin önceden görülebilmesi sağlanacak ve bu krizi fırsata çevirme imkânı sunabilecektir (Runyan, 2006: 14). Mevcut literatüre bakıldığında KOBİ'lerin planlama uzmanı istihdamına sıcak bakmadıkları, uzun vadeli planlar yapmadıkları ve şirket yöneticileri ile ortakları tarafından alınan kararlarda veriler ve istatistiki tabloların çok kullanılmadığı bunun yerine sezgilere ve duylulara dayanılarak planlamaların yapıldığı görülmektedir (Erdoğan vd., 2006: 36).

İşletme yöneticileri tarafından kullanılan otorite, çalışanın performansı ve motivasyonu üzerinde etkili olmaktadır. Otoritenin kullanım şekli çalışan verimini olumsuz etkileyecek şekilde kullanıldığında örgüt elemanlarında verimsizlik ve huzursuzluk olabilecektir. Bunun sonucunda istenmeyen durumlarla karşılaşılabilir ve örgüt içi nedenlerden kaynaklanan bir kriz tehdidi oluşabilir. Örgüt içi krizlerin en temel sebebi olarak başarısız ve yetersiz yöneticilerin aldığı veya alamadığı kararlar sonucu ortaya çıkmaktadır. Kriz yönetiminin bazı temel



özelliklerinden söz edilebilir. Bunlar; krizi hissetme, önlem almada erken davranma, ders alma ve sonuç çıkarma olarak sıralanabilir.

### 2.3. Kriz Yönetimi Süreci ve Aşamaları

KOBİ'ler işletme amacına uygun olarak finansal kaynaklarını planlı, doğru ve vizyona yönelik olarak kullanmaları büyük önem taşımaktadır. Başarılı bir kriz yönetimi mikro ve makro önlemleri olarak gerçekleşebilir. Mikro önlemler işletme yöneticileri ve çalışanları tarafından, makro önlemler ise devlet kurumları tarafından yapılmaktadır. KOBİ'ler için kriz yönetiminin önemini arttıran diğer bir sebep ise Anonim şirketlerde ve holdinglerde kriz yöntemi ile ilgilenecek gerekli uzman birimler istihdam edilmekte iken, KOBİ'lerde krizlerin yönetimi bizzat firma sahibi ve ortakları tarafından yönetilmektedir. Kriz yönetimine KOBİ'lerde gerekli önem verilmediğinden dolayı etkisi ve sonucu büyük hasarlara neden olabilmektedir (Peel ve Wilson, 1995: 53).

Sosyal ve ekonomik olarak KOBİ'lerin Türkiye finansmanına katkısı dikkate alındığında, sosyal ve ekonomik olarak büyük paya sahiptir. Bu nedenle KOBİ'lerin finansal yönetimleri çok kritik bir öneme sahiptir. Krizler aslında dinamik, kontrol edilebilir, uygun ve şekillendirilebilir stratejilerle yönetilebilecek süreç haline getirilebilir. Kriz yönetim süreci genel olarak, reaktif, proaktif ve interaktif olmak üzere 3 başlık altında incelenebilir (Yeniçeri, 1993: 223).

**Proaktif kriz yönetimi modeli;** firmayı etkileyebilecek herhangi bir krizin daha meydana gelmeden önce yetkili birimler tarafından tedbirlerin alınması ve uygulamalarla krizin engellenebileceği modeldir.

**Reaktif kriz yönetimi modeli;** bu modelde kriz artık kendisini hissettirmiş ve göstermiştir. Bu aşamada krizin varlığı kabul edilerek ona göre eylem planları hazırlanarak krize odaklanılan modeldir.

**İnteraktif kriz yönetimi modeli ise;** bu modelde artık kriz bitmek üzere veya bitmiş olduğu durumlarda krizin bırakmış olduğu etki ve deneyimlerden yararlanmak üzere bütün hazırlık ve planların gözden geçirilmesi, analiz edilmesi gereken kriz yönetimi modelidir.

Şekil 2. Kriz Yönetim Modeli



**Kaynak:** Hutchins, Holly M. ve Jia Wang, 2008

KOBİ'lerde meydana gelen bir kriz durumunda, yaşanabilecek herhangi bir olumsuz durumun sonuçlarını sadece bir birime veya bir bireye yüklemek ve onu cezalandırmak örgüt kültürüne uymayacak bir eylemdir. Bu yönde yapılacak bir etkileşim, krizin iyi bir şekilde analiz edilmesini engelleyebilecektir. Krizler meydana gelmeden kriz hakkında ve sonucu hakkında net bilgilerin verilmesi söz konusu olamamaktadır. Bundan dolayı meydana gelebilecek bir kriz için her zaman gerekli tedbir ve politikaların alınarak hazırda beklenilmesi gerekmektedir. En önemlisi de küçük veya büyük meydana gelebilecek her bir krizi ciddiye alarak çalışmalar yapmak gerekmektedir. Kriz aşamaları kriz sinyallerini almakla başlar, gerekli tedbirleri alarak eylem planının devreye sokulmasında firmalara yarar sağlanacaktır. Kriz durumunda firmaların departmanlarını bir bütün olarak düşünmeli aksi takdirde bağımsız olarak düşünülürse krizin etkisi ile bir başka yanlış işleme sebep olabilecektir. Kriz meydana geldiğinde sadece bir departmanı ve bir bireyi değil firmanın bütünü etkileyecek bir hasar bırakmaktadır. Firmalar krizler ile etkin mücadele etmek istiyorsa bu gerçekleri göz ardı etmemelidirler (Kahya, 2008: 30).

Kriz yönetim süreçleri farklı alt başlıklardan oluşmaktadır: “kriz öncesi işletme yönetimi (kriz sinyallerinin alınması aşaması, krize hazırlık ve önleme aşaması)”, “kriz anı işletme yönetimi (krizin denetim altına alınması aşaması)”, “kriz sonrası işletme yönetimi (iyileşme ve normal duruma dönüş aşaması, öğrenme ve değerlendirme aşaması)” olmak üzere üç başlıkta incelenebilmektedir (Akıncı, 2010: 45).

**Kriz Öncesi İşletme Yönetimi:** “Kriz sinyallerinin alınması” gerektiği bu aşamada, krizin meydana gelme ihtimaline karşın sinyalleri yakalayıp bildirebilecek sistemlerin kurulmasıdır. Bu eylem ve tedbirler alındıktan sonra bir sonraki aşama olan “krize hazırlanma ve önleme” aşamasına geçilir. Krizden alınan sinyaller sayesinde kriz hakkında bilgiler toplandıktan sonra yönetime uygulanacak adımlar için bir rapor olarak sunulması gerekmektedir. Bu aşamada yapılması gereken tedbirlerden bazıları şunlardır: Kriz senaryosunun hazırlanması, erken uyarı sistemlerinin kurulması, krizi yönetecek ekibin belirlenmesi, iç ve dış çevrenin analiz edilerek SWOT analizinin oluşturulması ve krizle mücadele edecek hazır bir örgüt yapısı oluşturmak gerekmektedir.

**Kriz Anı İşletme Yönetimi:** “Krizin denetim altına alınması” gerektiği bu aşamada, firma üst yönetim kademesi, kendilerine sunulan kriz önleme modellerinden en uygun olanlarını seçerek gerekli birimlere çözüm modellerinin uygulanması için talimat verirler ve bu talimatları sonuç aşamasına kadar takip etmelidirler. Krizin artık hissedildiği ve denetim altına alınması gerektiği aşamada yapılması gereken başlıca çalışmalar şunlardır: Finansal yönetim politikalarının geliştirilmesi, personel politikasının geliştirilmesi, karar alma politikalarının incelenmesi ve uygun yöntemlerden yararlanılması ve etkin halkla ilişkiler politikasının oluşturulması gerekmektedir.

Bu aşamada yapılması gereken diğer önemli görevler de şu şekilde sıralanabilir;

- 1) Krizi yönetecek ekip tarafından öncelikle işletmede yaşanan krizin ne tür bir kriz olduğunu tespit etmelidirler,
- 2) İşletme yönetimi ve gerekli birimler tarafından krizin oluşturabileceği etkiler analiz edilmelidir.
- 3) Bu aşamalar yapıldıktan sonra ve kriz hakkında detaylı bilgiye sahip olduktan sonra krizi önlemeye yönelik tedbirler ve stratejiler uygulamaya koyulmalıdır.
- 4) Tüm bu uygulamalarda yapılmak istenen temel amaç krizin etkilerinin bastırılması ve kontrol altına alınması içindir.
- 5) En büyük hasarı alan birimin sorunlarının çözümüne odaklanılarak yönetim ekibi bir araya gelip krizde uygulanan strateji, eylem ve taktikleri tekrar gözden geçirmelidirler.
- 6) Yapılması gereken değişikliklere bu aşamada karar verilmelidir.

Krizlerin etkisi ne kadar büyük olursa olsun genellikle geçici bir süreliğine hissedilmektedirler. Bu dönemler geçtikten sonra firma faaliyetleri tekrar eski seviyesine dönmeye başlamalıdır. Kriz döneminde zorunlu sebeplerden dolayı düşen talep miktarı krizin bitmesi ile beraber tekrar talep miktarının artmasına başlayacaktır. Firma faaliyetleri eski seviyesine dönebilirse krizin etkileri atılmaya başlanmıştır. Fakat firma eski faaliyet hacmine ulaşamıyorsa firmaların ciddi bir aşamadan geçmesi gerekmektedir. Firmaların bu aşamalardan büyük dersler alarak zayıf ve üstün yönlerini analiz etmeleri gerekmektedir.

**Kriz Sonrası İşletme Yönetimi:** “iyileşme ve normal duruma dönüş” diye tabir edilen bu aşamada, krizin meydana gelmesi ile işletmelerde seferberlik ilan edilmiş ve örgüt yapısında bazı değişiklikler yapılmak zorunda kalmıştır. Krizin bitmesi ile beraber artık olağanüstü durumlar bitmiş ise örgütün kriz dönemi yapısı eski dizayn yöntemine geri getirilerek işletme faaliyetlerine kaldığı yerden devam etmesi sağlanmalıdır. Kriz yönetimin son aşaması olan diğer bir tanım ile “değerlendirme ve öğrenme” aşaması olan bu noktada yapılan eylem, alınan önlem ve kararlar mercek altına alınarak detaylı incelenecektir. Bu faaliyetler sonucunda firmalar bir sonraki krize daha hazırlıklı olabileceklerdir. Kriz sonrasında yapılabilecek temel çalışmalar ise; durum analizinin yapılması, yeniden yapılanma ve kriz sonrasında moral motivasyon çalışmaları olarak sıralanabilir (Tüz, 2004: 10).

Meydana gelen ekonomik ve finansal krizler süreklilik sağlamamakta, kısa, orta ve uzun olmak üzere süresi değişmekle birlikte belli bir süre sonra etkisinin azalması ile beraber yerini normal ekonomik faaliyetlere bırakmaktadır. Kriz yönetimini etkin ve başarılı bir şekilde uygulayan işletmeler hayatta kalmayı büyük oranda başarıp, işletme faaliyetlerine kriz sonrasında da kaldıkları yerden devam etme imkânı bulabilmektedirler. Fakat bazı diğer işletmeler ise etkin ve başarılı bir yönetim sağlayamadığı için, bu mücadeleyi kaybedebilecek, hatta faaliyetlerine son vermek zorunda kalabileceklerdir. Eğer meydana gelen finansal veya ekonomik bir kriz sonucunda bir şirket hala ayakta kalabilmiş ise çeşitli düzeylerde krizlerden azda olsa etkilenmiş olabilecektir.

İşletmelerin krizden sonra tekrar piyasaya girebilmeleri hatta eskisinden daha da iyi bir şekilde girebilmeleri için kriz döneminde uygulanan strateji büyük öneme sahiptir. Yaşanan Kriz dönemlerinde rahat bir geçiş elde etmek isteyen işletmeler, kriz öncesinde finansal politikaları ile yakından ilgilenmeli, kriz sonrası yaşanan gelişmelerde ise kriz esnasında uygulanan politikaları dikkatle incelemelidir. Kriz sonrasında da bu durumlara bağlı olarak etkin bir durum analizi yapılmalı ve işletmelerin güçlü, zayıf yönleri ile fırsatları/tehditleri tespit edilmelidir. Bu tespitler neticesinde işletmelerin yeni bir yapılanma ile faaliyetlerine devam etmeleri isabetli olacaktır. İşletmelerde ki yeni yapılanma, ürün düzeyinde, örgütsel düzeyde ve pazar düzeyinde olabilir. Gerektiği

durumlarda ise etkili, verimli ve başarılı olabilmek için küçülme stratejisi de işletmeler için bir alternatif olarak uygulanabilir. Zira küçülerek büyümenin de bir finansal yönetim stratejisi olduğu bilinmektedir. Finansal yönetim birim ve mekanizmasının etkin/başarılı çalıştırılması sonucunda finansal başarının da artırılması mümkündür. Verimliliğe, nakit yönetimine önem verilmesi, borçlanırken dikkat edilmesi gereken kurallara uyulması halinde, işletmeler finansal açıdan daha sağlıklı, daha başarılı ve daha güçlü olabileceklerdir.

Yukarıda anlatılan hususlara binaen bu araştırmanın sorunsalı, Adıyaman organize sanayi bölgesinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin kriz öncesi, kriz anı ve kriz sonrası kriz yönetimine yönelik çalışma yapıp yapmadıkları, yaptılar ise düzeyinin ne olduğunu ortaya koymaktır.

### **3. Yöntem**

Adıyaman organize sanayi bölgesinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin kriz yönetimini araştırmaya yönelik olarak hazırlanan bu araştırmada öncelikle örneklem ve ölçeklerine yönelik bilgilere değinilmiştir. Araştırma kapsamında göre KOBİ'lerin kriz öncesi, kriz anı ve kriz sonrası kriz yönetimine yönelik çalışmalarının olup olmadığı test edilmiştir. Araştırmanın temel amacı çeşitli sebeplerden kaynaklanmak üzere ortaya çıkan krizler karşısında Adıyaman organize sanayi bölgesinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin kriz yönetimi ile ilgili olarak herhangi bir çalışma yapıp yapmadıkları, eğer yapılan çalışmalar varsa bu çalışmaların özellikleri ve seviyesinin ne olduğunun bulunmasına yönelik sorulara yanıt bulmaktır.

#### **3.1. Evren ve Örneklem**

Araştırmada birincil veri toplama yöntemi kullanılmıştır. Birincil veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anket, Adıyaman Organize Sanayi Bölgesinde ki KOBİ'lere uygulanarak, gerekli veriler elde edilmiştir. Yapılan araştırmanın kapsamına Adıyaman organize sanayi bölgesinde faaliyetlerini sürdüren, Adıyaman Ticaret ve Sanayi Odasında kaydı bulunan ve KOBİ sayılabilmek için gerekli şartları sağlayan toplam 353 firma baz alınmıştır. Araştırma kapsamında bulunan 353 KOBİ çalışmanın ana kütlelerini oluşturmaktadır. Finansal imkânsızlıklar ve zaman yetersizliği nedeniyle tesadüfî örneklem yoluyla ana kütleliyi oluşturan işletmeler arasından 195 işletme ile örneklem grubu oluşturulmuştur. Bu işletmelerden 20 tanesi farklı nedenlerden dolayı anket formunu doldurmamış, geriye kalan 175 işletme dikkate alınarak çalışmaya devam edilmiştir. İşletme yöneticilerine yöneltilen soruları doğru olarak algıladıkları ve verdikleri yanıtlar doğru varsayılmıştır.

#### **İşletmelerle İlgili Tanımlayıcı Bilgiler ve Yöneticilerin Demografik Özellikleri**

Çalışmanın birinci bölümünde işletmeler ile ilgili tanımlayıcı bilgiler ve KOBİ'lerin yöneticilerine ait demografik özelliklere ait sorular yer almaktadır. Çalışmaya katılarak soruları cevaplandıran yöneticilerin demografik bilgilerinden cinsiyet verileri ile ilgili bulgulara bakıldığında; %73,7'sinin erkek, %26,3'ünün ise kadın yöneticilerden olduğu belirlenmiştir. Yöneticiler ait yaş aralıklarına bakıldığında ise; en yüksek yaş aralığının %26,9 oranında 41 ve üzeri yaşa sahip olduğu görülmektedir. Bu oranı daha sonra %26,3 ile 39-40 yaşlarına sahip yöneticiler takip etmekte, daha sonra ise %20 ile 31-35 arası yaşlara sahip genç yöneticilerin takip ettiği ve 21-25 yaş grubunun ise araştırmada en düşük seviyede kaldığı %12 ile temsil edildiği analiz edilmiştir. Diğer bir yönetici demografik özelliği olan medeni duruma bakıldığında ise araştırmaya katılan yöneticilerin %63,4 gibi önemli oranda evli, %36,6'sının ise bekâr olduğu belirlenmiştir.

Araştırma sorularına cevap veren yöneticilerin eğitim seviyelerine bakıldığında %57,1 oranında yöneticinin ön lisans diplomasına sahip olduğu belirlenmiştir. Bu veriyi %28 ile lisans ve %12,6 ile lisansüstü eğitime sahip yöneticilerin izlediği belirlenmiştir. İşletme yöneticilerinin mevcut çalıştıkları firmadaki çalışma sürelerine bakıldığında; %44'ünün 1-5 yıl arası, %38,3'ünün 6-10 yıl arası ve %12,6'sının ise 11 ile 15 yıla kadar mevcut işyerinde çalışmaya devam ettiklerine dair rakamlara ulaşılmıştır. Çalışma kapsamındaki firmaları tanımlamaya yönelik çalışan sayılarına bakıldığında; %35,4'ünün 10-49 arası, %33,7'sinin 50-99 arası ve %14,9'unun 100-149 arası personelle faaliyetlerini sürdürdükleri tespit edilmiştir.

#### **3.2. Araştırmada Kullanılan Ölçme Aracı**

Çalışmada yöntem olarak kullanılan ve veri toplama metotlarından biri olan ölçek metodu kullanılmıştır. Ölçek çalışması, işletme yöneticileriyle yüz yüze anket yöntemi kullanılarak yapılmıştır. Çalışmada bu konuda benzer araştırmalar yapan Sağlam ve Deniz (2007) tarafından geliştirilen ve işletmelerin kriz döneminde ne tür strateji uyguladıklarına yönelik yapılan çalışma dikkate alınmıştır. Murat ve Mısırlı'nın (2005) yaptığı diğer bir çalışma olan ekonomik krizlerin KOBİ'ler üzerine etkileri çalışmasına dayanılarak geliştirilmiştir. Endüstri işletmelerinin kriz yönetimi konusunda aldıkları tedbirleri inceleyen Haşit tarafından (2003 yılında yapılan "İşletmelerde Kriz Yönetimi Kavramı ve Endüstri İşletmelerinin Kriz Yönetimi Konusunda Yaptıkları Çalışmalar") hazırlanan ve geliştirilen ölçek esas alınmıştır. Bu ölçeklerin geçerliliği ve güvenilirliği daha önceki çalışmalarda da test edilerek kullanılmıştır. Çalışmada faktör analizi sonucunda ulaşılan yapıya bağlı olarak,

değişkenlerle ilgili Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı hesaplanmıştır. Elde edilen hesaplama sonucu güvenilirlik katsayılarının literatürde kabul edilen 0.70 değerinin üzerinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada kullanılan ölçek, firmalarda uygulanmakta olan kriz yönetim çalışmaları ile bunların düzeylerini belirlemeye yönelik olarak kullanılan Likert tipi toplam 26 sorudan meydana gelmektedir. Araştırma konusu olan Kriz yönetimiyle ilgili anket çalışma soruları 5'li Likert ölçeğine göre düzenlenmiş ve cevaplandırıcılardan 1 (kesinlikle uygulanmamakta), 5 (kesinlikle uygulanmakta) cevaplarından kendilerine en uygun ve doğru cevabı seçmeleri istenmiştir. Elde edilen ölçek sorularının sonuçları analiz edilirken SPSS paket programı kullanılarak devam edilmiştir.

Faktör analizi yapılarak değişkenlerin 3 faktöre yüklendiği gözlenmiştir. Çalışmada kullanılan faktör analiziyle firmalarda kriz yönetimine yönelik yapılan çalışmalarının unsurları; krizden önce yapılacak yönetim çalışması, kriz esnasında yapılacak yönetim çalışması ve krizden sonra yapılacak yönetim çalışmaları olmak üzere 3 başlık olarak ortaya konulmuştur. Krizden önce yapılacak çalışmalar 12 maddeden oluşan Ölçek sorularıyla ölçülmeye çalışılmıştır. Kriz esnasında yapılacak çalışmalara yönelik ölçek güvenilirliği 0,878 çıkmıştır. Kriz esnasında yapılacak yönetim faaliyetleri 10 soru ile ölçülmeye çalışılmış ve ölçek güvenilirliği 0,628 çıkmıştır. Krizden sonra yapılacak yönetim çalışmaları ise 4 soru ile ölçülmüştür. Fakat daha sağlıklı veri elde etmek amacıyla 4. Soru çıkarıldıktan sonra güvenilirliği 0,731 olarak belirlenmiştir. "kriz yönetimi çalışmaları" na yönelik bulunan tüm sorular için Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) değeri 0,85 olarak hesaplanmıştır. Elde edilen bu  $\alpha$  değeri, ölçek toplam güvenilirliğini göstermektedir. Bu değer literatürde kabul edilen 0.70 değerinden daha büyük olduğu için bilimsel bir araştırmada oldukça kabul edilebilir bir değerdir.

Çalışmalarda kullanılan ölçeklerin, faktör analiziyle gruplandırmasının yapılması gerekliliğini belirlemek amacıyla KMO ve Barlett testleri yapılmaktadır. Barlett Küresellik Testi anlamlı ( $p < 0,001$ ) ve KMO testi sonucu 0,820 çıkmıştır. Dolayısıyla faktör analizi uygulamak son derece önemli görülmektedir. Bu kapsamda ölçeğe ilişkin sorularla ilgili faktör analizi yapılmıştır. Bu analiz daha detaylı olarak tabloda gösterilmektedir.

**Tablo 1.** Kriz Yönetimi Keşfedici Faktör Analizi

<i>KMO</i>	,820
<i>Barlett</i>	000 ( $p < 0,001$ )
<i>Barlett X<sup>2</sup></i>	1298,410
Cronbach's Alfa	0,850

Çalışma değişkenlerine yönelik ölçme modelinin doğrulayıcı faktör analizinde örtük değişkenlerden (Kriz Öncesi: b1, b2 vb., Kriz anı: c1, c2 olacak şekilde) gözlemlenen değişkenlere doğru tanımlanmış olan yollara ilişkin standardize edilmiş parametre değerleri gösterilmektedir. b1(Kriz Rehberi (eylem planı) mevcuttur) ve b4(bilimsel Çevre Analizi yapıyor) maddeleri daha sağlıklı bir sonuç elde edilebilmesi adına analizden çıkarılmıştır.

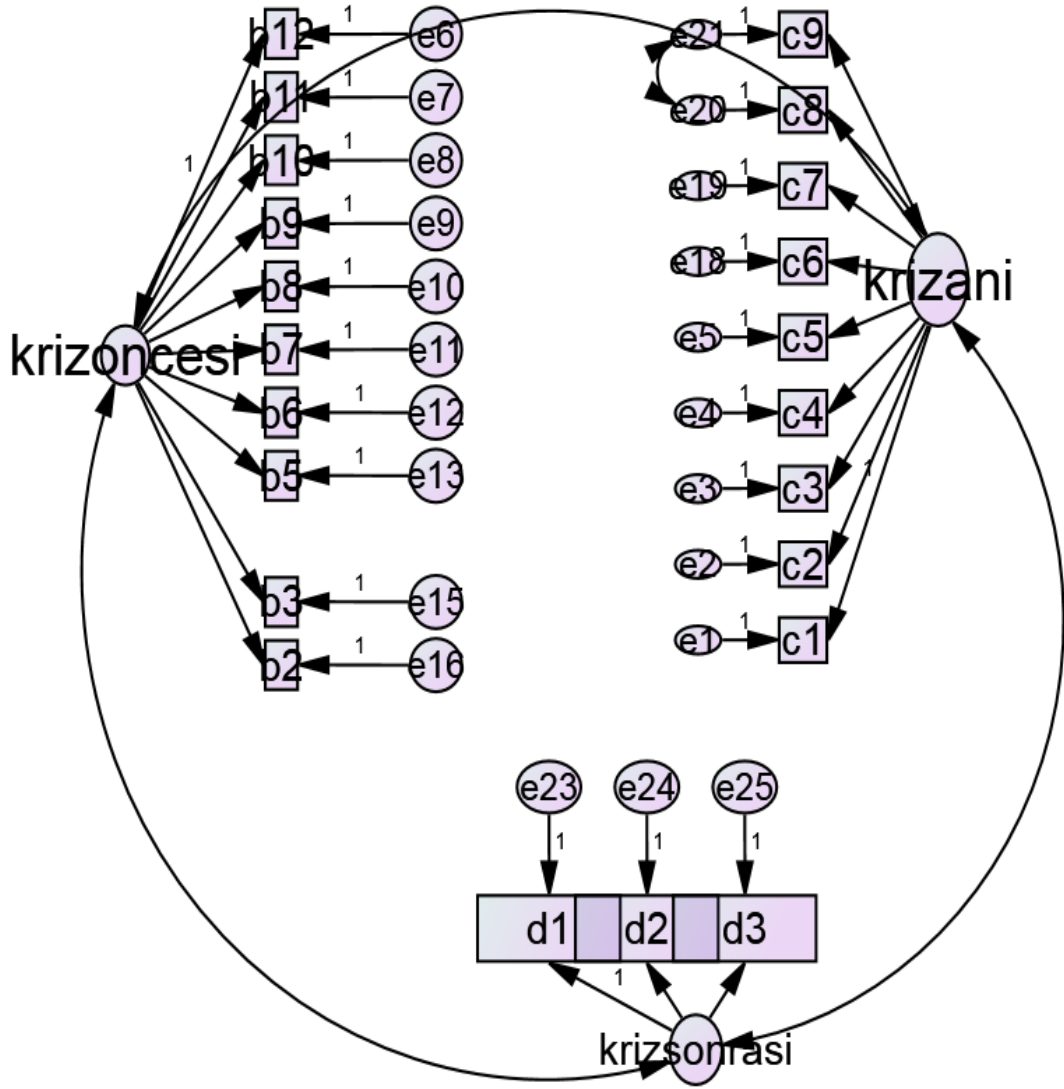
Araştırmanın amacı kapsamında ölçeğe ilişkin ifadeler üzerinde faktör analizi yapılmıştır. Bu kapsamda üç boyut ortaya çıkmıştır. Bu boyutlar "Kriz Öncesi, Kriz anı ve Kriz sonrası" şeklinde adlandırılmışlardır.

Adıyaman organize sanayi bölgesinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin kriz öncesi, kriz anı ve kriz sonrasında uyguladıkları krizi yönetmeye yönelik çalışmaları belirlemek amacıyla yapılan bu çalışmada, kullanılan ölçeklerle ilgili detaylı bilgiler aşağıda verilmektedir. Çalışmada kullanılan ölçeklere ilişkin uyum iyiliği değerleri, Tablo 1' de gösterilmiştir. Çalışmada kullanılan bütün ölçekler için yapılan güvenilirlik ve geçerlilik çalışmalarına ilişkin veriler, her ölçekle ilgili bölümün sonunda gösterilmiştir. Tüm ölçeklerde KMO ve Barlett test sonuçları kabul edilen standartlardadır.

### **Doğrulayıcı Faktör Analizi**

Bu araştırmada doğrulayıcı faktör analizi AMOS paket programı kullanılarak yapılmıştır. Kullanılan doğrulayıcı faktör analizi ölçme modeli, araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerliliklerini test etmek amacıyla kullanılmaktadır (Anderson ve Gerbing, 1988: 16). Bahse konu ölçme modeli daha önceden oluşturulmuş ve bir model aracılığıyla gözlemlenen değişkenler yardımı ile gizli değişken oluşturmayı amaçlamaktadır (Myers, 2000: 21). Çalışmamızda KOBİ'lerin kriz yönetimleri test edilecektir. Bu nedenle ölçekte yer alan ifadelerin, ölçülmek istenilen değişkenleri ne derece açıkladığı belirlenecektir. Bundan dolayı birinci düzey doğrulayıcı faktör analizi yapılacaktır.

Şekil: 3 KOBİ'lerin kriz yönetimi Doğrulayıcı Faktör Analizi



Modelimizin kabul edilme durumu, analiz sonucunu ortaya çıkaran uyum istatistiklerinin belli değerlerin altında veya üstünde olma durumuna bağlıdır (Gültekin ve Aba, 2011: 222). Çalışmada model uyumlarının iyi bir sonuç vermesi için ki-kare değerinin anlamsız çıkması gerekir. Fakat, küçük örneklerde ki-kare değeri genelde anlamsız çıkarken, büyük örneklerde çoğunlukla ki-kare değeri anlamlı çıkmaktadır. Bu nedenle ki-kare değeri serbestlik derecesine bölünerek ( $\chi^2/df$ ) analiz gerçekleştirilmektedir. Yapılan analiz sonuçlarında ki-kare değerinin 5'in altında olması durumunda modelin kabul edilebilir, 2'nin altında çıkması durumunda ise, modelin iyi bir uyuma sahip olduğu anlamlarına gelmektedir (Şimşek, 2007: 14).

Ayrıca, uyum iyiliği indeksi (GFI) ve Karşılaştırmalı uyum indeksinin (CFI); 0,90-1.00 arasında değerler göstermesi uyum iyiliğinin kabul edilebilir olduğunu göstermektedir (Kline, 1998; Bryne, 2001). Uyum iyiliği istatistiklerinde yorumlama kolaylığı, güven aralığı sağlama ve örneklem büyüklüğünden bağımsız tahminler sağlama açısından Yaklaşık Hata Kare Kökü (Root Mean Square Error of Approximation-RMSEA) büyük bir önem arz etmektedir (Şimşek, 2007: 47). RMSEA değerinin, 0.05'in altında olması durumu "iyi", 0,05 ile 0.08 arasında olduğu durumlarda "kabul edilebilir" uyum iyiliği değerini ortaya koymaktadır (Stevens, 2012; Schermelleh-Engel ve Moosbrugger, 2003).

Araştırmada kullanılan değişkenlere ilişkin ölçme modellerinin doğrulayıcı faktör analizinde örtük değişkenlerden (Kriz Öncesi: b1, b2 vb., Kriz anı: c1, c2 olacak şekilde) gözlenen değişkenlere doğru, tanımlanmış olan yollara ilişkin standardize edilmiş parametre değerleri gösterilmektedir. b1 ve b4 maddeleri daha sağlıklı bir sonuç elde edilebilmesi adına analizden çıkarılmıştır.

Şekilde AMOS grafik menüsü yardımıyla çizilen yol diyagramında, elde edilen tüm standardize edilmiş değerlerin 1'in üzerinde olmaması gerekmektedir. Tüketici deneyimleri alt boyutları arasındaki (Örn. Kriz Öncesi-Kriz Sonrası: 0,72) değerler standardize edilmiş korelasyon değerlerini ifade etmektedir. Standardize edilmiş çözümlenme değerleri, her bir maddenin (gözlenen değişkenin) kendi gizli değişkeninin ne derece iyi bir temsilcisi olduğuna yönelik fikirleri ifade etmektedir (Şimşek, 2007). Yol diyagramına bakıldığında ise gizli değişken olan Kriz Öncesi, Kriz Anı, Kriz Sonrasından gözlenen değişkene doğru yönelen tek yönlü oklar, tek yönlü doğrusal ilişkiyi göstermektedir. Söz konusu değişkenler her bir maddenin kendi gizli değişkeninin, ne kadar iyi temsilcisi olduğuna ilişkin bilgi vermektedir (Aytaç ve Öngen, 2012).

Diyagramda, standardize edilmiş parametre değerlerine bakıldığında Kriz Öncesi faktörünü en fazla etkileyen boyut 0,71'lik bir yükükle "b12 (Çalışanlara İş Güvenliği için Gerekli Uyarıların Yapılması)" sorusu ve en az etkileyen boyut ise 0,45'lik bir yükükle "b8 (Acil Bilgi Merkezi mevcuttur)" sorularındır. Kriz Anı faktörünü en fazla etkileyen boyut 0,79 ile "c2 (Moral desteği – motivasyonu verilmesi)" sorusu olurken, en az etkileyen boyut 0,30 ile "c9 ( Ücretsiz izin verme yoluna gidilir)" sorusu olmuştur. Diğer alt boyutlarda da en az ve en çok etki gösteren sorular şekilde detayları ile birlikte gösterilmektedir.

Araştırmada kullanılan toplam örneklem için oluşturulan modelin uyum indekslerine bakıldığında  $\chi^2/df$  (1,546) değerinin 3'ün altında olması, GFI değerinin 0,85 olması kabul edilebilir bir uyum olduğunu, CFI değerinin 0,90 olması ve RMSEA değerinin 0,056 olması iyi bir uyum olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlara dayanarak elde edilen uyum indeksleri, modelin iyi ve kabul edilebilir bir uyuma sahip olduğunu göstermektedir.

**Tablo: 2** Doğrulamalı Faktör Analizi Model Uyum İyiliği Değerleri

Değişkenler	$X^2$	df	CMIN/DF $\leq 5$	GFI $\geq 85$	AGFI $\geq 80$	CFI $\geq 90$	RMSEA $\leq 08$
Araştırma Modeli	243,815	999	1,225	.89	.86	.96	.036

*Not: Uyum iyiliği değer aralıkları "kabul edilebilir" standartlara göre düzenlenmiştir.*

Karşılaştırmalı uyum indeks değerinin (CFI); 0,90-1.00 arasında bir değer olması uyum iyiliğinin kabul edilebilir olduğu ifade etmektedir (Kline, 1998; Bryne, 2001). Uyum iyiliği istatistiklerine bakılarak elde edilen yorumlama kolaylığı, güven aralığı sağlama ve örneklem büyüklüğünden bağımsız tahminler sağlama açısından Yaklaşık Hata Kare Kökü (Root Mean Square Error of Approximation-RMSEA) önem arz etmektedir (Şimşek, 2007: 47). RMSEA değerinin, 0,05 değerinin altında olması "iyi", 0,05 ile 0,08 değerleri arasında olması, "kabul edilebilir" uyum iyiliği değerlerini ifade etmektedir (Schermelleh-Engel ve Moosbrugger, 2003; Stevens, 2012).

### 3.3. Araştırma Bulguları

#### Hipotezlere İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında hipotez testlerinin yapılması noktasında öncelikle değişkenler arası ilişkilerin ölçülmesi amacıyla korelasyon testi gerçekleştirilmiştir. Yapılan analize ilişkin detaylar tabloda gösterilmektedir.

**Tablo: 3** Korelasyon Analizi Sonuçları

		Kriz Öncesi	Kriz Anı	Kriz Sonrası
Kriz Öncesi	P. Korelasyon	1		
	Sig. (2-tailed)	,000		
	N	175		
Kriz Anı	P. Korelasyon	,408**	1	
	Sig. (2-tailed)	,000		
	N	175	175	
Kriz Sonrası	P. Korelasyon	,455**	,444**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	175	175	175

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tablo 3'te görüldüğü üzere araştırmaya konu edilen tüm bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında anlamlı ilişkiler bulunmaktadır. Yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre Kriz Yönetimi uygulamalarından "kriz öncesi, kriz anı, kriz sonrası" arasında pozitif yönlü (0,408; 0,444; 0,455) bir ilişki vardır. Hipotezleri sınamak üzere yapılan hiyerarşik regresyon analizinde, çalışanlara ait kontrol değişkenleri (yaş ve eğitim durumu) ile kriz yönetimi boyutları bağımsız değişken, kriz öncesi, kriz anı ve kriz sonrası moderatör değişken olarak modele dahil edilmiştir.

**Tablo: 4** Kriz Öncesi Kriz Yönetim Çalışmaları

	<b>Kriz Öncesi Kriz Yönetim Çalışması</b>	<b>Ortalama</b>
B1	Kriz Rehberi (eylem planı) mevcuttur	3,91
B2	Kriz Yönetim Ekibi mevcuttur	3,89
B3	Kriz Hazırlık Eğitimi veriliyor	4,05
B4	Bilimsel Çevre Analizi yapılıyor	3,93
B5	Krizin yazılı tanımı vardır	4,01
B6	Strateji ve taktik geliştirme yapılıyor	4,19
B7	Her şeyin test edilmesi uygulanıyor	3,98
B8	Acil Bilgi Merkezi mevcuttur	4,05
B9	Krizle Karşı Erken Uyarı Sist. Vardır	4,03
B10	Çalışanlara Kriz Yönetimi İle İlgili Temel Bilgiler Veriliyor	4,12
B11	Çalışanların Krizlere Karşı Psikolojik Olarak Uyarılması	4,02
B12	Çalışanlara İş Güvenliği için Gerekli Uyarıların Yapılması	4,39

**Not:** (i) N=175; (ii) ölçekte 1=Kesinlikle uygulanmıyor, 5=kesinlikle uygulanıyor anlamındadır.

Yukarıda ki tabloda araştırma kapsamında ki KOBİ'lerin kriz öncesi yaptıkları kriz yönetim çalışmaları ile ilgili bulgular sunulmuştur. Bu veriler incelendiğinde 12 maddeden oluşan kriz öncesi yönetim çalışmasının sekiz maddesinin ortalamalarının 4 ve üzerinde olduğu (Uygulanıyor, Kesinlikle Uygulanıyor) görülmektedir ve KOBİ'ler tarafından yoğun olarak kullanıldığı anlaşılmaktadır. İşletme de yapılan çalışma sonucuna göre işletmeler krize yönelik her an hazır ve tetikte oldukları anlaşılmaktadır. En yüksek ortalamanın çalışanlara iş güvenliği için gerekli uyarıların yapılması maddesinde 4,39 ile sağlandığı, en düşük oranın ise 3,89 ortalama ile kriz yönetim ekibinin mevcut olduğu maddesinde sağlandığı görülmektedir. Ölçek maddelerinin ortalamalarına bakıldığında ise genel olarak ortalamaların yüksek olduğu görülmektedir.

Diğer bir başlık ise Kriz anında KOBİ'lerin Kriz Yönetim Çalışmaları yapıp yapmadıklarıdır. Bu bulgular aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

**Tablo: 5** Kriz Anı Kriz Yönetim Çalışmaları

	<b>Kriz Anı Kriz Yönetim Çalışması</b>	<b>Ortalama</b>
c1	Yönetim tarzında değişiklik yapılması	3,69
c2	Moral desteği – motivasyonu verilmesi	4,33
c3	Krizin tüm gelişmelerini kaydetme sürecine göre davranış	3,97
c4	Halkla ilişkiler geliştiriliyor	4,14
c5	Örgüt içi etkin iletişim mevcuttur	4,05
c6	Yeni pazar araştırması yapılır	4,10

c7	İşten çıkarma yapılır	3,34
c8	Çalışma sürelerini kısaltmaya gidilir	2,91
c9	Ücretsiz izin verme yoluna gidilir	3,16
c10	Ücretli izin verme yoluna gidilir	2,93

**Not:** (i) N=175; (ii) ölçekte 1=Kesinlikle uygulanmıyor, 5=kesinlikle uygulanıyor anlamındadır.

Yukarıda ki tabloda KOBİ'lerin kriz anında kriz yönetimi ile ilgili olarak çalışmalarına yönelik bulgular analiz edilmiştir. Bu veriler 10 maddeden oluşmakta olup 2 maddenin ortalamasının düşük olduğu görülmektedir. Çalışma süreleri kısaltmaya gidilir maddesi (2,91) ortalama ve ücretli izin verme yoluna gidilir (2,93) ortalama olduğu görülmektedir. En yüksek ortalamaya sahip maddeler ise Moral desteği – motivasyonu verilmesi (4,33), halkla ilişkiler geliştiriliyor (4,14) ve yeni Pazar araştırması yapılır (4,10) ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Bu çalışma ile ortaya çıkan sonuç çalışma süreleri uzatılmakta, çalışanlar ücretsiz izne gönderilmekte, halkla ilişkiler güçlendirilmekte, krizi fırsata çevirmek veya en az hasarla atlattmak için yeni Pazar alanlarına hâkim olma yöntemleri tercih edilmektedir. İşletmelerin kriz anında hem örgüt içi hem de örgüt dışı iletişime ağırlık verdiği görülmektedir. Böylece çalışanların, halkın ve müşterilerin desteklerinin en zor zamanlarında hissetmiş olabilecektir. Kriz anında firmaların personel politikaları üzerinde çok etkili olduğu (işten çıkarma, izne gönderme, çalışma sürelerini uzatarak daha az kişi ile daha çok çalışma yaptığı) görülmektedir. Bununla beraber yönetim şeklini değiştirmek isteyenlerin düşük oranda olduğu ve çalışanları ücretsiz izne göndermenin daha çok tercih edildiği görülmektedir. Sonuç olarak örneklem içerisinde ki işletmelerin kriz anında kriz yönetim çalışmalarını büyük oranda yaptıkları anlaşılmaktadır.

Araştırma kapsamında test edilen işletmelerin kriz sonrası kriz yönetim çalışmaları yaptıkları yönünde ki çalışmaya ait veriler aşağıda ki tabloda gösterilmiştir.

**Tablo:6** Kriz Sonrası Kriz Yönetim Çalışmaları

	Kriz Sonrası Kriz Yönetim Çalışması	Mean
d1	Kriz Sonrası Durum Analizi yapılır	4,56
d2	Faaliyet ölçeği geliştirme çalışması yapılır	4,25
d3	Yeniden Yapılanmaya gidilir	4,32
d4	Küçülmeye gidilir	3,37

**Not:** (i) N=175; (ii) ölçekte 1=Kesinlikle uygulanmıyor, 5=kesinlikle uygulanıyor anlamındadır.

Tablo 6'da KOBİ'ler tarafından kriz sonrasında kriz yönetim çalışmaları yapıp yapmadıkları hakkında toplanan veriler gösterilmiştir. Ortalamalara bakıldığında 4 kriz yönetim bir tanesi hariç diğer 3 tanesi ya uygulanmakta ya da kesinlikle uygulanmakta olduğu görülmektedir. Kriz sonrası işletmelerin küçülmeye gitme konusunda biraz sıkıntı yaşadıkları anlaşılmaktadır. Diğer maddelerin analiz yapma, ölçek geliştirme ve yeniden yapılanma konusunda her hangi bir kararsızlığın olmadığı görülmektedir. İşletmeler kriz sonrası kriz yönetimi yaparak meydana gelen olumsuzlukları kontrol altına alabilir ve yeni fırsatları değerlendirebilmesi mümkündür. Özellikle kriz sonrası durum analizine oldukça önem verdikleri görülmektedir.

#### 4. Sonuç ve Tartışma

Araştırmada elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde Adıyaman organize sanayi bölgesinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin büyük bir kısmının kriz yönetim çalışmaları yaptıkları saptanmıştır. Araştırma kapsamında ki işletmeler üzerinde yapılan on iki maddelik kriz öncesi yönetim çalışmasından hiçbir maddenin ortalamasının 3'ün altında olmadığı, olumsuz ortalamaya sahip bir maddenin olmadığı tespit edilmiştir. Genel olarak



ortalamaların 4 ve üzeri olduğu görülmüştür. Bu sonuçlara göre işletmeler tarafından genel olarak kriz öncesine yönelik kriz yönetim çalışmaları yapılmaktadır.

Diğer taraftan işletmelerin kriz anı çalışmaları kapsamında yöneltilen on maddelik kriz anı yönetim çalışmasından sadece iki tanesinin (Çalışma sürelerini kısaltmaya gidilir, Ücretli izin verme yoluna gidilir) ortalamasının 3'ün (kararsızım) altında olduğu, diğer sekiz maddenin ise 3 ve üzeri olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre işletmeler tarafından genel olarak kriz öncesine yönelik kriz yönetim çalışmaları yapılmaktadır. Firmaların kriz anında çalışma sürelerini kısaltmadığı ve çalışanları ücretsiz izne gönderme yolunu tercih ederek, daha az çalışanla daha uzun süre çalışarak daha fazla üretim yapmak istedikleri anlaşılmaktadır. Burada dikkat çeken konunun kriz anında en çok ihtiyaç duyulan moral-motivasyon desteği ortalamasının en yük orana sahip olması, firmaların hassasiyetini ortaya koymaktadır.

Diğer bir araştırma konusu olan kriz sonrası kriz yönetim çalışmalarına yönelik sorulan dört maddelik ölçek ortalamaların yüksek olduğu, en yüksek ortalama ise kriz sonrası durum analizinin yapıldığı maddesinde sağlanmıştır. Daha sonra yaşanabilecek krizleri en az hasarla atlatabilmek için yapılması gereken en önemli konunun işletmeler tarafından ciddiyle ele alındığı, durum tespitinin yapıldığı anlaşılmaktadır.

Elsabbagh ve diğerleri (2004), tarafından hazırlanan çalışmada ise krize hazırlık ve kriz sinyallerinin alınması gibi özelliklerin ortaya çıktığı anlaşılmaktadır. Hazırlık aşamasında sağlıklı bir yönetimin işlemesi, proaktif bir yönetim ihtiyacını doğuracaktır. Örgüt içi ve örgüt dışından hızlı bir şekilde ve doğru bir zamanda kriz için gerekli bilgilerin alınması kriz öncesi yapılacak çalışmaları olumlu sonuçlandırabilecektir.

KOBİ'lerin sorunları sadece finansal kaynak bulmayla sınırlı kalmayıp, var olan finansal kaynakları etkin ve verimli kullanımı ile de ilgilidir. KOBİ'ler finansal kaynak bulma konusuna daha çok ağırlık vermektedirler. Firma yöneticilerinin bilgi ve tecrübelerinde eksiklik bulunması sebebiyle KOBİ'ler büyük ölçekli işletmelerin uzman kadroları karşısında dezavantajlı duruma düşmektedirler. KOBİ'ler genellikle firma sahibi tarafından yönetilirken, büyük işletmeler alanında uzman kişiler tarafından yönetilmektedir. Bu konuda yapılan çok fazla çalışma olmayıp, araştırmacıların bu konular üzerine ağırlık vererek çalışma yapmaları yerinde olacaktır. Araştırma kısıtı daha da genişletilerek büyük işletmeler dahil edilebilir, bölgesel veya ulusal bazda şirketler de incelemeye alınabilir.

KOBİ işletmelerine yapılabilecek öneriler ise; İşletme çevresi düzenli periyotlarla taranarak işletmenin SWOT analizi yapılmalı, kriz anında ve sonrasında alınması gereken tedbirlerin gecikmeye mahal vermeden uygulanması gerekir. Örgütün tamamına hakim olabilecek kriz yönetim ekibi oluşturulmalıdır. Profesyonel destek alınarak yetkili birimler ile işbirliğine gidilmelidir. Çalışanlara moral-motivasyon desteği eksilmemelidir, halkla ilişkiler ve müşteri memnuniyeti artırılmalıdır. Nedenleri, zamanları ve etkileri belirsiz olan krizler işletme ve hissedarları üzerinde olumsuz etkilere sebep olabilmektedir. Yaşanan krizler iyi yönetilmediği takdirde çalışanlarda işsiz kalma korkusu ve finansal panik yaşanmasına, yöneticilerin ise yanlış kararlar almasına, güvensizliğin artmasına, Pazar hedeflerini yakalamada başarısız olunmasına sebebiyet verecektir. Yaşanan krizlerden ders alınması durumunda yöneticiler olgunlaşarak daha zor günlere hazır hale geleceklerdir. Zaman sıkıntısı karşısında sorun yaşayan yöneticiler baskı altında stres yaşayabilirler. Stres altında alınan kararların hata oranı artabilecek ve sorunları çözümsüz hale getirebilecektir. Böylece KOBİ yöneticiler sorun çözme yetenekleri kaybedip kendilerine olan güvenleri de azalabileceklerdir.

## Kaynaklar

- Akgemici, T. ve H. K. Güleş (2009), *İşletmelerde Stratejik Yönetim*, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Akıncı, Z. (2010), "Konaklama İşletmelerinde Kriz Yönetimi: Alanya Bölgesindeki Konaklama İşletmelerinde Kriz Sürecinde Karşılaşılan Sorunların Tespit ve Çözümüne Yönelik Bir Araştırma", *Yayınlanmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, S.B.E., Isparta*, 45.
- Anderson, J. C., ve Gerbing, D. W. (1988), *Structural Equation Modeling In Practice: A Review And Recommended Two-Step Approach*. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411.
- Aytaç, M. ve Öngen, B. (2012), "Doğrulayıcı faktör analizi ile Yeni Çevresel Paradigma Ölçeğinin yapı geçerliliğinin incelenmesi", *İstatistikçiler Dergisi*, 5(1), ss. 14-22.
- Baran, H. (2006), *İşletmelerde Kriz Yönetimi, (A& G Bülten ) Araştırma Ve Meslekleri Geliştirme Müdürlüğü Yayınevi, Ocak, İstanbul*.
- Bayazıt, Z. D., Ö. Çengel ve F.F. Tepe (2003), *İşletmelerde Kriz Yönetimi Ve Bir Vaka Çalışması*, 11. Ulusal Yönetim Ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı, Afyon, ss. 365.
- Byrne, B. M. (2001), "Structural Equation Modeling with AMOS, EQS, and LISREL: Comparative Approaches to Testing For the Factorial Validity of a Measuring Instrument", *International Journal of Testing*, 1(1), ss. 55-86.
- Can, H. (1994), *Organizasyon Ve Yönetim*, Siyasal Kitabevi, 3. Baskı, Ankara.
- Demirtaş, H. (2000), *Kriz Yönetimi, Kuram Ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, Yıl:6, Sayı:23, S.353-373.
- Deniz, M. Ve M. Sağlam. (2007), *Kriz Dönemlerinde İşletme Stratejileri Ve Malatya Organize Sanayi Bölgesinde Faaliyet Gösteren Tekstil İşletmelerinde Bir Uygulama*, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (20): 156-176.
- Erdoğan, B. Z., K. Develioğlu Ve K. Büyük (2006), *Kobi'ler: İşleyiş, Sorunlar Ve Çözüm Önerileri (Çinicilik Sektöründe Bir Uygulama)*, Ekin Kitabevi, Ankara.
- Gültekin, N. ve E. Aba (2011), "Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Kriz Yönetimi: Şanlıurfa Örneği ", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6(2), ss.205-226.
- Haşit, Gürkan (2003). *İşletmelerde Kriz Yönetimi Kavramı ve Endüstri İşletmelerinin Kriz Yönetimi Konusunda Yaptıkları Çalışmalarının 1998 ve 2003 Yılları Karşılaştırması*, 11. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı, Afyon, s.351-362.
- Hutchins, H. M. Ve J. Wang (2008), "Organizational Crisi Management And Human Resource Development: A Review Of The Literature And Implications To Hrd Research And Practice", *Advances In Developing Human Resources*, Vol. 10, No. 3, June, 316.
- Irvine, R. B. (1987), *What's A Crisis, Anyway*, Midyear Special, 4.
- Kahya, M. E. (2008), *Kobilerde Kriz Yönetimi, Oluşabilecek Sorunlar Ve Sorunların Giderilmesi İçin Uygulanabilecek Stratejiler*, Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Mba Bölümü, Yüksek Lisans Tezi, ss.30.
- Kline, R. B. (1998), "Software Review: Software Programs for Structural Equation Modeling: Amos, EQS and Lisrel", *Journal of Psycho Educational Assessment*, 16(4), ss. 343-364.
- Murat, G., Mısırlı, K. (2005), *Kriz Yönetimi Ve Ekonomik Krizlerin Çaycuma'daki Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmeler Üzerine Etkileri*, *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 1, Sayı 1, S.1-19.
- Myers, W. H. (2000), *A Structural Equation Model Of Family Factors Associated With Adolescent Depression*.
- Peel J. M.- Nicholas W. (1995), "Working Capital and Financial Management Practices in the Small Firm Sector", *International Small Business Journal*, Vol. 14, No. 2, pg.52-68.
- Peker, O. ve Nihat A. (2000), *Etkili Yönetim Becerileri Öğrenilebilir Ve Geliştirilebilir*. Ankara: Yargı Yayınevi.
- Runyan, R. C. (2006), *Small Business In The Face Of Crisis: Identifying Barriers To Recovery From A Natural Disaster*, *Journal Of Contingencies And Crisis Management*, 14(1): 12-26.

Sağlam, M. ve Deniz, M. (2007), Kriz Dönemlerinde İşletme Stratejileri Ve Malatya Organize Sanayi Bölgesinde Faaliyet Gösteren Tekstil İşletmelerinde Bir Uygulama. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 6 (20), 156-176.

Schermelleh-E., K., Moosbrugger, H., ve Müller, H. (2003), Evaluating The Fit Of Structural Equation Models: Tests Of Significance And Descriptive Goodness-Of-Fit Measures. Methods Of Psychological Research Online, 8(2), 23-74.

Stevens, J. P. (2012), Applied Multivariate Statistics For The Social Sciences. Routledge.

Şimşek, Ö. F. (2007), Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş: Temel İlkeler Ve Lisans Uygulamaları. Ekinoks yayınevi, Ankara.

Titiz, İ. ve İlker Ç. (2001), Krizlerin İşletmeler Üzerindeki Etkileri Ve Küçük İşletme Yöneticilerinin Kriz Dönemine Yönelik Stratejik Düşünce Ve Analizleri, C.Ü. İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt 2, Sayı 1, S.203-218.

Titiz, İ. (2003), Kriz Dönemi Yönetimsel Kararların Kriz Sonrası İşletme Stratejileri Üzerine Etkileri. Süleyman Demirel İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8, ( 2), 111-123.

Tüz, T. (2004), Kriz Yönetimi: İşletmelerde Uygulama İçin Temel Adımlar. Alfa Yayınları, 3.Basım, İstanbul.

Ulmer, R., R., Sellnow, T., L. ve Seeger M. (2007), Effective Crisis Management, Sage Publications Inc., USA.

Yeniçeri, Ö. (1993), İşletmelerde Yönetim, Organizasyon Ve Davranış, Tutubay Basım A.Ş, Ankara.

# K-ORTALAMALAR KÜMELEME YÖNTEMİ İLE TEMEL MAKROEKONOMİK VE FİNANSAL GÖSTERGELER İLE DEĞERLENDİRİLMESİ: KIRILGAN BEŞLİ ÜLKELERİNİN ÖRNEĞİ

## EVALUATING MACROECONOMIC AND FINANCIAL INDICATORS USING K-MEANS CLUSTERING METHOD: THE CASE OF FRAGILE FIVE COUNTRIES

Çiğdem ÖZARI<sup>1</sup>

Özge DEMİRKALE<sup>2</sup>

### ÖZ

Bu çalışma ile kırılğan beşli ülkelerinin 2007-2019 dönem aralığı için belirlenen 5 temel makro-ekonomik ve finansal gösterge açısından, kümeleme analizi yöntemlerinden hiyerarşik olmayan K-ortalamlar yöntemi ile gruplanması, Türkiye'nin ait olduğu grubun ve o grupta yer alan diğer ülkelerin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda göstergeler aylık bazda ele alınarak, analiz her yıl için gerçekleştirilmiş ve dönemsel farklılık ve/veya hassasiyet olup olmadığı incelenmiştir. Ayrıca k-ortalamlar kümeleme yöntemi başlangıç merkez seçimine duyarlı olduğundan, yöntem olası tüm başlangıç merkez veriler için gerçekleştirilmiş ve farklı küme grup yapıları, görölme sıklıkları ve Silhouette indeks değeri yardımı ile karşılaştırılmıştır. Analizlerden elde edilen bulgulara göre, Türkiye ve Brezilya çoğunlukla aynı grupta yer alırken Hindistan, Endonezya ve Güney Afrika ülkelerinin de çoğunlukla birlikte diğer grupta yer aldığı gözlemlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Kırılğan Beşli, K-ortalamlar Kümeleme Yöntemi, Silhouette İndeksi.

**Jel Kodları:** C00, G22, G23

### ABSTRACT

In this study, in terms of 5 key macro-economic and financial indicators identified for the 2007-2019 period range of fragile fives countries, the method of clustering analysis non-hierarchical k-means method of grouping, it is intended to identify the group to which Turkey belongs and the other countries in that group. For this purpose, the indicators were examined on a monthly basis and the analysis was carried out for each year and whether there were periodic differences and/or sensitivity. In addition, since the traditional K-means clustering method is sensitive to initial center selection, the method was performed for all possible initial centers and compared different cluster group structures with the help of incidence and silhouette index value. According to the findings obtained from the analysis Turkey and Brazil were mostly in the same group, while India, Indonesia and South Africa were mostly in the other group together.

**Key-words:** Fragile fives, K-means Clustering Method, Silhouette Index.

**Jel Codes:** C00, G22, G23

---

<sup>1</sup>Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Ekonomi ve Finans Bölümü, cigdemozari@aydin.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2948-8957

<sup>2</sup>Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, İşletme Bölümü, ozgedemirkale@aydin.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4227-3934

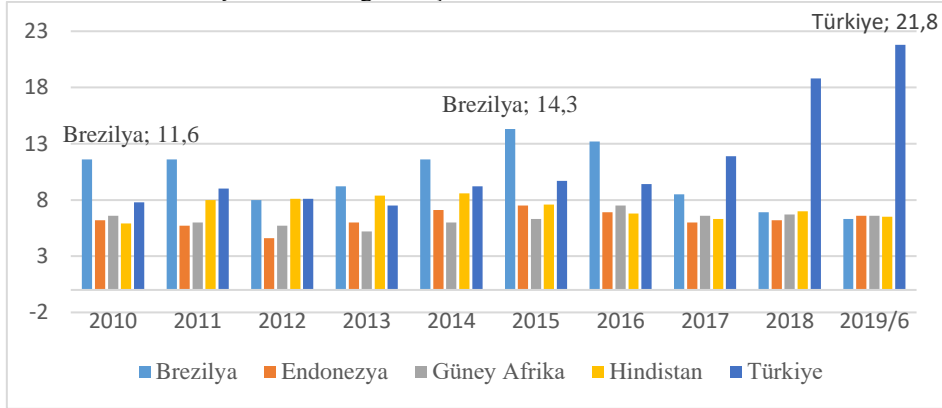
## 1. GİRİŞ

Gelişmekte olan ülkelerin makroekonomik göstergelerindeki istikrarsızlıklar nedeniyle, bu ülkeler istikrarlı bir büyümeye sahip olamamaktadır. Söz konusu ülkelerin ortak sorunu; değersizleşen para birimleri, kişi başına düşen gelirin düşük olması, yatırım-tasarruf açığı, sürdürülebilir büyüme için dış kaynak girişine bağımlı olmaları olarak sıralanabilir. Özellikle borsa endeksi, döviz kuru, faiz ve enflasyon oranı bir ülkenin ekonomik anlamda gelişimini etkileyen en önemli göstergeler arasında yer almaktadır.

Gelişmekte olan ülkelerin makroekonomik göstergeler açısından sahip oldukları benzerliklere bağlı olarak çeşitli ülke grupları oluşturulmaktadır. Kırılgan beşli, BRICS (Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin ve Güney Afrika Cumhuriyeti), MIST (Meksika, Endonezya, Güney Kore ve Türkiye) gibi ülke grupları benzer ekonomik göstergeler açısından yükselen piyasa ekonomileri içerisinde yer alan gruplandırmalar olarak bilinir. 2003 yılında Goldman Sachs adlı uluslararası bir yatırım bankası için hazırlanan raporda; 2050 yılında Brezilya, Çin, Rusya ve Hindistan'ın milli gelirinin G-6 ülkelerinden (ABD, Birleşik Krallık, Fransa, İtalya, Almanya, Japonya) daha çok olacağı ve lider piyasa ekonomileri haline geleceğini ifade etmiştir. Güney Afrika'nın da katılımıyla grubun ismi bu beş ülkenin baş harflerinin kullanılmasıyla birlikte BRICS terimi olarak ortaya çıkmıştır. 2011 yılında ise, Jim O'Neill tarafından G-20 üyesi olmaları, kalabalık nüfus oranına sahip olmaları, jeopolitik konumları ve ilerleyen zamanda bölge lideri olma potansiyelleri yüksek olmaları bakımından Güney Kore, Meksika, Endonezya ve Türkiye'nin baş harflerinin kullanılmasıyla oluşan MIST ülkeler grubu oluşturulmuştur. 2013'de ABD Merkez Bankası FED'in parasal sıkılaştırmaya başlama kararının ardından Amerikan Dolarına karşı en çok değer kaybeden ülkeler Brezilya, Hindistan, Endonezya, Türkiye ve Güney Afrika olmuştur. Morgan Stanley Ağustos 2013 yılında yayınladığı raporda bu ülkeleri "Kırılgan Beşli" ülkeler olarak ifade etmiştir. Bu grupta yer alan ülkelerin piyasalarında parasal sıkılaştırma sonucunda yüksek miktarda sermaye çıkışı yaşanmış ve piyasalara yönelen sıcak para önemli ölçüde azalmıştır. Dış finansman ihtiyacı yüksek olan bu ülkeler de ekonomik büyüme ve kalkınmaya yönelik riskler ve kırılganlıklar daha da artmıştır.

Şekil 1'de 2010-2019 dönem aralığında kırılgan beşli ülkelerinin bir yıllık tahvil faiz oranlarının yüzde cinsinden değerleri sunulmuştur. Buna göre Brezilya ve Türkiye 2010-2017 yılları arasında en yüksek faiz oranlarına sahiptir. Güney Afrika ve Endonezya kırılgan beşli ülkeler arasında en düşük faiz oranlarına sahip iken bu ülkeleri Hindistan takip etmektedir. Faiz oranları açısından kırılgan beşli grubu içerisinde en yüksek oranın tüm dönemler boyunca Türkiye'de olduğu görülmektedir.

Şekil 1: Kırılgan Beşli Ülkelerinin Faiz Oranları



Kaynak: <https://tr.investing.com/rates-bonds/world-governmentbonds>. Erişim Tarihi: 10.11.2019

2010-2019 dönem aralığında kırılgan beşli ülkeleri içerisinde tüketici fiyat endeksi artış oranları en yüksek olan ülkeler sırasıyla Türkiye ve Brezilya iken, aynı dönemde Endonezya, Güney Afrika ve Hindistan'ın enflasyon oranlarında iyileşme yaşadığı görülmektedir (Tablo 1).

Tablo 1: Kırılgan Beşli Ülkelerinin Tüketici Fiyat Endeksi Artış Oranları

Ülke	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019/6
Brezilya	5,04	6,63	5,4	6,21	6,33	9,01	8,77	3,46	3,66	3,86
Endonezya	5,12	5,38	4,28	6,4	6,42	6,38	3,53	3,81	3,20	3,06
Güney Afrika	4,08	5,01	5,73	5,78	6,14	4,51	6,59	5,19	4,5	4,25
Hindistan	12,11	8,87	9,3	10,92	6,37	5,88	4,97	2,49	4,85	7,34
Türkiye	8,58	6,45	8,94	7,49	8,85	7,67	7,78	11,13	16,22	16,31

Kaynak: <https://www.inflation.eu/inflation-rates>. Erişim Tarihi: 10.11.2019

Tablo 2’den de görüldüğü üzere Endonezya, Güney Afrika ve Hindistan ülkelerinin para birimleri 2010-2014 yılları arasında Amerikan Dolarına karşı daha fazla değer kaybı yaşarken, aynı dönemde Brezilya ve Türkiye’nin para birimlerinin diğer ülkelere göre pozitif ayrıştığı görülmektedir.

**Tablo 2:** Kırılgan Beşli Ülkelerinin Para Birimlerinin Amerikan Doları Karşısında Değeri

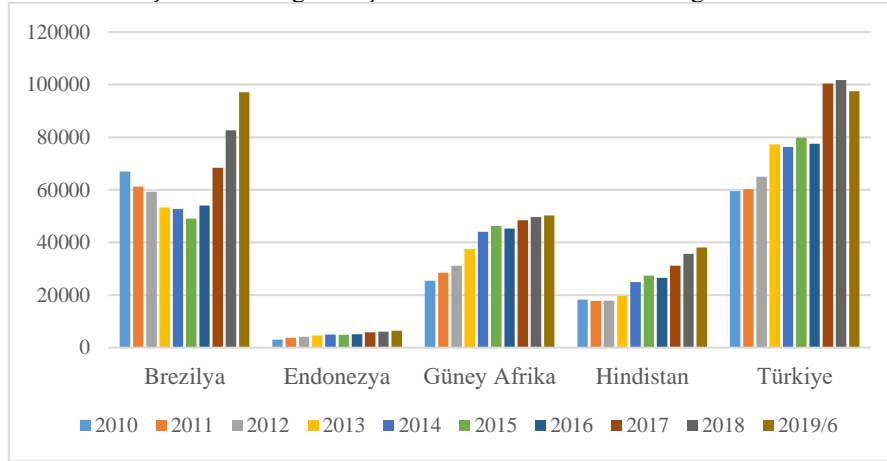
Ülke	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019/6
Brezilya	1,7	1,9	2,05	2,4	2,7	4,0	3,3	3,3	3,9	3,9
Endonezya	9,0	9,0	9,6	12,1	12,3	13,8	13,4	13,6	14,3	14,1
Güney Afrika	6,6	8,0	8,5	10,5	11,6	15,5	13,7	12,3	14,4	14,0
Hindistan	44,7	53,0	54,9	61,8	63,0	66,2	67,9	63,8	69,6	68,9
Türkiye	1,5	1,9	1,9	2,1	2,3	2,9	3,5	3,8	5,3	5,8

**Kaynak:** <https://tr.investing.com/currencies/single-currency-crosses>. Erişim Tarihi: 10.11.2019

\*Veriler her yılın on ikinci ayını içermektedir.

Şekli 2; 2010-2019 dönemi için kırılgan beşli grubunda yer alan ülkelerin yıllık bazda borsa endeks değerlerini göstermektedir. Değerler ülke bazında her yılın aylık verilerinin ortalama değerleri alınarak hesaplanmıştır. Buna göre Brezilya BOVESPA endeksinin 2010-2016 yılları arasında düşüş eğiliminde olduğu görünse de bu dönemden itibaren endeksin yükselme trendine geçmektedir. Türkiye için BIST100 endeksinde ise 2010 yılından itibaren kademeli olarak bir artış yaşandığı 2017 yılından itibaren ise yükselişe geçtiği görülmektedir. Ayrıca, FED’in parasal sıkılaştırma kararının ardından Türkiye ve Brezilya’nın borsa endekslerinin faiz ve enflasyon oranlarına göre pozitif tepki verdiği ifade edilebilir.

**Şekil 2:** Kırılgan Beşli Ülkelerin Borsa Endeks Değerleri



**Kaynak:** <https://tr.investing.com/currencies/single-currency-crosses>. Erişim Tarihi: 10.11.2019

\*Veriler yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Bu çalışma kırılgan beşli grubu içerisinde yer alan Brezilya, Hindistan, Türkiye, Endonezya ve Güney Afrika ülkelerinin makroekonomik ve finansal göstergelerini dikkatte alarak, kendi içinde farklı gruplara ayrılıp ayrılmadığını incelemeyi hedeflemektedir. Değişkenler arasındaki benzerlikleri veya farklılıkları bulabilmek için birçok istatistiksel yöntem vardır. Kümeleme analizi verileri (nesnelere, birimleri) alt kümelerle ayırarak verilerdeki gruplamayı ortaya çıkarmayı hedefler. Kümeleme analizinin ana amaçlarından biri birbirine benzer olan ve/veya aralarında doğal ortaklık bulunan verileri aynı kümelerde gruplandırmaktır (Arslan, 2008).

Kırılgan beşli ülkeleri arasında farklılaşma olup olmadığını daha iyi inceleyebilmek adına, bu ülkeleri gruplara ayırıştırmak için hiyerarşik olmayan kümeleme analizi yöntemlerinden k-ortalamlar kümeleme yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntem her yıl için, olası tüm başlangıç merkezler için uygulanmıştır. Böylelikle dönemler arasında farklılaşma olup olmadığı gözlemlenebilecektir. Tüm olası başlangıç merkezlerle uygulanmasının nedeni ise yöntemin yapısı gereği başlangıç merkezlerle olan hassasiyetinden kaynaklanmaktadır. Farklı başlangıç merkezlerden farklı küme grupları elde edilebilir.

Özetle; Ocak 2007- Haziran 2019 dönemine ait aylık verilerin esas alındığı bu çalışmada, kırılgan beşli ülkelerinin borsa endeksi, döviz kuru, faiz ve enflasyon oranı açısından K-ortalamlar kümeleme yöntemi ile gruplanmasını ve Türkiye’nin ait olduğu grubun tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda ilk olarak kümeleme yöntemini kullanan literatürdeki çalışmalar incelenmiştir. K-ortalamlar kümeleme yönteminin tanıtıldığı bölümün ardından analiz sonuçlarına yer verilmiş olup bu bölümü sonuç kısmı takip etmiştir.

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

Erkekoğlu (2007) çalışmasında; Türkiye'nin, Bulgaristan, Romanya ve yirmi beş Avrupa Birliği (AB) üyesi ülke karşısında gelişmişlik düzeyleri kümeleme analizi yöntemi ile incelemiştir. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre, ülkeler beş gruba ayrılmıştır. Türkiye, Litvanya, Letonya, Polonya, Bulgaristan ve Romanya aynı kümede yer aldığından, Türkiye ile bu beş ülkenin aynı gelişmişlik düzeyine sahip oldukları ifade edilebilir.

Öz vd. (2009) çalışmalarında; Türkiye ve AB üyesi ülkeleri eğitim, sağlık, işgücü piyasalarına ilişkin göstergeler açısından karşılaştırmak amacıyla kümeleme analizi yönteminden faydalanmışlardır. Analizden elde edilen sonuçlara göre, analiz edilen üç faktör için de Türkiye'nin eski ve yeni AB üye ülkelerle benzerlik göstermediği yönündedir.

Kılıç vd. (2011) çalışmalarında; 2007 yılına ait 30 ülkenin turizm istatistikleri bakımında kümeleme analizi yöntemi kullanılarak sınıflandırmışlardır. Elde edilen bulgulara göre, birinci kümede Paraguay, Norveç, Macaristan, Şili, Slovakya; ikinci kümede Almanya, İtalya, Avusturya, Çin, Fransa, Polonya, Hollanda, ABD, Portekiz ve üçüncü kümede ise Arabistan, Filipinler, Panama, Tunus, Jamaika, Mısır, Avustralya, Ürdün, Hırvatistan, Fas, Belarus, İsrail, Finlandiya, Türkiye, İspanya, Slovenya ülkeleri yer almıştır.

Ariç ve Erkekoğlu (2013) çalışmasında; 2007-2011 yıllarına ait verileri kullanarak Türkiye ile AB üyesi ülkeler arasındaki benzerlikleri makroekonomik faktörler bakımından incelemiştir. Kümeleme analizinin kullanıldığı çalışmanın sonucuna göre, ülkelerin makroekonomik göstergelerinin benzer olması aynı zamanda coğrafi konumları açısından da benzer olduğunu göstermektedir.

Bulum vd. (2013) çalışmalarında; 2004-2012 yılları arasında 200 ülkenin ihracat, ithalat ve nüfus verilerini Ward kümeleme yöntemi ve k-ortalamar kümeleme yöntemi ile analiz etmişlerdir. Çalışmadan elde edilen bulgular, uluslararası ticarete ABD'nin diğer ülkelerden ayrılarak tek başına bir küme olurken daha sonra ise Çin ve Almanya'nın geldiğini göstermektedir.

Uygur (2013) çalışmasında; 2002-2012 yılları arasında Türkiye'nin dış ticaret ve doğrudan yatırım ilişkisi içinde olduğu doksan ülkeyi kümeleme yöntemi ile analiz etmiştir. Analizden elde edilen sonuçlara göre, 2002-2012 yılları arasında ABD, İran ile bir küme oluştururken, Rusya Federasyonu, Çin, Hollanda ve Almanya ise tek başlarına birer küme oluşturmuşlardır.

Kangallı vd. (2014) çalışmalarında; 2011 yılına ait Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) üye ülkelerin ekonomik özgürlük indeksinde yer alan verileri dikkate alarak k-ortalamar ve Ward yöntemlerini kullanmışlardır. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre, OECD ülkeleri için ekonomik özgürlük ve gelişmişlik düzeyi bakımından üç kümeli bir sınıflandırmaya ulaşılmıştır. Buna göre son sınıf olan Küme 2'de yer alan OECD üyesi ülkeler, ekonomik özgürlük ve gelişmişlik düzeyi bakımından diğer iki kümeye göre daha alt sıralarda yer alan ülkelere göre oluşturulmuştur. Türkiye'de Meksika, Slovak Cumhuriyeti, Güney Kore, İsrail, İspanya, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Polonya, Portekiz, Slovenya, Yunanistan ve İtalya ile aynı kümede yer almaktadır.

Turan vd. (2016) çalışmalarında, 1980-2013 yılları arasında Ortadoğu ülkelerinin ve Türkiye'nin yaşanan siyasal gelişmeler neticesinde ekonomik yapılarının benzerliklerinin değişime eğilim gösterip göstermediğini kümeleme yöntemi ile araştırmışlardır. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre, yaşanan siyasal gelişmeler neticesinde benzer ekonomik göstergelere sahip ülke gruplarının değişim gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Buna ek olarak 1980-2010 yılları arasında yaşanan siyasal gelişmeler bazı Ortadoğu ülkelerinde çok ciddi değişikliklere neden olmadığı, Türkiye ve Mısır'ın bu dönem içinde aynı kümede yer aldığı ifade edilmiştir.

Şahin (2017) çalışmasında; Doğu Avrupa ülkelerini ekonomik özgürlük endeksi açısından 2015 yılı için hiyerarşik kümeleme yöntemi olan Ward tekniği ile gruplara ayırmıştır. Analiz sonucunda oluşan 4 kümede, Türkiye Bosna-Hersek, Çek Cumhuriyeti, Hırvatistan, Karadağ, Macaristan, Moldova, Polonya, Sırbistan, Slovakya ve Kıbrıs ile aynı kümede yer aldığı gözlemlenmiştir.

Akdamar (2019) çalışmasında; OECD ülkelerini, OECD tarafından güvenilir kabul edilen 4 adet iş gücü piyasası göstergesi kullanarak, kümeleme analizi ve çok boyutlu ölçekleme analizi ile değerlendirmiştir. Ülkeler hiyerarşik kümeleme analizi sonucunda 4 kümeye ayrılmıştır. Çok boyutlu ölçekleme analizi sonucunda ise; düşük stres değeri elde edilmiş ve OECD ülkelerinin konumları, iyi ile mükemmel arası bir uyumlu iki boyutlu uzayda gösterilmiştir. Analizler sonucunda elde edilen bulgularda, 2009 mortgage krizinin etkileriyle iş gücü piyasalarına ilişkin bir takım katı önlemler alan Yunanistan ve İspanya'nın diğer ülkelerden bariz bir şekilde ayrıldığı gözlemlenmiştir.

## 3. VERİ SETİ VE METODOLOJİ

Literatürde çok sayıda kümeleme algoritması mevcuttur. Bu çalışmada k-ortalamar kümeleme yöntemi kullanılmıştır. Farklı küme gruplarının geçerliliğinde ise küme geçerliliğinde kullanılan Silhouette indeksten

yararlanılmıştır. Bu bölümde veri seti ile birlikte söz konusu algoritma ve küme grubuna karar vermek için kullanılacak Silhouette indeksi tanıtılmıştır.

### 3.1 Veri Seti

Çalışmada beş ülke için de 01/2005-06/2019 dönemi aylık verileri kullanılmıştır. Çalışma kapsamında yer alan ülkeler ve pay senedi piyasası göstergesi olarak kullanılan borsa endeks bilgileri, döviz kuru, faiz ve enflasyon oranına ait bilgiler Tablo 3’de yer almaktadır. Türkiye için yapılan analizde kullanılan değişkenler BIST100 endeksi, 1 yıllık tahvil faizinin aylık faiz oranı, Dolar/TL ve Euro/TL döviz kurudur. Çalışmada kullanılan veri seti, Sermaye Piyasası Kurulu, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası web sitelerinden derlenmiştir. Çalışmada yer verilen Brezilya, Hindistan, Endonezya ve Güney Afrika’ya ait değişkenler için veri seti Investing.com – Stock Market Quotes & Financial News ve Inflation.eu web sitelerinden derlenmiştir.

**Tablo 3:** Kırılgan Beşli Ülkelerine Ait Değişkenler

Ülke	Borsa Endeksi	Faiz (%)	Enflasyon (%)	Döviz Kuru
Türkiye	BIST100	1 yıllık tahvil faizinin aylık oranı	Tüketici fiyat endeksi	USD/TL EUR/TL
Hindistan	BSE Sensex	1 yıllık tahvil faizinin aylık oranı	Tüketici fiyat endeksi	USD/INR EUR/INR
Brezilya	BOVESPA	1 yıllık tahvil faizinin aylık oranı	Tüketici fiyat endeksi	USD/R EUR/R
Endonezya	JSX	1 yıllık tahvil faizinin aylık oranı	Tüketici fiyat endeksi	USD/IDR EUR/IDR
Güney Afrika	JTOPI	1 yıllık tahvil faizinin aylık oranı	Tüketici fiyat endeksi	USD/ZAR EUR/ZAR

### 3.2 K-ortalamlar kümeleme yöntemi

Kümeleme yöntemi ilk defa 1939 yılında R. C Tryon tarafından sistematik bir analiz yöntemi olarak kullanılmıştır. Yöntem kısaca benzer özellik gösteren birimlerin kendi aralarında kümelere ayrılması olarak tanımlanabilir. Böylelikle birbirine benzemeyen birimler farklı kümelere yer alarak kolaylıkla belirlenmiş olur. Bunun dışında kümeleme analizi farklı amaçlar için de kullanılabilir. Örneğin analizlerdeki değişken sayısını azaltmak için; belirli kriterler çerçevesinde birbirine benzer olan (benzemeyen) değişkenler kümeleme analizi yardımıyla belirlenerek elde edilen sonuçlardan hangi değişkenin (değişkenlerin) analize dahil edileceğine karar verilebilir.

Kümeleme analizi çok boyutlu ölçekleme analizinde olduğu gibi istatistiksel bir çıkarım gerektirmeyen bir analiz yöntemidir. İki analizde de temelde istatistiksel olmayan bazı matematiksel özellikler mevcuttur. Bu nedenle örneğin çok değişkenli istatistik yöntemlerde karşılaşılan normallik, doğrusallık, varyansların eşitliği gibi bazı temel varsayımlar bu analizlerde gerekli değildir (Tatlıdil, 1992).

Kümeleme analizi yöntemleri Hiyerarşik ve Hiyerarşik olmayan kümeleme yöntemleri olarak iki başlık altında incelenebilir. Hiyerarşik olmayan kümeleme yöntemleri, hiyerarşik yöntemlere göre daha az zaman alır. Eğer araştırmacı ya da uygulayıcı, veri setinin yapısına göre anlamlı çıkması muhtemel küme sayısına karar verebiliyorsa ya da küme sayısını başka bir yöntem ile önceden belirleyebiliyorsa, hiyerarşik olmayan kümeleme yöntemlerini uygulaması önerilir. Ancak hiyerarşik olmayan yöntemleri farklı küme sayılarına ayırarak, ayrılması gereken küme sayısına da sonradan karar verilebilir. Hiyerarşik olmayan yöntemlerde ana amaç verilerin uygun olduğu kümeler içerisinde toplanmasını sağlamaktır. Hiyerarşik olmayan yöntemlere örnek olarak k-ortalamlar kümeleme yöntemi ve en çok olabilirlik yöntemi (Çakmak vd., 2005) verilir. Kümeleme yöntemlerinin sınıflandırılması Şekil 1’de özetlenmiştir (Çokluk vd., 2012). Algoritmanın adımları aşağıdaki gibidir (Karypis vd., 2000).

**Adım 1:** k değerini belirle (ayrıştırılmak istenen küme sayısı),

**Adım 2:** Başlangıç küme merkezleri olarak rastgele veri seç,

**Adım 3:** Her veriyi, küme merkezi kendine en yakın olan kümeye ata,

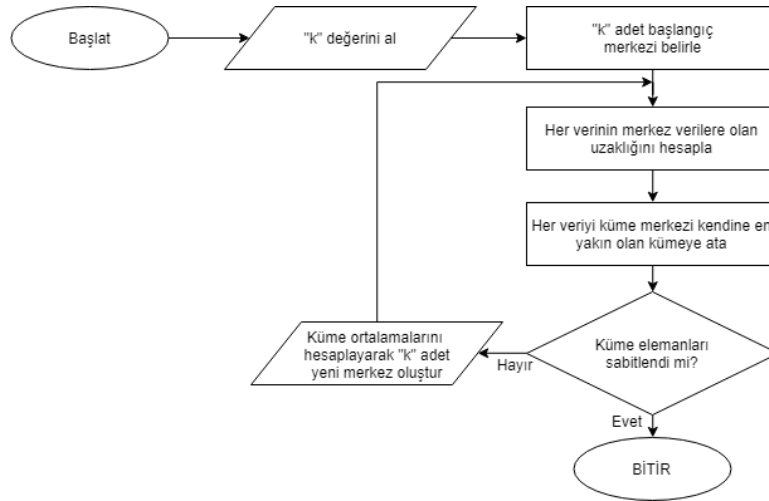
**Adım 4:** Tüm veriler atandığında, küme ortalamalarını hesaplayarak, k adet merkezin boyutlarını yeniden hesapla,

**Adım 5:** Adım 3 ve Adım 4’ü küme elemanları sabitleninceye kadar tekrarla.

K-ortalamlar kümeleme yönteminin uygulama akış diyagramı Şekil 3’de sunulmuştur.



Şekil 3. K-ortalamlar Kümeleme Yöntemi Akış Diyagramı



K-ortalamlar kümeleme yönteminde ilk adım olarak k değerinin belirlenmesi gerekmektedir. Bu değer yanlış belirlenmesiyle doğru olmayan bulgular elde edilebilir. Literatür incelendiğinde bu değeri belirlemek için çok farklı yöntem kullanıldığı görülmektedir. Elbow (Dirsek) yöntemi, Calinski ve Harabasz indeksi (1974), Davies ve Bouldin indeksi (1979), Krzanowski ve Lai indeksi (1985) ve Silhouette indeksi (1987) k değerini hesaplamak için literatürde sıkça karşılaşılan yöntemler arasındadır. Bu çalışmada k değeri 2 olarak varsayılmış olup, Silhouette indeksi farklı başlangıç merkez verilerden oluşan küme gruplarının hangisinin daha geçerli olduğunun karar verilmesinde kullanılacaktır.

### 3.3 Silhouette İndeksi

Silhouette indeks değerini hesaplamak için kullanılan yöntemde; öncelikle herhangi bir k değeri için kümeler ayrıldıktan sonra, veri setinde yer alan her veri için Silhouette değeri hesaplanır. Bu değerlerin ortalaması da k değeri için Silhouette indeks değerini verir. Herhangi bir i verisi için Silhouette değeri ise aşağıdaki eşitlik yardımıyla hesaplanır.

$$Sil(i) = \frac{b(i) - a(i)}{\max\{a(i), b(i)\}}$$

Burada a(i), i. verinin kendi kümesindeki tüm verilere olan uzaklıklarının ortalamasını, b(i) ise i. verinin diğer kümelerdeki tüm verilere olan uzaklıklarının ortalamalarının minimum değeridir.

Bu indeks, kümeleme başarısını farklı kümelerle ait verilerin birbirinden ne kadar uzak ve aynı kümeye ait verilerin birbirine ne kadar yakın olduğuna bakarak ölçer (Şenol & Karacan, 2020: 349). Ne kadar yüksek değere ulaşırsa o kadar iyi kümeleme yapıldığı anlamına gelir.

Başkır vd. (2017) çalışmalarında; Bartın Üniversitesi öğretim üyeleri ve öğrencilerinden elde edilen değerlendirmeler ile oluşturdukları veritabanını, k-ortalamlar kümeleme algoritması yardımıyla kümeler ayırarak, ayrıştırılması gereken en geçerli küme sayısını da Silhouette indeksi kullanarak gerçekleştirmişlerdir. Analizlerden elde edilen bulgulara göre, öğretim kalitesi veritabanının 3 kümeye ayrılması daha geçerlidir.

Çınaroğlu ve Bulut (2018) çalışmalarında; K-ortalamlar ve Parçacık Sürü Optimizasyonu (PSO) tabanlı kümeleme algoritmaları için başlangıç küme merkezlerinin seçimine yönelik yeni yöntemler önermişlerdir. Baz alınan standart K-ortalamlar ve PSO tabanlı kümeleme yöntemleri ile geliştirilen yaklaşımlar karşılaştırılmış; performansları çözüme ulaşılan ortalama iterasyon sayısı, Rand ve Silhouette indeksleri kullanılarak değerlendirilmiştir. Deneysel çalışmalarda, geliştirilen yaklaşımların öznitelik seçimi yapılmış normalize veri setleri üzerinde başarılı sonuçlar verdiği gözlemlenmiştir.

Arı ve Yıldız (2018) çalışmalarında; bulanık kümeleme analizi yardımıyla 2015 yılı için OECD ülkelerini göç istatistikleri baz alarak gruplandırmışlardır. Çalışmalarında Silhouette indeks kullanarak en uygun küme sayısının 2 olduğunu belirlemişlerdir. Ayrıca Diskriminant Analizi ile doğru sınıflandırma oranı hesaplanarak desteklenmiştir. Türkiye; Amerika Birleşik Devletleri, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Meksika, Polonya, Slovakya ve Şili ile benzer özellikler göstererek aynı ülke grubunda yer almıştır.

Özmen vd. (2018) çalışmalarında; Türkiye'nin telekomünikasyon şirketlerinden birinin müşterilerini gruplamak için K-ortalamlar ve PSO tabanlı kümeleme algoritmalarını kullanmışlardır. Kaç gruba ayrılmasının daha geçerli olduğunu belirlemek için de Davies-Bouldin indeksinden yararlanmışlardır.

#### 4. BULGULAR VE TARTIŞMA

K-ortalamalar kümeleme yönteminin uygulanması için ilk olarak ülkelerin kaç kümeye ayrıştırılmasının gerektiğine karar verilmesi gerekir, çalışmada bu parametre değerinin 2 olduğu varsayılmıştır. İkinci adım olarak ise rastgele başlangıç küme merkezlerinin seçilmesi gerekir. Çalışmada veri seti içinden olası tüm başlangıç merkez veriler dikkate alınarak yöntem birçok kez uygulanacaktır. Bir başka ifade ile çalışmada, yıl bazında kırılğan beşli ülkelerinin aylık verilerle değişimini incelemek için, 2007-2019 dönem aralığında 5 gösterge dikkate alınarak ülkeler 2 kümeye ayrıştırılmıştır. Ancak 2019 yılı için analiz ilk altı aylık dönem dikkate alınarak gerçekleştirilmiştir. 2019 yılı dışındaki tüm yıllarda, 60 gözlemi 5 gösterge dikkate alarak k-ortalamalar kümeleme yöntemi ile 2 kümeye ayırmak istendiğinde, olası tüm başlangıç merkez verilerin sayısı 1770'dir. Bir başka ifade ile 2019 yılı hariç diğer tüm yıllar için 1770 kere k-ortalamalar kümeleme yöntemi uygulanarak oluşan tüm küme grupları incelenmektedir. Oluşan bu küme gruplarının Silhouette değerleri de hesaplanarak, hangi küme grubunun daha geçerli olduğu görülme sıklıklarına göre değil de literatürde sıkça kullanılan Silhouette indeks yardımıyla belirlenecektir.

Analizlerden elde edilen bulgularda; 2008, 2013, 2015, 2018 ve 2019 yıllarında farklı sıklıklarla farklı küme grupları oluştuğu gözlemlenmiştir. Diğer tüm yıllarda ise olası tüm başlangıç merkez verilerle tek bir küme grubu oluşmuştur. Bu yıllarda Türkiye ve Brezilya'nın dönemselsel de olsa hep aynı kümede yer aldığı, benzer şekilde Hindistan ve Endonezya'nın da hep aynı kümede yer aldığı gözlemlenmiştir. Tek bir küme grubunun oluştuğu yıllar, oluşan kümeler ve bu küme gruplarının Silhouette değerleri Tablo 4'de sunulmuştur.

**Tablo 4:** Kırılğan Beşli Grubunun K-Ortalamalar Analiz Sonuçları

	<b>Küme A</b>	<b>Küme B</b>	<b>Silhouette İndeks</b>
<b>2007</b>	Brezilya, Türkiye	Endonezya, Hindistan, Güney Afrika	0,6756
<b>2009</b>	Brezilya, <i>Türkiye (4,12)</i>	Endonezya, Hindistan, Güney Afrika, <i>Türkiye (1,3)</i>	0,6268
<b>2010</b>	Brezilya, Türkiye	Endonezya, Hindistan, Güney Afrika	0,7766
<b>2011</b>	Brezilya, Türkiye	Endonezya, Hindistan, Güney Afrika	0,7472
<b>2012</b>	Brezilya, Türkiye	Endonezya, Hindistan, Güney Afrika	0,7226
<b>2014</b>	Brezilya, Türkiye, Güney Afrika	Endonezya, Hindistan	0,6216
<b>2016</b>	Brezilya, Türkiye, Güney Afrika	Endonezya, Hindistan	0,6131
<b>2017</b>	Brezilya, Türkiye	Endonezya, Hindistan, Güney Afrika	0,5763

2008 yılı için gerçekleştirilen analizden elde edilen bulgularda, farklı sıklık ve farklı Silhouette değerleri olan 3 farklı küme grubu gözlemlenmiştir. Silhouette değeri en yüksek olan küme grubunun görülme sıklığı da en yüksek olan küme grubu olduğu gözlemlenmiştir. Silhouette değeri en yüksek olan küme grubunda Brezilya ve Türkiye'nin ilk 8 aylık dönemi aynı kümede yer alırken, Endonezya, Güney Afrika, Hindistan ve Türkiye'nin ise son 4 aylık dönemi diğer kümede yer aldığı gözlemlenmiştir. 2008 yılı için gerçekleştirilen analizde önemli olan bulgulardan biri Türkiye'nin yıl boyunca aynı kümede yer almamasıdır. Bu bilgiler Tablo 5'de sunulmuştur.

**Tablo 5:** Kırılğan Beşli Grubunun 2008 K-Ortalamalar Analiz Sonuçları

	<b>Küme A</b>	<b>Küme B</b>	<b>Sıklık</b>	<b>Sil</b>
	Brezilya, <i>Türkiye (1-8)</i>	Endonezya, Hindistan, Güney Afrika, <i>Türkiye (9-12)</i>	<b>890</b>	<b>0,5548</b>
	Brezilya, Türkiye, <i>Güney Afrika (1-8)</i>	Endonezya, Hindistan, <i>Güney Afrika (9-12)</i>	866	0,5235
	Brezilya, Türkiye, <i>Güney Afrika (2-8)</i>	Endonezya, Hindistan, <i>Güney Afrika (1,9-12)</i>	14	0,5157

2013 yılı için gerçekleştirilen analizden elde edilen bulgularda, farklı sıklık ve farklı Silhouette değerleri olan 3 farklı küme grubu gözlemlenmiştir. Silhouette değeri en yüksek olan küme grubunun görülme sıklığı oldukça yüksek olmasına rağmen en sık küme grubu olmadığı gözlemlenmiştir. Silhouette değeri en yüksek olan küme grubunda Brezilya, Türkiye ve Güney Afrika aynı kümede yer alırken, Endonezya ve Hindistan diğer kümede yer aldığı gözlemlenmiştir. Bu bilgiler Tablo 6'da sunulmuştur.

**Tablo 6:** Kırılğan Beşli Grubunun 2013 K-Ortalamalar Analiz Sonuçları

	<b>Küme A</b>	<b>Küme B</b>	<b>Sıklık</b>	<b>Sil</b>
	Brezilya, Türkiye, Güney Afrika	Endonezya, Hindistan	771	<b>0,5919</b>
	Brezilya, Türkiye	Endonezya, Hindistan, Güney Afrika	<b>783</b>	0,5799
	Brezilya, Türkiye, <i>Güney Afrika (9-12)</i>	Endonezya, Hindistan, <i>Güney Afrika (1-8)</i>	216	0,5586

2015 yılı için gerçekleştirilen analizden elde edilen bulgularda, farklı sıklık ve farklı Silhouette değerleri olan 5 farklı küme grubu gözlemlenmiştir. Silhouette değeri en yüksek olan küme grubunun görülme sıklığı oldukça yüksek olmasına rağmen en sık küme grubu olmadığı gözlemlenmiştir. Bu küme grubunda Brezilya, Türkiye, Hindistan ve Güney Afrika aynı kümede yer alırken, Endonezya diğer kümede tek başında yer almaktadır. Bu bilgiler Tablo 7'de sunulmuştur.

**Tablo 7: Kırılğan Beşli Grubunun 2015 K-Ortalamalar Analiz Sonuçları**

Küme A	Küme B	Sıklık	Sil
Brezilya, Türkiye, Güney Afrika	Endonezya, Hindistan	<b>640</b>	0,6047
Brezilya, Türkiye, Güney Afrika, Hindistan	Endonezya	487	<b>0,6269</b>
Brezilya, Güney Afrika, Hindistan, Endonezya	Türkiye	456	0,5608
<i>Brezilya (1,8-12), Güney Afrika, Hindistan, Endonezya</i>	<i>Brezilya (2-7), Türkiye</i>	119	0,4666
<i>Brezilya (1,8-12), Güney Afrika (1-9, 11-12), Hindistan, Endonezya</i>	<i>Brezilya (2-7), Güney Afrika (10), Türkiye</i>	29	0,4345
<i>Brezilya (1-3,7-12), Güney Afrika, Hindistan, Endonezya</i>	<i>Brezilya (4-6), Türkiye</i>	19	0,5129
<i>Brezilya (1,3,7,8-12), Güney Afrika, Hindistan, Endonezya</i>	<i>Brezilya (2,4-6), Türkiye</i>	13	0,4932
<i>Brezilya (1,8-12), Güney Afrika (1,3,5-9,11-12) Hindistan, Endonezya</i>	<i>Brezilya (2-7), Türkiye, Güney Afrika (2,4,10)</i>	7	0,4203

2018 yılı için gerçekleştirilen analizden elde edilen bulgularda, farklı sıklık ve farklı Silhouette değerleri olan 2 farklı küme grubu gözlemlenmiştir. Silhouette değeri en yüksek olan küme grubunun görülme sıklığı da en yüksek olan küme grubu olduğu gözlemlenmiştir. Bu küme grubunda Brezilya ve Türkiye aynı kümede yer alırken, Güney Afrika, Hindistan ve Endonezya diğer kümede yer aldığı gözlemlenmiştir. Bu bilgiler Tablo 8’de sunulmuştur.

**Tablo 8: Kırılğan Beşli Grubunun 2018 K-Ortalamalar Analiz Sonuçları**

Küme A	Küme B	Sıklık	Sil
Brezilya, Türkiye	Endonezya, Güney Afrika, Hindistan	<b>1424</b>	<b>0,6705</b>
Brezilya, Türkiye, Güney Afrika, Hindistan	Endonezya	346	0,5683

2019 yılı için gerçekleştirilen analizden elde edilen bulgularda, farklı sıklık ve farklı Silhouette değerleri olan 2 farklı küme grubu gözlemlenmiştir. Silhouette değeri en yüksek olan küme grubunun görülme sıklığı da en yüksek olan küme grubu olduğu gözlemlenmiştir. Bu küme grubunda Brezilya ve Türkiye aynı kümede yer alırken, Güney Afrika, Hindistan ve Endonezya diğer kümede yer aldığı gözlemlenmiştir. Bu bilgiler Tablo 9’da sunulmuştur.

**Tablo 9: Kırılğan Beşli Grubunun 2019 K-Ortalamalar Analiz Sonuçları**

Küme A	Küme B	Sıklık	Sil
Brezilya, Türkiye	Endonezya, Güney Afrika, Hindistan	<b>349</b>	<b>0,7505</b>
Brezilya, Türkiye, Güney Afrika, Hindistan	Endonezya	86	0,5756

## 5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışmada 2007-2009 dönemi aylık verileri kullanılarak kırılğan beşli grubu içerisinde yer alan Brezilya, Hindistan, Türkiye, Endonezya ve Güney Afrika ülkelerinin borsa endeksi, döviz kuru (Dolar/Euro), faiz ve enflasyon oranı açısından kümeleme analizi yöntemlerinden hiyerarşik olmayan K-ortalamlar yöntemi ile kümelenmesi (gruplara ayrılması) amaçlanmıştır. Ayrıca bu ülkeler arasında ortaklık bulunan ülkeler kümelere gruplandırılmaya çalışılmıştır.

2007-2019 dönem aralığında aylık veriler dikkate alınarak, k-ortalamlar kümeleme yöntemi ile kırılğan beşli ülkeleri 2 kümeye ayırdığımızda, Brezilya ve Türkiye’nin dönemsel de olsa hep aynı kümede yer aldığı gözlemlenmiştir. Sadece 2008 ve 2009 yıllarında farklı dönemlerde Türkiye’nin küme değiştirdiği tespit edilmiştir. Buna göre Türkiye 2008 yılında ilk sekiz ay Brezilya ile aynı küme de yer alırken diğer aylarda Endonezya, Güney Afrika ve Hindistan ile aynı küme de yer almıştır. Benzer şekilde 2009 yılında Türkiye ilk üç ay Endonezya, Güney Afrika ve Hindistan ile aynı küme de yer alırken, diğer aylarda Brezilya ile aynı kümede yer almıştır. Bu iki yıl dışında, hiçbir yılda Endonezya ile Türkiye aynı kümede yer almamıştır. Bununla birlikte tüm yıllarda Endonezya ile Brezilya’nın aynı kümede yer almadığı gözlemlenmiştir.

**Tablo 10: Kırılğan Beşli Grubunun 2007-2019 K-Ortalamlar Analiz Sonuçları**

Yıl	Küme A	Küme B	Sil
<b>2007</b>	Brezilya, Türkiye	Endonezya, Güney Afrika, Hindistan	0,68
<b>2008</b>	Brezilya, <i>Türkiye (1-8)</i>	Endonezya, Güney Afrika, Hindistan, <i>Türkiye (9-12)</i>	0,55
<b>2009</b>	Brezilya, <i>Türkiye (4,12)</i>	Endonezya, Güney Afrika, Hindistan, <i>Türkiye (1,3)</i>	0,63
<b>2010</b>	Brezilya, Türkiye	Endonezya, Güney Afrika, Hindistan	0,78
<b>2011</b>	Brezilya, Türkiye	Endonezya, Güney Afrika, Hindistan	0,75
<b>2012</b>	Brezilya, Türkiye	Endonezya, Güney Afrika, Hindistan	0,72
<b>2013</b>	Brezilya, Türkiye, Güney Afrika	Endonezya, Hindistan	0,59
<b>2014</b>	Brezilya, Türkiye, Güney Afrika	Endonezya, Hindistan	0,62
<b>2015</b>	Brezilya, Türkiye, Güney Afrika, Hindistan	Endonezya	0,63

<b>2016</b>	Brezilya, Türkiye, Güney Afrika	Endonezya, Hindistan	0,61
<b>2017</b>	Brezilya, Türkiye	Endonezya, Güney Afrika, Hindistan	0,58
<b>2018</b>	Brezilya, Türkiye	Endonezya, Güney Afrika, Hindistan	0,67
<b>2019</b>	Brezilya, Türkiye	Endonezya, Güney Afrika, Hindistan	0,75

Analizlerden elde edilen bir diğer önemli bulgu ise 2013, 2014, 2015 ve 2016 yılları dışında tüm yıllarda Endonezya, Güney Afrika ve Hindistan'ın hep aynı küme de yer almasıdır. Bununla birlikte Endonezya ve Hindistan'ın 2015 yılı dışında tüm yıllarda aynı kümede yer aldığı tespit edilmiştir.

Literatürde, kırılmalı beşli ülkelerini makroekonomik göstergeler açısından farklı istatistiksel yöntemlerle araştıran pek çok çalışma bulunmaktadır. Fakat kırılmalı beşli sınıflandırmasında yer alan bu ülkeleri kümeleme analizi yöntemi ile araştıran çalışmalara pek rastlanılmamıştır. Bu bağlamda analiz sonuçları, bu ülkelerin neden aynı küme grubu içerisinde yer aldıklarını açıklayabilmek için ülkelere ait veriler üzerinden yorumlanmıştır. Dünya bankası verilerine göre 2010 yılından itibaren Brezilya, Türkiye ve Güney Afrika'nın ekonomik büyüme oranlarının diğer kırılmalı beşli grubunda yer alan ülkelere oranla hızlı bir şekilde düşmeye başladığı görülmektedir. Diğer yandan FED'in tahvil azaltımına gideceğinin sinyalini verdiği 2013 yılından itibaren, devlet tahvil faizleri en hızlı artan ülkeler sırasıyla Türkiye, Endonezya ve Brezilya iken Hindistan ve Güney Afrika'nın tahvil faizlerindeki artış göreceli olarak daha düşük seviyelerde gerçekleşmiştir. Bununla birlikte kırılmalı beşli ülkeleri içerisinde tüketici fiyat endeksindeki artış oranları en yüksek olan ülkeler sırasıyla Brezilya ve Türkiye iken Endonezya ve Hindistan'da ise artış oranı daha düşük seviyelerde gerçekleşmiştir. Bu bağlamda, k-ortalamlar kümeleme yöntemi ile Türkiye ve Brezilya'nın dönemsel olsa da aynı kümede yer alması 2013-2016 yılları arasında ise Brezilya, Türkiye ve Güney Afrika'nın aynı kümede yer almaları analiz sonuçlarının anlamlı olduğunu göstermektedir.

## KAYNAKLAR

- Akdamar, E. (2019). OECD Ülkelerinin Bazı İş Gücü Piyasası Göstergeleri Kullanılarak Kümeleme Analizi ve Çok Boyutlu Ölçekleme Analizi ile İrdelenmesi. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD)*, 11(20), 50-65.
- Arı, E., & Yıldız, A. (2018). OECD Ülkelerinin Göç İstatistikleri Bakımından Bulanık Kümeleme Analizi ile İncelenmesi. *Pamukkale University Journal of Social Sciences Institute/Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (33).
- Arıç, K., H., & Erkekoğlu, H. (2013). AB Ülkeleri ve Türkiye'nin Makro Ekonomik Göstergeler Bakımından İstatistiksel Analizi, *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(2), 291-306.
- Arslan, H. 2008. Sakarya Üniversitesi Web Sitesi Erişim Kayıtlarının Web Madenciliği İle Analizi. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, *Fen Bilimleri Enstitüsü*, Sakarya, 80s.
- Başkir, M. B., Küçükönder, H., Çelik, N., & Güzel, M. S. (2017). Öğretim Kalitesi Değerlendirmesine Yeni Bir Yaklaşım: Bartın Üniversitesi Örneği. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(2), 468.
- Bulum, Ahmet; Ersöz, Filiz; Ersöz, Taner (2013). Dünya Ticaret Örgütü (WTO) Üyesi Ülkelerin Uluslararası Ticaret Hacimleri Üzerine Bir Çalışma, *Nevşehir Bilim ve Teknoloji Dergisi*, C. 2, S. 2: 153-165.
- Caliński, T., & Harabasz, J. (1974). A Dendrite Method for Cluster Analysis. *Communications in Statistics-theory and Methods*, 3(1), 1-27.
- Çakmak, Z., Uzgören, N., & Keçek, G. (2005). Kümeleme Analizi Teknikleri ile İllerin Kültürel Yapılarına Göre Sınıflandırılması ve Değişimlerinin İncelenmesi, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (12), 15-36.
- Çınaroğlu, S., & Bulut, H. (2018). K-ortalamlar ve Parçacık Sürü Optimizasyonu Tabanlı Kümeleme Algoritmaları İçin Yeni İklendirme Yaklaşımları. *Journal of the Faculty of Engineering & Architecture of Gazi University*, 33(2).
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyüköztürk, Ş. (2012). Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve LISREL Uygulamaları (Vol. 2). Ankara: PEGEM Akademi.
- Davies, D. L., & Bouldin, D. W., (1979), A Cluster Separation Measure, *IEEE Transactions on Pattern Analysis and Machine Intelligence PAMI-1* (2), 224-227.
- Dreaming With BRICs: The Path to 2050", written by Dominic Wilson and Roopa Purushothaman, Global Economics Paper No: 99, 1st October 2003, <http://www.goldmansachs.com/our-thinking/topics/brics/brics-reports-pdfs/brics-dream.pdf>, Erişim Tarihi: 12.11.2019.
- Erkekoğlu, H. (2007). AB'ye Tam Üyelik Sürecinde Türkiye'nin Üye Ülkeler Karşısındaki Görelî Gelişme Düzeyi: Çok Değişkenli İstatistiksel Bir Analiz, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(2), 28-50.
- Kangallı, S. G., Uyar, U., & Buyrukoğlu, S. (2014). OECD Ülkelerinde Ekonomik Özgürlük: Bir Kümeleme Analizi, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 6(3), 95-109.
- Karypis, M. S. G., Kumar, V., & Steinbach, M. (2000, August). A comparison of document clustering techniques. In *TextMining Workshop at KDD2000* (2000).
- Kılıç İ., Emir O. ve Kılıç G. (2011), „Bulanık Kümeleme Analizi ile Ülkelerin Turizm İstatistikleri Bakımından Sınıflandırılması”, *İstatistikçiler Dergisi*, 4(1), 31-38.
- Krzanowski, W.J., Lai, Y.T., (1985). A Criterion for Determining the Number of Groups in a Data Set Using Sum of Squares Clustering, *Biometrics*, 44, 23-44.

Öz, B., Taban, S., & Kar, M. (2009). Kümeleme Analizi ile Türkiye ve AB Ülkelerinin Beşerî Sermaye Göstergeleri Açısından Karşılaştırılması, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 1-29.

Özmen, M., Delice, Y., & Aydoğan, E. K. (2018). Telekomünikasyon Sektöründe PSO ile Müşteri Bölümlemesi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 11(2), 163-173.

Rousseeuw, P. J. (1987). Silhouettes: A Graphical Aid To The Interpretation and Validation Of Cluster Analysis. *Journal of computational and applied mathematics*, 20, 53-65.

Stanley, M. (2013). Global EM Investor Fragile Five, <http://graphics8.nytimes.com/packages/pdf/business/MorganStanleyFragileFive.pdf>. Erişim Tarihi: 12.11.2019.

Şahin, D. (2017). Kümeleme Analizi ile Doğu Avrupa Ülkelerinin Ekonomik Özgürlükler Açısından Değerlendirilmesi. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2), 1315-1336.

Şenol, A., & Karacan, H. (2020). Kd-tree and Adaptive Radius (KD-AR Stream) Based Real-time Data Stream Clustering. *Journal of the Faculty of Engineering and Architecture of Gazi University*, 35(1), 337-354.

Tatlıdil, H. (1992), Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Analiz, H.Ü. Fen Fakültesi İstatistik Bölümü, Ankara.

Tryon, R. C., Cluster Analysis, New York: Mc Graw-Hill 1939.

Turan, K. K., Özarı, Ç., & Demir, E. (2016). Kümeleme Analizi İle Türkiye ve Ortadoğu Ülkelerinin Ekonomik Göstergeler Açısından Karşılaştırılması. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 143-165.

Uygur, S. (2013). Ülkemizin Dış Ticaret ve Doğrudan Yurt Dışı Yatırımlarında Tercih Ettiği Ülkeler İçin Rank Korelasyonu ve Kümeleme Analizi, *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32(2), 95-112.

## SAĞLIK HİZMETLERİNDE MODÜLERLİK VE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ

### MODULARITY AND CUSTOMER SATISFACTION IN HEALTHCARE SERVICES

Elif ÇETİN<sup>1</sup>

Dilek YILMAZ BÖREKÇİ<sup>2</sup>

Sinem BÜYÜKSAATÇI KİRİŞ<sup>3</sup>

#### ÖZ

Modülerlik; karmaşık sistemin, gevşek bağlılığa sahip standart arayüzlerle etkileşen alt sistemlerden oluşur hale getirilmesine yönelik yaklaşımdır. Modülerlik yaklaşımı birçoğ farklı alanda uygulanmıştır. Bu çalışmada, sağlık hizmetlerine dāhil olan modüler teknolojik yapılar ile hizmet kalitesini ölçmek amaçlanmıştır. Devlet hastanesi, kanser tarama merkezi, e-nabız ve birinci basamak sağlık kuruluşlarından oluşan modüler yapı ve Bolu ili birinci basamak sağlık kuruluşlarından hizmet alan hastaların memnuniyeti SERVQUAL yöntemi ile iki aşamada analiz edilmiştir. Birinci aşamada üç farklı birinci basamak sağlık kuruluşundan hizmet alan 280 hastaya yapılan anket verileri dikkate alınmıştır. İkinci aşamada ise üç farklı birinci basamak sağlık kuruluşundan hizmet alan, ayrıca e-Nabız uygulamasından haberdar ve etkin kullanan 80 hastaya yapılan anket verileri üzerinden analiz yapılmıştır. Gerçekleştirilen iki analiz sonucunda, modüler sağlık hizmetleri ile müşteri memnuniyetinin etkilenebileceği tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Modülerlik, Hizmet Modülerliği, Servis Modülerliği, Sağlık Hizmetleri, Müşteri Memnuniyeti, SERVQUAL

**Jel Kodları:** I10, I11, C83.

#### ABSTRACT

Modularity is an approach in which a complex system is transformed into loosely coupled subsystems and standard interfaces. The modularity principle has been applied in many different areas. In this study aims to measure service quality within modular technological structures included in health services. The modular structure consisting of the public hospital, cancer screening center, e-nabız and primary healthcare and satisfaction of the customers receiving service from family medicine centers in Bolu province is analyzed in two stages with SERVQUAL method. In the first stage, satisfaction was measured based on the survey data of 280 patients who received service from three different family medicine centers. In the second stage, satisfaction was measured based on the survey data of 80 patients who received service from three different family medicine centers and using e-Nabız. As a result of the analysis, it was identified that modularised health services can influence customer satisfaction.

**Anahtar Kelimeler:** Modularity, Service Modularity, Health Services, Customer Satisfaction, SERVQUAL

**Jel Codes:** I10, I11, C83.

<sup>1</sup> Doktora Öğrencisi, Karabük Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, elifcetin7@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-8051-0152

<sup>2</sup> Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Mühendislik Fakültesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, dborekci@istanbul.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-0055-4869

<sup>3</sup> Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Mühendislik Fakültesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, sinemb@istanbul.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-7697-3018

## 1.GİRİŞ

Teknoloji ve iletişim alanında yaşanan gelişmeler, müşteri beklentilerinin sürekli değişmesi sebebiyle yeni ürün ve hizmetlerin kısa sürede geliştirilmesini, üretilmesini, pazarlanmasını sağlamış ve yeni pazarlara girişi kolaylaştırmıştır. Fakat bu gelişmeler, rekabet yoğunluğunun ve ürün karmaşıklığının artmasına sebep olmuştur. Bu artış, organizasyonların değişen koşullara uyum sağlamasını zorlaştırmış ve esnekliklerini azaltmıştır (Eriş vd., 2015, s. 13). Modülerlik, firmaların karmaşık ürün ve süreçleri daha verimli organize etmelerini sağlayan, değişik sektörlerde birçok organizasyon tarafından benimsenmiş ve uygulanmış temel organizasyon ve yönetim teorisidir (D'Adderio ve Pollock, 2014, s. 1813).

Küreselleşen ve serbestleşmiş iş ortamında hizmet sektörü, kârlı iş yollarının gerekliliklerini karşılamak için sıkı rekabetle karşılaşmaktadır. Hizmet sektöründe başarıya giden itici gücün, yüksek kaliteli hizmetin sağlanması olduğu anlaşılmaktadır. Artan rekabet çağında hizmet kalitesinin artırılması ve ölçümü, verimlilik ve işin büyümesi için önemli konulardan biridir. Hizmet ve imalat sanayilerinde kalite geliştirme; müşteri memnuniyetine etki eden ve tüketicilerin satın alma eğilimini arttıran temel faktördür (Chakraborty & Majumdar, 2011, s. 150). Bazı diğer teorisyenler de kalitenin tüketici memnuniyetinin belirleyicisi olduğunu belirtmişlerdir (Radwin, 2000, s. 179). Birçok şirket, müşteri memnuniyetini yüksek seviyeye taşımak için hizmet kalitesi konularına odaklanmaktadır (Kumar vd., 2008, s. 176).

Diğer hizmet sektörlerinde olduğu gibi sağlık sektöründe de müşteri memnuniyeti önemli bir konudur (Shabbir vd., 2010, s. 2458). Bir sağlık kuruluşu, hastaların beklentilerini ve sağlık hizmetlerinde sürekli iyileştirmeyi göz önünde bulundurarak ve kaliteli hizmet sunarak hasta memnuniyetini sağlayabilir (Chakraborty & Majumdar, 2011, s. 150).

Bu çalışmada, hizmet sektöründe büyük bir yere sahip olan sağlık kuruluşlarında hizmet modülerliği bağlamında müşteri memnuniyetinin değerlendirilmesi amacıyla ampirik bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmada; teknolojinin gelişmesine bağlı olarak modüler teknolojik yapıların sağlık hizmetlerinde modülerliği getirmesi arka planında, bu modüler yapıların bilincinde olan ve olmayan hastaların memnuniyetleri SERVQUAL yöntemi ile ölçülmüştür.

Çalışmanın genel çerçevesi şu şekildedir: İkinci bölümde çalışmanın içeriğini oluşturan temel teorik bilgilere yer verilerek, modülerlik ve hizmet modülerliği, sağlık hizmetlerinde modülerlik, sağlık hizmetleri ve hasta memnuniyeti ile ilgili bilgiler sunulmaktadır. Türkiye'de sağlık sektörünün yapısı yine bu bölümde anlatılmaktadır. Metodolojinin sunulduğu üçüncü bölümde çalışmada izlenen adımlar tek tek aktarılmaktadır. Çalışma kapsamında dikkate alınan birinci basamak sağlık kuruluşları, devlet hastanesi, kanser tarama merkezleri ve e-nabız uygulamasının modülerlik içindeki durumları, bu modülerlik yapısı ile birlikte hasta memnuniyetini ölçmek için kullanılan SERVQUAL anketinin içeriği ve uygulamanın gerçekleştirildiği örnekleme dair bilgiler üçüncü bölümde yer almaktadır. Dördüncü kısım olan bulgular bölümünde, anket sonuçlarının istatistiksel analizleri ve SERVQUAL değerleri sunulmakta, değerlere bağlı olarak hastalarda memnuniyet ve memnuniyetsizlik yaratan durumlara yer verilmektedir. Tartışma ve sonuç bölümünde çalışma ile ilgili genel bir değerlendirme yapılmaktadır.

## 2. TEORİK ALTYAPI

### 2.1. Modülerlik ve Hizmet Modülerliği

Bir araya geldiklerinde bir bütünü oluşturan, farklı görev ve işlevleri bulunan birimler modül olarak adlandırılmaktadır. Modüller, istenilen boyutlarda bir araya gelerek büyüyebilir ve yer değiştirebilirler. Modüler sistem, gevşek bağlı olan (tam anlamıyla bütün olmayan), ama bir bütün olarak işlev gören modüllerden oluşur (Demirtola & Atilla, 2013, s. 96). Modüler sistemin özelliklerini tek bir tanımla birleştirmek zor olsa da; bir sistem, her bileşen ve işlevleri arasında net bir ilişki bulunan ve bileşenleri birbirine bağlayan ve koordinasyonu düşük seviyelerde olan iyi tanımlanmış standartlaştırılmış arayüzler arasında gevşek şekilde birbirine bağlı olan farklı özerk (otonom) bileşenlerden oluştuğunda modülerdir (Wolters, 2002, s. 115). Yani modülerlik; karmaşık bir sistemin, gevşek bağlılığa sahip ayrı ayrı alt sistemler haline getirilmesidir (D'Adderio ve Pollock, 2014, s. 1814).

Modülerleştirme ise bu tasarımları etkileyen, firma sınırlarını ve endüstri alanlarını şekillendiren bir süreçtir (Macduffie, 2012, s. 8). Modülerleştirme genel olarak, karmaşıklığı verimli bir şekilde organize etme yaklaşımıdır ve sistemin bakış açısından bir sistemin bileşenlerinin ayrıştırılma ve yeniden birleştirilme derecesine değinmektedir (Schilling, 2000, s. 316).



Modülerlik; ürün geliştirme, süreçler, yazılımlar ve sistemler bağlamında etkili bir kavramdır (Dörbecker ve Böhmman, 2013, s. 1357). Bununla birlikte modülerlik kavramı esnek hizmet oluşturmak için de kullanılmaktadır (Yang ve Shan, 2009, s. 263). Hizmet modülerliği, ürün modülerliği gibi çıktı açısından modülerlik başlığı altında sınıflandırılrsa da aralarında büyük farklılıklar bulunmaktadır.

Hizmet modülerliği, hizmet ve bakım süreçleri açısından üründeki diğer bileşenlere en az bağımlılık gösteren ürün modüllerinin geliştirilmesidir. Hizmet modülleri genel hizmet süreçleri açısından incelendiğinde, bir ürün modüler olabilir, fakat emek söz konusu olan bazı süreçlerde çok modüler olmayabilir. Bu sebeple, hizmet modülerliği tanımlanırken, hizmet modunun yanı sıra emek operasyonları da göz önüne alınmalıdır. Hizmet modülerliğinde, hizmetin her ürün niteliği üzerindeki etkisinin hesaba katılması önemlidir (Gershenson & Prasad, 1997, s. 13).

Hizmet modülerliği; servis modülü, süreçlerde modülerlik ve organizasyon modülerliği olmak üzere üç ögeyi içermektedir (Pekkarinen & Ulkuniemi, 2008, s. 358). Belirtilen üç unsur, modülerliğin müşteri değeri algılamasını etkileyebilecek farklı yolları keşfedebilmek için kullanılmaktadır (Rahikka vd., 2011, s. 359). Hizmet geliştirmede modülerliği kullanabilmek için, bu üç unsurun her birinin dikkate alınması gerekmektedir.

Bir müşteri tarafından görülebilen bir servis, bir veya birkaç servis modülü tarafından birleştirilebilmektedir. Süreçler söz konusu olduğunda, bir hizmet sürecinin, bilgi işlem ya da fiziksel işlemlerle ilgili olan bir ya da birkaç süreç modundan oluştuğu görülmektedir. Organizasyonda modülerlik ise, firmanın kendi ve diğer firmaların kaynaklarını esnek bir şekilde kullanmasının bir yolu olarak görülmektedir (Pekkarinen & Ulkuniemi, 2008, s. 88).

Hizmet modülerliği ile ilgili literatürdeki çalışmalar incelendiğinde hizmet modülerliğinin; maliyet indirgeme, hizmet kalitesi yaratma, hizmetin özelleştirilmesi (kişiselleştirme), arayüz standardizasyonu, hizmet çeşitliliği, hizmetin standardizasyonu, hizmet geçişlerini kolaylaştırma, karmaşık sistemlerin basitleştirilmesi, hizmet modüllerinin yeniden kullanılabilmesi, müşteri memnuniyeti, gevşek bağlılık, hizmetin yeniden tasarımı, esnekliğin artması, yeni hizmet tasarımı ve müşteri değer algısı yaratmak gibi etkilerinin olduğu görülmektedir (Çetin, 2019, s. 11).

## 2.2. Sağlık Hizmetlerinde Modülerlik

Sağlık sektörü, nüfus sağlığını ve hasta deneyimlerini iyileştirmek ve aynı zamanda maliyetleri azaltmak için büyük zorluklarla karşı karşıyadır (Silander vd., 2017, s. 792). Sağlık hizmetleri, yaşlı bakım ve hastane bakımı gibi farklı hizmet alanlarından oluşan, farklı şekillerde yönetsel yöntemlere tepki veren heterojen bir endüstridir (Dranove, 1998, s. 70; Lillrank vd., 2015, s. 78).

Sağlık hizmet sağlayıcılarının ihtiyacı olan herkesi tedavi etmeleri gerekmektedir (Bohmer, 2005, s. 328). Bu nedenle sağlayıcılar, belirli hasta segmentlerinde hizmet üretimine odaklanmak için hastalarını seçemezler. Bu durum, varyasyonu arttırmaktadır: hasta ihtiyaçları, bireyler ve hasta grupları arasında farklılık gösterdiğinden, hem özelleştirilmiş hem de standart hizmetler gerektirmektedir. Özellikle hem orta hem de üçüncü basamak bakımını sağlandığı üniversite hastanelerinde bu durum belirgin olarak görülmektedir (Silander vd., 2017, s. 795).

Tedavi edilen hastalar; standart yüksek hacimli tıbbi ihtiyaçlara sahip olanlardan, klinik olarak araştırılmış hastalara veya nadir hastalıkları olan hastalara, yüksek oranda özelleştirilmiş ihtiyaçları olanlara kadar değişebilmektedir. Tedaviler; farklı uzmanlık alanlarındaki doktorlar, hemşireler, fizyoterapistler ve beslenme uzmanları gibi çeşitli profesyoneller tarafından yapılmaktadır. Dolayısıyla hastanelerdeki sağlık hizmetleri farklı tıbbi uzmanlıklar altında sınıflandırılmaktadır. Yani hizmetler, hastaların ihtiyaç duydukları farklı uzmanlık hizmetlerini üreten servislerde, yatan hasta bakımı gibi uzmanlık bölümlerine göre ayrılmaktadır (Silander vd., 2017, s. 795). Bu nedenle sağlık hizmetleri, genellikle farklı bölümler ve servis sağlayıcılar arasında bölünmekte ve bölümler arasında bilgi akışı ve koordinasyon eksikliği ortak hedefleri engellemektedir. Benzer hizmetler, hizmet üretiminde işbirliği yapmadan farklı uzmanlıklar veya sağlık birimleri altında üretilmektedir (Yen vd., 2010, s. 16).

Uzman hastane bakımında çeşitli profesyoneller tarafından gerçekleştirilen özelleştirilmiş ve standartlaştırılmış hizmetleri eşzamanlı olarak üretme zorunluluğu, hizmet üretiminin karmaşıklığını artırarak modülerleşmeyi zorlaştırmaktadır. Karmaşıklık ve çeşitli hasta ihtiyaçları, geleneksel olarak hasta-hekim ilişkisi içinde yönetilmektedir. Bunun sonucu olarak; sıkı profesyonellik, özerklik, hekimler ve diğer personel arasındaki hiyerarşik seviyelerle karakterize edilen farklı birim veya bölümlere ayrılmış sağlık hizmetlerinde sıkı bir şekilde birleştirilmiş bütünlük bir hizmet mimarisi gelişmiştir (Cruess ve diğ., 2002, s. 208). Uzmanların deneyimlerinde, karar vermede prensip olarak modülerlikle çelişen özelleştirilmiş hizmetlerin sunulması önemli bir rol oynamaktadır. Bazı hizmetler seri üretilse de, seri üretim ile profesyonellik arasında çelişkiye yol açan hastane hizmetleri, profesyonellik ve özerklik uzmanlık alanlarının sunumu ile güçlü bir şekilde ilişkilidir

(Silander vd., 2017, s. 795). Çelişki, uzmanlar ve hastalar arasında karakteristik olarak dik bilgi asimetrisi ile birleştirilmektedir (Lanseng & Andreassen, 2007, s. 401). Bu asimetri, hastaların tıbbi istek ve ihtiyaçları arasında ayırım yapamayacağı için hizmetlerin birlikte oluşturulmasını kısıtlamaktadır (Berry & Bendapudi, 2007, s. 113; Lillrank vd., 2010, s. 83). Ayrıca asimetri, sağlık hizmetlerinde hizmet modülerliğinin önemli bir parçası olan hasta katılımını zorlaştırabilmektedir (De Blok vd., 2010a, s. 78).

Daha önce de belirtildiği üzere modüler hizmetlerin en önemli unsurları; servislerin iyi tanımlanmış modüller halinde ayrıştırılması ve modüller arasında minimum bağımlılık derecesiyle bağlı olması, modüllerin birbirlerine standartlaştırılmış arayüzlerle bağlanması ve müşteri ihtiyaçlarını karşılamak için hizmetleri özelleştirmek için modüllerin yeniden birleştirilebilmesidir (Silander vd., 2017, s. 795). Bu unsurlardan yola çıkarak; farklı hasta segmentlerinin olması, hasta ihtiyaçlarının kişiden kişiye değişmesi, hastaların farklı bölümlerdeki doktorların ve sağlık çalışanlarının (hemşireler, fizyoterapistler ve beslenme uzmanları gibi) koordinasyonu ile tedavi edilmesi gerekliliği, sağlık hizmetlerinin uzmanlık bölümlerine göre ayrılıyor olması, karmaşıklığın söz konusu olması sağlık sektöründe modülerliğin ön plana çıkmasını sağlamıştır.

Modülerleştirme ve kitlesel kişiselleştirme, seri üretim ve standardizasyonun avantajlarından yararlanırken sağlık hizmetlerinde çeşitliliği ve kişiselleştirmeyi artırmanın umut verici bir aracı olarak görülmektedir (Silander vd., 2017, s. 795). Standardize edilmiş sağlık hizmetleri, bilgi asimetrisinin azaltılmasına yardımcı olmakta ve standartlaştırılmış arayüzler hasta akışını arttırmaktadır (Vähätalo & Kallio, 2015, s. 937).

Modüler servis mimarisinde sağlık bakım profesyonellerinin koordineli işbirliği, bakımın sürekliliğini ve sıklıkla bölümlenmiş bağımsız servis alt birimlerinin etkin kullanımını geliştirmek için gereklidir. Farklı modülleri, çeşitliliği destekleyecek şekilde bağlamak için kesintisiz bağlantı şarttır (Chorpita vd., 2005, s. 151). Modülerleştirme ve modüler hizmet mimarisi, bilgi akışını ve bakım koordinasyonunu kolaylaştırmak ve maliyetleri azaltmak için bir araç olarak kullanılabilir (Meyer vd., 2007, s. 34; Soffers vd., 2014, s. 2).

Modülerlikte arayüzlerin amacı, çeşitlilik ve tutarlılığı sağlamaktır (De Blok vd., 2014, s. 175). Sağlık hizmetlerinde yapılan çalışmalar; hizmet modülerliğinde arayüz teorisi geliştirmek (De Blok vd., 2014, s. 176) ve kişiselleştirmenin modülerlikte kullanımını incelemek (De Blok vd., 2013, s. 16) gibi hizmet modülerliği araştırmalarına büyük katkılar sağlamıştır. Fakat bazı araştırmalar, profesyonel özerkliğe aykırı olabileceği için sağlık personelinin arayüzlerin belirlenmesine karşı çıkabileceğini göstermektedir (Van der Laan, 2015, s. 56). Çalışmalar, modülerleşmenin hem bakımdaki özelleştirmeyi artırmak (De Blok vd., 2013, s. 17) hem de sınırlamak için kullanılabileceğini ortaya çıkardığından, sağlık hizmetlerinde modülerleşmenin yararlarına ilişkin kanıtlar tutarsızdır. Standardizasyon, etkili modülerleşmenin ön şartıdır. Fakat kişiselleştirme; rekabet, yeni hizmet ve teknolojik yenilikleri kısıtlayarak modülerleşmeyi zorlayabilmektedir (Vähätalo & Kallio, 2015, s. 938).

Literatürde sağlık sektöründe modülerlik çalışmaları; zihinsel bakım (Bushe vd., 2008, s. 2; Chorpita vd., 2005, s. 154; Soffers vd., 2014, s. 3; Silander vd., 2017, s. 799), yaşlı veya evde bakım (De Blok vd., 2010a, s. 80, 2010b, s. 4, 2013, s. 20; 2014, s. 1881) ve sağlık sigortası şirketleri (Dörbecker vd., 2013, s. 150) uygulamalarıyla gerçekleştirilmiştir. Sağlık sektöründe modülerliğin hastane incelemelerine de yine literatürde yer verilmiştir (Bohmer, 2005, s. 326; Meyer vd., 2007, s. 28; Silander vd., 2017, s. 802).

### 2.3. Sağlık Hizmetleri ve Hasta Memnuniyeti

Kalite kavramı ilk başlarda hizmetlere önem vermeden, hiç vurgu yapmadan ürünlere (mallara) odaklanmak olarak algılanırken; daha sonra hizmetlere yoğunlaşarak, alınan ürünlerin (malların) hizmetlerin bileşeni olarak değerlendirilmesine dönüşmüştür (Dobrzykowski vd., 2016, s. 40; Southard, 2016, s. 10). Bu dönüşüm, özellikle sağlık hizmetleri ile birlikte tüm hizmet sektörlerinde hizmet kalitesinin artan önemini göstermektedir (Akdere vd., 2018, s. 1). Bununla birlikte; sağlık hizmetlerinde hasta odaklılığın artışı, hizmet kuruluşlarını hasta tarafından algılanan hizmet kalitesine odaklanmaya yöneltmiştir. Bu yönelimin amacı, müşteri memnuniyetini sağlayan stratejilerin geliştirilmesine yardımcı olmaktır (Saravanan & Rao, 2007, s. 436).

Hizmet kalitesi, alınan hizmet hususunda müşteri beklentileri ile müşteri algıları arasındaki fark veya boşluktur. (Akdere vd., 2018, s. 2). Pek çok hizmette olduğu gibi kalitenin, heterojenlik ve ayrılmazlık gibi özellikleri nedeniyle sağlık hizmetlerinde de ölçülmesi zordur (Conway & Willcocks, 1997, s. 131). Sağlık hizmetlerinde kalite değerlendirmeleri, organizasyonlarındaki hizmet büyüklüğü, karmaşıklık ve uzmanlaşma nedeniyle problemli olmaktadır (Eiriz ve Figueiredo, 2005, s. 407).

Sağlık hizmetleri değerlendirmeleri tıbbi, sosyal, bilişsel ve duygusal bileşenleri kapsamaktadır. Linder-Pelz'in (1982, s. 579) hasta memnuniyeti teorisine göre sağlık hizmetlerinde hasta memnuniyeti ölçümü, hizmet deneyiminin boyutlarının öznel değerlendirmelerine dayanmaktadır. Bu boyutlar, hizmet sağlayıcılarla etkileşimi, erişim kolaylığını, maliyet yükünü ve sağlık tesisinin temizliği gibi çevresel sorunları

içerebilmektedir (Tucker ve Adams, 2001, s. 273). Bununla birlikte Butler ve diğerleri (1996, s. 10), üretime, performansa ve kalite değerlendirmelerine katılan hastaların davranışlarından, ruh hallerinden ve işbirliklerinden dolayı hizmetin etkilendiğini belirtmişlerdir.

## 2.4. Türkiye’de Sağlık Hizmetleri

Türkiye’de sağlık sektörü, 1961 yılında yayımlanan 224 sayılı Sağlık Hizmetlerinin Sosyalleştirilmesi hakkındaki kanuna göre düzenlenmiştir. Kanun kapsamında Türkiye’de ilk defa sevk zinciri konusu konuşulmaya başlanmıştır. Hastaların, ilk olarak birinci basamak sağlık kuruluşlarına (Sağlık Ocağı, Toplum Sağlığı Merkezi Aile Sağlığı Merkezi, vb.) başvurmaları ve buralarda tedavisi mümkün olmayanların, ikinci basamak sağlık kuruluşlarına (hastanelere) sevk edilmeleri gerektiği bildirilmiştir (Ömürbek & Altın, 2009, s. 212).

Hastalıkları önleyici ve tedavi edici sağlık hizmetlerinin yönetimi ve sunumu ile ilgili bilgilerin oluşturulması ve iletilmesi amacıyla kurulmuş donanım, yazılım ve yönergelerin tamamı Sağlık Bilişim Sistemleri (SBS) olarak ele alınmaktadır. SBS, klinik (teşhis ve tedavi) ve yönetsel (çevresel gereklilikler ve süreç yönetimi) karar verme işlevlerini desteklemektedir. SBS, Klinik Bilgi Sistemleri (KBS) ve Teşhis-Tedavi Sistemleri (TTS) olarak iki başlık altında sınıflandırılmaktadır (Özata, 2004, s. 181). Bu iki başlık, çeşitli alt sistemlerden oluşmaktadır.

Gelişen teknoloji ve klinik bilgi sistemlerindeki ilerlemeler ile birlikte bilgisayar temelli sistemler sağlık kuruluşlarında da kaçınılmaz bir gereklilik haline gelmiştir. KBS için yeni yazılımların geliştirilmesi, hastanelerde klinik bilgi sistemlerinin uygulanmasını kolaylaştırmıştır.

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de hastaların, doktorların ve hastane gruplarının web sitelerinde birleştirilmesi ile tıbbi verilerin sağlık kuruluşları arasında kolayca aktarılması ve tıbbi verilerin hastalara ulaştırılması amaçlanmıştır. Bu sayede klinik hizmetlerin kalitesi artarak, süreç daha verimli hale gelmiştir. Bununla birlikte özellikle mobil teknolojiye dayalı sağlık hizmetleri uygulamaları da daha erişilebilir ve daha ucuz hizmet sunumunun mümkün olmasını sağlamıştır.

E-sağlık; internet, bilgisayar, telefon, kablosuz iletişim ve sağlık hizmeti sağlayıcılarına, bakım yönetimine, eğitime ve sağlığa doğrudan erişim gibi geniş kapsamlı teknolojiler olarak tanımlanmaktadır. Özellikle e-nabız platformu, Türkiye’deki en etkin sağlık hizmetlerindedir (Akter vd., 2010, s. 3). Bu platform, sağlık hizmetlerine kolay ulaşılmasını, etkin ve kaliteli hizmet verilmesini sağlamaktadır (Ömürberk ve Altın, 2009, s. 218).

## 3. METODOLOJİ

Bu çalışmada, sağlık hizmetlerine dâhil olan modüler teknolojik yapılar ile hizmet kalitesini ve dolayısıyla hasta memnuniyetini ölçmek için Bolu ilinde ampirik bir vaka çalışması gerçekleştirilmiştir. Hastaların ilk olarak başvurduğu ve ayakta tedavi görebildiği, tahlil ve kanser tarama tetkiklerinin devlet hastanesi ve kanser tarama merkezlerince yapıldığı, sonuçların e-nabız platformundan takip edildiği modüler bir sistemde müşteri memnuniyetini tespit etmek amacıyla; birinci basamak sağlık kuruluşlarından hizmet alan hastalar çalışmaya dâhil edilmiş ve kendilerine anket uygulanmıştır. Aradaki farkı net bir şekilde ayırt edebilmek amacıyla anket çalışması iki aşamadan oluşmuştur. İlk önce, e-nabız platformundan haberlerinin olup olmamasına ya da platformu aktif kullanıp kullanılmalarına bakılmaksızın, birinci basamak sağlık kuruluşundan hizmet alan hastalara anket uygulanmıştır. Bu analizde seçilen 3 farklı birinci basamak sağlık kuruluşunda kayıtlı olan ortalama hasta sayısı, evren olarak dikkate alınmıştır. Bu çerçevede 1000 hasta, evren olarak kabul edilmiştir. %95 güven aralığı ve %5 hata toleransı ile basit tesadüfi örneklem yöntemi kullanılarak 280 hasta araştırmaya dâhil edilmiştir.

Daha sonra ise e-nabızdan haberdar, platformu tam anlamıyla kullanabilen birinci basamak sağlık kuruluşundan hizmet alan hastalara anket yapılmıştır. Bu analizde, seçilen birinci basamak sağlık kuruluşunda tek bir doktora kayıtlı olan ortalama hasta sayısı, evren olarak dikkate alınmıştır. Bu çerçevede 100 hasta, evren olarak kabul edilmiştir. %95 güven aralığında ve %5 hata toleransı ile basit tesadüfi örneklem yöntemi kullanılarak 80 hasta araştırmaya dâhil edilmiştir.

### 3.1. Çalışmada Ele Alınan Modülerlik Yapısı

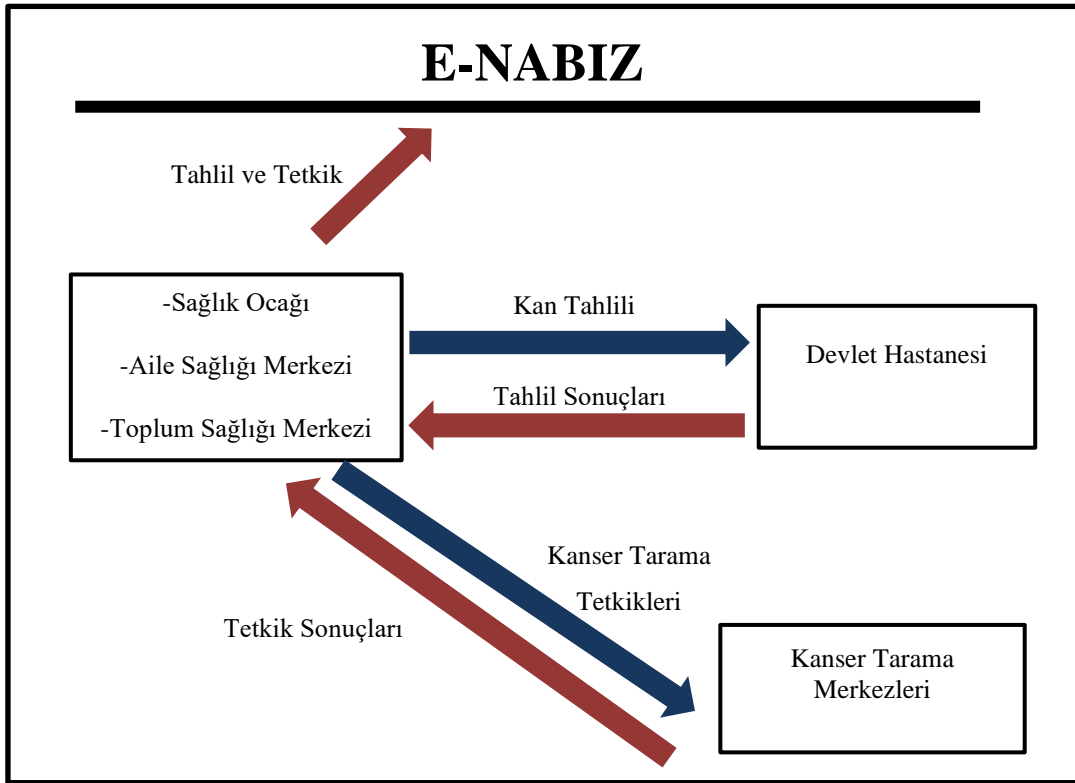
Birinci basamak sağlık kuruluşuna giden bir hasta tahlil yaptırmak istediğinde, hastanın kanı alınarak devlet hastanesinin laboratuvarında incelemeler yapılmaktadır. Sonuçlar birinci basamak sağlık kuruluşuna gönderilerek hastanın bilgisine sunulmaktadır. Dolayısıyla modülerlik bağlamında incelendiğinde, birinci basamak sağlık kuruluşları ile devlet hastanesinin bu süreçte birbirlerine gevşek bağlı olduğu görülmektedir.

Birinci basamak sağlık kuruluşlarında bulunan aile hekimleri, kendi sistemlerinde kayıtlı olan hastaların kanser tarama tetkiklerini yaptırıp yaptırmadıklarının kontrol ve takibini yapmakla görevlidirler. Bu süreçte hastalarına hangi periyotlarla kanser tarama yaptırmaları gerektiğini bildirerek, hastalarını kanser tarama merkezlerine yönlendirmektedirler. Kanser tarama merkezlerinde yapılan tetkik sonuçları, sağlık bakanlığının sistemine kaydedilmekte ve hastaların kayıtlı olduğu aile hekimlerinin sistemine bu sonuçlar aktarılmaktadır. Bu nedenle tetkik sürecinde de, tahlil sürecinde olduğu gibi kanser tarama merkezleri ile birinci basamak sağlık kuruluşları arasında gevşek bağlılık bulunmaktadır.

Birinci basamak sağlık kuruluşlarında yapılan tahlil ve tetkiklerin sonuçları, hastaların kullandığı ilaçlar vb. bilgiler, hastaların geçirdiği tıbbi süreçlerin takip edilebilmesine olanak sağlayan e-nabız uygulamasına çeşitli arayüzlerle aktarılabilen, saklanabilmekte, gerektiğinde bu bilgilere ulaşılabilir. Dolayısıyla bu platform sayesinde hem hastalar tedavi sürecinde farklı doktorlara gittiklerinde daha sağlıklı bir şekilde izlenebilmekte hem de hastaların MR, tomografi, röntgen gibi radyasyon almalarına neden olan teşhis yöntemlerine tekrar tekrar maruz kalmaları önlenmektedir.

Verilen bu bilgiler doğrultusunda, birinci basamak sağlık kuruluşlarının devlet hastanesi ve kanser tarama merkezleri ile arasındaki gevşek bağlılık ve birinci basamak sağlık kuruluşlarındaki verilerin arayüzler ile e-nabız uygulamasına aktarılması, bu çalışmadaki modülerlik yapısını meydana getirmektedir. Şekil 1’de sözü edilen bu modüler yapı görsel olarak ifade edilmektedir.

Şekil 1: Çalışmada Ele Alınan Sağlık Sisteminin Yapısı



### 3.1.1. E-Nabız

E-Nabız; sağlık işletmelerinden elde edilen verilere, insanların internet ve mobil cihazlar aracılığıyla erişebilmesini sağlayan bir uygulamadır. Muayene, tetkik, tanı ve tedavilerin nerede yapıldıklarının önemi olmadan, mevcut bütün sağlık bilgilerinin yönetilebildiği, tıbbi özgeçmiş tek bir uygulamadan ulaşmanın mümkün olduğu şahsi sağlık kaydı sistemidir. Hasta ve doktor arasında iletişim kurulmasına olanak sunan, internet üzerinden emniyetli bir şekilde erişilebilen geniş ve kapsamlı sağlık bilişim alt yapısıdır (e-Nabız, 2018, s. 1).

E-nabız sisteminde yer alan herhangi bir kullanıcı, şahsi verilerinin ne kadarının sistemde paylaşılacağı konusunda izin vermekte ve bu çerçevede tıbbi kayıtlar doktorlar tarafından değerlendirilebilmektedir. Böylece tanı ve tedavi sürecinin kalitesi artmakta ve tedavi süresi kısalmaktadır.

Modülerlik kapsamında ele alındığında ise E-nabız, bu çalışmada bir platform olarak değerlendirilmiştir. Çünkü devlet hastanesi, kanser tarama merkezleri ve aile sağlığı merkezleri ile E-nabız uygulaması arasında ortak veri paylaşımı gerçekleşmekte ve bilgi akışı olmaktadır.

### **3.1.2. Birinci Basamak Sağlık Kuruluşları**

Birinci basamak sağlık kuruluşları (Toplum Sağlığı Merkezi, Aile Sağlığı Merkezi, Sağlık Ocakları) tahlillerin ve kanser tarama takiplerinin yapıldığı sağlık kuruluşlarıdır. Birinci basamak sağlık kuruluşunda yapılan işlemler, devlet hastanesi ya da ketem gibi kuruluşlarda yapılmaktadır. Fakat birinci basamak sağlık kuruluşları, hastanın takibi ve konforu açısından etkili olmaktadır. Modülerlik çerçevesinde bakıldığında; modülerliğin değiştirilebilir parçalar içermesi özelliğinden yararlanarak birinci basamak sağlık kuruluşları çalışmada modül olarak ele alınmıştır.

### **3.1.3. Devlet Hastanesi**

Sağlık sektöründe modüler bir yapıdan bahsedebilmek için; çeşitli şekillerde birleştirilebilecek bağımsız, değiştirilebilir parçaların belirgin olması, bu parçaların çeşitli şekillerde birleştirilmesi ve bir bütün oluşturulmasını sağlayan mekanizmaların olması gerekmektedir.

Bu çalışmada birinci basamak sağlık kuruluşlarında (Sağlık Ocakları, Aile Sağlığı Merkezi, Toplum Sağlığı Merkezi) tahlil yaptırmak isteyen bir hastanın kan tüpleri, devlet hastanesinin laboratuvarına veya özel laboratuvarlara gönderilerek analiz yapılmaktadır ve sonuçları sağlık kuruluşuna gönderilmektedir. Dolayısıyla bu birleştirilebilir değiştirilebilir özelliği nedeniyle devlet hastanesi modül olarak kabul edilmiştir.

### **3.1.4. Kanser Tarama Merkezi**

Kanser tarama merkezleri; halkın kanser ve erken teşhis ile kanser taramasının önemi hakkındaki bilincini artırmak, genç yaşta yakalanan kanser türlerinde erken teşhis ve halk tabanlı tarama faaliyetlerini sürdürmek, bulunduğu şehirde kanser taramasında aktif rol oynamak, bahsedilen faaliyetler sonucunda da önlenebilen ve erken yakalanmanın mümkün olduğu kanser türlerini azaltmak maksadıyla kurulmuştur. Kanser tarama merkezlerinde; kanserden korunma ve tarama yöntemleri ile ilgili özel eğitim almış pratisyen doktorlar, uzman doktorlar, hemşire, ebe, röntgen teknisyeni, laboratuvar teknisyeni ve tıbbi sekreterler görev yapmaktadırlar (KETEM, 2018, s. 1).

Kanser tarama merkezlerinde yapılan tetkiklerin sonuçları e-Nabız sistemine yüklenmekte ve aile hekimleri tarafından takip edilebilmektedir. Kanser tarama merkezlerinde yapılan tetkik sonuçlarına, Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü Kanser Daire Başkanlığı sitesinden ulaşılabilir. Modüler yapıda gevşek bağlılık özelliği göz önüne alındığında, kanser tarama merkezleri çalışmada modül olarak ele alınmıştır.

## **3.2. Birinci Basamak Sağlık Hizmetlerinde Modülerlik Kapsamında Müşteri Memnuniyetinin Ölçülmesi**

SERVQUAL yöntemi, hasta memnuniyetini ölçmek için en yaygın kullanılan yöntemlerden biridir. SERVQUAL, ilk olarak on boyut (güvenilirlik, duyarlılık, yetkinlik, erişim, nezaket, iletişim, güvenilirlik, güvenlik, müşteriye anlama / tanıma, fiziksel özellikler) içerecek şekilde tanımlanmıştır. Fakat gerçekleştirilen çalışmanın yapısına göre, daha az sayıda boyut ya da ek boyut tanımlanabilmektedir (Çetin, 2019, s. 47).

Bu çalışmada modülerlik çerçevesinde hasta memnuniyeti analizinden iyi bir sonuç alabilmek için, ele alınan modüller göz önünde bulundurularak somut özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güvenlik ve empati olmak üzere beş kalite boyutu ele alınmıştır.

Araştırma kapsamında verileri elde etmek amacıyla anket kullanılmıştır. Sevimli (2006, s. 111)'nin tez çalışmasından ve Akdere ve diğerlerinin (2018, s. 8) makalelerindeki SERVQUAL soru formlarından faydalanılarak ve revize edilerek 19 adet anket sorusu oluşturulmuştur. Ayrıca Bolu İl Sağlık müdürü, Ar-Ge ve istatistik birimi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bolu il sağlık müdürlüğü yönlendirmesi ile, birinci basamak sağlık kuruluşları (Aile Sağlığı Merkezi, Sağlık Ocağı ve Toplum Sağlığı Merkezi) hekimleri ve çalışmanın verimliliğini arttırmak amacıyla İstanbul'da görev yapan ASM hekimleri ile görüşmeler yapılarak anket soruları teyit edilmiştir.

SERVQUAL soru formu, herkesin kolayca anlayabileceği cevaplayabileceği basitlikte hazırlanarak dört bölümden oluşturulmuştur. İlk bölümde hastalardan, hazırlanan 19 adet niteliğe birinci basamak sağlık kuruluşlarının ne derece sahip olmaları gerektiği 5 seviyeli Likert ölçeği (5 = kesinlikle katılıyorum, 3 = ne katılıyorum ne katılmıyorum, 1 = kesinlikle katılmıyorum) ile değerlendirmeleri istenmiş ve hastaların beklentilerine ait verilerin toplanması amaçlanmıştır. İkinci bölümde hastalardan tanımları bulunan hizmet

kalitesi boyutlarına, önem derecelerini göz önünde bulundurarak, toplamaları 100'ü sağlayacak şekilde puan vermeleri istenmiştir. Üçüncü bölümde, hastaların Bolu ilindeki birinci basamak sağlık kuruluşlarının sunduğu hizmeti dikkate alarak 19 adet özelliğe 5 seviyeli Likert ölçeği kullanarak yanıtlamaları beklenmiştir. Son bölüm olan dördüncü bölümde ise demografik özelliklerin belirlenmesine yönelik sorular hastalar tarafından cevaplandırılmıştır.

Araştırmada katılımcıların az bir defa ilgili sağlık kuruluşunun hizmetinden faydalanmış olması koşulu aranmıştır. Anketteki soruları cevaplandırırken katılımcıların samimiyetle duygu ve fikirlerini ortaya koydukları düşünülmüştür. Ayrıca ölçeği istekli olarak cevapladıkları, doğrulukla anketi sonuçlandırdıkları, ankete cevap verirken tüm sözcüklerin anlamına göre algılandığı ve kavram karmaşası yaşanmadığı varsayılmıştır.

## 4. BULGULAR

Bu çalışmanın değişkenleri modüler sağlık hizmetleri ve Algılanan Hizmet Kalitesi (SERVQUAL) puanıdır. Çalışmanın kontrol değişkenleri ise cinsiyet, yaş ve eğitim seviyesi gibi demografik değişkenlerdir. Bu değişkenlere ait detaylı bilgiler aşağıda sunulmaktadır.

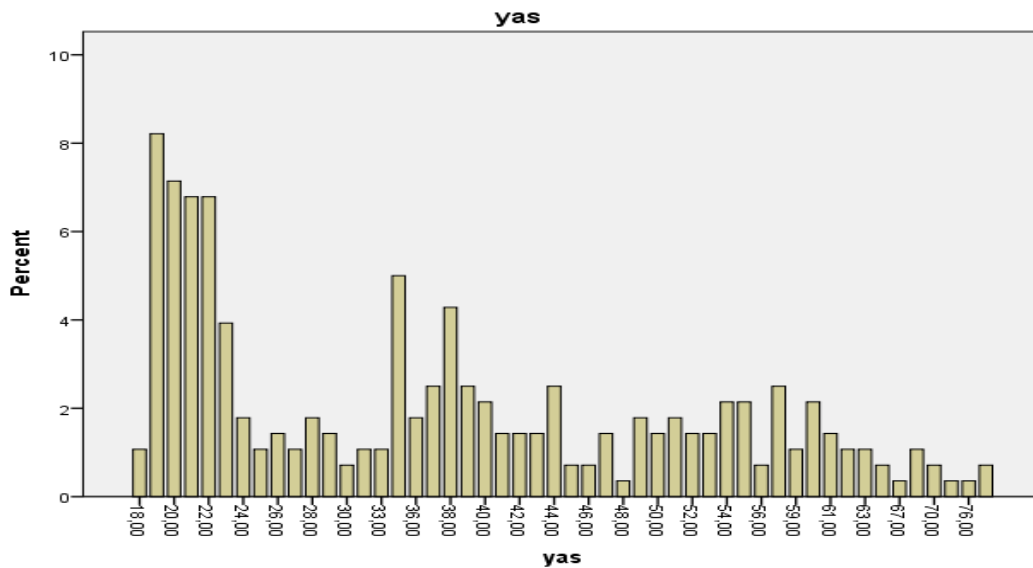
Ayrıca yine bu bölümde, çalışma kapsamında uygulanan ankete yönelik güvenilirlik değerleri verilmektedir. Bunun dışında, açıklayıcı faktör analizi sonuçları ve bu sonuçlara bağlı gerçekleştirilen farklılık sınama testleri sonuçları da yine bu bölümde yer almaktadır.

Çalışmadaki tüm analizler, IBM SPSS Statistics V24.0 paket programı aracılığıyla gerçekleştirilmiştir.

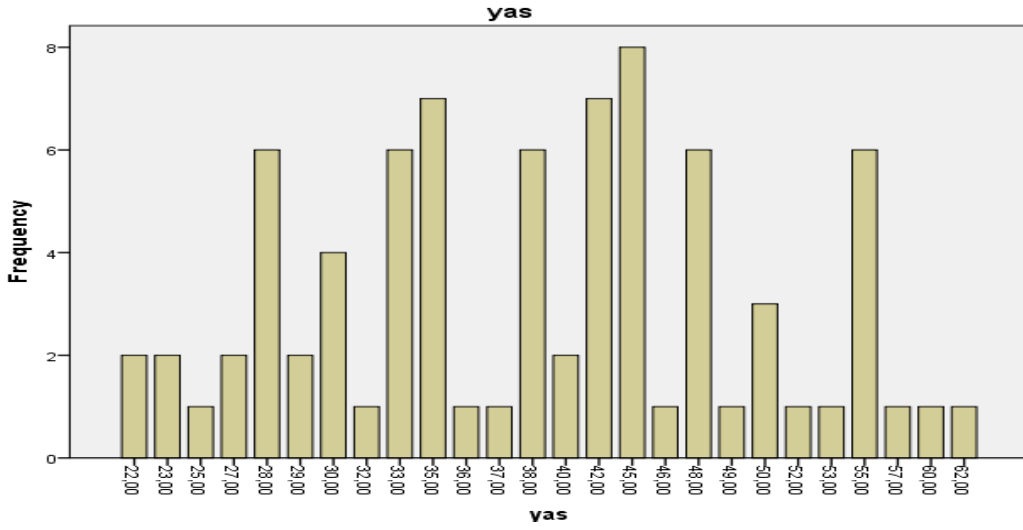
### 4.1. Demografik Bilgilere Ait Analiz Sonuçları

İlk olarak, iki aşamada gerçekleştirilen anketlere yönelik demografik bilgiler analiz edilmiştir. Burada yaş, cinsiyet ve eğitim durumu göz önüne alınmıştır. Birinci aşamadaki (280 hasta) anket katılımcılarının yaş dağılımı Şekil 2'de, ikinci aşamadaki (80 hasta) anket katılımcılarının yaş dağılımı ise Şekil 3'te gösterilmektedir. Cinsiyet ve eğitim durumları ise sırasıyla Tablo 1 ve Tablo 2'de yer almaktadır.

Şekil 2: Birinci Aşamadaki Anket Katılımcılarının Yaş Frekans Dağılım Grafiği.



**Şekil 3:** İkinci Aşamadaki Anket Katılımcılarının Yaş Frekans Dağılım Grafiği.



**Tablo 1:** Anket Katılımcılarının Cinsiyet Sıklık (Frekans) Dağılımı.

CİNSİYET								
	Birinci Aşama				İkinci Aşama			
	Frekans	Yüzde	Geçerli yüzde	Kümülatif yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli yüzde	Kümülatif yüzde
E	130	46,4	46,4	46,4	36	45	45	45
K	150	53,6	53,6	100,0	44	55	56	100,0
Toplam	280	100,0	100,0		80	100,0	100,0	

**Tablo 2:** Anket Katılımcılarının Eğitim Sıklık (Frekans) Dağılımı.

CİNSİYET								
	Birinci Aşama				İkinci Aşama			
	Frekans	Yüzde	Geçerli yüzde	Kümülatif yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli yüzde	Kümülatif yüzde
İlkokul	14	5,0	5,0	5,0	-	-	-	-
Ortaokul ve dengi	11	3,9	3,9	8,9	9	11,3	11,3	11,3
Lise ve dengi	99	35,4	35,4	44,3	25	31,3	31,3	42,6
Yüksek Okul	21	7,5	7,5	51,8	19	23,8	23,8	66,4
Üniversite	131	46,8	46,8	98,6	26	32,5	32,5	98,9
Yüksek Lisans ve üstü	4	1,4	1,4	100,0	1	1,3	1,3	100,0
Toplam	280	100,0	100,0		80	100,0	100,0	

## 4.2. Anketin Güvenilirlik Analizi

Çalışmada farklı gruplara iki aşamada uygulanan anketin güvenilirliğini ölçmek amacıyla IBM SPSS 24.0 sürümü yardımıyla “Cronbach Alpha (CA), İkiye Bölme (split), Paralel ve Mutlak Kesin Paralel (strict)” testleri gerçekleştirilmiştir. Değerlerin en az 0,70’i olması iç tutarlık ve güvenilirlik için kabul edilebilir seviye olarak alınmıştır (Abdullah ve ark., 2007). Tablo 3’te anketlere ait güvenilirlik analizlerinin sonuçları yer almaktadır. Tablodan görüldüğü üzere; her iki aşamada da anket, dört kritere göre 0.70 değerini geçtiğinden güvenilirlik sağlanmıştır.

**Tablo 3:** Anketin Güvenilirlik Analizleri Sonuçları.

Kriterler	BİRİNCİ AŞAMA	İKİNCİ AŞAMA
Cronbach Alpha	0.939	0.915
Split	0.938-0.939	0.914-0.915
Parelel	0.938	0.915
Strict	0.939	0.916

### 4.3. Açıklayıcı Faktör Analizi

Faktör analizi, aralarında ilişki bulunan  $p$  tane değişkeni bir araya getirerek az sayıda ilişkisiz ve anlamlı yeni değişkenler (faktörler, boyutlar) bulmayı, keşfetmeyi hedefleyen çok değişkenli bir istatistiktir. Bu çalışmada ölçekler bağlamında açıklayıcı faktör analizi uygulanırken, ilk olarak her iki aşama için verilerin faktör analizine uygun olup olmadığı test edilmiştir.

Birinci aşamadaki verilerin Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi sonucunda örneklem yeterliliği, hastalar tarafından algılanan=0.935 ve hastalar tarafından beklenen= 0.930 olarak hesaplanmıştır. Hesaplanan bu değerler iyi düzey olan 0.70 değerinden yüksek olduğundan, dikkate alınan örneklemin yeterli olduğu tespit edilmiştir.

Ardından Bartlett Küresellik Testi, anketteki maddelerin/değişkenlerin tutarlılığını ölçmek açısından dikkate alınmıştır. Bartlett küresellik testi sonuçları hastalar için algılanan=  $\chi^2= 4732,45$  ve  $p= 0,001$ ; hastalar için beklenen=  $\chi^2= 4389,21$  ve  $p= 0,000$  olarak bulunmuş ve bu doğrultuda ankette yer alan ifadelerin iç tutarlığı sağlandığı görülmüştür.

Veri setinin uygunluğunun yapılan testlerle kanıtlanmasının ardından, faktör yapısının ortaya konulması için, faktör tutma yöntemi olan Varimax döndürme metodu ile temel bileşenler analizi uygulanmıştır. Birinci aşama için analiz sonuçları Tablo 4'te yer almaktadır. Buna göre değeri 0.20'nin altında kalan soru olmadığı için, herhangi bir sorunun dışarıda bırakılmasına gerek kalmamıştır.

**Tablo 4:** Birinci Aşama İçin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları.

Önerme İfadeleri	Algılanan		Beklenen	
	Açıkladığı varyans: 18.89	Cronbach alpha (CA):0.922	Açıkladığı varyans : 19.83	Cronbach alpha (CA):0.924
Faktör 1: Somut Özellikler	Faktör yükü	Madde silinirse CA	Faktör yükü	Madde silinirse CA
S1-Bolu'daki birinci basamak (Sağlık ocağı, Aile Sağlığı Merkezi, Toplum Sağlığı Merkezi) sağlık kuruluşlarında yapılan tetkikler e-nabızda görülür.	.639	.917	.442	.923
S2-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının ulaşımı kolaydır.	.414	.904	.641	.920
S3-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının sistemlerinde hasta bilgileri güncel olarak saklanır.	.727	.911	.477	.890
S4-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının sistemlerinde hastaların daha önce yaptıkları tahlil ve kullandıkları ilaç bilgileri günceldir.	.676	.922	.626	.862
S5-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşları, tedavinin gerektirdiği bütün işlemleri yapabilecek donanımına sahiptirler.	.568	.904	.462	.902
S6-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarında kanser tarama tetkikleri otomatik olarak sisteme yüklenir ve e-nabızdan ulaşılır.	.661	.916	.485	.900
Faktör 2: Güvenilirlik	Açıkladığı varyans: 16.63	Cronbach alpha (CA):0.920	Açıkladığı varyans : 17.25	Cronbach alpha (CA):0.928
Faktör yükü	Madde silinirse CA	Faktör yükü	Madde silinirse CA	
S7-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşları tahlil, kanser tarama gibi tetkik sonuçlarını vaat ettikleri zamanda yerine getirirler.	.707	.913	0,779	0,902
S8-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşları hastaları, geriye dönük tetkiklere(tahlil ve taramalara) ihtiyaç duyduğunda ulaşabilirler.	.763	.900	0,724	0,925
S9-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarında hastaların bir problemi olduğunda sağlık kuruluşu çalışanları güven verici, ilgili ve cana yakındırlar.	.607	.918	0,549	0,922
S10- Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşları tetkik(tarama ve tahlil) takibi ve hasta bilgilerini kayıt altına alma konusunda dürüst ve güvenilirler.	.717	.902	0,894	0,917
Faktör 3: Heveslilik	Açıkladığı varyans: 14.55	Cronbach alpha (CA):0.921	Açıkladığı varyans : 15.98	Cronbach alpha (CA):0.924
Faktör yükü	Madde silinirse CA	Faktör yükü	Madde silinirse CA	
S11-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının personelleri, hastalara yardım etmeye her zaman hazır, gönüllü ve isteklidirler.	.694	.914	0,647	0,921
S12-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının personelleri hizmetin ne zaman gerçekleşeceğini hastalara açıklarlar.	.868	.902	0,66	0,918
S13-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının personelleri her hastayla yeterli derecede ilgilenecek zamana sahiptirler.	.761	.918	0,779	0,904



Faktör 4: Güvenlik	Açıkladığı varyans: 12.03	Cronbach alpha (CA):0.919	Açıkladığı varyans : 12.29	Cronbach alpha (CA):0.919
	Faktör yükü	Madde silinirse CA	Faktör yükü	Madde silinirse CA
S14-Bolu'da birinci basamak sağlık hizmetleri, ikinci basamak (Devlet Hastanesi) ve üçüncü basamak(Eğitim ve Araştırma Hastanesi, Üniversite Hastanesi) sağlık hizmetlerine göre daha konforludur.	.486	.904	0,41	0,911
S15-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarında tahlil ve tarama takibi güven vericidir.	.737	.897	0,793	0,899
S16-Bolu'da bir hasta sağlık problemi yaşadığında ilk başvurmak istediği yer aile sağlığı merkezidir.	.667	.900	0,526	0,903
S17-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarında hasta, mahremiyetinin korunması açısından kendini güvende hisseder.	.695	.915	0,729	0,912
Faktör 5: Empati	Açıkladığı varyans: 10.60	Cronbach alpha (CA):0.908	Açıkladığı varyans : 10.61	Cronbach alpha (CA):0.909
	Faktör yükü	Madde silinirse CA	Faktör yükü	Madde silinirse CA
S18-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının personelleri hastalara bireysel olarak ilgi gösterirler.	.562	.904	0,634	0,91
S19-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının personelleri hasta ile en içten şekilde ilgilenirler.	.689	.907	0,489	0,895
Toplam Açıklanan Varyans: 72.70			Toplam Açıklanan Varyans: 76.30	

İkinci aşamadaki veri setinin Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği iyi düzey olan 0.70 değerinin üzerinde hesaplanırken, hastalar için algılanan=0.905 ve hastalar için beklenen= 0.912 olarak bulunmuştur. Analize tabi tutulan maddelerin/değişkenlerin tutarlılığını ölçen Bartlett küresellik testi istatistiksel olarak anlamlı (hastalar için algılanan=  $\chi^2= 5182,09$  ve  $p= .001$ ; hastalar için beklenen=  $\chi^2= 5289,45$  ve  $p= .000$ ) hesaplanmış, testler sonucunda açıklayıcı faktör analizi için kullanılacak örneklemin yeterli olduğu ve ölçekte yer alan ifadelerin iç tutarlılığının sağlandığı görülmüştür.

Veri setinin uygunluğunun yapılan testlerle onaylanmasının ardından faktör yapısının ortaya konulması amacıyla faktör tutma yöntemi olarak Varimax döndürme metodu ile temel bileşenler analizi yöntemi uygulanmıştır. Faktör analizi sonucunda değeri 0.20'nin altında kalan soru olmadığı için herhangi bir soru dışarıda bırakılmasına gerek kalmamıştır. İkinci aşama için analiz sonuçları Tablo 5'te yer almaktadır.

**Tablo 5:** İkinci Aşama İçin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları.

Önerme İfadeleri	Algılanan		Beklenen	
	Açıkladığı varyans: 19.67	Cronbach alpha (CA):0.910	Açıkladığı varyans: 20.05	Cronbach alpha (CA):0.913
Faktör 1: Somut Özellikler	Faktör yükü	Madde silinirse CA	Faktör yükü	Madde silinirse CA
S1-Bolu'daki birinci basamak (Sağlık ocağı, Aile Sağlığı Merkezi, Toplum Sağlığı Merkezi) sağlık kuruluşlarında yapılan tetkikler e-nabızda görülür.	.583	.905	.693	.905
S2-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının ulaşımı kolaydır.	.639	.901	.655	.900
S3-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının sisteminde hasta bilgileri güncel olarak saklanır.	.604	.873	.703	.899
S4-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının sisteminde hastaların daha önce yaptıkları tahlil ve kullandıkları ilaç bilgileri günceldir.	.581	.899	.629	.885
S5-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşları, tedavinin gerektirdiği bütün işlemleri yapabilecek donanıma sahiptir.	.570	.900	.581	.902
S6-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarında kanser tarama tetkikleri otomatik olarak sisteme yüklenir ve e-nabızdan ulaşılır.	.624	.902	.577	.910
Faktör 2: Güvenilirlik	Açıkladığı varyans: 16.39	Cronbach alpha (CA):0.912	Açıkladığı varyans: 16.42	Cronbach alpha (CA):0.910
	Faktör yükü	Madde silinirse CA	Faktör yükü	Madde silinirse CA
S7-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşları tahlil, kanser tarama gibi tetkik sonuçlarını vaat ettiği zamanda yerine getirirler.	.659	.911	.726	.905
S8-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının hastaları geriye dönük tetkiklere(tahlil ve taramalara), ihtiyaç duyduklarında ulaşabilirler.	.641	.904	.719	.901
S9-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarında hastaların bir problemi olduğunda sağlık kuruluşu çalışanları güven verici, ilgili ve cana yakındır.	.593	.897	.699	.890

S10- Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşları tetkik(tarama ve tahlil) takibi ve hasta bilgilerini kayıt altına alma konusunda dürüst ve güvenilirlerdir.	.702	.909	.574	.863
<b>Faktör 3: Heveslilik</b>	Açıkladığı varyans: 14.46	Cronbach alpha (CA):0.905	Açıkladığı varyans: 13.85	Cronbach alpha (CA):0.908
	Faktör yükü	Madde silinirse CA	Faktör yükü	Madde silinirse CA
S11-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının personelleri, hastalara yardım etmeye her zaman hazır, gönüllü ve isteklidirler.	.607	.901	.710	.896
S12-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının personelleri hizmetin ne zaman gerçekleşeceğini hastalara açıklarlar.	.711	.885	.705	.883
S13-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının personelleri her hastayla yeterli derecede ilgilenen zamana sahiptirler.	.709	.893	.645	.901
<b>Faktör 4: Güvenlik</b>	Açıkladığı varyans: 11.27	Cronbach alpha (CA):0.901	Açıkladığı varyans: 10.56	Cronbach alpha (CA):0.905
	Faktör yükü	Madde silinirse CA	Faktör yükü	Madde silinirse CA
S14-Bolu'da birinci basamak sağlık hizmetleri, ikinci basamak (Devlet Hastanesi) ve üçüncü basamak(Eğitim ve Araştırma Hastanesi, Üniversite Hastanesi) sağlık hizmetlerine göre daha konforludur.	.649	.892	.603	.903
S15-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarında tahlil ve tarama takibi güven vericidir.	.637	.895	.681	.896
S16-Bolu'da bir hasta sağlık problemi yaşadığında ilk başvurmak istediği yer aile sağlığı merkezidir.	.581	.900	.594	.901
S17-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarında hasta, mahremiyetinin korunması açısından kendini güvende hisseder.	.603	.883	.637	.900
<b>Faktör 5: Empati</b>	Açıkladığı varyans: 10.96	Cronbach alpha (CA):0.904	Açıkladığı varyans: 9.88	Cronbach alpha (CA):0.901
	Faktör yükü	Madde silinirse CA	Faktör yükü	Madde silinirse CA
S18-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının personelleri hastalara bireysel olarak ilgi gösterirler.	.708	.903	.622	.892
S19-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının personelleri hasta ile en içten şekilde ilgilenirler.	.644	.890	.649	.897
	<b>Toplam Açıklanan Varyans: 72.75</b>		<b>Toplam Açıklanan Varyans: 70.76</b>	

#### 4.4. Farklılıkların Değerlendirilmesi

Açıklayıcı faktör analizi sonucunda her iki aşamada da ankette herhangi bir değişiklik meydana gelmemiştir. Dolayısıyla eldeki faktörlerin farklılık sınavında hangi yöntemin kullanılacağına karar vermek için normallik testleri gerçekleştirilmiştir. Tablo 6'da birinci ve ikinci aşama için normallik testleri sonuçları verilmektedir.

**Tablo 6:** Birinci ve İkinci Aşama Normallik Sınavı Sonuçları.

	BİRİNCİ AŞAMA						İKİNCİ AŞAMA					
	Kolmogorov-Smirnov Testi			Shapiro-Wilk Testi			Kolmogorov-Smirnov Testi			Shapiro-Wilk Testi		
Boyutlar*	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Somut özellikler-1	.180	280	.000	.905	280	.000	.129	80	.002	.949	80	.003
Güvenilirlik_1	.158	280	.000	.889	280	.000	.295	80	.033	.961	80	.015
Heveslilik_1	.201	280	.000	.874	280	.000	.260	80	.000	.965	80	.017
Güven-1	.149	280	.000	.906	280	.000	.279	80	.000	.976	80	.005
Empati-1	.235	280	.000	.886	280	.000	.133	80	.001	.923	80	.000
Somut özellikler-2	.389	280	.000	.320	280	.000	.345	80	.000	.399	80	.000
Güvenilirlik_2	.479	280	.000	.171	280	.000	.401	80	.000	.251	80	.000
Heveslilik_2	.448	280	.000	.372	280	.000	.326	80	.000	.473	80	.000
Güven-2	.316	280	.000	.416	280	.000	.302	80	.000	.460	80	.000
Empati-2	.462	280	.000	.467	280	.000	.373	80	.000	.630	80	.000

\*Tabloda "1" kod algılanan, "2" kod beklenen olarak gösterilmiştir.

Tablo 6'dan görüleceği üzere,  $p < 0.05$  olduğundan normal dağılımın sağlanmadığını belirten H1 hipotezi kabul edilmiştir. Bu durumda çalışmada, hastalar tarafından algılanan ve beklenen hizmet kalitesi farklılıklarının

değerlendirilmesinde non-parametrik yöntem olan ve bağımlı örnekler için kullanılan Wilcoxon bağımlı grup testi uygulanmıştır. Tablo 7’de birinci ve ikinci aşama için Wilcoxon bağımlı grup testi sonuçları sunulmaktadır.

**Tablo 7:** Birinci ve İkinci Aşama Wilcoxon Bağımlı Grup Testi Sonuçları.

Boyutlar*	BİRİNCİ AŞAMA			İKİNCİ AŞAMA		
	Ortalama sıra	Z istatistiği	Olasılık (p)	Ortalama sıra	Z istatistiği	Olasılık (p)
Somut özellikler_1	118.88	-12.187	0.000*	195.23	-9.352	0.000*
Somut özellikler_2	178.82			159.34		
Güvenilirlik_1	124.21	-10.785	0.000*	201.67	-10.473	0.000*
Güvenilirlik_2	164.22			189.55		
Heveslilik_1	115.03	-13.897	0.000*	173.28	-9.179	0.000*
Heveslilik_2	184.95			184.95		
Güven_1	126.95	-15.372	0.015*	193.11	-8.562	0.001*
Güven_2	160.53			182.43		
Empati_1	116.15	-11.993	0.004*	198.32	-8.903	0.000*
Empati_2	135.93			165.28		

\*0.05için anlamlı farklılık.

Tablo 7’den görüleceği üzere; birinci analiz somut özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güvenlik ve empati boyutlarında algılanan ve beklenen arasında anlamlı farklılık elde edilerek, farklılık olmadığını belirten  $H_0$  hipotezi reddedilmiş ve farklılık olduğunu belirten  $H_1$  hipotezi kabul edilmiştir ( $p<0.05$ ). Farkın kaynağı için ortalama sıra (mean rank) değerlerine bakıldığında, 5 boyut için beklenen skorlarının daha yüksek olduğu, algılanan skorlarının düşük olduğu görülmektedir. Bu nedenle, algılanan skorlar beklenen skorları karşılamadığı için (algılanan<beklenen) sağlık ocağına gelen hastalarda memnuniyetsizlik olduğu belirlenmiştir.

İkinci analizde de, yine somut özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güvenlik ve empati boyutlarında algılanan ve beklenen arasında anlamlı farklılık elde edilerek, farklılık olmadığını belirten  $H_0$  hipotezi reddedilmiş ve farklılık olduğunu belirten  $H_1$  hipotezi kabul edilmiştir ( $p<0.05$ ). Farkın kaynağı için ortalama sıra (mean rank) değerlerine bakıldığında, heveslilik boyutunda beklentinin yüksek olup algılananın düşük çıkarak heveslilik boyutunu karşılamadığı belirlenmiştir. Yani bu boyut için memnuniyetsizlik elde edilmiştir. Buna karşılık somut özellikler, güvenilirlik, güvenlik ve empati boyutları için algılananın beklentilerden büyük olduğundan bu boyutlarda hastaların memnun olduğu tespit edilmiştir.

#### 4.5. SERVQUAL Puanlarının Hesaplanması

Bu bölümde; e-nabız platformundan haberdar olup olmadığına ya da kullanıp kullanmadığına bakılmaksızın birinci basamak sağlık kuruluşlarında kayıtlı toplam 280 hastadan elde edilen birinci aşama anket verileri ile e-nabız platformundan haberdar olup pratikte kullan toplam 80 hastadan elde edilen ikinci aşama anket verilerine dayanarak her faktör için SERVQUAL değerleri hesaplanmıştır. Hesaplama sonuçları sırasıyla Tablo 8 ve Tablo 9’da gösterilmektedir.

Birinci analiz sonucunda en büyük farkın -1,0196 değeri ile empati boyutunda olduğu görülmüştür. Yani “Bolu’daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının personelleri, hasta ile en içten şekilde ilgilenirler.” ifadesi hastaların beklentilerini karşılamamıştır. İkinci sırada yer alan -1,0155 SERVQUAL puanı, heveslilik boyutunda da beklentilerin karşılanmadığı göstermiş ve bunun 9. önermede yer alan “Bolu’daki birinci basamak sağlık kuruluşlarında hastaların bir problemi olduğunda, sağlık kuruluşu çalışanları güven verici ilgili ve cana yakındırlar.” ifadesine bağlı olduğu tespit edilmiştir. Üçüncü sırada -0,9080 SERVQUAL puana sahip güvenilirlik boyutu bulunmaktadır. Bu boyuta bakıldığında özellikle “Bolu’daki birinci basamak sağlık kuruluşları tahlil, kanser tarama gibi tetkik sonuçlarını vaat ettikleri zamanda yerine getirirler.” önermesinin hastaların beklentileri karşılamadığı saptanmıştır.

Dördüncü boyut olan somut özelliklerde de yine hastaların beklentileri karşılanamamıştır. Önermelere bakıldığında beklentiyi büyük ölçüde karşılamayan önerme, “Bolu’daki birinci basamak sağlık kuruluşlarında kanser tarama tetkikleri otomatik olarak sisteme yüklenir ve tetkik sonuçlarına e-nabızdan ulaşılır.” ile 6. önerme olmuştur. Çalışmada dikkate aldığımız modülerlik yapısında, kanser tarama merkezleri modülünün birinci basamak sağlık kuruluşlarının kullandığı yazılım programı ile entegre probleminin olması, verilerin e-nabızdan ulaşılabilir olmasını engellemektedir. Dolayısıyla kanser tarama merkezleri modülünün arayüzlerle sistem

entegrasyonu sağlanarak hasta memnuniyetinin arttırılacağı öngörülmektedir. Son olarak en az fark bulunan boyut -0,8554 puana sahip olan güven boyutudur. Güven boyutunda beklentileri en fazla 15. önerme, “Bolu’daki birinci basamak sağlık kuruluşlarında tahlil ve tarama takibi güven vericidir.” karşılamamıştır. Bu durumu; kanser tarama merkezi yazılımındaki verilerin birinci basamak sağlık kuruluşlarının kullandıkları yazılım programına aktarılmasındaki problemlerden kaynaklandığı, arayüz standardizasyonu ile problemin ortadan kalkabileceği ve hasta memnuniyetinin artacağı düşünülmektedir.

E-Nabız platformunu bilen ve etkin kullanan hastaların yani ikinci analiz sonuçları ise şöyledir: Bu analizde sadece -0,0417 SERVQUAL puanına sahip heveslilik boyutunda beklentilerin karşılanmadığı görülmüştür. Bunun nedeni 13. önermede yer alan “Birinci basamak sağlık kuruluşlarının personelleri her hastayla yeterli derecede ilgilenecek zamana sahiptirler.” ifadesine hastaların katılmamasıdır. Bununla birlikte, pozitif olarak değerlendirilen en yüksek boyut somut özellikler boyutudur. Bu boyuta göre 1. ve 6. önermeler olan “Bolu’daki birinci basamak (Sağlık ocağı, Aile Sağlığı Merkezi, Toplum Sağlığı Merkezi) sağlık kuruluşlarında yapılan tetkikler e-nabızda görülür.” ve “Bolu’daki birinci basamak sağlık kuruluşlarında kanser tarama tetkikleri otomatik olarak sisteme yüklenir ve tetkik sonuçlarına e-nabızdan ulaşılır.” ifadeleri hastalar tarafından olumlu cevaplandırılmıştır.

İkinci en yüksek SERVQUAL puanı 0,8469 değeri ile güvenilirlik boyutunun bulunmuştur. Güvenilirlik boyutuna bakıldığında özellikle 8. önermenin “Bolu’daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının hastaları, geriye dönük tetkiklere (tahlil ve taramalara), ihtiyaç duyduğunda ulaşabilirler.” beklentileri karşıladığı görülmüştür. Üçüncü sırada olan 0,3500 SERVQUAL puanı güven boyutuna aittir. Önermelere bakıldığında, bu boyutta beklentiyi büyük ölçüde karşılayan “Bolu’daki birinci basamak sağlık kuruluşlarında tahlil ve tarama takibi güven vericidir.” önermesidir. Son olarak 0,1750 SERVQUAL puanına sahip empati boyutu bulunmaktadır. Burada 18. önermenin yani “Bolu’daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının personelleri hastalara bireysel olarak ilgi gösterirler.” ifadesinin hastaların beklentilerini karşıladığı görülmüştür.

**Tablo 8:** Birinci Analizin SERVQUAL Puanı ve Ortalama Değerleri.

Önerme İfadeleri	BİRİNCİ ASAMA	
	SERVQUAL Puanı	Ortalama
<b>Faktör 1: Somut Özellikler</b>	<b>-0,8899</b>	3,998
S1-Bolu’daki birinci basamak (Sağlık ocağı, Aile Sağlığı Merkezi, Toplum Sağlığı Merkezi) sağlık kuruluşlarında yapılan tetkikler e-nabızda görülür.		4,10
S2-Bolu’daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının ulaşımı kolaydır.		4,40
S3-Bolu’daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının sistemlerinde hasta bilgileri güncel olarak saklanır.		4,15
S4-Bolu’daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının sistemlerinde hastaların daha önce yaptıkları tahlil ve kullandıkları ilaç bilgileri günceldir.		4,16
S5-Bolu’daki birinci basamak sağlık kuruluşları tedavinin gerektirdiği bütün işlemleri yapabilecek donanıma sahiptirler.		3,18
S6-Bolu’daki birinci basamak sağlık kuruluşlarında kanser tarama tetkikleri otomatik olarak sisteme yüklenir ve tetkik sonuçlarına e-nabızdan ulaşılır.		4,00
<b>Faktör 2: Güvenilirlik</b>	<b>-0,908</b>	4,038
S7-Bolu’daki birinci basamak sağlık kuruluşları tahlil, kanser tarama gibi tetkiklerin sonuçlarını vaat ettikleri zamanda yerine getirirler.		3,954
S8-Bolu’daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının hastaları, geriye dönük tetkiklere (tahlil ve taramalara) ihtiyaç duyduklarında ulaşabilirler.		4,239

S9-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarında hastaların bir problemi olduğunda sağlık kuruluşu calışanları gúven verici, ilgili ve cana yakındır.		3,671
S10- Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşları tetkik(tarama ve tahlil) takibi ve hasta bilgilerini kayıt altına alma konusunda dúrúst ve gúvenilirdirler.		4,286
<b>Faktör 3: Heveslilik</b>	<b>-1,0155</b>	3,864
S11-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının personelleri, hastalara yardım etmeye her zaman hazır, gönüllü ve isteklidirler.		3,582
S12-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşunun personelleri, hizmetin ne zaman gerçekteceğini hastalara açıklarlar.		4,039
S13-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşunun personelleri, her hastayla yeterli derecede ilgilenecek zamana sahiptirler.		3,971
<b>Faktör 4: Güvenlik</b>	<b>-0,8554</b>	3,785
S14-Bolu'da birinci basamak sağlık hizmetleri ikinci (Devlet Hastanesi) ve üçüncü basamak(Eğitim ve Araştırma Hastanesi, Üniversite Hastanesi) sağlık hizmetlerine göre daha konforludur.		3,214
S15-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşunda tahlil ve tarama takibi gúven vericidir.		4,121
S16-Bolu'da bir hasta sağlık problemi yaşadığında ilk başvurmak istediği yer aile sağlığı merkezidir.		3,543
S17-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarında hasta, mahremiyetinin korunması açasından kendini gúvende hisseder.		4,264
<b>Faktör 5: Empati</b>	<b>-1,0196</b>	3,74
S18-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının personelleri hastalara bireysel olarak ilgi gösterirler.		3,839
S19-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının personelleri hasta ile en içten şekilde ilgilenirler.		3,646
<b>GENEL ORTALAMA</b>	<b>-0,7666</b>	

**Tablo 9:** İkinci Analizin SERVQUAL Puanı ve Ortalama Değerleri.

Önerme İfadeleri	İKİNCİ ASAMA	
	SERV QUAL Puanı	Ortal ama
<b>Faktör 1: Somut Özellikler</b>	0,9646	4,93
S1-Bolu'daki birinci basamak (Sağlık ocağı, Aile Sağlığı Merkezi, Toplum Sağlığı Merkezi) sağlık kuruluşlarında yapılan tetkikler e-nabızda görülür.		5,00
S2-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının ulaşımı kolaydır.		4,86
S3-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının sistemlerinde hasta bilgileri güncel olarak saklanır.		4,96
S4-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının sistemlerinde hastaların daha önce yaptıkları tahlil ve kullandıkları ilaç bilgileri günceldir.		4,98
S5-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşları tedavinin gerektirdiği bütün işlemleri yapabilecek donanıma sahiptirler.		4,76
S6-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarında kanser tarama tetkikleri otomatik olarak sisteme yüklenir ve tetkik sonuçlarına e-nabızdan ulaşılır.		5,00
<b>Faktör 2: Güvenilirlik</b>	0,8464	4,816
S7-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşları tahlil, kanser tarama gibi tetkiklerin sonuçlarını vaat ettikleri zamanda yerine getirirler.		4,938
S8-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının hastaları, geriye dönük tetkiklere (tahlil ve taramalara) ihtiyaç duyduklarında ulaşabilirler.		5,00
S9-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarında hastaların bir problemi olduğunda sağlık kuruluşu çalışanları güven verici, ilgili ve cana yakındır.		4,363
S10- Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşları tetkik(tarama ve tahlil) takibi ve hasta bilgilerini kayıt altına alma konusunda dürüst ve güvenilirlerdir.		4,963
<b>Faktör 3: Heveslilik</b>	<b>-0,0417</b>	4,454
S11-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının personelleri, hastalara yardım etmeye her zaman hazır, gönüllü ve isteklidirler.		4,563
S12-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşunun personelleri, hizmetin ne zaman gerçekleşeceğini hastalara açıklarlar.		4,525
S13-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşunun personelleri, her hastayla yeterli derecede ilgilenen zamana sahiptirler.		4,275
<b>Faktör 4: Güvenlik</b>	0,35	4,368
S14-Bolu'da birinci basamak sağlık hizmetleri ikinci (Devlet Hastanesi) ve üçüncü basamak(Eğitim ve Araştırma Hastanesi, Üniversite Hastanesi) sağlık hizmetlerine göre daha konforludur.		3,80
S15-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşunda tahlil ve tarama takibi güven vericidir.		4,121
S16-Bolu'da bir hasta sağlık problemi yaşadığında ilk başvurmak istediği yer aile sağlığı merkezidir.		4,775
S17-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarında hasta, mahremiyetinin korunması açısından kendini güvende hisseder.		4,775

S18-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının personelleri hastalara bireysel olarak ilgi gösterirler.		4,638
S19-Bolu'daki birinci basamak sağlık kuruluşlarının personelleri hasta ile en içten şekilde ilgilenirler.		4,60
<b>GENEL ORTALAMA</b>		0,459

## 5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Yapılan SERVQUAL analizinin birinci aşamasında hesaplanan puanların tamamının negatif olması, sağlık hizmetlerindeki modülerliğin hasta beklentilerini karşılamadığı anlamına gelmektedir. Memnuniyet sıralamasına bakıldığında, bütün boyutların memnuniyeti karşılamadığı görülse de; bu çalışmanın amacı olan modülerliğin memnuniyete etkisini gösteren temel boyut, e-nabız platformuna yönelik sorular içeren somut özellikler boyutudur. Bu boyut, ele alınan 5 boyut arasında memnuniyetsizlik seviyesinde 4. sırada yer almıştır. Bunun, araştırmada ele alınan modüllerin yani devlet hastanesi, sağlık ocağı ve kanser tarama merkezlerinin kullandıkları yazılımların farklı olması nedeniyle bilgilerin aktarılmasındaki aksaklıklardan, aynı zamanda e-nabız platformuna verilerin iletilmesini engelleyerek hasta mağduriyetine sebep olmasından kaynaklandığı belirlenmiştir. Bilgilerin eksiksiz olarak aktarılamaması sonucunda e-nabız platformunda hasta bilgileri güncel olmamakta, bu durum tedavi sürecini negatif olarak etkilemektedir. Ayrıca kanser tarama merkezleri modülü ile e-nabız platformu arasındaki arayüzden kaynaklanan sistem entegrasyonundaki sıkıntılar, tüm hasta tedavi bilgilerinin eksiksiz olduğunu tespit etmek amacıyla sağlık personellerinin sistemdeki bilgileri tek tek kontrol etmesine, hatta sistemde eksik olan bilgileri işlenmelerine neden olmaktadır. Bu durum hem sağlık personelleri açısından zaman kaybına sebep olmakta hem de bilgiler tek tek kayıt altına alınırken hatalara olasılık vermektedir.

Bunların dışında memnuniyeti etkileyen bir diğer noktanın, e-nabız platformunun yeni olması sebebiyle herkes tarafından etkin olarak kullanılmamasından ve bilinmemesinden kaynaklandığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla bahsedilen modül ve platformlarda etkin veri akışını sağlamak adına, tüm sağlık kuruluşlarında aynı yazılım programı kullanılması önerilmektedir. Böylece, şehir genelinde hatta sağlık bakanlığı veritabanı entegrasyonunda problemlerin engelleneceği ve memnuniyetin artırılacağı düşünülmektedir.

SERVQUAL analizinin ikinci aşamasında, yani e-nabız platformunu bilen ve etkin kullanan hastaların değerlendirmeleri sonucunda özellikle somut özellikler ve güvenilirlik boyutlarında elde edilen puanlar, sağlık hizmetlerindeki modülerliğin hasta beklentilerini büyük ölçüde karşıladığı anlamına gelmektedir. Ayrıca bu çalışma kapsamında dikkate alınan ve modülerliğin memnuniyete etkisini gösteren soruları içeren somut özellikler boyutu, 5 boyut arasından en çok memnuniyeti sağlayan boyut olarak tespit edilmiştir.

Sonuç olarak sağlık sektöründe modülerlik ile birlikte; hizmet sunumunda platform ve modüller arasında arayüz standardizasyonunun etkin hale getirilerek hasta tetkik ve tedavi sürecindeki bilgilerin eksiksiz olarak aktarılmasının sağlanması, sistem entegrasyonunun tam olarak sağlanmasıyla sağlık personellerinin iş yükünün ortadan kalkması ve hastalara tedavi sürecinde daha fazla zaman ayırarak ve müşteri memnuniyetinin artması öngörülmektedir. Ayrıca modüler yapıların yaygınlaşarak ve hizmet alıcıların yeterli bilgiye sahip olmaları sağlanarak yine memnuniyet artırılabilir.

## 6. ÇALIŞMANIN LİMİTLERİ VE İLERİ ARAŞTIRMA YÖNELİMLERİ

Çoğu çalışmada olduğu gibi bu çalışmada da çeşitli sınırlılıklar bulunmaktadır. Örneklem büyüklükleri bu sınırlamalardan biridir. Birinci analiz için örneklem büyüklüğü 280 hasta, ikinci analiz için örneklem büyüklüğü 80 hastadır. Bu büyüklüklerde örneklemelerden elde edilen sonuçlar güvenilir olmakla birlikte, örneklemeleri meydana getiren katılımcıların yaklaşık % 40'ı üniversite mezunudur. Türkiye'de yaşayan bireylerin genel özelliklerine uyum göstermeyen bu durum, çalışmanın temsil özelliği daha yüksek olan örneklemeler üzerinde tekrarlanmasını gerektirmektedir. Ancak bu araştırma için böyle bir örneklemenin tercih edilmesinin en önemli nedeni, çalışma keşifsel bir nitelik taşıdığından, daha sağlıklı değerlendirmeleri yapılabilecek bir gruptan veri elde etmektir.

Çalışma sadece Bolu ilinde birinci basamak sağlık kuruluşundan hizmet alan hastaların katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçların daha sağlıklı genelleştirilebilmesi için, Türkiye genelinde birinci basamak sağlık kuruluşlarından hizmet alan hastalardan oluşan evren içinden temsil özelliği daha yüksek örneklem kullanılması fayda vardır.

Ayrıca sağlık hizmetlerinin yapısı genel olarak göz önünde bulundurulduğunda, ikinci ve üçüncü basamak sağlık kuruluşlarından da hizmet alan hastaların memnuniyetlerinin değerlendirilmesi, modülerliğin etkilerinin daha kapsamlı analiz edilmesine yardımcı olacaktır.



## KAYNAKÇA

- ABDULLAH, Kalthom, MANAF, Noor. Hazilah. Abd., & NOOR, Kamariah, Mohd. (2007). Measuring the service quality of airline services in Malaysia. *International Journal of Economics, Management and Accounting*, 15(1).
- AKDERE, Mesut, TOP, Mehmet and TEKİNGÜNDÜZ, Sabahattin. (2018). Examining patient perceptions of service quality in Turkish hospitals: the SERVPERF model. *Total quality management & business excellence*, 1–11.
- AKTER, Sahahriar, D'AMBRA, John., RAY, Pradeep, 2010, User perceived service quality of m-health services in developing countries, *18th European conference on information systems*, Pretoria, South Africa: University of Pretoria, 1-12.
- BERRY, Leonard, L. & BENDAPUDİ, Neeli. (2007). Health care: a fertile field for service research. *Journal of service research*, 10 (2), 111-122.
- BOHMER, Richard, M.J, (2005). Medicine's service challenge: blending custom and standard care. *Health care management review*, 30 (4), 322-330.
- BUSHE, Chris, J., MCNAMARA, Dermot, HALEY, Cliff, MCCROSSAN, Marry Feleming. & DEVITT, Pat. (2008). Weight management in a cohort of irish inpatients with serious mental illness (SMI) using a modular behavioural programme, a preliminary service evaluation. *BMC Psychiatry*, 8 (76).
- BUTLER, Daniel, OSWALD, Sharon. & TURNER, Dougles. (1996). The effects of demographics on determinants of perceived health care service quality. *Journal of management in medicine*, 10 (5), 8-20.
- CHAKRABORTY, Ranajit, MAJUMDAR, Anirban. (2011). Measuring consumer satisfaction in health care sector: the applicability of servqual. *International refereed research journal*, 2 (4), 149-160.
- CHORPİTA, Bruce, F., DALEIDEN, Eric, L. & Weisz, John, R. (2005). Modularity in the design and application of therapeutic interventions. *Applied and preventive psychology*, 11 (3), 141-156.
- CONWAY, Tony & WILLCOCKS, Stephen. (1997). The role of expectations in the perceptions of health care quality: developing a conceptual model. *International journal of health care quality assurance*, 10 (3), 131-40.
- CRUESS, Sylvia, R., JOHNSTON, Sharon & CRUESS, Richard, L. (2002). Professionalism for medicine: opportunities and obligations, *Medical journal of australia*, 177 (4), 208-211.
- ÇETİN, Elif. (2019). *Sağlık Hizmetlerinde Modülerlik ve Müşteri Memnuniyeti*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Endüstri Mühendisliği Bölümü.
- D'ADDERİO, Luciana, POLLOCK, Neil. (2014). Performing modularity: competing rules, performative struggles and the effect of organizational theories on the organization. *Organization studies*, 35 (12), 1813–1843.
- DE BLOK, Carolien, LUIJKX, Katrien, MEIJBOOM, Bert & SCHOLS, Jos. (2010a). Modular care and service packages for independently living elderly. *International journal of operations & production management*, 30 (1), 75–97.
- DE BLOK, Carolien, LUIJKX, Katrien, MEIJBOOM, Bert & Schols, Jos. (2010b). Improving long-term care provision: towards demand-based care by means of modularity, *BMC Health services research*, 10 (1).
- DE BLOK, Carolien, MEIJBOOM, Bert, LUIJKX, Katrien, & SCHOLS, Jos. (2013). The human dimension of modular care provision: opportunities for personalization and customization. *International journal of production economics*, 142 (1), 16–26.
- DE BLOK, Carolien, MEIJBOOM, Bert, LUIJKX, Katrien, SCHOLS, Jos & SCHROEDER, Roger. (2014). Interfaces in service modularity: a typology developed in modular health care provision. *Journal of operations management*, 32 (4), 175–189.
- DEMİRTOLA, Hüseyin, ATİLLA, E., Asuman. (2013). Modüler organizasyon yapısı, *Gümüşhane üniversitesi sağlık bilimleri dergisi*, 2 (1), 95-116.
- DOBRZYKOWSKI, David, MCFADDEN, Kathleen, L., VONDEREMBSE, Mark, A. (2016). Examining pathways to safety and financial performance in hospitals: A study of lean in professional service operations. *Journal of operations management*, 42–43 (1), 39–51.
- DÖRBECKER, Regine, BÖHMANN, Tilo. (2013). The concept and effects of service modularity – a literature review. *46th Hawaii international conference on system sciences*.
- DÖRBECKER, Regine, HARMS, Torsten & BÖHMANN, Tilo. (2013). Exploring prevalence, forms, and relationships of service modularity: a cross-sectional study of German private health insurance services. *Service excellence in management: proceedings of the 13th international research symposium on service excellence in management (QUIS 13)*, CTF center for service systems, Karlstad University, Sweden, 193-201.
- DRANOVE, David. (1998). Economies of scale in non-revenue producing cost centers: implications for hospital mergers. *Journal of health economics*, 17 (1), 69-83.
- EIRIZ, Vasco, FIGUEIREDO, José António. (2005). Quality evaluation in health care services based customerprovider relationships. *International journal of health care*, 18 (6), 404-12.

- E-NABIZ, T.C. Sağlık Bakanlığı. (2018). <https://enabiz.gov.tr>, [Ziyaret tarihi: 12 Mayıs 2019].
- ERİŞ, Özgür, Utku, SOYER, Ayberk, ASAN, Umut. (2015), Organizasyonel modülerlik: literatür araştırması, *Selçuk üniversitesi mühendislik bilim ve teknoloji dergisi*, 3 (3).
- GERSHENSON, John, K., PRASAD, G., Jagannath. (1997). Product modularity and its effect on service and maintenance, *In Proceedings of the 1997 Maintenance and Reliability Conference (p. 13)*.
- KETEM, T.C. Sağlık Bakanlığı. (2018). <https://adapazarism.saglik.gov.tr>, [Ziyaret tarihi: 30 Nisan 2019]
- KUMAR, Vinod, SMART P.Andi, MADDERN H and MAULL, Roger, S.(2008) Alternative Perspective on Service Quality and Customer Satisfaction: the Role of BPM, *International Journal of Service Industry Management*, 19(2), 176-187.
- LANSING, Even, J., & ANDREASSEN, Tor, W. (2007). Electronic healthcare: a study of people's readiness and attitude toward performing self-diagnosis. *International journal of service industry management*, 18 (4), 394-417.
- LİLLRANK, Paul, CHAUDHURİ, Atanu, & TORKKI, Paulus. (2015). Economies of scale in cardiac surgery. *Journal of hospital administration*, 4 (2), 78-86.
- LİNDER-PELZ, Susie. (1982). Toward a theory of patient satisfaction. *Social science and medicine*, 16 (5), 577-82.
- MACDUFFIE, John, Paul. (2012). Modularity-as-property, modularization-as-process, and 'modularity'-as-frame: lessons from product architecture initiatives in the global automotive industry. *Global strategy journal*, 3, 8-40.
- MEYER, Marc, H., JEKOWSKY, Eliot, & CRANE, Frederick, G. (2007). Applying platform design to improve the integration of patient services across the continuum of care. *Managing service quality: an international journal*, 17 (1), 23-40.
- ÖMÜRBEK, Nuri., ALTIN, Fatma, Gül. (2009). Sağlık bilişim sistemlerinin uygulanmasına ilişkin bir araştırma: izmir örneği, *SDÜ fen edebiyat fakültesi sosyal bilimler dergisi*, 19, 211-232.
- ÖZATA, Musa. (2004). *Sağlık bilişim sistemlerinin hastane etkinliğinin araştırılmasında yeri ve önemi (veri zarflama analizine dayalı bir uygulama)*, Doktora, Selçuk Üniversitesi.
- PEKKARINEN, Saara ve ULKUNIEMI, Pauliina. (2008). Modularity in developing business services by platform approach, *The International Journal of Logistics Management*, 19(1), 84-103.
- RADWIN, Laurel. (2000). Oncology patients' perceptions of quality nursing care. *Research in nursing & Health*, 23 (3), 179-190.
- RAHIKKA, Emmi, ULKUNIEMI, Pauliina, PEKKARINEN, Saara. (2011). Developing the value perception of the business customer through service modularity, *Journal of Business & Industrial Marketing*, 26(5), 357-367.
- SARAVANAN, Rajagopal, & RAO, Kavuri, Suryaprasaka, P. (2007). Measurement of service quality from the customer's perspective– an empirical study. *Total quality management & business excellence*, 18 (4), 435–449.
- SCHILLING, Melissa, A. (2000). Toward a general modular systems theory and its application to interfirm product modularity, *Academy of management review*, 25 (2), 312–334.
- SEVİMLİ, Sedef. (2006). *Hizmet sektöründe kalite ve hizmet kalitesi ölçümü üzerine bir uygulama*, Yüksek Lisans, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- SHABBİR, Shahbaz, KAUFMANN, Hans Ruediger & SHEHZAD, Mudassar. (2010). Service quality, word of mouth and trust: drivers to achieve patient satisfaction. *Scientific research and essays*, 5 (17).
- SILANDER, Katariina., TORKKI, Paulus, LILLRANK, Paul, PELTOKORPI, Antti, BRAX, Saara, A., KAILA, Milla. (2017). Modularizing specialized hospital services: constraining characteristics, enabling activities and outcomes. *International journal of operations & production management*, 37 (6), 791-818.
- SOFFERS, Rutger, MEIJBOOM, Bert, ZANEN, Jos Van & VAN DER FELTZ-CORNELIS, Christina. (2014). Modular health services: a single case study approach to the applicability of modularity to residential mental healthcare. *BMC health service research*, 14 (210), 1-10.
- SOUTHARD, Marvin. (2016). Implementing challenging policy and systems change: Identifying leadership competencies. *Human service organizations: management, leadership & governance*, 40(1), 1–5.
- TUCKER, Jessie L. & ADAMS, Sheila R. (2001). Incorporating patients' assessments of satisfaction and quality: an integrative model of patients' evaluations of their care. *Managing service quality*, 11 (4), 272-286.
- VÄHÄTALO, Mervi & KALLIO, Tomi Juhani. (2015). Organising health services through modularity. *International journal of operations & production management*, 35(6), 925-945.
- VAN DER LAAN, Monique Roelien. (2015). The feasibility of modularity in professional service design: towards low cost person-centred care. *University of Groningen, SOM research school*. <https://dobirinciorg/10.1108/IJOPM-06-2015-037>
- WOLTERS, Matthijs Johannes Jan. (2002). The business modularity and modularity of business. *Erim ph.d. series research in management*.

- YANG, Ling ve SHAN, Miyuan. (2009). Process analysis of service modularization based on cluster arithmetic, *First International workshop on database technology and applications*, 25-26 April, China, ISBN: 978-0-7695-3604-0, 263-266.
- YEN, Laurann, GILLESPIE, James, JEON, Yun-Hee, KLJAKOVIC, Marjan, BRIEN, Jo-anne., PEARCE-BROWN, Carmen, JAN, Stephen, LEHNBOHM, Elin & USHERWOOD, Tim. (2010). Health professionals, patients and chronic illness policy: a qualitative study, *Health expectation*, 14(1), 10-20.

## TÜKETİCİ GÜVEN ENDEKSİNİN FİNANSAL PİYASALARA VE MAKROEKONOMİK YAPIYA ETKİSİ\*

### THE EFFECT OF CONSUMER CONFIDENCE INDEX ON FINANCIAL MARKETS AND MACROECONOMIC STRUCTURE

*Didar Kayış Beşiktaşlı\**  
*Çiğdem Kurt Cihangir\*\**

#### ÖZ

Bu çalışmanın amacı, yatırımcı duyarlılığının sayısal bir ifadesi olan tüketici güven endeksi (TGE) ile finansal piyasalar ve genel ekonomik göstergeler arasındaki ilişkiyi ve bu ilişkinin yönünü Eşbütünleşme ve Granger Nedensellik Testleri kullanarak incelemektir. TGE'nin belirlenen değişkenlerle ilişkisi 2005:01 — 2019:04 dönemi aylık verileri kullanılarak ayrı ayrı değerlendirilmiştir. Eşbütünleşme testi sonucuna göre, TGE ile para piyasası ve genel makroekonomik göstergeler arasında uzun dönemli bir ilişki varken; sermaye piyasası değişkenleri ile uzun dönem ilişkisi yoktur. Ayrıca, para piyasasında dolar kuru, sermaye piyasasında borsa endeksi ve gösterge tahvil faiz oranı ve genel ekonomik göstergeler arasında ÜFE ve TÜFE değişkenlerinin TGE'nin Granger nedeni olduğu belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler :** Tüketici Güven Endeksi, Finansal Piyasalar, Makroekonomik Durum, Eşbütünleşme İlişkisi

**JEL Kodu** : C32, D53, G41

#### ABSTRACT

The aim of this study is to examine the relationship between the consumer confidence index (CCI) which is a quantitative expression of investor sentiment, and financial markets and general economic indicators and the direction of this relationship by using Cointegration and Granger Causality Tests. Accordingly, the relationship between CCI and determined variables are analyzed simultaneously by using monthly data of 2005: 01 - 2019: 04 period. The results of the cointegration test show that the long-term relationship between variables which money market and general economic situation, and CCI are determined. In the other model in which the relationship between capital market variables and CCI is investigated, no long-term relationship is found between the variables. Furthermore, the dollar rate in the money market, in the capital market both the stock market index and interest rate of the benchmark bond, and among the macroeconomic variables PPI and CPI, are found to be the Granger cause of CCI.

**Keywords** : Consumer Confidence Index, Financial Markets, Macroeconomic Situation, Cointegration Relationship

**JEL Code** : C32, D53, G41

\* Bu çalışma Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalında Didar Kayış Beşiktaşlı tarafından hazırlanan ve savunulan “Beklentilerin Türkiye Finansal Piyasalarına Yansıması” başlıklı Yüksek Lisans tezinden türetilmiştir.

\* İşletme Bilim Uzmanı, [didarkayis@hotmail.com](mailto:didarkayis@hotmail.com) Orcid No: 0000-0002-6160-3708

\*\* Dr. Öğr. Üyesi, Hitit Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, [ckcihangir@hitit.edu.tr](mailto:ckcihangir@hitit.edu.tr) Orcid No: 0000-0003-1761-1038

## 1. GİRİŞ

Yatırımcı psikolojisinin finansal piyasalar üzerinde etkili olduğuna dair çalışmalar Kahneman ve Tversky'nin (1979) çalışmaları ile başlamıştır. Rasyonel ve tamamen bilgiye dayalı karar veren yatırımcılar yerini, duyguları ile karar veren ve hatta söylentilere göre işlem yapan, tepkileri net ölçülemeyen yatırımcılara bırakmıştır. Dolayısıyla finansal piyasaların işleyişini anlamak için yatırımcının psikolojisinin ve duyarlılığının da dikkate alınması gerektiği kabul görmüştür. Yatırımcı duyarlılığının piyasalara olan etkisi çeşitli değişkenlerle ölçülebilir (Baker ve Wurgler, 2006: 1648). Yatırımcı duyarlılığını en iyi biçimde yansıtan bir ölçü olarak kabul edilen tüketici güven endeksi (Baker ve Wurgler, 2007: 134; Kandır vd., 2013:61), beklentilerin birleştirilmiş bir sayısal ifadesidir.

Gelişmiş ülkeler başta olmak üzere birçok ülkede tüketicilerin psikolojik olarak verdikleri kararların etkisini yansıtacak şekilde tüketici güven endeksleri oluşturulmuştur. Michigan Üniversitesi TGE, The Conference Board TGE, Bloomberg TGE ve Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) TGE'leri örnek verilebilir. Çalışmada da kullanılan TÜİK-TGE'nin hesaplanmasında hanehalkına kendi finansal durumları ve Türkiye'nin genel ekonomik durumu hakkında geçmiş ve gelecek 12 aylık döneme ilişkin sorular sorulmaktadır (TÜİK, 2018). Bu sorularla hanenin maddi durum, genel ekonomik durum, işsizlik ve tasarruf imkanına ilişkin beklentileri belirlenmektedir. TGE, tüketicilerin ekonomik faaliyetlere dair güven ve beklentileri konusunda bilgi sunduğu için (Toolsema, 2002: 2216) finansal piyasaları doğrudan etkilemektedir.

Ekonomik büyümenin temel göstergelerinden birisi GSYH'daki artıştır. Türkiye'nin GSYH'sının ortalama %60'ından fazlasının tüketimden kaynaklandığı (HMB, 2019) dikkate alındığında hanehalkının tüketim harcamalarının ve buna paralel olarak tasarruf eğiliminin beklentileri etkilediği söylenebilir. Carroll vd. (1994), İpek ve Akyazı (2017) yaptıkları çalışmada tüketici güveni ile tüketim harcamaları arasında yüksek bir pozitif korelasyon olduğunu belirtmişlerdir. Bilindiği üzere harcanabilir gelir, tüketim ve tüketimden arda kalan kısım olan tasarruftan oluşmaktadır. Buna göre, harcanabilir geliri tüketim harcamalarını karşılamayan hanehalkının, banka kredisi talep etmesi beklenirken; tasarrufu olan hanehalkının da bunu bankaya mevduat olarak yatırması beklenmektedir.

TGE ile finansal piyasalar arasındaki ilişkini araştıran ampirik çalışmaların genellikle pay piyasaları, döviz kurları, enflasyon, işsizlik, petrol fiyatları vb. makroekonomik ve finansal değişkenler üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir (Fisher ve Statman 2003; Schmeling, 2009; Aktaş ve Akdağ 2013; Kloet, 2013; İbicioğlu vd., 2013; Sarı ve İlgin, 2018; Başarır vd., 2018). Bu çalışmada, TGE'nin para piyasası, sermaye piyasası ve genel ekonomik göstergelerle olan ilişkisi eşzamanlı olarak ayrı ayrı incelenmiş ve değerlendirilmiştir. Her bir piyasa için ayrı model kurmadaki amacımız, TGE ile belirlenen finansal ve makroekonomik değişkenler arasındaki uzun ve kısa dönem ilişkilerin tespit edilmesini sağlamaktır. Böylece, nispeten daha isabetli politikaların geliştirilmesine rehberlik edilebilir. Çalışmada, 2005:01 - 2019:04 dönemine ait aylık veriler kullanılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişki zaman serisi analizi yardımı ile incelenmiştir. Para piyasasının göstergeleri olarak altın, döviz kuru, kredi ve mevduat faiz oranları, sermaye piyasasının göstergeleri olarak borsa gösterge endeksi ve gösterge tahvil faiz oranı, ekonomik gösterge olarak da işsizlik, üretici fiyat endeksi (ÜFE) ve tüketici fiyat endeksi (TÜFE) alınmıştır.

Çalışmanın planlaması şu şekildedir: ikinci bölümde literatür incelemesi verilmiştir. Üçüncü bölümde, analizde kullanılan yöntem kısaca açıklanmış ve uygulama yapılmıştır. Son olarak sonuç ve değerlendirme bölümünde ise analiz sonuçları yorumlanmıştır.

## 2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Güven endeksi üzerine gerçekleştirilen öncü çalışmalardan birisi Katona'ya (1968) aittir. 1952-1966 dönemini kapsayan bu çalışmada tüketici hassasiyeti endeksini oluşturulmuştur. Amerika Birleşik Devletleri'nde 1955'de otomobil satışlarındaki artış 1954 yılı endeksindeki bir artışla önceden açıklanmış ve 1958 ekonomik durgunluğu gelirlerde bir düşüş olmamasına rağmen, 1957 yılının ilk yarısında endekste bir düşüşle öngörülmüştür. Kahneman ve Tversky (1979) "Beklenti Teorisi" isimli çalışmalarında, yatırımcı psikolojisi ve duyarlılığı ile hisse senedi getirileri arasındaki ilişkinin önemli olduğunu vurgulamışlardır.

Otoo (1999) çalışması ile pay senetleri ile TGE arasındaki ilişkiyi literatüre kazandıran ilk isimlerdendir. 1980:0-1999:0 dönemine ait pay senedi ile Michigan TGE arasındaki ilişkiyi Granger nedensellik testi kullanarak incelemiş ve pay senedinden TGE'ye doğru nedensellik ilişkisi tespit etmiştir. Jansen ve Nahuis (2003), 1986:01-2001:12 dönemine ait verileri kullandıkları çalışmalarında, 11 Avrupa ülkesinde borsadaki gelişmeler ile TGE arasındaki ilişkiyi Granger nedensellik analizi ile incelemişlerdir. Almanya ve Yunanistan dışındaki ülkelerde hisse senedinden TGE'ye doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi tespit etmişlerdir. Hsu vd.'nin (2011) yirmi bir ülke

için inceledikleri çalışma, Kloet'in (2013) 11 Avrupa ülkesi için yaptığı çalışma ve Ferrer vd.'nin (2014) 12 Avrupa Birliği ülkesini incelediği çalışmalarında da hisse senetlerinden TGE'ye doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğu sonucuna varılmıştır.

Schmeling (2009) ise, 18 Avrupa ülkesinin 1985-2005 dönemine ait verilerini kullanarak TGE ile hisse senedi fiyatları arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasında, Granger nedensellik analizi testini uygulayarak TGE'den borsa endeksine doğru nedensellik ilişkisi olduğu sonucuna varmıştır. Schmeling (2009) dışındaki yabancı çalışmaların ortak sonucu borsadan TGE'ye iken; Schmeling (2009) çalışmasında TGE'den borsaya doğru bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Kandır (2006), TGE ile hisse senedi getirileri arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasında Regresyon yöntemini kullanmış ve tüketici güven endeksinin mali sektör hisse senetlerinin çoğunluğu için önemli bir faktör olduğunu belirtmiştir. Çelik ve Özerkek (2009) çalışmalarında, 9 Avrupa Birliği ülkesine ait TGE ile hisse senedi, reel döviz kuru, faiz oranları ve kişisel tüketim harcamaları arasındaki ilişkiyi Panel eşbütünleşme analizi ile incelemişlerdir. Elde edilen bulgular TGE ile hisse senetleri, reel döviz kuru, faiz oranları ve kişisel tüketim harcamaları arasında uzun dönemli ilişki olduğu sonucunu vermiştir. Köse ve Akkaya (2016), TGE ile hisse senedi getirileri arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Klasik çoklu regresyon analizinin kullanıldığı çalışmada TGE ile hisse senedi getirileri arasında ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Usul, vd., (2017) çalışmalarında, TGE ile BİST-100 endeksi arasındaki ilişkiyi analiz etmek için Kapetanios vd., (2003) Doğrusal Olmayan Birim Kök Testini (KSS) kullanmışlardır. Çalışmada hem kısa hem de uzun dönemde TGE'nin BİST 100 endeksini pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Topuz (2011) çalışmasında, TGE ve borsa endeksi arasındaki nedensellik ilişkisini incelemiştir. Uygulanan Granger nedensellik testi sonucuna göre hisse senedi fiyatlarındaki değişimin, tüketici güvenindeki değişimin Granger nedeni olduğu tespit edilmiştir.

Görmüş ve Güneş (2010) çalışmalarında, TGE, hisse senedi ve döviz kuru arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Veriler incelenirken Johansen Eşbütünleşme testi ve Granger nedensellik testi kullanmışlardır. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre TGE'deki artışın döviz kurları ve hisse senedi fiyatları üzerindeki etkisi pozitifdir. Tunalı ve Özkan (2016), tüketici fiyat endeksi (TÜFE) ile TGE arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında Johansen Eşbütünleşme testini uygulamışlar ve iki değişkenin uzun dönemde birbirleriyle ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmışlardır. Granger Nedensellik testi sonucunda ise TÜFE'den TGE'ye doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Özpınar ve Özman (2017), TGE ile döviz kuru arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında, uzun dönem ilişkinin belirlenmesi amacıyla Johansen Eş Bütünleşme testinden yararlanmışlardır. TGE ile döviz kuru arasında uzun dönem ilişki tespit edilmiştir. Değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisini belirlemek için ise Granger nedensellik testi yapılmıştır. Buna göre, döviz kurundan TGE'ye doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Beşel ve Yardımcıoğlu (2016), Türkiye'de TGE ile döviz kuru, petrol fiyatları ve işsizlik arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Çalışmada değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla Gregory-Hansen Eşbütünleşme testi uygulanmış ve uzun dönemli ilişki tespit edilmiştir. Todo – Yamamoto nedensellik testi sonucunda ise TGE'nin sadece döviz kurundaki değişimler tarafından açıklandığı; işsizlik ve petrol fiyatlarındaki değişimlerin ise etkisinin olmadığı belirlenmiştir. Başarır vd. (2018), Türkiye'de TGE ve seçilmiş makroekonomik değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. VAR modelinden yararlanan çalışmada TGE'den sanayi üretim endeksine ve BİST 100, döviz kuru ve TÜFE'den TGE'ye doğru nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Eyüboğlu ve Eyüboğlu (2018), TGE ile 18 BİST endeksine ait getiriler arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Uzun dönem ilişkinin incelenmesinde Sınır Testinden yararlanmış ve endekslerin tümü ile TGE arasında uzun ve kısa dönemde ilişki olduğu belirlenmiştir. Ardından uygulanan Toda-Yamamoto nedensellik testi sonucunda nedenselliğin yönünün BİST endekslerinden TGE'ye doğru olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tekin ve Cengiz (2018), TGE ile BİST-100 endeksi arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmada Granger nedensellik, Engle-Granger eşbütünleşme analizi yöntemlerini kullanmışlardır. Elde edilen sonuçlara göre değişkenler arasında pozitif yönlü ve uzun dönemli bir ilişki tespit edilmiştir. BIST-100'den tüketici güven endeksine doğru nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Küçükçaylı ve Akıncı (2018) çalışmalarında, TGE ile BİST 100 Endeksi, altın, döviz sepeti, enflasyon, faiz, petrol fiyatı, sanayi üretim endeksi ve işsizlik oranı arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkilerin geçerli olup olmadığı Johansen-Juselius Eş Bütünleşme testi ile ölçülmüş ve değişkenler arasında uzun dönemli ilişki tespit edilmiştir. Granger nedensellik analiz bulguları sonucunda, TGE'den altın değişkenine doğru tek yönlü, petrol fiyatları, faiz oranı ve enflasyondan TGE'ye doğru tek yönlü, TGE ile BİST, döviz sepeti ve sanayi üretim endeksi arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi bulunurken; TGE ile işsizlik arasında nedensellik ilişkisi bulunamamıştır. Afşar (2019) Meksika, Endonezya, Güney Kore ve Türkiye (MİST) ülkelerindeki TGE ile döviz kuru arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasında diğer çalışmalardan (Görmüş ve Güneş (2010), Özpınar ve Özman (2017), Beşel ve Yardımcıoğlu (2016), Başarır vd., (2018) farklı olarak TGE'den döviz kuruna doğru bir nedensellik ilişkisi tespit etmiştir.

### 3. YÖNTEM VE UYGULAMA

#### 3.1. Veri Seti

Çalışmada TGE'nin finansal piyasalara etkisi, para piyasaları, sermaye piyasaları ve genel ekonomi için ayrı ayrı araştırılmıştır. Buna göre TGE ile borsa gösterge endeksi, altın fiyatları, döviz kuru, kredi ve mevduat faiz oranları, tüketici fiyat endeksi, üretici fiyat endeksi, işsizlik oranı ve gösterge tahvil faiz oranı arasındaki ilişki araştırılmıştır. İlgili değişkenler ve bunların kaynakları Tablo 1'de sunulmuştur.

**Tablo 1. Analizde Kullanılan Değişkenler ve Kaynakları**

Değişken	Değişkenin Kaynağı
Tüketici Güven Endeksi-TGE (Mevsim Etkisinden Arındırılmış)	Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)
<i>Para Piyasası</i>	
Altın (Gram)	Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) – Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS)
Dolar (Satış Kuru)	TCMB-EVDS
Ağırlıklı Kredi Faiz Oranı	TCMB-EVDS
Mevduat Faiz Oranı	TCMB-EVDS
<i>Sermaye Piyasası</i>	
Borsa İstanbul (BİST) 100 Endeksi Kapanış Değeri	www.borsaistanbul.com
DİBS Faiz Oranı (2 Yıllık Tahvil Faiz Oranı)	www.investing.com
<i>Genel Ekonomi</i>	
TÜFE - Tüketici Fiyat Endeksi (2003=100)	TÜİK
ÜFE - Üretici Fiyat Endeksi (2003=100)	TÜİK
İşsizlik (Mevsim Etkisinden Arındırılmış)	TÜİK

Ağırlıklı kredi faiz oranının hesaplanmasında, Türk Lirası (TL) üzerinden açılan tüketici kredilerinin (ihtiyaç, taşıt ve konut kredileri) faiz oranı baz alınmıştır. Benzer biçimde mevduat faiz oranının hesaplanmasında da TL üzerinden açılan mevduatlara uygulanan ortalama faiz oranı kullanılmıştır.

Literatür incelendiğinde çalışmaların TGE ile belirli değişkenler arasındaki ilişkinin araştırılması üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Örneğin, Görmüş ve Güneş (2010) TGE ile döviz kuru ve borsa endeksi ilişkisini incelerken; Özkan (2016), Küçükçaylı ve Akıncı (2018), Başarı vd., (2018) TGE ile finansal ve makroekonomik değişkenler arasındaki ilişkileri incelemişlerdir. Bu çalışmanın, adı geçen çalışmalardan farkı incelenen dönemde TGE'nin piyasa türleri ve genel ekonomi açısından ayrı ayrı değerlendirilmesidir. Buna göre, iktisadi beklentileri yansıtan TGE'nin para piyasası, sermaye piyasası ve genel ekonomik göstergelerle ilişkisi ve tespit edilen ilişkinin yönü araştırılmıştır.

#### 3.2. Yöntem

Zaman serilerinin eşbütünlük ilişkisini belirleyebilmek için öncelikle değişkenlerin hangi seviyede durağan olduklarının incelenmesi gerekmektedir. Durağanlık analizi, Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) ve Philips-Perron (PP) Birim Kök Testleri ile test edilmiştir. PP testi ve ADF testi serisel korelasyon ve değişen varyans sorunu konusunda birbirlerinden ayrılmaktadır. Bunun dışında PP testinde hipotezler ADF testi ile aynıdır (Uğurlu, 2009: 13)

Buna göre, ADF testinde izlenen süreç aşağıda verilmiştir:

$$\Delta Y_t = \alpha + \gamma Trend + pY_{t-1} + \sum_{i=1}^k \delta_i \Delta Y_{t-i} + \varepsilon_t \quad (1)$$

$H_0: p = 0$  Seri durağan değildir. Serinin birim kökü vardır.

$H_a: p < 0$  Seri durağandır. Serinin birim kökü yoktur.

ADF testi (1) numaralı regresyon denkleminde  $\rho$ 'nin sifıra eşit olup olmadığını incelemektedir.  $H_0$  Hipotezi reddedilebiliyorsa, Y değişkeninin durağan olduğu, reddedilmiyorsa durağan olmadığı sonucuna varılmaktadır.

Johansen eşbütünlük testi, aynı derecede durağan serilerin düzey ve gecikmeli değerlerinden oluşan denkleme VAR metodolojisinin uygulanmasıdır. Gecikme uzunluğunun belirlenmesinde yararlanılan kriterler Son Tahmin Hatası (FPE), Akaike (AIC), Schwartz (SC) ve Hannan Quinn (HQ) Bilgi Kriterleridir. Johansen eşbütünlük yöntemi aşağıdaki denklem sistemiyle gösterilmektedir; (Johansen ve Juselius, 1990: 170).

$$\Delta X_t = \Gamma_1 \Delta X_{t-1} + \dots + \Gamma_{k-1} \Delta X_{t-k} + \Pi \Delta X_{t-k} + \varepsilon_t \quad (2)$$

$$\Gamma_i = -1 + \Pi_1 + \dots + \Pi_i \quad i = 1, \dots, k \quad (3)$$

$\Pi$  : katsayılar matrisidir.

Katsayılar matrisinin rankı sistemdeki koentegre ilişki sayısını vermektedir. Katsayılar matrisinin rankı 0'a eşit ise denklemleri oluşturan değişkenler arasında eşbütünlük etkisi bulunmamaktadır. Rank 1'e eşit ise ele alınan değişkenler arasında eşbütünlük ilişkisi vardır ve 1'den büyük bir sonuç verirse değişkenler arasında birden çok eşbütünlük ilişkisinin olduğu sonucuna varılmaktadır.

Eşbütünlük analizi sonucunda değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkinin olup olmadığı araştırılmaktadır. İz ve maksimum öz değer istatistiklerine göre eşbütünlük ilişkisinin tespit edilmesi durumunda bu defa aynı değişkenler için kısa dönem ilişki araştırılır. Eşbütünlük ilişkisinin olmaması durumunda ise, değişkenler arasında uzun dönemde ilişki olmadığı sonucuna varılarak analiz VAR analizi üzerinden yapılır.

VAR analizi, değişkenler arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla kullanılmaktadır. Serilerin geçmiş verilerinin kullanılarak bu serilerin gelecekte alacakları değerleri tahmin etme yöntemidir. Sims (1980) tarafından geliştirilen modelde içsel-dışsal ayrımı yapan kısıtlar yoktur. Model bütün değişkenleri aynı anda işleme koyar. Bu nedenle zaman serileri açısından sıklıkla tercih edilmektedir. İki değişkenli VAR modeli aşağıdaki gibi tanımlanır (Mucuk, Alptekin; 2008: 162):

$$Y_t = \alpha_1 + \sum_{i=1}^p b_{1i} Y_{t-i} + \sum_{i=1}^p b_{2i} X_{t-i} + V_{1t} \quad (4)$$

$$X_t = c_1 + \sum_{i=1}^p d_{1i} Y_{t-i} + \sum_{i=1}^p d_{2i} X_{t-i} + V_{2t} \quad (5)$$

(4) ve (5) no'lu denklemlerde p gecikme uzunluğu, V hata terimini temsil etmektedir. VAR modelinde hataların kendi gecikmeli değerleriyle ilişkisiz olması, model için herhangi bir kısıt oluşturmamaktadır. Çünkü, değişkenlere ait gecikme uzunluğunun artırılması oluşabilecek otokorelasyon sorununa engel olacaktır. Modelin sağ tarafında, içsel değişkenlerin gecikmeli değerleri yer almakta ve hata terimiyle ilgisi olmadığı için eşanlık sorunuyla karşılaşılmamaktadır (Köksal, 2016: 79).

Eşbütünlük ilişkisinin olup olmaması, ilişkinin yönü hakkında bir fikir vermez. Bu nedenle değişkenler arasındaki neden sonuç ilişkisinin belirlenmesi için ayrı bir yöntem uygulamak gerekir. Bu çalışmada, değişkenler arasındaki ilişkinin yönü Granger nedensellik testi uygulanarak belirlenmiştir. Granger nedensellik testinin uygulanabilmesi için aşağıdaki denklemlerden yararlanır;

$$X_t = \sum_{i=1}^n \alpha_i Y_{t-i} + \sum_{i=1}^n \beta_i X_{t-i} + U_{1t} \quad (6)$$

$$Y_t = \sum_{i=1}^n \gamma_i X_{t-i} + \sum_{i=1}^n \theta_i Y_{t-i} + U_{2t} \quad (7)$$

Buna göre, yukarıdaki denklemlerde n gecikme sayısını ve  $U_{1t}$  ve  $U_{2t}$  hata terimlerinin birbirlerinden bağımsız olduklarını göstermektedir. Denklemlerdeki Granger nedensellik analizi, hata terimlerinden önce yer alan bağımsız değişkenlerin sifıra eşit olup olmadığını belirlemek için yapılmaktadır. Nedenselliğin tek taraflı mı yoksa karşılıklı mı olduğunu anlayabilmek için hipotez çift taraflı kurulmaktadır.

$\beta_i$  değerlerinin sıfırdan farklı olması durumunda “ $Y_t X_t$ ’nin Granger nedenidir” sonucuna ulaşılmakta ve “ $Y_t$ ’den  $X_t$ ’ye tek yönlü nedensellik” olarak anlandırılmaktadır.  $\theta_i$  değerlerinin sıfırdan farklı olmaları durumunda tam tersi “ $X_t Y_t$ ’nin Granger nedenidir” ifadesi elde edilmektedir.  $X_t$ ’den  $Y_t$ ’ye doğru tek yönlü nedensellik olarak tanımlanır. İki koşulunda geçerli olması durumu “çift yönlü nedensellik” olarak açıklanır. İki koşulunda geçerli olmaması durumu ise iki değişkenin birbirinin nedeni olmadığı anlamına gelmektedir.

### 3.3. Uygulama

Çalışmada TGE ile finansal ve makroekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin belirlenmesi için 3 farklı model kurulmuştur. TGE’nin para piyasasına etkisinin belirlenmesi için kurulan Model 1’de, TGE ile altın fiyatı, döviz kuru, kredi faiz oranı ve mevduat faiz oranı arasındaki ilişki; TGE’nin sermaye piyasasına etkisinin belirlenmesi için kurulan Model 2’de TGE ile gösterge tahvil faiz oranı (DİBS) ve BİST-100 arasındaki ilişki; son olarak TGE’nin genel ekonomik duruma etkisinin belirlenmesi için kurulan Model 3’te ise TGE ile işsizlik, üretici fiyat endeksi (UFE) ve tüketici fiyat endeksi (TUFE) arasındaki ilişki incelenmiştir.



**Model 1: TGE – Para Piyasası:**

$$TGE_{i,t} = \beta_{1,i} + \beta_{2,i}Altin + \beta_{3,i}Dolar + \beta_{4,i}Kredi + \beta_{5,i}Mevduat + U_{i,t} \quad (8)$$

**Model 2: TGE – Sermaye Piyasası:**

$$TGE_{i,t} = \beta_{6,i} + \beta_{7,i}DİBS + \beta_{8,i}BİST + U_{i,t} \quad (9)$$

**Model 3: TGE – Genel Ekonomi:**

$$TGE_{i,t} = \beta_{9,i} + \beta_{10,i}İssiz + \beta_{11,i}TÜFE + \beta_{12,i}ÜFE + U_{i,t} \quad (10)$$

Kurulan üç model için serilerin tümüne ait tanımlayıcı istatistikler Tablo 2’de verilmiştir.

**Tablo 2. Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistik Değerleri**

	<b>TGE</b>	<b>ALTIN</b>	<b>DOLAR</b>	<b>KREDİ</b>	<b>MEVDUAT</b>
Ortalama	73.29016	85.4261	2.23862	17.46164	12.30363
Ortanca	73.59037	85.20500	1.79123	16.49975	10.58950
En Büyük	92.20479	242.1900	6.37834	37.68500	24.11000
En Küçük	55.65735	18.00000	1.17608	9.99500	5.94600
Std. Sapma	7.91301	54.04404	1.14693	4.83085	4.30161
Çarpıklık	0.02512	0.96460	1.59654	1.35932	0.63618
Basıklık	2.54514	3.59650	4.99623	5.78064	2.23040
Jarque-Bera	1.50083	29.22314	101.6288	108.3822	15.84708
Olasılık	0.47217	0.00000	0.00000	0.00000	0.00036
	<b>DİBS</b>	<b>BİST</b>	<b>İŞSİZ</b>	<b>TÜFE</b>	<b>ÜFE</b>
Ortalama	12.82413	64597.54	10.18372	215.9710	212.8561
Ortanca	10.78000	63768.81	9.85000	203.5400	202.0800
En Büyük	24.48000	119528.8	14.10000	409.6300	444.8500
En Küçük	5.14000	23591.64	8.00000	114.4900	114.8100
Std. Sapma	5.09695	23583.01	1.39047	75.85214	77.54669
Çarpıklık	0.67816	0.17494	0.92528	0.71254	1.16989
Basıklık	2.17909	2.22848	3.21444	2.73146	4.12878
Jarque-Bera	18.01343	5.14318	24.87260	15.07145	48.36625
Olasılık	0.00012	0.07641	0.000004	0.00053	0.00000

Tablo 2’de analizde kullanılan değişkenlerin tanımlayıcı istatistik değerleri verilmiştir. Tabloda görüldüğü üzere, TGE değeri incelenen 172 dönemde de 100’ü geçmemiştir. TGE’nin en fazla 92,2 olarak gerçekleşmesi, tüketicinin ekonomiye tam anlamıyla güven duymadığı şeklinde yorumlanabilir. Diğer taraftan, dağılımın ortalama etrafındaki asimetrisini ifade eden çarpıklığın, TGE dışındaki tüm değişkenler için sağa çarpık olduğu görülmektedir. Basıklık ise, dağılımın normal dağılıma göre daha dik ya da basık olmasını ifade eder. Jarque-Bera olasılık değeri incelendiğinde;

$H_0$  : Veriler normal dağılım gösterir.

$H_1$  : Veriler normal dağılım göstermez.

Hipotezine göre, sadece TGE (0,4721>0,05) ve BİST-100 (0,0764>0,05) dışındaki tüm değişkenlerin %5 istatistiksel anlamlılık düzeyinde normal dağılım göstermektedir.

#### Birim Kök Testleri

Üç model için de değişkenlerin tümüne ait ADF ve PP Birim Kök Testlerinin sonuçları Tablo 3'de verilmiştir. Buna göre, analizlerde kullanılan tüm değişkenlerin birinci fark düzeyinde I(1) durağan oldukları belirlenmiştir. Dolayısıyla, eşbütünlüşme testi için önkoşul sağlanmıştır.

**Tablo 3. ADF ve PP Birim Kök Testleri Sonuçları**

Değişkenler	ADF Birim Kök Testi				PP Birim Kök Testi			
	Düzye	Olasılık	Birinci Fark	Olasılık	Düzye	Olasılık	Birinci Fark	Olasılık
TGE	-3.281775	0.0173**	-9.987101	0.0000***	-2.746171	0.0885*	-11.27132	0.0000***
ALTIN	2.327227	1.0000	-10.11025	0.0000***	2.731409	1.0000	-10.65079	0.0000***
DOLAR	2.233105	1.0000	-6.766413	0.0000***	2.447684	1.0000	-8.400284	0.0000***
KREDI	-2.296709	0.1743	-7.850762	0.0000***	-2.586890	0.0976	-6.255430	0.0000***
MEVDUAT	-1.585280	0.4879	-7.656440	0.0000***	-1.364626	0.5986	-6.888285	0.0000***
DIBS	-1.553338	0.5042	-10.75419	0.0000***	-1.579098	0.4911	-10.76980	0.0000***
BİST	-1.409796	0.5765	-13.70996	0.0000***	-1.370113	0.5959	-13.71114	0.0000***
ISSIZ	-1.896490	0.3334	-4.466128	0.0003***	-1.367596	0.5971	-8.954560	0.0000***
TUFE	4.622211	1.0000	-4.084289	0.0014***	5.296025	1.0000	-8.324390	0.0000***
UFE	3.679802	1.0000	-5.659011	0.0000***	3.546047	1.0000	-7.016744	0.0000***

\*\*\*, \*\*, \* , ifadeleri sırasıyla %1, %5 ve %10 istatistiksel anlamlılık düzeylerini ifade etmektedir.  
Not: Her iki birim kök testi de Birinci Fark değerlerinde sabit terim içermektedir.

TGE'nin ekonomiye etkisinin belirlenmesi için üç ayrı Model kurulduğundan farklı gecikme uzunlukları ortaya çıkmıştır. Buna göre, her bir Model için optimal gecikme uzunluğu Ek 1'de verilen kriterlere göre belirlenmiş aşağıdaki Tablo 4'te sunulmuştur.

**Tablo 4. Kurulan Her Model için Optimal Gecikme Uzunluğu**

		Optimal Gecikme Uzunluğu
Model 1	TGE – Para Piyasası	4
Model 2	TGE – Sermaye Piyasası	2
Model 3	TGE – Genel Ekonomik Durum	3

### 3.3.1. Eşbütünlüşme İlişkisinin Araştırılması

Üç Model için de geçerli olmak üzere, değişkenler aynı düzeyde durağan oldukları için aralarındaki uzun dönem ilişkisinin araştırılması gerekmektedir. Johansen Eşbütünlüşme testi tahmin sonuçları Tablo 5'de verilmiştir.

**Tablo 5. Johansen Eşbütünlüşme Testi Tahmin Sonuçları**

Model 1							
	İz Değer				Maksimum Özdeğer		
Eşbütünlüşme Sayısı	Eigenvalue	İz İstatistiği	5% Kritik Değer	Olasılık	Maks. Özdeğer İst.	5% Kritik Değer	Olasılık
Hiç Yok *	0.218671	81.58394	69.81889	0.0043*	41.20874	33.87687	0.0056*
En çok 1 tane*	0.104534	40.37519	47.85613	0.2094	18.43858	27.58434	0.4591

En çok 2 tane*	0.072255	21.93661	29.79707	0.3020	12.52464	21.13162	0.4968
<b>Model 2</b>							
	İz Değer				Maksimum Özdeğer		
Eşbütünleşme Sayısı	Eigenvalue	İz İstatistiği	5% Kritik Değer	Olasılık	Maks. Özdeğer İst.	5% Kritik Değer	Olasılık
Hiç Yok *	0.101935	25.16738	29.79707	(0.1555)	18.16967	21.13162	0.1236)
En çok 1 tane*	0.031118	6.997714	15.49471	0.5779	5.342589	14.26460	0.6981
En çok 2 tane*	0.009746	1.655125	3.841466	0.1983	1.655125	3.841466	0.1983
<b>Model 3</b>							
	İz Değer				Maksimum Özdeğer		
Eşbütünleşme Sayısı	Eigenvalue	İz İstatistiği	5% Kritik Değer	Olasılık	Maks. Özdeğer İst.	5% Kritik Değer	Olasılık
Hiç Yok *	0.142518	49.27396	47.85613	0.0366*	25.83084	27.58434	0.0824
En çok 1 tane*	0.090868	23.44311	29.79707	0.2250	16.00458	21.13162	0.2246
En çok 2 tane*	0.038830	7.438531	15.49471	0.5272	6.653435	14.26460	0.5309
*: %5 seviyesinde istatistiksel anlamlılığı ifade etmektedir.							

Tablo 5 incelendiğinde Model 1’de hem iz istatistiği hem de maksimum özdeğer istatistikleri sonucuna göre %5 istatistiksel anlamlılık düzeyinde bir tane eşbütünleşme vektörü vardır. Bu da değişkenler arasında uzun dönem eşbütünleşme ilişkisinin olduğunu göstermektedir. Model 2’de iz değer ve maksimum özdeğer istatistikleri sonucuna göre uzun dönemde eşbütünleşme ilişkisinin olmadığı görülmektedir. Model 3’de ise iz değer istatistiği sonucuna göre %5 istatistiksel anlamlılık düzeyinde bir tane eşbütünleşme vektörü vardır ve değişkenler arasında uzun dönemde eşbütünleşme ilişkisinden söz edilebilir.

Bu sonuçlara göre, Model 1 ve Model 3 için kısa dönem ilişki olup olmadığı araştırılırken; Model 2 için VAR analizi yapılmıştır.

**Tablo 6. Model 2 için Regresyon Analizi Sonuçları**

$R\_GUVEN = C(1)*R\_GUVEN(-1) + C(2)*R\_BIST(-1) + C(3)*R\_DİBS(-1) + C(4)$				
Değişken	Katsayı	Standart Hata	T İstatistiği	Olasılık
C(1)	0.081662	0.075734	1.078277	0.2825
C(2)	5.72E-05	5.07E-05	1.127038	0.2614
C(3)	-0.587163	0.188288	-3.118423	0.0021***
C(4)	-0.173401	0.206119	-0.841269	0.4014
$R^2$	0.114803	Ortalama Bağımlı Değişken		-0.167381
Düzeltilmiş $R^2$	0.098806	Bağımlı Değişkenin Standart Sapması		2.809886
Regresyonun Standart Hatası	2.667461	Akaike Bilgi Kriteri		4.823379
F İstatistiği	7.176301	Durbin-Watson İstatistiği		1.900798
Olasılık	<b>0.000147***</b>			

Modelde  $R^2$ , bağımlı değişkenin yüzde kaçlık kısmının bağımsız değişkenler tarafından açıklandığını göstermektedir.  $R^2 = 0.114803$  değeri, bağımlı değişkenin yüzde %11 oranında analizde yer alan BİST ve DİBS tarafından ifade edilebildiğini göstermektedir. Geriye kalan %89'luk kısım ise modele dahil edilmeyen diğer bağımsız değişkenlere ilişkindir. BİST değişkenine ait olasılık değeri 0.2614 olup anlamsızdır ve DİBS değişkenine ait olasılık değeri 0.0021 olup, %1 düzeyinde anlamlıdır.

#### *Model 1 ve Model 3 için Kısa Dönem İlişkinin Araştırılması*

Değişkenler arasında uzun dönem ilişkinin tespit edilmesinin ardından kısa dönemde ilişki olup olmadığı Hata Düzeltme Modeli (Vector Error Correction Model – VECM) ile araştırılmıştır. Buna göre, değişkenler arasında kısa dönem ilişkinin varlığından söz edebilmek için, hata düzeltme katsayısının negatif değerde ve istatistiksel olarak anlamlı olması gerekmektedir. Bu sayede, kısa dönemde ortaya çıkan dengesizlikler ya da sapmalar uzun dönem dengesinin oluşmasını sağlar. Tablo 7’de Model 1 ve Model 3 için Hata Düzeltme Modeli (Vector Error Correction Model – VECM) uygulanmıştır.

**Tablo 7: Hata Düzeltme Modeli Tahmin Sonuçları**

	Model 1	Model 3
Hata Düzeltme Katsayısı	0.00551	-0.03247
Olasılık Değeri	0.3301	0.4710

Tablo 7’de görüldüğü üzere, hata düzeltme katsayısı Model 1’de pozitif ve anlamsız, Model 3’de ise negatif ve anlamsızdır. Her iki model için de gerekli olan negatif ve istatistiki anlamlılık şartı sağlanmadığından değişkenler arasında kısa dönemde ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

### 3.3.2. Granger Nedensellik Testi

Model 1 ve Model 3’de değişkenler arasında uzun dönem ilişkisi bulunduğu için VECM üzerinden Granger nedensellik analizi uygulanmıştır. Analiz sonuçları Tablo 8’de verilmiştir.

**Tablo 8. Model 1 ve Model 3 için Granger Nedensellik Testi Tahmin Sonuçları**

	Nedenselliğin Yönü	Ki-Kare	Olasılık Değeri
<b>Model 1</b>	TGE →Altın	0.721993	0.9486
	Altın →TGE	5.205052	0.2669
	TGE →Dolar	3.684922	0.4503
	<b>Dolar →TGE</b>	<b>9.410597</b>	<b>0.0506**</b>
	TGE →Kredi	4.880091	0.2998
	Kredi →TGE	0.568241	0.9665
<b>Model 3</b>	TGE →İşsizlik	5.680278	0.1282
	İşsizlik →TGE	1.723133	0.6318
	TGE →TÜFE	4.466388	0.2153
	<b>TÜFE →TGE</b>	<b>8.146393</b>	<b>0.0431**</b>
	TGE →ÜFE	1.679284	0.6415
	<b>ÜFE →TGE</b>	<b>14.78106</b>	<b>0.0020***</b>

\*\*\*, \*\*, \*, ifadeleri sırasıyla %1, %5 ve %10 istatistiksel anlamlılık düzeylerini ifade etmektedir.

Tablo 8 incelendiğinde Model 1 için dolar değişkeninden TGE’ye doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle dolar satış kuru TGE’nin %5 anlamlılık seviyesinde Granger nedenidir. Bu sonuca göre, dolar kurundaki değişim, TGE’deki değişimin nedenidir. Model 3 için elde edilen tahmin sonuçlarına göre, TÜFE’nin %5 anlamlılık seviyesinde ve ÜFE değişkeninin de %1 anlamlılık seviyesinde TGE’nin Granger nedenidir.

**Tablo 9. Model 2 için Granger Nedensellik Testi Tahmin Sonuçları**

Sıfır Hipotezi	F- İstatistik	Olasılık
BİST TGE’nin Granger Nedeni Değildir.	6.94051	0.0092***
TGE BİST’in Granger Nedeni Değildir.	0.49164	0.4842
DİBS TGE’nin Granger Nedeni Değildir.	15.7320	0.0001***
TGE DİBS’in Granger Nedeni Değildir.	4.44761	0.0364**

Gecikme uzunluğu 1 olarak belirlenmiştir.  
\*\*\*, \*\* ve \* işaretleri sırasıyla %1, %5 ve %10 istatistiksel anlamlılık düzeylerini ifade etmektedir.

Tablo 9 incelendiğinde TGE ve BİST-100 değişkenleri için geçerli olan “BİST-100 TGE’nin Granger Nedeni Değildir” şeklindeki  $H_0$  hipotezi %1 anlamlılık düzeyinde reddedilmektedir. Yani BİST-100 endeksinden TGE’ye doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi mevcuttur. TGE ile DİBS değişkenleri için geçerli olan “TGE DİBS’in Granger Nedeni Değildir”  $H_0$  hipotezi %5 anlamlılık düzeyinde reddedilirken, “DİBS TGE’nin Granger Nedeni

Değildir”  $H_0$  hipotezi %1 anlamlılık düzeyinde reddedilmektedir. Bu durumda TGE ile DİBS değişkeni arasında karşılıklı nedensellik ilişkisi olduğu tespit edilmiştir.

#### 4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRMELER

Bu çalışmada tüketicilerin ekonomiye ilişkin beklentilerini yansıtan TGE ile para piyasasını, sermaye piyasasını ve genel ekonomik durumu temsil eden değişkenler arasındaki kısa – uzun dönem ilişkisi ve ilişkinin yönü 2005:01 – 2019-04 dönemi için zaman serisi analizleri ile incelenmiştir.

Model 1’de TGE ile altın, dolar kuru, kredi faiz oranı ve mevduat faiz oranı arasındaki ilişki incelenmiştir. Analizler sonucunda değişkenler arasında uzun dönem ilişki tespit edilmiş ve dolar kurunun TGE’nin nedeni olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Beşel ve Yardımcıoğlu (2016), Özpınar ve Özman (2017) tarafından yapılan çalışmalarla uyumlu olan bu sonuca göre, incelenen dönemde para piyasasında dolar kurundaki değişim TGE’deki değişimi açıklamaktadır. Ancak beklenenin aksine, tüketici kredisi faiz oranı ile TGE arasında bir nedensellik ilişkisi tespit edilmemiştir. Model 2’de TGE ile BİST 100 endeksi ve gösterge tahvil faiz oranı arasındaki ilişki incelenmiştir. Tekin ve Cengiz (2018) çalışmasının aksine Eşbütünleşme ilişkisi bulunamamıştır. Bu nedenle, değişkenler arasındaki ilişkinin yönü VAR analizi ile belirlenmiştir. Granger nedensellik testine göre BİST-100 endeksinden TGE’ye doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğu sonucu Hsu vd. (2011), Kloet (2013) ve Topuz (2019) tarafından gerçekleştirilen çalışmalarla uyumludur. Diğer taraftan, DİBS ile TGE arasında ise karşılıklı nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Model 3’de ise değişkenler arasında uzun dönem ilişki olduğu belirlenmiştir ve TÜFE ve ÜFE değişkenlerinden TGE’ye doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Bu sonuç Başarır vd., (2018) çalışması ile uyumludur. İşsizlik değişkeni ile TGE arasında ise nedensellik ilişkisi bulunamamıştır. Türkiye’de incelenen dönemde TGE ile dolar kuru, TÜFE ve ÜFE arasında tespit edilen uzun dönem ilişki beklentilerle uyumlu bir sonuçtur. Zira, fiyatlar genel seviyesindeki yani enflasyondaki artış, hanehalkının tüketim harcamalarını ve gelecekteki harcama biçimlerini doğrudan etkilemektedir. Diğer taraftan, dolar kurundaki artışın TGE’ye iki yönden etki ettiği yorumu yapılabilir. Birincisi, kurdaki artış, ulusal para biriminin değer kaybetmesi anlamına geldiği için, iktisadi birimlerin ekonomiye duydukları güvenin azalmasına, kötümser olmalarına neden olmaktadır. İkincisi, kurdaki artış üretim maliyetlerine (ÜFE) dolayısıyla fiyatlara yansıtacağı için fiyatlar genel seviyesinin yükselmesine; yani enflasyona neden olmaktadır. Çalışmada finansal piyasalar ve genel ekonomi ayrı ayrı değerlendirildiği için dolar kuru ile enflasyon arasındaki ilişki için yapılan yorum, ampirik sonuçlara göre yapılmamıştır.

Sonuç olarak Türkiye’de TGE yoluyla tüketicilerin beklentilerini etkileyen değişkenler; para piyasasında dolar kuru, sermaye piyasasında borsa endeksi ve gösterge tahvil faiz oranı ve genel ekonomik göstergeler açısından ise ÜFE ve TÜFE olarak belirlenmiştir. Doğrudan ve enflasyona yansıyan dolaylı etkisi nedeniyle genel itibarıyla döviz kurunu dikkate alan politikaların geliştirilmesi ve uygulanması tüketicilerin beklentilerinin iyimser olmasını sağlayacak etkin bir araç olarak kullanılabilir.

## KAYNAKÇA

- AFŞAR, B. (2019). Döviz Kuru İle Tüketici Güven Endeksi Arasındaki İlişki: MIST Ülkeleri Örneği, Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- AKKAYA, M. (2014). Beklenti ve Güven Anketlerinin Finansal Piyasalara Etkisi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.
- AKTAŞ, M., AKDAĞ, S. (2013). Türkiye’de Ekonomik Faktörlerin Hisse Senedi Fiyatları ile İlişkilerinin Araştırılması. *International Journal of Social Science Research*, 2(1).
- AYDIN, Ü. ve AĞAN, B. (2016). Rasyonel Olmayan Kararların Finansal Yatırım Tercihleri Üzerindeki Etkisi: Davranışsal Finans Çerçevesinde Bir Uygulama, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(2), 95-112.
- BAKER, M., WURGLER, J. (2006). Investor Sentiment and The Cross-Section Of Stock Returns, *Journal of Finance*, 61(4): 1645-1680. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.2006.00885.x>
- BAKER, M., WURGLER, J. (2007). Investor Sentiment in the Stock Market, *Journal of Economic Perspectives*, 21(2): 129-151. <https://doi.org/10.1257/jep.21.2.129>
- BARBERIS, N., SHLEIFER, A., VISHNY, R. (1998). A Model of Investor Sentiment, *Journal of Financial Economics*, 49, 307-343.
- BARBERIS, N. ve THALER, R. (2002). A Survey of Behavioral Finance, *National Bureau of Economic Research, Working Paper 9222*, 1-67.
- BEŞEL, F. ve YARDIMCIOĞLU, F. (2016). Tüketici Güven Endeksi İle Makro Değişkenler Arasındaki İlişki, *Uluslararası Politik, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Kongresi (ICPESS)*, 475-487.
- BAŞARIR, Ç., BİCİL, İ., YILMAZ, Ö. (2018). Tüketici Güven Endeksi İle Seçilmiş Finansal ve Makroekonomik Göstergeler Arasındaki İlişki, *International Conference On Applied Economics and Finance, Extended With Social Sciences*, 732-739.
- BİLGİN, Ş. (2018). Rasyonel Olmayan Yatırımcı Davranışlarının Davranışsal Finans Açısından İncelenmesi: TR-63 Bölgesinde Bireysel Yatırımcılar Üzerinde Ankete Dayalı Bir Değerlendirme, *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Osmaniye*.
- BOSTANCI, H. (2013). Firma Düzeyinde Riske Karşı Duyarlılığın Beklenti Teorisi ile Açıklanması, *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Aydın*.
- BOSTANCI, F. (2003). Davranışçı Finans, *Sermaye Piyasası Kurulu Denetleme Dairesi Yeterlik Etüdü, İstanbul*, 1-45.
- CANBAŞ, S., KANDIR, S.Y. (2007). Yatırımcı Duyarlılığının İMKB Sektör Getirileri Üzerindeki Etkisi, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(2), 2019-248.
- CARROLL, C., FUHRER, J., WILCOX, D. (1994). Does consumer sentiment forecast household spending? If so, why?, *American Economic Review*, 84, 1397-1408
- ÇELİK S., ÖZERKEK, Y. (2009) Panel Cointegration Analysis of Consumer Confidence and Personal Consumption in the European Union. *Journal of Business Economics and Management*, 10, 161-168.
- DANIEL, K., HIRSHLEIFER, D. ve SUBRAHMANYAM, A. (1998). Investor Psychology and Security Market Under and Overreactions, *The Journal of Finance*, No.6, 1839-1885.
- DEES, S., BRINCA, P. S. (2013). Consumer Confidence as a Predictor of Consumption Spending: Evidence for the United States and the Euro Area, *International Economics*, 134, 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.inteco.2013.05.001>
- DOĞUKANLI, H. ve ERGÜN, B. (2011). Davranışsal Finans Etkin Piyasalara Karşı: Aşırı Tepki Hipotezinin İMKB’de Araştırılması, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(1), 321-336.
- DÖM, S. (2003). Yatırımcı Psikolojisi, İstanbul: Değişim Yayınları.
- EGE, İ., TOPALOĞLU, E. Ve COŞKUN, D. (2012). Davranışsal Finans ve Anomaliler: Ocak Ayı Anomalisinin İMKB’de Test Edilmesi, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Ekim, 175-190.
- EKİM, S. (2018). Davranışsal Finasta Yatırımcı Duyarlılığı: Borsa İstanbul’da Yatırım Kararlarını Değerlendirme, (Doktora Tezi), İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ERGÖR, Z.B. (2017). Yatırımcı Duyarlılığı ile Hisse Senedi Getirileri Arasındaki İlişki: G7 Ülkeleri ile Gelişmekte Olan Ülkelerin Karşılaştırmalı Analizi, *Çankaya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara*.
- EYÜBOĞLU, S., EYÜBOĞLU, K. (2018). Tüketici Güven Endeksi İle Borsa İstanbul Sektör Endeksleri Arasındaki İlişkinin Araştırılması, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 33(1), 235-259.
- FERRER, E., SALABER, J. ve ZALEWSK, A. (2014). Consumer Confidence Indices and Stock Markets Meltdowns, *The European Journal of Finance*, 22(3), 195-220.
- FISHER, K.L. ve STATMAN M. (2003). Consumer Confidence and Stock Returns. *Journal of Portfolio Management*, Fall, 15-127.
- GÖRMÜŞ, Ş., GÜNEŞ, S. (2010). Consumer Confidence, Stock Prices and Exchange Rates: The Case of Turkey, *Applied Econometrics and International Development*, 10(2), 103-114.

- HONG, H. ve STEİN J.C. (1999). A Unified Theory of Underreaction, Momentum Trading and Overreaction in Asset Markets, *The Journal of Finance*, 6, 2143-2184.
- HSU, C.C., LIN, H.Y., WU, J.Y. (2011). Consumer Confidence and Stock Markets: The Panel Causality Evidence, *International Journal of Economics and Finance*, 3(6), 91-98.
- İBİCİOĞLU, M., KARAN, M. B. (2011). Konut Kredisi Talebini Etkileyen Faktörler: Türkiye Üzerine Bir Uygulama. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 4 (1), 65-75. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ebd/issue/4859/66846>
- İBİCİOĞLU, M., KAPUSUZUĞLU, A., KARAN, M.B. (2013) Türkiye'deki Tüketici Güven Endeksi ile Döviz Kuru Arasındaki İlişkinin Ampirik Analizi, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 5-16.
- İPEK, E., AKYAZI, H. (2017). Expectations and Household Expenditure: Case of Turkey, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 15 (1) , 27-39. <https://doi.org/10.11611/yead.373438>
- JANSEN, W.J., NAHUIS, N.J. (2003). The Stock Market and Consumer Confidence: European Evidence. *Economics Letters*, 79(1), 89-98 [https://doi.org/10.1016/S0165-1765\(02\)00292-6](https://doi.org/10.1016/S0165-1765(02)00292-6)
- JOHANSEN, S., JUSELIUS, K. (1990). Maximum Likelihood Estimation and Inference on Cointegration with Applications to Demand for Money, *Oxford Bulletin of Economics and Statistics* 52, 169-210.
- KAHNEMAN, D., TVERSKY, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk, *Econometrica*, 47(2), 263-292.
- KANDIR, S.Y. (2006). Türkiye'de Yatırımcı Duyarlılığının Hisse Senedi Getirileri Üzerindeki Etkisi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Adana.
- KANDIR, S. Y., ÇERÇİ, G., UZKARALAR, Ö. (2013). Yatırımcı Duyarlılığı Temsilcileri: Yatırım Ortaklıkları İskontosu Ve Tüketici Güven Endeksi Örneği. *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar*, 7-2.
- KAPETANIOS, G., SHIN, Y., SNELL, A. (2003), Testing for a unit root in the nonlinear STAR framework, *Journal of Econometrics*, 112, 359-79
- KARABULUT, A.N. (2013). Tüketicilerin Algılanan Risk Değişkeni Karşısında İnternette Alışveriş Yapma Eğilimlerinin Ölçülmesi: Beklenen Fayda Teorisine Karşı Beklenti Teorisi, *Journal of Yaşar University*, 8(32), 5515-5536.
- KARABULUT, G. (2008). Türkiye'de İktisadi Güven: Uluslararası Bir Karşılaştırma, *Sosyal Bilimler Dergisi*, No.1, 123-128.
- KARACA, Y. (2015). Davranışsal Finans Yaklaşımı ve Bireysel Yatırımcı Davranışları Üzerine Ampirik Bir Uygulama, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- KARAN, M.B. (2013). Yatırımcı Analizi ve Portföy Yönetimi, Ankara: Gazi Kitabevi.
- KATONA, G. (1968). Consumer Behavior: Theory and Findings on Expectations and Aspirations, *The American Economic Review*, 58 (2), 19-30. <https://www.jstor.org/stable/1831793>
- KLOET, N.L. (2013). The Relationship Between Consumer and the Stock Market in the European Union, (Master Thesis), Erasmus University Rotterdam, Erasmus Scholl of Economics.
- KÖKSAL, M. (2016). Dış Ticaret ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- KÖSE, A., AKKAYA, M. (2016). Beklenti ve Güven Anketlerinin Finansal Piyasalara Etkisi: BİST 100 Üzerine Bir Uygulama. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2960106>
- KÜÇÜKÇAYLI, F.M., AKINCI, G.Y. (2018). Tüketici Güveninin Makroekonomik Belirleyicileri: Bir Zaman Serisi Analizi, *UİİİD-UEAS*, 17. UİK Özel Sayısı, 1307-9832
- MUCUK, M., ALPTEKİN, V. (2008). Türkiye'de Vergi ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: VAR Analizi (1975-2006), *Maliye Dergisi*, 155, 159-174.
- OTOO, M. W. (1999). Consumer Sentiment and the Stock Market, *Finance and Economics Discussion Series from Board of Governors of the Federal Reserve System* <https://www.federalreserve.gov/pubs/feds/1999/199960/199960pap.pdf>
- ÖZPINAR, Ö. ve ÖZMAN, H. (2017). Türkiye-ABD Güven Endekslerinin Kavramsal Çerçevesindeki Farklılıklar ve Kur-Endeks İlişkisi, V. Anadolu International Conference in Economics Bildiriler Kitabı, May 11-13, 1-30.
- ÖZSAĞIR, A. (2007). Ekonomide Güven Faktörü, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(20), 46-62.
- SARI, S.S., ILGIN, K.S. (2018). Makroekonomik Faktörler ile Tüketici Güven Endeksi Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Türkiye Örneği, *International Congress on Political, Economic and Social Studies*, 394-402.
- SCHMELING, M. (2009). Investor Sentiment and Stock Returns: Some International Evidence, *Journal of Empirical Finance*, 16(3), 394-408.
- SIMS, C. (1980). Macroeconomics and Reality, *Econometrica*, 48, 1-49.
- STATMAN, M. (1999). Behavioral Finance: Past Battles and Future Engagements, *Financial Analysts Journal*, 55(6), 18-27.
- TEKİN, B., CENGİZ S. (2018). Pay Senedi Piyasası ile Tüketici Güven Endeksi Arasındaki Nedensellik ve Eşbütünlük İlişkileri: Borsa İstanbul'da Bir Uygulama, *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 5(29), 3837-3847.

TOOLSEMA, L. A. (2002). Competition in The Dutch Consumer Credit Market, *Journal Of Banking & Finance*, 26(11): 2215-2229.

TVERSKY, A., KAHNEMAN, D. (1974). Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases, *Science*, 185(4157), 1124-1131.

UĞURLU, E. (2009). Durağanlık ve Birim Kök Sınamaları, *Ders Notları, Kitapçık 1*, 1-17.

USUL, H., KÜÇÜKSİLLE, E., KARAOĞLAN, S. (2017). “Güven endekslerindeki değişimlerin hisse senedi piyasalarına etkileri: Borsa İstanbul Örneği”. *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 22(3): 685-695

TOPUZ, Y. V. (2011). Tüketici Güveni ve Hisse Senedi Fiyatları Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Türkiye Örneği, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(1): 53-65.

BloombergHT, (2015). Tüketici Güven Endeksi. Erişim Tarihi: 24 Haziran 2019, Erişim Adresi: <https://businessht.bloomberght.com/piyasalar/haber/1134243-tuketici-guvenini-bloomberght-olcecek>

Türkiye İstatistik Kurumu. (2018). Tüketici Güven Endeksi. Erişim Tarihi: 10 Mayıs 2019, Erişim Adresi: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27862>

UMSRC, (2019). The Index of Consumer Sentiment. Erişim Tarihi: 10 Mayıs 2019 Erişim Adresi: <http://www.sca.isr.umich.edu/files/chicsr.pdf>

Hazine ve Maliye Bakanlığı (HMB) 2019. Erişim Tarihi: 10 Mayıs 2019



## EKLER

### Ek-1

<b>Model 1 İçin Gecikme Uzunluğu Kriterleri</b>						
Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-2257.662	NA	343542.6	26.93645	27.02943	26.97418
1	-1057.550	2314.502	0.288745	12.94702	13.50487	13.17342
2	-948.0829	204.5987	0.105718	11.94146	12.96419*	12.35654*
3	-913.6810	62.25102	0.094708	11.82954	13.31714	12.43328
4	-877.8354	62.72996*	0.083543*	11.70042*	13.65290	12.49283
<b>Model 2 İçin Gecikme Uzunluğu Kriterleri</b>						
Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-2992.549	NA	6.17e+11	35.66129	35.71708	35.68393
1	-2301.284	1349.612	1.83e+08	27.53910	27.76224*	27.62966*
2	-2287.857	25.73507*	1.74e+08*	27.48640*	27.87689	27.64488
3	-2282.571	9.943317	1.82e+08	27.53061	28.08846	27.75701
4	-2279.666	5.360936	1.95e+08	27.60316	28.32837	27.89749
<b>Model 3 İçin Gecikme Uzunluğu Kriterleri</b>						
Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-2416.107	NA	38236076	28.81080	28.88518	28.84098
1	-1186.338	2386.338	20.28178	14.36116	14.73306	14.51210
2	-1133.629	99.76928	13.10586	13.92416	14.59358*	14.19584
3	-1102.967	56.57829*	11.01595*	13.74961*	14.71655	14.14204*
4	-1091.687	20.27778	11.67057	13.80580	15.07026	14.31898

# MALİ OKURYAZARLIK, GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ VE POTANSİYELİ ARASI İLİŐİKİLERİN ANALİZİ

## THE ANALYSIS OF RELATIONSHIP BETWEEN FISCAL LITERACY, ENTREPRENEURSHIP TENDENCY AND POTENTIALS

*Murat ZORKUN<sup>1</sup>*

*Serkan DİLEK<sup>2</sup>*

### Özet

Sürdürülebilir ekonomik büyüme ve kalkınma amaçlarını gerçekleştirebilmek için ülkeler, özellikle gençlerin girişimcilik eğilimlerini, potansiyellerini yükseltmeyi amaçlamaktadırlar. Gençlerin girişimcilik potansiyellerinin yükselmesi için de bilgi açısından donanımlı olmaları gerekmektedir. Girişimcilerin ekonomi, finans, maliye ile ilgili konularda sahip oldukları bilgiler işlerinde yardımcı olmaktadır. Bu çalışmanın amacı girişimcilik eğilimi ve potansiyeli ile mali okuryazarlık ilişkilerini incelemektir. Bu amaçla Karadeniz Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde okuyan gençlere anket uygulanmıştır. Korelasyon analizi sonucunda girişimcilik eğilimi ile mali okuryazarlık arasında orta ilişki; girişimcilik potansiyeli ile mali okuryazarlık arasında zayıf ilişki bulunmuştur. Regresyon analizi sonucunda ise mali okuryazarlığın, girişimcilik eğilimi ve girişimcilik potansiyeli üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** *Mali Okuryazarlık, Girişimcilik Eğilimi, Girişimcilik Potansiyeli*

**Jel Kodu:** *A23, L26,A29*

### Abstract

States generally aims to increase entrepreneurship potentials and tendency of especially young individuals to reach their sustainable economic growth and development goals. To increase entrepreneurship potentials young individuals should have sufficient amount of knowledge. Knowledge about economics, finance and fiscal issues help entrepreneurs in doing their works. The aim of this research is to investigate relationship between entrepreneurship potentials, tendencies and fiscal literacy levels. To this aim, a questionnaire is conducted on students of Karadeniz Technical University Economics and Administrative Sciences Faculty. Strong relationship between entrepreneurship tendency and fiscal literacy; weak relationship between entrepreneurship potentials and fiscal literacy is found as a result of correlation analysis. Also according to regression analysis, it is found that fiscal policy has an impact on entrepreneurship tendency and entrepreneurship potential.

**Keywords:** *Fiscal Literacy, Entrepreneurship Tendency, Entrepreneurship Potential*

**Jel Codes:** *A23, L26, A29*

<sup>1</sup> **Sorumlu Yazar/Corresponding Author:** Arş.Gör., Kastamonu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Ticaret Hukuku, Kastamonu, Türkiye. **E-Posta:** [mzorkun@kastamonu.edu.tr](mailto:mzorkun@kastamonu.edu.tr) **Orcid no:** 0000-0002-4619-1477

<sup>2</sup> Doç.Dr., Kastamonu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, İktisat Teorisi, Kastamonu, Türkiye. **E-Posta:** [serkan.dilek@gmail.com](mailto:serkan.dilek@gmail.com) **Orcid no:** 0000-0002-0393-4509

## GİRİŞ

Yerleşik iktisat bilimi, insanların tam bilgi sahibi olduklarını, kararlarını alırken rasyonel davrandıklarını varsaymaktadır. Küreselleşme, bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler insanların enformasyona ulaşmalarını kolaylaştırmaktadır. Enformasyon ise doğru biçimde analiz edilip yorumlanırsa iktisadi ajanların daha doğru davranış kalıpları geliştirmelerini, dünyayı daha iyi anlamalarını, daha rasyonel kararlar almalarını sağlamaktadır (Akalin ve Dilek, 2007, s.47). Enformasyonun analizi ve yorumlanması ise belli bir uzmanlık ve eğitim gerektirebilir. Ekonomide, siyasette ve dünyada ortaya çıkan değişimleri anlayıp etkin davranışlar sergilemek için iktisadi ajanların belirli düzeyde bilgi birikimine ve eğitime sahip olmaları gerekmektedir. Bilgi ve eğitimin öneminin farkına varılması sonucunda ekonomik, finansal ve mali ekonomik yazarlık kavramları üzerindeki akademik çalışmalar gerçekleştirilmeye başlanmıştır.

Girişimciler, Üretim faktörlerini bir araya getirip üretim faaliyetine yönelen birey olarak tanımlanmaktadır (Dilek, 2017, s.263; Tekin, 2019, s.15). Girişimciler ise ülkelerin ekonomik hedeflerini gerçekleştirmelerinde önemli rol oynamaktadır (İrmiş ve Barutçu, 2012, s.1-2; Hancıoğlu ve Tekin, 2018, s.214). Bu özelliği nedeniyle girişimcilik üzerine yapılan akademik çalışmaların sayısı giderek artmaktadır (Gümüş vd. 2017, s.1097). Türkiye ve çeşitli ülkeler, gençlerin girişimci olmalarını desteklemek amacıyla çeşitli önlemler almakta, politikalar geliştirmektedir (Küçük, 2015, s.42-43). Girişimciliği arttırmak amacıyla geliştirilen politikaların etkinliği için girişimcilik niyeti, potansiyeli ve eğilimi üzerinde etkili olan faktörlerin bilinmesi ve incelenmesi gerekmektedir (Arslan, 2002, s.3).

Bir girişimcinin günümüz ekonomik, finansal ve mali çevresini anlayıp doğru yorumlarda bulunmasının önemi bilinmektedir. Gençlerin ekonomik, finansal ve mali okuryazarlık seviyelerinin artmasının onları girişimcilğe özendirileceği, girişimcilik potansiyelini ve eğilimini arttıracacağı düşünülmektedir (Yermekbayeva and Yermekova, 2016, s.81). Mali okuryazarlık, girişimcilerin ve firmaların performansını da olumlu yönde etkilemektedir (Pinto and Tome, 2017, s.325). Başarılı eğitim politikaları sonucunda artan ekonomik ve mali okuryazarlık, ülkelerin ekonomik performanslarına olumlu yansımaktadır (Dilek vd., 2016, s.1866; Scholz ve Lubell, 1998, s.399). Ekonomik ve finansal okuryazarlık hakkında akademik çalışmalar artarken Mali okuryazarlık ve vergi okuryazarlığı konusunda akademik çalışmalar yeterince artmamıştır (Cvrlje, 2015, s.158). Girişimcilik eğilimi ve potansiyeli ile mali okuryazarlık arasındaki ilişkiyi irdeleyen akademik çalışmaların sayıca yetersiz olması açısından çalışma literatüre katkı sağlayacaktır.

Bu çalışmada öncelikle mali okuryazarlık ve girişimcilik hakkında kavramsal çerçeve ele alınmış, literatür taraması yapılmıştır. İkinci olarak, girişimcilik eğilimi ve potansiyeli hakkındaki kavramsal çerçeve incelenip, mali okuryazarlıkla olan ilişkileri ele alınmıştır. Üçüncü olarak ise; girişimcilik eğilimi, potansiyeli ve mali okuryazarlık arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla Karadeniz Teknik Üniversitesi İİBF öğrencileri üzerinde uygulanan ampirik çalışmanın bulguları ve sonuçları değerlendirilmiştir.

## 1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Batı dillerinde “public finance” olarak adlandırılan ve dilimize “kamu maliyesi” şeklinde tercüme edilen maliye alanı, devletin parasal kaynak temin etme ve bu kaynakları harcama faaliyetlerinin tümünü kapsamaktadır. Maliye alanının konusu sadece devletin gelir ve giderlerini incelemek değildir. Bunlara ek olarak gelirin elde edilmesi için toplanan vergi ve benzeri gelirler, yapılan borçlanmalar ve tüm bunların yanında gelirlerin nasıl, nerelere, hangi şekillerde harcanması gerektiği planını oluşturan bütçenin hazırlanması da maliyenin alanına girmektedir (Pehlivan, 2018, s.18).

Devletin, vergi ve kamu harcamalarına ek olarak diğer mali araçlarla ekonomiye müdahale etmesi, bireylerin ekonomik karar ve tercihlerinin yanında ekonomiye ilişkin dengeleri de etkilemektedir. Yapılan müdahalelerin, bireylerin davranışlarını etkilemesi sebebiyle tüm bireylerin bunları sentezleyip ona göre plan yapması, hem kendileri hem de bağlı olduğu devletler açısından büyük önem taşımaktadır. Bireylerin bu bilinci “mali okuryazarlık” olarak ifade edilmektedir. Bu kavram; vergi, bütçe, harcama, borçlanma gibi maliye politikası araçları hakkında bilgi sahibi olarak, bireylerin ekonomide olası değişikliklere karşı önlem alabilmelerini gerektirmektedir (Teyyare vd., 2018, s.100). Mali okuryazarlık aslında ekonomi ve finansal okuryazarlık kavramları ile de yakından ilişkilidir (Dilek vd., 2018, s.17; Dilek vd., 2019, s.92; Dilek vd., 2016, s.1867).

Mali okuryazarlık denildiği zaman akla ilk olarak vergi okuryazarlığı gelmektedir (Teyyare vd., 2018, s.101). Mali okuryazarlık, vergi bilgisini anlama yeteneğiyle ilişkilidir ve böyle bir anlayışa sahip olabilmek için de vergi ile ilgili eğitimlerin varlığı gereklidir (Tojal, 2011:akt.Pinto ve Tome, 2017, s.324). En genel ve kısa tanımıyla vergi okuryazarlığı; vergisel konularda yeterli seviyede okuyabilme, anlayabilme ve yazabilme kabiliyetine sahip olma şeklinde ifade edilmektedir (Latiff vd. 2005, s.2). Başka bir tanıma göre vergi okuryazarlığı; mükellefin vergi beyannamesini doldurabilme, ödeyeceği vergiyi herhangi birinden yardım almadan bağımsız bir şekilde hesaplayabilme yeteneği olarak belirtilmiştir (Madi vd., 2010, s.219). Bhushan ve Medury’e (2013, s.76) göre vergi okuryazarlığı; kişilerin vergilendirme ile bağlantılı konuları etkin şekilde yönetebilmeleri için bilmek zorunda oldukları bilgilerdir.

Genel olarak; vergi konularında bilgi sahibi olmayı, gelişmeleri takip edebilmeyi, onları anlayarak yorumlayabilmeyi, ödenme aşamasına gelen vergi borçlarını ekonomik düzeni bozmadan ve bütçeyi ayarlayarak

en iyi şekilde ödemeyi ifade eden vergi okuryazarlığı, kişilerin harcamalarını, tasarruf düzeylerini ve yatırım kararlarını etkileyebilmektedir. Bireylerin bu şartlar altında rasyonel kararlar verebilmeleri için ise, mali okuryazarlıklarının artması gerekmekte ve bu da vergi konusunda eğitim almaları ile mümkün olmaktadır (Cvrilje, 2015, s.159). Toplumda mali okuryazarlığın geliştirilmesi amacıyla vergi sisteminin amacının açık bir şekilde anlaşılması anlamına gelen vergi kültürünün geliştirilmesi için çalışmalar yapılmalıdır. Çünkü mükelleflerin (bireylerin) vergiye karşı tutum ve davranışları, uyumu, ahlaki gibi sorunların, mali okuryazarlık ve buna bağlı olarak vergi okuryazarlık düzeyinin artırılması ile çözülebileceği düşünülmektedir (Cvrilje, 2015, s.158-159). Buna ek olarak Palma ve Pita (2015), mali eğitim ve vatandaşlık politikasıyla ilgili yaptıkları çalışmalarında; eğitimin mali okuryazarlık açığını kapatacağını, yani hükümetin uygulamış olduğu kamu gelirleri ile kamu harcamaları gibi politikaları, bireylerin anlama konusunda ilerleyeceklerini ifade etmişlerdir. Gryzbovski ve Hahn (2006, s.844), vergi eğitimini, vergi mükelleflerine bilgi verme ve bireylerin yerine getirmek zorunda oldukları mali yükümlülükleri anlatma olarak tanımlamıştır. Vergi eğitimini inceledikleri çalışmalarında anket uygulamışlar ve çalışmanın sonucunda; ankete katılanların çoğunluğunun “mali eğitim” terminolojisini bilmediklerini ve vergiler yoluyla toplanan gelirlerin uygulanması konusunda hiçbir fikirlerinin olmadığını tespit etmişlerdir.

Girişimcilik kavramı hakkında ise çeşitli tanımlar bulunmaktadır. Top (2006, s.5) girişimciliği; işi soyut durumda iken alıp somut hale dönüştüren ve yapan kişi olarak tanımlamaktadır. Küçük (2015, s.28)’e göre girişimci, mal veya hizmet üretmek/pazarlamak üzere kar veya zarar riskini üzerine almak suretiyle elinde olan sermayeyi yatırıma çeviren kişidir. Tekin (2019, s.15) ise girişimciyi; diğer tüm üretim faktörlerini bir araya getirerek üretimi gerçekleştiren ve riske giren kişi olarak tanımlamaktadır.

Bireylerin girişimci olmasını etkileyen bireysel, çevresel ve firma içi faktörler olmak üzere üç önemli faktör bulunmaktadır (Köksal ve Penez, 2015, s.157; Duran vd., 2013, s.35; Halis vd., 2007, s.23-24). Bireysel faktörler de demografik ve psikolojik faktörler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

### 1.1. Mali Okuryazarlık Hakkında Literatür Çalışması

Mali okuryazarlık hakkında literatür çalışması; vergi okuryazarlığı, vergisel farkındalık, vergi uyumu ve vergi kültürü açısından literatürde önceden de yapılmış olan çalışmalar çerçevesinde vergi bilinci başlığı altında toplanmıştır. Vergi bilincine ilişkin yapılan genel tanımlardan birisi; devletin yapmak zorunda olduğu kamu hizmetlerini gerçekleştirebilmesi için bireylerin, kazanmış olduğu gelirlerden veya servetlerinden kanunda belirlenen oran ile esaslara göre katkıda bulunmaları gerektiğini idrak ederek hatırlama yeteneğidir (Narta, 2007’den akt. Ömürbek vd., 2007, s.104). Vergi bilinci, yalnızca vergiyi ödemek olarak anlaşılmamalıdır. Ayrıca mükelleflerin (bireylerin) ödemiş olduğu vergilerin harcanacağı yeri bilmelerini de kapsamaktadır (Şener, 1997, s.8). Literatür incelendiğinde, mali okuryazarlık ile ilgili yapılan çalışmalar Tablo 1’de genel olarak verilmiştir.

**Tablo 1: Mali Okuryazarlık Literatürü**

Yazar ve Tarih	Örneklem	Bulgular
<b>Ömürbek vd., 2007</b>	İİBF Öğrencileri	Son sınıf öğrencilerine uygulanan anket çalışmasında öğrencilerin vergi bilincini ölçmek amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda vergi bilincinin genel olarak ortalamanın üstünde seyrettiği tespit edilmiştir. Ayrıca vergi bilincinin demografik faktörlere göre değişiklik göstermesinin yanında özellikle de cinsiyete göre ayırım yapıldığında erkek öğrencilerin kız öğrencilere kıyasla daha fazla vergi uyumuna sahip olduğu fark edilmiştir.
<b>Madi vd., 2010</b>	Sabah ve Sarawak Şehri Çalışanları	Çalışmada iki şehir arasında karşılaştırma yapılmış ve Sarawak şehri yaşayanlarının, Sabah şehri yaşayanlarına göre vergi okuryazarlığının daha iyi olduğu tespit edilmiştir.
<b>Bhushan ve Medury, 2013</b>	Maaşlı Çalışanlar	Vergi okuryazarlığının katılımcılar arasında çok yüksek olmamasının yanında, bireyler arasında önemli ölçüde değiştiği ve bunun cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, gelir gibi faktörlerden etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır.
<b>Sağlam, 2013</b>	İİBF Öğrencileri	330 İİBF öğrencisinin vergi algısı ve bilincini ölçmeye yönelik yapılan anket çalışmasında, öğrencilerin vergi algılarının pozitif yönde olduğunu ve iktisat, maliye ile ilgili derslerin vergi bilincine katkıda bulunduğu sonucu elde edilmiştir.

<b>Cvrlje, 2015</b>	Hırvatistan	Vergi okuryazarlığını arttırmak için yapılacak faaliyetlerin, vergi bilinci, ahlaki ve uyumu gibi kavramların anlaşılabilirliğini arttırdığı ifade edilmiştir.
<b>Nichita, 2015</b>	-	Vergiye karşı bakışta vergi okuryazarlığının etkisinin olup olmadığını teorik olarak açıklamaya yönelik yapılan çalışmada, maliye konusunda temel bilgilere sahip bireylerin vergi konusundaki yükümlülüklerini daha istekli bir şekilde yerine getireceği ifade edilmiştir.
<b>Teyyare ve Kumbaşlı, 2016</b>	Bolu, Eskişehir, Zonguldak İİBF öğrencileri	Belirtilen üniversite öğrencileri üzerine yapılan çalışmada öğrencilerin vergi bilinç ve ahlak düzeyinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda, öğrencilerin aldıkları eğitimlerin vergi bilinci ve ahlakını olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.
<b>Chardon vd., 2016</b>	Avustralya	Avustralya’da hükümetin başlatmış olduğu vergi okuryazarlığını arttırmaya yönelik programın, üniversite öğrencileri üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Çalışma sonucunda verilen eğitimin daha bilinçli ve okuryazar bireylerin yetişeceği ifade edilmiştir.
<b>Teyyare vd., 2018</b>	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İİBF Öğrencileri	Fakültede çeşitli bölümlerde eğitim gören öğrencilerin ekonomi ve mali okuryazarlık düzeyleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışma sonucunda bölüm, akademik başarı düzeyi ve sınıf düzeyleri arasında önemli farklılıklar olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
<b>Cural vd., 2018</b>	Zonguldak İli ve İlçeleri	SMMM olarak görev yapan 171 bireyin vergi bilincini ölçmek amacıyla yapılan çalışmada, bu meslek mensuplarının vergi bilincinin yüksek olduğunu ancak vergi mevzuatlarının sık değişmesi ve anlaşılır olmaması sebebiyle vergi bilinci ve vergi uyumunun olumsuz yönde etkilendiği belirtilmiştir.

**Kaynak:** Yazar tarafından derlenerek oluşturulmuştur.

## 1.2. Girişimcilik Hakkında Literatür Çalışması

Girişimcilik hakkında literatür incelendiğinde, gençlerin girişimcilik eğilimleri hakkında çeşitli üniversitelerde araştırmalar gerçekleştirildiği görülmektedir.

Arslan (2002), Haliç üniversitesi öğrencilerine yaptığı anket sonucunda babanın eğitim seviyesinin gençlerin girişimcilik eğilimlerini etkilediğini göstermiştir.

Top vd. (2012), Beykent Üniversitesi Meslek Yüksekokulunda gerçekleştirdikleri çalışmada özçıkarcın gençlerin girişimcilik niyetlerini etkileyen faktörlerden biri olduğunu göstermiştir.

Bilge ve Bal (2012), Celal Bayar Üniversitesi’nin çeşitli birimlerindeki öğrenciler üzerinde bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışmaya göre girişimcilik eğilimlerinin altı adet alt boyutu (risk alma, fırsatları değerlendirme, liderlik yönlü, gelecek odaklı, kararlılık ve dış etkenlere karşı bireysel güç) tespit edilmiştir. Özellikle risk alma, fırsatçılık, kararlılık ve dış etkilere karşı bireysel güç gibi alt boyutlarda öğrencilerin girişimciliğe ilgilerinin düşük olduğu ortaya çıkmıştır.

İrmiş ve Barutçu (2012), Atatürk Üniversitesi’nde üniversite öğrencileri üzerinde yaptıkları çalışmada ailenin ortak karar vermelerinin, girişimci olmalarında önemli bir faktör olduğunu göstermiştir. Erkek öğrenciler, kız öğrencilere nazaran daha girişimcidir.

Kılıç vd. (2012), Bandırma İİBF öğrencileri üzerinde çalışmış ve onların gelir seviyesinin artması ile daha fazla girişimci oldukları sonucuna ulaşmıştır. Not ortalaması düşük olan öğrencilerinin kendilerine güvenlerinin daha düşük olduğu ve bu nedenle girişimcilik özelliklerinin daha zayıf olduğu görüşüne ulaşmışlardır.

Köksal ve Penez (2015), üç üniversitenin (Akdeniz, Süleyman Demirel, Mehmet Akif Ersoy) İşletme bölümü öğrencileri üzerinde çalışmıştır. Bu çalışmaya göre; daha yaşlı olan öğrencilerin girişimcilik özelliklerinin zayıfladığını görmüşlerdir. Çalışma sonucunda erkek öğrencilerin daha girişimci olduklarını ancak öğrencilerin yüksek girişimcilik özellikleri taşımasalar dahi iş kurmayabileceklerini, buna cesaret edemeyebileceklerini tespit etmişlerdir.

Aksel ve Bağcı (2016), girişimcilik eğitimi alanlar ile almayanların girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir fark olmadığını ortaya koymuşlardır. Ayrıca girişimcilik eğitiminin, girişimcilik eğilimini arttırması için KOSGEB, İŞKUR gibi kurumlar ile uygulamalı eğitimlerin verilmesi gerekliliği üzerinde durmuşlardır.

Aydın ve Öner (2016) tarafından Erciyes Üniversitesi Eğitim Fakültesi’nde gerçekleştirilen araştırmada

erkeklerin ve büyükşehirde yaşayanların daha girişimci oldukları sonucu ortaya konmuştur. Buna ek olarak; girişimcilik ile ilgili eğitim, seminer ve etkinliklerin, öğrencilerin girişimcilik eğilimlerine pozitif katkı sağlayabileceğini belirtmişlerdir.

Gümüş vd. (2017), Kastamonu Üniversitesi'nde okuyan ve Türkiye Cumhuriyetleri'nden gelen öğrenciler üzerinde yaptıkları çalışmada; kararlılık, risk alma, fırsatları değerlendirme, yenilikçi olma ve kendine güven faktörlerinin girişimcilik eğilimini etkilediğini, Türkiye Cumhuriyetleri'nden gelen öğrencilerin yatırım ortamı olarak Türkiye'yi daha cazip bulduklarını tespit etmişlerdir.

Dilek vd. (2018), Kastamonu, Tosya ve Sakarya'daki lise öğrencileri üzerinde yaptıkları çalışmada, Tosya'daki gençlerin girişimcilik potansiyellerinin daha yüksek olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Çalışma sonucunda; girişimcilik potansiyeli ile başarıma ihtiyacı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişkiye de rastlanmıştır.

### 1.3. Mali Okuryazarlık ve Girişimcilik Hakkında Literatür Çalışması

Önemi giderek daha net biçimde anlaşılan girişimcilerin başarılı olmaları için belli bazı şartları sağlamaları gerekmektedir. Günümüz ticari hayatında firmaların başarılı olması için girişimcilerin hem liderlik hem de girişimcilik özelliklerine sahip olmaları gereklidir (Esmer ve Dayı, 2017, s.113). Başarılı girişimcilerin; kendilerine ve becerilerine güvendikleri, belirsizlik ortamlarında verdikleri kararlı biçimde hareket ettikleri belirtilmektedir (Gümüş vd. 2017, s.1097). Kişinin kendine güvenmesinin önemli unsurlarından biri de sahip olduğu bilgi ve becerilerdir. Bilgi sahibi kişilerin kendilerine güvenleri daha yüksektir ve bilgileri sayesinde daha rasyonel ve isabetli kararlar verebilmektedirler (Dilek vd. 2019, s.92). Dolayısıyla bilgi sahibi kişilerin girişimcilik kariyerlerinde daha başarılı olmaktadır (Top, 2006, s.181).

Yapılan akademik çalışmalar ekonomi okuryazarlığı ile girişimcilik niyeti arasında pozitif yönlü ilişkiler tespit etmiştir (Dilek vd. 2019, s.92-93). Bosma ve Harding (2006), zayıf finansal okuryazarlık ve yönetim tecrübesinin Güney Afrikalı gençlerin girişimcilik eğilimlerini kısıtladığını ortaya çıkarmıştır. Özetle, ekonomik ve finansal okuryazarlığın girişimciliği desteklediği literatürde tespit edilmiştir. Bireyler ve firmaların nasıl vergilendirildikleri, vergi ödeme tutarlarının nasıl belirlendiği, beyannamenin nasıl verildiği vb konular genelde ekonomi ve finansal okuryazarlığın içeriğinde olduğu, ekonomi okuryazarlığının kamu maliyesi kısmıyla ilgilendiği kabul edilmektedir (Vovchenko vd. 2018, s.17; Teyyare, 2018, s.316).

Vergi okuryazarlığı olarak ele alınan çalışmalarda vergi okuryazarı olmayan kişilerin vatandaşlık bilincinin de yeterli olmadığı, vergi ödeme alışkanlığının da bundan olumsuz etkilendiği, vergiye zor uyum sağladıkları belirtilmektedir (Yardımcıoğlu vd. 2014, s.95). Vergi ödemelerinde yaşanan eksiklikler de girişimcilerin çeşitli vergi cezalarına maruz kalmasına, devlet yetkilileri ile sorunlar yaşamalarına ve girişimcinin başarısızlığına (Teyyare vd. 2018) ve devletin eksik vergi hasılatı elde etmesine neden olmaktadır. Ayrıca vergi okuryazarlığı düşük olan bireyler, vergi belirsizliği ve riski durumlarında daha korumasız olmaktadır (Cvrilje, 2015, s.159). Bu başarısız örnekler de mali okuryazar olmayan gençlerin girişimciliğe yönelmelerini etkilemektedir. Buna karşılık vergi okuryazarı olan girişimcilerin bütçelerini daha iyi organize ettikleri, hak ve sorumluluklarının daha fazla farkında oldukları ve firmaları hakkında daha doğru kararlar verdikleri bilinmektedir (Freudenberg vd. 2017, s.26), Mali okuryazarlığın girişimcilerin ve firmaların performansını da olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir (Pinto and Tome, 2017, s.325).

Vernon (2005, s.3-5), ABD ekonomisi için küçük işletmeler ve girişimciliğin önemli olduğunu belirtmiş ve desteklemek amacıyla mali ve vergi okuryazarlığı seferberliğini önermiştir. Avustralya gibi çeşitli örneklerde de vergi okuryazarlığı eğitiminin verildiği görülmektedir (Chardon vd. 2016, s.89). Bhushan ve Medury (2013) maaş karşılığı çalışanlar üzerinde yaptıkları çalışmada mali okuryazarlığı seviyesinin düşük olduğunu ortaya çıkarmışlardır. Ayrıca girişimcilerin, kendi işinin patronu olanların vergi okuryazarlığının daha yüksek olduğu da bilinmektedir (Freudenberg vd. 2017, s.22).

Diğer yandan girişimcilerin de işlerini başarı ile sürdürebilmeleri ve firmalarını başarılı yapmak amacıyla mali okuryazarlığa ilgi gösterdikleri bilinmektedir (Cvrilje, 2015, s.158).

Bu durum da mali okuryazarlık eksikliği bireylerin kendilerine güvenini olumsuz etkilemekte, korkularını tetiklemektedir. Çevrelerinde vergi konularında sorun yaşayanların varlığı da bu korkuları arttırmaktadır. Korku ve güven eksikliği ise gençlerin kariyer olarak girişimciliği seçmelerini önlemekte, onları maaş karşılığı çalışmaya yönlendirmektedir. Buna karşın vergi ve mali okuryazarlık seviyesi yüksek olan bireylerin de kendilerine güveni artmakta ve girişimcilik kariyerlerinde daha başarılı olmaktadır. Bu nedenle girişimciler de vergi ve mali okuryazarlık konularına ilgi göstermekte ve öğrenmeye gayret etmektedirler.

## 2. Yöntem

Girişimcilik eğilimleri ve girişimcilik potansiyeli ile mali okuryazarlık arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla Karadeniz Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerine 01 Nisan 2019 ile 30 Nisan 2019

tarihleri arasında anket uygulanmıştır. 415 adet anket uygulanmış ama eksik veya hatalı doldurulması nedeniyle 8 anket devre dışı bırakılarak toplamda 407 adet anket üzerinde çalışılmıştır. 100.000 kişilik bir evrende %5 hata payı ile doğru tahminde bulunmak için 382 kişilik bir örneklem ile çalışmak kafidir (Küçük, 2016, s.95). Anketin ilk kısmında öğrencilere haklarındaki yaş, cinsiyet gibi demografik bilgiler sorulmuştur. İkinci kısımda ise Duran vd. (2013) tarafından kullanılmış olan girişimcilik potansiyeli ölçeği; Yılmaz ve Sünbül (2009), Köksal ve Penez (2015) tarafından kullanılan girişimcilik eğilimi ölçeği ve Teyyare vd. (2018) tarafından geliştirilen mali okuryazarlık ölçekleri kullanılmıştır. Söz konusu ölçeklerde beşli Likert kullanılmıştır ve geçerlilikleri kanıtlanmıştır. Hipotez testleri ve korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir.

### 3. Bulgular

Anketin ilk kısmında sorulan demografik sorulara verilen sorular ve cevapları Tablo 2’de verilmiştir. Örneklem lisans öğrencilerinden oluşması nedeniyle 19 yaş (%20,4), 20 yaş (%27,5) ve 21 yaş (%24,1) gruplarında yoğunlaşma olduğu görülmüştür. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültelerinde eğitim gören öğrenciler arasında kız öğrencilerin fazlalığı da sonuçlarda etkili olmuş ve katılımcıların %58,5’inin kız olduğu görülmüştür. Katılımcıların babalarının mesleğinde kamu sektörü (%25,6) ve özel sektör (%35,4) ön plana çıkmaktadır. Babası esnaf ve girişimci olan katılımcıların oranı sadece %9,6’dır. Katılımcıların büyük çoğunluğunun annesi ev hanımıdır (%67,3). Bunu Türkiye’de kadınların işgücüne katılım oranının düşüklüğü ile açıklamak mümkündür. Annesi esnaf veya girişimci olan katılımcıların oranı da sadece %4,9’dur. Katılımcıların büyük çoğunluğunun ailesi evlidir (%89,9). Baba eğitim seviyesi incelendiğinde %53,1 gibi yüksek bir oranın ilköğretim mezunu olduğu görülmektedir. Bu eğitim grubunun içinde sadece okuryazar olanlar ve eski eğitim sisteminde ortaokul mezunları da bulunmaktadır. Babaları önlisans ve lisansüstü mezunu olanların sayısının düşük olması nedeniyle lisans mezunları ile birleştirilmiştir. Buna rağmen babası önlisans, lisans ve lisansüstü mezunu olanların oranı %13,5’dir. Katılımcıların annelerinin eğitim seviyesi babaların eğitim seviyesine göre daha düşüktür. Annelerin %70,5’i ilköğretim mezunudur. Anneleri önlisans, lisans ve lisansüstü mezunu olan katılımcıların oranı ise sadece %4,2’dir. Katılımcıların geliri açısından ön plana çıkan gelir grubu aylık 3001-4000 TL arası hane geliri olan gruptur (%25,8). Ayrıca aylık 0-2000 TL (%22,9) ve aylık 2001-3000 TL (%24,6) yakın yüzdelere sahip gruplardır. Sonuç olarak katılımcıların %73,3’ünün aylık gelirinin 4000 TL altı olduğu görülmekte, yani katılımcıların aylık gelir ortalamasının yüksek olmadığı görülmektedir. Girişimcilik eğilimi ve girişimcilik potansiyeli açısından önem arz eden konulardan biri de katılımcıların ailelerinde ve yakın çevrelerinde girişimci olup olmamasıdır. Ailesinde girişimci olanların oranı %17,9’dur. Katılımcıların yarıya yakınının (%48,9) ise yakın çevresinde girişimci bulunmaktadır.

**Tablo 2:** Demografik özellikler

Yaş	Frekans	%	Cinsiyet	Frekans	%
18 yaş ve altı	33	8,1	Erkek	169	41,5
19 yaş	83	20,4	Kadın	238	58,5
20 yaş	112	27,5	Toplam	407	100
21 yaş	98	24,1	<b>Anne Mesleği</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>
22 yaş ve üstü	81	19,9	Kamu	34	8,4
Toplam	407	100	Özel sektör	63	15,5
<b>Baba Mesleği</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>	Esnaf/girişimci	20	4,9
Kamu	104	25,6	Ev Hanımı	274	67,3
Özel sektör	144	35,4	Çiftçi	16	3,9
Esnaf/girişimci	39	9,6	Toplam	407	100
Çiftçi	40	9,8	<b>Anne Eğitim</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>

Emekli	42	10,3	İlköğretim	287	70,5
İşsiz	38	9,3	Lise	103	25,3
Toplam	407	100	Önlisans/lisans/lisansüstü	17	4,2
<b>Baba Eğitim</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>	Toplam	407	100
İlköğretim	216	53,1	<b>Ailenizde Girişimci var mı?</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>
Lise	136	33,4	Evet	73	17,9
Önlisans/lisans/lisansüstü	55	13,5	Hayır	313	76,9
Toplam	407	100	Cevap vermek istemiyor.	21	5,2
<b>Gelir</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>	Toplam	407	100
0-2000 TL	93	22,9	<b>Yakın Çevrenizde Girişimci Var mı?</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>
2001-3000 TL	100	24,6	Evet	199	48,9
3001-4000 TL	105	25,8	Hayır	185	45,5
4001-5000 TL	46	11,3	Cevap vermek istemiyor.	23	5,7
5001-6000 TL	26	6,4	Toplam	407	100
6001 + TL	37	9,1			
Toplam	407	100			

### 3.1. Girişimcilik Potansiyeli Hakkında Bulgular

Girişimcilik potansiyeli hakkındaki sorular sorulurken Duran vd.'nin (2013) çalışmasındaki ölçekten yararlanılmıştır. Sonuçlar ise Tablo 3'de verilmiştir. Ölçeğin güvenilirliği için yapılan test sonucunda Cronbach Alfa katsayısı 0,840 olması nedeniyle ölçek yüksek değerlerde güvenilirdir (Küçük, 2016, s.232). Soruların Çarpıklık ve Basıklık değerlerinin ise -1,5 ile +1,5 değerleri arasında olduğu görülmektedir. Bu bulgu verilerin normal dağılıma sahip olduğunu göstermektedir.

**Tablo 3:** Girişimcilik Potansiyeli Faktör Analizi

<b>GİRİŞİMCİLİK POTANSİYELİ</b>		<b>Ortalama</b>	<b>Faktör Yüğü</b>	<b>Çarpıklık</b>	<b>Basıklık</b>
<b>B7</b>	Kurmayı amaçladığım iş konusunda çok geniş tecrübelerim var.	2,73	,644	,215	-,253
<b>B8</b>	Vergi kayıtları, faturalar, defterler gibi evrakları hazırlamayı iyi biliyorum	2,75	,558	,172	-,353
<b>B9</b>	Finans ve pazarlama becerilerim çok iyidir.	2,91	,690	,022	-,405
<b>B11</b>	İşim için çok uygun bir kuruluş yeri belirledim	2,68	,753	,249	-,519



<b>B12</b>	Kuruluş yatırımları için yeterli bir mali kaynak bulacağıma inanıyorum	2,93	,745	-,020	-,716
<b>B13</b>	İlk yılki faaliyet giderleri için bana destek olabilecek yakınlarım var	2,92	,673	-,015	-1,002
<b>B14</b>	Ucuz ve kaliteli hammadde satıcılarını tanıyorum	2,67	,782	,298	-,828
<b>B15</b>	Ucuz ve kaliteli hammadde satıcılarını tanıyorum	3,54	,650	-,729	-,398

Girişimcilik potansiyeli ölçeği için keşfedici faktör analizi (KFA) yapılmıştır. Analiz neticesinde ölçeğe ait B1,B2,B3,B4,B5,B6, B10, B16, B17 ve B18 soruları faktör yükleri düşük çıktığı için analizden çıkarılmıştır. Neticede tek faktörlü ve 8 maddeden oluşan bir yapıya ulaşılmıştır. Ölçeğin faktör yükleri 0,558 ile 0,782 arasında elde edilmiştir. Ölçeğin toplam varyansın % 47,628'ini açıkladığı bulgusuna ulaşılmıştır.

KFA sonucu ölçeğin KMO değeri 0,829 olarak elde edilmiştir. Barlett küresellik testi sonucu ki kare değeri 1177,824, serbestlik derecesi 28 olarak bulunmuş ve test anlamlı olarak ( $p < 0,05$ ) elde edilmiştir. Bu bulgular ölçeğin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

Ölçeğin AVE değeri 0,476 olarak ve CR değeri 0,878 olarak elde edilmiştir. AVE değerinin 0,50'ye çok yakın çıkması, CR>0,80 olması ve CR>AVE sonucuna ulaşılması ölçeğin komposit (bileşen) geçerliğini sağladığını göstermektedir.

### 3.2 Girişimcilik Eğilimi

Girişimcilik eğilimi ile ilgili sorular sorulurken Yılmaz ve Sünbül (2009), Köksal ve Penez (2015)'in çalışmalarından faydalanılmıştır. Girişimcilik eğilimi hakkındaki soruların sonuçları Tablo 4'de verilmiştir. Ölçeğin güvenilir olup olmadığının anlaşılması için yapılan güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach Alfa değeri 0,976 olarak bulunmuştur, yani ölçek yüksek düzeyde güvenilirdir (Küçük, 2016, s.232). Soruların tamamının Çarpıklık ve Basıklık değerleri ise -1,5 ile +1,5 değeri arasındadır. Dolayısıyla verilerin normal dağıldığı kabul edilebilir.

**Tablo 4:** Girişimcilik Eğilimi Faktör Analizi

<b>GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ</b>		<b>Ortalama</b>	<b>Faktör Yükü</b>	<b>Çarpıklık</b>	<b>Basıklık</b>
<b>C1</b>	İşimde geçmiş performansımın daha iyi olabilmek için daha çok çaba harcamaya çalışırım	3,49	,699	-,663	,196
<b>C2</b>	Görevimin son derece zor olduğu zamanlarda elimden gelenin en iyisini yaparım.	3,52	,749	-,529	-,170
<b>C3</b>	İstediğim şeyi elde ettiğim zaman bunun sebebini genellikle kendi yeteneklerim olduğu düşünürüm.	3,62	,762	-,602	-,082
<b>C4</b>	İşlerimde kendi kararlarım etkilidir.	3,70	,639	-,779	,461
<b>C5</b>	Kendi işimi kurabilirim.	3,56	,783	-,532	,150
<b>C6</b>	İşten zorunlu olarak ayrılısam işle ilgili kendime seçenekler oluşturabilirim.	3,52	,698	-,628	,338
<b>C7</b>	Zor durumlarda seçenekler oluşturabilirim.	3,66	,780	-,603	,188
<b>C8</b>	Farklı insanlarla dostluklar kurabilirim.	3,69	,752	-,671	,145
<b>C9</b>	Denemediklerimi denemekten çekinmem.	3,69	,737	-,731	,274

C10	Kendimde farklı işler yapabilecek enerjiyi hissederim.	3,67	,828	-,734	,333
C11	Arkadaşlarıma değişik iş projelerden söz ederim.	3,59	,754	-,756	,471
C12	Yeteneklerimi uygulayabilecek alanlar oluştururum.	3,68	,764	-,642	,169
C13	Arkadaşlarımdan gelen bazı projelere katılmaktan çekinmem	3,67	,742	-,612	-,015
C14	Hayatımı dış etkenlere bırakmam	3,50	,584	-,676	,429
C15	Kararımla hayatımı şekillendirebileceğimi düşünüyorum.	3,62	,565	-,505	-,104
C16	Risk almaktan çekinmem	3,60	,775	-,699	,140
C17	Geleceği görerek ona dönük hazırlıklar yapabilirim.	3,64	,784	-,731	,496
C18	Yeni bir şeyleri denememe imkân veren projeler üzerinde çalışmayı severim.	3,66	,776	-,660	,307
C19	Eski fikirlere ve uygulamalara meydan okumayı ve daha iyilerini araştırmayı severim.	3,63	,760	-,643	,345
C20	Yeni bir perspektiften bakmama imkân sağlayan proje ve işlerle uğraşırım.	3,60	,773	-,667	,094
C21	Geçmişte başkaları tarafından kullanılmamış yeni yöntemlerle çalışmayı denerim.	3,62	,785	-,680	,452
C22	Yeterli çabayla, her türlü sorunu ortadan kaldırabiliriz.	3,70	,854	-,635	,178
C23	Yaptığım planları yürütebileceğimden çoğunlukla eminimdir.	3,64	,792	-,682	,213
C24	Yeni bir durum ve uygulamaya adapte olmakta sorun yaşamam.	3,58	,805	-,565	,047
C25	Üzerinde çalıştığım bir konuda hata yapmaktan çekinmem.	3,62	,799	-,643	,091
C26	Her işin bir riski vardır. İşimde her türlü riski göze alabilirim.	3,70	,780	-,725	,439
C27	Başarıyı sağlayacak uygun yöntem ve tekniklerin arayışı içerisindeyimdir.	3,90	,711	-,983	,909
C28	Karşıma çıkan fırsatları değerlendirebilirim.	3,78	,776	-,848	,868
C29	Elimdeki kaynakları bir araya getirerek verimliliğe dönüştürebilirim.	3,64	,775	-,582	,015
C30	İşimde ve çalışmalarımda ortaya çıkan değişimlere açıgımdır.	3,84	,726	-,880	,578
C31	İşimi severek ve azimle yaparım.	3,72	,690	-,685	,283
C32	İşimde yaratıcılık yönüm güçlüdür.	3,71	,683	-,690	,354
C33	İşimi gerçekleştirirken, herhangi bir ekip ya da kişiyle çalışabilirim.	3,51	,603	-,492	-,016
C34	Bir işte ya da uygulamada liderliği ele almaktan çekinmem.	3,64	,648	-,492	,029
C35	İş konusunda gelecekle ilgili etkili kararlar alabilirim.	3,72	,760	-,794	,573

<b>C36</b>	Farklı işlere yönelik motivasyonum ve eğilimlerim güçlüdür.	3,80	,691	-,726	,449
------------	---	------	------	-------	------

KFA sonucu ölçeğin 36 maddeden oluşan tek faktörlü bir yapıya ulaşılmıştır. Ölçeğin faktör yükleri 0,565 ile 0,854 arasında elde edilmiştir. Ölçeğin toplam varyansın % 54,958' ini açıkladığı bulgusuna ulaşılmıştır.

KFA sonucu ölçeğin KMO değeri 0,943 olarak elde edilmiştir. Barlett küresellik testi sonucu ki kare değeri 15962,553, serbestlik derecesi 630 olarak bulunmuş ve test anlamlı olarak ( $p < 0,05$ ) elde edilmiştir. Bu bulgular ölçeğin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

Ölçeğin AVE değeri 0,549 olarak ve CR değeri 0,977 olarak elde edilmiştir.  $AVE > 0,50$ ,  $CR > 0,80$  olması ve  $CR > AVE$  sonucuna ulaşılması ölçeğin komposit (bileşen) geçerliğini sağladığını göstermektedir.

### 3.3. Mali Okuryazarlıkla İlgili Sonuçlar

Mali okuryazarlık soruları için Teyyare vd. (2018) tarafından geliştirilen mali okuryazarlık ölçeğinden faydalanılmıştır. Mali okuryazarlık sorularının sonuçları Tablo 5'de verilmiştir. Cronbach Alfa katsayısı 0,958 olması dolayısıyla ölçek yüksek düzeyde güvenilirdir (Küçük, 2016, s.232). Soruların tamamının Çarpıklık ve Basıklık değerleri ise -1,5 ile +1,5 değeri arasında olduğuna göre veriler normal dağılmış olarak ele alınıp istatistiksel analizler yapılabilir.

**Tablo 5:** Mali Okuryazarlık Faktör Analizi

<b>MALİ OKURYAZARLIK</b>		<b>Ortalama</b>	<b>Faktör Yükü</b>	<b>Çarpıklık</b>	<b>Basıklık</b>
<b>D1</b>	Kamu maliyesinin ne olduğunu ve ne ile ilgilendiğini bilirim.	3,96	,828	-,906	1,311
<b>D2</b>	Kamu kesiminin neden ekonomik faaliyette bulunduğunu bilirim	4,05	,869	-,873	1,419
<b>D3</b>	Kamu kesiminin hangi mal ve hizmetleri sunduğunu bilirim	3,99	,829	-,827	1,006
<b>D4</b>	Kamu harcamalarının neyi ifade ettiğini ve türlerini bilirim.	3,94	,753	-,554	,368
<b>D5</b>	Kamu harcamalarındaki değişimlerin ekonomiye etkilerini bilirim.	3,87	,712	-,561	,051
<b>D6</b>	Transfer Harcamalarının Ne olduğunu ve hangi amaçlarla yapıldığını bilirim	4,09	,786	-1,021	1,261
<b>D7</b>	Verginin ne olduğunu, türlerini ve hangi kaynaklardan alındığını bilirim.	3,88	,680	-,838	,872
<b>D8</b>	Alınan vergilerin nerelerde kullanıldığını bilirim.	3,79	,702	-,548	,453
<b>D9</b>	Vergi oranlarındaki değişimlerin ekonomik birimlere ve faaliyetlere etkilerini bilirim	3,90	,750	-,799	,770
<b>D10</b>	Devlet Bütçesinin ne olduğunu ve bütçenin neyi kapsadığını bilirim	3,97	,773	-,850	,732
<b>D11</b>	Denk Bütçe, Bütçe fazlası ve bütçe açığı kavramlarının neyi ifade ettiğini bilirim.	3,90	,792	-,676	,115

<b>D12</b>	Borçlanmanın türlerini ve hangi yollarla yapılabildiğini bilirim.	3,98	,868	-,822	,725
<b>D13</b>	Borçlanmanın ekonomi üzerindeki etkilerini bilirim	4,08	,861	-,979	1,456
<b>D14</b>	Devletin gelir kaynaklarının neler olduğunu bilirim.	3,97	,877	-,777	,940
<b>D15</b>	Karşı karşıya kalabileceğim tüm güncel vergi oranlarını ve ödeyebileceğim miktarları bilirim.	4,03	,859	-,961	1,632

KFA sonucu ölçeğin 15 maddeden oluşan tek faktörlü bir yapıya ulaşılmıştır. Ölçeğin faktör yükleri 0,680 ile 0,877 arasında elde edilmiştir. Ölçeğin toplam varyansın % 63,776'sını açıkladığı bulgusuna ulaşılmıştır.

KFA sonucu ölçeğin KMO değeri 0,933 olarak elde edilmiştir. Barlett küresellik testi sonucu ki kare değeri 6063,019, serbestlik derecesi 105 olarak bulunmuş ve test anlamlı olarak ( $p < 0,05$ ) elde edilmiştir. Bu bulgular ölçeğin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

Ölçeğin AVE değeri 0,637 olarak ve CR değeri 0,963 olarak elde edilmiştir.  $AVE > 0,50$ ,  $CR > 0,80$  olması ve  $CR > AVE$  sonucuna ulaşılması ölçeğin komposit (bileşen) geçerliğini sağladığını göstermektedir.

### 3.4. Korelasyon ve Regresyon Analizi Sonuçları

Girişimcilik Potansiyeli (GP), Girişimcilik Eğilimi (GE) ve Maliokuryazarlık (MY) arasında korelasyon analizi yapılmış ve sonuçlar Tablo 6'da verilmiştir.

**Tablo 6:** Korelasyon analizi

	<b>Ort.</b>	<b>Std. Sapma</b>	Girişimcilik Eğilimi	Mali Okuryazarlık	Girişimcilik Potansiyeli
Girişimcilik Eğilimi	3,6507	,73160	1		
Mali Okuryazarlık	3,9604	,68210	,444**	1	
Girişimcilik Potansiyeli	2,8916	,77535	,528**	,245**	1

Korelasyon tablosuna göre aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

a) Girişimcilik eğilimi (GE) ile girişimcilik potansiyeli (GP) arasında korelasyon katsayısı 0,528'dir. Bu değer 0,40 ile 0,60 arasında olması dolayısıyla 0,01, anlamlılık düzeyinde orta seviyede anlamlı ilişki vardır (Küçük, 2016).

b) Girişimcilik potansiyeli (GP) ile mali okuryazarlık (MY) arasında korelasyon katsayısı 0,245'dir ve değişkenler arasında 0,01 anlamlılık düzeyinde zayıf anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

c) Girişimcilik eğilimi (GE) ile mali okuryazarlık (MY) arasında korelasyon katsayısı 0,444'dür ve değişkenler arasında 0,01 anlamlılık düzeyinde orta ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Kuramsal çalışma neticesinde araştırmannın hipotezleri aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

H1: Mali okuryazarlık girişimcilik potansiyelini anlamlı olarak etkilemektedir.

H2: Girişimcilik potansiyeli girişimcilik eğilimini anlamlı olarak etkilemektedir.

H3: Mali okuryazarlık girişimcilik eğilimini anlamlı olarak etkilemektedir.

Araştırma hipotezlerini test edebilmek için regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 7'de verilmiştir. Modellerde Girişimcilik potansiyeli, Gir.Pot ile gösterilmektedir. Girişimcilik eğilimlerini ise Gir.Eği ve Mali okuryazarlık ise Mali.oky ile temsil edilmektedir.

**Tablo 7: Regresyon analizi**

Model	R <sup>2</sup> , (Adjusted R <sup>2</sup> )	Durbin Watson	Anova (F), (Sig.)	β <sub>0</sub> , (t), (sig)	B <sub>1</sub> , (t), (sig)
Model 1: Gir.Pot.=β <sub>0</sub> +β <sub>1</sub> .Mali.oky.	0.060 (0.058)	1.633	25,891 (0.000)	1,788 (8,126) (0.000)	,245 (5,088) (0.000)
Model 2: Gir.Eği= β <sub>0</sub> +β <sub>1</sub> .Gir.Pot.	0.279 (0.278)	1.861	156,940 (0.000)	2,209 (18,537) (0.000)	,528 (12,528) (0.000)
Model 3: Gir.Eği= β <sub>0</sub> +β <sub>1</sub> .Mali.oky.	0.197 (0.195)	1.823	99,369 (0.000)	1,765 (9,198) (0.000)	,444 (9,968) (0.000)

Regresyon analizi sonucu mali okuryazarlığın girişimcilik potansiyeli ve girişimcilik eğilimini pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır. Model 1 için R kare değeri 0,060 olarak elde edilmiştir. Bu bulgu girişimcilik potansiyelinin % 6 sının mali okuryazarlık tarafından açıklandığını göstermektedir. Standardize edilmiş katsayı tahmin değeri 0,245 olarak bulunmuştur. Bu bulgu mali okuryazarlığın 1 birim artması durumunda girişimcilik potansiyelinin 0,245 artış göstereceği anlamına gelmektedir. Model 3 için R kare değeri 0,197 olarak elde edilmiştir. Bu bulgu girişimcilik eğiliminin % 19,7'sinin mali okuryazarlık tarafından açıklandığını göstermektedir. Standardize edilmiş katsayı tahmin değeri 0,444 olarak bulunmuştur. Bu bulgu mali okuryazarlığın 1 birim artması durumunda girişimcilik eğiliminin 0,444 birim artacağı anlamına gelmektedir. Mali okuryazarlığın girişimcilik potansiyeline nazaran girişimcilik eğilimi üstünde daha güçlü bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Analiz neticesinde ayrıca girişimcilik potansiyelinin girişimcilik eğilimini pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır. R kare değeri 0,279 olarak elde edilmiştir. Bu bulgu girişimcilik eğiliminin % 27,9'unun girişimcilik potansiyeli tarafından açıklandığını göstermektedir. Standardize edilmiş katsayı tahmin değeri 0,528 olarak bulunmuştur. Bu bulgu girişimcilik potansiyelinin 1 birim artması durumunda girişimcilik eğiliminin 0,528 birim artacağı anlamına gelmektedir.

Modellerin hepsinde Durbin Watson değerleri 1.5-2.5 aralığındadır ve dolayısıyla değişkenler arasında otokorelasyon bulunmamaktadır.

#### 4.SONUÇ

Ekonomi politikaları açısından daha fazla sayıda girişimcinin ortaya çıkması ve girişimcilik eğilimlerinin artırılması önemlidir. Türkiye'nin ekonomik büyüme ve kalkınma hedeflerine ulaşabilmesi için KOSGEB başta olmak üzere çeşitli kurumlar ve devlet, girişimcileri desteklemektedir. Gençlerin girişimcilik eğilimlerinin artması için ekonomi, yönetim, maliye gibi konularda eğitim almalarının faydalı olacağına yönelik akademik çalışmalar mevcuttur (Dilek vd., 2019). Karadeniz Teknik Üniversitesi İİBF bünyesindeki öğrenciler üzerine düzenlenen anket ile mali okuryazarlık ile girişimcilik eğilimi ve potansiyeli arasındaki ilişkiler incelenmiştir.

Mali okuryazarlık ve vergi okuryazarlığı literatürde üzerinde yeni çalışılmaya başlanan bir konudur. Vergi okuryazarlığı ve mali okuryazarlığının artması ile beraber bireylerin vergilere uyumunun artacağı, devletin vergi hasılatının artacağı literatürdeki çalışmalarda belirlenmiştir. Ancak gençlerin girişimci olmaya yönlendirilmesi, girişimciliğin artması, yeni firmaların kurulması açısından elde edilecek faydalar yeterince analiz edilmemiştir. Diğer yandan girişimcilerin de firmalarını daha etkin yönetebilmek, başarılı olmak açısından vergi okuryazarlığı, mali okuryazarlık konularına ilgi göstereceği düşünülmektedir. Bu nedenlerden ötürü girişimcilik eğilimi, girişimcilik potansiyeli ve mali okuryazarlık arasındaki ilişkiler regresyon ve korelasyon analizleri ile incelenmiştir.

Bu araştırmada mali okuryazarlık ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönlü ve güçlü bir ilişki tespit edilmiştir. Mali okuryazarlık ile girişimcilik potansiyeli arasında da pozitif yönlü zayıf ilişki tespit edilmiştir. Regresyon analizi sonucunda da mali okuryazarlığın; girişimcilik potansiyeli ve girişimcilik eğilimi olumlu yönde etkilediği ortaya çıkmıştır. Bu sonuçlara göre maliye ve ekonomi derslerinin girişimcilik eğilimi ve potansiyelini olumlu yönde etkileyeceği görülmektedir. Gençlerin girişimciliğe özendirilmesi için maliye, ekonomi derslerinin de faydalı olduğu ve dolayısıyla üniversitelerde tüm birimlerde basit düzeyde de olsa ekonomi ve maliye derslerinin verilmesinin gerekliliği görülmüştür. Vergi okuryazarlığı hem bireylerin bilinçlenerek vergilerini tam ve doğru biçimde ödemesini sağlayarak hem de yeni girişimcilerin ortaya çıkmasını sağlayarak devletin vergi tahsilatını artırmaktadır.

## KAYNAKÇA

- AKALIN, G., & DİLEK, S. (2007). Belirsizlik Altında Firma Kararlarının İncelenmesi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(2).
- AKSEL, İ., & BAĞCI, Z. (2016). Girişimcilik Eğilimi; Bir Kamu Üniversitesinin İİBF'sinde Öğrenim Gören Son Sınıf Öğrencilerinde Bir Araştırma. *İtobiad: Journal of the Human & Social Science Researches*, 5(7), 2120-2133.
- ARSLAN, K. (2002). Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler ve Girişimcilik Eğilimleri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 3(2), 1-11.
- AYDIN, E. & ÖNER, G. (2016). Sosyal Bilgiler ve Sınıf Öğretmeni Adaylarının Girişimcilik Düzeylerinin İncelenmesi. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17(3), 497-515.
- BHUSHAN, P., & MEDURY, Y. (2013). Determining Tax Literacy of Salaried Individuals- An Empirical Analysis. *IOSR Journal of Business and Management*, 10 (6), 76-80.
- BİLGE, H. & BAL, V. (2012). Girişimcilik Eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16, 131-148.
- BOSMA, N. and HARDING, R. (2006), *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2006 Report*, Babson College and London Business School, London.
- CHARDON, T., ZWAAN, L., PALM, C. & LIU, Y. (2016). University Students and Tax Literacy: Opportunities and Lessons for Tax Teaching. *Journal of the Australasian Tax Teachers Association*, 11(1), 85-102.
- CURAL, M., PEKKAYA, M., & ALBAYRAK, E. C. (2018). Vergi Bilinci ve Vergiye Bakış Açıları: Zonguldak'taki SMMM'ler Üzerine Bir Uygulama. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 8(22), 46-64.
- CVRLJE, D. (2015). Tax Literacy as an Instrument of Combating and Overcoming Tax System Complexity, Low Tax Morale and Tax non-compliance. *The Macrotheme Review*, 4(3), 156-167.
- DİLEK, S. (2017). Oyun Teorisi Eşliğinde Sanayi Ekonomisi. Seçkin Yayınları.
- DİLEK, S.; Kesgingöz, H. & Nergiz, E. (2019). Ekonomi Okuryazarlığının Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisi. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 54(1), 89-107.
- DİLEK, S.; Kesgingöz, H., Konak, A. & Halıcıoğlu, S. (2018). Factors Affecting Economic Literacy. *Afro Eurasian Studies*, 7(1), 11-51.
- DİLEK, S.; Küçük, O. & Eleren, A. (2016). Kastamonu Üniversitesi Öğrencilerinin Ekonomi Okuryazarlığı. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(7), 1865-1878.
- DURAN, C., Büber, H. & Gümüştekin, G.E. (2013). Girişimcilik Hislerine Eğitimin Katkısı: Kütahya Meslek Yüksekokulu Makine Programı Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), 33-56.
- ESMER, Y., & Dayı, F. (2017). Entrepreneurial leadership: a theoretical framework. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(2), 112-124.
- FREUDENBERG, B., Chardon, T., Brimble, M., & Isle, M. B. (2017). Tax literacy of Australian small businesses. *J. Austl. Tax'n*, 19, 21.
- GRZYBOVSKİ, D., & HAHN, T. G. (2006). Educação fiscal: premissa para melhor percepção da questão tributária. *Revista de Administração Pública*, 40(5), 841-864.
- GÜMÜŞ, N., KANDEMİR, O., & BENLİ, T. (2017). A Research on the Determination of Entrepreneurship Tendencies of the Students From Turkic Countries Studying at Kastamonu University. *International Journal of Eurasia Social Sciences*, 8(29), 1091-1110.
- HALİS, M., ÖZSABUNCUOĞLU, İ.H., & ÖZSAĞIR, A. (2007). The Values of Entrepreneurship and Factors That Effect Entrepreneurship: Findings From Anatolia. *Serbian Journal of Management*, 2(1), 21-34.
- HANCIOĞLU, Y. & TEKİN, E. (2018). Genç Girişimci Adaylarının Girişimcilik Eğilimlerinin Değerlendirilmesi: Uygulamalı Girişimcilik Kampüsü Üzerine Bir Araştırma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8 (1), 213-246.
- İRMİŞ, A. & BARUTÇU, E. (2012). Öğrencilerin Kendilerini Girişimci bir Kişiliğe Sahip Görmelerini ve İş Kurma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Alan Çalışması. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26(2), 1-25.
- KILIÇ, R., KEKLİK, B., & ÇALIŞ, N. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma: Bandırma İİBF İşletme Bölümü Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 17(2), 423-435.
- KÖKSAL, Y., & PENEZ, S. (2015). Yüksek Girişimcilik Eğilimli Üniversiteli Gençlerin Demografik Özellikleri ve Sektör Tercihleri Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 20(1), 155-167
- KÜÇÜK, O. (2015). Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi. Seçkin Yayınları
- KÜÇÜK, O. (2016). Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ekin Yayınevi.
- LATİFF, A. R. A., NOORDİN, B. A. A., OMAR, M. R. C., & HARJITO, D. A. (2005). Tax Literacy Rate Among Taxpayers: Evidence from Malaysia. *Indonesian Journal of Accounting and Auditing*, 9(1), 1-10.
- MADİ, N., AMRİZAH, K., TAMOİ, J., MULİATİ, B.A.I., AİZİMAH, B.A.S. & KAMARUZAMAN, J. (2010). Tax Literacy Among Employees: Sabah and Sarawak's Perspective, *International Journal of Economics and Finance*, 2 (1), 218- 223.

- NÍCHÍTA, R.A. (2015). Is Tax Literacy Impacting on Tax Behaviour?. 2nd International Conference of the NORD events, Collaboration in Complex Systems, Sibiu.
- ÖMÜRBEK, N., ÇİÇEK, H. G., & ÇİÇEK, S. (2007). Vergi Bilinci Üzerine Bir İnceleme: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Yapılan Anketin Bulguları. *Maliye Dergisi*, 153 (2007), 102-122.
- PALMA, C. C., & PITA, M. (2015). Para uma Política de Educação e Cidadania Fiscal - os casos do Brasil, de Espanha e de Portugal. *Revista de Finanças Públicas E Direito Fiscalal*, 8(2), 29-62.
- PEHLİVAN, O. (2018). Kamu Maliyesi. Trabzon: Celepler Matbaacılık.
- PÍNTO, V. L., & TOMÉ, E. (2017). What is the relationship between tax literacy and intellectual capital of the certified accountant in Portuguese SMEs tax performance?. *Organizational Culture and Leadership's Impact on a Safety Program Change Model*, 323.
- SAĞLAM, M. (2013). Vergi Algısı ve Vergi Bilinci Üzerine Bir Araştırma: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerinde Vergi Algısı ve Bilinci. *Sosyoekonomi*, 19(1), 315-334.
- SCHOLZ, J. T. and LUBELL, M. (1998). To Collective Trust and Taxpaying: Testing the Heuristic Approach to Collective Action, *American Journal of Political Science* 42(2), 398-417.
- ŞENER, A. (1997). Verginin Önemi, Vergi Bilincinin Toplumda Yayılması ve Vergilerle İlgili Son Düzenlemeler. *Yaklaşım Dergisi*, 5(52), 8-9.
- TABACHNICK, B. G., & FIDELL, L. S. (2013). Using Multivariate Statistics (6th ed.). Boston, MA: Pearson Education.
- TEKİN, E. (2019), Girişimcilik ve Sosyal Sermaye, Eğitim Yayınevi.
- TEYYARE, E., & KUMBAŞLI, E. (2016). Vergi Bilinci ve Vergi Ahlakının Gelişmesinde Maliye Bölümü Eğitiminin Rolü. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(4), 1-30.
- TEYYARE, E., AYYILDIZ, B., DİRİCAN, H., ZIVALI, B.S., & RENKLİ, B. (2018). İktisadi ve Mali Okuryazarlık Üzerine Bir Araştırma: Abant İzzet Baysal Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Örneği. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 14(14), 99-120.
- TEYYARE, E. (2018). Maliye Eğitiminin Vergi Okuryazarlığı Düzeyine Etkisi: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Örneği. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 16(4), 315-333.
- TOJAL, P. S. C. (2011). A Literacia Fiscal: O Caso Português (Dissertação de Mestrado, Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro).
- TOP, S. (2006), Girişimcilik Keşif Süreci, Beta Yayınları
- TOP, S., ÇOLAKOĞLU, N. & DİLEK, S. (2012). Evaluating Entrepreneurship Intentions of Vocational High School Pupils Based On Self-Efficacy Concept. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 58, 934-943.
- VALANTIEJUS, G. (2016). Educological Approach to Tax Literacy: Assumptions and Perspectives In Lithuania. *Societal Studies*, 8(1), 95-117.
- VERNON, L. (2005). Policy options to support entrepreneurship among low-income Americans. *POLICY*.
- VOVCHENKO, N. G., GALAZOVA, S. S., DANCHENKO, E. A., IVANOVA, O. B., & KOSTOGLODOVA, E. D. (2018). Improvement of Financial Literacy as a Crucial Factor of Economic Development. *European Research Studies*, 21, 16.
- YARDIMCIOĞLU, M., YUSUF, A. & YAHYA, G. (2014). Vergi Okuryazarlığı ve Vergisel Farkındalık: Kahramanmaraş Araştırması, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(2), 95-119.
- YERMEKBAYEVA, B. ZH. and YERMEKOVA, ZH. (2016). The development strategy of Kazakhstan's tax services. *The Journal of Economic Research & Business Administration*, 114(2).
- YILMAZ, E. & SÜNBÜL A.M. (2009). Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, 195-203.

## FINANCIAL STRATEGIC ANALYSIS IN SMEs: THE CASE OF AMASYA PROVINCE

### KOBİLERDE FİNANSAL STRATEJİK ANALİZ: AMASYA İLİ ÖRNEĞİ

Yusuf ESMER\*

#### Abstract

Strategic management refers to the development of a management approach that takes into account both the internal and external environments in which an enterprise operates. Strategic analysis is an important stage of strategic management process. A strategic objective of enterprises is to make a profit above the sector average. It is both a financial objective and is directly associated with the ability of enterprises to stay in the market and to achieve their other objectives. Therefore, strategic financial analysis should be performed on enterprises. The aim of this study is to make financial strategic analysis of Small and Medium Enterprises (SMEs). Study sample consisted of managers of 10 SMEs operating in Amasya, Turkey. Data were collected using a Financial Strategic Analysis Form. Data were analyzed using SWOT analysis to identify the SMEs' strengths, weaknesses, opportunities and threats. As a result of SWOT analysis, four common financial strategies were developed for enterprises. These strategies were 1) investing idle cash in appropriate financial instruments, 2) accelerating the collection of receivables, 3) minimizing exchange rate and interest rate risks by trading in futures market and 4) reducing the cost of production.

**Keywords:** Strategic Management, Financial Strategic Analysis, Financial SWOT Analysis, Financial Strategy, SMEs

**JEL Classification:** M10, M19, P33

#### Öz

Stratejik yönetim, bir işletmenin iç çevresiyle birlikte dış çevresini de dikkate alan bir yönetim anlayışı benimsemesidir. Stratejik yönetim sürecinin en önemli aşamalarından biri ise stratejik analizdir. İşletmelerin stratejik amaçlarından biri de sektör ortalamasının üzerinde kar sağlamaktır. Bu amaç finansal bir amaç olmanın yanında işletmelerin yaşamlarını sürdürebilmeleri ve diğer amaçlarını gerçekleştirebilmeleri ile doğrudan ilişkilidir. Bu nedenle işletmelerin finansal bağlamda stratejik analizlerinin yapılması gerekmektedir. Bu çalışmada KOBİ'lerin finansal stratejik analizlerinin yapılması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda Türkiye'nin Amasya ilinde faaliyet gösteren 10 KOBİ yöneticisinden "Finansal Stratejik Analiz Formu" vasıtasıyla veri toplanmıştır. Toplanan veriler SWOT analizi tekniği ile analiz edilerek işletmelerin finansal üstünlük ve zayıflıkları ile finansal tehdit ve fırsatları belirlenmiştir. Ayrıca SWOT analizi sonucunda işletmeler için 4 finansal strateji geliştirilmiştir. Bunlar; Strateji 1: Atıl nakdi uygun finansal araçlarda değerlendirmek, Strateji 2: Alacakların tahsilatını hızlandırmak, Strateji 3: Vadeli işlemler piyasasında işlem yaparak kur ve faiz oranı riskini minimize etmek, Strateji 4: Üretim maliyetini düşürmektir.

**Anahtar Kelimeler:** Stratejik Yönetim, Finansal Stratejik Analiz, Finansal SWOT Analizi, Finansal Strateji, KOBİ'ler

**Jel Sınıflandırması:** M10, M19, P33

---

\* Asst. Prof. Dr., Bayburt University, Department of Management and Information Systems, [yesmer@bayburt.edu.tr](mailto:yesmer@bayburt.edu.tr), Orcid: 0000-0003-3691-1730.



## 1. Introduction

Strategic management makes it possible for enterprises to survive today's ever changing and challenging competitive conditions. Strategic management refers to the development of a management approach that takes into account both the internal and external environments in which an enterprise operates. In other words, strategic management is a management technique that enables a for-profit or non-profit enterprise operating in the private or public sector to develop strategies, policies and tactics to achieve the goals that it has set for itself (Aktan, 2008: 5). The strategic management of enterprises has 4 objectives: (1) Long-term final outcome (2) Surviving in the long term, (3) Sustainable competitive advantage and (4) generating above average income. Strategic management is the execution of planning, organizing, directing, coordination and supervisory functions to enable enterprises to achieve their strategic goals effectively and efficiently (Ulgen and Mirze, 2018: 7-8). Strategic management, therefore, refers to the strategic organization of resources related to functional areas such as finance, production, marketing, technology and human (Ritson, 2011: 17). Strategic management is also a systematic management approach in which strategic thinking composed of strategy development, implementation and learning is executed (Guclu, 2003: 77).

Strategic management starts with strategic awareness and ends with strategic control. One of the most important steps in this process is strategic analysis, during which enterprises analyze both the internal and external environments in which they operate. Another strategic management objective of enterprises is to make a profit above the sector average. It is both a financial objective and is directly associated with the ability of enterprises to stay in the market and to achieve their other objectives. Strategic financial analysis should, therefore, be conducted on enterprises to determine their financial strengths and weaknesses, and future opportunities and threats.

The aim of this study is to make financial strategic analysis of SMEs to contribute to the relevant literature. To this end, SMEs' financial strengths, weaknesses, opportunities and threats were determined, and common financial strategies were developed. This study is important in the sense that it will contribute to the literature of financial strategic analysis, which is understudied in general, and to the enterprise world.

## 2. Financial Strategic Analysis

Strategy is an important concept for all enterprises. When defining strategy, Porter (1996: 1) refers to its three important principles: (1) creating a unique and valuable position that includes a range of activities, (2) making trade-offs in competition to choose what not to do, and (3) creating 'fit' among a company's activities. An enterprise uses strategies to protect what is distinctive about itself and to achieve a sustainable competitive advantage. Strategy means performing different activities from rivals or performing similar activities in different ways. In this context, each enterprise should develop and implement appropriate strategies to achieve its objectives (Yuksel, 2017: 5). Strategic analysis is an important stage in the strategy development process. Strategic analysis consists of two stages: analysis of internal and external environments. Internal environment analysis identifies the strengths and weaknesses of an enterprise while external environmental analysis identifies future threats and opportunities. Since, the most important strategic objectives (e.g. making a profit above average) of enterprises are financial, strategic analysis should be conducted financially as well as cash budgeting (Ulusoy et al., 2019: 1893). Therefore, financial strategic analysis is a process in which the current financial strengths and weaknesses and future financial opportunities and threats of an enterprise are identified to establish financial strategies.

In this context, the financial strategy of an enterprise is to use financial instruments to maximize shareholder value. Financial strategy is interested in numbers that characterize enterprise performance and determine ways to increase investment profits. Financial strategic analysis specifies the details of overall strategic objectives and assesses the likelihood of achieving them and their outcomes. Since small enterprises lack financial resources to withstand major losses, they should concentrate their financial strategies on profitability (Markgraf, 2019: 1). Financial strategy helps enterprises improve their position. Enterprises should conduct strategic analysis (efficient assessment of financing, investment and enterprise assets) to establish financial strategies (Oncu et al., 2010a: 33-34; Met and Akkasoglu, 2013: 230). Financial strategy depends, as a functional strategy, on corporate strategy in general, and therefore, includes profit distribution, investment, financing and legal relations strategies (Pavliček, 2009a: 2). Financial strategic analysis provides the necessary structure for establishing financial strategies, assessing opportunities for enterprise and contributing to organizational performance (The University of Melbourne, 2018: 1). For strategic analysis, different techniques are used, the most common of which is SWOT analysis. In contrast to a general SWOT analysis, a financial SWOT analysis that determines enterprises' financial status and allows them to develop strategies were used in this study.

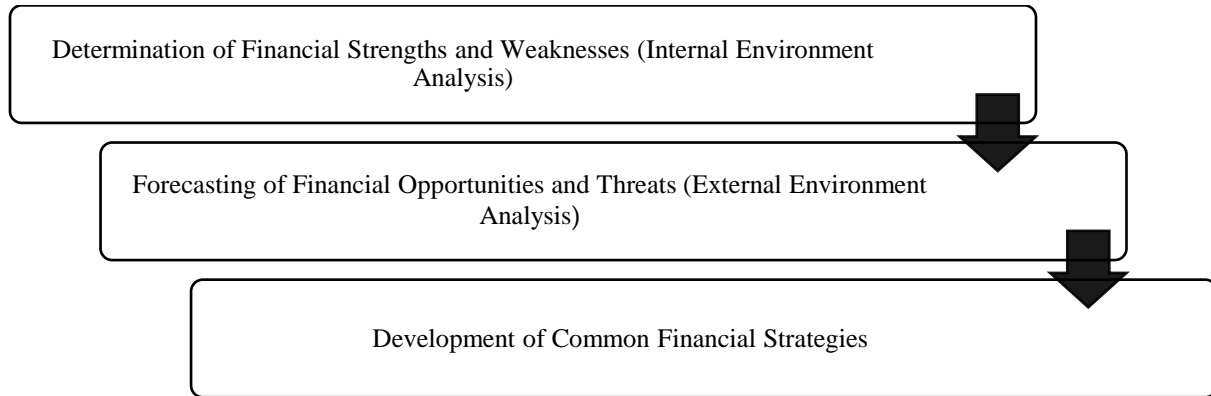
### 3. Methodology

This section addresses the purpose and model of the study and the methods used.

#### 3.1. Purpose and Model

The aim of this study is to make financial strategic analysis of SMEs and develop common financial strategies for them. Figure 1 shows the research model.

**Figure 1.** Research Model



**Source:** Esmer and Pabuccu, 2019a:115; Acar and Ozdasli, 2017a: 307; Anafarta, 2001a: 6; Oncu et al., 2010b: 35; Pavlíček, 2009b: 1-2

The research model consists of 3 stages: (1) Determination of financial strengths and weaknesses, (2) prediction of financial threats and opportunities and (3) development of common financial strategies for SMEs as a result of strategic analysis (Financial SWOT) (Esmer and Pabuccu, 2019b:115; Acar and Ozdasli, 2017b: 307; Anafarta, 2001b: 6; Oncu et al., 2010c: 35; Pavlíček, 2009c: 1-2).

#### 3.2. Method

A qualitative research method was used. Data on the SMEs' financial status were collected using a questionnaire (Financial Strategic Analysis Form) consisting of open-ended questions eliciting information on the number of employees, duration of activity, sectors in which they operate, and their strengths, weaknesses, threats and opportunities. The research was conducted in Amasya. The study population consisted of SMEs operating in Amasya. The study sample consisted of randomly selected 10 SMEs (5 small- and 5 medium-sized enterprises). The managers of the SMEs filled out the questionnaire. The data were analyzed using SWOT analysis, which is described below.

##### 3.2.1. Financial SWOT Analysis

SWOT analysis is an important instrument widely used to establish institutional and competitive strategies in planning and management (Gurel and Tat, 2017: 995). SWOT stands for Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (Kamilcelebi, 2012: 46). SWOT analysis is a situation matrix used to determine the strengths, weaknesses, opportunities and threats of people, businesses and sectors arising from their unique characteristics (Kusat, 2014: 311). SWOT analysis examines enterprises' strengths and weaknesses and future opportunities and threats (Isseveroglu and Hatunoglu, 2012: 156). SWOT analysis identifies what enterprises should do to achieve their future goals and allows them to plan their future positions in advance (Ildirimli, 2017: 49). SWOT analysis consists of two parts: internal environment analysis and external environment analysis. Internal Environment Analysis (IEA) involves analysis of strengths and weaknesses of an enterprise while External Environment Analysis (EEA) involves analysis of opportunities and threats that an enterprise may encounter due to external factors. In other words, the IEA is about the enterprise itself while the EEA is about external factors (rivals, etc.) (Babazade, 2017: 54). SWOT analysis allows enterprises to focus on internal factors (strengths and weaknesses) over which they have control and on external factors (opportunities and threats) for which they can proactively prepare themselves. A smart SWOT analysis provides a clear view of these four key factors that provide a framework for ongoing action plans (Gordon Advisors, 2017: 1). In this context, financial SWOT analysis is defined as an analysis technique used to determine an enterprise's current financial strengths and weaknesses and future opportunities and threats. The aim of financial SWOT analysis is to determine the financial position of an enterprise to allow it to develop strategies in advance for negative situations that it may face in the future.

## 4. Findings

This section presents the characteristics (the number of employees, duration of activity, sectors in which they operate) of the SMEs and financial SWOT analysis findings.

### 4.1. Numerical Findings Regarding SMEs

The study sample consisted of 5 small-sized and 5 medium-sized enterprises. The small-sized enterprises employ 3 people on average and have been operating in food and beverage, paper and plastic packaging, electrical energy and organic fertilizer, natural gas, heating and cooling sectors for about 4 years. The medium-sized enterprises employ 73 people on average and have been operating wire and by-products, sugar production and animal husbandry, heating and air conditioning and construction and building sectors for about 7 years. These findings are summarized in Table 1.

**Table 1.** Numerical Findings Regarding SMEs

Size	Small-sized	Medium-sized
Number of sample	5	5
Sector	Food and beverage, paper and plastic packaging, electrical energy and organic fertilizer, natural gas, heating and cooling sectors.	Wire and by-products, sugar production and animal husbandry, heating and air conditioning and construction and building sectors.
Duration of activity (year)	4	7
Number of employees	3	73

### 4.2. Financial SWOT Analysis Findings

The financial SWOT matrix in Table 2 shows the interview findings.

**Table 2.** Financial SWOT Matrix

<b>Internal Factors (Internal Environment Analysis)</b>	
<b>Strengths (S)</b>	<b>Weaknesses (W)</b>
High liquidity	Increase in production costs
Investing cash surplus	Insufficient inventory
Equity-oriented financial structure	Investments with low profitability
Developing new products and services	Inadequate conversion of receivables into liquidity
Low costs of raw material supply	Investments with low profitability
Purchasing raw materials at a reduced price	Costly import
Investing cash surplus in short-term markets	High borrowing costs
Fast cash return	Lack of incentives in some sectors
<b>External Factors (External Environment Analysis)</b>	
<b>Opportunities (O)</b>	<b>Threats (T)</b>
Increased demand for new products	Poor production in some sectors
Continuous increase in investments	Political uncertainties
Support by KOSGEB	Rapid rise in interest rates
SME support by Eximbank	Rise in foreign exchange rates
Export opportunity	Liquidation or bankruptcy of enterprises
Rise in global prices	High energy costs
Cheap domestic goods	Increase in raw material costs
Increase in demand greater than increase in supply	Increase in fuel prices

Four strategies representing each dimension of SWOT analysis have been developed. Strategy 1 (SS): Investing idle cash in appropriate financial instruments, Strategy 2 (SW): Accelerating the collection of receivables, Strategy 3 (SO): Minimizing exchange rate and interest rate risk by trading in futures market, Strategy 4 (ST): Reducing the cost of production.

The strengths show that 6 of the SMEs have high liquidity because fast cash return increases the amount of cash assets, enabling them to pay their debts due. In addition, liquidity allows the SMEs to purchase raw materials at a reduced price. However, liquidity investments provide additional income. Financing with shareholders' equity reduces the borrowing costs of the SMEs. Strong shareholders' equity enables the SMEs to have more robust financial structures in the face of financial crises.

The weaknesses show that the costs of the sectors are increasing. Especially the rise in raw material costs results in a decline in the sales volumes of some products and services. Moreover, high energy costs prevent competitive prices. Some SMEs have difficulty converting their receivables into cash. One reason why the SMEs have low borrowing tendency is the increase in interest rates. The increase in capital costs reduces the amount of credit that the enterprises use. The increase in the exchange rate increases the import costs of the SMEs.

The opportunities show that the demand in the market is increasing. The SMEs make new investments as the demand for their products increases. They benefit from KOSGEB supports. The increase in exports exchange rate has led to the production of goods at a cheaper price, which have become cheaper for export, resulting in an increase in demand for exports. Some of the SMEs accelerate the cash conversion cycle by exporting and reduce the costs of futures sales. Exports are increasing with increases in prices in global markets and decreases in domestic production costs.

The last part of SWOT analysis addresses the threats that the SMEs might encounter in the future. The rapid rise in exchange rate raises the import price. Expensive products cannot be sold in the domestic market, resulting in a decrease in market volume. The increase in interest rates reduces the demand for some products and services. The SMEs with no cash conversion cycle go bankrupt or enter into liquidation. Increases in energy costs have increased the costs of the SMEs. High costs cause them to work with lower profit margins. As a result, competition declines significantly. Therefore, lowering production costs or increasing sales prices increases the SMEs' profitability. In light of this information, it can be said that the most appropriate strategy for SMEs is "reducing the cost of production (ST)".

## **5. Conclusion and Suggestions**

Economic fluctuations ( sudden rise in prices, inflation, financial crisis etc.) affect enterprises' financial status positively or negatively. The increase in costs with sudden and sharp increase in prices has negatively affected the profits and profitability of enterprises. Those that pass on the increase in costs to prices have difficulty finding customers. In this economic uncertainty, consumers used their liquid assets cautiously and reduced their spending on non-essential needs. Thus, the rapid rise in exchange rates caused a serious decline in sales in many sectors. Many enterprises entered into liquidation, declared concordat or went bankrupt.

Adverse economic developments adversely affect the financial structure of enterprises. As seen in the previous year, especially the increase in the loan costs of enterprises trading in foreign currencies has disturbed the distribution of their financing sources. Therefore, the main purpose of this study was to develop strategies for financial resource planning of enterprises and to take precautionary measures for possible negative situations in the future. Thus, enterprises can strengthen the structure and distribution of their own financing resources and be less affected by crises. To this end, this study performed the financial strategic analysis of SMEs operating in Amasya. SWOT analysis was used. As a result of the analysis, four financial strategies were developed for all SMEs. These strategies were (1) investing idle cash in appropriate financial instruments, (2) accelerating the collection of receivables, (3) minimizing exchange rate and interest rate risk by trading in futures market, and (4) reducing the cost of production. While all of these strategies are important, the most appropriate for SMEs is "reducing the cost of production". Because with the financial crises experienced in recent years, prices have increased continuously and increased the production costs of SMEs. In this case, it is recommended that SMEs use domestic raw materials in production and e-commerce in marketing to reduce production costs.

Analysis results show that the SMEs have high liquidity. The managers of the SMEs stated that they used liquidity to purchase raw materials at a reduced price and to invest their cash surplus in short-term markets. The fact that the SMEs are family businesses reduces their borrowing tendencies. The results of the financial SWOT analysis show that the greatest weakness of the SMEs is the increasing costs. The increase in raw material costs and the lack of inventories in some sectors have caused a decrease in sales. Moreover, high energy costs prevent competitive prices. Increases in capital costs decrease the amount of credit that the SMEs use. The SMEs benefit from the KOSGEB supports offered by the government. It is stated that the increase in exchange rates makes exports more attractive. Some of the SMEs accelerate the cash conversion cycle by exporting and reduce the costs of futures sales. However, the rapid increase in the exchange rate increases the import price. Costly raw material leads the SMEs to alternative means of production. The SMEs with no cash conversion cycle either go bankrupt or enter into liquidation. Rising costs have led the SMEs to operate with lower profit margins. However, the increase in costs significantly reduces the level of competition. SMEs should, therefore, keep up with developments in their sectors and take precautions against financial risks. We also believe that the financial SWOT

analysis of large-scale enterprises makes a significant contribution to the literature. In conclusion, this study on the financial strategic analysis of SMEs contributes to the strategic financial management literature and to the world of SMEs.

## References

- Acar, R., & Ozdasli, K. (2017). Bireysel Kariyer Planlama Yapmanin Ogrenci Basarisi Uzerindeki Etkisi: SBMYO Ogrenci Uzerine Bir Arastirma. *Mehmet Akif Ersoy Universitesi Sosyal Bilimler Enstitusu Dergisi*, 9(21), 301-314. doi:10.20875/makusobed.316449
- Aktan, C. C. (2008). Stratejik Yonetim ve Stratejik Planlama. *Cimento Isveren Dergisi*, 22(4), 4-21.
- Anafarta, N. (2001). Orta Duzey Yoneticilerin Kariyer Planlamasına Bireysel Perspektif. *Akdeniz I.I.B.F. Dergisi*, 1(2), 1-17.
- Babazade, U. (2017). *Sualti Dalis Turizmi Paydaslari ile Izmir Sualti Dalis Turizmine Yonelik Bir SWOT Analizi*. Yuksek Lisans Tezi, Mehmet Akif Ersoy Universitesi Sosyal Bilimler Enstitusu, Burdur.
- Esmer, Y., & Pabuccu, H. (2019). Stratejik Kariyer Planlama: Bulanik Mantik Yaklasimi. *Izmir Iktisat Dergisi*, 34(1), 111-124.
- Gordon Advisors. (2017). *What is a Financial SWOT Analysis?* Retrieved on 25.03.2019, from Blog: <https://www.gordoncpa.com/2017/10/24/what-is-a-financial-swot-analysis/>
- Guclu, N. (2003). Stratejik Yonetim. *G.U. Gazi Egitim Fakultesi Dergisi*, 23(2), 61-85.
- Gurel, E., & Tat, M. (2017). SWOT Analysis: A Theoretical Review. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(51), 994-1006. doi:10.17719/jisr.2017.1832
- Ildirimli, G. (2017). *Yat Turizmi Paydaslari ile Izmir Yat Turizmine Yonelik Bir SWOT Analizi*. Yuksek Lisans Tezi, Mehmet Akif Ersoy Universitesi Sosyal Bilimler Enstitusu, Burdur.
- Isseveroglu, G., & Hatunoglu, Z. (2012). Turkiye’de Bireysel Emeklilik Sisteminin Makro Ekonomik Dinamiklere Etkisi Kapsamında SWOT Analizi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (56), 155-174.
- Kamilcelebi, H. (2012). Turkiye’de Sigorta Sektorunun SWOT Analizi ve Bir Arastirma. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 4(1), 45-54.
- Kusat, N. (2014). Isparta Dis Ticaret Sektorunun SWOT Analizi Kapsamında Mevcut Durum Degerlendirmesi. *Cankiri Karatekin Universitesi Iktisadi ve Idari Bilimler Fakultesi Dergisi*, 4(1), 299-324.
- Markgraf, B. (2019). *Financial Strategy Analysis*. Retrieved on 25.03.2019, from Chron: <https://smallbusiness.chron.com/financial-strategy-analysis-43480.html>
- Met, O., & Akkasoglu, S. (2013). Krizlere Karsi Finansal Stratejiler: Antalya`da Konaklama Isletmelerinde Bir Arastirma. *17. Finans Sempozyumu*, (pp. 228-244), Mugla.
- Oncu, M. A., Comlekci, I., & Coskun, E. (2010). Havayolu Sirketlerinin Uyguladıkları Finansal Stratejiler Uzerine Bir Arastirma. *Ekonomik ve Sosyal Arastirmalar Dergisi*, 6(2), 27-58.
- Pavliček, J. (2009). Corporate Financial Strategy in SMEs. *Proceedings of the World Congress on Engineering*, II, 1-3.
- Porter, M. E. (1996). What Is Strategy? *Harvard Business Review*, Novembe-December, 1-20.
- Ritson, N. (2011). *Strategic Management*. Frederiksberg: Ventus Publishing ApS.
- The Univesity of Melbourne. (2018). *Strategic Financial Analysis (BUSA90475)*. Retrieved on 25.03.2019, from Graduate Coursework: <https://handbook.unimelb.edu.au/2018/subjects/busa90475/print>
- Ulgen, H., & Mirze, S. K. (2018). *Isletmelerde Stratejik Yonetim* (9. ed.). Istanbul: Beta Basim Yayin Dagitim.
- Ulusoy, T., Esmer, Y., & Dayi, F. (2019). Spor Isletmelerinde Nakit Yonetimi: BİST'de Bir Uygulama. *Manas Sosyal Arastirmalar Dergisi*, 8(2), 1889-1905.
- Yuksel, S. (2017). Strateji ve Finans. In H. Dincer, U. Hacioglu, & S. Yuksel, *Stratejik Finansal Yonetim*, (pp. 5-36). Ankara: Orion Yayinlari.

## **DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLARIN HİSSE SENEDİ PİYASALARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: G20 ÜLKELERİ ÖRNEĞİ**

### **THE IMPACT OF FOREIGN DIRECT INVESTMENT ON STOCK MARKETS: EVIDENCE FROM G20 COUNTRIES**

*Feyyaz ZEREN\**  
*Doğan KILIÇ\*\**

#### **Öz**

Özellikle 1980’li yılların sonlarından itibaren iktisadi yönden küreselleşmenin etkisiyle beraber birçok ülke kapalı ekonomiden dışa açık ekonomiye geçiş yapmıştır. Uluslararası yabancı sermaye hareketleri hız kazanmış, doğrudan yabancı yatırımlar birçok ülke ekonomisi için büyük önem taşıyor hale gelmiştir. Bu çalışmada doğrudan yabancı yatırımlar ile hisse senedi piyasaları arasındaki ilişki G20 (Avustralya ve Güney Kore hariç) örneklemini için araştırılmıştır. Analizler sırasında panellerin farklı seviyelerde durağan olduğu duruma uygun olan Emirmahmutoğlu ve Köse (2011) panel nedensellik testi kullanılmıştır. 2013Q1 – 2019Q2 dönemine ilişkin çeyreklik verilerin kullanıldığı çalışmanın sonucunda paneller bazında doğrudan yabancı yatırımların hisse senedi piyasaları üzerinde herhangi bir etkiye sahip olmadığı anlaşılmıştır. Öte yandan ülkeler bazındaki bireysel istatistikler incelendiğinde tek ve çift yönlü nedensellik bulgularının elde edildiği görölmektedir. Elde edilen bulgular, hisse senedi yatırımında bulunan yatırımcılara yabancı sermaye girişlerinin dikkate alınıp alınmaması konusunda önemli bulgular sunmaktadır. Bununla birlikte hisse senedi fiyatlarındaki değişimin doğrudan yabancı yatırım kararlarında etkili olup olmadığı ortaya konmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Doğrudan Yabancı Yatırımlar, Hisse Senedi Piyasaları, Panel Veri Analizi, G20 Ülkeleri

**JEL Kodları:** C33, D53, F21

#### **Abstract**

Especially since the late 1980s, with the effect of globalization in terms of economics, many countries have transitioned from closed economy to open economy. International foreign capital movements have accelerated and foreign direct investments have become very important for economics of many countries. In this study, the relationships between foreign direct investments and stock markets were investigated for the G20 sample (excluding Australia and South Korea). During the analysis, Emirmahmutoğlu and Köse (2011) panel causality test, which is suitable for the situation where the panels are stationary at different levels, was used. As a result of the study in which quarterly data for 2013Q1 – 2019Q2 period was used, it was understood that foreign direct investments did not have any effect on stock markets on the basis of panels. On the other hand, when individual statistics based on countries are analyzed, it is seen that unilateral and bidirectional causality findings are obtained. The findings provide important findings to investors in equity investments whether to consider foreign capital inflows. In addition, it has been demonstrated whether the change in stock prices is effective in foreign direct investment decisions.

**Keywords:** Foreign Direct Investments, Stock Markets, Panel Data Analysis, G20 Countries

**JEL Codes:** C33, D53, F21

---

\* Doç. Dr., Yalova Üniversitesi, İİBF, feyyaz.zeren@yalova.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-0024-3518

\*\* Yüksek Lisans Öğrencisi, Yalova Üniversitesi, SBE, dogan.kilic1@hotmail.com, ORCID ID: 0000-0001-5438-4896

## 1.GİRİŞ

Ülkelerde yapılan yatırımların bir bölümü yerli sermaye ile yapılmaktadır. Bunlara yurtiçi yatırım denilmektedir. Yatırımların diğer bir kısmı ise yabancı yerleşik kişiler tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu yatırım türü ise yabancı yatırımlar olarak ifade edilmektedir (Baydaş ve Polat, 2018: 38). Bu doğrultuda yabancı yatırımlar kısa vadede portföy yatırımı, uzun vadede ise doğrudan yabancı yatırımlar olarak ikiye ayrılmaktadır (Yalçiner, 2012: 91). Doğrudan yabancı yatırım; bir yatırımcı tarafından başka bir ülkede yerleşik olan bir teşebbüste kalıcı bir bağ oluşturmak amacıyla gerçekleştirilen uluslararası yatırım kategorisidir (IMF, 1993; OECD, 1996). Ülkelerin sahip olduğu kaynaklarla yapabileceği yatırımların sınırlı ve tasarrufların oluşturduğu ülke kaynaklarının yetersiz kaldığı durumlarda gereksinim duyulan kaynak ihtiyacı yabancı sermaye yatırımları ile karşılanmaktadır (Aydemir ve diğerleri, 2012: 70).

Özellikle bilişim sektörünün hızlı ilerlemesiyle internet üzerinden alım satımlar neredeyse tek piyasa haline dönüşmüş, bununla birlikte ülkelerin ekonomileri de değişen sisteme uyum sağlayarak kapalı ekonomik yapıdan dışa açık ekonomik yapıya geçiş sağlamıştır (Aydemir ve diğerleri, 2012: 70). Finans piyasaları bu dönüşümün (globalleşme) etkileriyle son yıllarda küresel ölçekte etkisini arttırmıştır. Bu etkide; ekonomik büyümenin, devletler tarafından gerçekleştirilen kolaylaştırma politikalarının ve siyasi-ekonomik kararların payı yüksektir (Ağayev, 2010: 162).

Ekonomik büyümenin sağlanması ve sürdürülebilmesi için, finansal piyasalar ve doğrudan yabancı yatırımlar ciddi öneme sahiptir (Demirtaş ve Özgür, 2015: 77). Bundan dolayı yurtiçi yatırımlarla birlikte portföy yatırımları ve doğrudan yabancı sermaye yatırımları ülkeler için büyük önem arz etmektedir. Aynı zamanda hisse senedi piyasaları bir ülkenin ekonomik gücünün önemli göstergelerinin başında gelmektedir. Bu kapsamda borsalar, ülkelerin ekonomik aktivitelerini ve piyasa işleyişini tahmin etmek için en iyi göstergelerin başında gelmektedir. Bir ülkenin ekonomik gelişimini artırmak için borsa gelişimi büyük önem taşımaktadır (Adabağ ve Ornelas, 2004: 2).

Tasarruf açıklarının kapatılması, yeni bir finansman kaynağı oluşturulması, makroekonomik istikrarın sağlanması, yüksek teknolojinin transferi, üretimin ve istihdamın artması gibi nedenler günümüzde doğrudan yabancı yatırımların birçok ülke tarafından arzu edilmesine neden olmaktadır. OECD verilerine göre dünya ekonomisinde doğrudan yabancı yatırım girişlerinin GSYH'ye oranı 2005 yılında %25,08 iken 2010'da %30,66 ve 2018'de %38,68 olmuştur (<https://data.oecd.org/>).

Küreselleşmeyle birlikte yabancı yatırımların tutarlarında ciddi artış gözlemlenmiştir. Bazı araştırmalara göre doğrudan yabancı yatırımların borsaya tamamlayıcı bir etki yaptığı, daha fazla yabancı yatırımın piyasa değeri ile pozitif ilişkili olduğu öne sürülmüştür. Varılan sonuçlar borsa performansının ekonomik büyüme üzerindeki olumlu etkisini göstermektedir (Agarwal, 2001: 1624). Bu bulgular doğrudan yabancı yatırımların hisse senedi piyasalarının gelişmesini ve borsaların uluslararasılaşmasını desteklediğini, dış yatırımların uluslararası pazarlar yoluyla gerçekleştirilebileceğini ve dış yatırımların şirketlerin dışa açılmasına yardımcı olabileceğini göstermektedir (Claessens ve diğerleri, 2001: 28).

Pozitif etkilerin yanı sıra birtakım araştırmalar ise bu iki değişken arasında negatif ilişkinin varlığını savunmaktadır. Yapılan birçok çalışmada 1997'nin ikinci döneminde Asya da bulunan ülkelere yapılan yabancı yatırımların borsadaki krizlerin sebebi olduğu ifade edilmektedir. Gelişen ülkelerin ekonomilerinin stabil olmamasıyla beraber yabancı yatırımların etkisi diğer yatırımlara göre borsada daha fazla dalgalanmaya yol açmaktadır. Literatürde yabancı yatırımların borsaya negatif etkileri üzerine çeşitli bulgular yer almaktadır. Dornbusch ve Park 1995'de yaptıkları araştırma sonucu yabancı yatırımın pozitif algı oluşturup hisse senedi fiyatlarının hızla değişiklik göstermesiyle beklentiyi karşılamayıp sonuç olarak negatif bir dalgalanmaya yol açtığını savunmuştur (Choe ve diğerleri, 1999: 1).

Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde neredeyse tüm benzeri çalışmalar yabancı yatırımcıların piyasaları etkilediklerini göstermiştir (Demireli ve Hepkorucu, 2014: 4). G20 (Avustralya ve Güney Kore hariç) örnekleminin değerlendirildiği bu çalışma kapsamında 2013-2019 yılları baz alınarak çeyreklik verilerle ön test sonuçlarını takiben araştırmaya uygun olan panel nedensellik testi yapılmış olup, bu test sonucunda elde edilen ampirik bulgular sunulmuştur. Bu sonuçların tartışılacağı ve gelecek çalışmalar için önerilerin verilecek olduğu son kısım ile araştırma sonlandırılacaktır.

## 2.Literatür İncelemesi

Çalışmanın bu bölümünde; doğrudan yabancı sermaye yatırımları ve hisse senedi piyasaları arasındaki ilişki üzerine yapılan çalışmalar sunulmuştur. Bu bağlamda araştırmalarda kullanılan verilere, yöntemlere ve elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Bu doğrultuda literatürde rastlanan ilk çalışmalardan biri Elmas'a (1997) aittir. Yazar çalışmasında yabancı portföy yatırımlarının İMKB'ye etkisini incelemiştir. Çalışmada veri seti olarak İMKB'deki yabancı payı ve 12 endeks baz alınmıştır. Değişkenler arasında uzun dönemli ilişkinin olup olmadığını tespit etmek



amacıyla Granger nedensellik ve Johansen eşbütünlük testleri uygulanmıştır. Uygulanan test sonuçlarına göre, 8 endeksten yabancı payına doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi ve 3 endeks ile yabancı payı arasında ise çift yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Bununla birlikte yalnızca 1 endeks ile yabancı payı arasında nedensellik ilişkisi bulunamamıştır. Öte yandan değişkenler arasında herhangi bir eşbütünlük ilişkisine rastlanmamıştır. Yabancı yatırımcı hareketlerinin genel olarak İMKB-100 ve diğer endekslerin hareketini takip ederek, yatırımlarını arttırdıklarını veya azalttıklarını açıklamıştır.

Clark ve Berko (1997) çalışmalarında 1989-1996 dönemini baz alarak Meksika hisse senedi piyasasındaki yabancı yatırımları ve hisse senedi getirisi arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Aylık veriler kullanılarak regresyon analizi yapılmış ve piyasaya yeni giren %1'lik yabancı yatırımın borsada %13 lük bir artışa neden olduğu, elde edilen bu sonucunda literatürde yer alan geribildirim hipotezini desteklediğini ifade etmiştir.

Choe ve diğerleri (1999) çalışmalarında Kore'deki yabancı yatırımların hisse senedi fiyatları üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğunu araştırmışlardır. Kore Borsasında yer alan 414 hisse senedinin her biri için olay etüdü ve panel veri analizi yapılmıştır. Çalışmada 2 Aralık 1996 ve 27 Aralık 1997 dönemini kapsayan günlük veriler kullanılmış olup elde edilen bulgulara göre yabancı hisse alışıverişlerinin hisse değerine pozitif bir etkisi olduğu ve yabancı yatırımların borsayı dengeseleştirecek bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir.

Richards (2005) çalışmasında yabancı yatırımların Asya ülkelerindeki (Endonezya, Filipinler, Kore, Tayland ve Tayvan) hisse senedi piyasasını nasıl etkilediğini araştırmıştır. Kısa vadeli ilişkiyi ortaya koyabilmek için 1999-2002 yıllarını kapsayan günlük veriler kullanılarak VAR analizi yapılmıştır. Elde edilen analiz sonuçlarına göre Asya ülkelerindeki yabancı yatırımcı işlemleri hisse senedi fiyatlarına olumlu etkiler yapmaktadır.

Babu ve Prabheesh (2008) çalışmalarında yabancı yatırımların Hindistan borsasına etkilerini incelemişlerdir. Ocak 2003 ve Şubat 2007 yılları baz alındığı çalışmada VAR modeli kullanılmıştır. Araştırmanın bulgularına göre; yabancı yatırımlar ve borsa arasında çift yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

Okuyan ve Erbaykal (2011) çalışmalarında İMKB'de gerçekleşen tüm yabancı işlemleri ve hisse senedi getirileri arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Bu doğrultuda ARLD Sınır Testi uygulanmış ve ortaya konulan sonuca göre yabancı işlem hacmi ile hisse senedi getirileri arasında kısa dönemde anlamlı olmayan fakat uzun dönemde pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu ifade etmişlerdir.

İbicioğlu (2012) çalışmasında yabancı yatırımların hisse senedi piyasasına etkisini incelemiştir. Araştırmada 365 gözlemden oluşan haftalık veriler kullanılmış olup hisse senedinde meydana gelen değişimlerin ne kadarlık payının yabancı yatırımlardan kaynaklandığını bulabilmek için Varyans ayrıştırma analizi uygulanmıştır. İMKB100 endeksindeki değişimin %25.01'nin yabancı yatırımlardan kaynaklandığı ifade edilmiştir.

Globan ve diğerleri (2012) çalışmalarında doğrudan yabancı yatırımlar ile Hırvatistan Borsası arasındaki uzun ve kısa vadeli ilişkiyi analiz etmişlerdir. Analiz için VAR modeli uygulanmış olup veri seti olarak Ocak 2001-Aralık 2011 dönemleri temel alınmıştır. Elde edilen bulgulara göre yabancı yatırımlar kısa vadede borsayı pozitif yönde etkilemekte olup uzun vadede borsanın gidişatına yön vermektedir.

Faez ve diğerleri (2014) çalışmalarında doğrudan yabancı yatırımların ve makroekonomik değişkenlerin İran Borsasına etkisini değerlendirmiştir. 35 yıllık veri toplanarak değişkenler arasındaki ilişkiyi bulabilmek için ARDL Sınır Testi ve hata düzeltme modeli kullanılmıştır. Araştırma doğrultusunda elde edilen bulgular İran'ın borsa gelişiminde doğrudan yabancı yatırımın tamamlayıcı rol üstlendiğini, aralarında güçlü ve pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Azam ve İbrahim (2014) çalışmalarında 1988-2012 dönemine ait yıllık verileri kullanarak doğrudan yabancı yatırımların Malezya Borsası üzerindeki etkisini araştırmıştır. ARLD Sınır Testinin uygulandığı araştırmada elde edilen bulgulara göre doğrudan yabancı yatırım girişleri borsaya pozitif yönde etki yapmaktadır.

Musa ve İbrahim (2014) 1981-2010 dönemini inceledikleri çalışmalarında yabancı yatırımlar ve makroekonomik istikrarın Nijerya Borsasına etkisini incelemiştir. Eşbütünlük testi ve hata düzeltme modelinin kullanıldığı çalışmanın sonuçlarına göre; yabancı yatırımların borsaya pozitif bir etkisi olduğu ancak bu ilişkinin istatistiki açıdan anlamlı olmadığı anlaşılmaktadır.

Tuna ve Kundakçioğlu (2016) çalışmalarında yabancı portföy yatırımları ile Borsa İstanbul arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Bu doğrultuda Haziran 2015 - Eylül 2015 dönemini içeren 124 aylık veri seti kullanılarak asimetrik nedensellik testi uygulanmış ve ortaya konulan sonuca göre borsada yaşanan şoklarda (yabancı yatırımların düşük olması) hisse senedi üzerinde olumsuz etkiler görüldüğünü bildirmişlerdir.

Jeffus (2016) çalışmasında yabancı yatırımlar ve borsa arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmada 4 Latin Amerika ülkesinin (Arjantin, Brezilya, Şili ve Meksika) 1982-2002 dönemleri temel alınmakla beraber araştırmanın sonucuna göre yabancı yatırımlar ve borsa arasında kuvvetli bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Yıldız (2017) çalışmasında Borsa İstanbul'da işlem gören 192 firmanın yabancı yatırımcı sahiplik oranı ile hisse senedi getiri oynaklığı arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. 2006-2015 dönemindeki verileri kapsayan araştırmanın bulgularına göre, yabancı fonların sahiplik oranı ile hisse senedi getiri oynaklığı arasında negatif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca yabancı fonların piyasanın fiyat istikrarını arttırdığı fakat yabancı tüzel yatırımcıların sahiplik oranı ile hisse senedi getiri oynaklığı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı gözlemlenmiştir.

Baydaş ve Polat (2018) çalışmalarında doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının BIST100 Endeksine etkisini incelemiştir. Değişkenler arasındaki eşbütünlüme ilişkisini görebilmek adına Ocak 2010 - Ocak 2018 tarihlerini kapsayan aylık verilerle ARLD Sınır Testi uygulanmış ve değişkenler arasında eşbütünlüme ilişkisi olmadığı ifade edilmiştir. Daha sonra değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisini bulabilmek için Granger nedensellik testi uygulanmış ve değişkenler arasında herhangi bir nedensellik ilişkisi bulunamamıştır.

Tsagkanos ve diğerleri (2018) çalışmalarında 1988-2001 ve 2002-2014 yıllarını ayrı ayrı değerlendirerek, yabancı yatırımların Yunanistan Borsasına etkilerini araştırmışlardır. Yöntem olarak eşbütünlüme testi ve Markow Switching modeli uygulanmıştır. Ortaya konulan sonuçlar, ilk araştırma yıllarında yabancı yatırımların borsaya pozitif etkisinin, ikinci araştırma yıllarında elde edilen istatistiksel sonuçlar ise etkinin önemsiz olduğunu göstermiştir.

Topaloğlu ve diğerleri (2019) çalışmalarında E-7 ülkeleri borsalarında işlem gören doğrudan yabancı yatırımlar ve portföy yatırımlarının endeks getirileri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. 2005-2016 dönemindeki borsa endeks verileri ile panel veri analiz yöntemi uygulanmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre endeks getirisi ile doğrudan yabancı yatırım arasında negatif ilişki bulunurken, yabancı portföy yatırımları ve endeks getirisi arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca E-7 ülkelerindeki yabancı portföy yatırımlarının borsa endeks verilerini arttırmada büyük önem taşıdığı vurgulanmıştır.

Oyerinde (2019) çalışmasında yabancı portföy yatırımlarının Nijerya Borsası üzerindeki etkisini araştırmıştır. 1980-2014 dönemlerini kapsayan çalışmada değişkenler arasında Johansen eşbütünlüme testi uygulanmış olup elde edilen test sonuçlarına göre yabancı portföy yatırımları ile borsa gelişimi arasında uzun vadeli pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Araştırılan konu kapsamında daha önce ortaya konulan ve yukarıda adı geçen çalışmalar incelendiğinde çoğunlukla yabancı yatırımların hisse senedi piyasaları üzerinde bir şekilde etkisi olduğu görülmektedir. Genel olarak bir değerlendirme yapılacak olursa; örneklem, baz alınan dönem, değişkenler, kullanılan yöntem gibi kriterlerin farklı olmasından kaynaklı olarak çalışmalarda elde edilen bulguların değişiklik gösterdiği anlaşılmaktadır.

### 3. Veri ve Ekonometrik Yöntem

Çalışmada veri seti olarak G20 ülkeleri ele alınmıştır. Bu doğrultuda verilerine sağlıklı bir şekilde ulaşılamayan Avustralya ve Güney Kore ile birlikte ülke topluluğu olarak G20 içerisinde yer alan Avrupa Birliğine ilişkin veriler yapısı bakımından farklılık göstermesi sebebiyle çalışma kapsamı dışarısında bırakılmıştır. Çalışmada üçer aylık veriler kullanılmış olup, çalışma 2013Q1 – 2019Q2 dönemine ilişkin toplam 26 çeyreklik süreyi kapsamaktadır. Çalışmanın değişkenlerinden doğrudan yabancı yatırımlar milyon dolar cinsinden olup OECD'nin veritabanından, hisse senedi verileri ise <https://uk.finance.yahoo.com/> ve <https://www.investing.com/> web sitelerinden elde edilmiştir. Çalışmada ülkeye giren ve ülkeden çıkan doğrudan yabancı yatırımlar arasındaki fark alınmak suretiyle net doğrudan yabancı yatırım tutarları hesaplanmış ve doğrudan yabancı yatırımlar değişkeni bu şekilde kullanılmıştır.

Zaman serisi analizleri yalnızca tek bir ülke ya da tek bir firma gibi tek bir değişken için analiz yapmaya imkân sağlarken, panel veri analizleri kullanılarak birden fazla birim hakkında genel bir yargıya varmak mümkündür. Bu doğrultuda çalışmada bir topluluğu oluşturan G20 ülkeleri için doğrudan yabancı yatırımlar ve hisse senedi piyasası değişkenleri arasındaki ilişki Emirmahmutoğlu ve Köse (2011) panel nedensellik testi ile irdelenmiştir. Bu yöntemin en büyük avantajlarından biri panellerin farklı seviyelerde durağan olması halinde de kullanılabilir olmasıdır. Yani bu yöntem panel eşbütünlüme testine ilişkin test sonuçlarını dikkate almamaktadır. Dahası bu test heterojen panellerin varlığı durumunda kullanılmaktadır.

Bununla birlikte Emirmahmutoğlu ve Köse (2011) panel nedensellik testi; birim kök testi sonuçlarına yaklaşımı nedeniyle Toda-Yamamoto nedensellik testi ile aynı prosedürü takip etmektedir ve dolayısıyla benzerlik göstermektedir. Bu bağlamda testin ilk aşamasında aşağıdaki model tahmini yapılır:

$$y_{i,t} = \mu_i + A_{i1}y_{i,t-1} + \dots + A_{ik}y_{i-k_1} + \sum_{j=k_i+1}^{k_i+dmax_i} A_{ij}y_{i,t-j} + e_{i,t} \quad (1)$$

$$i = 1, 2, \dots, N$$

$$t = 1, 2, \dots, T$$

Burada  $i$  yatay kesit boyutunu,  $t$  ise zaman periyodunu ifade etmektedir. Uygun gecikme uzunluğu bilgi kriterlerinden yararlanılarak elde edilmektedir. Temel hipotez panelde nedensellik ilişkisi olmadığını gösterirken, alternatif hipotez en az bir serinin değişkenleri arasında Granger nedensellik ilişkisi olduğunu göstermektedir. Kullanılan test istatistiği aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır:

$$\lambda = -2 \sum_{i=1}^N \ln(p_i) \quad (2)$$

$$i = 1, 2, \dots, N$$

Ayrıca bu test ki-kare dağılımına uygunluk göstermekte ve kritik değerler bootstrap metodu ile belirlenmektedir.

Çalışmanın modelleri şöyle kurulmuştur;

$$\text{Doğrudan Yabancı Yatırımlar} = \alpha + \beta \text{Borsa Endeksi} + u \quad (3)$$

$$\text{Borsa Endeksi} = \alpha + \beta \text{Doğrudan Yabancı Yatırımlar} + u \quad (4)$$

Çalışmada Emirmahmutoğlu ve Köse (2011) panel nedensellik testine ilaveten ön test olarak; Pesaran ve diğerlerine (2008) ait CDLM<sub>adj</sub> testi, Pesaran ve Yamagata'nın (2008) Homojenlik testi ve son olarak Im, Pesaran, Shin (2003), ADF-Fisher ve PP-Fisher'dan oluşan 3 adet panel birim kök testi kullanılmıştır. Bu yöntemlerin bilincirliklerinin yüksek olması sebebiyle burada ekonometrik ispatlarının sunulmasına ihtiyaç duyulmamıştır.

Çalışmanın ekonometrik yönteminin anlatıldığı bu bölümü takiben; ampirik bulgular ve elde edilen sonuçlara ilişkin öneriler sunulmuştur.

#### 4. Ampirik Bulgular

Panel veri analizlerinde kullanılacak olan yöntemlere karar vermek için ilk olarak yatay kesit bağımlılığı ve homojenlik gibi ön testlerin yapılması gerekmektedir. Literatürde yatay kesit bağımlılığının test edilmesinde 4 adet yöntem geliştirilmiş olup, bunlardan CDLM ve CDLM<sub>adj</sub> zaman boyutunun kesit boyutundan büyük olduğu duruma uygundur. Breusch ve Pagan tarafından 1980 yılında ortaya atılan CDLM testi, yatay kesit bağımlılığı konusunda uygulama fırsatı sağlayan ilk araştırma olmuştur. Bununla birlikte çalışmanın eksik yönleri de mevcuttur. Modelde bireysel ortalamadan sapmalar bulunması halinde Breusch ve Pagan'ın (1980) CDLM testi hatalı sonuçlar verebilmektedir. Öte yandan Pesaran ve diğerleri (2008) tarafından geliştirilen düzeltilmiş CDLM testi sayesinde varyans ve ortalamadan sapmalar ile ilgili problemler ortadan kalkmış olacaktır. Bu doğrultuda Tablo 1'deki sonuçlar incelendiğinde Breusch ve Pagan (1980) CDLM testine göre ikinci nesil yöntemlerin kullanılması gerektiği saptanmışken, düzeltilmiş CDLM testi vasıtasıyla yapılan analizler sonucunda ise birinci nesil yöntemlerin kullanılması uygun bulunmuştur. Bu noktada yapılacak olan birim kök, eşbütünleşme ve nedensellik testlerinin belirlenmesinde Düzeltilmiş CDLM testi sonuçları daha güvenilir olduğu için, çalışmanın buradan sonraki aşamalarında düzeltilmiş CDLM testine ilişkin sonuçlar baz alınmış ve birinci nesil yöntemler kullanılmıştır.

**Tablo 1: Yatay Kesit Bağımlılığı Test Sonuçları**

	CDLM	p-değeri	CDLM <sub>adj</sub>	p-değeri
<b>Doğrudan Yabancı Yatırımlar</b>	175.041	0.013	-1.386	0.92
<b>Borsa Endeksi</b>	799.752	0.000	-6.022	0.99

Yatay kesit bağımlılığı ile birlikte yapılacak bir başka ön test ise panellerdeki homojenlik/heterojenlik durumunun belirlenmesidir. Bu doğrultuda Pesaran ve Yamagata (2008) tarafından geliştirilen homojenlik testi kullanılmış ve ulaşılan sonuçlar Tablo 2'de sunulmuştur. Elde edilen sonuçlar incelendiğinde tüm panellerin heterojen bir yapıya sahip olduğu anlaşılmaktadır. Araştırmanın veri setini oluşturan G20 ülkeleri her ne kadar

belirli bir grubu temsil etmelerine karşın, ülkelerin kendi iç dinamiklerinin ve kendilerine özgü makroekonomik yapılarının olması sebebiyle bu heterojenliğin ortaya çıktığı düşünülmektedir.

**Tablo 2: Homojenlik Testi Sonuçları**

	Delta_tilde	p-değeri	Delta_tilde_adj	p-değeri
<b>Doğrudan Yabancı Yatırımlar</b>	2.790	0.003	2.966	0.02
<b>Borsa Endeksi</b>	1.466	0.071	1.559	0.059

Heterojenlik varsayımının geçerli olduğu ve yatay kesit bağımlılığının olmadığı böyle bir durumda birinci nesil olan ve heterojenlik varsayımını dikkate alan panel birim kök testlerinin kullanılması uygun görülmektedir. Bu koşulları dikkate alan Im, Pesaran, Shin (2003), ADF-Fisher ve PP-Fisher testleridir. Bu testlerden elde edilen sonuçlar birbirini destekler nitelikte olup Tablo 3’de sunulmuştur.

**Tablo 3: Panel Birim Kök Testi Sonuçları**

		Doğrudan Yabancı Yatırımlar	Borsa Endeksi
<b>IPS</b>	Seviye	-8.089 (0.00)	0.219 (0.58)
	Birinci Fark	-	-5.146 (0.00)
<b>ADF-Fisher</b>	Seviye	127.281 (0.00)	28.933 (0.71)
	Birinci Fark	-	86.223 (0.00)
<b>PP-Fisher</b>	Seviye	255.274 (0.00)	26.013 (0.83)
	Birinci Fark	-	208.179 (0.00)

Elde edilen sonuçlar incelendiğinde; her üç test için de doğrudan yabancı yatırımlar seviye değerlerinde durağan iken, hisse senedi piyasalarına ilişkin panelin ise seviyesinde birim köke sahip olduğu ve birinci fark alma işlemi sonrasında durağanlaştığı anlaşılmaktadır. Böyle bir durumda panel eşbütünleşme testi uygulamak mümkün görülmemektedir. Bununla birlikte panellerden birinin I(1) diğeri ise I(0) seviyesinde durağan olduğu hallerde kullanılması uygun olan Emirmahmutoğlu ve Köse (2011) panel nedensellik testini uygulama fırsatı bulunmaktadır. Emirmahmutoğlu ve Köse (2011) panel nedensellik testi, zaman serisi analizlerinde olduğu gibi farklı seviyelerdeki durağanlık hallerinde kullanılabilen Toda-Yamamoto (1995) nedensellik testinin panele uygulanmış halidir.

Tablo 4’de sunulmuş olan Emirmahmutoğlu ve Köse (2011) panel nedensellik testi sonuçlarına göre doğrudan yabancı yatırım ve hisse senedi panelleri arasında herhangi bir nedensellik ilişkisine rastlanmamıştır. Hatırlanacağı üzere düzeltilmiş CDLM testine göre her iki panelde de yatay kesit bağımlılığının olmadığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda Emirmahmutoğlu ve Köse (2011) testinin sunulan sonuçları arasından asimtotik olasılık değeri dikkate alınarak nedensellik bulguları yorumlanmıştır. Öte yandan yine aynı tabloda yer alan panellerin bireysel olarak ayrıştırılarak elde edilen Wald istatistikleri incelendiğinde ise genel panel bulgularından daha farklı sonuçlara rastlanmıştır. İngiltere için doğrudan yabancı yatırım ile İngiliz borsası FTSE arasında çift yönlü nedensellik görülmektedir. Bunun dışında Brezilya, Çin ve Güney Afrika için doğrudan yabancı yatırımlardan borsa endekslerine doğru nedensellik tespit edilmişken, Endonezya içinse borsa endeksinden doğrudan yabancı yatırımlara doğru nedensellik bulgusu elde edilmiştir. Bunun dışında Kanada, Fransa, Almanya, İtalya, Meksika, Japonya, Türkiye, ABD, Arjantin ve Çin için herhangi bir nedensellik bulgusu söz konusu değildir.

**Tablo 4: Emirmahmutoğlu ve Köse (2011) Panel Nedensellik Testi Sonuçları**

DYY >>>> Borsa			Borsa >>>> DYY	
	Wald İstatistiği	Olasılık	Wald İstatistiği	Olasılık
Kanada	0.390	0.532	0.885	0.345
Fransa	0.041	0.839	0.238	0.626
Almanya	0.092	0.761	0.011	0.915
İtalya	0.277	0.599	2.336	0.126
Meksika	0.518	0.472	0.603	0.438
Japonya	0.416	0.519	0.000	0.982
Türkiye	1.021	0.312	0.787	0.375
İngiltere	4.604	0.032**	3.046	0.081*
ABD	0.258	0.612	2.114	0.146
Arjantin	1.009	0.315	0.233	0.629
Brezilya	6.498	0.011**	0.492	0.483
Çin	0.090	0.764	1.152	0.283

Hindistan	3.178	0.075*	0.813	0.367
Endonezya	0.541	0.462	8.108	0.004***
Rusya	0.000	0.984	2.169	0.141
Suudi Arabistan	0.001	0.980	0.052	0.819
Güney Afrika	2.742	0.098*	0.458	0.499
<b>Panel</b>				
		<b>Fisher İstatistiği</b>	<b>Asimtotik Olasılık</b>	<b>Bootstrap Olasılık</b>
<b>DYY &gt;&gt;&gt;&gt; Borsa</b>		39.559	0.236	0.826
<b>Borsa &gt;&gt;&gt;&gt; DYY</b>		43.366	0.130	0.950

Not: \* % 90, \*\* % 95 ve \*\*\* % 99 güvenirlilik düzeyinde anlamlılığı göstermektedir.

## 5.Sonuç ve Öneriler

Dünya ekonomisinde 80'li yılların sonrasında yaşanan gelişmelerin etkisiyle ekonomik dönüşüm ve bütünleşme süreçleri hızlanmıştır. Özellikle kapalı ekonomilerden açık ekonomilere doğru geçiş uluslararası sermaye hareketlerinin önemini bir kat daha arttırmıştır. Doğrudan yabancı yatırımların önemi ülkelere benimsenmiş ve bu doğrultuda devletler tarafından doğrudan yabancı yatırım girişlerini arttırmak için özendirici cazip politikalar geliştirilmiştir. Bu doğrultuda doğrudan ve dolaylı yabancı yatırım girişlerindeki artışlar finansal piyasaların gelişimine ciddi katkı sağlamıştır.

Literatür taraması kısmında bahsedildiği üzere daha önceki çalışmalarda doğrudan yabancı yatırımların hisse senedi piyasaları üzerinde olumlu ya da olumsuz etkisi olduğu ve hiçbir etkinin olmadığına dair çeşitli bulgular mevcuttur. Bu çalışmada da doğrudan yabancı yatırımların hisse senedi piyasaları üzerinde nasıl bir etkisi olduğu yeni bir örneklem ve yeni bir yöntem ile araştırılmıştır. G20 (Avustralya ve Güney Kore hariç) ülkelerinin 2013Q1 - 2019Q2 dönemine ait üçer aylık verilerinin temel alındığı çalışmada panel veri analizi yöntemi uygulanmıştır. Elde edilen bulgulara göre; doğrudan yabancı yatırımlar ve hisse senedi piyasaları arasında herhangi bir nedensellik ilişkisi görülmemiştir. Öte yandan ülkelerin bireysel istatistikleri incelendiğinde; İngiltere için doğrudan yabancı yatırım ve İngiliz borsası FTSE arasında çift yönlü nedensellik, Brezilya, Çin ve Güney Afrika için doğrudan yabancı yatırımlardan borsa endeksine doğru nedensellik tespit edilmişken, Endonezya içinse borsa endeksinden doğrudan yabancı yatırımlara doğru nedensellik görülmüştür.

Genel olarak G20 ülkelerindeki doğrudan yabancı yatırım girişleri ile hisse senedi piyasaları arasında anlamlı bir ilişki bulunamamış olması literatürde yer alan Clark ve Berko'in (1997) beklenen/beklenmeyen akım hipotezini desteklemektedir. Bu doğrultuda incelenen ülkelerin dış faktörlerden etkilenmeyen bir yapıya sahip olduğu anlaşılmaktadır. Yabancı yatırımcıları ülkeye çekmek, yapılan yabancı yatırım tutarlarını arttırmak ya da bu yabancı yatırımcıların ülkeden ayrılması hisse senedi piyasaları üzerinde pek bir öneme sahip değildir. Bu durum, ele alınan G20 ülkelerinin kendi iç dinamikleri ile kendilerini yönetebiliyor olduğunu göstermektedir. Bu sebeple elde edilen bulguların hükümetleri dışa dönüş politikalar uygulamak yerine, içe dönük bir yapı ile hareket etmeye yönlendirmesi beklenmektedir. Bununla birlikte söz konusu ülkelerin hisse senedi piyasalarında sürdürülebilir bir yapıya sahip olmak için içe dönük makroekonomik göstergelerini pozitif yönlü tutmaları da gerekmektedir. Bu sebeplerdir ki; makroekonomik istikrarı sağlamak adına ülkelerin cari açık, bütçe açığı, CDS ve kredi derecelendirme notu gibi göstergeleri hisse senedi piyasaları üzerinde ciddi öneme sahip olacaktır. Öte yandan doğrudan yabancı yatırımların hisse senetlerini etkilediği ya da hisse senetlerinin doğrudan yabancı yatırımları etkilediği az sayıda ülkenin ise bu doğrultuda hareket etmesi doğru bir politika olacaktır.

Gelişmiş ülkelerin dünya ekonomisini temsiliyeti açısından düşünüldüğünde, konu kapsamında daha önce G20 ülkelerini inceleyen ve çeyreklik dönemleri kapsayan bir araştırma ortaya konulmamış olması çalışmanın özgün tarafını ortaya çıkarmaktadır. İleride yapılacak çalışmalarda bulguların sağlıklı bir şekilde genellenebilmesi için frekans aralığı genişletilerek, örnekleme dâhil olan ülke sayısı artırılarak ve farklı analiz yöntemleri kullanılarak daha geniş kapsamlı bir araştırma ortaya konulabilir.

## KAYNAKÇA

- AGARWAL, B. (2001). Participatory exclusions, community forestry, and gender: An analysis for South Asia and a conceptual framework. *World Development*, 29(10), 1623-1648. doi: 10.1016/S0305-750X(01)00066-3
- AĞAYEV, S. (2010). Doğrudan yabancı sermaye yatırımları ve ekonomik büyüme ilişkisi: geçiş ekonomileri örneğinde panel eştümleme ve panel nedensellik analizleri. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(1), 159-184.
- ARČABIĆ, V., GLOBAN, T. ve RAGUŽ, I. (2013). Is there a long-term relationship between the stock market and foreign direct investment in Croatia?. *6th International Conference "An Enterprise Odyssey: Corporate governance and public policy—path to sustainable future"*, 37(1), 109-126. doi:10.3326/fintp.37.1.4
- AYDEMİR, C., ARSLAN, İ. ve UNCU, F. (2012). Doğrudan yabancı yatırımların Dünya'daki ve Türkiye'deki gelişimi. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (23), 69-104.
- AZAM, M. ve İBRAHİM, Y. (2014). Foreign direct investment and Malaysia's stock market: Using ARDL bounds testing approach. *Journal of Applied Economic Sciences*, 4(30), 591-601.
- BABU, S. M. ve PRABHEESH, K. P. (2008). Causal relationships between foreign institutional investments and stock returns in India. *International Journal of Trade and Global Markets*, 1(3), 259-265. doi:10.1504/IJTM.2008.020430
- BAYDAŞ, Y. ve POLAT, M. (2018). Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının Borsa İstanbul'a etkisinin belirlenmesi. *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 37-46. doi:10.33399/biibfad.479291
- BREUSCH, T. S. ve PAGAN, A. R. (1980). The lagrange multiplier test and its applications to model specification in econometrics. *Review of Econometric Studies*, 47(1), 239-53. doi:10.2307/2297111
- CHOE, H., KHO, C. B. ve STULZ, R. M. (1999). Do foreign investors destabilize stock markets? The Korean experience in 1997. *Journal of Financial Economics*, 54(2), 227-264. doi:10.3386/w6661
- CLAESSENS, S., DEMİRGÜÇ-KUNT, A. ve HUIZİNGA, H. (2001). How does foreign entry affect domestic banking markets?. *Journal of Banking & Finance*, 25(5), 891-911. doi:10.1016/S0378-4266(00)00102-3
- CLARK, J. ve BERKO, E. (1997). Foreign investment fluctuations and emerging market stock returns: The case of Mexico. *FRB of New York Staff Report*, (24).
- DEMİRELİ, E. ve HEPKORUCU, A. (2014). Yabancı yatırımcıların sermaye piyasası algısı: Borsa İstanbul üzerine bir uygulama. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD)*, 6(10), 2-22. doi:10.20990/aacd.56665
- DORNBUSCH, R. ve PARK, Y. C. (1995). Financial integration in a second-best world: are we still sure about our classical prejudices. *Financial Opening: Policy Lessons for Korea*, Seoul, Korea: Korea Institute of Finance.
- DUMİTRESCU, E. ve HURLİN, C. (2012). Testing for Granger non-causality in heterogeneous panels. *Economic Modelling*, 29(4), 1450-1460. doi:10.1016/j.econmod.2012.02.014
- ELMAS, B. ve TEMURLENK, M. S. (1997). Granger causality between stock price and trading volume: A stock-based analysis in the ISE. *Quarterly Economics and Finance Review*, 11(43), 1-16.
- EMİRMAHMUTOĞLU, F. ve KÖSE, N. (2011). Testing for Granger causality in the heterogeneous mixed panels. *Economic Modelling*, 28(3), 870-876. doi:10.1016/j.econmod.2010.10.018
- FAEZ, A., PARVARİNEJAD, G., OROOEİ, M. ve LAJEVARDİ, M. (2014). Investigating the role of foreign direct investment on stock market: Evidence from Tehran stock exchange. *Advances in Environmental Biology*, 8(4), 1945-1954.
- İM, S. K., PESARAN, H. M. ve SHİN, Y. (2003). Testing for unit roots in heterogeneous panels. *Journal of Econometrics*, 115(1) (revise version of 1997's work), 53-74. doi:10.1016/S0304-4076(03)00092-7
- İBİCİOĞLU, M. (2012). Yurtdışı yerleşiklerin hisse senedi piyasası üzerindeki etkisi: İmkb'de endeks bazında uygulamalar. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(3), 41-54.
- JEFFUS, W. M. (2005). FDI and stock market development in selected Latin American countries. *In Latin American Financial Markets: Developments in Financial Innovations* (35-44). England: Emerald Group Publishing Limited.

- MUSA, S. U. ve İBRAHİM, M. (2014). Stock market development, foreign direct investment and macroeconomic stability: Evidence from Nigeria. *Research Journal of Finance and Accounting*, 5(18), 258-279.
- OKUYAN, H. A. ve ERBAYKAL, E. (2011). İMKB’de yabancı işlemleri ve hisse senedi getirileri ilişkisi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 12(2), 256-264. doi:10.31671/dogus.2018.141
- OYERİNDE, A. A. (2019). Foreign portfolio investment and stock market development in Nigeria. *The Journal of Developing Areas*, 53(3). doi:10.1353/jda.2019.0034
- PESARAN, M. H ve YAMAGATA, T. (2008). Testing slope homogeneity in large panels. *Journal of Econometrics*, 142(1), 50–93. doi:10.1016/j.jeconom.2007.05.010
- PESARAN, H. M., ULLAH A. ve YAMAGATA T. (2008). A bias-adjusted LM test of error cross-section independence. *Econometrics Journal*, 11(1), 105-127. doi.org/10.1111/j.1368-423X.2007.00227.x
- RİCHARDS, A. (2005). Big fish in small ponds: The trading behaviour and price impact of foreign investors in Asian emerging equity markets. *Journal of Financial and quantitative Analysis*, 40(1), 1-27. https://doi.org/10.1017/S0022109000001721
- TODA, H. Y. ve YAMAMOTO, T. (1995) Statistical inference in vector autoregression with possibly integrated processes, *Journal of Econometrics* 66(1-2, March-April), 225–250. doi:10.1016/0304-4076(94)01616-8
- TOPALOĞLU, E. E., ŞAHİN, S. ve EGE, İ. (2019). The Effect of foreign direct and portfolio investments on stock market returns in E7 countries. *Journal of Accounting & Finance*, (83), 263-278 doi:10.25095/mufad.580166
- TSAGKANOS, A., SİRİOPOULOS, C. ve VARTHOLOMATOU, K. (2019). Foreign direct investment and stock market development: Evidence from a “new” emerging market. *Journal of Economic Studies*, 46(1), 55-70. doi:10.1108/JES-06-2017-0154
- TUNA G., ve KUNDAKÇIOĞLU, S. (2016). Investigation of relation between foreign portfolio investments and stock prices: Time varying asymmetric causality analysis. *Theoretical and Applied Economics*, 22(2), 127-134.
- YALÇINER, K. (2012). *Uluslararası Finansman*, Ankara, Detay Yayıncılık.
- YILDIZ, Y. (2017). Yabancı sermaye ve hisse senedi getiri oynaklığı: Borsa İstanbul üzerine bir inceleme. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(4), 17-32. doi:10.20491/isarder.2017.319

## İnternet Kaynakları

- [www.data.oecd.org](http://www.data.oecd.org), Erişim tarihi: 05.01.2020
- [www.investing.com](http://www.investing.com) Erişim tarihi: 10.01.2020
- [www.uk.finance.yahoo.com](http://www.uk.finance.yahoo.com), Erişim tarihi: 20.01.2020

# MAKROEKONOMİK FAKTÖRLER VE BANKA KREDİLERİNİN ENFLASYON ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ

## THE EFFECTS OF MACROECONOMIC FACTORS AND BANK LOANS ON INFLATION: THE CASE OF TURKEY

*Tunahan AVCI\**

### ÖZ

Bu çalışmada, makroekonomik faktörlerin ve banka kredilerinin enflasyon oranı ile ilişkisinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Analizde 2009-2017 dönemlerine ait çeyreklik veriler ile çoklu doğrusal regresyon modeli kullanılmaktadır. Bağımlı değişken olarak enflasyonu temsil eden TÜFE, bağımsız değişken olarak ise cari açık, işsizlik oranı ve banka kredileri kullanılmaktadır. Analiz sonuçlarına göre enflasyon oranı ile cari açık, işsizlik oranı ve banka kredileri arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmektedir. Enflasyon oranı üzerinde işsizlik oranının etkili, cari açık ve banka kredilerinin etkili olmadığı görülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Enflasyon, Banka Kredileri, İşsizlik Oranı, Cari Açık, Çoklu Doğrusal Regresyon

**Jel Sınıflaması:** C10, E02, E44, G00, G21

### ABSTRACT

In this study, it is aimed to determine the relationship between macroeconomic factors and bank loans with inflation rate. In the analysis, quarterly data and multiple linear regression model are used. CPI representing inflation as the dependent variable and current deficit, unemployment rate and bank loans are used as independent variables. According to the results of the analysis, a significant relationship is found between inflation rate, current deficit, unemployment rate and bank loans. Inflation rate is effective on unemployment rate. However, current deficit and bank loans are not effective.

**Keywords:** Inflation, Bank Loans, Unemployment Rate, Current Deficit, Multiple Linear Regression,

**Jel Classification:** C10, E02, E44, G00, G21

\* Dr. Öğr. Üyesi, Erciyes Üniversitesi, Havacılık Yönetimi Bölümü, [tnavci@erciyes.edu.tr](mailto:tnavci@erciyes.edu.tr) Orcid: 0000-0003-0434-5834



## 1.GİRİŞ

Ekonomilerde gelecekle ilgili belirsizlik ve istikrarsızlık gibi olumsuz beklentilerin ortaya çıkması ekonomik kalkınmanın önünde bir engel olarak bulunmaktadır. Bu durum yatırımları, istihdamı, üretimi ve milli geliri vb. olumsuz etkilediğinden fiyat istikrarını ve finansal istikrarı sağlamak ekonomilerde önemli hale gelmektedir. Ülkelerde yatırım ve üretim mekanizmaları iyi çalışırsa ekonomik istikrar sağlanabilir. Burada yapılan yatırımlar ile işsizliğin azalması beklenirken, üretim ile ihracatın artması ve ithalatın azalması yani cari açığın düşmesi beklenilmektedir.

Ülkelerin İstikrarının sağlanmasında temel olarak reel kesim ve finansal kesim yer almaktadır. Reel kesim, planlı üretim ile arz-talep dengesizliğini ortadan kaldıracak ve yapacağı yatırımlar ile cari açığın ve işsizliğin azalmasını sağlayabilecektir. Finansal kesim ise topladıkları fonları yani banka kredilerini, tüketimi arttırıcı alanlara değil de planlı üretimi yapacak olan reel kesime kullanarak arz-talep dengesinin sağlanmasına katkıda bulunabilecektir. Bu sayede fiyat istikrarının sağlanması yani enflasyon ile mücadelenin başarıya ulaşması beklenilmektedir.

Arz ve talepteki dengesizlik veya parasal sebeplere bağlı olarak, fiyatların genel düzeyinde meydana gelen yüksek ve sürekli artışlar sosyal, siyasi ve ekonomik dengeler üzerinde önemli etkiler meydana getirmektedir. Bu sebeple enflasyonun makul seviyelerde tutulması, fiyat ve finansal istikrarın sağlanabilmesi açısından günümüz sisteminde temel şart kabul edilmektedir (Uysal vd., 2008: 56).

Enflasyonun olduğu bir ortamda, belli miktar parayla alınabilecek olan mal ve hizmet miktarı zamanla azaldığından dolayı paranın değeri ve satın alma gücü düşmektedir. Bu durum, para birimine olan güvenin azalmasına, yatırımların vadesinin kısılmasına, yatırımların verimli olmayan yabancı para ve gayrimenkul gibi alanlara yönelmesine neden olur. Yüksek enflasyon, ekonomik birimlerin yatırım, tasarruf ve tüketim kararlarını sağlıklı alamamalarına neden olmaktadır. Ekonomi politikalarının asıl amacı insanların ekonomik refahının yükseltilmesidir. Fiyat istikrarının sağlanabildiği ortamda, tüm ekonomik birimler tüketim, yatırım ve tasarruf kararlarını daha sağlıklı şekilde alabilirler. Böylece istenilen sürdürülebilir büyümeyle birlikte istihdamda artış sağlanabilir, toplumsal refah ve ekonomik istikrarda artırılabilir (TCMB).

Bu çalışmada, cari açık, işsizlik oranı ve banka kredileri değişkenlerinin enflasyon oranı ile ilişkisinin olup olmadığı araştırılmaktadır. Analizde, 2009-2017 dönemlerine ait çeyreklik verilerinden yararlanılarak çoklu doğrusal regresyon modeli kullanılmaktadır. Bağımlı değişken olarak enflasyonu temsil eden TÜFE'nin kullanıldığı çalışmada, bağımsız değişken olarak ise cari açık, işsizlik oranı ve banka kredileri kullanılmaktadır.

Çalışmada, ilk olarak konuyla ilgili literatür taramasına, ikinci olarak; analiz yöntemine ve verilere üçüncü olarak; analiz sonuçlarına son olarak; genel sonuç değerlendirmesine yer verilmiştir.

## 2.Literatür Taraması

Bu kısımda enflasyon oranı, işsizlik oranı, cari açık ve banka kredilerinin içerisinde yer aldığı bazı çalışmalar incelenmektedir. Yapılan literatür taramasında bu değişkenlerin kullanıldığı çoklu doğrusal regresyon, nedensellik ve panel veri analiz yöntemleri ile ilgili çalışmalara yer verilmektedir.

Khan & Qasim (1996) çalışmalarında, Pakistan'da görülen enflasyonun belirleyicilerini tahmin etmişlerdir. Bulgulara göre, bankacılık sisteminden yapılan büyük borçlanmanın parasal genişlemeyi arttırdığı ve bu durumunun enflasyonu hızlandırdığını ifade etmişlerdir.

Mankiw (2001) enflasyon ve işsizlik arasındaki ilişkiyi araştırdığı çalışmasının sonucunda enflasyon ile işsizlik arasındaki uzun vadeli ilişkinin belirlenemediğini vurgulamıştır.

Enflasyon ile banka kredileri arasındaki ilişkinin Türkiye açısından belirlenmeye çalışıldığı çalışmada Arslan ve Yapraklı (2008), uzun dönemde (1983-2007) banka kredilerinin enflasyonu pozitif, enflasyonun ise banka kredilerini negatif etkilediğini tespit etmişlerdir.

Pakistan örneği (1970-2007) çalışmalarında Khan & Gill (2010), ithalat değerindeki artışın enflasyonun artışına sebep olduğunu belirtmişlerdir.

Uysal & Erdoğan (2013) 1980-2002 dönemi için tüketici fiyat endeksi (tüfe) ile işsizlik oranı arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmalarında, 1980-2002 dönemine bütün olarak, 1980-1990 ve 1991-2002 dönemlerine alt dönem olarak regresyon analizi uygulamışlardır. Sonuç olarak 1980-1990 döneminde tüfe ile işsizlik arasında pozitif bir ilişki; 1991-2002 döneminde ise tüfe ile işsizlik arasında negatif ilişki tespit

etmişlerdir. Tüm dönemde ise, değişkenler arasında önemsiz negatif bir ilişki ortaya koymuşlardır. Gül vd. (2014) çalışmalarında 1996-2012 dönemindeki enflasyon (tüfe) ile işsizlik arasındaki ilişkiyi, Türkiye, Kazakistan, Azerbaycan, Makedonya ve Kırgızistan açısından eşbütünleşme ve nedensellik analizleri ile irdelemişlerdir. Analiz bulgularına göre; işsizlik ile TÜFE arasında, TÜFE'den işsizliğe doğru nedensel ilişki bulmuşlardır. Uzun döneme bakıldığında TÜFE'nin işsizlik üzerinde etkisinin olduğunu tespit etmişlerdir. Fakat, işsizlikte meydana gelen değişimin TÜFE'de herhangi bir etki oluşturmadığını ortaya koymuşlardır.

Serpinis vd., (2014) çalışmalarında 1974-2012 arasındaki dönem boyunca aylık makroekonomik verileri kullanarak ABD'deki enflasyonun (tüfe) yüzde değişimini tahmin etmeye çalışmışlardır.

Şentürk & Akbaş (2014) çalışmalarında işsizlik oranı, ekonomik büyüme ve enflasyon arasında karşılıklı ilişkinin olup olmadığını 2005:01-2012:07 dönemi için incelemişlerdir. Yapılan analiz neticesinde, enflasyon ile işsizlik arasında çift yönlü nedensellik ilişki tespit etmişlerdir.

Yüksel & Özşarı (2016) bireysel krediler ile cari açık ve enflasyon arasında nedensellik ilişkinin olup olmadığını belirlemeyi amaçlamışlardır. Johansen eşbütünleşme ve Toda Yamamoto nedensellik analizlerinin kullanıldığı çalışmanın bulgularında, bireysel krediler ile cari açık ve enflasyon arasında nedensellik ilişkinin bulunmadığını tespit etmişlerdir.

İşsizlik, ekonomik büyüme ve enflasyon arasındaki ilişkinin araştırıldığı çalışmada Köse (2016), 2003:03-2014:04 dönemi için regresyon ve nedensellik analizi kullanmıştır. Sonuç olarak; işsizlik ile enflasyon arasında karşılıklı negatif ilişki ortaya koymuştur.

G7 ülkelerinin 1998-2016 dönemine ait çeyreklik verilerin kullanıldığı çalışmada Özkök & Polat (2017), enflasyon ve işsizlik arasındaki ilişkiyi panel veri analizi ile incelemişlerdir. Sonuçlara göre, enflasyondan işsizliğe aynı zamanda işsizlikten enflasyona doğru çift yönlü nedensellik ilişkisi tespit etmişlerdir. ABD verilerini kullanarak yapılan çalışmada, Saiful Islam & Mustafa (2017) enflasyon ve işsizlik arasındaki uzun vadeli değişimin olduğunu bulmuşlardır. Arshad & Ali (2017) 1974-2013 dönemi için yaptıkları çalışma sonucunda, Pakistan'nın enflasyon oranı ile işsizlik oranı arasında pozitif yönde ve önemsiz ilişki; enflasyon ile ithalatı arasında ise, pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulmuşlardır.

Nepal' de banka kredilerinin enflasyon üzerindeki etkisini incelediği çalışmada Dhungana & Pradhan (2017), 1996-2015 dönemine ait veriler kullanılarak regresyon analizi yapmışlardır. Sonuç olarak, banka kredilerinin enflasyon üzerindeki etkisinin pozitif yönde olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca verimsiz ve spekülasyon sektörlerine verilen kredilerin azaltılması gerektiğini belirtmişlerdir. Karahan & Gürbüz (2017) çalışmalarında 2002-2016 dönemi verileri kullanılarak bireysel banka kredileri ile enflasyon (tüfe) arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Sonuç olarak, enflasyondan banka kredilerine doğru güçlü bir ilişkinin olduğunu belirlemişlerdir.

Victor vd. (2018) panel nedensellik analizi kullandıkları çalışmalarında, enflasyonla işsizlik arasında uzun vadeli bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Eygü (2018) çalışmasında 1990-2017 dönemine ait yıllık veriler ile enflasyon ve dış ticaret değişkenlerinin işsizlik üzerindeki etkisini çoklu regresyon analizi ile incelemiştir. Analizde tüketici fiyat endeksini (tüfe) enflasyon verisi olarak kullanmıştır.

Makroekonomik değişkenler üzerinde etkili olabilecek olan faktörlerin çok fazla olması, etkili ve anlamlı olabilecek faktörleri bulabilmeyi zorlaştırmaktadır. Çalışmalara bakıldığında enflasyon oranı ile ilişki olan faktörlerin belirlenebilmesi için çeşitli makroekonomik ve sektörel birçok değişkenler kullanılmaktadır. Literatürde, enflasyon, cari açık, işsizlik ve banka kredileri değişkenleri ayrı ayrı sıklıkla kullanılmaktadır. Fakat bu değişkenlerin bir arada çok fazla kullanılmadığı görülmektedir. Yapılan çalışmada enflasyon oranı bağımlı değişken olarak, cari açık, işsizlik ve banka kredileri ise bağımsız değişken olarak kullanılmaktadır.

### 3.Yöntem ve Veriler

Ekonomik problemlerden herhangi birini ele alıp incelediğimiz zaman birden fazla açıklayıcı faktörün olduğu bir ilişki ortaya çıkabilir. Ekonomilerde bir bağımlı değişken nadir hallerde tek bir bağımsız faktör ile ilişkilidir. Ekonomik gerçekler, ortaya çıkan bir probleme çok sayıda bağımsız değişkenin neden olduğunu göstermektedir. Bu nedenle ekonometrik modeller tahmin edilirken genellikle birden fazla değişken içeren modeller kullanılmaktadır. Aynı zamanda parametrelerin tahmin edilmesi bu modellere göre yapılmaktadır (Elyak, 2008: 46).

Bağımlı değişkenlerde meydana gelen değişimin birden fazla bağımsız değişkenler ile açıklanması çoklu regresyon modeli olarak ifade edilmektedir. Diğer ifadeyle ikiden fazla bağımsız değişkenin yer aldığı

model çoklu regresyon modelidir. İlişki doğrusal kabul edilmiyorsa doğrusal olmayan çoklu regresyon modellerinden, ilişki doğrusal kabul ediliyorsa çoklu doğrusal regresyon modellerinden söz edilir. Bağımsız değişkenlerin iki ve üzeri olduğu doğrusal regresyon modeli (Guriş vd., 2017:152),

$$Y_i = \beta_1 + \beta_2 X_{i2} + \beta_3 X_{i3} + \dots + \beta_k X_{ik} + \epsilon_i \quad (1)$$

şeklinde gösterilebilir.

Burada  $\beta$ 'lar parametrelerdir. Görüldüğü gibi modelde bağımsız değişkenler (k-1) sayıda, k sayısı kadar değişken ve k sayısı kadar tahmin parametresi vardır. Sabit değer  $\beta_1$  parametresidir ve bağımsız değişkenlerin tamamı, yani X'ler sıfır olduğu zaman Y'nin alacağı değeri veya matematiksel olarak, regresyon doğrusunun düşey eksenini, yani Y eksenini kesim noktasını gösterir.  $\beta_2, \beta_3, \dots, \beta_k$  parametreleri ise matematiksel olarak eğim parametreleridir. Ekonometrik veya iktisadi gözle bakıldığında her bir  $\beta$  ilgili X değişkeninde ortaya çıkan bir birimlik artış veya azalışın bağımlı değişken olan Y'yi ne kadar etkileyebileceğini ve değiştireceğini gösterir.

En küçük kareler (EKK) yöntemiyle tahmin edilen regresyon denklemlerinin aşağıdaki belirtilen varsayımları sağlanması gerekmektedir (Karaca & Karacan, 2016: 188).

- Hata terimleri arasında, otokorelasyonun olmaması.
- Hata terimlerinin, varyanslarının aynı olması,
- Hata terimlerinin, normal dağılım göstermesi.
- Bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı sorununun olmaması

Çoklu doğrusal regresyon modellerinde parametre tahmini EKK yöntemi ile yapılır. EKK yöntemi, hatalar kareler toplamını minimum yapan parametre tahmincilerinin seçildiği yöntemdir. Fakat EKK yöntemi gerekli olan varsayımların yerine getirilmesiyle uygulanabilir. Bu varsayımlardan birisi veya birkaçı gerçekleşmediği zaman elde edilen tahmin sonuçlarının yanlış çıkması kaçınılmaz olur (Karabulut & Şeker, 2018: 1060).

### 3.1. Veriler

Araştırmada bağımlı değişken olarak enflasyon oranı (tüfe) değerleri kullanılırken; bağımsız değişken olarak banka kredileri, işsizlik oranı ve cari açık değerleri kullanılmıştır. Kullanılan değişkenler aşağıda kısaca açıklanmaktadır.

#### ***Enflasyon oranı (TÜFE)***

Nihai satış esnasında, tüketiciye sunulan fiyatlar yardımıyla hesaplanmakta olan endekse tüketici fiyat endeksi (TÜFE) denilmektedir (Aktaş ve Akdağ, 2013: 56). Basit bir ifade ile fiyatlar genel seviyesinde sürekli artışı ifade eden enflasyon, bireylerin alım güçlerini azaltıp giderek gelirlerinin azalmasına sebep olan olgudur. Ekonomilerdeki genel enflasyon problemi, ekonomik olarak istikrarsızlığı arttırmakla birlikte ekonomilerin performanslarını da zayıflatmaktadır (Doğan vd., 2015: 406).

#### ***Banka kredileri***

Bankaların, tasarruf sahiplerinden topladıkları fonları ihtiyaç sahiplerine (tüeticiler, şirketler, vb.) kullandırmasıyla ortaya çıkar. Karahan & Gürbüz (2017) çalışmasında banka kredi hacmindeki genişleme mal piyasasında oluşturduğu talep baskısı yüzünden enflasyonist etkiler ortaya çıkardığını belirtmişlerdir. Yine bir grup iktisatçının, banka kredi hacmindeki gelişmelerin enflasyon oranını etkileyen önemli dinamiklerden biri olarak ele aldığını vurgulamışlardır.

#### ***İşsizlik oranı***

Ekonomilerde, mevcut işgücünün ekonomik faaliyetler içerisine katılıp çalışması veya çalıştırılması istihdam olarak ifade edilmektedir. Bir ülkenin istihdam düzeyi, o ülkenin kalkınmışlık seviyesi, doğal kaynakları, nüfusu, eğitimi, teknolojik yenilikleri ve ekonomik koşullarına bağlıdır. Eğer ekonomilerde üretim faktörlerinin hepsi çalışıp üretime katılıyor ise burada "tam istihdam" durumundan söz edilebilir (Çondur & Bölükbaş, 2014: 82). Dolayısıyla, işsizliğin azalması arzın artması anlamına gelecek ve böylece enflasyon (tüfe) düşebilecek, işsizliğin artması ise arzı azaltacak bu sebeple enflasyon (tüfe) yükselecektir.

## Cari açık

Ülkeler arası mal ve hizmet ile faktör değiş tokuşunun ortaya çıkması dış ticareti doğurmuş olup küreselleşme yolunda atılan ilk adımı oluşturmuştur (Yalçınkaya vd., 2009: 116). Dış ticaretin hız kazanmasıyla birlikte üretim sıkıntısı yaşanan ülkelerde cari açık problemi ortaya çıkmıştır. Bir ülkenin hem mal hem de uluslararası hizmetler ticareti sebebiyle yurt dışına yaptığı ödemelerin, yurt dışından elde ettiği gelirlerden daha fazla olmasına cari açık denir. Cari açıkla, ülkeye giren kaynakların özellikle üretim sürecinde değerlendirilmesi durumunda, ülkede büyüme sağlanabilir böylece cari açık sorun olmaktan çıkabilir (Kaygısız vd., 2016: 276). Dolayısıyla üretim sürecinde arzın artmasıyla enflasyon oranının (tüfe) düşmesi beklenilmektedir.

Çalışmada kullanılan bu değişkenlerin yatırımların artmasında, arz talep dengesinin sağlanmasında fiyat istikrarının ve finansal istikrarın sağlanmasında dolayısıyla ekonomik kalkınmanın sağlanmasında ne kadar önemli olduğu görülmektedir. Bu sebeple çalışmada bu değişkenlerin kullanılması önemli hale gelmektedir.

Yapılan çalışmada, 2009Q1-2017Q4 dönemi için 36 çeyrek veriler ile çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Analizde kullanılan değişkenler Türkiye Bankalar Birliği'nden (TBB) ile Türkiye İstatistik Kurumu'ndan (TÜİK) elde edilmiştir.

## 4.Analiz Sonuçları

Bu bölümde enflasyon oranının; cari açık, işsizlik oranı ve banka kredileri ile ilişkisi çoklu doğrusal regresyon modeli kullanılarak açıklanmaya çalışılmaktadır. Enflasyon oranını temsil eden tüketici fiyat endeksi (tüfe) ile cari açık, işsizlik oranı ve banka kredileri arasındaki ilişkinin varlığı, yönü ve derecesinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmada, 2009-2017 dönemini içeren çeyreklik veriler kullanılmakta ve analiz EViews 9 programı ile gerçekleştirilmektedir.

Yapılan analizde, çoklu doğrusal regresyon analizi için istenen, otokorelasyon, değişen varyans, hata terimlerinin normal dağılımı, çoklu doğrusal bağlantı ve sıfır ortalama varsayımlarına bakılmıştır. Bu varsayımlara ait test sonuçları aşağıda tek tek incelenmektedir.

*İlk olarak*, çoklu doğrusal regresyon modelinin varsayımlarından otokorelasyonun olup olmadığı correlogram- Q istatistiği ile test edilmiştir. Bu varsayımına ait correlogram- Q istatistiği test sonuçları Tablo'1 de gösterilmektedir.

**Tablo 1.** Correlogram - Q İstatistiği Test Sonuçları

Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob	
		1	0.168	0.168	1.1068	0.293
		2	-0.248	-0.284	3.5763	0.167
		3	-0.285	-0.206	6.9545	0.073
		4	0.127	0.173	7.6485	0.105
		5	0.007	-0.194	7.6507	0.177
		6	-0.162	-0.156	8.8401	0.183
		7	-0.181	-0.092	10.386	0.168
		8	0.121	0.041	11.100	0.196
		9	0.006	-0.197	11.102	0.269
		10	-0.054	-0.040	11.253	0.338
		11	-0.077	-0.043	11.578	0.396
		12	-0.021	-0.204	11.604	0.478
		13	0.006	-0.050	11.606	0.560
		14	-0.006	-0.087	11.608	0.638
		15	0.077	0.011	11.992	0.680
		16	0.117	0.008	12.929	0.678

Otokorelasyonu tüm gecikme değerleri için ayrı ayrı hesaplamak yerine, gecikme değerlerinin tamamını bir arada gösteren correlogram- Q istatistiği test sonuçlarına bakılmıştır. Tablo 1'e göre tüm gecikme değerleri için sonuçların 0,05'ten büyük olduğu görülmektedir. Dolayısıyla Tablo 1'de seriler arasında otokorelasyon veya serisel korelasyona rastlanılmamıştır.

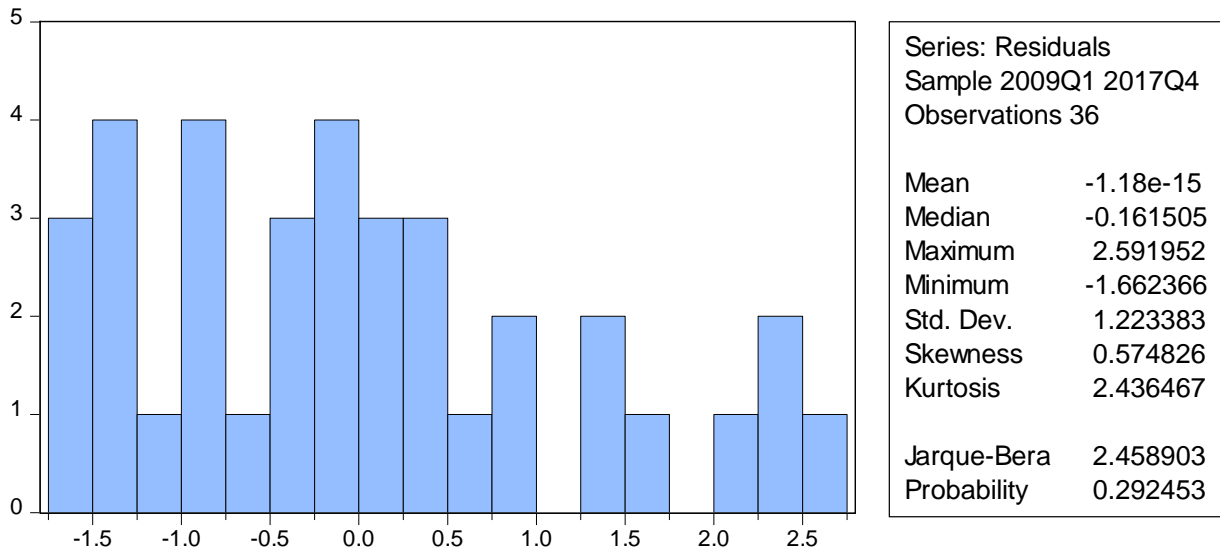
*İkinci olarak*, çoklu doğrusal regresyon modelinin varsayımlarından değişen varyans (heteroskedasite) test edilmiştir. Bu varsayımına ait White değişen varyans test sonuçları Tablo 2'de yer almaktadır.

**Tablo 2.** White Değişen Varyans (Heteroskedasite) Test Sonuçları

<b>F- İstatistik</b>	1.223699	<b>Olasılık F(9,26)</b>	0.3234
<b>Obs*R<sup>2</sup>:</b>	10.71179	<b>Olasılık Ki-Kare (9)</b>	0.2960
<b>Scaled explained SS</b>	6.078866	<b>Olasılık Ki-Kare (9)</b>	0.7320

Tablo 2'deki Ki-Kare olasılıklarının 0.05'ten büyük olması değişen varyansın olmadığını yani hata teriminin homoskedastik olduğunu göstermektedir.

Üçüncü olarak, çoklu doğrusal regresyon modelinin varsayımlarından model hata terimlerinin normal dağılımı test edilmiştir. Bu testin sonuçları tablo 3'te gösterilmektedir.

**Tablo 3.** Model Hata Terimlerinin Normal Dağılım Testi

H<sub>0</sub>: Kalıntılar normal dağılıma uymaktadır.

H<sub>1</sub>: Kalıntılar normal dağılıma uymamaktadır.

Normallik varsayımının geçerliliği Jarque-Bera testi ile incelenmektedir. Tablo 3'te görüldüğü gibi olasılık değeri 0,292453>0,05 olduğundan H<sub>0</sub> hipotezi reddedilmektedir. Dolayısıyla bu değer, hata terimlerinin normal dağıldığı anlamına gelmektedir.

Dördüncü olarak, çoklu doğrusal regresyon modelinin varsayımlarından çoklu doğrusal bağlantı test edilmiştir. Bu varsayımın sonuçlarına ait Centered VIF değerleri tablo 4'te gösterilmektedir.

**Tablo 4.** Çoklu Doğrusal Bağlantı Test Sonuçları

<b>Değişkenler</b>	<b>Coefficient Variance</b>	<b>Uncentered VIF</b>	<b>Centered VIF</b>
<b>Cari Açık</b>	8.53E-17	5.263819	1.321650
<b>İşsizlik Oranı</b>	0.030645	72.58192	1.315849
<b>Banka Kredileri</b>	1.75E-13	4.951964	1.005063
<b>Sabit</b>	4.341556	95.47829	NA

Centered VIF değerlerinin, 1-5 arasında bulunması çoklu doğrusal bağlantının olmadığı anlamına gelmektedir (Bükey & Çetin, 2017: 113). Tablo 4'de, çoklu doğrusal bağlantı sorununun olup olmadığı test edildiğinde, Centered VIF kat sayısı değerleri 1 ile 5 arasında yer almakta, dolayısıyla çoklu doğrusal bağlantı sorunun olmadığı görülmektedir.

*Son olarak*, çoklu doğrusal regresyon modelinin sıfır ortalama varsayımına bakmak için modelde yer alan değişkenlerin artıklarının ortalamasının sıfır olup olmadığını kontrol etmemiz gerekmektedir. Elde edilen sonuç sıfıra eşit çıktığı görülmektedir.

Elde edilen bu 5 varsayımın test sonuçlarına bakıldığında çoklu doğrusal regresyon modelinin, gerekli olan varsayımları sağladığı görülmüştür. Dolayısıyla tahmin edilen modelin istatistiksel açıdan anlamlı olduğu söylenebilir.

Aşağıdaki tablo cari açık, işsizlik oranı ve banka kredilerinin enflasyon oranı (tüfe) ile ilişkisini açıklamaktadır. Tablo 5’deki katsayı değerleri, bağımsız değişkenlerin etkisini ve yönünü gösterirken, olasılık değerleri bağımsız değişkenlerin anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Çoklu doğrusal regresyon modelinin sonuçları Tablo 5’te yer almaktadır.

**Tablo 5.** Tahmin Edilen Modelin Sonuçları

<b>Bağımlı Değişken: TÜFE</b>		<b>Method: EKK</b>		
<b>Dönem: 2009Q1- 2017Q4</b>		<b>Gözlem Sayısı: 36</b>		
<b>Değişkenler</b>	<b>Katsayılar</b>	<b>Std. Hata</b>	<b>t-Statistic</b>	<b>Olasılık</b>
<b>Cari Açık</b>	8.23E-08	9.24E-09	8.910982	0.0001*
<b>İşsizlik Oranı</b>	0.563353	0.175056	3.218125	0.0030*
<b>Banka Kredileri</b>	2.07E-06	4.18E-07	4.954396	0.0001*
<b>Sabit</b>	-6.746780	2.083640	-3.237977	0.0028
<b>R<sup>2</sup></b>	0.778571	<b>F-statistic</b>	37.50529	
<b>Prob(F-statistic)</b>	0.000000	<b>Durbin-Watson stat</b>	1.527616	

\*Değişkenler %1 anlamlılık düzeyinde Tablo 5’te sonuçlara bakıldığında enflasyonu açıklamaları açısından tüm değişkenlerin %1 anlamlılık seviyesinde anlamlı olduğu görülmektedir. Değişkenlerinin katsayıları incelendiğinde tamamın pozitif işaretli olduğu görülmektedir. Tablo 5’te bağımsız değişkenlerin katsayılarına bakıldığında tüfe üzerinde en çok etkili olan bağımsız değişkenin işsizlik oranı olduğu görülmektedir. Cari açık ve banka kredileri, işsizlik oranına göre karşılaştırıldığında tüfe değişkeninin daha az etkilediği görülmektedir.

Analiz bulgularında, işsizlik oranındaki %1’lik değişimin enflasyon oranını %0,56 oranında değiştirebileceği görülmektedir. Diğer bir ifade ile, işsizlik oranının %1 azalması enflasyonu %0,56 düşüreceği, %1 artması ise enflasyonu %0,56 yükselteceği söylenebilir. Cari açık ve banka kredilerinin ise enflasyonu değiştirmedeki etkisinin sıfıra çok yakın olduğu görülmektedir.

## 5.SONUÇ

Bu çalışmada, makroekonomik faktörler ve banka kredilerinin enflasyon oranı ile ilişkisinin olup olmadığı araştırılmış ve 2009-2017 dönemlerine ait çeyreklik veriler kullanılmıştır. Analizde, enflasyon oranı (tüfe) ile cari açık, işsizlik oranı ve banka kredileri arasındaki ilişkilerin varlığı ve büyüklüğü, çoklu doğrusal regresyon modeli kullanılarak açıklanmaya çalışılmıştır.

Yapılan analizde, çoklu doğrusal regresyon analizi için istenen, otokorelasyon, değişen varyans, hata terimlerinin normal dağılımı, çoklu doğrusal bağlantı ve sıfır ortalama varsayımları test edilmiştir. Bu testlerin sonuçlarına bakıldığında elde edilen modelin anlamlı olduğu görülmüştür.

Analiz sonuçlarına bakıldığında, cari açık, işsizlik oranı ve banka kredilerinin enflasyon oranını açıklamada anlamlı olduğu görülmüştür. Ayrıca enflasyon üzerinde, işsizlik oranı en etkili değişken iken, cari açık ve banka kredileri değişkenlerinin etkisinin düşük olduğu tespit edilmiştir.

Analiz sonucunda anlamlı çıkan tüm değişkenler değerlendirildiğinde, İlk olarak; Tablo 5’teki cari açık bulguları değerlendirildiğinde, fiyat istikrarı sağlamada yani enflasyon oranı düşürmede etkisinin düşük olduğu görülmektedir. İkinci değişken olarak; işsizlik oranındaki artışın enflasyonu yükselteceği, işsizlik oranındaki

düşüşün ise enflasyonu düşüreceği görülmektedir. Son değişken olarak; banka kredileri değişkenine bakıldığında ise banka kredilerinin enflasyon oranını düşürmede etkisinin düşük olduğu görülmektedir.

Yapılan çalışmalarda, Uysal ve Erdoğan (2013), Şentürk ve Akbaş (2014), Köse (2016), Arshad ve Ali (2017), Victor ve Diğerleri (2018), Saiful Islam ve Mustafa (2017) enflasyon ile işsizlik arasında bir ilişki ortaya koymuşlardır. Ayrıca, Khan ve Qasim (1996), Arslan ve Yapraklı (2008), Karahan ve Gürbüz (2017), Dhungana ve Pradhan (2017) enflasyon ile banka kredileri arasında bir ilişki tespit etmişlerdir. Yine, Khan ve Gill (2010), Arshad ve Ali (2017) cari açığın sebebi olan ithalat ile enflasyon arasında bir ilişkinin olduğunu ortaya koymuşlardır.

Son olarak ilerleyen çalışmalarda, enflasyon üzerinde etkili olan faktörler farklı değişkenler ve farklı yöntemler ile araştırılabilir. Benzer oranlar ile farklı ülkeler ayrı ayrı analiz edilip enflasyon üzerindeki faktörlerin benzer olup olmadığı tespit edilebilir.

## KAYNAKÇA

- AKTAŞ, Metin & AKDAĞ, Saffet (2013). Türkiye’de Ekonomik Faktörlerin Hisse Senedi Fiyatları ile İlişkilerinin Araştırılması. *International Journal of Social Science Research*, 2(1), 50-67.
- ARSHAD, Sumera & ALÌ, Amjad (2016). Trade-off Between Inflation, Interest and Unemployment Rate of Pakistan: Revisited. Munich Personal RePEc Archive
- ARSLAN, İbrahim & YAPRAKLÌ, Sevda (2008). Banka Kredileri ve Enflasyon Arasındaki İlişki: Türkiye Üzerine Ekonometrik Bir Analiz (1983-2007). *Ekonometri ve İstatistik e-Dergisi*, (7), 88-103.
- BÜKEY, Abdullah Miraç & ÇETİN, Başak Işıl (2017). Türkiye’de Gelir Dağılımına Etki Eden Faktörlerin En Küçük Kareler Yöntemi ile Analizi. *Maliye Araştırmaları Dergisi*, 3(1).
- ÇONDUR, Funda & BÖLÜKBAŞ, Mehmet (2014). Türkiye’de İşgücü Piyasası ve Genç İşsizlik-Büyüme İlişkisi Üzerine Bir İnceleme. *Amme İdaresi Dergisi*, 47(2).
- DHUNGANA, Neelam Timsina & PRADHAN, Radhe Shyam (2017). Effect of Bank Lending on Inflation in Nepal. *Journal of Advanced Academic Research*, 4(2), 27-43.
- DOĞAN, Buhari., EROĞLU, Ömer & DEĞER, Osman (2016). Enflasyon ve Faiz Oranı Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Türkiye Örneği. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(1), 405-425.
- ELYAK, Ayhan (2008) İMKB 100 Endeksini Etkileyen Faktörlerin Ekonometrik Analizi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- EYGÜ, Hakan (2018). Enflasyon, İşsizlik ve Dış Ticaret Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Türkiye Örneği (1990-2017). *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 20/2 (2018)
- GURİŞ, Selahattin., AKAY, Ebru Çağlayan & GURİŞ, Burak (2017). Eviews ile Temel Ekonometri. DER Yayınları, 3. Baskı, İstanbul.
- GÜL, Ekrem, KAMACI, Ahmet & KONYA, Serkan (2014). Enflasyon ve İşsizlik Arasındaki Nedensellik İlişkisinin Test Edilmesi: Panel Eşbütünlük ve Nedensellik Analizi. In *International Conference on Eurasian Economies*, 1 (Vol. 6).
- KARABULUT, Recep & ŞEKER, Kudbeddin (2018). Belirlenmiş Değişkenlerin Vergi Gelirleri Üzerindeki Etkisi: Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(3).
- KARACA, Coşkun & KARACAN, Hacer (2016). Çoklu Regresyon Metoduyla Elektrik Tüketim Talebini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi. *SUJEST*, c.4, s.3, ISSN: 2147-9364 (Elektronik)
- KARAHAN, Özcan & GÜRBÜZ, Yunus Emre (2017). Türkiye’de Bireysel Banka Kredileri ve Enflasyon İlişkisi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 13(5), 410-416.
- KAYGISIZ, Ayşe Durgun., GÖZE KAYA, Dilek & KÖSEKAHYAOĞLU, Levet (2016). Türkiye’de Tasarruf, Yatırım, Cari Açık ve Büyüme: 1980-2014 Dönemi Üzerine Bir Nedensellik İlişkisi Analizi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 273-300.
- KHAN, Ashfaque H., & QASİM, Mohammad Ali (1996). Inflation in Pakistan Revisited. *The Pakistan Development Review*, 35(4), 747-759.
- KHAN, Rana Ejaz Ali & GİLL Abid Rashid (2010). Determinants of inflation: A case of Pakistan (1970-2007). *Journal of economics*, 1(1), 45-51
- KÖSE, Zeynep (2016). Türkiye Ekonomisinde 2003-2014 Döneminde Ekonomik Büyüme İşsizlik ve Enflasyon İlişkisi. *Türk Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 58-75.
- MANKİW, N. Gregory (2001). The Inexorable and Mysterious Trade off Between Inflation and Unemployment. *The Economic Journal*, 111(471), 45-61.
- ISLAM, Mohammed Saiful & MUSTAFA, Riduanul (2017). Quest for a Valid Phillips Curve in the Long Run: An Empirical Approach, *International Business Research*, Vol. 10, No. 4.
- SANCAR, Canan & ATAY POLAT, Melike (2017). Enflasyon ve İşsizlik İlişkisi Üzerine Ampirik Bir Uygulama (G7 Ülkeleri Örneği). *Global Journal of Economics and Business Studies*, 6(12), 1-14.
- SERMPİNİS, Georgios., STASİNAKİS, Charalampos., THEOFİLATOS, Konstantinos & KARATHANASOPOULOS, Andreas (2014). Inflation and Unemployment Forecasting With Genetic Support Vector Regression. *Journal of Forecasting*, 33(6), 471-487.



ŞENTÜRK, Mehmet & AKBAŞ, Yusuf Ekrem (2014). İşsizlik-Enflasyon ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Karşılıklı İlişkinin Değerlendirilmesi: Türkiye Örneği. *Journal of Yasar University*, 9(34), 5820-5832.

(TCMB). Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Tarihçesi ve Görevleri. <http://tcmb.gov.tr>

UYSAL, Doğan & ERDOĞAN, Savaş (2003). Enflasyon ile İşsizlik Oranı Arasındaki İlişki ve Türkiye Örneği (1980-2002). *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*.

UYSAL, Doğan., MUCUK, Mehmet & ALPTEKİN, Volkan (2012). Türkiye Ekonomisinde Vektör Otoregresif Model ile Enflasyon-Büyüme İlişkisinin Analizi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 4(8), 55-72.

VİCTOR, Vijay., FEKETE FARKAS, Maria & JEESON, Florence (2018). Inflation Unemployment Dynamics in Hungary—A Structured Cointegration And Vector Error Correction Model Approach. *Theoretical and Applied Economics*, 25(2 (615), Summer), 195-204.

YALÇINKAYA, M. Hakan ÇİLBANT, Coşkun & ÖZÇALIK, Melih (2009). Avrupa Birliği Sürecinde Türk İmalat Sanayi Dış Ticaretinin Rekabet Gücü: 1989-2009 Dönemi VAR Analizi. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(1), 115-137.

YÜKSEL, Serhat & ÖZSARI, Mustafa (2016). Türkiye'deki Bireysel Krediler ile Enflasyon ve Cari İşlemler Açığı Arasındaki Nedensellik İlişkisinin İncelenmesi. *Econworld Konferansı, Roma*.

# **FİNANSAL İSTİKRAR VE PARA POLİTİKASI İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

## **A RESEARCH ON THE RELATIONSHIP BETWEEN MONETARY POLICY AND FINANCIAL STABILITY**

*Alp POLAT\**  
*Faruk AKIN\*\**

### **Özet**

2008 Krizi öncesi merkez bankalarının amacı fiyat istikrarını sağlamak ve böylece finansal istikrar için gerekli şartları oluşturmaktı. Ancak, 2008 Krizi fiyat istikrarını sağlayarak finansal sistemin sorunsuz bir şekilde işleyişinin sağlanamayacağını gösterdi. Bu araştırmanın amacı politika faiz oranı ile finansal istikrar arasındaki ilişkinin belirlenmesidir. Para politikasını temsil etmek amacıyla açık piyasa işlemleri 2-14 günlük REPO ağırlıklı ortalama faiz oranı esas alınmıştır. Araştırma 2011-2019 döneminde çeyreklik periyotları kapsamaktadır. Grafik üzerinde yapılan değerlendirmede finansal istikrarda düşüş yaşandığında para politikası faiz oranında artış yönünde bir eğilim olduğu görülmüştür. Gerçekleştirilen Granger nedensellik testleri ile elde edilen bulgulara göre finansal istikrarın alt bileşenlerinden döviz kuru piyasası istikrarı kapsamında volatilitte ve değişim oranı ile para politikası faiz oranı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Pay piyasası için finansal istikrarı açıklamak amacıyla BIST mali sektör endeksi kullanılmıştır. Pay piyasasında istikrarın alt bileşenlerinden volatilitte ile para politikası faiz oranı arasında çift yönlü anlamlı ilişki olduğu görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Finansal İstikrar, Merkez Bankası, Para Politikası

**Jel Sınıflandırması:** E44, E52, E58

### **Abstract**

In the period before 2008 crisis, Central Banks aimed to maintain price stability in order to create conditions of financial stability. However, 2008 crisis showed that price stability cannot provide solution to financial system problems. The purpose of this study is to determine the relations between monetary policy and financial stability. 2-14 days open market REPO weighted average interest rate is used in order to represent monetary policy. The Research Period covers the quarterly data of the 2011-2019 periods. According to the evaluation which based on comparison graphs, there is a tendency towards an increase in the monetary policy interest rate when the financial stability decreased. Findings which are obtained through the Granger Causality tests indicate that there is statistically significant relationship between sub-components of exchange rate market stability, which are the volatility and growth ratio of exchange rate, and monetary policy interest rate. The BIST financial sector index was used to explain financial stability for the stock market. It is observed that there is a two-way significant relationship between volatility of the stock market index which is one of the stock market stability components and monetary policy interest rate.

**Key Words:** Financial Stability, Central Bank, Monetary Policy

**Jel Classification:** E44, E52, E58

---

\*Dr. Öğr. Üyesi, Bilecik Şeyh Edebalı Üniversitesi, Bozüyük Meslek Yüksekokulu, [alp.polat@bilecik.edu.tr](mailto:alp.polat@bilecik.edu.tr),  
Orcid: 0000-0002-5472-5686

\*\* Doç. Dr. Bilecik Şeyh Edebalı Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, [drfarukakin@gmail.com](mailto:drfarukakin@gmail.com), Orcid:  
0000-0002-5921-2628

## 1. Giriş

Finansal piyasaların serbestleşmesi ve teknolojinin hızla gelişmesi bu piyasaların daha karmaşık bir hale gelmesine yol açmıştır. Özellikle 2008 Küresel Krizi sonrası finansal sistemde ortaya çıkan riskler ve artan maliyetler mikro ihtiyati politikaların yetersizliğini ortaya koyarken makro ihtiyati politikaların gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Küresel kriz öncesi merkez bankaları fiyat istikrarı hedefini geleneksel para politikası araçları ile sağlamaya çalışırken küresel kriz sonrası finansal istikrarı sağlamak amacıyla geleneksel olmayan para politikası araçlarını kullanmaya başlamışlardır.

Küresel dengesizliklerin ortaya çıkardığı makro finansal riskler, öncelikli olarak merkez bankalarına bu risklerin kontrol altına alınması ile ilgili önemli roller yüklemektedir. Finansal istikrarsızlığın en önemli göstergesi olan finansal krizler finansal sistemde büyük bir çöküntüye sebep olmakta ve ödemeler sisteminin etkin ve güvenli bir şekilde çalışmasına engel olmakta ve genel ekonomik aktiviteyi olumsuz etkilemektedir (Tiryaki, 2012: 21). Finansal krizler ayrıca merkez bankalarının para politikası uygulamalarının etkinliğinin de azalmasına yol açmaktadır. Merkez bankaları finansal sistemin istikrarsızlığının yanı sıra bu istikrarsızlığın tüm ekonomik aktiviteyi olumsuz etkileyebilmesi nedeniyle finansal istikrarı politika amaçlarından biri olarak kabul etmektedirler.

Bu araştırma merkez bankası politikalarında finansal istikrarın yerinin ortaya konulması bakımından öneme sahiptir. Finansal istikrarın merkez bankası politikalarında ne kadar yer bulduğu konusu akademisyenler ve ekonomik karar alıcılar tarafından merak edilen bir konu haline gelmiştir. Literatürde, merkez bankalarının bağımsız izledikleri politikalarında finansal istikrar politikası da gözetebileceği kabul edilmekte ancak bu politikanın fiyat istikrarı politikası yanında ne kadar uygulama alanı bulduğu ve başarıya ulaşabileceği konusunda kesin bir fikir birliğine varılamamaktadır. Bu çalışma, Türkiye verileri üzerinden yapılacak analizler sonucunda fiyat istikrarının para politikası açısından ilişkisini araştıran literatüre katkı yapacaktır. Çalışmada finansal istikrar endeksi oluşturulmuştur. Türkiye’de bu konuda yapılan kısıtlı sayıda araştırmalardan farklı olarak finansal istikrar endeksi oluşturulması dolayısıyla bu konudaki literatüre de katkı sağlanabilmektedir.

Çalışmada öncelikle finansal istikrar kavramı ve finansal istikrarın önemi ortaya konulmuştur. Sonrasında ise merkez bankalarının finansal istikrarın sağlanmasındaki rolleri ile merkez bankalarının finansal istikrarı sağlamak amacıyla kullandıkları para politikası yaklaşımları ele alınmıştır. Çalışmada para politikası ile finansal istikrar arasındaki ilişkilere belirlenmesi amacıyla uygulama gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda veri ve metodoloji ile ilgili bilgilere yer verilmiştir. Elde edilen bulgular açıklandıktan sonra sonuç ve değerlendirme ile çalışma sonlandırılmıştır.

## 2. Finansal İstikrar Kavramı ve Önemi

2008 Küresel Krizi sonrası meydana gelen gelişmeler finansal istikrar kavramının önemini artmasına yol açmıştır. Finansal istikrarı güvence altına almak isteyen merkez bankaları ve uluslararası kuruluşlar finansal istikrarı sağlamaya yönelik olarak politikalarını yoğunlaştırmışlardır. Genel olarak finansal istikrar, finansal sistemin istikrarını ve şoklara karşı dayanıklılığını ifade etmektedir. Finansal istikrarı sürdürmek ise, finansal sistemi çöküntü ve dalgalanmalara karşı korumaktır (Delice, 2007: 85). Literatürde ise finansal istikrar kavramı ile ilgili ortak bir tanım bulunmamaktadır. Oynaklığın olmaması anlamına gelen istikrar kavramı oynaklığın finansal piyasalar için sorun oluşturmasını ifade etmektedir. Finansal istikrar konusunda, makroekonomik istikrar ve parasal istikrar kavramlarının aksine, teoride ve uygulamada sürekli yeni gelişmeler ortaya çıkmaktadır (Darıcı, 2012: 3). Finansal istikrar kavramının tanımlanmasını güçleştiren nedenler beş başlıkta ele alınabilir. Birincisi, finansal istikrar ile ilgili gelişmelerin tek gösterge ile açıklanamamasıdır. İkincisi, finansal istikrar ile ilgili gelişmelerin tahmin edilmesindeki güçlüktür. Üçüncüsü, finansal istikrar konusundaki gelişmelerin kısmen kontrol edilebilmesidir. Dördüncüsü, finansal istikrar ile ilgili politikaların esneklik ve etkinlik konularında ikilem içermesidir. Sonuncusu ise, finansal istikrarı sağlamaya yönelik politikaların zamanlama açısından tutarsız olabilmesidir (Schinasi, 2004: 11).

Literatürde finansal istikrar kavramını ele alan genelde iki düşünce tarzı bulunmaktadır. Bunlardan ilki, finansal istikrarı finansal istikrarsızlığı tanımlayarak açıklamaktadır. İkincisi ise finansal istikrarı tanımlamaya çalışarak açıklamaktadır. Finansal istikrarı finansal istikrarsızlık üzerinden açıklayan tanımlardan bazıları şunlardır; Ferguson (2002)'a göre finansal istikrarsızlık, “üç temel kriter” ile şekillenmektedir. Bazı önemli finansal varlık fiyatlarının oynaklık göstermesi, piyasa işleyişi ve kredi kullanılabilirliğinin yerel ve belki de uluslararası düzeyde önemli ölçüde bozulması ve bunun sonucunda toplam harcamaların ekonominin üretme kapasitesinden yukarıya veya aşağıya önemli ölçüde sapmasıdır. Chant (2003)'e göre finansal istikrarsızlık, finans piyasalarındaki finansal sistemin işleyişini etkileyerek ekonominin performansına zarar veren veya zarar verme tehlikesi bulunan durumlardır. Finansal istikrarı finansal istikrar üzerinden açıklayan tanımlardan bazıları ise şunlardır; Padoa-Schioppa (2002)'ya göre finansal istikrar, finansal sistemin ekonomideki yatırım fırsatları ve ödemelerin yapılması üzerinde olumsuz etkiye sahip birikimli süreçlerin meydana gelmesine yol açmaksızın, sarsıntılara dayanabildiği durumdur. Schinasi (2004)'ye göre finansal istikrar, finansal sistemin öngörülemeden

ve önemli olaylar neticesinde veya içsel nedenlerle ortaya çıkan finansal dengesizlikleri dağıtıcı ve bir ekonominin performansını kolaylaştırıcı yeterlilikte olmasıdır.

Finansal sistemin mimarisinin değişmesi ile finansal istikrar kavramı daha fazla önem kazanmış, küresel kriz sonrasında finansal sistemde meydana gelebilecek risklerin özellikle reel ekonomiyi ciddi boyutlarda etkileyebileceği anlaşılmıştır. Finansal istikrar kavramının önemi üç başlıkta ele alınabilir (TCMB, 2015: 7); *Finansal İstikrarın Küresel Finans Piyasalarına Katkısı*: Bir ülkede yaşanan ekonomik dalgalanmalar sebebiyle bazı piyasa katılımcılarının zarara uğraması, yayılma etkisi ile diğer piyasa katılımcılarının da bu zarardan etkilenmelerine yol açabilir. Ortaya çıkacak sistemik bir finansal krizin yaratacağı maliyet, kriz yaşanmadan önce istikrarı sürdürmek için gereken maliyetten çok daha fazla olabilmektedir. *Finansal İstikrarın Ülke Ekonomisine Katkısı*: Tasarruf sahibi ve yatırımcıların faaliyetlerini etkin bir şekilde yürütebilmeleri için gerekli kaynak transferinin sağlıklı bir şekilde devamını sağlayan finansal istikrar, risklerin dengeli bir şekilde dağılmasını sağlayarak ekonominin kırılganlığını azaltmaktadır. *Finansal İstikrarın Uygulanan Para Politikasına Katkısı*: Finansal istikrar, merkez bankalarının para politikası stratejilerinde esneklik sağladığı için para politikasının etkinliği açısından önemlidir. Bir ülke ekonomisinde finansal istikrar sağlanamıyorsa, para politikası araçları istenilen şekilde kullanılamayabilir ve uygulanan politikalardan beklenen etki sağlanamayabilir (TCMB, 2015: 7).

## 2.1. Finansal İstikrar ve Merkez Bankaları

Merkez bankalarının finansal istikrarla ilgisi 19. yüzyılda devlet tarafından kağıt para basımını üstlenen tek kurum olmaları ile başlamıştır (Yücememiş, 2011: 46). Merkez Bankalarının finansal istikrarın sağlanması ve sürdürülmesinde rol oynamalarının temelinde yatan üç unsur bulunmaktadır. İlk olarak, merkez bankalarının son kredi mercii olma fonksiyonu, merkez bankalarının sistemin istikrarı için önemli bir sorumluluk yüklemektedir. İkinci olarak merkez bankalarının yetki alanında olan ödemeler sisteminin sorunsuz olarak çalışması ile ilgilidir. Ödemeler sisteminin sorunsuz olarak çalışması ihtiyacı finansal istikrarın merkez bankalarının sorumluluk kapsamında girmesi sonucunu getirmektedir. Üçüncü olarak, banka sistemi reel ekonomiye kaynak aktarma sürecinde bir köprü görevi görmekte reel ekonomiye kaynak yaratmaktadır. Merkez bankaları bankacılık kesiminde faaliyet gösteren kurumların sağlamlığı ve finansal piyasaların istikrarlı olması açısından, finansal sistemi izlemekte ve oluşan risklere karşı politikalar geliştirmektedir. Merkez bankalarının finansal istikrarı sağlama sorumluluğuna yönelik son gerekçe ise, finansal istikrar ve fiyat istikrarı arasında ilişki bulunmasıdır (Darıcı, 2012: 34).

Küreselleşme, finansal serbestleşme ve teknolojik gelişmelere paralel olarak ortaya çıkan finansal krizler nedeniyle fiyat istikrarı hedefinin gerçekleştirilmesi hedefi doğrultusunda finansal istikrar konusu merkez bankalarının politika gündemlerinde en üst sırada yerini almaya başlamıştır. (Eğilmez, 2019: 260-261). Finansal istikrarın sağlanması hedefini gözeterek merkez bankaları, finansal sektörün etkin bir şekilde analiz edilmesi için bir takım araç ve yöntemler kullanarak, finansal sistemin sağlamlığını ölçmekte ve finansal gelişmeleri izlemektedir (Parasız, 2011: 100). Bu kapsamda merkez bankalarının finansal istikrara yönelik en kapsamlı ve resmi çalışmaları periyodik olarak yayımlanan finansal istikrar raporlarıdır. Günümüzde finansal istikrar raporlarının merkez bankaları tarafından hazırlanması ve içeriğinin genişletilmesinde giderek artan bir trend olduğu görülmektedir (Tiryaki, 2016: 207). TCMB, ECB ve FED'in finansal istikrar kavramına ilişkin tanımlamaları ise şöyledir; Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB)'na göre finansal istikrar finansal sistemin dengelerini bozabilecek beklenmedik durumlara karşı ekonominin dayanıklılığı olarak tanımlanmaktadır. Avrupa Merkez Bankası (ECB) finansal istikrarı; finansal araçların, piyasaların ve piyasa katılımcılarının tasarrufların yatırımlara dönüşüm sürecine zarar vermeden meydana gelebilecek şoklara karşı dayanıklı olma durumu şeklinde tanımlanmaktadır. Amerikan Merkez Bankası (FED) ise bazı önemli finansal varlık fiyatlarında aşırı değişkenlik olması, piyasanın işleyişinin ve kredi kanallarının hızla bozulması ve bunların sonucunda, toplam harcamaların ekonomideki üretim seviyesine katkı sağlayamaması durumunu finansal istikrarsızlık olarak tanımlanmaktadır (Ayтуğ, 2015: 406).

## 2.2. Finansal İstikrar ve Para Politikası

Merkez bankalarının finansal istikrar kapsamında iki eylem şekli bulunmaktadır. Birincisi, finansal istikrarı oluşturmaya yönelik uygulama ve politikalar geliştirmek, ikincisi ise finansal istikrarsızlığa neden olabilecek unsurları ortadan kaldırmak ve finansal piyasaların istikrarsız hale gelmesi sonucu ortaya çıkan durumu yönetmektir (Sezgin ve Darıcı, 2009: 20). Merkez bankalarının finansal istikrarın korunmasına yönelik olarak yapacakları en önemli katkı ise, esas olarak fiyat istikrarı hedefini gerçekleştirmek amacıyla uygulanan bir para politikası olacaktır (Parasız, 2011: 98). Diğer taraftan finansal istikrar, para politikası uygulamalarının hareket alanını genişleterek para politikasının etkinliğini sağlamaktadır (Terzi, 2017: 59). Schioppa (2002) tarafından yapılan bir çalışmada merkez bankalarının fiyat istikrarını sağlama amacı ile kullandıkları araçlar ve bu araçların finansal istikrar ile ilişkisi ele alınmıştır. Tablo 1'de de görüleceği üzere on politika aracının yer aldığı çalışmada, ilk üç araç (para politikası stratejisi, kısa dönem faiz oranları, piyasa işlemleri) merkez bankalarının fiyat

istikrarını sağlamak amacıyla kullandıkları araçlardır. Son üç sırada yer alan araçlar (ihtiyatlı düzenleme, ihtiyatlı denetim, mevduat sigortası) ise finansal sistem istikrarının sağlanmasına yönelik olarak kullanılan gözetim ve denetim amaçlı araçlardır.

**Tablo 1.** Fiyat İstikrarı ve Finansal İstikrarın Sürdürülebilmesine Yönelik Araçlar

	Araçlar	Fiyat İstikrarı	Finansal İstikrar	
			Sistem Bazında	Bireysel Kuruluşlar
1	Para Politikası Stratejisi	XX	X	
2	Kısa Dönem Faiz Oranları	XX	X	
3	Piyasa İşlemleri	XX	X	
4	Ödeme Sistemleri		XX	
5	Kamu Otoriteleri ile Özel Kesime Yorumlar	XX	•	••
6	Acil Likidite Desteği		XX	XX
7	Kriz Koordinasyonu		•	••
8	İhtiyatlı Düzenleme		O	OO
9	İhtiyatlı Denetim		O	OO
10	Mevduat Sigortası		O	OO

**Kaynak:** Tommaso Padoa-Schioppa (2002), Central Banks and Financial Stability: Exploring a Land in Between, Second ECB Central Banking Conference on the Transformation of the European Financial System, p. 22.

\*Tablo 1 ile ilgili açıklamalar;

İki sembol (XX, ••, OO) = Aracın temel kullanımı, Tek sembol (X, •, O) = Aracın ek kullanımı

X= Denetim gücü olmaksızın merkez bankasının aracı, O = Merkez bankası dışındaki otoritelerin elindeki araçları

•= Her ikisi kurum için mevcut araçlar

2008 Küresel krizinden önce merkez bankaları genel olarak fiyat istikrarı ve enflasyonla mücadelede açık piyasa işlemleri ile kısa vadeli faiz oranları gibi geleneksel politika araçlarını uygulamayı tercih etmişlerdir (Çinko, 2019: 243). Fiyat istikrarının sağlandığı bir ekonomide finansal piyasalarda meydana gelecek risk unsurlarının piyasa mekanizması içinde piyasanın süpürüleceği tezi ve finansal kurumların denetlenmesi ve düzenlenmesinin başlıca piyasa koşulları üzerinden değil ancak mikro ihtiyatı düzenlemeler ile gerçekleşeceği görüşünün yetersiz olduğu küresel kriz sürecinde anlaşılmıştır. Diğer bir ifadeyle küresel kriz finansal sistemin tümü için makro ihtiyatı düzenlemelerin gerekliliğini ortaya koymuştur. 2008 Küresel krizi sonrasında küresel sistem içerisinde risk unsuru taşıyan değişkenlere etki etmede gerekli parasal ve finansal araçlara sahip makro ihtiyatı politika seti uygulamaları, finansal istikrarın sağlanmasını mümkün kılabileceği genel kabul görmeye başlamıştır (Eroğlu ve Yeter, 2018: 296-297). Finansal istikrarın sağlanması ve korunması süreci makro ihtiyatı politikaların diğer politikalarla etkileşimini beraberinde getirmektedir. Fiyat istikrarı ile finansal istikrar hedeflerinin kısa dönemde çelişebilmesi para politikası açısından ikilem yaratabileceği gibi makro ihtiyatı politikalar bazı dönemlerde para politikasının uygulama alanını genişletebilmektedir (TCMB, 2015: 18). Fiyat istikrarına yönelik para politikası uygulamalarının finansal istikrar üzerinde önemli etkileri olmakla birlikte, bu uygulamalar finansal istikrarın sağlanması için en uygun politika olmayabilir. Para politikası ile finansal istikrar makroekonomik koşullara göre farklılık göstermekle birlikte, birbirine sıkı sıkıya bağlı ve aynı zamanda birbirlerini etkileyen bir yapıdadır (Yücememiş, 2011: 121). Küresel kriz sonrası risk iştahının ve kısa vadeli sermaye akımlarının oynaklığındaki yükseliş ve finansal istikrara yönelik farkındalığın artması merkez bankalarını alternatif politika arayışlarına yönlendirmiştir. Bu kapsamda Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB), 2006 yılından itibaren uyguladığı enflasyon hedeflemesi rejimini, fiyat istikrarından taviz vermeden finansal istikrarı da içine alacak şekilde genişleterek 2010 yılının sonlarından itibaren aşamalı olarak yeni bir para politikası stratejisi belirlemiştir (TCMB, 2012: 2). 2008 Küresel Krizi sonrası ortaya çıkan makro finansal riskler karşısında TCMB'nin fiyat istikrarından ödün vermeden, finansal istikrar hedefini de gözetilen yeni para politikası çerçevesi kapsamındaki amaçları ve araçları Tablo 2'de gösterilmiştir.

**Tablo 2.** TCMB Para Politikası Çerçevesi

	Eski Yaklaşım	Yeni Yaklaşım
Amaçlar	Fiyat İstikrarı	Fiyat İstikrarı Finansal İstikrar
Araçlar	Politika Faizi	Yapısal Araçlar
		Konjonktürel Araçlar
		Politika Faizi
		Likidite Yönetimi
		Faiz Koridoru
		Zorunlu Karşılıklar
		Rezerv Opsiyon Mekanizması

**Kaynak:** TCMB, 2012: 2

### 3. Literatür Taraması

Finansal istikrar kavramı ile finansal piyasalarda yüksek dalgalanmaların yaşanmadığı bir durum açıklanmaktadır. Finansal istikrar, finansal sistemin önemli şoklara karşı finansal krize girmeden sürdürülebilirliğidir. Finansal istikrar halinde dış şoklar, ekonomik sıkıntılar ve yapısal değişimlerin oluşması halinde bile finansal sistem fonksiyonlarını etkin bir şekilde sürdürebilirliği sağlanmaktadır. Finansal istikrar durumunun belirlenmesinin güç olmakta ancak bu kavram finansal istikrarsızlık koşullarından hareketle daha kolay bir şekilde tanımlanabilmektedir. Finansal istikrar kavramı ile finansal varlık fiyatlarının belirleyici temel faktörlerden uzaklaşmaması ve finansal piyasaların fonksiyonlarını yerine getirebilmesi anlaşılmaktadır (Zugic ve Fabris: 2014). 2008 finansal krizi sonucunda durağan enflasyon periyotlarında kredi ve finansal varlık balonları oluştuğu ve ani düşüş ile yükselişler yaşanabileceği görülmüştür. Finansal krizin değerlendirilmesi sonrasında ekonominin birçok alanıyla ilgili olarak çıkarımlar yapılmıştır. Bu doğrultuda finansal istikrarın açık bir para politikası aracı görülmesi önemli olmaktadır. Fiyat istikrarı odaklı para politikası görüşünün yanında finansal istikrarın da eşit önemde bir amaç olarak kabul edilmesi gerektiğini öne süren görüşler de ortaya çıkmıştır. Merkez bankalarının izledikleri politikalar finansal istikrarın sağlanmasında etkili olmaktadır. Fiyat istikrarı merkez bankalarının izlediği birincil politika olmakta ancak bununla beraber finansal faktörler de değerlendirilerek finansal istikrarın sağlanması amacıyla politikalar oluşturulabilmektedir (Smets, 2014). Literatür taraması başlığı altında akademik yazında finansal istikrar ve para politikası ilişkisini araştıran çalışmalara yer verilerek bu konuda ulaşılan genel görüşler ortaya konulmaya çalışılacaktır.

Haugland ve Vikoren (2006) finansal istikrar ve finansal istikrar ile para politikası etkileşiminin yeni ve sürekli gelişen bir çalışma alanı olduğuna dikkat çekmişlerdir. Merkez bankalarının finansal istikrara ne kadar önem vermesi gerektiğine dair kesin cevabın olmadığına vurgu yapmışlardır. Finansal piyasalarda önemli fiyat değişimlerinin finansal istikrarsızlık kaynağı olabileceği açıklanmıştır. Finansal piyasalardaki belirsizlikler yatırımcıların değerlendirmelerini etkilemekte ve finansal istikrarı olumsuz etkileyen volatilitelerin oluşmasına sebep olabilmektedir. Fiyat istikrarı ve finansal istikrarın her ikisinin de makro-ekonomik istikrarın sağlanmasında önemli olduğu görülmüştür.

Adrian ve Shin (2008) araştırmasında finansal piyasalara ilişkin faktörler, bankaların mali tablo verileri, makro ekonomik değişkenler ile para politikası hedef oranları analiz edilmiştir. Para politikasının finansal piyasalarda meydana gelebilecek olumsuzluklar ile ilişkili olduğunu belirtilmiştir. Para politikası ve finansal istikrar politikalarının birbirleriyle yakın ilişki halinde olması gerektiği vurgulanmıştır.

Başcı ve Kara (2011) çalışmalarında bir değerlendirmede bulunarak Türkiye ekonomisinin küresel finans krizi ertesinde maruz kaldığı olumsuz etkiler nedeniyle alternatif politika arayışlarına girdiğini belirtmişlerdir. TCMB'nin makro finansal riskler sınırlamak amacıyla farklı politika araçlarını kullanarak yeni bir politika stratejisi tasarladığını açıklamışlardır. Bu oluşturulan bileşik stratejilerin dönemlere göre uygulanabileceği vurgulanmıştır. Politika faizi, faiz koridoru ve zorunlu karşılıklar birlikte kullanılarak yeni bir politika aracı yaratılmaktadır. Yüksek cari açık veren ülkelerdeki kısa vadeli sermaye hareketlerinin makro-ekonomik dengesizlikler üzerindeki etkisini hafifletmek amacıyla bu tür politikaların uygulanabileceği öne sürülmüştür.

Dhal, Kumar ve Ansari (2011) finansal istikrar ile parasal ve ekonomik istikrar arasında karşılaştırmalı analizler gerçekleştirmiştir. Finansal istikrarın ekonomik büyümeyi desteklediği ve fiyat istikrarı üzerinde olumsuz etki ortaya çıkarmadığı tespit edilmiştir. Finansal istikrarın para politikası aktarım mekanizmalarını geliştirdiği görülmüştür. Enflasyonun finansal istikrar üzerindeki olumsuz etkisi saptanmıştır.

Akkaya ve Gürkaynak (2012) Türkiye'de finansal istikrar ve para politikası konusunda cari açık ve bütçe dengesi değişkenleri ile beraber bir analiz gerçekleştirmiştir. Makro-ekonomik değişkenleri grafikleri üzerinden yapılan karşılaştırmalar ile çeşitli çıkarımlarda bulunulmuştur. Finansal istikrarın merkez bankalarının temel amaçlarından birisi olması gerektiğine dikkat çekilmiştir.

Stein (2012) araştırmasında finansal istikrar politikalarını incelemiştir. Oluşturulan model yardımıyla, para piyasası üzerindeki düzenlemelerin azaltılmasının finansal kurumların kısa dönemli borca bağımlı hale gelmesine ve finansal krizlerin maliyetleri ile karşılaşılmasına yol açtığı gösterilmiştir. Para politikasının bankaların borç alıp-verme faaliyetlerini etkilediği gösterilmiştir.

Rubio ve Carrasco-Gallego (2014) çalışmasında optimal politika analizi uygulayarak makro ihtiyati önemler ve para politikası kararları sonucunda finansal ve makroekonomik istikrarın sağlanabileceğini vurgulamışlardır. Finansal istikrarı borç alma istatistiklerindeki değişkenlik ile ölçmüşlerdir. Finansal sistemde borç alma istatistiklerinde düşük değişkenlik söz konusu olduğunda finansal istikrarın sağlandığı tahmin edilmiştir. Para politikasını belirleyen Taylor Kuralına finansal istikrar değişkenini de dahil etmişlerdir. Para politikasının diğer

belirleyici amaçlarının karşılanmasında finansal istikrar dikkate alındığında amaçlar arası etkileşim artarak daha başarılı olunduğu anlaşılmıştır.

Yellen (2014) gerçekleştirdiği değerlendirmede para politikasının finansal istikrarı sağlamada kısıtlı bir araç olduğunu belirtmiştir. Para politikasının finansal kırılganlıklar üzerindeki etkisinin tam olarak anlaşılabilmesi bunun nedeni olarak gösterilmiştir. Para politikasının fiyat, istikrarı, finansal istikrar ve tam istihdam amaçları karşılaştırılmıştır. Bu üç amacın genellikle birbiriyle çelişeceğinin düşünüldüğü açıklanmıştır. Ancak, finansal istikrarın ise fiyat istikrarı ve tam istihdam amaçları konusunda tamamlayıcı olabileceği öne sürülmüştür.

Tayler ve Zilberman (2016) para politikası ve finansal istikrarsızlıklar arasındaki ilişkinin önemi üzerinde durmuşlardır. Finansal istikrarsızlığı kredi primler ve kredi temerrütleri ile tanımlamışlardır. Optimal para politikası uygulamaları ile gelir kayıplarının önenebileceği ve finansal istikrarın sağlanabileceği vurgulanmıştır.

Bordo (2018) tarihsel çerçeve içerisinde para politikası ve finansal istikrar kavramlarını araştırmıştır. 1929-1933 yılında yaşanan Dünya Ekonomik Buhranı döneminde para politikalarının yaşanan olumsuzlukların bir nedeni olarak görüldüğü belirtilmiştir. Bu dönemde sonra merkez bankaları fiyat istikrarını sağlama konusundaki bağımsızlıklarını yitirmişlerdir. Bu dönemden sonra yüksek enflasyon dönemleri yaşanmıştır. 1980’li yıllardan itibaren 2000’lere kadar merkez bankaları fiyat istikrarı konusunda bağımsızlıklarını yeniden kazanmışlar ve düşük enflasyon dönemler yaygınlaşmıştır. Bu durum 2008 Küresel Finans Krizi ile değişmiş diğer düzenleyici kurumlar ile birlikte merkez bankalarının da finansal istikrarın korunması konusunda sorumluluk üstlenmesi gerektiği ortaya çıkmıştır.

Chukwudi ve Henry (2020) finansal istikrar ve para politikası ilişkisini değerlendirmiştir. Bankacılık sektörü verileri üzerinden finansal istikrar endeksi hesaplamıştır. Para politikası ile ilgili değişkenler kontrol faktörleri olarak incelenmiştir. Araştırmanın bulgularında para politikasının finansal istikrar üzerinde yaygın olarak etkili olduğu vurgulanmıştır. Finansal istikrarın sağlanması için para politikasının diğer makroekonomik araçlara kullanılması gerektiği belirtilmiştir.

#### 4. Veri ve Yöntem

Araştırmanın amacı para politikası ile finansal istikrar arasındaki ilişkilerin belirlenmesidir. Para politikasını temsil etmek amacıyla Açık Piyasa işlemleri 2-14 günlük REPO ağırlıklı ortalama faiz oranı esas alınmıştır. Araştırma Dönemi 2011-2019 dönemlerine ait çeyreklik dönemleri kapsamaktadır. Araştırmada Türkiye için bir finansal istikrar endeksi oluşturulması amaçlanmıştır. Bu endeksi oluşturabilmek için Eidenberger (2013), Canale vd. (2018) ve Jakubik ve Slacik (2013) çalışmalarından yararlanılmış ve finansal istikrar endeksini oluşturmada aşağıdaki Tablo 3’de yer alan Finansal İstikrarsızlık Bileşenleri belirlenmiştir.

**Tablo 3.** Finansal İstikrarsızlık Bileşenleri ve Oransal Ağırlıkları

Finansal İstikrarsızlık Bileşenleri		
Pay Piyasası (1/3)	Tahvil Piyasası (1/3)	Döviz Piyasası (1/3)
-Dönemlik Değişim Oranı (1/2) -Volatilité (1/2)	-Dönemlik Değişim Oranı (1/2) -Volatilité (1/2)	-Dönemlik Değişim Oranı (1/2) -Volatilité (1/2)

Pay senedi piyasası için finansal istikrarın iyi bir göstergesi olması nedeniyle BIST mali sektör endeksi kullanılmıştır. Tahvil piyasası için 2010-2020 vadeli tahvile ait fiyat serileri kullanılmıştır. Döviz piyasası için oluşturulan Dolar ve Euro sepeti kur değişimleri ele alınmıştır. Araştırmanın verileri TCMB veri tabanından sağlanmıştır.

Finansal istikrarsızlıkları belirlerken finansal piyasalarda değişimlerden ve volatiliteden yararlanılmaktadır. Pay piyasası için değişimler -1 ile çarpılarak BIST mali sektör endeksindeki negatif değişimlerin finansal istikrarsızlığı artırdığına dikkat edilmiştir.

Volatilité hesaplanmasında “Realized Volatility” yöntemi uygulanmıştır. Bu amaçla verilerdeki günlük değişimler kullanılmaktadır. Bu yöntemle göre; çeyrek dönemlik volatilité, o dönemdeki günlük değişim oranlarının karelerinin kümülatif toplamına eşit olmaktadır (Andersen ve Terasvirta, 2009: 1-3).

Finansal istikrarın ölçülmesinde finansal istikrar endeksi oluşturulması son yıllarda sıklıkla kullanılan yöntemlerden biri haline gelmiştir. Finansal istikrarsızlık endeksleri bu amaçla kullanılmaktadır. Bu endeksler oluştururken karşılaştırma ve uyum sağlama amacıyla ele alınan alt bileşenlerin standartlaştırılması yani

normalleştirilmesi gerekli olmaktadır. Standartlaştırma amacıyla çeşitli yöntemleri izlenebilmektedir. Geniş kullanım olanı bir standartlaştırma metodu serilerin ortalama ve standart sapma değerlerine göre gerçekleştirilmektedir (Jakubik ve Slacik, 2013: 104). Bu doğrultuda araştırmada ele alınacak finansal istikrar bileşenleri standartlaştırılmıştır.

Finansal istikrar endeksi finansal istikrarsızlık bileşenlerinden türetilmektedir. Bu amaçla aşağıda yer alan formül Canale vd. (2018) çalışmasından alınmıştır ve finansal istikrarın hesaplanmasında kullanılmıştır. Bileşenlerin 0 ile 1 arasında kalarak endeks oluşumunda gerekli olan standartlaştırma ve normalleşmeye de katkı sağlamaktadır. Formül yardımıyla, finansal istikrarsızlık bileşenleri finansal istikrarı ifade eder hale gelmektedir.

$$Finansal\ İstikrar = 1 - \frac{Finansal\ İstikrarsızlık_{it} - Finansal\ İstikrarsızlık_{min}}{Finansal\ İstikrarsızlık_{max} - Finansal\ İstikrarsızlık_{min}}$$

Formülde, Finansal İstikrarsızlık(it) olarak endeksin hesaplanmasında kullanılacak i bileşeninin t zamanında değeri ifade edilmektedir. Tüm araştırma periyotları için bu değerler gözlenen minimum değer ile çıkartma işlemi yapılmaktadır. Elde edilen sonuçlar tüm periyotlarda gözlenen maksimum değer ile minimum değer arasındaki farka bölünmektedir. Daha sonra elde edilen sonuç 1'den çıkarıldığında ilgili bileşenin istikrar endeksi hesaplanmaktadır. Her i bileşeni için hesaplanacak, bu formül sonucunda elde edilen bulgular her bileşenin toplam içindeki ağırlığı ile çarpılarak Finansal İstikrar Endeksi elde edilecektir (Canale vd. 2018: 182-183). Aşağıda yer alan Tablo 4'de Finansal İstikrar Endeksi bileşenleri ve para politikası faiz oranı için tanımlayıcı istatistikler yer almaktadır.

**Tablo 4.** Tanımlayıcı İstatistikler

Tanımlayıcı İstatistikler	Para Politikası Faiz Oranı	Pay Piyasası Değişimi İstikrar Endeksi	Pay Piyasası Volatilite İstikrar Endeksi	Tahvil Fiyatları Değişimi İstikrar Endeksi	Tahvil Volatilite İstikrar Endeksi	Döviz Sepeti Değişimi İstikrar Endeksi	Döviz Sepeti Volatilite İstikrar Endeksi
Ortalama	10.42278	0.52723	0.954095	0.462405	0.917252	0.728517	0.684895
Medyan	8.435000	0.54655	0.992612	0.456369	0.990574	0.788799	0.705665
Maksimum	24.39000	1.00000	1.000000	1.000000	1.000000	1.000000	1.000000
Minimum	5.030000	0.00000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
Standart Sapma	5.489897	0.22660	0.166114	0.187212	0.183046	0.195526	0.228651
Gözlem	36	36	36	36	36	36	36

Araştırma kapsamında finansal istikrar endeksi ile pay piyasası, tahvil piyasası, döviz piyasası istikrarları ile para politikası faiz oranı ilişkisi grafikler üzerinden incelenmiştir. Finansal istikrar endeksinin alt bileşenlerinin para politikası faiz oranı üzerindeki etkisi Granger nedensellik yöntemiyle test edilmiştir.

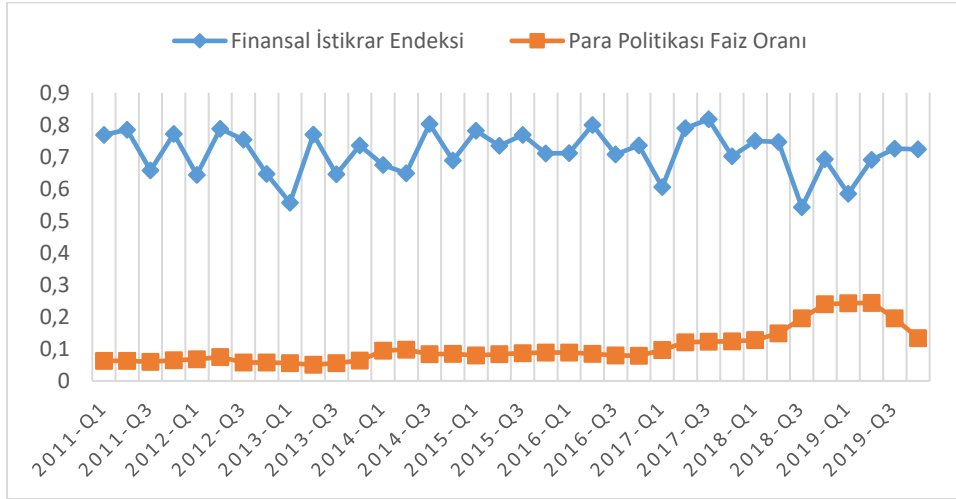
Granger Nedensellik yöntemi son yıllarda ekonomik araştırmalarda sıklıkla kullanılır hale gelmiştir. Granger Nedensellik uygulamalarına ekonometride ve diğer bilim alanlarında rastlanmaktadır. Ekonometride Granger Nedensellik kapsamında bir değişkenin diğer bir değişkeni ön görmeye kullanıldığında daha doğru tahmin yapılmasına olanak sağladığı açıklanmaktadır. İki değişken arasında Granger Nedensellik gerçek bir nedenselliği değil bir değişkenin diğer değişkeni tahminde faydalı olduğunu göstermektedir. Granger Nedensellik testi sonucunda elde edilen bulgular değişkenler arası ilişkileri açıklayan ekonomik teoriler ile birlikte açıklanabilmektedir (Awe, 2012, 1-2).

## 5.Bulgular

Grafik 1.'de araştırma kapsamında oluşturulan finansal istikrar endeksi ve para politikası faiz oranı gösterilmektedir. Grafik incelendiğinde para politikasında önemli değişimlerin 2018- 2019 döneminde yaşandığı görülmektedir. Bu dönemde araştırma dönemi içerisinde en düşük finansal istikrar düzeyi ve en yüksek faiz oranı gerçekleşmiştir. Finansal istikrar endeksi düşüş gösterirken faiz oranı artış göstermiştir. Finansal istikrar endeksi yükselmeye başladığında faiz oranları da düşüş yönünde eğilim göstermiştir.

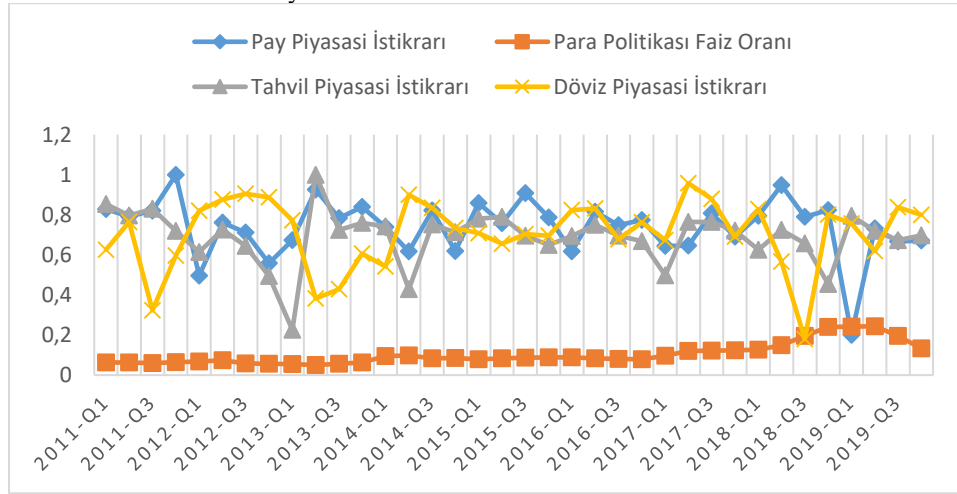


**Grafik 1: Finansal İstikrar Endeksi ve Para Politikası Faiz Oranı**



Grafik 2’de finansal istikrarın bileşenlerini oluşturan pay piyasası, tahvil piyasası ve döviz piyasası finansal istikrarlarının değişimi ve para politikası faiz oranı gösterilmektedir. Döviz piyasası ve pay piyasasında finansal istikrarın en düşük olduğu dönemde faiz oranı artış göstermektedir. Bu dönemde tahvil piyasasında finansal istikrarda düşüş yaşanmış ancak önceki düşüşleri ile benzer olmuştur. Tahvil piyasasında finansal istikrarın en düşük olduğu dönemde ise faiz oranında önemli bir hareket görülmemektedir.

**Grafik 2. Pay Piyasası İstikrarı, Döviz Piyasası İstikrarı  
Tahvil Piyasası İstikrarı ve Para Politikası Faiz Oranı**



Araştırmada Finansal İstikrar Endeksini oluşturan alt bileşenler ile para politikası faiz oranı arasındaki ilişkiler ortaya konulmaktadır. Bu amaçla Granger Nedensellik yöntemi uygulanacaktır. Birçok ekonometrik yöntemde olduğu gibi Granger Nedensellik yönteminin doğru bir şekilde uygulanabilmesi için değişkenleri durağanlığı önemli olmaktadır. Aşağıdaki Tablo 5’te durağanlık test sonuçları yer almaktadır.

**Tablo 5. Durağanlık Testi Sonuçları**

Augmented Dickey Fuller Testi	Para Politikası Faiz Oranı	Pay Piyasası Değişimi İstikrar Endeksi	Pay Piyasası Volatilite İstikrar Endeksi	Tahvil Fiyatları Değişimi İstikrar Endeksi	Tahvil Volatilite İstikrar Endeksi	Döviz Sepeti Değişimi İstikrar Endeksi	Döviz Sepeti Volatilite İstikrar Endeksi
t-istatistiği	-3.6291	-5.9329	-6.324529	-5.830442	-5.873261	-5.238278	-3.691242
Olasılık değeri	0.0421**	0.0001***	0.0000***	0.0001***	0.0001***	0.0010***	0.0363**

Granger Nedensellik testi uygulamasında E-views paket programından yararlanılmıştır. Bu doğrultuda öncelikle durağanlık testleri Augmented Dickey Fuller yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Değişkenlerin hepsinin durağan olduğu görülmüştür. Birim kök olduğu ve durağanlığın sağlanmadığına dair  $H=0$  hipotezleri tüm seriler için reddedilmiştir. Ele alınan seriler Granger Nedensellik yöntemi için uygun olmaktadır.

**Tablo 6.** Para Politikası Faiz Oranı Bağımlı Değişkeni ile Finansal İstikrar Alt Bileşenlerinin Granger Nedensellik Testi

Granger Nedensellik Testi: Para Politikası Faiz Oranı Bağımlı Değişken		
H=0 Hipotezi	F-İstatistiği	Olasılık Değeri
Pay Piyasası Değişimi İstikrar Endeksi, Para Politikası Faiz Oranının nedeni değildir.	2.12184	0.1107
Pay Piyasası Volatilité İstikrar Endeksi, Para Politikası Faiz Oranının nedeni değildir.	4.90527	0.0052***
Tahvil Fiyatları Değişimi İstikrar Endeksi, Para Politikası Faiz Oranının nedeni değildir.	0.75977	0.5621
Tahvil Volatilité İstikrar Endeksi, Para Politikası Faiz Oranının nedeni değildir.	0.47766	0.7518
Döviz Sepeti Değişimi İstikrar Endeksi, Para Politikası Faiz Oranının nedeni değildir.	5.06440	0.0045***
Döviz Sepeti Volatilité İstikrar Endeksi, Para Politikası Faiz Oranının nedeni değildir.	5.36355	0.0034***

Tablo 6.'da para politikası faiz oranını etkileyebilecek finansal istikrar endeksi bileşenleri yer almaktadır. Elde edilen bulgulara göre döviz sepeti değişimleri ve döviz sepeti volatilitesine göre oluşturulan finansal istikrar bileşenlerinin para politikası faiz oranı üzerinde nedensel ilişkiye sahip olduğu görülmüştür. Ayrıca, pay piyasası volatilitesine göre hesaplanan finansal istikrar endeksi bileşeni de para politikası faiz oranı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkiye sahiptir. Bu üç finansal istikrar bileşeni için  $h=0$  hipotezleri reddedilmiş ve para politikası faiz oranı üzerinde istatistiksel olarak yüksek derecede anlamlı (olasılık değeri  $< 0,01$ ) etkiye sahip oldukları görülmüştür.

**Tablo 7.** Finansal İstikrar Endeksi Alt Bileşenleri Bağımlı Değişkenleri ile Para Politikası Faiz Oranı Granger Nedensellik Testi

Granger Nedensellik Testi: Finansal İstikrar Endeksi Alt Bileşenleri Bağımlı Değişken		
H=0 Hipotezi	F-İstatistiği	Olasılık Değeri
Para Politikası Faiz Oranı, Pay Piyasası Değişimi İstikrar Endeksi'nin nedeni değildir.	0.90122	0.4795
Para Politikası Faiz Oranı, Pay Piyasası Volatilité İstikrar Endeksi'nin nedeni değildir.	4.87217	0.0054***
Para Politikası Faiz Oranı, Tahvil Fiyatları Değişimi İstikrar Endeksi'nin nedeni değildir.	0.63438	0.6431
Para Politikası Faiz Oranı, Tahvil Volatilité İstikrar Endeksi'nin nedeni değildir.	1.83809	0.1559
Para Politikası Faiz Oranı, Döviz Sepeti Değişimi İstikrar Endeksi'nin nedeni değildir.	0.97221	0.4418
Para Politikası Faiz Oranı, Döviz Sepeti Volatilité İstikrar Endeksi'nin nedeni değildir.	0.06310	0.9922

Tablo 7'de Finansal istikrar endeksine ait alt bileşen endekslerinin bağımlı değişken olduğu ve para politikası faiz oranının bağımsız değişken olduğu Granger Nedensellik testi sonuçlarına ait bulgular gösterilmektedir. Elde edilen bulgulara göre para politikası faiz oranının sadece pay piyasasında volatilitéye göre oluşturulan finansal istikrar bileşeninin üzerinde nedensel ilişkiye sahip olduğu görülmüştür. Pay piyasası volatilitésinin para politikası faiz oranını Granger nedeni olmadığını savunan  $H=0$  hipotezi reddedilmiştir. Bu ilişki istatistiksel olarak yüksek derecede (olasılık değeri  $< 0,01$ ) anlamlıdır.

## 6.Sonuç ve Değerlendirme

Para politikasının sadece fiyat istikrarına odaklanması gerektiğini öne süren geleneksel görüşün yanı sıra para politikasını belirleyen temel amaçlar arasında finansal istikrarın da yer alması gerektiği görüşü 2008 Küresel Krizi ile birlikte önem kazanmıştır. Araştırma, Türkiye’de finansal istikrar ile para politikası arasındaki ilişkilerin ortaya konulmasını amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında Türkiye için bir finansal istikrar endeksi oluşturulmuştur. Finansal istikrarın ölçülmesinin zorluğu literatürde vurgulanmaktadır. Bu çalışmada, finansal istikrarın ölçülmesi konusunda pay piyasası, tahvil piyasası ve döviz piyasasını temel alan bir endeks oluşturulmuştur. Çalışma, bu açıdan finansal istikrarın ölçümü konusunu inceleyen literatüre de katkıda bulunmaktadır. Finansal istikrarın sağlıklı bir şekilde ölçülebilmesi ve takip edilmesi ekonomik kararlar açısından yüksek öneme sahiptir. Çalışmada oluşturulan finansal istikrar endeksi, para politikasının göstergesi olarak ele alınan açık piyasa 2-14 günlük repo faiz oranı ile karşılaştırılarak analiz gerçekleştirilmiştir. Araştırma, 2011-2019 yıllarını kapsayan çeyrek dönemlik veriler üzerinden yapılmıştır. Finansal istikrar endeksi ile para politikası faiz oranı arasında grafik karşılaştırmaları verilmiştir. 2018-2019 döneminde finansal istikrarda özellikle pay piyasası ve döviz piyasası istikrarında yaşanan en büyük düşüşler sonrasında faiz oranlarının araştırma döneminin en yüksek seviyesine gelerek artış yaşandığı görülmüştür. Finansal istikrar sağlandıktan sonra ise faiz oranlarında düşüş gerçekleşmektedir. Elde edilen bu bulgulara göre finansal istikrarın sağlanması açısından yüksek faiz politikasının uygulandığı düşünülmektedir. Türkiye’nin gelişmekte olan cari açık finansmanı sorunu olan ve kısa vadeli dış kaynak ihtiyacı olan bir ülke olduğu göz önünde bulundurulduğunda böyle bir politikanın finansal sistemin ihtiyaç duyduğu kaynakları çekmek amacıyla yapılmış olması ön görülebilmektedir.

Araştırmada para politikası ve finansal istikrar endeksi arasındaki ilişkiler Granger Nedensellik analizi yardımıyla incelenmiştir. Bu amaçla finansal istikrar endeksini oluşturan alt bileşenler ile para politikası faiz oranı test edilmiştir. Oluşturulan finansal istikrar endeksi finansal piyasalardaki değişim oranı ve volatilitede istikrarı gösteren alt bileşenlerden meydana gelmektedir. Pay piyasası için finansal istikrarın iyi bir göstergesi olması nedeniyle BIST mali sektör endeksi ele alınmış ve Granger Nedensellik testi sonucunda para politikası faiz oranı ile pay piyasası endeksinin volatilitede istikrarı arasında yüksek derecede anlamlı olarak çift yönlü ilişki olduğu görülmüştür. Tahvil piyasası finansal istikrar bileşenleri ile faiz oranı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Döviz piyasasının alt bileşenleri olan değişim oranı ve volatilitede istikrarlarının ise para politikası faiz oranı üzerinde yüksek derecede anlamlı bir şekilde etkide bulunduğu saptanmıştır. Sonuç olarak Türkiye’de özellikle döviz piyasasında istikrarın sağlanması konusunda para politikası faiz oranının kullanılmış olabileceği düşünülmektedir. Pay piyasası volatilitésinin istikrarı ile faiz oranı arasında ortaya çıkan çift yönlü ilişki de döviz piyasasında istikrarın yanı sıra pay piyasasının istikrarı için de para politikasının önemine dikkat çekmektedir.

Bu araştırmadan elde edilen bulgular literatürde finansal istikrarın para politikası kararlarında önemli bir yeri olduğunu gösteren çalışmaları destekler nitelikte olmuştur. Araştırma sonuçları, literatürde para politikası kararlarında finansal istikrarın sağlanmasının da etkili olacağını öne süren teorik çalışmalara kanıt oluşturmuştur. Elde edilen bulgular para politikası ile para politikası faiz oranının ilişkili olduğunu gösteren uygulamalı çalışmalar ile uyumludur. Türkiye’de bu konudaki gerçekleştirilen kısıtlı sayıda çalışmada finansal istikrarı temsil edecek bir ölçüt bulunmakta güçlük çekilmiştir. Bu çalışma ise finansal istikrar endeksi oluşturularak para politikası ilişkisinin araştırılması ve finansal istikrarın bileşenleri üzerinden ekonometrik nedensellik ilişkilerinin belirlenmesi dolayısıyla öneme sahiptir. Araştırmada para politikasının göstergesi olarak sadece açık piyasa faiz oranı ele alınmıştır. Bu açıdan araştırma kısıtlı olarak para politikasını analiz edebilmiştir. Para politikası kapsamında kullanılacak başka araçlarda bulunmaktadır. Bu araçların kullanımı arasındaki tercihler dönemler itibarıyla farklılık göstermektedir. Aynı dönemde birçok araç birlikte kullanılarak yenilikçi para politikaları izlenebilmektedir. Gelecek çalışmalarda farklı para politikası araçlarıyla finansal istikrar arasındaki ilişkiler değerlendirilebilir, ayrıca finansal istikrar ile para politikası üzerinde etkili olan diğer amaçların birlikte alınması önemli çıkarımlar yapılmasına olanak sağlayabilir.

## Kaynaklar

- ADRİAN, T., & SHİN, H. S. (2008). Financial intermediaries, financial stability, and monetary policy. FRB of New York staff report, (346).
- AKKAYA, Y., & GÜRKAYNAK, R. (2012). Cari açık, bütçe dengesi, finansal istikrar ve para politikası: Heyecanlı bir dönemin izi. *İktisat İşletme ve Finans*, 27(315), 93-119.
- ANDERSEN, T. G., & TERÄSVİRTA, T. (2009). Realized volatility. In *Handbook of financial time series* (pp. 555-575). Springer, Berlin, Heidelberg.
- AYTUĞ, H. (2015), Finansal İstikrar, 15. Bölüm, Uluslararası Finans, Ed.ler: Prof Dr. Güven Delive & Doç.Dr. İlhan Ege, Ankara: Gazi Kitabevi.
- AWE, O. O. (2012). On pairwise granger causality modelling and econometric analysis of selected economic indicators. *Interstatt journals. net/YEAR/2012/articles/1208002. pdf*.
- BAŞCI, E., & KARA, H. (2011). Finansal istikrar ve para politikası. *Iktisat İşletme ve Finans*, 26(302), 9-25.
- BORDO, M. D. (2018). An historical perspective on the quest for financial stability and the monetary policy regime. *The Journal of Economic History*, 78(2), 319-357.
- CANALE, R. R., De GRAUWE, P., FORESTİ, P., & NAPOLİTANO, O. (2018). Is there a trade-off between free capital mobility, financial stability and fiscal policy flexibility in the EMU?. *Review of World Economics*, 154(1), 177-201.
- CHANT, J. (2003) Financial Stability as a Policy Goal, Bank of Canada Technical Report, No 95, Essays on Financial Stability.
- CHUKWUDİ, O. F., & HENRY, J. T. (2020). Monetary Policy and Financial Stability in the Nigerian Banking Industry. *International Journal of Financial Research*, 11(1).
- ÇİNKO, L. (2019), Para Politikası Stratejileri ve Uygulamaları, (Finansal Piyasalar, Para ve Bankacılık, Ed.ler: Başak Tanınmış Yücememiş ve Levent Çinko), Ankara: Nobel Yayınevi.
- DARICI, B. (2012), TBB Finansal İstikrar Raporu, İstanbul.
- DELİCE, G. (2007), Uluslararası Finansal Kuruluşlar ve Finansal İstikrar Sorunu, Ankara: Nobel Yayınevi.
- DHAL, S., KUMAR, P., & ANSARİ, J. (2011). Financial stability, economic growth, inflation and monetary policy linkages in India: An empirical reflection. *Reserve Bank of India Occasional Papers*, 32(3), 1-35.
- EĞİLMEZ, M. (2019), Ekonominin Temelleri, Birinci Basım, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- EİDENBERGER, J., NEUDORFER, B., SİGMUND, M., & STEİN, I. (2013). Quantifying Financial Stability in Austria—New Tools for Macroprudential Supervision. *Oesterreichische Nationalbank Financial Stability Report*, 26.
- EROĞLU, N ve YETER, F. (2018), 2008 Finansal Kriz Sonrası Yeni Riskler ve TCMB Yeni Para Politikaları, Ed.ler: İlhan Eroğlu, Baki Demirel ve Tolga Dağlaroğlu, Bursa: Ekin Yayınevi.
- HAUGLAND, K., & VİKØREN, B. (2006). Financial stability and monetary policy-theory and practice. *Norges Bank. Economic Bulletin*, 77(1), 24.
- FERGUSON, R. (2002), Should Financial Stability Be an Explicit Central Bank Objective?, Conference at the IMF in Washington, D.C. September.
- JAKUBÍK, P., & SLAČÍK, T. (2013). Measuring financial (in) stability in emerging Europe: a new index-based approach. *Financial stability report*, 25, 102-117.

- PADOA-SCHIOPPA, T.(2002), Central Banks and Financial Stability: Exploring a Land in Between, Second ECB Central Banking Conference on the Transformation of the European Financial System
- PARASIZ, İ. (2011), Merkez Bankacılığı ve Para Politikası, Bursa: Ezgi Kitabevi.
- SCHİNASİ, G.J. (2004), Defining Financial Stability, IMF Working Paper, WP/04/187.
- RUBİO, M., & Carrasco-Gallego, J. A. (2014). Macroprudential and monetary policies: Implications for financial stability and welfare. *Journal of Banking & Finance*, 49, 326-336.
- SEZGİN, O. ve DARICI, B. (2012), Para Politikasının Finansal İstikrarı Sağlama - Sürdürme Sorumluluğu: Finansal İstikrara Yönelik Geleneksel – Spesifik Para Politikası Uygulamaları, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, Cilt 7, Sayı 11.
- SMETS, F. (2014). Financial stability and monetary policy: How closely interlinked?. *International Journal of Central Banking*, 10(2), 263-300.
- STEİN, J. C. (2012). Monetary policy as financial stability regulation. *The Quarterly Journal of Economics*, 127(1), 57-95.
- TAYLER, W. J., & ZİLBERMAN, R. (2016). Macroprudential regulation, credit spreads and the role of monetary policy. *Journal of Financial Stability*, 26, 144-158.
- TCMB (2012), 2013 Yılı Para ve Kur Politikası, Ankara.
- TCMB (2015), Finansal İstikrar, Türkiye'de Finansal İstikrar Gelişmeleri, Ankara.
- TERZİ, N. (2017), Küresel Finasta Güncel Konular, İstanbul: Beta Yayınevi.
- TİRYAKİ, G. (2016), Para ve Finansın Dönüşümü, Ankara: Efil Yayınevi.
- TİRYAKİ, G. (2012), Finansal İstikrar ve Bankacılık Düzenlemeleri, TBB Yayın No: 289, İstanbul.
- YELLEN, J. L. (2014). Monetary policy and financial stability. Washington, DC: International Monetary Fund.
- YÜCEMEMİŞ, B. T. (2011), Finansal İstikrarda Para Politikalarının Rolü, İstanbul: Derin Yayınları
- ZUGİC, R., & FABRİS, N. (2014). Framework for preserving financial stability in Montenegro. *Journal of Central Banking Theory and Practice*, 3(1), 27-41.

## ÜNİVERSİTE EĞİTİMLİ KADINLARDA TÜKETİCİ DAVRANIşLARI BAZINDA SATIN ALMA EĞİLİMLERİ: ÇORUM ARAşTIRMASI\*

### PURCHASING TENDENCIES OF UNIVERSITY EDUCATED WOMEN BASED ON CONSUMER BEHAVIOR: A ÇORUM RESEARCH

Hülya ÇAĞIRAN KENDİRLİ†  
Sinem KAPTAN‡

#### Özet

Tüketici karar süreci, gereksinimin doğması, seçenekler arasından tercih yapma, para, zaman ve efor harcayarak satın alımı gerçekleştirme ve kullanımını bünyesinde barındıran devimsel bir süreçtir. Bu bağlamda çalışmanın konusu üniversite eğitimi alan kadın tüketicilerin satın alma davranışları üzerindeki etkileridir. Çalışmanın amacı, Çorum şehrinde yaşayan, üniversite eğitimi almış kadınların, satın alma eğilimlerini, tüketici davranış modelleri kapsamında incelemektir. Bu kapsamda, alınan üniversite eğitiminin, kadın tüketicilerin, satın alma davranışlarına yansımaları incelenmiştir. Çalışma kapsamında, kadın tüketicilerin davranışlarının açıklanması, kadın tüketicilerin satın alma davranışı ve kadın tüketicilerin satın alma karar aşamalarının açıklanması ile birlikte üniversite eğitimi alan kadın tüketicilerin satın alma davranışları üzerindeki etkilerinin ortaya konulmuştur. Çalışma literatür taramasının yanında Çorum ilinde uygulanan anket çalışması ile desteklenmiştir.

**Anahtar Kavramlar:** Tüketici, Satın Alma, Kadın Tüketici, Tüketici Davranışları,  
**JEL Sınıflandırması:** M10, M21, M29

#### ABSTRACT

The decision process of the consumer is a kinetic process comprising the need which arises, preferring among options, buying by spending money, time and effort and the utilization. In this respect, the subject of the study is the influences of university graduate women consumers on purchasing behaviors. The aim of the study is to examine the purchasing tendencies of women who live in Çorum city and have university education within the scope of consumer behavior models. In this context, the reflections of university education received on the purchasing behavior of female consumers were examined. Within the scope of the study, the effects of female consumers on the behavior of female consumers and the purchase decision stages of female consumers were explained, along with the explanation of the purchase decision stages of female consumers. In addition to the literature review, the study was supported by a survey study conducted in Çorum.

**Key Concepts:** Consumer, Purchase, Woman Consumer, Consumer Behavior,  
**JEL Codes:** M10, M21, M29

\* Bu çalışma Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde 2019 yılında savunulan “Üniversite Eğitimi Alan Kadın Tüketicilerin Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkilerin İncelenmesi Çorum İli Örneği” başlıklı tezden türetilmiştir.

† Dr. Öğretim Üyesi, Hitit Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, [hulyacagirankendirli@yahoo.com](mailto:hulyacagirankendirli@yahoo.com), [hulyacagirankendirli@hitit.edu.tr](mailto:hulyacagirankendirli@hitit.edu.tr), Orcid: 0000-0002-1526-0337

‡ Lisansüstü Öğrenci, Hitit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, [sinemkaptan@hitit.edu.tr](mailto:sinemkaptan@hitit.edu.tr), 0000-0002-1526-0337

## 1. Giriş

Tüketici karar süreci, bir hedefi başarmak adına, insanın isteklerini yönlendirmeyi içerisinde barındıran bir süreçtir. Ulaşılmak istenen hedef ise, başılamadığı durumlarda soruna neden olabilecek gereksinim ve arzularını doyuma ulaştırılmasıdır. Tüketici karar süreci, gereksinimin doğması, seçenekler arasından tercih yapma, para, zaman ve efor harcayarak satın alımı gerçekleştirme ve kullanımını bünyesinde barındıran devimsel bir süreçtir. Tüketici tutumları, satın alım öncesi, satın alımın gerçekleşmesi ve satın alım sonrasındaki çabaları kapsamaktadır. Bireysel dilek, talep ve gereksinimlerini karşılamak adına ürün ve hizmet satın alan ya da satın alım gücünü elinde bulduran kişiler olarak tüm bireylerin kendilerine özgü fikirleri, kararları, tecrübeleri ve ölçme kriterleri bulunmaktadır. Bahsedilen öğelerin kimisi bilinçli bir şekilde gerçekleştirilir iken kimi ise bilinçsiz ve rastlantısal bir şekilde gerçekleştirilmektedir.

Tüketici karar süreçlerini değerlendiren ekonomik model, tüketici gereksinimlerinin ne şekilde ortaya çıktığı ve tüketici gereksinimlerinin ne şekilde değişime uğradığının üzerinde durmamaktadır. Tüketici karar süreçlerini değerlendiren ekonomik model belirli gereksinimleri ve belirli düzeyde geliri olan tüketicilerin, zevkleri ve ürün ya da hizmet fiyatları karşısında elinde mevcut olan sınırlı kaynağını ne şekilde kullanacağını açıklamaya odaklanmaktadır. Tüketici karar süreçlerini değerlendiren ekonomik modelin aksine, tanımlayıcı model ise tüketici karar süreçlerine, satın alma kararının, ne şekilde geliştiğine odaklanmaktadır. Tüketici karar süreçlerine, satın alma kararının, ne şekilde geliştiğine odaklanan tanımlayıcı model, bireysel dilek, talep ve gereksinimlerini karşılamak adına ürün ve hizmet satın alan ya da satın alım gücünü elinde bulduran kişilerin davranışlarını içsel ve dışsal etkenlere verilen bir tepki olarak değerlendirmektedir.

Tüketim, bireylerin gereksinim ve arzularının doyuma ulaşması adına sınırlı olan zaman, para ve çabanın harcanmasıdır. Tüketim, mevcut bir gereksinimin karşılanmasına yönelik çabalar ve harcanan kaynaklara yapılan genel bir tanımlamadır. Cinsiyet, ürün ya da hizmet seçiminde oldukça etkili bir faktör olmasının yanında, satın alım hükmünde de büyük rol üstlenmektedir. Kimi ürün ya da hizmetler erkek tüketicilere, kimi ürün ya da hizmetler de kadın tüketicilere özgü üretilmektedir (Elibol, 2013: 3).

Satın alım hükmünün bir bölümünde hükmü veren erkek tüketiciler olur iken, bir bölümünde de kadın tüketiciler hükmü veren konumdadır. Kadın tüketiciler ile erkek tüketicilerin arasındaki fark, kadın ile erkekte salgılanan hormonların farklılığından kaynaklanmaktadır (Villi, 2012:15). Genel olarak bu çalışmanın konusunu, üniversite eğitimi alan kadın tüketicilerin satın alma davranışları üzerindeki etkileri incelenmiştir. Çalışmanın amacı tüketici davranışı ve tüketici davranış modellerinin açıklanmasıyla birlikte, kadın tüketicilerin satın alma davranışı ve kadın tüketicilerin satın alma karar aşamalarının yapılan anket yardımıyla ortaya çıkarmaktır. Yapılan anketle birlikte, üniversite eğitimi alan kadın tüketicilerin, aldıkları eğitimin, satın alma davranışları üzerindeki etkilerinin ortaya konulmasıdır.

## 2. Tüketici Davranışı, Tüketici Davranış Modelleri ve Tüketici Satın Alma Davranışları

Kişinin, doğumu ile süregelen tüm yaşamı boyunca ihtiyaçlarının giderilmesi konusunda diğer kişilere ihtiyaç duymaktadır. Hem ekonomik hem de duygusal yönde olan bu ihtiyaçları karşılamak zorundadır. Bireylerin buldukları konum, fiziksel ve duygusal koşulların farklı olması nedeniyle ihtiyaçlar oluşmakta ve bu ihtiyaçların giderilmesi için de bir çaba harcamak durumundadır. Tüketim faaliyetlerini gerçekleştirirken bilinçli davranış sergileyen tek canlı olan insan olduğu bilinmektedir (Dölerslan, 2012: 8).

Fiziksel, psikolojik, sosyal ve kültürel olarak birçok boyutu olan bu ihtiyaçların giderilmesi gerekmektedir. Bahsi geçen ihtiyaçların giderilmesi ile alakalı tüm çalışmalar tüketim olarak açıklanabilir (Kabadayı ve Alan, 2014: 204). Bu doğrultuda tüketicileri ürün ya da hizmetleri satın alma amaçları doğrultusunda iki gruba ayırabiliriz. Bunlardan bir tanesi bireyin psikolojik, fiziksel, kültürel ve sosyal ihtiyaçlarının karşılanması bir diğer ise satın alımın kurumsal olanıdır. Kurumsal tüketiciler satın alım yaparken sonradan satmak amacı gütmektedirler (Hekimci, 2010: 47).

Tüketici kararları; aile ve şirketlerin, ihtiyaçların giderilmesinde ürün ya da hizmetin satın alınırken hangi duygulardan etkilendiğini, satın alımın nasıl gerçekleştirildiğini, neler doğrultusunda tercih yapıldığını ve sonrasında nasıl elden çıkarabileceklerini kapsayan bir süreçtir (Lembet, 2010: 305). Ayrıca kişilerin satın alma davranışları tüketicinin satın almada hangi kaynakları nasıl kullandığı üzerine yoğunlaşmaktadır (Babaoğul ve Bener, 2010: 103).

Tüketim için karar süreci, kişilerin özel gereksinimlerini ve çevresindekilerin beklentilerini karşılayabileceğini düşündükleri ürün ve hizmetleri belirleme, belirlenen ürün ya da hizmeti zaman, para ve çaba harcayarak elde etme, tüketim ya da elden çıkarma gibi davranışları olan ve bu davranışları etkileyen süreçleri kapsamaktadır (Güven, 2010: 117).

### 2.1. Tüketici Davranışı Özellikleri

Karar süreci belirlenen hedefin başarılmasında içinde motivasyon barındıran bir süreçtir. Hedeflenen ise, başarı sağlanamayan koşullarda soruna sebep olabilecek istek ve ihtiyaçların doyuma ulaştırılmasıdır (Coşgun, 2012: 838). Karar verme süreci, ihtiyacın oluşması, seçenekleri değerlendirme, para, zaman ve efor sarf ederek satın almanın gerçekleştirilmesi ve kullanılmasını içinde barındıran bir süreçtir. Tüketicilerin kararlarında, satın

almanın gerçekleştirilmesi ve bu süreçteki boyutların hangi koşullarda değiştiğinin araştırılması; satın almanın gerçekleşmesi ve ardından tutumların araştırılmasında çok önemlidir. Bu aşamalar birbirlerine bağlı ve değişken bir yapıdadır. Kişisel istek, talep ve ihtiyaçların karşılanması adına ürün ya da hizmetin satın alınması veyahut satın alma gücünü elinde barındırması kişilerin kendilerine has fikirleri, kararları, deneyimleri ve bazı ölçütleri içinde bulundurmaktadır. Bahsi geçen unsurların bazısı istenerek gerçekleştirilirken bazısı gelişigüzel şekilde gerçekleştirilmektedir (Yılmaz, 2004: 78).

Karar süreçleri birbirleri ile ilintili girift yapıya sahiptir. Bununla beraber zamana, koşullara ve kişiden kişiye göre değişiklik göstermektedir. Satın alma kararının oluşması adına ihtiyaç duyulan koşullar bu süreçlere ve davranışlara sebebiyet vermektedir. Karar süreçleri birbirinden değişik rolleri içerisinde bulundurmakta ve kişiler bu rollerden bir sonuca ulaşarak satın alımı sonuçlandırmaktadır (Kılıçarslan, 2010: 353). Tüketicilerin belirlediği bu roller; süreci başlatan, etkileyen, sonlandıran, müşteri, satın alma kararını veren süreç sonunda aldığı ürün ya da hizmeti tüketen rollerdir. Bu süreçleri, çevre koşulları belli büyüklükte etkisi altına almıştır. Başka bir ifadeyle tüketici satın alma karar süreci çevresel etkenlere uyum sağlayabilmekte veya çevre koşulları yönünde farklı bir değişim kararı alabilmektedir. Böylece tüketicilerin karar süreçlerinin başka olduğu ortadadır (Duman, 2003: 47).

Tüketici davranışlarının ve karar süreçlerinin araştırılmasında ve davranış biliminde de etkisi olmasında psikolojinin, sosyolojinin ve antropolojinin katkısı büyüktür. Psikoloji, insanı temel alan, insanın deneyimleri ve karar süreçlerini; güdülenme, idrak, öz yapı, kavrama, eğilim ve birçok konuya odaklanmaktadır (Akgün, 2010: 154).

Sosyoloji ise bir topluluğu temel alan sosyal pozisyon, aile içi ilişkileri, önder toplulukları, referans toplulukları, toplumun yaşayış şekillerini, kültürel anlamda içerdiği değerleri anlatmaktadır. Antropoloji ise, toplumları genel hatlarıyla araştırmakta, değerleri kategorize etmekte, sosyal statüler, gelenekler ve görenekler antropolojinin çalışma alanlarını oluşturmaktadır. Davranış bilimleri açısından bakacak olursak; tüketici davranışı kişisel ve toplumsal anlamda edinimleri araştırmakta ve bu sebeple ürün ya da hizmet satın alımında hangi öğelerin etkisinde kaldığını açıklamaya çalışmıştır (Harmancıoğlu ve Demirel, 2011: 65).

## 2.2.Tüketici Davranışı Paradigmaları

Edimi yani davranışı formül olarak açıklamak gerekir ise D davranışı, K kişisel etkileri Ç ise çevre etkilerini ifade edecek şekilde kurgulanması gerekmektedir. Bu doğrultuda bir model de ortaya kona bilinir. Bireysel dilek, talep ve gereksinimlerini karşılamak adına ürün ve hizmet satın alan ya da satın alım gücünü elinde bulunduran kişilerin satın alma süreçlerini yönettiği merkezin nasıl işlediği, tercihi nasıl yaptığı bir derece açıklanabilmektedir. Tüm bireylerin kendine has bir düşünme sistemi değerlendirme mekanizması bulunmaktadır. Bu doğrultuda kişilerin satın alma süreçlerini yönettiği merkezin çalışma sistemi de kişiden kişiye farklılık göstermektedir. Kişilerin satın alma süreçlerini yönettiği merkezin çalışma sistemini etkileyen karakter, kavrama, motivasyon ve eğilimler bu sürece etki etmekte ve bu etkenlerin yansımaları, kişiden kişiye değişiklik göstermektedir. Tüketici davranışının modellenmesi aşağıdaki gibidir (Babaoğul ve Altyok, 2010: 9);

**Şekil 1.**Tüketici Davranışının Formülü

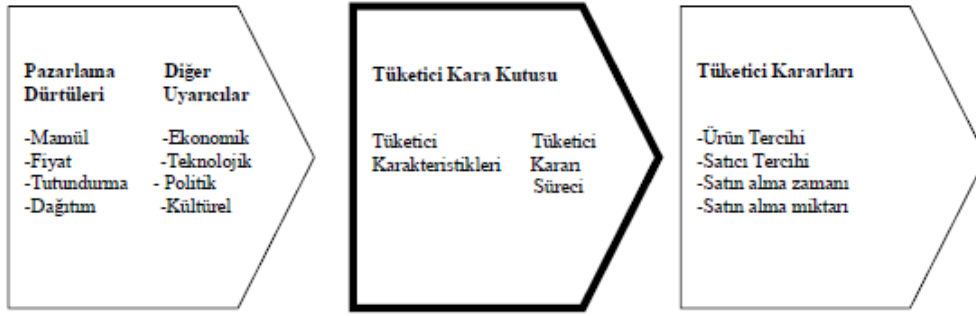
$$\text{Davranış} = (\text{Kişisel Etkiler}, \text{Çevre Etkiler})$$

**Kaynak:** (Babaoğul ve Altyok, 2010: 9).

Bu doğrultuda, firmaların pazarlama faaliyetleri ve çevresel etkenler, tüketicilerin satın alma süreçlerini yönettiği merkezi ve çalışma sistemi etkilemektedir. Tüketici karar süreçleri firmaların pazarlama faaliyetleri ürün, fiyat, tutundurma ve dağıtımdan etkilenmektedir. Tüketici davranışı paradigmaları aşağıdaki şekilde gösterilmiştir.



Şekil 2. Tüketici Davranışı Paradigmaları



Kaynak: (Babaoğul ve Altyok, 2010: 9).

Tüketici satın alma süreçlerini yönettiği merkez yani kara kutusu, iki bölüm olarak ele alınması gerekmektedir. Bu bölümlerden ilki, tüketicilerin kişilik yapılarıdır. Diğer bölüm ise kişinin karar aşamalarıdır. Firmaların pazarlama faaliyetleri ve ekonomik, siyasi, teknolojik ve kültürel etkenler satın alma süreçlerinin yönetildiği merkezde değerlendirilerek, ürünün seçilmesi, markanın tercihi, satıcının belirlenmesi, satın alma zaman ve satın alma tercihlerinin tümünü belirlemektedir (Karamustafa ve Erbaş, 2011:103).

### 2.3. Tüketici Davranışı Modelleri

Tüketici davranış modeli, bireylerin satın alma davranışlarını hangi boyutta idare ettiklerini ve bu sürecin meydana gelişini inceleyen sistemlerdir. Dolayısıyla tüketici davranış modellerinin meydana getirilmesinde tüketici davranışlarının şekillenmesi, tüketici davranışlarının incelenmesi ve bu konuda varsayımlarda bulunulması amaç teşkil etmektedir. Bu modeller, kişisel talep ve ihtiyaçlarını gidermek amacıyla mal ve hizmet satın alan ya da bu alım gücünü elinde bulunduran bireylerin alım kararına yönelmesindeki tüm etkenleri analiz etmektedir. Bu doğrultuda tüketici davranış modellerinin ekonomik modeller ve tanımlayıcı modeller olarak adlandırılan iki başlık altında incelenmesi mümkün olmaktadır. Bunlar (Dölarıslan, 2012: 9);

**Ekonomik Modeller;** Tüketici kararlarını değerlendirmeye yarayan ekonomik model, tüketici ihtiyaçlarının nasıl meydana geldiği ve tüketici gereksinimlerinin nasıl değişim gösterdiğinin araştırılması konusuna açıklık getirmemektedir (Dursun, Alnıaçık ve Kabadayı, 2013: 295).

**Tanımlayıcı Modeller;** Tüketici karar süreçlerini inceleyen ekonomik modelin tersi olarak, tanımlayıcı model; tüketici karar verme durumlarına ve satın alma eğiliminin ne yönde oluştuğunu vurgulamaktadır (Dölarıslan, 2012: 9).

### 2.4. Tüketici Satın Alma Davranışlarını Belirleyen Etmenler

Tüketim, kişilerin istek ve ihtiyaçlarının doyuma ulaşması için sınırlı olan mevcut kaynakların ve sınırlı çabaların harcanması olarak tanımlanabilir. Tüketiciler, istek, talep ve ihtiyaçları giderebilmek adına pazarlama elemanlarını satın alan ya da satın alma gücünü elinde bulunduran kişilerdir. Müşteri ise belirli sıklıklarla ürün veya hizmet satın alan ya da sadece belli bir markayı tercih eden kişilerdir (Yıldırım, 2010: 223). Tüketiciler, ürün ya da hizmetleri hem kişisel hem ailesel ihtiyaçlarını giderebilmek adına tüketme eylemi gösteren bireylerdir. Bedensel, psikolojik, sosyal ve kültürel olmak üzere çok boyutlu bu gereksinimlerin karşılanmasıyla ilgili bütün çabalar tüketim ve tüketimin gerçekleşmesi adına satın alımın gerçekleşmesi gerekmektedir (Onay, 2012: 52).

Kişilerin satın alım süreçlerini idare eden merkezin çalışma düzenini etkileyen öz yapı, kavrama, güdüleme ve eğilimler bu süreci etkilemekte ve bu etkenlerin iz düşümleri, kişiden kişiye göre farklılık arz etmektedir. Tüketici satın alım davranışını kavrayabilmek için davranışını nelerin etkilediği üzerinde çalışmalar yapılması gerekir (Öztop, 2010: 187).

Tüketicilerin satın alma davranışlarının nelerden etkilendiğini ana üç başlık altında inceleyebiliriz. Bu temel unsurların hepsi kendi aralarında da farklı etken maddelere ayrılmaktadır (Üler, 2018: 27):

**Kişisel Unsurlar;** Tüketici satın alma davranışını etkileyen temel unsurlar içerisinde kişisel unsurlar aşağıdaki unsurlar sonucunda oluşmaktadır. Tüketici satın alma davranışını etkileyen temel unsurlar içerisinde kişisel unsurlar aşağıda başlıklar halinde açıklanmıştır. Bunlar; yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve medeni durumdur (Villi, 2012: 1, Özyurt, 2016: 60, Demir, 2016: 26, Akyüz, 2006: 19, Akyüz, 2006: 17, Elibol, 2013: 29).

**Kültürel Unsurlar;** Kültürel unsurlar; güdülenme, algılama, tutumlar, tüketici yeterliliği ve kendine güven olarak söylenebilir. Güdülenme için tüketilecek markanın veya sunumun ihtiyaç sahiplerinin algılarına tanıtılması ve bunları arzulanması gerekmektedir (Üler, 2018: 27). Algılama; firmalar, mal veya hizmet sahiplerine, tüketilenin işlevini, parasal değerini, faydalarını vb. bilgileri tanıttıkları için kişiler bütün bu konuları gereksinimleriyle karşılaştırıp satın alma algıları oluşmaktadır (Elibol, 2013: 39). Tutumlar; mal veya hizmeti satın alacaklar, satın alınacak ürünün bazı niteliklerinden hoşlanmas,

firmayı kendine yakın görmesi nihayetinde sahip olma istekleri doğmaktadır (Demir, 2016: 27).

Tüketici yeterliliği; bireylerin tüketim adına, ilgili bilgi birikimleri ve kabiliyet ve keşfettikleri veya geliştirdikleri kabiliyetleri ifade etmektedir. Hedef kitlenin yeterliliği, ürüne veya işletmeye ilişkin fiyat, kalite ve benzeri nitelikleri kıyasladıkları, aile veya kişisel bütçeyi bu doğrultuda değerlendirmektedirler (Özyurt, 2016: 63). Kendine güven; bireyin içerisinde kendisi ile ilgili önzeleridir (Oral ve Yetim, 2013: 470).

**Sosyal Unsurlar;** Tüketici satın alma davranışını etkileyen temel unsurlar içerisinde sosyal unsurlar aşağıdaki unsurlar sonucunda oluşmaktadır. Tüketici satın alma davranışını etkileyen temel unsurlar içerisinde sosyal unsurlar aşağıda başlıklar halinde açıklanmıştır. Bunlar; Aile, Sosyal Sınıf, Roller, Arkadaşlar, Medya ve Reklamlardır (Özyurt, 2016: 58, Turan ve Çolakoğlu, 2009: 278). Sosyal sınıf açısından; hayat stili bireylerin algılama ve eğilimlerini de farklılaşmaktadır. Bu amaç için kişiler, sosyal sınıfta yer alabilmek adına ürün ve hizmetler sembolik bir değer ifade etmektedir (Karakaya ve İnci, 2014: 54). Roller; bireyin hayatı boyunca üstlendikleri roller onların satın alma karar süreçlerine de etki etmektedir. (Özgören, 2013: 2). Arkadaşlar; bireylerin dahil oldukları sosyal ortamlar etkileşimin yaşandığı ve yakın ilişkiler kurulduğu çevrelerdir (Üler, 2018: 27). Medya ve reklamlar; yazılı veya görsel araçlar hedef kitlelere ürün ve markalar hakkında bilgi verilmesine bir bakıma aracılık etmektedirler. (Şener, 2010: 153).

## 2.5. Cinsiyetin Tüketim Eğilimlerine Etkisi

Cinsiyet, ürün ya da hizmet seçiminde oldukça etkili bir faktör olmasının yanında, satın alım hükmünde de büyük rol üstlenmektedir. Kimi ürün ya da hizmetler erkek tüketicilere, kimi ürün ya da hizmetler de kadın tüketicilere özgü üretilmektedir. Satın alım hükmünün bir bölümünde hükmü veren erkek tüketiciler olur iken, bir bölümünde de kadın tüketiciler hüküm veren konumdadır. Kadın tüketiciler ile erkek tüketicilerin arasındaki fark, kadın ile erkekte salgılanan hormonların farklılığından kaynaklanmaktadır. Kadın tüketiciler daha duygusal kodlanmış iletilerden etkilenir iken, erkek tüketiciler ise daha akla uygun, aklın kurallarına dayanan ve bilimsel dayanaklar ile karar almaktadırlar (Kişioğlu, 2004: 39).

Kadın tüketiciler genellikle daha ayrıntıcı davranmakta, çevresel etkenlerden daha çok etkilenmekte ve olumsuz bir bilgiden daha çabuk etkilenme eğilimindedirler. Erkek tüketiciler ise kadın tüketicilere göre moda ve giyime daha az ilgi göstermektedir. Erkek tüketiciler çevrelerindeki bireylerden daha az etkilenmektedir. Erkek tüketiciler kadın tüketicilere göre daha özgür karar alabilmektedirler. Erkek tüketiciler kadın tüketicilere oranla daha çok risk alabilmektedirler. Erkek tüketiciler alışverişi bir görev olarak yapmakta ve kadın tüketicilere oranla daha az zaman ayırmaktadırlar (Özyurt, 2016: 49).

Erkek tüketicilerin ve kadın tüketicilerin insan olarak yaratılışları gereği istek ve beklentileri farklılık göstermektedir. Araç satın almayı arzulayan bir erkek tüketici ağırlıklı olarak aracın teknik özelliklerine, hızına ve markasına önem verir iken, kadın tüketiciler için aracın rengi ve ihtişamı daha önce gelmektedir (Üler, 2018: 35).

## 3. Kadın Tüketiciler, Kadın Tüketicilerin Satın Alma Davranışları ve Karar Aşamaları

Günümüzde kadınlar gerek eğitim gerek iş yaşamlarında daha etkin hale gelmeleriyle satın alma kararlarında etkin olarak söz sahibi olmaya başlamışlardır. Pazarda ise bu durumun farkına varılması önceleri niş pazar olarak değerlendirilen kadın tüketicilere yönelik çalışmaları hızlandırmıştır. Böylece tüketici terminolojisinde “kadın tüketici” terimi yer almıştır.

Pazarın bölümlere ayrılması ile ortaya çıkan tüketicileri sentezleme ve akabinde satın alma davranışlarının incelenmesi, cinsiyet farklılığının önemini ortaya çıkarmış ve kadın tüketiciler hedef pazar haline gelmiştir. Buna bağlı olarak işletmelerin kadın tüketiciler hakkında daha çok bilgi sahibi olması ihtiyacını ortaya çıkmış ve çalışmalara belirlenen stratejiler doğrultusunda yön vermeye başlanmıştır (Özdemir, 2005: 3).

Kadın tüketicilerin önemli hale gelmesinde hem sosyal alanda hem de çalışma alanında kendilerini güçlü bir şekilde hissettirmeleri olmuştur. Finansal açıdan gücü ellerinde tutmaları alışverişlerinde daha bağımsız ve geniş yelpazeli tüketim alanlarına açılmalarına neden olmuş; satın alma davranışlarındaki farklılıkları, müşteri sadakatleri, iletişimlerinden doğan ürünün viral pazarlama yoluyla farklı müşterileri de çekerek işletmelere büyük kazançlar sağlamışlardır. Bu nedenle, işletmeler pazarlama stratejilerini, satış eforlarını oluştururlarken kadın tüketicilerin özelliklerinin bilinmesi, bu özellikler gözetilerek stratejiler geliştirilmesi ile işletmelerin hedeflerine ulaşmasında oldukça başarı sağlanacaktır.

Kadınların çalışma hayatında etkin rol almalarından dolayı ekonomik açıdan daha bağımsız hale gelmeleri harcamalarında kendilerini daha bağımsız kılmaktadır. Fakat bazı kadınların, çocuklarının ya da evlerinin bakımı, sağlık ve yaşları gibi sebeplerle çalışmadıkları görülmektedir (Bartos, 1989: 39). Roper ASW’in Amerika’da yaptığı çalışmada, kadınların bir yıl gibi bir süre zarfında ortalama on farklı değişim yaşadığını ortaya koymuştur. Bunlar; bireysel değişimler, aile ya da ilişki değişimleri, görüntülerini değiştirme, farklı ilgi alanları keşfetme, yeni yetenekler geliştirme ve hayatlarına farklı bakış açıları getirmekte, arkadaş ilişkileri, aile

de yapılan farklı etkinlikler ve özel hayattaki değişimler, iş hayatındaki değişimler ve sağlık ile ilgili değişimler ve ekonomik değişimler diyebiliriz (Women Value Change, Strive For Growth, 2003: 1-6).

Kadınların hayatlarındaki medeni durum değişimi, farklı bir yere taşınma, çocuk sahibi olma, iş değişikliği gibi bazı önemli olayların satın alma davranışlarını etkilediğini görürüz. Gerçekleşen tüm yaşamsal faktörler yeni gereksinimleri başlatır ve önceliklerden farklı işlerin meydana gelmesini sağlar. Günlük hayattaki rolleriyle de ailede yaşanan birçok önemli olayın kadınları etkilediği ortadadır (Barletta, 2003:62). Kadınların erkeklere göre daha uzun yaşadığı neredeyse tüm ülkelerde gözlemlenebilmektedir. BM'nin 2003'de yayınladığı Kalkınma Programına göre Türkiye'de erkeklerin doğumda yaşam beklentisi 67,6 iken kadınların 72.8 yıldır (Women in Turkey, 1999: 1). DİE'nin raporunda ise, 2005-2010 yıllarını kapsayan araştırmada, yaşam beklentisinin doğuştan erkeklerde 67,06 görüldüğü, kadınlarda ise 71,72 olurken; 2010-2015 arası için erkeklerdeki oran 67,77 olurken kadınlarda 72,47'dir. 2035-2040 yılları için tahmin edilen oranlar ise erkeklerde 70,92, kadınlarda 76,03'tür. Buradan da anlaşılacağı gibi günümüzde kadınlar erkeklere nazaran ortalama 5 yıl daha fazla yaşayacak; 67-68 yaşında dul kalma olasılıkları ile bu zaman diliminde ailenin kalkınmasını kendileri sağlayacaklardır. (Turkey's Statistical Yearbook, 2004: 74)

Yaşın ilerlemesi ile hormonlarda meydana gelen değişiklikler ve kadın ve erkek arasındaki biyokimyasal olgu birbirine zıt yönde değişmeye başlamaktadır. 40-80 yaş aralığındaki erkeklerin testosteron seviyesi %50 azalmaktadır. Kadınlarda da östrojen seviyesinin azalması ve testosteron hormonunun baskın hale gelmesiyle kadının kendine olan güveninin arttığı görülür. Dolayısıyla karar aşamalarında daha etkin olmaya başlarlar. Bunun pazarlama yapanlar tarafından anlamı, bu yaş aralığındaki kadın tüketicilere satılmak istenen yüksek fiyatlı ürünlerinin satışlarının kolay olabileceğidir. Ayrıca kadınların erkeklere göre daha uzun yaşaması, eşin ölümünden sonra ailenin mal varlığının önemli kısmının kendilerine kalması kadın tüketicilerin ekonomik güçlerini de artırmıştır (Barletta, 2003: 63-64).

### 3.1.Kadınların Çevreleri ve Sosyal Değerleri

Kadın ve erkek arasında sosyal ilişkiler anlamında önemli ayrılıklar mevcuttur. Bunları sıralayacak olursak: (Barletta, 2003: 44-46). Erkekler kişisel, kadınlar ise toplumsal davranışlar göstermeye yatkındır. Erkekler öncü olmak isterken, kadınlar tüm ilişkilerinde samimi olmak isterler. Erkekler sosyal düzende en üst tabakada olmayı, kadınlar ise arkadaşlarının içinde olduğu bir grup oluşturmayı isterler. Bu noktaların tümü, kadınların sahip olduğu değerlerin erkeklere göre farklı yönleri olduğunu ortaya koyar.

Kadınlar topluma aidiyet duygusu ile bağlıdırlar ve grup olma bilinçleri hayli yüksektir. Sadece iki kişi olsalar bile kadınların temel ölçüsü "biz"dir. Birbirleriyle birden fazla ortak noktaya sahip oldukları insanlarla beraber oldukları bir yerde kendilerini çok iyi hissederler. Genellikle kadınların başarı olarak tanımladıkları şey diğer insanları mutlu etmektir (Barletta, 2003: 48). Kadınlar sorunlarını arkadaşları ile bir araya gelerek konuşurlar (Gray, 2001: 38-39). Bu nedenle, pazarlama tarafında kadın tüketicilerin ilgisini toplayabilmek için, ürünü ya da hizmeti kullanacak kişiler düşünülmeli ve mal ya da hizmet özelliklerin yanında bunların insanlara nasıl yararlar sağlayacağı da anlatılmalıdır (Wilson, 2004: 126).

Kadınların insan merkezli olması hormonlarıyla (testosteronun baskılanmasıyla) ilgilidir (Barletta, 2003: 50). Kadınlar birbirleriyle yarışmak ve düşmanlık yerine itimat ve bağlılığa dayalı ilişkileri tercih ederler (Interep Research, 2003: 12). Daha bağımsız, güvenleri tam, rekabeti seven ve kendilerini iyi bir şekilde güdüleyen erkekler özellikle parayla ilgili konularda risk almaya da daha yatkın olup, kadınlara göre satın alınan ürün ile ilgili riski algılama eğilimleri daha azdır. Bu nedenle herhangi bir mal ya da hizmetten memnun kalmazlarsa, kadınlara nazaran daha az şikâyetçi olmaktadır (Mitchell ve Walsh, 2004: 332-333).

Kadınlar daima konuşmaya ve edindikleri deneyimlerini etrafları ile paylaşmaya açıktırlar. Bu nedenle satın alma aşamalarında daha çok yardım talep etme ve farklı fikirlere açık olma konusunda erkeklere göre daha ılımlıdır (Akyüz, 2006: 50).

Kadınlar erkeklere nazaran daha samimi ilişkilere sahip olduklarından, onları güdülemek ve inandırmak için, hassasiyet gösterdikleri, beğendikleri, başarmak istedikleri gibi öğeler önemlidir. Kadınlar için samimi ilişkilerin ve şahsi bağların önemli olması yanında özgürlük arkadaşlık kadar önemli değildir. Kadınların samimi oldukları arkadaşlarıyla aralarındaki bağlar, kadınların hayatlarında en çok önem verdikleri değerlerden bir tanesidir (Barletta, 2003: 75-78). Bir kadın hayatını ortalama olarak 6 yakın arkadaşıyla paylaşmaktadır. Kadınların sadece %2'sinin hiç yakın arkadaşı yoktur. Yaş aldıkça daha çok arkadaş edinmeleri de şaşırtıcıdır. Bunun yanı sıra mutlu bir evliliği olduğunun altını çizen her beş kadından ikisinin, eşlerine anlatmadıkları sırlarını dostlarına anlattıkları ortaya çıkmıştır (Kanner, 2003: 34).

### 3.2. Kadınlarda İletişim Yapısı

Kadınlar konuşmaya başladıklarında konuyu anlatmaya daha geri plandan başlayıp, sözlerini zenginleştirip ahenkli ve tutarlı ölçülerde özümseyerek konuşmalarını tamamlarlar. Karşılarından da tüm hikayeyi önemli ayrıntıları ile bilmek isterler; kısa, özensiz anlatılan bir özet dinlemekten hoşlanmazlar çünkü bunu kendilerine verilen değer ile kıyaslama yaparlar (Akyüz, 2012: 50).

Kadın tüketiciler, satın alma kararlarını verirken istatistiklere ya da sayısal verilere göre değil, satıcıyla olan ilişkilerine göre karar vermektedirler. Neredeyse birbiriyle aynı özelliklere sahip iki ürün ya da hizmetin satın alınmasında kadın tüketiciler müşteri hizmetlerine ve satıcıyla süregelen ilişkilerine göre karar alırlar. Kadın tüketicilerin yaşamlarına özellikle ilişkilerine verdiği önem sebebiyle bu ilişkiler baz alınarak duygusal etkenler kadar somut etkenlerde beraber sunulmalıdır.

### **3.3. Kadınların Yeni Şeyler Keşfetme ve Sentez Yapma Özellikleri**

Kadınları erkeklerden farklı kılan en önemli özellik ayrıntılara daha dikkat ediyor olma, özelliklerde azaltma yapmak yerine eklemeler yapma ve en iyi seçeneği bulmaya çalışmadır. Örneğin, Wis-consin Üniversitesindeki yapılan araştırmada, kadınların çevrelerinde gelişen durumlara erkeklere nazaran %70 daha çok dikkat ettiklerini ve hatırladıklarını ortaya çıkmıştır (Levit, 2005: 1). İşletmeler bundan yola çıkarak kadın tüketicilere yönelik yapılacak küçük çalışmalarla onlardaki bu özelliğin avantaja çevrilmesini sağlayabilirler. Erkekler ise konu dışı olarak gördükleri ayrıntılarla ilgilenmek yerine, sadece önemli noktalara eğilip konuyu daraltıp, özellikleri basitleştirmeye çalışırlar. Satın alım kararı verirken sadece önemli olana belirlemeyi isterler (Kışoğlu, 2004: 27).

Kadınlar, en küçük ayrıntıya bile önem vererek ve daha çok bilgi sahibi olup en iyi sonuca ulaşmayı arzu ederler. Bu yüzden satın alma kararı öncesi erkeklere göre daha çok araştırma yaparlar. Örneğin, Nielsen NetRatings'in çalışmasında, kadın tüketicilerin erkek tüketicilere göre bir web sayfasını incelemeye daha fazla vakit harcamakta, bunun ise kadın tüketicilerin erkek tüketicilere göre bilgi toplarken daha çok zamana ihtiyaç duyduklarını göstermiştir (Brunel ve Nelson, 2003: 331).

## **4. Kadın Tüketicilerin Satın Alma Karar Faktörleri Ve Karar Alma Aşamaları**

Kadınların kişisel özellikleri satın alma kararlarını etkilemektedir. Buldukları çevre, yaş aralığı, hayat tarzı, zevkleri, kendine has becerileri karar almalarında etkin rol oynayan özelliklerdendir. Kadınların satın alma kararlarını, bir nevi problem çözme sürecine benzetebiliriz. Bunları; kaynağı ya da ihtiyacı belirleme, ihtiyaç için kapsamlı araştırmanın yapma ve bulguların toplanması, belirlenen bulgulardan seçeneklerin belirlenmesi sonrasında ise satın alma kararının verilmesi olarak özetleyebiliriz. Tüketici satın alma kararları rutin karar verme, sınırlı problem çözümü ve kapsamlı problem çözümü olmak üzere üçe ayrılarak açıklanmasında fayda vardır. Bu doğrultuda tüketici satın alma kararları rutin karar verme, sınırlı problem çözümü ve kapsamlı problem çözümü aşağıda başlıklar halinde açıklanmıştır (Boylu, 2010: 179).

### **4.1. Rutin Karar Verme**

Rutin karar verme, girift yapısı en düşük olan satın alma karar süreçleridir. Bunun sebebi ise kişinin hafızasında tercih edeceği ürün veya hizmet ile ilgili geçmiş tecrübeleri söz konusudur. Bu sebeple kişi karar almak adına ek bir bilgiye ihtiyaç duymamakta veya diğer seçenekleri dikkate alma konusunda az çaba sarf etmektedir. Rutin karar vermeye süt, diş macunu, ekmek ve benzeri ürünler örnek olarak verilebilir. Bahsedilen ürünlerin satın alım kararı neredeyse alışkanlıktır boyutundadır (Akyüz, 2006: 14).

### **4.2. Sınırlı Problem Çözme**

Bireylerin önceden satın alım tecrübelerinin olduğu orta düzeyli karar almalar sınırlı problem çözümü olarak tanımlanmaktadır. Bahsedilen tecrübeler marka, mağaza, fiyat seçimi farklılık göstere bilmektedir. Bireylerin önceden satın alım tecrübelerinin olduğu orta düzeyli karar almalar bireysel dilek, talep ve gereksinimlerini karşılamak adına ürün ve hizmet satın alan ya da satın alım gücünü elinde bulduran kişiler en uygun tercihi yapmaya isteklidir.

Kişi bu noktada benzer ürün ya da hizmetleri denemek, alternatif markaları tecrübe etmek, uygun tercih arayışındadırlar. Bireylerin önceden satın alım tecrübelerinin olduğu orta düzeyli karar almalar doğrudan satın alım ile ilgilenmemekte ancak merak uyandıran yeni alternatifleri göz önünde bulundurmaktadırlar. Bireylerin önceden satın alım tecrübelerinin olduğu orta düzeyli karar almalar bilgi aramada ve diğer seçenekleri değerlendirmede büyük bir çaba göstermemektedirler (Villi, 2012: 22).

### **4.3. Kapsamlı Problem Çözme**

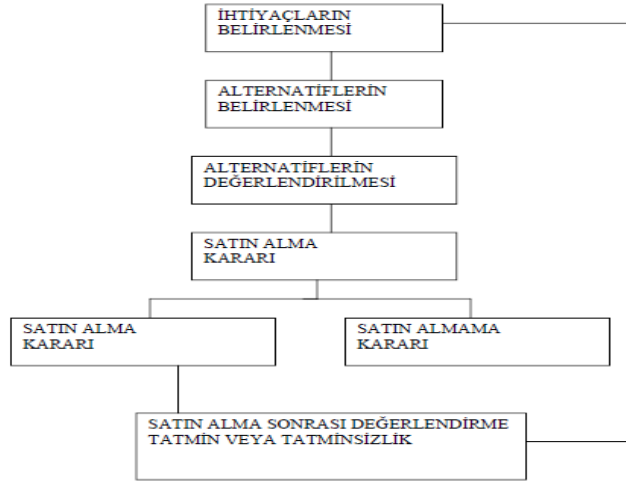
Kapsamlı problem çözüme, girift yapısı en yüksek olan satın alma karar süreçleridir. Kapsamlı problem çözümünde birey tüm karar aşamalarından geçmektedir. Seçeneklerin tespit edilmesi ve seçeneklerin incelenmesi adına oldukça zaman ve çaba harcanmaktadır. Birey değerlendirmelerde bulunmakta ve gereksinimini en etkin karşılayacak seçeneği özenle seçmektedir (Yaman, 2018: 53).

### **4.4. Kadın Tüketicilerin Satın Alma Karar Aşamaları**

Kadın tüketicilerin satın alma karar aşamaları erkek tüketicilere benzer şekilde öncelikle ihtiyacın ortaya çıkmasıyla başlamaktadır. Ortaya çıkan ihtiyaç doğrultusunda ihtiyacı karşılayacak seçenekler belirlenmekte ve

bu seçenekler değerlendirilmektedir. Değerlendirme sonucunda satın alma veya satın almama kararı verilmektedir (Aktaş, 2018: 48) Eğer karar olumlu olur ve satın alım gerçekleşir ise bu doğrultuda ürünün kullanımı ve kullanım süreçlerinde tatmin veya tatminsizlik ile sonuçlanmaktadır. Aşağıdaki şekilde kadın tüketicilerin satın alma karar aşamaları bu doğrultuda sıralanmıştır.

**Şekil 3.**Kadın Tüketicilerin Satın Alma Karar Aşamaları



**Kaynak:** (Hayta, 2008: 40).

Kadın tüketicilerin satın alma karar aşamalarını genel anlamda dört aşamadan oluşmaktadır. Gereksinimlerinin ortaya çıkması, seçenekleri belirlenmesi, seçenekleri değerlendirilmesi ve satın alım sonrası davranışlar olarak bu adımlar sıralana bilinir. Bu doğrultuda aşağıda kadın tüketicilerin satın alma karar aşamaları başlıklar halinde ele alınarak açıklanmıştır. Bunlar (Villi., 2012: 18-21):

1. Kadın Tüketicilerin Gereksinimlerinin Ortaya Çıkması,
2. Kadın Tüketicilerin Seçenekleri Belirlenmesi,
3. Kadın Tüketicilerin Seçenekleri Değerlendirilmesi,
4. Kadın Tüketicilerin Satın Alım Sonrası Davranışları.

**Kadın Tüketicilerin Gereksinimlerinin Ortaya Çıkması;** Satın alma karar aşamaları öncelikle gereksinimin belirlenmesi ile başlamaktadır. Bu gereksinim, bireysel dilek, talep ve gereksinimlerini karşılamak adına ürün ve hizmet satın alan ya da satın alım gücünü elinde bulunduran kişilerin iç unsurlardan belirebileceği gibi, dış unsurlardan da belirebilmektedir. Bu durum televizyonda karşılaşılan bir reklam sonucunda gereksinimin ortaya çıkması örnek olarak gösterilebilir. Gereksinimin belirmesi ile birlikte kişi, doyum sağlayacağı seçenekleri araştırmaya başlamaktadır (Hamşioğlu, 2013: 58).

**Kadın Tüketicilerin Seçenekleri Belirlenmesi;** Bu aşamada kişi, gereksinimini giderecek ürün ya da hizmetlere ilişkin bilgiler edinmektedir. Gereksinimini giderecek ürün ya da hizmetlerin hangi noktalarda satıldığı, ürün ya da hizmetlerin nitelikleri, fiyat aralığını, ödeme seçenekleri konularında bilgi edinmektedir (Ünüşan, Pirtini ve Bilge, 2009: 2).

**Kadın Tüketicilerin Seçenekleri Değerlendirilmesi;** Seçeneklerin tespit edilmesi ve seçeneklerin belirli kıstaslarla değerlendirilmesinde de iç ve dış unsurlar devreye girmektedir. Ürünün satın alınacağı zaman, ürün, hizmet veya marka hakkında önceki tecrübeler, rol modeller ve aile bireylerinin etkisi ile kişi ürün, hizmet veya markayı değerlendirmektedir (Özgül, 2011: 25).

**Kadın Tüketicilerin Satın Alım Sonrası Davranışları;** Bireysel dilek, talep ve gereksinimlerini karşılamak adına ürün ve hizmet satın alan ya da satın alım gücünü elinde bulunduran kişilerin gereksinim duyduğu ürün ya da hizmet hakkında belirli kıstaslar ile değerlendirmelerini tamamladıktan sonra satın alım kısmına geçilir. Satın alım aşaması en ciddi aşamalardan bir tanesidir. Kişinin etken uyarıcılara karşı geliştirdiği bir tepkidir. Ürün, hizmet veya marka tercihi, satın alım zamanı ve satın alınacak adedin de bu aşamada tespit edilmektedir. Birey artık ürünün ya da hizmetin potansiyel müşterisidir (Hayta, 2008: 40).

Kadın tüketicilerde eğitimin tüketim eğilimlerine etkisi de son derece önemlidir. 758 milyon kişiden, 15 yaş üzerinde okuma ve yazması olmayan kadınlar dünya nüfusunun üçte ikisini oluşturmaktadır, eğitimin farklı düzeylerinde küçük bir oranı oluşturmaktadırlar (UNESCO, 2016). Ayrıca küresel ölçekteki göstergeler, cinsiyet rolleri ve kalıp yargıların halen eğitim sisteminde ve seviyelerinde var olduğunu, bu durumun eğitim sisteminin sahip olunan mesleğe, toplanan bilgiye, kazanılan gelire, kariyer belirleme ve bunu gerçekleştirebilme, toplumsal ve siyasal yaşamda etkin olabilme gibi toplumsal sonuçlar açısından da kadınların aleyhine bir durum

sergilendiğini göstermektedir (UNESCO, 2015). Eğitim insan sermayesine yapılan bir yatırımdır ki bu bireylerin ve toplumların yararına, onların tüm potansiyellerine ulaşmalarına izin verir, temel bir insan hakkıdır ve sürdürülebilir kalkınmaya ulaşmak için temel bir araçtır (United Nations, Trends and Statistics, 2015: 59). Eğitimin, kişinin yaşamını sürdürmesi, kendini geliştirmesi, toplumun bir ferdi olması ve toplumla beraber uyum içinde yaşama ihtiyaçlarını karşılama konusunda önemli bir paya sahiptir (Özaydınlık, 2014: 95). Kadınların eğitimi sosyal gelişmenin ve kadınların güçlendirilmesinin kilit belirleyicisidir. Eğitimin kadınların çalışma hayatında belirleyici rolü çok güçlüdür. Eğitim düzeyi arttıkça kadınlar çalışmaya daha çok yönelmekte, fırsat eşitsizliği eğitimsiz ve düşük eğitimli kadınlara göre nispeten daha azalmaktadır. İstihdamın eğitim seviyesi bir ülkedeki işgücünün niteliğini ortaya koymaktadır. (Türk-İş, 2005:8). Eğitimin kadın tüketiciler üzerlerindeki etkilerine rasyonel açıdan bakacak olursak aşağıdaki gibi sıralayabiliriz (Demir, 2016: 26):

- Belli tüketimlere yönelirken kendi değerlerini ve gerçekten ne istediğini ön plana alıyor olması,
- Karar vermede kendine has yetenekler geliştirmesi; zamanı kullanma, efektif para harcama, etkili tasarruf yapma gibi kriterlere bağlı olarak, “önce kendin için düşün” davranışını benimseyen önemli bir sistematik düşünme stili geliştirmesi ve satın almak istediği ürün ya da hizmette önce soru sormayı, yanıltıcı ve hatalı bilgilerle başa çıkmayı öğrenmesi,
- Ürün ya da hizmet alımlarında pazarda daha çok alternatif geliştirmesi, farkları, farklılıkları daha iyi analiz edebilmesi,
- Özellikle tüketim konusunda bilinçsizce yönlendirilen değil, iyi araştırmalar yapan ve hatta yönlendiren olabilmesi; ihtiyacın tam olarak ne olduğu ve eldeki kaynakları değerlendirdikten sonraki sürece daha iyi hakim olunması,
- Tüketicilere ait haklarını kullanma, doğru savunma ve örgütlenme bilincinde olması ile,
- Ve bilinçli bir tüketici kültürü oluşturmasını ve bunu temel ihtiyaçlarına uygun olarak en doğru biçimde kullanılmasını, enflasyon ve hayatın zor şartlarına karşı mücadele bilincini de geliştirmesi ile açıklayabiliriz.

## 5. Üniversite Eğitimi Alan Kadın Tüketicilerin Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkilerin İncelenmesi Çorum İli Örneği

### 5.1.Literatür Taraması

Karabulut'un 2001 yılına ait çalışmasında, kadınlar tarafından tüketimi çoğunlukta olan ve satın alımı gerçekleştiren çamaşır deterjanlarına istinaden yapılan televizyon reklamlarının kadın tüketiciler üzerinde nasıl bir etkisi olduğunu bulmayı amaçlamıştır. Reklamların insanlar üzerinde ki etkilerinin karar vermede ve marka değeri yaratmaya çalışmasından bahsedilmiş, marka imajının öneminden, marka kimliği oluşturulmasına kadar ki süreçlerin öneminden ve çoğu reklamın aldatıcı oluşunun kişileri bilinçsiz tüketim çılgınlığına itmesinden ve bunun önüne geçebilmek için hangi önlemlerin alınması gerektiğine değinilmiştir (Karabulut, 2001: 178).

2004 yılında Kişioğlu tarafından yapılan çalışmada, satın alma davranışlarında cinsiyetin ne kadar etkili olduğu vurgulanmıştır. Sakarya ilinde bir ay seçilmiş ve o ay içinde cep telefonu satın alan kadın ve erkek tüketiciler üzerinde bir araştırma yapılmış ve yorumlanmak istenmiştir. Bu bağlamda satın alma davranışında cinsiyet etkisinin nasıl bir farklılık oluşturduğu belirlenmeye çalışılmış ve ulaşılan bilgilere analizler yapılmıştır. Anket sonucunda cinsiyet farklılığın satın almayı etkilediği ortaya çıkmış olup; erkek tüketicilerin telefonla ilgili daha ayrıntılı bilgi sahibi olmakla ilgilendiklerini, kadınların ise fiyat dışında bir etkeni çok fazla önemsemedikleri sonucuna varılmıştır (Kişioğlu, 2004: 47-48).

2005 yılında Özdemir'in “Kadın Tüketicilere Yönelik Pazarlama Stratejileri ve Bursa İlinde Bir Uygulama” isimli çalışmasında erkek tüketicilere göre farklı özelliklere sahip kadın tüketicilerin hedef pazar olarak seçilmesi, bu pazarın bölümlere ayrılması ve işletmelerin ürün ya da hizmetlerini farklı hedef pazarlar belirleyerek seçmelerini sağlamıştır. Bursa ili merkezinde yer alan iki büyük alışveriş merkezine gelen kadın tüketiciler üzerinde bir araştırma yapılmış ve bulgulara göre kadın tüketicilerin karar alma özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır (Özdemir, 2005: 1-2).

Akyüz'ün 2006'da “Farklı Eğitim Düzeyindeki Kadın Tüketicilerin Giyim Eşyası Satın Alma Davranışları” konulu çalışmasında eğitim seviyeleri birbirinden farklı olan kadınların giyim eşyası satın almalarındaki davranışlar belirlenmek istenmiştir. Ankara ili Elmadağ ilçesinde 18 yaş üzeri, farklı eğitim seviyelerine sahip kadınlar üzerine 300 kişilik bir anket çalışması gerçekleştirilmiş olup lisans ve lisan üstü eğitim seviyesine sahip kadınların, ilköğretim ve ortaöğretim mezunu olan kadınlara nazaran modayı takip etme rahatlama amacı güderek alışveriş yaptıklarını ortaya çıkarmıştır. Lisans ve lisan üstü mezunu kadınların satın alma kararı verirken arkadaşlarından, diğer lise ve dengi okul mezunlarının annelerinden, ilköğretim mezunlarının ise çocuklarından etkilendiği belirtilmiştir (Akyüz, 2006: 36-37).

Güldoğan'ın 2009 yaptığı çalışmasında kadınların iş hayatına katılması ile tüketim alanlarında ki etkilerinin arttığından ve cinsiyetin pazarlama stratejilerinin kurgusunda, pazarlama yapan kişiler tarafından en önemli değişken olduğundan bahsedilmektedir. Kadın ve erkek tüketiciler bir çok yönden farklılık arz eden biyolojik yapıları, duygusal farklılıkları ve sosyal olaylara bakış tarzları ile hedef pazar haline gelmiş ve bu bağlamda kadınların hem erkek tüketiciler ile farklılıklarından hem de kendi içlerinde de bölümlere ayrılmasından ve ürün ya da hizmet için yapılan konumlandırma ve tutundurma çalışmalarından bahsedilmiş; Eskişehir ili merkezini kapsayacak şekilde 322 kişiye anket yapılmış, kadın tüketicilerin reklamların ulaştırmak istediği mesajlara karşı nasıl tutum sergiledikleri çeşitli hatlarla belirlenmeye çalışılmıştır (Güldoğan, 2009: 177-178).

2012'de Villi tarafından yapılan çalışmada, kadınların kozmetik ürünleri satın alırken ki plansız satın alma davranışları araştırmak istenmiştir. Dünya genelinde rekabet şartlarının artıyor olması işletmeleri pazarlama konusunda bir üst seviyeye çıkarabilmek için tüketicilerin satın alma davranışlarında nelerin ön plana çıktığını bilmeye zorluyor. Bu bağlamda kadınların kozmetik ürünlerini satın alırken gelir, yaş, eğitim seviyesi gibi demografik özelliklerin plansız alışverişler üzerinde nasıl bir etkisi olduğu bulunmaya çalışılmıştır. 407 kişilik bir anket çalışması yapılmış olup bazı ürünler belirlenmiş ve bu ürünlerin en çok gazete ve dergiler aracılığı ile bilgi sahibi olduğu olduğu sonucuna varılmıştır. Kozmetik ürünlerinin satın alma düzeyi arkadaş çevresi ile ilişkilendirildiğinde, plansız satın alımı yapılan ürünlerin düzeyinin arkadaşlardan fazla etkilenildiği göstermektedir. (Villi, 2012: 65-66).

Ülkü tarafından 2012'de gerçekleştirilen çalışmada, kadın tüketicilerin satın alma kararlarında yaş, medeni durum, çocuk sahibi olma ve eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki olduğunu; eğitim düzeyi arttıkça marka, sadakat ve kalite faktörlerinin önem kazandığını, eğitim seviyesi yüksek olan kadınların ürün hakkında detaylı araştırma yaparak en iyi sonuca ulaşmaya çalıştıklarının sonucuna varılmıştır (Ülkü, 2012: 106-107).

Senir 2014'de sunduğu çalışmasında tüketici etnosentrizmin yerli ürün satın alımında uygunluğunun anlamlılık düzeyini göstermek istemiştir. Niğde Üniversitesi'nde bir araştırma yapılmış etnosentrizmin eğitim ile arasında ki ilişkinin negatif olduğu sonucuna varılmıştır. Gelir düzeyi ile etnosentrizm arasında pozitif ilişki görülmüş gelir seviyesinin artması etnosentrizm seviyesini düşürdüğü bulgusuna ulaşılmıştır ve kadın tüketicilerin erkek tüketicilere göre etnosentrik düzeyi daha fazla bulunmuştur ama düşünülen aksine yaşlı tüketicilerin etnosentrik düzeyleri yüksek yorumu yapılamamaktadır (Senir, 2018: 58-60).

2014 yılında Arslan tarafından gerçekleştirilen kadınların satın alma davranışlarından yola çıkarak en az bir kez internet üzerinden alışveriş yapan kadın tüketicilerin istekleri, alışveriş için interneti kullanma sıklıkları ve elektronik ticareti neden tercih ettikleri incelenmeye çalışılmıştır. E-ticaretin kullanımının rahatlığı ve kullanışlı olması arasında ki ilişki incelenmiş ve bulunana etkilerin pozitif yönlü bir değer olduğu ortaya konmuştur. Sonucunda ise kadın tüketicilerin internet üzerinden yapılan alışverişleri pratik ve kullanışlı buldukları ortaya çıkmıştır (Arslan, 2014: 8-40).

Tavukçu'nun 2015 yılında üzerinde çalıştığı konu, internet kullanımının hızla artmasının satın alma davranışlarının değişimi hakkındadır. Elektronik ticaretin yaygınlaşması ile ürünleri satın alan tüketicilerin satın alma davranışlarının bire bir ölçülememesi nedeniyle satın alım yapılırken hangi güdülerin etkilendiği araştırılmak istenmiştir. İnternet üzerinde 400 kadının katılımıyla gerçekleşen bir anket yapılmış, sonucunda ise faydacı eğilimlere sahip kadın tüketicilerin hedonik eğilime sahip kadın tüketicilere göre e-ticareti daha fazla kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır (Tavukçu, 2015: 67-69).

Demir'in 2016 yılında "Tüketici Davranışlarında Algı Yönetiminin Rolü: Ünlü Algısının Kadın Tüketici Davranışlarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma" isimli çalışmasında rekabetin artmasıyla kurumların farklı yöntem ve stratejiler belirlemeye başlamasından ve var oldukları pazar ortamında kendi ürün ya da hizmetlerinin diğerlerine göre daha çok tercih sebebi olabilmesi için farklı bir yol izlemeye başlayarak adım atılan yöntemden bahsetmişlerdir. Doğru yönetilmesi gereken bu süreçte kurumun pazarda fark yaratıp yer edinerek ve varlığını devam ettirebilmesi için kurumsal iletişim uygulamalarından algı yönetimine ihtiyaç duyması sonucuna ulaşmıştır. Asıl amaç belirlenen hedef kitlenin tutumlarını istenilen yönde harekete geçirebilecek bir iletişim disiplinine dönüştürmektir. Ürün veya hizmetin nasıl algılandığı özellikle kadın tüketicilerin satın alma davranışlarına nasıl etki ettiği. Bu yöntemle beraber tüketici davranışları üzerindeki etkilerin değişimi ve satın alma kararlarında ne kadar etkin olduğu sonucu çıkarılmıştır (Demir, 2016: 7).

2016 yılında Özyurt tarafından yapılan çalışmada, teknolojinin gelişmesi ve tüketim seyrinin değişmesinin alışveriş literatürüne bazı yenilikler getirdiğinden bunun ise en önemli örneği olan elektronik ticaretten bahsedilmiştir. Ürün yelpazesinin gelişmesi, kısıtlı zamanı tüketicilere armağan olarak sunan bir ağ sisteminin geliştirilmesini ve ticareti sanal ortamda daha kolay hale gelmesini sağlamıştır. Bu bağlamda e-ticaretin tüketimi yönetme konusunda ne kadar etkin olduğunu ortaya çıkarmak için Gaziantep ili merkezinde yaşayan 400 kadın tüketicilere anket yapılmış ve elektronik ticaretin kullanım alanları ve sıklıkları belirlenmeye çalışılmıştır (Özyurt, 2016: 58).

Pınar'ın 2018 yılındaki yaptığı çalışmada sosyal medyanın insanlar üzerinde aktif hale gelmesiyle markaların internet üzerinden alışveriş kolaylığı sağlamak için geliştirdiği uygulamalardan ve birçok platformda ürünlerle ilgili görseller ve direkt iletişim imkanı sunulmasının yoğun hayat temposuna sağladığı kolaylıklardan bahsedilmiştir. Geliştirilen ara yüzlerin satış faaliyetlerine fayda sağlaması ve tüketim eğilimlerinin bu yönde

aktifleşmeye başladığı, platformların sanal mağazaya dönüşmesi hem kolaylık hem de marka için birçok avantajı içerisinde barındırmaktadır. Bu bağlamda sosyal medya aracılığı ile yapılan alışverişlerdeki satın alma davranışlarının ne yönde etkilendiği belirlenmeye çalışılmış olup kadınların yapmış olduğu satın alımlarda sosyal ve paylaşımcı oldukları ortaya çıkmış ve kullanım sıklıkları düşünüldüğünde erkek tüketicilere göre elektronik ortamda daha çok alışveriş yaptıkları sonucuna varılmıştır (Pinar, 2018: 127-128).

2018’de Yaman tarafından yapılan çalışmada kadınların internetten yapılan alışverişlerde bu süreci nelerin etkilediği yorumlanmıştır. E-ticaret kavramından internette oluşan pazarlama kavramına ve bu kavramın gelişimine, tüketicilerin davranışlarına ve elektronik ticarete satın alma davranışlarının oluşumuna kadar tüm detaylar incelenmiş olup yapılan analiz sonucunda satın alma kararı ile risk ve güven değişimleri arasında bir fark tespit edilememiş, uygun olup olmama değişkeni ise satın almayı pozitif yönde, tercih kriterlerinin ise negatif yönde etkilendiği çıkarımına varılmıştır (Yaman, 2018: 54-56)

Aktaş’ın 2018 yılında yapmış olduğu çalışmasında, günümüzde tüketicilerin sosyal ihtiyaçlarının harekete geçirilmesi anlamında önemli bir etkiye sahip olan reklamın aldatıcı etkisinden bahsetmiş; tercih edilen güçlü kadın markalarının beğeni yaratacak türleri kullandığı Maslow’un hiyerarşi kuramındaki ihtiyaçların ne oranda kullanıldığı ölçülmeye çalışılmıştır. Tüketimde önemli bir üstünlüğe sahip olan kadın tüketicilerin üzerlerindeki güzellik dayatması ve planlanmamış satın alım davranışlarının oluşumu hakkında 60 televizyon reklamı kategorize edilmiş ve kadın tüketicilere karşı kullanılan aldatıcı unsurlar analiz edilmeye çalışılmıştır (Aktaş, 2018: 6-7).

2018 yılında Üler’in “Kadın Tüketicilerin Tüketim Davranışları Üzerine Amprik Bir Araştırma” isimli çalışmasında kadınlarda eğitimin, uğraştıkları çalışma alanlarının ve bunun getirisi olan gelirlerinin tüketimlerini etkilediğini; eğitimin kadınlarda iyi bir meslek ve bu sayede belirli bir gelir ve statü oluşturduğunu; statünün ise tüketim eğilimlerinin seyrini nasıl etkilediğinden bahsedilmiştir (Üler, 2018: 155-156).

## 5.2.Araştırmanın Amacı ve Hipotezleri

Çalışmanın amacı üniversite eğitimi alan kadın tüketicilerin satın alma davranışları üzerindeki etkilerin incelenmesidir. Bu amaçla Çorum ilinde üniversite eğitimi alan kadınların satın alma davranışlarının değişkenleri belirlenmeye çalışılmıştır. Eğitimin satın alma davranışları üzerinde demografik özellikler, çalışma durumu, çalıştığı kurumdaki pozisyonu ve alışveriş sıklıkları üzerindeki etkilerden ve bu etkilerin nelerle ilişkilendirilebileceği üzerine araştırmalar yapılmıştır.

Hipotez, istatistiksel anlamda bir tesadüfi değişkenin dağılımıyla ilgili gerçekleşen varsayımdır. Araştırmacının amacı olan problemdeki ile ilgili değişkenlerin birbiriyle arasındaki ilişkilerden beklentiye hipotez ifade etmektedir. Null (sıfır) hipotezleri genel anlamda herhangi bir farkın olmadığı tezi üzerine kurulmuştur. Null hipotezi  $H_0$  olarak simgelenir. Bu çalışmada birbirlerine alternatif hipotezler test edilmiş olup, analizler sonucunda kabul ya da ret edilen hipotezler alternatif hipotezler olarak kabul edilmiştir (Cansız, 2007: 87).

Yukarıda belirtilen bilgiler çerçevesinde uygulama hakkında geliştirilen hipotezler aşağıdaki gibidir.

**$H_0$  :** Kadın tüketicilerin satın alma davranışları **medeni durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez.**

**$H_{A1}$  :** Kadın tüketicilerin satın alma davranışları **medeni durumuna** göre anlamlı farklılık **gösterir.**

**$H_0$  :** Kadın tüketicilerin kişisel özellikleri **medeni durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez.**

**$H_{A2}$  :** Kadın tüketicilerin kişisel özellikleri **medeni durumuna** göre anlamlı farklılık **gösterir.**

**$H_0$  :** Kadın tüketicilerin satın alma davranışları **yaşa** göre anlamlı farklılık **göstermez.**

**$H_{A3}$  :** Kadın tüketicilerin satın alma davranışları **yaşa** göre anlamlı farklılık **gösterir.**

**$H_0$  :** Kadın tüketicilerin kişisel özellikleri **yaşa** göre anlamlı farklılık **göstermez.**

**$H_{A4}$  :** Kadın tüketicilerin kişisel özellikleri **yaşa** göre anlamlı farklılık **gösterir.**

**$H_0$  :** Kadın tüketicilerin satın alma davranışları **çocuk sahibi olma durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez.**

**$H_{A5}$  :** Kadın tüketicilerin satın alma davranışları **çocuk sahibi olma durumuna** göre anlamlı farklılık **gösterir.**

**$H_0$  :** Kadın tüketicilerin kişisel özellikleri **çocuk sahibi olma durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez.**

**$H_{A6}$  :** Kadın tüketicilerin kişisel özellikleri **çocuk sahibi olma durumuna** göre anlamlı farklılık **gösterir.**

**$H_0$  :** Kadın tüketicilerin satın alma davranışları **eğitim durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez.**

**$H_{A7}$  :** Kadın tüketicilerin satın alma davranışları **eğitim durumuna** göre anlamlı farklılık **gösterir.**

**$H_0$  :** Kadın tüketicilerin kişisel özellikleri **eğitim durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez.**

**$H_{A8}$  :** Kadın tüketicilerin kişisel özellikleri **eğitim durumuna** göre anlamlı farklılık **gösterir.**



**H<sub>0</sub>** : Kadın tüketicilerin satın alma davranışları **çalışma durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez**.  
**H<sub>A9</sub>** : Kadın tüketicilerin satın alma davranışları **çalışma durumuna** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

**H<sub>0</sub>** : Kadın tüketicilerin kişisel özellikleri **çalışma durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez**.  
**H<sub>10</sub>** : Kadın tüketicilerin kişisel özellikleri **çalışma durumuna** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

**H<sub>0</sub>** : Kadın tüketicilerin satın alma davranışları **kurumdaki pozisyona** göre anlamlı farklılık **göstermez**.  
**H<sub>11</sub>** : Kadın tüketicilerin satın alma davranışları **kurumdaki pozisyona** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

**H<sub>0</sub>** : Kadın tüketicilerin kişisel özellikleri **kurumdaki pozisyona** göre anlamlı farklılık **göstermez**.  
**H<sub>12</sub>** : Kadın tüketicilerin kişisel özellikleri **kurumdaki pozisyona** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

**H<sub>0</sub>** : Kadın tüketicilerin satın alma davranışları **alışveriş sıklığına** göre anlamlı farklılık **göstermez**.  
**H<sub>13</sub>** : Kadın tüketicilerin satın alma davranışları **alışveriş sıklığına** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

**H<sub>0</sub>** : Kadın tüketicilerin kişisel özellikleri **alışveriş sıklığına** göre anlamlı farklılık **göstermez**.  
**H<sub>1</sub>** : Kadın tüketicilerin kişisel özellikleri **alışveriş sıklığına** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

### 5.3. Araştırmanın Yöntemi, Örneklemi ve Varsayımları

Araştırmanın temel hedefi, mevcut bir durumu ortaya koymaya, bu mevcut durum üzerinde herhangi bir oynama yapılmadan, mevcut haliyle ortaya konulması adına tarama modeli tercih edilmiştir. Araştırmanın niceliksel araştırma metodlarından olan anket yöntemi uygulanmıştır. Çalışma kapsamında oluşturulan anket formu sorularında, Elibol'un 2013'de "Tüketici Etnosentrizminin Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi" konulu çalışmasından faydalanılmıştır. Kişilerin, satın alma üzerindeki etkilerini belirlemeye çalışan sorularla tüketicilerin karar alma modeli kompoze edilmeye çalışılmıştır. Kütle Basit Tesadüfi Örneklem yöntemi kullanılarak 400 kişiye uygulanan anket çalışmasında 16 kişinin anketinde birçok sorunun yanıtlanmaması nedeniyle değerlendirmeye alınmamıştır. Toplamda 384 kadın tarafından yanıtlanan anket için veri girişleri yapılmış olup bu veriler SPSS 21.0 veri analiz programına aktarılarak gerekli analizlerin yapılması sağlanmıştır. Araştırmanın evreni Çorum ilini kapsamaktadır. Çalışma Çorum ili ile sınırlandırılmıştır. Anketi dolduran katılımcıların, kişisel bilgi envanteri ve ölçek sorularından oluşan ölçme araçlarını samimi ve doğru olarak yanıtlayacakları varsayılmıştır. Araştırmanın örnekleminin evreni uygun olarak yansıttığı varsayılmıştır. Örneklem hacmi Çorum ili merkezinde ikamet eden kadınlar olarak belirlenen 138.468 kişiden oluşmaktadır. Üniversite mezunu kadın sayısı ise 14.919 kişidir. (TÜİK, 2013) Ana kütle gözlenen oranı %10,77 olarak belirlenmiş; %95 güven aralığı %5 hata payında hesaplanan örnek kütle uygunluk sayısı 383 kişi (100.000-1.000.000'a kadar) olduğu hesaplanmıştır. (Ercan ve Kan, 2004: 212 ).

### 5.4. Araştırmanın Bulguları

Satın alma davranışı için 37 madde ve kişilik özellikleri için 44 maddeden meydana gelen 5'li likert tipindeki ölçeklerin analiz yapmaya uygun olup olmadığı, örneklem hacminin yeterli olup olmadığı ve verilerin rastgele dağıldığının tespiti için Güvenilirlik Analizi kullanılmıştır. Güvenilirlik analizi ölçmede kullanılan testlerin, anketlerin ya da ölçeklerin özelliklerini ve güvenilirliklerini değerlendirmek üzere geliştirilmiş bir yöntemdir. Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) modeli ile ölçekte yer alan k sorunun homojen bir yapı gösteren bir bütünü ifade edip etmediği araştırılır. Alfa ( $\alpha$ ) katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenilirliği aşağıdaki gibi yorumlanır. (Ercan ve Kan, 2004: 212):

- $0,00 \leq \alpha < 0,40$  ise ölçeğin güvenilir olmadığı,
- $0,40 \leq \alpha < 0,60$  ise ölçeğin güvenilirliği düşük olduğu,
- $0,60 \leq \alpha < 0,80$  ise ölçeğin oldukça güvenli olduğu,
- $0,80 \leq \alpha < 1,00$  ise ölçeğin yüksek derecede güvenilir bir ölçek olduğudur.

Anketteki her soruya verilen yanıtın dağılımını hesaplayabilmek için Frekans analizi, likert tipi soruların ortalama değerlerini gösterebilmek için ise Descriptive Analizi uygulanmıştır.

Satın alma davranışı ve kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin yönünü ve de şiddetini hesaplamak için Korelasyon Analizi'nden faydalanılmıştır. Korelasyon analizi, iki değişken arasındaki doğrusal ilişkinin ya da bir değişkenin iki ya da daha çok değişkenle arasındaki ilişkiyi test etmek, ilişki mevcutsa bu ilişkinin derecesini ölçmek için kullanılan istatistiksel bir yöntemdir. Bu analizinde amaç; değişkenlerden biri değiştiğinde diğer değişkenin nasıl ve hangi yönde değiştiğini görmektir. Korelasyon analizi sonucunda, doğrusal ilişki olup olmadığı ve varsa bu ilişkinin derecesi korelasyon katsayısı ile hesaplanır. Korelasyon katsayısı "r" ile gösterilir ve -1 ile +1 arasında değer alır. R değeri sıfırdan ne kadar uzaklaşırsa iki değişken arasındaki ilişkide gittikçe güçleşir. Korelasyon

katsayısı r “+” değerli ise iki değişken arasında aynı yönde bir ilişki vardır. Eğer r katsayısı “-“ işaretli ise iki değişken arasında ters yönlü bir ilişki vardır.

Satın alma davranışının ve kişilik özelliklerinin araştırmaya katılan kadınların demografik bilgilerine göre farklılık gösterip göstermediği T ve F testleri ile test edilmiştir.

T (Student) testi, iki örneklem grubu arasında ortalamalar açısından fark olup olmadığını araştırmak amacıyla kullanılır. T testi, bir gruptaki ortalamanın diğer gruptaki ortalamadan önemli derecede farklı olup olmadığını belirler. T testi için sıfır hipotezi ve alternatif hipotezi aşağıdaki gibidir.

$H_0$  : İki grubun ortalamaları arasında anlamlı fark yoktur.

$H_A$  : İki grubun ortalamaları arasında anlamlı fark vardır.

Eğer ikiden fazla grubun ortalamaları karşılaştırılacak ise F (Varyans) Testi uygulanır. İki den fazla grubun ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını test eden F testinin hipotezi aşağıdaki gibidir.

$H_0$  :  $\mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \dots = \mu_N$  Ortalamalar arasında fark yoktur.

$H_A$  : Ortalamalardan en az ikisi arasında anlamlı fark vardır.

%95 güven düzeyinde yani  $\alpha = 0,05$  anlamlılık ile test edilen F ve T testine göre anlamlılık sütununda bulunan değer  $p < 0,05$  ise  $H_0$  hipotezi reddedilir. Aksi halde  $p > 0,05$  ise  $H_0$  hipotezi kabul edilir. Yukarıda gösterilen analizlerin sonuçları, aşağıda tablolar ve grafikler ile gösterilerek yorumlanmıştır.

**Tablo 1.**Güvenilirlik Analizi

Ölçek	Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
Kişilik Özellikleri	0,704	44
Satın Alma Davranışları	0,897	37

Güvenilirlik analizi tablosuna göre; “Kişilik Özellikleri” ölçeği için güvenilirlik katsayısı  $\alpha = 0,704$  yani oldukça güvenilir, “Satın Alma Davranışları” ölçeği için  $\alpha = 0,897$  yani yüksek derecede güvenilir düzeyde bulunmuştur. Bu sonuçlara göre örnek hacminin analizimiz için oldukça uygun olduğu görülmektedir. Örnek rastgele dağıtılmış olup, belirlenen ölçeklerden herhangi bir soru çıkarmamıza ya da eklememize gerek duyulmamaktadır.

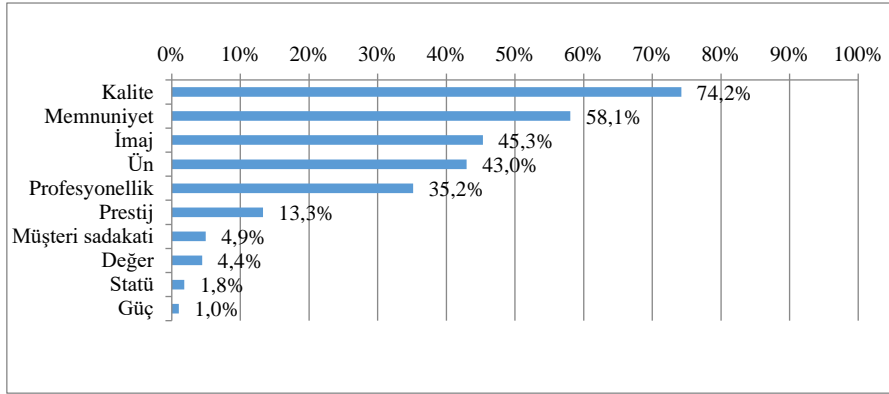
**Tablo 2.**Demografik Bilgiler Tablosu

DEMOGRAFİK DURUM		FREKANS (n)	ORAN %	TOPLAM
Cinsiyet	Kadın	384	100	384/100
Medeni Durum	Evli	114	29,7	384/100
	Bekar	270	7,3	
Yaş Dağılımı	25 Yaş Altı	163	42,4	384/100
	25-29 Arası	118	30,7	
	30-34 Arası	48	12,5	
	35-39 Arası	40	10,4	
	40 ve Üzeri	15	3,9	
Çocuk Sahibi Olma Durumu	Evet	87	22,7	384/100
	Hayır	297	77,3	
Eğitim Durumu	Lisans	304	79,1	384/100
	Lisans Üstü	80	20,9	
Çalışma Durumu	Evet	154	40,1	384/100
	Hayır	297	59,9	
Kurumdaki Pozisyon	Yönetici	17	11	154/100
	Alt Düzey Yönetici	42	27,3	
	Personel	64	41,6	
	Diğer	31	20,1	
Alışveriş Sıklığı	Her gün	12	3,1	384/100
	Genelde 1 Gün	80	20,8	
	Haftalık	85	22,1	
	Aylık	49	12,8	
	Genelde Aylık	35	9,1	
	Düzensiz	122	31,8	

Araştırmaya katılan tüketicilerin tamamı kadınlardan oluşmaktadır. Araştırmaya katılan tüketicilerin %29,7’si evli, %70,3’ü de bekarıdır. Kadın tüketicilerin yaş dağılımına bakıldığında, %42,4’ünün 25 yaş ve altında, %30,7’sinin 25-29 yaş arasında, %12,5’inin 30-34 yaş arasında, %10,4’ünün 35-39 yaş arasında ve %3,9’unun 40 yaş ve üzerinde olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin %22,7’sinin çocuğu varken %77,3’ünün çocuğu yoktur. Eğitim durumlarına bakıldığında %79,1’inin lisans, %20,9’unun lisansüstü eğitime sahip olduğu görülmektedir.

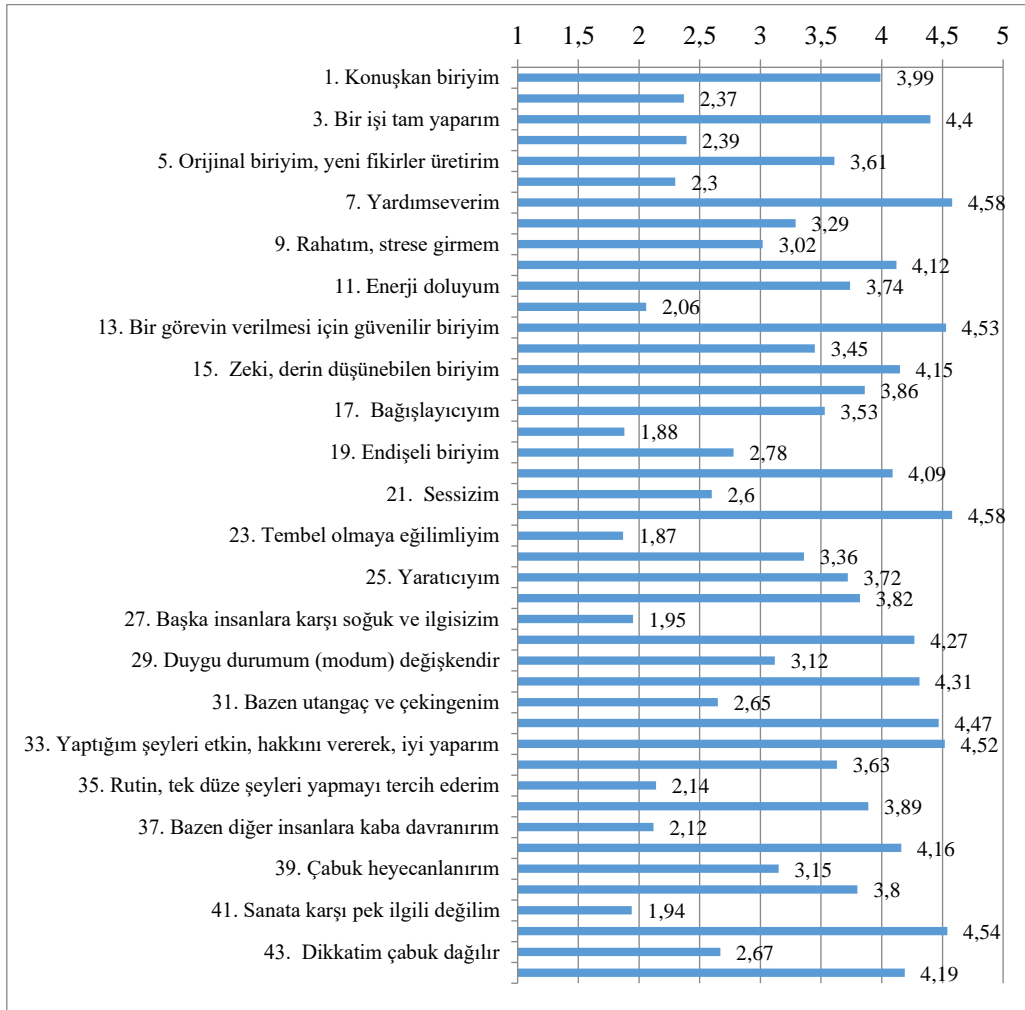
Araştırmaya katılan tüketicilerin %40,1’i herhangi bir işte çalışırken, %59,9’ı herhangi bir işte çalışmamaktadır. Herhangi bir işte çalışan kadınların %11’i yönetici olarak, %27,3’ü alt düzey yönetici olarak, %41,6’sı personel ve %20,1’i de diğer pozisyonlarda çalışmaktadır. Kadın tüketicilerin alışveriş sıklıklarına bakıldığında %0,3’ünün her gün, %3,1’inin genelde her gün, %20,8’inin haftalık, %22,1’inin genelde haftalık, %12,8’inin aylık, %9,1’inin genelde aylık ve %31,8’inin de düzensiz olarak alışveriş yaptığı görülmektedir.

Şekil 4. Markanın Çağrıştırdıkları



Kadın tüketicilerin markaların çağrıştırdıkları ile ilgili algılarına bakıldığında en fazla çağrışımın %74,2 ile kalite oluğu görülmektedir. Kaliteden sonra marka çağrışımını %58,1 ile memnuniyet, %45,3 ile imaj, %43 ile ün, %35,2 profesyonellik izlemektedir. Statü %1,8 gözükmürken en düşük %1 ile güç olmuştur. Çorum ilindeki kadın tüketicilerin marka çağrışımında kaliteyi en yüksek olarak seçmelerinde markanın önemini ve kendileri için en iyisini seçmek istediklerinin nedeni olarak söyleyebiliriz.

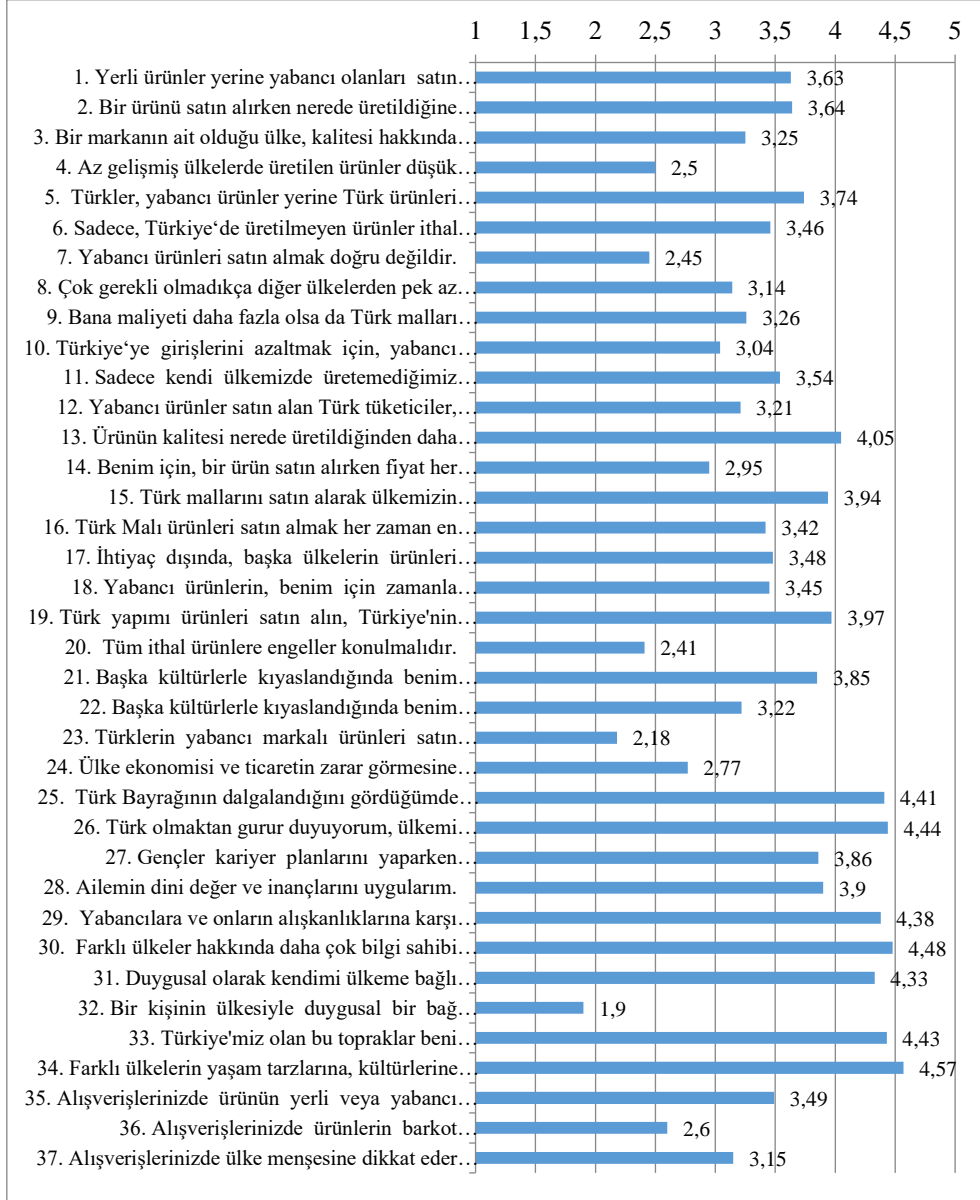
Şekil 5. Kişilik Özellikleri



Kişilik özelliklerinin belirlenebilmesi için 44 soruluk bir anket ölçeği kullanılmıştır. Anketi yanıtlayanların kişilik özelliklerine bakıldığında; yardımseverim, başka insanların güvendiği biriyim (4,58) ile en önemli kişisel özellikleri olarak belirlenmiştir. Bunları; başkaları ile yardımlaşmayı severim (4,54), bir görevin verilmesi için güvenilir biriyim (4,53), yaptığım şeyleri etkin hakkını vererek iyi yaparım diyenlerin ise (4,52) olduğu gözlemlenmiştir. Önem seviyesi düşük özellikler ise, tembel olmaya eğilimliyim (1,87) ve dağınık biriyim çok

derli toplu değilim (1,88) yanıtı olmuştur. Kişilerin çoğunluğu kendilerini sosyal ve sanatla ilgili, geniş düşünce alanları olan, iletişimleri kuvvetli, çalışkan, planlı, güvenilir, yardımsever, pozitif davranış sergileyen ve yaratıcı kişiler olarak değerlendirmiştir. Tembellik, sanata ilgisizlik, rutin tek düze şeyleri yapmayı tercih etme, insanlara kaba davranma, dağınık biri olma gibi özelliklerin ise düşük seviyelerde olduğunu gözlemlemekteyiz. Çabuk heyecanlanan, fikirlerle oynamayı seven, dışa dönük davranışlar sergileyenlerinde değerlerinin yüksek olduğunu görmekteyiz. Gergin durumlarda sakin kalabilme, duygusal olarak dengeli olma konusunda da birbirlerine yakın sonuçlara varılmıştır. Rahat olduklarını ve strese girmediklerini düşünenlerin ve çabuk heyecanlandıklarından bahsedenlerin ise cevaplarında kararsız kaldıklarını görmekteyiz.

**Şekil 6. Satın Alma Davranışları**



Satın alma davranışlarını ortaya çıkarabilmek için 37 soruluk bir anket uygulanmıştır. Anketin sonuçları değerlendirildiğinde göze çarpan birkaç bulguyu değerlendirecek olursak; 34. maddenin "Farklı ülkelerin yaşam tarzlarına, kültürlerine ve geleneklerine saygı duymalıyız" olgusuna katılımının yüksek olması bunun yanı sıra 25 ve 26. maddelerde göze çarpan milliyetçilik ve vatanseverliğin yüksek olmasına karşın satın alımı yapılan ürün ya da hizmetlerde menşei ayrımının yapılmadığını, kalitenin daha önemli bir kriter olduğunu göstermektedir ama üretimin de devam etmesinde Türk yapımı ürünlerin satın alınmasında bir hassasiyet gösterdikleri de ortadadır. Katılımcılar ithal ürünlere engel konulması ya da ülkeye girişlerinin engellenmesi konusuna katılmadıklarını söyleyebiliriz.

**Tablo 3.**Satınalma Davranışları ve Kişisel Özellikler Arasındaki İlişkiyi Gösteren Korelasyon Analizi

		Dışadönüklük	Sorumluluk	Açıklık	Geçimlilik	Duygusal Dengesizlik
Tüketici Satın Alma Tercihi	Pearson Correlation	,291(**)	,065	,215(**)	,029	,334(**)
	Sig. (2-tailed)	,000	,202	,000	,568	,000
	N	384	384	384	384	384

\*\* Aralarında anlamlı ilişki vardır 0.01 (2-tailed).

Yukarıdaki tabloda tüketicilerin kişisel özellikleri ile satın alma davranışı arasındaki ilişkinin yönünün ve derecesinin nasıl değiştiğini gösteren korelasyon analizi sonuçları bulunmaktadır.

Tüketicilerin dışadönüklük özelliği arttıkça satın alma davranışlarında da artış gözlemlenmektedir ( $r=0,291$  ve  $p<0,05$ ). Yani, dışadönüklük ile satın alma davranışı arasında aynı yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.

Kişisel özelliklerden açıklık özelliği ile satın alma davranışı arasında aynı yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır ( $r=0,215$  ve  $p<0,05$ ). Yani tüketicilerin açıklık özelliği arttıkça satın alma davranışlarında da artış gözlemlenmektedir.

Tüketicilerin duygusal dengesizlik düzeyi satın alma davranışını etkilemekte ve bu etki pozitif yöndedir ( $r=0,334$  ve  $p<0,05$ ). Yani, tüketicilerin duygusal dengesizlik düzeyi arttıkça satın alma davranışlarında da artış gözlemlenmektedir.

Sorumluluk ve geçimlilik ile satın alma davranışı arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

**Tablo 4.**Tüketici Satın Alma Davranışlarının ve Kişisel Özelliklerin Medeni Duruma Göre Farklılığını İnceleyen T Testi

	Medeni Durum	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	t	Anlamlılık (P)
Tüketici Satın Alma Tercihi	Evli	114	3,5267	,41001	1,574	0,116
	Bekar	270	3,4531	,41956		
Dışadönüklük	Evli	114	3,3567	,31390	-,146	0,884
	Bekar	270	3,3623	,35365		
Sorumluluk	Evli	114	3,4644	,29048	-2,066	0,040
	Bekar	270	3,5347	,30871		
Açıklık	Evli	114	3,6127	,32592	,081	0,935
	Bekar	270	3,6099	,29651		
Geçimlilik	Evli	114	3,2748	,28710	-3,266	0,001
	Bekar	270	3,3920	,33254		
Duygusal Dengesizlik	Evli	114	3,0972	,32588	-,540	0,590
	Bekar	270	3,1180	,35040		
N		384				

**H<sub>0</sub>** : Kadın tüketicilerin satın alma davranışları **medeni durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

**H<sub>A1</sub>** : Kadın tüketicilerin satın alma davranışları **medeni durumuna** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

**H<sub>0</sub>** : Kadın tüketicilerin kişisel özellikleri **medeni durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

**H<sub>A2</sub>** : Kadın tüketicilerin kişisel özellikleri **medeni durumuna** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

Evli kadın tüketicilerin satın alma davranış düzeyi (3,5267) bekar kadın tüketicilere göre (3,4531) biraz daha yüksek düzeydedir. Anlamlılık değerinin  $p=0,116>0,05$  olmasından dolayı aradaki fark anlamlı değildir ( $H_0$  kabul). Yani, kadın tüketicilerin satın alma davranışları **medeni durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

Bekar kadın tüketicilerin sorumluluk (3,5347) ve geçimlilik (3,3920) düzeyleri evli olanlara göre daha yüksek düzeydedir. Sorumluluk ve geçimlilik özellikleri için anlamlılık değerlerinin  $p<0,05$  olmasından dolayı bu boyutlar için  $H_0$  reddedilir. Yani, kadın tüketicilerin sorumluluk ve geçimlilik özellikleri **medeni durumuna** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

Dışadönüklük, açıklık ve duygusal dengesizlik için anlamlılık değerlerinin  $p>0,05$  olmasından dolayı bu boyutlar için  $H_0$  kabul edilir. Yani, kadın tüketicilerin dışadönüklük, açıklık ve duygusal dengesizlik özellikleri **medeni durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

**Tablo 5.**Tüketici Satın Alma Davranışlarının ve Kişisel Özelliklerin Yaşa Göre Farklılığını İnceleyen F Testi

	Yaş	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	F	Anlamlılık (P)
Tüketici Satın Alma Tercihi	25 yaş altı	163	3,4530	,41589	1,794	0,129
	25-29 arası	118	3,4408	,41296		
	30-34 arası	48	3,4685	,35416		
	35-39 arası	40	3,6351	,53759		
	40 ve üzeri	15	3,5081	,30683		
	Toplam	384	3,4723	,42048		
Dışadönüklük	25 yaş altı	163	3,3657	,35950	1,239	0,294
	25-29 arası	118	3,3411	,32957		
	30-34 arası	48	3,3307	,24393		
	35-39 arası	40	3,4482	,42414		
	40 ve üzeri	15	3,2500	,24550		
	Toplam	384	3,3578	,34232		
Sorumluluk	25 yaş altı	163	3,5618	,31869	3,668	0,006
	25-29 arası	118	3,5212	,27864		
	30-34 arası	48	3,4280	,27263		
	35-39 arası	40	3,4073	,31000		
	40 ve üzeri	15	3,4074	,39767		
	Toplam	384	3,5105	,30806		
Açıklık	25 yaş altı	163	3,6191	,28851	,929	0,447
	25-29 arası	118	3,5850	,31368		
	30-34 arası	48	3,5940	,27370		
	35-39 arası	40	3,6806	,41147		
	40 ve üzeri	15	3,5533	,12459		
	Toplam	384	3,6093	,30524		
Geçimlilik	25 yaş altı	163	3,4503	,36490	7,695	0,000
	25-29 arası	118	3,3051	,26755		
	30-34 arası	48	3,2601	,23222		
	35-39 arası	40	3,3181	,33208		
	40 ve üzeri	15	3,1259	,23332		
	Toplam	384	3,3555	,32555		
Duygusal Dengesizlik	25 yaş altı	163	3,1618	,36002	2,621	0,035
	25-29 arası	118	3,0625	,30998		
	30-34 arası	48	3,0205	,35554		
	35-39 arası	40	3,1625	,33397		
	40 ve üzeri	15	3,0917	,26502		
	Toplam	384	3,1110	,34170		

**H<sub>0</sub>** : Kadın tüketicilerin satın alma davranışları **yaşa** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

**H<sub>A3</sub>** : Kadın tüketicilerin satın alma davranışları **yaşa** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

**H<sub>0</sub>** : Kadın tüketicilerin kişisel özellikleri **yaşa** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

**H<sub>A4</sub>** : Kadın tüketicilerin kişisel özellikleri **yaşa** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

35-39 yaş arası tüketicilerin satın alma davranış düzeyi (3,6351) diğer tüketicilere göre daha yüksek, 25-29 yaş arası tüketicilerin ise (3,4408) diğer tüketicilere göre daha düşük düzeydedir. Anlamlılık değerinin  $p=0,129>0,05$  olmasından dolayı aradaki fark anlamlı değildir. Yani, kadın tüketicilerin satın alma davranışları **yaşa** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

Kadın tüketicilerin sorumluluk, geçimlilik ve duygusal dengesizlik düzeylerinin yaşa göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini bulmak amacıyla yapılan F testine göre anlamlılık değerlerinin  $p<0,05$  olmasından dolayı bu boyutlar için  $H_0$  hipotezi reddedilir. Yani, kadın tüketicilerin sorumluluk, geçimlilik ve duygusal dengesizlik **yaşa** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

Kadın tüketicilerin dışa dönüklük ve açıklık özellikleri anlamlılık değerlerinin  $p>0,05$  olmasından dolayı yaşlarına göre anlamlı farklılık göstermemektedir ( $H_0$  kabul). Kadınların yaş aldıkça sorumluluk, geçimlilik ve duygusal dengesizliklerini etkilediğini görmekteyiz.

**Tablo 6.**Tüketici Satın Alma Davranışlarının ve Kişisel Özelliklerin Çocuk Durumuna Göre Farklılığını İnceleyen T Testi

	Çocuk Durumu	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	t	Anlamlılık (P)
Tüketici Satın Alma Tercihi	Evet çocuğum var	87	3,5197	,43938	1,196	0,232
	Hayır çocuğum yok	297	3,4584	,41452		
Dışadönüklük	Evet çocuğum var	87	3,3793	,34809	0,665	0,507
	Hayır çocuğum yok	297	3,3516	,34095		
Sorumluluk	Evet çocuğum var	87	3,4298	,30014	-2,803	0,005
	Hayır çocuğum yok	297	3,5341	,30683		
Açıklık	Evet çocuğum var	87	3,6096	,31415	0,009	0,993
	Hayır çocuğum yok	297	3,6092	,30312		
Geçimlilik	Evet çocuğum var	87	3,2599	,30479	-3,150	0,002
	Hayır çocuğum yok	297	3,3835	,32661		
Duygusal Dengesizlik	Evet çocuğum var	87	3,0716	,31001	-1,221	0,223
	Hayır çocuğum yok	297	3,1225	,35009		

**H<sub>0</sub>** : Kadın tüketicilerin satın alma davranışları **çocuk sahibi olma durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

**H<sub>A5</sub>** : Kadın tüketicilerin satın alma davranışları **çocuk sahibi olma durumuna** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

**H<sub>0</sub>** : Kadın tüketicilerin kişisel özellikleri **çocuk sahibi olma durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

**H<sub>A6</sub>** : Kadın tüketicilerin kişisel özellikleri **çocuk sahibi olma durumuna** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

Çocuğu olan kadın tüketicilerin satın alma davranış düzeyi (3,5197) çocuğu olmayan kadınlara göre (3,4584) daha yüksek düzeydedir. Anlamlılık değerinin  $p=0,232>0,05$  olmasından dolayı aradaki fark anlamlı değildir (H<sub>0</sub> kabul). Yani, kadın tüketicilerin satın alma davranışları **çocuk sahibi olma durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

Çocuğu olmayan kadın tüketicilerin sorumluluk (3,5341) ve geçimlilik (3,3835) düzeyleri çocuğu olan kadınlara göre daha yüksek düzeydedir. Anlamlılık değerlerinin  $p<0,05$  olmasından dolayı bu iki boyut için H<sub>0</sub> hipotezi reddedilir. Yani, kadın tüketicilerin sorumluluk ve geçimlilik özellikleri **çocuk sahibi olma durumuna** göre anlamlı farklılık **gösterir**. Çocuğu olan kadın tüketicilerin sorumluluklarının artmış olması kendilerine bağımlı olduklarını düşündükleri çocukları üzerlerindeki hakimiyetlerinin bir sonucu olarak gelişmiştir.

Kadın tüketicilerin dışadönüklük, açıklık ve duygusal dengesizlik düzeylerinin çocuk durumuna göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla yapılan t testi sonucuna göre anlamlılık değerlerinin  $p>0,05$  olmasından dolayı bu boyutlar için H<sub>0</sub> hipotezi kabul edilir. Yani, kadın tüketicilerin dışadönüklük, açıklık ve duygusal dengesizlik özellikleri **çocuk sahibi olma durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

**Tablo 7.**Tüketici Satın Alma Davranışlarının ve Kişisel Özelliklerin Eğitim Durumuna Göre Farklılığını İnceleyen T Testi

	Eğitim Durumu	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	t	Anlamlılık (P)
Tüketici Satın Alma Tercihi	Lisans	304	3,4603	,42836	-1,164	0,245
	Lisansüstü	80	3,5220	,39271		
Dışadönüklük	Lisans	304	3,3588	,33953	,261	0,794
	Lisansüstü	80	3,3475	,35630		
Sorumluluk	Lisans	304	3,5254	,30211	1,951	0,052
	Lisansüstü	80	3,4500	,32737		
Açıklık	Lisans	304	3,6121	,31266	,400	0,689
	Lisansüstü	80	3,5967	,28078		
Geçimlilik	Lisans	304	3,3753	,33924	2,379	0,018
	Lisansüstü	80	3,2783	,25998		
Duygusal Dengesizlik	Lisans	304	3,0997	,34662	-1,026	0,305
	Lisansüstü	80	3,1438	,32076		

**H<sub>0</sub>** : Kadın tüketicilerin satın alma davranışları **eğitim durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

**H<sub>A7</sub>** : Kadın tüketicilerin satın alma davranışları **eğitim durumuna** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

**H<sub>0</sub>** : Kadın tüketicilerin kişisel özellikleri **eğitim durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

**H<sub>A8</sub>** : Kadın tüketicilerin kişisel özellikleri **eğitim durumuna** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

Lisansüstü eğitimine sahip tüketicilerin satın alma davranış düzeyi (3,5220) lisans eğitimine sahip tüketicilere göre (3,4603) daha yüksek düzeydedir. Anlamlılık değerinin  $p=0,245>0,05$  olmasından dolayı aradaki fark anlamlı değildir ( $H_0$  kabul). Yani, kadın tüketicilerin satın alma davranışları **eğitim durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

Lisans eğitimine sahip kadın tüketicilerin geçimlilik düzeyi (3,3753) lisansüstü eğitimine sahip tüketicilerden (3,2783) daha yüksek düzeydedir. Anlamlılık değerinin  $p=0,018<0,05$  olmasından dolayı geçimlilik için  $H_0$  hipotezi reddedilir. Yani, kadın tüketicilerin geçimlilik özellikleri **eğitim durumuna** göre anlamlı farklılık **gösterir**. Eğitimle beraber kendi iç dünyalarını daha çok geliştirme şansı yakalayan kadınların geçimlilik özellikleri de bu oranda iyileşme göstermektedir.

Dışadönüklük, sorumluluk, açıklık ve duygusal dengesizlik düzeylerinin eğitim durumuna göre farklılığını incelemek amacıyla yapılan F testi sonucuna göre anlamlılık değerlerinin  $p>0,05$  olmasından dolayı bu boyutlar için  $H_0$  hipotezi kabul edilir. Yani, kadın tüketicilerin dışadönüklük, sorumluluk, açıklık ve duygusal dengesizlik özellikleri **eğitim durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

**Tablo 8.** Tüketici Satın Alma Davranışlarının ve Kişisel Özelliklerin Çalışma Durumuna Göre Farklılığını İnceleyen T Testi

	Çalışma Durumu	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	t	Anlamlılık (P)
Tüketici Satın Alma Tercih	Evet	154	3,5542	,44031	3,033	,003
	Hayır	230	3,4211	,40299		
Dışadönüklük	Evet	154	3,4076	,34708	2,627	,009
	Hayır	230	3,3157	,32426		
Sorumluluk	Evet	154	3,4763	,32675	-1,769	,078
	Hayır	230	3,5336	,29603		
Açıklık	Evet	154	3,6276	,32751	,950	,343
	Hayır	230	3,5970	,29281		
Geçimlilik	Evet	154	3,3104	,30723	-2,413	,016
	Hayır	230	3,3921	,33252		
Duygusal Dengesizlik	Evet	154	3,1092	,36320	-,181	,856
	Hayır	230	3,1157	,33017		

**H<sub>0</sub>** : Kadın tüketicilerin satın alma davranışları **çalışma durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

**H<sub>A9</sub>** : Kadın tüketicilerin satın alma davranışları **çalışma durumuna** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

**H<sub>0</sub>** : Kadın tüketicilerin kişisel özellikleri **çalışma durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

**H<sub>A10</sub>** : Kadın tüketicilerin kişisel özellikleri **çalışma durumuna** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

Herhangi bir işte çalışan kadın tüketicilerin satın alma davranış düzeyi (3,5542) çalışmayan kadınlara göre (3,4211) daha yüksek düzeydedir. Anlamlılık değerinin  $p=0,003<0,05$  olmasından dolayı  $H_0$  hipotezi reddedilir. Yani, kadın tüketicilerin satın alma davranışları **çalışma durumuna** göre anlamlı farklılık **gösterir**. Çalışma durumu kadınların ekonomik güçlerini ellerine almasıyla gelişmiş ve şekillenmiştir.

Herhangi bir işte çalışan kadın tüketicilerin dışadönüklük özelliği (3,4076) çalışmayan kadınlara göre, herhangi bir işte çalışmayan kadınların da geçimlilik özelliği (3,3921) çalışan kadınlara göre daha yüksek düzeydedir. Anlamlılık değerlerinin  $p<0,05$  olmasının dolayı dışadönüklük ve geçimlilik için  $H_0$  hipotezleri reddedilir. Yani, kadın tüketicilerin dışadönüklük ve geçimlilik özellikleri **çalışma durumuna** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

Sorumluluk, açıklık ve duygusal dengesizlik düzeylerinin çalışma durumuna göre farklılığını incelemek amacıyla yapılan F testi sonucuna göre anlamlılık değerlerinin  $p>0,05$  olmasından dolayı bu boyutlar için  $H_0$  hipotezi kabul edilir. Yani, kadın tüketicilerin sorumluluk, açıklık ve duygusal dengesizlik özellikleri **çalışma durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez**.



**Tablo 9.**Tüketici Satın Alma Davranışlarının ve Kişisel Özelliklerin Kurumdaki Pozisyona Göre Farklılığını İnceleyen F Testi

	Pozisyon	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	F	Anlamlılık (P)
Tüketici Satın Alma Tercihi	Yönetici	17	3,3529	,42298	2,007	0,115
	Alt Düzey Yönetici	42	3,5084	,30020		
	Personel	64	3,6255	,52147		
	Diğer	31	3,5266	,36172		
	Toplam	154	3,5436	,43328		
Dışadönüklük	Yönetici	17	3,5105	,17047	,800	0,496
	Alt Düzey Yönetici	42	3,3720	,23505		
	Personel	64	3,4395	,43301		
	Diğer	31	3,3790	,40245		
	Toplam	154	3,4167	,35894		
Sorumluluk	Yönetici	17	3,5229	,32099	1,034	0,379
	Alt Düzey Yönetici	42	3,4110	,39115		
	Personel	64	3,5178	,27512		
	Diğer	31	3,4682	,32147		
	Toplam	154	3,4793	,32456		
Açıklık	Yönetici	17	3,7869	,37729	2,268	0,083
	Alt Düzey Yönetici	42	3,5913	,28957		
	Personel	64	3,6446	,36020		
	Diğer	31	3,5484	,22638		
	Toplam	154	3,6264	,32466		
Geçimlilik	Yönetici	17	3,2639	,28934	1,312	0,273
	Alt Düzey Yönetici	42	3,3029	,30846		
	Personel	64	3,3542	,29555		
	Diğer	31	3,2258	,34958		
	Toplam	154	3,3044	,31089		
Duyusal Dengesizlik	Yönetici	17	3,0935	,34335	1,327	0,268
	Alt Düzey Yönetici	42	3,0897	,37988		
	Personel	64	3,1582	,33277		
	Diğer	31	3,0040	,37981		
	Toplam	154	3,1013	,35805		

**H<sub>0</sub>** : Kadın tüketicilerin satın alma davranışları **kurumdaki pozisyona** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

**H<sub>A11</sub>** : Kadın tüketicilerin satın alma davranışları **kurumdaki pozisyona** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

**H<sub>0</sub>** : Kadın tüketicilerin kişisel özellikleri **kurumdaki pozisyona** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

**H<sub>A12</sub>** : Kadın tüketicilerin kişisel özellikleri **kurumdaki pozisyona** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

Çalıştığı kurumda personel pozisyonunda çalışan kadın tüketicilerin satın alma davranış düzeyi (3,6255) diğer pozisyonda çalışanlara göre daha yüksek düzeydedir. Fakat anlamlılık değerinin  $p > 0,05$  olmasından dolayı aradaki fark anlamlı değildir ( $H_0$  kabul). Yani, kadın tüketicilerin satın alma davranışları **kurumdaki pozisyona** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

Tüm kişisel özellikleri için anlamlılık değerlerinin  $p > 0,05$  olmasından dolayı tüm kişisel özellikler için  $H_0$  kabul edilir. Yani, kadın tüketicilerin kişisel özellikleri **kurumdaki pozisyona** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

**Tablo 10.**Tüketici Satın Alma Davranışlarının ve Kişisel Özelliklerin Alışveriş Sıklığına Göre Farklılığını İnceleyen F Testi

	Alışveriş Sıklığı	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	F	Anlamlılık (P)
Tüketici Satın Alma Tercihi	Genelde her gün	13	3,2995	,58417	,918	0,469
	Haftalık	80	3,4248	,39699		
	Genelde haftalık	85	3,5170	,38977		
	Aylık	49	3,4479	,46342		
	Genelde aylık	35	3,4718	,39376		

	Düzensiz	122	3,4972	,42920		
	Toplam	384	3,4716	,42082		
Dışadönüklük	Genelde her gün	13	3,4688	,32910		
	Haftalık	80	3,3319	,33168		
	Genelde haftalık	85	3,3588	,32891		
	Aylık	49	3,4031	,27748	1,248	0,286
	Genelde aylık	35	3,4357	,41610		
	Düzensiz	122	3,3165	,35229		
	Toplam	384	3,3558	,34051		
Sorumluluk	Genelde her gün	13	3,6389	,24675		
	Haftalık	80	3,4708	,32849		
	Genelde haftalık	85	3,4832	,25378		
	Aylık	49	3,5760	,33901	1,549	0,174
	Genelde aylık	35	3,5683	,23458		
	Düzensiz	122	3,4986	,33525		
	Toplam	384	3,5100	,30836		
Açıklık	Genelde her gün	13	3,6500	,21106		
	Haftalık	80	3,5597	,23605		
	Genelde haftalık	85	3,6124	,34724		
	Aylık	49	3,6778	,30610	,975	0,433
	Genelde aylık	35	3,6200	,30946		
	Düzensiz	122	3,6036	,32038		
	Toplam	384	3,6088	,30548		
Geçimlilik	Genelde her gün	13	3,5370	,24542		
	Haftalık	80	3,4047	,33313		
	Genelde haftalık	85	3,3538	,31544		
	Aylık	49	3,4592	,32285	4,054	0,001
	Genelde aylık	35	3,2381	,26833		
	Düzensiz	122	3,2942	,32791		
	Toplam	384	3,3541	,32483		
Duygusal Dengesizlik	Genelde her gün	13	3,0521	,25259		
	Haftalık	80	3,1230	,28364		
	Genelde haftalık	85	3,1340	,31327		
	Aylık	49	3,1684	,36936	,818	0,537
	Genelde aylık	35	3,0536	,35132		
	Düzensiz	122	3,0820	,38495		
	Toplam	384	3,1096	,34113		

**H<sub>0</sub>** : Kadın tüketicilerin satın alma davranışları **alışveriş sıklığına** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

**H<sub>A13</sub>** : Kadın tüketicilerin satın alma davranışları **alışveriş sıklığına** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

**H<sub>0</sub>** : Kadın tüketicilerin kişisel özellikleri **alışveriş sıklığına** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

**H<sub>A14</sub>** : Kadın tüketicilerin kişisel özellikleri **alışveriş sıklığına** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

Genelde haftalık alışveriş yapan kadın tüketicilerin satın alma davranış düzeyi (3,5170) diğer tüketicilere göre biraz daha yüksektir. Aradaki fark anlamlılık değerinin  $p=0,469>0,05$  olmasından dolayı anlamlı değildir. Yani, kadın tüketicilerin satın alma davranışları **alışveriş sıklığına** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

Genelde her gün alışveriş yapan kadınların geçimlilik özelliği (3,5370) diğer kadınlardan daha yüksek düzeydedir. Genelde aylık alışveriş yapan kadınlarda ise geçimlilik özelliği (3,2381) diğer kadınlara göre daha düşük seviyededir. Anlamlılık değerinin  $p=0,001<0,05$  olması nedeniyle geçimlilik için H<sub>0</sub> hipotezi reddedilir. Yani, kadın tüketicilerin geçimlilik özellikleri **alışveriş sıklığına** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

Dışadönüklük, sorumluluk, açıklık ve duygusal dengesizlik düzeyi anlamlılık değerlerinin  $p>0,05$  olmasından dolayı H<sub>0</sub> hipotezi bu boyutlar için kabul edilir. Yani, kadın tüketicilerin dışadönüklük, sorumluluk, açıklık ve duygusal dengesizlik özellikleri **alışveriş sıklığına** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

## 6. Sonuç ve Değerlendirme

Kadınların, son yıllarda eğitim seviyelerinin artması ile ekonomik anlamda daha bağımsız hale gelmeleri; ürün, hizmet ve markalara karşı pozitif veya negatif tutumlar geliştirmesine sebebiyet vermiştir. Bireysel dilek, talep ve gereksinimlerini karşılamak adına ürün ve hizmet satın alan ya da satın alım gücünü elinde bulunduran kadınlar, ürün, hizmet ve markalara karşı edindikleri pozitif veya negatif tutumlar ile hareket etmektedirler.

Bu çalışmada üniversite eğitimi alan kadın tüketicilerin satın alma davranışları üzerindeki etkileri, Çorum ili bazında değerlendirmeye çalışılmıştır. Bu sebeple kütle basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmış olup 384 üniversite eğitimi alan kadın belirlenerek nicel araştırma yöntemlerinden biri olan anket yöntemi kullanılarak desteklenmiştir. Anket sonucunda elde edilen veriler SPSS 21.0 veri analiz programı kullanılarak gerekli olan test ve analiz metotları sonucunda bulunmuştur.

Lisansüstü eğitimine sahip tüketicilerin satın alma davranış düzeyi lisans eğitimine sahip tüketicilere göre daha yüksek düzeydedir. Kadın tüketicilerin satın alma davranışları eğitim durumuna göre anlamlı farklılık göstermemektedir. Lisans eğitimine sahip kadın tüketicilerin geçimlilik düzeyi lisansüstü eğitimine sahip tüketicilerden daha yüksek düzeydedir. Kadın tüketicilerin geçimlilik özellikleri eğitim durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir. Kadın tüketicilerin dışadönüklük, sorumluluk, açıklık ve duygusal dengesizlik özellikleri eğitim durumuna göre anlamlı farklılık göstermemektedir. Benzer çalışmalarda ise kadın tüketicilerin satın alma davranışları eğitim seviyelerine göre bakıldığında, satın alım gerçekleşirken reklam ve öncesinde yapmış oldukları alışverişlerindeki bilgiler doğrultusunda hareket ettikleri gözlemlenmiştir. (Akyüz, 2006: 86)

Herhangi bir işte çalışan kadın tüketicilerin satın alma davranış düzeyi çalışmayan kadınlara göre daha yüksek düzeydedir. Kadın tüketicilerin satın alma davranışları çalışma durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir. Herhangi bir işte çalışan kadın tüketicilerin dışadönüklük özelliği çalışmayan kadınlara göre, herhangi bir işte çalışmayan kadınların da geçimlilik özelliği çalışan kadınlara göre daha yüksek düzeydedir. Kadın tüketicilerin dışadönüklük ve geçimlilik özellikleri çalışma durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir

Kadın tüketicilerin sorumluluk, açıklık ve duygusal dengesizlik özellikleri çalışma durumuna göre anlamlı farklılık göstermemektedir. Çalıştığı kurumda personel pozisyonunda çalışan kadın tüketicilerin satın alma davranış düzeyi diğer pozisyonda çalışanlara göre daha yüksek düzeydedir. Kadın tüketicilerin satın alma davranışları kurumdaki pozisyona göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

Evli kadın tüketicilerin satın alma davranış düzeyi bekar kadın tüketicilere göre biraz daha yüksek düzeydedir. Bu doğrultuda kadın tüketicilerin satın alma davranışları medeni durumuna göre anlamlı farklılık göstermemektedir. Bekar kadın tüketicilerin sorumluluk ve geçimlilik düzeyleri evli olanlara göre daha yüksek düzeydedir. Sonuç olarak kadın tüketicilerin sorumluluk ve geçimlilik özellikleri medeni durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Kadın tüketicilerin dışadönüklük, açıklık ve duygusal dengesizlik özellikleri medeni durumuna göre anlamlı farklılık göstermemektedir. 35-39 yaş arası tüketicilerin satın alma davranış düzeyi diğer tüketicilere göre daha yüksek, 25-29 yaş arası tüketicilerin ise diğer tüketicilere göre daha düşük düzeydedir. Kadın tüketicilerin satın alma davranışları yaşa göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

Kadın tüketicilerin sorumluluk, geçimlilik ve duygusal dengesizlik yaşa göre anlamlı farklılık göstermektedir. Kadın tüketicilerin dışa dönüklük ve açıklık özellikleri yaşlarına göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

Çocuğu olan kadın tüketicilerin satın alma davranış düzeyi çocuğu olmayan kadınlara göre daha yüksek düzeydedir. Kadın tüketicilerin satın alma davranışları çocuk sahibi olma durumuna göre anlamlı farklılık göstermemektedir. Çocuğu olmayan kadın tüketicilerin sorumluluk ve geçimlilik düzeyleri çocuğu olan kadınlara göre daha yüksek düzeydedir. Kadın tüketicilerin sorumluluk ve geçimlilik özellikleri çocuk sahibi olma durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir. Kadın tüketicilerin dışadönüklük, açıklık ve duygusal dengesizlik özellikleri çocuk sahibi olma durumuna göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

Kadın tüketiciler ortaya çıkan ihtiyaç doğrultusunda ihtiyacı karşılayacak seçenekler belirlenmekte ve bu seçenekler değerlendirilmekte; aniden gelişen ihtiyaçlar ve ekonomik anlamda da riskli olmayan satın alımlar hemen gerçekleşirken, risk faktörü yüksek büyük satın alımlarda karar alma kaynaklarını en etkin şekilde kullanmak istemektedirler. Değerlendirme sonucunda ise satın alma veya satın almama kararı verilmektedir. Eğer karar olumluysa satın alım gerçekleşmekte; satın alım sonucunda ise ürünün kullanımı ve kullanım süreçlerinde tatmin veya tatminsizlik ile sonuçlanmaktadır.

İşletmeler tarafından kadın tüketicilere ve onların satın alma davranışlarına bakacak olursak pazarlama çalışmalarının belirlenmesinde kitle olarak hitap edilecek kadınların özelliklerinin araştırılması ve araştırma sonuçlarına göre stratejiler belirlenmesi önem kazanmaktadır. Çünkü kadın tüketicilerin hormonal farklılıklarından beyin yapısı ve işlevine, önem verdiği noktalara, ayrıntı, kritik yapma ve farklı yeteneklere sahip olmasına kadar bir çok etken kadınların pazarlama konusunda ki tepkilerinin birbirinden farklı olmasına neden olmaktadır. Böylece kadın tüketicilerde satın alma davranışlarının belirlenmeye çalışılması ve pazarlama stratejilerinin belirlenmesi; ürün veya hizmetin pazara hangi imajla çıktığından başlayarak satın alma gerçekleşene kadar birçok süreçte önem kazanmaktadır.

Lisansüstü eğitimine sahip tüketicilerin satın alma davranış düzeyi lisans eğitimine sahip tüketicilere göre daha yüksek düzeyde olmasına rağmen eğitim durumuna göre anlamlı farklılık göstermemektedir. Eğitimin satın alma davranışları üzerindeki etkisinin anlamlı olmaması şaşırtıcıdır. Yapılan birçok çalışmada eğitim seviyesinin artması ile kadınların satın alma davranışlarında anlamlı farklılıklar olduğu ortaya çıkmıştır. Ankete katılan kadınların çoğunluğunun çalışmıyor olması, ekonomik zayıflık hissine kapıldıklarına ve bu anlamda çekingen bir yapıya sahip olduklarına işaret etmektedir. Çünkü herhangi bir işte çalışan kadın tüketicilerin satın alma davranış düzeyi çalışmayan kadınlara göre daha yüksek düzeydedir ve çalışma durumuna göre anlamlı farklılık

göstermektedir. Çorum'da son yıllarda kadınların eğitim seviyeleri artmış olmasına rağmen piyasada ki dalgalanmalar ve işsizlik sebebiyle istihdam edilememiş olmaları, aile bireylerine ya da eşlerine bağımlı oldukları gerçeğini ortaya çıkarmıştır. Ayrıca çalışan kadın tüketicilerin dışadönüklük özelliği çalışmayan kadınlara göre daha yüksek düzeyde olup bu özellikler çalışma durumuna göre anlamlı farklılık göstermesi, ekonomik bağımsızlığını eline almış kadınların daha çok söz sahibi olduğu, satın alımlarda bağımsız hareket ettiği ve daha fazla eleştirel bir yapıya sahip olduğu sonucuna göstermektedir.

Buradan özetle, okul öncesinden başlayarak eğitimin tüm kademelerinde tüketicilerin satın alma konusunda bilinçlendirileceği dersler müfredata eklenebilir. Sahip olunan tüm seviyelerdeki bütçeler için satın alımlarda nelere dikkat edilmeli, satın alma öncelikleri nasıl belirlenmeli ve nasıl bir tutum sergilenmeli konusunda eğitimler verilebilir. Belediye ya da Halk Eğitim Merkezleri tarafından kadınlara özgü satın alma davranışlarını geliştirebilecek kurs programları düzenlenebilir. Üniversitelerde kadınların satın alma davranışlarının nelerden etkilendiği, bu davranışlarının seyirlerini nelerin değiştirdiği hakkında sempozyumlar yapılabilir. Araştırmaya üniversite eğitimi alan erkek tüketiciler de dahil edilip erkek tüketicilerin satın alma davranışlarında eğitimin etkisine bakılabilir ve kadın tüketicilerle aralarında bir kıyaslama yapılarak çalışma geliştirilebilir.

## Kaynakça

- Akgün, V. O. (2010). Modern Alışveriş Merkezlerinin Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi ve Konya İlinde Bir Uygulama. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12(19), 153-163.
- Aktaş, E. (2018). *Abraham Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramına Göre Günümüzde Kadına Yönelik Tüketim Analizi*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Akyüz, N. (2006). *Farklı Eğitim Düzeyindeki Kadın Tüketicilerin Giyim Eşyası Satın Alma Davranışları*, (Yüksek Lisans Tezi), Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü
- Arslan, Z. (2014). *Kadınların Tutum ve Davranışları: E-Ticaret*, (Yüksek Lisans Tezi), Van: Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Babaoğul, M. ve Altyok, N. (2010). *Türkiye'de ve AB Ülkelerinde Tüketici Eğitimi*, Hacettepe Üniversitesi, Tüketici Araştırma Test ve Eğitim Merkezi, II. Basım, Ankara
- Babaoğul, M. ve Bener, Ö. (2010). *Yeni Teknolojiler ve Tüketici Etkileşimi*, Hacettepe Üniversitesi, Tüketici Araştırma Test ve Eğitim Merkezi, II. Basım, Ankara
- Barletta, M. (2003) Marketing to Women : How to Understand, Reach and Increase Your Share of the World's Largest Market Segment. *Dearborn Trade Publishing*. Chicago.
- Bartos, R (1989). Marketing to Women Around The World. *Harvard Business Scholl Press*. Boston.
- Brunel, F.F., Nelson M.R. (2003). Message ORDER Effects and Gender Differences in Advertising Persuasion, *Journal of Advertising Research* , 330-341.
- Boylu, A. A. (2010). *Görme Engelli Tüketiciler: Satın Almada Yaşadıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri*, Hacettepe Üniversitesi, Tüketici Araştırma Test ve Eğitim Merkezi, II. Basım, Ankara
- Cansız, E. (2007). *Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi*, (Yüksek Lisans Tezi), Isparta: T.C. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı
- Çoşgun, M. (2012). "Popüler Kültür ve Tüketim Toplumu". *Batman Üniversitesi, Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1(1), 837-850.
- Demir, Z. (2016). *Tüketici Davranışlarında Algı Yönetiminin Rolü: Ünlü Algısının Tüketici Davranışlarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dölarıslan, E. Ş. (2012). "Seçim Seti Teorisi Çerçevesinde Tüketici Satın Alma Karar Süreci". *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7(1), 7-37.
- Duman, T. (2003). "Tüketici Memnuniyet, ve Tüketici Değer Algısı". *Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 45-56.
- Dursun, İ, Alnıaçık., Ü. ve Kabadaı, E. T. (2013). "Tüketici Karar Verme Tarzları Ölçeği: Yapısı Ve Boyutları". *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9(19), 293-304.
- Ercan, İ. ve Kan, İ. (2004). "Ölçeklerde Güvenirlik ve Geçerlik". *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30(3), 211-216.
- Gray J. (2001). *Erkekler Mars'tan, Kadınlar Venüs'ten*. Çev. Gülden Şen 7. Basım, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul
- Güldoğan, N. E. (2009). *Farklı Sosyo-Ekonomik Düzeydeki Kadın Tüketicilerin Reklam Mesajlarına Karşı Tutumlarının İncelenmesi: Eskişehir İli Uygulaması*, (Doktora Tezi), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Güven: (2010). *Sürdürülebilir Kalkınma Açısından Aile, Tüketim ve Çevre*, Hacettepe Üniversitesi, Tüketici Araştırma Test ve Eğitim Merkezi, II. Basım, Ankara
- Hamşioğlu, A. B. (2013). "Tüketicilerin Yaşam Tarzlarını Belirlemeye Yönelik Bir Uygulama", *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 6(11), 17-34.
- Harmancıoğlu, N. ve Demirel: (2011). "Tüketicilerin Ürün İnovasyonlarını Değerlendirme Süreçleri: Tipoloji ve Önermeler". *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 29-64.
- Hayta, A. B. (2008). "Turizm Pazarlamasında Tüketici Satın Alma Süreci Ve Karşılaşılan Sorunlar", *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 1(16), 31-48.

- Hekimci, F. (2010). *Ekonominin Yükselen Değerleri; Etik Tüketici ve Etik Ticaret*, Hacettepe Üniversitesi, Tüketici Araştırma Test ve Eğitim Merkezi, II. Basım, Ankara
- Interep Research, (2003). *Marketing On Venus&Mars-Is The Gender Gap Over? The Differences Between The Sexes In 21.st Century America*. <http://site.interep.com/apps/research/resweb.nsf>, 12, (Ekim 2016)
- Kabadayı, E. T. ve Alan, A. K. (2014). “Deneyimsel Pazarlama: Pazarlamadaki Artan Önemi”. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 203-217.
- Kamanlıoğlu, E. B. ve Göztaş, A. (2010). “Yöndeş Teknolojiler: Bireyler, İhtiyaçları ve Çelişkiler”, Hacettepe Üniversitesi, Tüketici Araştırma Test ve Eğitim Merkezi, II. Basım, Ankara
- Kanner, B. (2003). *Pocketbook Power*, Çev. Füsün Kamışoğlu, Kadınlar Ne İster?. Kapital Medya Hizmetleri A.Ş. İstanbul (34).
- Karabiber, C. A. ve Hazer, O. (2010). *Tüketicilerin Bilgi Kaynağı Olarak Gıda Ürünlerindeki Etiket Okuma ve Anlamada Karşılaştıkları Sorunların İncelenmesi*, Hacettepe Üniversitesi, Tüketici Araştırma Test ve Eğitim Merkezi, II. Basım, Ankara
- Karabulut: (2001). *Televizyon Reklamlarının Kadın Tüketiciler Üzerindeki Etkisi (Çamaşır Deterjanı Reklamları Üzerine Bir Araştırma*, (Yüksek Lisans Tezi), Ankara: Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Karakaya, E. ve İnci, H. (2014). “Bingöl İli Merkez İlçesi Hane Halkının Kanatlı Eti Tüketim Tercihleri”. *U. Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi*, 28(1), 53-64
- Karamustafa, K. ve Erbaş, E. (2011). “Satın Alma Karar Sürecinde Algılanan Risk: Paket Turlara Yönelik Bir Araştırma”. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 103-140.
- Kılıçarslan, C. (2010). *Tüketiciler Açısından Serbest Zaman Faaliyetleri ve Alışveriş Merkezleri*, Hacettepe Üniversitesi, Tüketici Araştırma Test ve Eğitim Merkezi, II. Basım, Ankara
- Kişioğlu, N. (2004). *Tüketici Davranışlarında Cinsiyet Faktörü (Cep Telefonu Seçimi Üzerine Bir Araştırma)*, (Yüksek Lisans Tezi), Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Lembet, Z. (2010). *Lüks Tüketim ve Lüks Markalar*, Hacettepe Üniversitesi, Tüketici Araştırma Test ve Eğitim Merkezi, II. Basım, Ankara
- Levit, M. (2005). *Marketing According to Gender*, <http://www.partnerslevit.com/one/onea//oneb/onec/oned/onej.html>, (Ekim 2016).
- Mitchell, VW. ve Walsh, G. (2004). Gender Differences in German Consumer Decision -Making Styles, *Journal of Consumer Behaviour* 3(4), 331-333.
- Odabaşı, Y. (2010). *Küresel Kriz Ortamında Tüketici Davranışları*, Hacettepe Üniversitesi, Tüketici Araştırma Test ve Eğitim Merkezi, II. Basım, Ankara
- Onay, A. (2012). “Reklamlara Yönelik Tutumlar: Nitel Bir Araştırma”. *Gümüşhane Üniversitesi, İletişim Fakültesi Dergisi*, 1(4), 51-66.
- Oral, ve Yetim, A. Ç., (2013). “Deneyimsel Değer, Tüketici Tatmini Ve Tüketici Sadakati Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”. *Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(3), 469-497.
- Özaydınlık, K. (2014). Toplumsal Cinsiyet Temelinde Türkiye’de Kadın ve Eğitim, *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, (33) 93-112.
- Özdemir, E. (2005). *Kadın Tüketicilere Yönelik Pazarlama Stratejileri ve Bursa İlinde bir Uygulama*, (Doktora Tezi), Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özgören, F. (2013). *Deneyimsel Markalama*, İstanbul Journal of Social Sciences, 3(1), 1-20.
- Özgül, E. (2011). “Tüketicilerin Sosyo-Demografik Özelliklerinin Hedonik Tüketim ve Gönüllü Sade Yaşam Tarzları Açısından Değerlendirilmesi”, *Ege Akademik Bakış*, 11(1), 25-38.
- Öztop, H. (2010). *Yaşlılık Dönemi ve Tüketim*, Hacettepe Üniversitesi, Tüketici Araştırma Test ve Eğitim Merkezi, II. Basım, Ankara
- Özyurt, H. K. (2016). *Kadınların E-Ticaret Sistemlerini Kullanma Eğilimleri ve Gaziantep İlinde Bir Uygulama*, (Yüksek Lisans Tezi), Gaziantep: Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

- Pınar, M. (2018). *Sosyal Ağlar Üzerinden Yapılan Ticarete Tüketici Satın Alma Niyetini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Instagram Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma*, (Yüksek Lisans Tezi), Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi
- Senir, G. (2014). *Tüketici Etnosentrizmi ve Menşe Ülke Etkisinin Satın Alma Kararı Üzerindeki Etkisi*, (Yüksek Lisans Tezi), Niğde: Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi
- Şener, A. (2010). *Medya, Reklam ve Tüketim: Çocuklar Açısından Bir Değerlendirme*, Hacettepe Üniversitesi, Tüketici Araştırma Test ve Eğitim Merkezi, II. Basım, Ankara
- Tavukçu, A. (2015). *Kadınların İnternet Üzerinden Satın Alma Davranışlarında Hedonik ve Faydacı Güdülerin Etkisi*, (Yüksek Lisans Tezi), Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Turan, A. H. ve Çolakoğlu, B. E. (2009). “Yaşlı Tüketicilerde Algılanan Marka Değeri Ve Satın Alma Niyeti”. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 277-296.
- Turkey’s Statistical Yearbook, (2014). <http://www.die.gov.tr/yillik/10-Calisma.pdf>, (Ekim 2016).
- Türk-İş, (2005). Türkiye’de Emek Piyasasında Kadınların Durumu, Türk-İş Raporu
- UNESCO, (2015). Global Education Monitoring Report. <http://en.unesco.org/gem-report/> (Ekim 2016).
- UNESCO, (2016). Women and Girl’s Education. <http://en.unesco.org/themes/women-andgirls-education>. (Ekim 2016).
- United Nations, (2015). *The World’s Women 2015, Trends and Statistic*, New York: United Nations, Department of Economic and Social Affairs Statistics Division.
- Üler, E. (2018). *Kadın Tüketicilerin Tüketim Davranışları Üzerine Ampirik Bir Araştırma*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Ülkü, A. (2012). *Kadın Tüketicilere Yönelik Pazarlama Stratejileri: İstanbul Çıkışlı Paket Tur Satın Alan Kadın Tüketiciler Üzerine Bir Araştırma*, (Yüksek Lisans Tezi), Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Ünüşan, C. Pirtini: ve Bilge, O. F. (2009). “Tüketicilerin Satın Alma Davranışları”. *Marmara Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 1-13.
- Villi, B. (2012). *Kadınların Kozmetik Ürünlerde Plansız Satın Alma Davranışları Üzerine Bir Alan Araştırması*, (Yüksek Lisans Tezi), Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Women in Turkey, (1999). [http://www.undp.org/hdr2003/indicator/cty\\_f\\_TUR.html](http://www.undp.org/hdr2003/indicator/cty_f_TUR.html), (Ekim 2016)
- Women Value Change, Strive For Growth (2003). *Marketing to Women* 16(1), January. 1-7.
- Wilson, M. (2004). A World of Differences. *Chain Store Age*. 80(9). September, 126.
- Yaman:Y. (2018). *Kadınların İnternette Satın Alma Sürecini Etkileyen Faktörler*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: T.C. İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü
- Yılmaz, V. (2004). “Lisrel ile Yapısal Esitlik Modelleri: Tüketici Şikayetlerine Yeloğlu, O., (2013). “Markalaşma ve Yenilikçilik”. *Siirt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisadi Yenilik Dergisi*, 1(1), 12-26.
- Yıldırım, H. H. (2010). “Sağlık Hizmetlerinde Tüketici Yanlılık ve Tüketici Davranışları: Genel Bir Çerçeve ve Türkiye’nin Durumu”, Hacettepe Üniversitesi, Tüketici Araştırma Test ve Eğitim Merkezi, II. Basım, Ankara Uygulanması”, *Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 77-90.