

SOBİAD

SOSYAL BİLİMLER ARAŞTIRMALARI DERNEĞİ

ekonomi
BİLİMLERİ
DERGİSİ

Ekonomi Bilimleri Dergisi (Online)

ISSN: 1309 -8020

Yıl: 2020 Cilt: 12 Sayı: 1

Amaç ve Kapsam

Ekonomi Bilimleri Dergisi (EBD), Sosyal Bilimler Araştırmaları Derneği (SoBiAD) tarafından Ocak-Haziran ve Temmuz-Aralık olmak üzere yılda iki kez yayınlanan hakemli bir dergidir. Sadece Türkçe makaleler yayın için kabul edilmektedir.

Ekonomi Bilimleri Dergisi (EBD), ekonomi biliminin tüm alt disiplinlerinde hazırlanmış teorik-analitik-ampirik araştırmalar ve incelemelere açık bir dergidir.

Açık Erişim Politikası

The journal allows readers to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of its articles and allow readers to use them for any lawful purposes.

Açık erişimin bilginin evrensel kullanımını arttırarak insanlık için yararlı sonuçlar doğuracağı düşüncesinden hareketle, Ekonomi Bilimleri Dergisi (EBD) Açık Erişim politikasını benimsemiştir. Dergi, yazarlardan devraldığı ve yayımladığı içerikle ilgili telif haklarından, bilimsel içeriğe evrensel Açık Erişimin (Open Access) desteklenmesi ve geliştirilmesine katkıda bulunmak amacıyla, bilinen standartlarda kaynak olarak gösterilmesi koşuluyla, ticari kullanım amacı ve içerik değişikliği dışında kalan tüm kullanım (bağlantı verme, kopyalama, baskı alma, herhangi bir fiziksel ortamda çoğaltma ve dağıtma vb.) haklarını bedelsiz kullanıma sunmaktadır. İçeriğin ticari amaçlı kullanımını için yayınevinden yazılı izin alınması gereklidir.

Ücretsiz Yayın

Ekonomi Bilimleri Dergisi (EBD) 'nde makale yayınlanması için yazarlardan hiçbir ücret talep edilmemektedir.

Yazarların Sorumlulukları

Yazarların makalelerini dergi web sayfasında sunulan yazım kurallarına ve örnek şablona göre hazırlamaları gerekir. Yazarların, hakem raporlarında belirtilen düzeltmeleri zamanında yapmaları beklenir.

Etik İlkeler

Ekonomi Bilimleri Dergisi (EBD)'nde yer alan etik görev ve sorumluluklarda Committee on Publication Ethics (COPE) tarafından kabul edilen ve yayınlanan ilkeler benimsenmektedir.

Yazarlardan aşağıda belirtilen etik kurallara uymaları beklenmektedir.

- Dergiye gönderilen makaleler başka bir yerde yayınlanmamış ya da yayınlanmak üzere gönderilmemiş olmalıdır.
- Yazalar makalelerinde kullandıkları tüm alıntılara referans vermiş olmalıdır.
- Yazarlar makaleye bilimsel katkı verdiklerini garanti etmelidir.
- Yazarlar makalenin başka bir kişi ya da kurumun fikri mülkiyet haklarını ihlal etmediğini, intihal içermediğini ve kendi çalışmalarını olduğunu garanti etmelidir.
- Makalede adı geçen tüm yazarlar, gönderilen ve yayınlanan makaleler üzerinde eşit sorumluluğa sahiptir.

- Yazışmadan sorumlu yazar adı geçen tüm ortak yazarların yayına ve ortak yazar olarak adlandırılmaya razı olduğunu garanti etmelidir. Çalışmaya önemli bilimsel ve yazınsal katkı sağlayan tüm kişiler ortak yazar olarak adlandırılmalıdır.
- Yazarlar gerekli görülmesi halinde makalede yer alan veri setlerine ulaşımı sağlamalıdır.

Hakemlik Süreci

Makaleler, hakemler tarafından altı ölçüt – bazı ölçütlerin belirli türdeki bildirilere uygulanamaması halinde daha az- dikkate alınarak değerlendirilir. Hakemlerin raporları tamamlandıktan sonra yazılar, Yayın Kurulu'nun onaylaması durumunda yayına hazır hale gelir ve kabul sırası dikkate alınarak uygun görülen sayıda yayımlanır. Makaleler yayınlanmadan önce turnit-in ve/veya iThenticate intihal yazılımları ile kontrol edilmektedir.

Telif Hakları

Ekonomi Bilimleri Dergisi (EBD) bünyesinde yayınlanan yazıların fikirlerine resmen katılmaz, basılı ve çevrimiçi sürümlerinde yayınladığı hiçbir ürün veya servis reklamı için güvence vermez. Yayınlanan yazıların bilimsel ve yasal sorumlulukları yazarlarına aittir. Yazılarla birlikte gönderilen resim, şekil, tablo vb. unsurların özgün olması ya da daha önce yayınlanmış iseler derginin hem basılı hem de elektronik sürümünde yayınlanabilmesi için telif hakkı sahibinin yazılı onayının bulunması gerekir.

Sosyal Bilimler Araştırmaları Derneği (SoBiAD) , yazarlardan devraldığı ve derginin çevrimiçi (*online*) sürümünde yayınladığı içerikle ilgili telif haklarından, bilimsel içeriğe evrensel açık erişimin (*open access*) desteklenmesi ve geliştirilmesine katkıda bulunmak amacıyla, bilinen standartlarda kaynak olarak gösterilmesi koşuluyla, ticari kullanım amacı ve içerik değişikliği dışında kalan tüm kullanım (çevrimiçi bağlantı verme, kopyalama, baskı alma, herhangi bir fiziksel ortamda çoğaltma ve dağıtma vb.) haklarını (ilgili içerikte tersi belirtilmediği sürece) Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 3.0 Unported (CC BY-NC-ND3.0) Lisansı aracılığıyla bedelsiz kullanıma sunmaktadır. İçeriğin ticari amaçlı kullanımı için alınması gereklidir.

Yazarlar yazılarının bütün yayın haklarını derginin yayıncısı Sosyal Bilimler Araştırmaları Derneği (SoBiAD)'ne devrettiklerini kabul ederler. Yayınlanan içeriğin (yazı ve görsel unsurlar) telif hakları dergiye ait olur. Dergide yayınlanması uygun görülen yazılar için telif ya da başka adlar altında hiçbir ücret ödenmez ve baskı masrafı alınmaz; ancak ayrı baskı talepleri ücret karşılığı yerine getirilir.

Ekonomi Bilimleri Dergisi (EBD) aşağıdaki indexing/abstracting servislerinde kayıtlıdır.

| IBSS : International Bibliography of the Social Sciences (Proquest) | EBSCO | Ulrich's Periodical Directory | Scientific Indexing Services | |Genamics | Infobase Index | Citefactor | UR Electronics Journals Library | |ASOS Index | Google Scholar | Akademik Dizin | Sobiad Atıf |

Ekonomi Bilimleri Dergisi (EBD) ayrıca TÜBİTAK- ULAKBİM Dergi Sistemleri (UDS) çerçevesinde DergiPark'ta kayıtlıdır

EDİTÖR

Sema Yılmaz Genç, Kocaeli Üniversitesi

EDİTÖR KURULU

Billur Cohen, Bay Atlantic Üniversitesi, USA
Doğın Bakırtaş, Celal Bayar Üniversitesi
Durmuş Çağrı Yıldırım, Namık Kemal Üniversitesi
Kıymet Yavuzaslan, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
Sema Yılmaz Genç, Kocaeli Üniversitesi
Şerif Canbay, Düzce Üniversitesi

YAZIŞMA:

editorial@sobiad.org

**SOSYAL
BİLİMLER
ARAŞTIRMALARI
DERNEĞİ**

BİLİM KURULU

- Ahmet Burçin Yereli, Hacettepe Üniversitesi
Bilin Neyaptı, Bilkent Üniversitesi
C. Coşkun Küçüközmen, İzmir Ekonomi Üniversitesi
Can Deniz Köksal, Akdeniz Üniversitesi
Ekrem Erdem, Erciyes Üniversitesi
Erkan Erdil, Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Gündüz Ulusoy, Sabancı Üniversitesi
Hasan F. Baklacı, İzmir Ekonomi Üniversitesi
Hakan Ay, Dokuz Eylül Üniversitesi
M. Hasan Eken, Kadir Has Üniversitesi
Metin Sarfati, Marmara Üniversitesi
Metin Toprak, İstanbul Üniversitesi
Neşe Kumral, Ege Üniversitesi
Sübidey Togan, Bilkent Üniversitesi
Teoman Pamukçu, Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Turan Yay, Yıldız Teknik Üniversitesi
Uğur Ömürgönülşen, Hacettepe Üniversitesi
Veysel Bozkurt, Uludağ Üniversitesi
Z. Gönül Balkır, Kocaeli Üniversitesi

SOSYAL
BİLİMLER
ARAŞTIRMALARI
DERNEĞİ

İÇİNDEKİLER

Makaleler	Sayfalar
Kurumsal Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi: Kazakistan Cumhuriyeti İştirak Bankası Sberbank A.Ş Üzerine Bir Uygulama Assel AVCI & Gülmira KERİM	1-18
Tüketim Üzerinden Alınan (Dolaylı) Vergiler ve Türkiye Örneği Hamit ÇETİN	19-37
Türkiye’de Turizm Gelirlerinin Cari İşlemler Dengesi Üzerindeki Etkileri: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı Hüseyin USLU	38-67
Petrol Fiyatlarında Değişkenlik ve İktisadi Büyüme: Petrol İthal Eden Ülkeler Üzerine Bir Analiz Nazife Özge BEŞER & Serdar ÖZTÜRK	68-84
Sağlık Harcamalarının Ekonomik Büyüme ile İlişkisinin OECD Ülkeleri için Analizi Utku ALTUNÖZ	85-105
İhracat Performansının Belirleyicileri Üzerine Firma Düzeyli Bir Analiz Müslüm BASILGAN	106-144

-ARAŞTIRMA MAKALESİ-

KURUMSAL BANKACILIK SEKTÖRÜNDE HİZMET KALİTESİNİN MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNE ETKİSİ: KAZAKİSTAN CUMHURİYETİ İŞTİRAK BANKASI SBERBANK A.Ş ÜZERİNE BİR UYGULAMA*

Assel Avcı

İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

E-posta: asselavci@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8507-1374>

Gülmira Kerim

Dr. Öğr. Üyesi

İstanbul Aydın Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

E-posta: gulmiranamatova@aydin.edu.tr

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9211-2741>

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, müşterilerin bankalara ilişkin hizmet kalitesi seviyesini “ne şekilde ve nasıl” algıladıklarını somut bir şekilde ölçmektir. Öngörülen kalite boyutlarına verilen önem derecelerine göre kalite düzeyini yükseltmek için hangi boyuta veya boyutlara öncelik verilerek bunlarda nasıl iyileştirme yapılması gerektiği belirlenmeye çalışılmıştır. Model olarak Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından geliştirilen “SERVQUAL Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli” uygulanması ön görülmüştür. Bahsedilen modelle müşterilerin memnuniyeti ya da memnuniyetsizliği değerlendirilmiştir. Bu model, hizmet sektöründe kurum olarak bankalar üzerinde uygulanmıştır. Anket sonuçlarının değerlendirilmesinde istatistiksel güvenilirlik ve korelasyon analizlerine başvurulmuştur. Ulaşılan sonuçlar hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetini büyük ölçüde etkilediğini göstermiştir.

* Bu makalede bilimsel araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyulmuştur.

Atıf (APA): Avcı, A. & Kerim, G., (2020), Kurumsal Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi: Kazakistan Cumhuriyeti İştirak Bankası Sberbank A.Ş Üzerine Bir Uygulama, Ekonomi Bilimleri Dergisi, 12 (1): 1-18.

Anahtar Kelimeler: *Kurumsal Bankacılık, Müşteri Memnuniyeti, Hizmet kalitesi, SERVQUAL.*

THE IMPACT OF SERVICE QUALITY TO CUSTOMER SATISFACTION IN THE CORPORATE BANKING: AN APPLICATION ON BANK IN KAZAKHSTAN

ABSTRACT

The purpose of this research, is to measure in a concrete way how the customers perceive the level of service quality of the bank. According to the degree of importance given to the foreseen quality dimensions, tried to be determine how to make improvement by given priority to which dimension or dimensions to upgrade the quality level. As a model has been foreseen implement of “SERVQUAL service quality measurement model” developed by Parasuraman, Zeithaml and Berry. Satisfaction or dissatisfaction of the customers is evaluated with the mentioned model. This model has been applied on the banks as an institution in the service sector. In the evaluation of survey results were used statistical, reliability and correlation analyses. The results have shown that service quality has a great impact on customer satisfaction.

Keywords: *Corporate Banking, Customer Satisfaction, Service Quality, SERVQUAL.*

JEL Code: *G21*

1. GİRİŞ

Rekabet, yeni ürün ve hizmetlerin üretimi ve pazarlanmasında önemli bir rol oynarken, bahsedilen gelişmeler tüketici gereksinim ve taleplerinde önem taşıyan değişiklikler oluşturmuştur. Hem ürün hem de hizmet sektörlerinde bireysel ve kurumsal tüketicilerin sürekli değişen beklenti ve gereksinimlerini karşılamak, idari açıdan pazarlama yönetiminin her zamankinden daha fazla çabalamasını zorunlu hale getirmiştir. Müşteri ihtiyaçlarını karşılamak ve şirkete bağlılıklarını sürdürmek için, müşteri hizmet sürecini etkin bir şekilde yönetmek gerekmektedir. Bu nedenle hizmet sürecinin kalitesini etkileyen faktörlerin hizmet seviyesini analiz ederek tam olarak anlaşılmasına ihtiyaç vardır.

Hizmetler çok çeşitli ve soyut olduğundan firmaların kendilerinin farklı olmalarını sağlamaları sadece hizmet kalitesiyle mümkündür. Çünkü hizmet bir performanstır ve hizmet kalitesinden söz edildiğinde teknik kalitenin yanı sıra fonksiyonel kaliteden de bahsetme zorunluluğu vardır. Hizmetlerde kalite seviyesinin nasıl olduğunu belirlemek amacıyla kalitenin ölçülmesi gerekmektedir. Fakat hizmetin soyut, bileşik, çeşitli, kişisel performansa ilişkin farklılıklarının olması sebebiyle kalitenin ölçülebilmesinin oldukça zor ve subjektif metotlarla gerçekleştirilmesi gerektiğini tartışılmaz bir gerçektir.

Literatür taraması, hizmet kalitesini ölçmeye elverişli çok az sayıda metotunun var olduğunu göstermektedir. Müşterilerin hizmet kalitesini değerlendirmeleri, verimliliği veya işletmeyi değerlendirmeleri anlamına gelmektedir. Bu noktada hizmet veren firmalar için tamamen mühim olan hizmet kalitesinin nasıl değerlendirilebileceği konusu, hemen ele alınması gereken ve çeşitli incelemeler ile içeriğinin geliştirilmesi gereken bir konudur. Araştırmanın ikincil amacının, hizmet kalitesiyle müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkiyi ortaya koymak ve her iki konu itibarıyla daha geniş ve kapsamlı incelemeler yapmak olması gerektiği düşüncesini taşımaktayız.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Duncan ve Elliot (2002), hizmet kalitesinin bankanın kısa vadeli kârlılığı ve sonunda finansal performansı üzerinde önemli bir etkisi olduğunu vurgulamışlardır. Ek olarak, hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati üzerinde büyük etkisi olduğunu ve bu etkinin rekabet yoğunlaştıkça daha da arttığını tartışmışlardır.

Andreassen ve Olsen (2008) müşterilere sunulan hizmet kalitesinin doğru müşterileri tutabileceği sonucuna varmıştır. Bu nedenle müşteri eşitliğini oluşturmak ve karlı müşterileri uygun şekilde tutmak için sunulan hizmet kalitesini bir öncelik haline getirmektedir. Servis kalitesi işletme için kendisini diğer rakiplerden ayırt etmekte rekabet avantajı olarak görülmektedir. Hizmet sunan işletme için uzun vadeli kar organizasyonu saptamak çok önemlidir. İyi hizmet, potansiyel müşterileri çekecek ve mevcut müşterileri elinde tutacaktır.

Hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti arasında ilişkisinin önemini araştırmak için, Araslı ve diğerleri (2005) ve Yavaş ve diğerleri (1997) Türkiye'de bankacılık sektörünü incelemiş ve sonucunda müşteriye hizmet sunan çalışanların, kaliteli hizmetin sunulmasında çok önemli bir rol oynadığını göstermişlerdir. Müşteri memnuniyeti de, işletmelerin üstünlük ve karlılığı sağlamasına yardımcı olduğu için kendi halinde kapsamlı bir araştırma konusu olmuştur. İşletmeler, mevcut

müşterileri muhafaza etmek yenilerini çekmekten daha az masraflı olduğu için müşteri memnuniyetini ön planda tutmaktadır (Hussain, Al-Nasser ve Hussain, 2014).

Caruana'ya (2002) göre, bankalar müşterileri ile uzun vadeli bir ilişki kurmak istiyorlarsa, yüksek düzeyde müşteri memnuniyetini sağlayacak bir hizmet sunmalıdır. Yüksek kaliteli hizmetler sunarak bankalar, müşterilerini tatmin edebilirler ve sürdürülebilir bir rekabete doğru yol açabilirler (Baghla ve Garai, 2016).

Memnun müşteriler, sadece sürdürülebilir gelişmeye yol açma ile kalmayıp, aynı zamanda karlılığı ve pazar payını da arttıracaklardır (Al-Azzam, 2015).

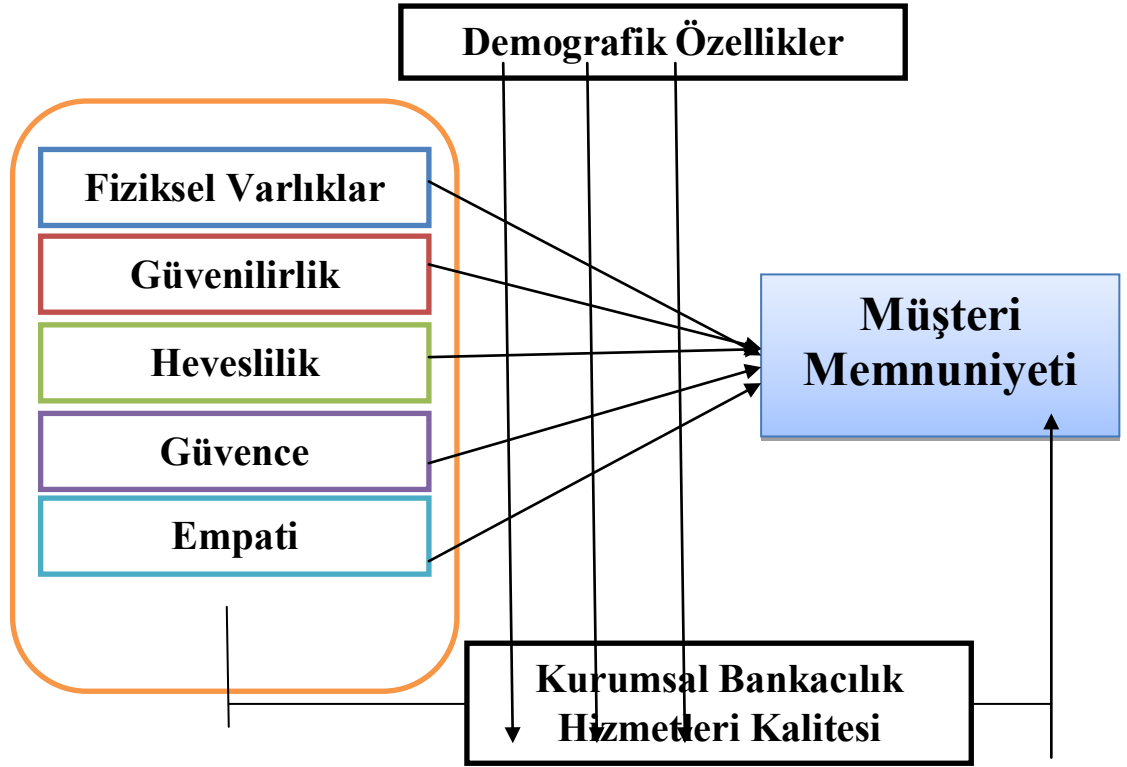
Cui ve diğerleri (2003) araştırması Güney Kore bankacılık sektöründe hizmet kalitesinin değerlendirilmesinde gerektirilmiştir. Araştırmacılara göre bankacılık sektöründeki hizmet kalitesi müşteri memnuniyetinden üstünlük alarak pazar payı, karlılık ve müşteri sadakatinde en önemli faktördür. Meseleye önemlilik veren bir başka faktör ise kurumsal pazarlamayla olan sıkı bağlantısıdır. Araştırma SERVQUAL ve SERVPERF modellerinin Asya piyasalarındaki uyumluluğu sorununa odaklanmaktadır. Güney Kore'nin 153 kurumsal banka müşterilerine uygulanan anketten ortaya çıkan verilere doğrulayıcı faktör analizleri uygulanmış ve 2 metodun hizmet kalitesini değerlendirmede eksik olduğu neticesine ulaşılmıştır. Kurumsal bankacılık hizmet kalitesini ölçmesinde SERVQUAL boyutlarının olduğu gibi uygulanmasının ortaya çıkacağı sorunlarla ilişkin öngörü güçlendirilmiştir. Bu nedenle de ekstra boyutların dâhil edilmesine ve araştırmayı bu düzende yapmaya yönelik fikir kuvvetlendirilmiştir.

Ladhari (2009) araştırması Kanada bankacılık sektöründe, tanınmış SERVQUAL modelinin psikometri özelliklerini incelemektedir. Araştırmada, 193 Kanada'da bulunan bankaların müşterilerine uygulanan ampirik bir araştırmada SERVQUAL'ın performans bileşenini kullanılmaktadır. Araştırma sonuçları, hizmet çerçevesindeki boyutluluk, güvenilirlik, yakınsak güvenilirlik, diskriminant geçerliliği ve kestirim geçerliliğini desteklemektedir. Böylece, SERVQUAL Kanada bölgesinde banka hizmetlerini değerlendirmek için uygun bir araç olduğu tespit edilmiştir ve bank yönetiminin hizmet kalitesini sürekli değerlendirmek için bu aracı güvenle kullanabilecekleri belirtilmiştir. Ayrıca sonuçlar, duyarlılık ve empatinin Kanada bankacılığı üzerinde genel hizmet kalitesinin en önemli boyutları olduğunu göstermektedir. Bulgular, çalışanların sağladığı hizmetin banka müşteri memnuniyetine en büyük katkıyı sağladığını göstermektedir. Araştırmanın bulgularına göre, Kanada'daki banka yöneticilerin

cephedeki görevlilerin kurumları için rekabetçi bir pozisyon oluşturmada ve sürdürmesinde çok önemli olduğunu tanıması gerektiği sonucuna varılmıştır.

Gerçekleştirilen bütün bu araştırmalar neticesinde bankacılık hizmet kalitesinin önemini belirtilmiş ve müşteri sadakatinin sürekliliğinin sağlanması amacıyla sunulan hizmetin beklentilerin dışına geçerek geliştirilmesi gerekli olduğu tespit edilmiştir.

Yukarıdakilere dayanarak, modelin uygulanabilirliği, algılanan kalite puanını etkileyen değişkenlerini belirlemeye ve bu değişkenlerin puanı nasıl değiştirdiğini araştırmak arzulanı olduğundan araştırma tasarımı neden-sonuç bağlantısına dayalı çalışmaya uygundur. Araştırma modeli şekil 1’de gösterilmektedir.



Şekil 1: Kurumsal Bankacılık Hizmetleri ve Müşteri Memnuniyetine Etkisi Kavramsal Bir Model

Teorik görüşmeye dayanarak, Tablo 1 bu çalışmanın hipotezlerini önermektedir.

Hipotez	Açıklama
H01	Kurumsal bankacılık hizmetleri kalite farkıyla müşteri şirketlerin sektörü arasında anlamlı bir fark vardır.
H02	Kurumsal bankacılık hizmetleri kalite farkıyla müşteri şirketlerin cirosu arasında anlamlı bir fark vardır
H03	Kurumsal bankacılık hizmetleri kalite farkıyla müşteri şirketlerin hizmetlerinden yararlandığı banka sayısı arasında anlamlı bir fark vardır
H04	Kurumsal bankacılık hizmetleri kalite farkıyla müşteri şirketlerin Bank ile ilişki süresi arasında anlamlı bir ilişki vardır.
H05	Kurumsal bankacılık hizmetleri kalite farkıyla müşteri şirketlerin Bank ile çalıştığı is hacmi arasında anlamlı bir ilişki vardır.
H06	SERVQUAL modelinde, müşteri şirketlerin kalite beklentileri ile bankanın verdiği kurumsal bankacılık hizmetlerinin kalite algıları arasında anlamlı bir fark vardır.
H07	Kurumsal bankacılık hizmetleri algısı ile müşteri şirketlerin memnuniyeti seviyeleri arasında ilişki vardır.
H08	Müşteri şirketlerin aldıkları hizmetlerin fiziksel varlıklara ilişkin algıları ile memnuniyet seviyeleri arasında ilişki vardır.
H09	Müşteri şirketlerin aldıkları hizmetlerin güvenilirlik özelliklerine ilişkin algıları ile memnuniyet seviyeleri arasında ilişki vardır.
H10	Müşteri şirketlerin aldıkları hizmetlerin heveslilik özelliklerine ilişkin algıları ile memnuniyet seviyeleri arasında ilişki vardır.
H11	Müşteri şirketlerin aldıkları hizmetlerin güvence özelliklerine ilişkin algıları ile memnuniyet seviyeleri arasında ilişki vardır.
H12	Müşteri şirketlerin aldıkları hizmetlerin empati özelliklerine ilişkin algıları ile memnuniyet seviyeleri arasında ilişki vardır.

3. UYGULAMANIN YÖNTEMİ

Veriler Kazakistan Cumhuriyeti İştirak Bankası, Sberbank A.Ş. Almatı ilindeki şubesi müşterilerine e-posta yolu ile gönderilerek anket formunu doldurmaları sonucunda toplanmıştır. Araştırmada SERVQUAL modeli için tasarlanan, üç bölümden ve kapalı ve açık uçlu sorulardan oluşan toplam 11 sorusu olan anket formu kullanılmıştır. Ana kütle Kazakistan'da önde gelen özel sermayeli bankalardan biri olan Sberbank'ın kurumsal müşteri seçmeninde yer alan işletmeleri temsil eden yöneticiler ve çalışanlardır.

İlk bölümde işletmeleri ile ilgili yıllık ciro, faaliyet sektörü gibi demografik özellikler sorulmuştur. İkinci bölümde, müşteriler kurumsal bankacılık hizmetlerinin kalitesini ölçmek için müşteri firmalarının beklentilerini ölçmek adına mükemmel bankaların ve Sberbank'ın verdiği hizmetlerin ankette yer alan

özelliklere ne kadar sahip olması gerektiğini değerlendirmişlerdir. Üçüncü bölümde, müşteri firmalarının bankacılık hizmetlerinden memnuniyetlerini değerlendirmişlerdir.

4. UYGULAMANIN BULGULARI

Uygulama Kazakistan Cumhuriyeti İştirak Bankası, Sberbank A.Ş. Almatı ilindeki Şubesi'nde yürütülmüştür. Bankanın kurumsal seçmenindeki müşterilerinin tam listesine ulaşıp, yıllık cirosu orta seviyede olanlar arasından seçim yapılmış ve anket uygulanmıştır. Örneklem 600 firmadan oluşturulmuştur. Zamanın kısıtlı olması ve çalışılan tüm işletmelere ulaşmanın mümkün olmaması nedeniyle örneklem büyüklüğü 294 seviyesinde kalmıştır.

4.1. Cevaplayıcı Profili

Tablo 2 : Uygulamanın Demografik Özellikleri

Özellik	Frekans	%
1 İşletmenin faaliyet sektörü		
Akaryakıt ve Petrol	4	1,36
Eğitim Hizmetleri	6	2,04
Enerji	4	1,36
Finans Sektörü	11	3,74
Gayrimenkul	13	4,42
Gıda ve Eğlence	16	5,44
Güvenlik	8	2,72
Hukuk	1	0,34
İnşaat ve Mühendislik	31	10,54
Madencilik	6	2,04
Medya	3	1,02
Muhasebe ve Danışmanlık	5	1,70
Otomotiv	7	2,38
Perakendecilik ve Mağazacılık	30	10,20
Sağlık Hizmetleri	16	5,44
Sigorta	3	1,02
Tarım ve Hayvancılık	8	2,72
Taşımacılık ve Lojistik	19	6,46
Teknoloji ve Bilişim	14	4,76
Tekstil	4	1,36
Ticaret	37	12,59

EKONOMİ BİLİMLERİ DERGİSİ

Cilt 12, No 1, 2020 ISSN: 1309-8020 (Online)

	Turizm ve Otelcilik	12	4,08
	Üretim	36	12,24
2	İşletmenin yıllık cirosu		
	5 milyar KZT ve altı	147	50,00
	5 - 10 milyar KZT arası	89	30,27
	10 milyar KZT ve üzeri	58	19,73
3	Çalışılan Banka Sayısı		
	3 ve altı	184	62,59
	3-6 arası	98	33,33
	6 ve üzeri	12	4,08
4	Sberbank ile Çalışılan Yıl		
	4 Yıl ve altı	122	41,50
	4-8 Yıl arası	117	39,80
	8 Yıl ve Üzeri	55	18,71
5	Sberbank Hizmetlerinden Yararlanma Yüzdesi		
	%20 altı	4	1,36
	%20-%40	37	12,59
	%40-%60	78	26,53
	%60-%80	81	27,55
	%80 üzeri	94	31,97

Tablo 3 : İşletmelerin Yararlandıkları Hizmete Göre Dağılımı

Hizmetler	Kullanan		Kullanmayan	
	Frekans	Yuzde %	Frekans	Yuzde %
Ticari hesabı	294	100,00	0	0,00
Mevduat hesabı	53	18,03	241	81,97
Kredi	40	13,61	254	86,39
Bordro	150	51,02	144	48,98
Online bankacılık	282	95,92	12	4,08
Banka garantileri	25	8,50	269	91,50
Havale	294	100,00	0	0,00
Kambiyo işlemleri	149	50,68	145	49,32
Kredi kartı	139	47,28	155	52,72
Encahsment (para toplama)	11	3,74	283	96,26
Barkodlama	5	1,70	289	98,30
Cari hesaptaki para için tahakkuk%	31	10,54	263	89,46

Tablo 4 : İşletmelerin Banka Tercihlerindeki Öncelik Nedenler

Banka tercih nedenleri	1.Öncelik Frekans (%)	2.Öncelik Frekans (%)	3.Öncelik Frekans (%)	4.Öncelik Frekans (%)	5.Öncelik Frekans (%)
Firmanın bu banka şubesine yakın olması	103 (35,03)	43 (14,63)	53 (18,03)	25 (8,5)	7 (2,38)
Bankanın hizmetlerinin çeşitli olması	92 (31,29)	93 (31,63)	29 (9,86)	38 (12,93)	4 (1,36)
Bankanın hizmetlerinin kaliteli olması	20 (6,80)	77 (26,19)	65 (22,11)	40 (13,61)	
Bankanın güvenli olması	50 (17,01)	27 (9,18)	80 (27,21)	56 (19,05)	16 (5,44)
Diğer	39 (13,27)	22 (7,48)	10 (3,40)	3 (1,02)	3 (1,02)

Tablo 5 : SERVQUAL Değişkenleri Ağırlık Skorları ile İlgili İstatistikler

	N	Ortalama	Std. Hata	Minimum	Maximum
Fiziksel Varlıklar	294	18,5	0,4534	0	40
Güvenilirlik	294	22,5	0,5383	0	60
Heveslilik	294	20,9	0,4387	5	50
Güvence	294	19,9	0,4166	0	40
Empati	294	18,1	0,4403	0	40

Tablo 6 : Boyutların Ağırlıklı SERVQUAL Puanları

Boyutlar	Fiziksel Varlıklar	Güvenilirlik	Heveslilik	Güvence	Empati	Ağırlıklı SQ
SERVQUAL Puanı	- 0,22	- 0,86	- 0,67	- 0,72	- 0,61	- 0,63

Tablo 7 : Sberbank'ta Kalite Boyutları Bazında SERVQUAL Skorları

Boyutlar	Fiziksel Varlıklar SQ1	Güvenilirlik SQ2	Heveslilik SQ3	Güvence SQ4	Empati SQ5	SQA
N	294	294	294	294	294	294
Ortalama	- 0,2236	- 0,8599	- 0,6709	- 0,7236	- 0,6048	- 0,6271
Std. Sapma	0,88282	0,96630	0,95209	0,98946	0,98914	0,84999
Minimum	-3,00	-3,60	-3,25	-3,50	-4,00	-3,23
Maksimum	2,00	1,40	1,00	1,00	1,60	0,86

Tablo 8 : Müşterilerin Sberbank Kurumsal Bankacılık Hizmetlerinden Memnuniyet Seviyesi ile İlgili İstatistikler

Sberbank Kurumsal Bankacılık Hizmetlerinden Memnuniyet Seviyesi	Frekans	%
Hiç Memnun Olmayan	1	0,34
Memnun Olmayan	6	2,04
Ne Memnun Olan Ne de Olmayan	245	83,33
Memnun Olan	36	12,24
Çok Memnun Olan	6	2,04

4.2. Modelin Güvenilirliği

SERVQUAL modeli değişkenleri ile ilgili güvenilirlik analizi gerçekleştirilmiş ve elde edilen sonuçlar aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir.

Tablo 9 : Beklenen SERVQUAL Puanlarına İlişkin Güvenirlik Sonuçları

Beklenen SERVQUAL Ölçeği	Cronbach's Alpha	Soru Sayısı
Fiziksel Varlıklar Boyutu	0,708	4
Güvenilirlik Boyutu	0,806	5
Heveslilik Boyutu	0,791	4
Güvence Boyutu	0,860	4
Empati Boyutu	0,861	5
<u>Toplam</u>	<u>0,909</u>	<u>22</u>

294 katılımcıdan elde edilen verilerin yukarıdaki Tablo 5.11'de belirtilen Beklenen SERVQUAL ölçeğinin beş alt boyutuna ilişkin Cronbach's Alpha kat sayıları sırasıyla Fiziksel Varlıklar 0,708; Güvenirlik 0,806; Heveslilik 0,791; Güvence 0,860; Empati 0,861 ve Toplam 0,909 olarak bulunmuş olup ölçek yüksek güvenilirliktedir.

Tablo 10 : Algılanan SERVQUAL Puanlarına İlişkin Güvenirlilik Sonuçları

Algılanan SERVQUAL Ölçeği	Cronbach's Alpha	Soru Sayısı
Fiziksel Varlıklar Boyutu	0,906	4
Güvenirlilik Boyutu	0,946	5
Heveslilik Boyutu	0,940	4
Güvence Boyutu	0,937	4
Empati Boyutu	0,964	5
<u>Toplam</u>	<u>0,980</u>	<u>22</u>

294 katılımcıdan elde edilen verilerin yukarıdaki Tablo 5.12’de belirtilen Algılanan SERVQUAL ölçeğinin beş alt boyutuna ilişkin Cronbach's Alpha kat sayıları sırasıyla Fiziksel Varlıklar 0,906; Güvenirlilik 0,946; Heveslilik 0,940; Güvence 0,937; Empati 0,964 ve Toplam 0,980 olarak bulunmuş olup ölçek yüksek güvenirliliktir.

4.3. Hipotez Sonuçları

$F(16,258)=1,560$, $p>.05$ olarak ortaya çıktığı için anlamlı olup, H010 reddedilemez. Müşterilerin hizmet kalitesiyle ilgili beklenti ve algıları çalışılan sektöre göre farklılaşmamaktadır. Bu durum müşteri şirketlerin çalıştıkları sektörlerden bağımsız olarak hizmet kalitesini değerlendirdiklerini göstermektedir.

$F(2,291)=0.160$, $p>.05$ olarak ortaya çıktığı için anlamlı olup, H020 reddedilemez. Müşterilerin hizmet kalitesiyle ilgili beklenti ve algıları müşteri şirketlerin cirosuna göre farklılaşmamaktadır.

$F(6,287)=0.160$, $p>.05$ olup H030 reddedilemez. Müşterilerin hizmet kalitesiyle ilgili beklenti ve algıları faydalanılan banka sayısına göre farklılaşmamaktadır.

$F(2,291)=0.366$, $p>.05$ olup H040 reddedilemez. Müşterilerin hizmet kalitesiyle ilgili beklenti ve algıları ilişki süresine göre farklılaşmamaktadır.

$(F(3,286)=4.484$ $p<.05)$ olup H050 reddedilir. SERVQUAL modeli çerçevesinde ortaya çıkan müşteri şirketlerin hizmet kalitesiyle ilgili beklenti ve algıları iş hacmine göre farklılaşmaktadır. Kazakistan Cumhuriyeti İştirak Bankası, Sberbank A.Ş. Almatı Şubesi kurumsal bankacılık hizmetlerini kullanma oranı fazlaştıkça kurumsal bankacılık hizmet kalitesi farkı azalmaktadır. Ancak analizin daha verimli olması açısından, hangi gruplar arasında farklılık olduğunu tespit etmek amacıyla öncelikle gruplardaki örneklem sayısının birbirine

yakınlığına ve varyansların homojen olup olmadığına bakılarak kullanılacak teste karar verilecektir. Varyanslar homojen olmadığı ve denek dağılımı eşit olmadığı (unequal) için Games-Howell testi kullanılmıştır. Bu analiz sonuçlarında da grupların hemen hemen tümü farklı hizmet kalitesi değerlendirmesinde bulunmuştur. Sberbank ile çalışma hacmi %60-%80 arası olan müşteri şirketler ile %80 ve üzeri olanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur. Sberbank ile çalışma hacmi %60-%80 olan müşteri şirketlerin beklentilerinin çalışma hacmi %80 ve üzeri olanlara göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Yani işlem hacmi %60-%80 olan müşteri şirketlere yönelik hizmet kalitesinin daha düşük olduğu bulunmuştur.

$P=0.000<.05$ olduğundan dolayı müşteri beklentileri ve algıları arasındaki farkın anlamlı olduğu bulunmuştur ve $H060$ reddedilmiştir. Bankaların müşteri beklentilerini karşılayamadığını ve hizmet kalitesinin düşük olduğunu göstermektedir.

SERVQUAL modeli çerçevesinde ortaya çıkan neticelere göre, müşteri şirketlerin hizmet kalitesiyle ilgili beklenti ve algıları arasındaki farklar ve Kazakistan Cumhuriyeti İştirak Bankası, Sberbank A.Ş. Almatı Şubesiyle çalışmalarından memnuniyet derecesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r=0.282$; $p=0.000<0.01$), $H070$ reddedilmiştir. Kazakistan Cumhuriyeti İştirak Bankası, Sberbank A.Ş. Almatı Şubesi ile çalışmalarında şirketlerin memnuniyet seviyesi arttıkça hizmet kalitesi beklentisi ile algısı arasındaki fark düşmektedir. Müşteri şirketlerin memnuniyet seviyesi artıkça kurumsal bankacılık hizmetleri algısı da artmaktadır.

Müşteri şirketlerin aldıkları hizmetlerin fiziksel varlıklara ilişkin algıları ile firmaların Kazakistan Cumhuriyeti İştirak Bankası, Sberbank A.Ş. Almatı Şubesi ile çalışmaları ile genel memnuniyet seviyeleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r=0.244$; $p=0.000<0.01$) ve $H080$ reddedilmiştir. Müşteri şirketlerin memnuniyet seviyesi artıkça aldıkları hizmetlerin fiziksel varlıklara ilişkin algıları da artmaktadır.

Müşteri şirketlerin aldıkları hizmetlerin güvenilirlik özelliklerine ilişkin algıları ile şirketlerin Kazakistan Cumhuriyeti İştirak Bankası, Sberbank A.Ş. Almatı Şubesi ile çalışmaları ile genel memnuniyet seviyeleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r=0.252$; $p=0.000<0.01$) ve $H090$ reddedilmiştir. Müşteri şirketlerin memnuniyet seviyesi artıkça aldıkları hizmetlerin güvenilirlik özelliklerine ilişkin algıları da artmaktadır.

Müşteri şirketlerin aldıkları hizmetlerin heveslilik özelliklerine ilişkin algıları ile şirketlerin Kazakistan Cumhuriyeti İştirak Bankası, Sberbank A.Ş. Almatı Şubesi ile çalışmaları ile genel memnuniyet seviyeleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r=0.182$; $p=0.000<0.01$) ve H100 reddedilmiştir. Müşteri şirketlerin memnuniyet seviyesi artıkça aldıkları hizmetlerin heveslilik özelliklerine ilişkin algıları da artmaktadır.

Müşteri şirketlerin aldıkları hizmetlerin güvence özelliklerine ilişkin algıları ile şirketlerin Kazakistan Cumhuriyeti İştirak Bankası, Sberbank A.Ş. Almatı Şubesi ile çalışmaları ile genel memnuniyet seviyeleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r=0.281$; $p=0.000<0.01$) ve H110 reddedilmiştir. Müşteri şirketlerin memnuniyet seviyesi artıkça aldıkları hizmetlerin güvence özelliklerine ilişkin algıları da artmaktadır.

Müşteri şirketlerin aldıkları hizmetlerin empati özelliklerine ilişkin algıları ile şirketlerin Kazakistan Cumhuriyeti İştirak Bankası, Sberbank A.Ş. Almatı Şubesi ile çalışmaları ile genel memnuniyet seviyeleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r=0.315$; $p=.000<.01$) ve H120 reddedilmiştir. Müşteri şirketlerin memnuniyet seviyesi artıkça aldıkları hizmetlerin empati özelliklerine ilişkin algıları da artmaktadır.

Tablo 11 : Algılanan SERVQUAL Puanlarına İlişkin Güvenirlilik Sonuçları

Hipotez	Açıklama	Sonuç
H01	Kurumsal bankacılık hizmetleri kalite farkıyla müşteri şirketlerin sektörü arasında anlamlı bir fark yoktur.	Reddedilemez
H02	Kurumsal bankacılık hizmetleri kalite farkıyla müşteri şirketlerin cirosu arasında anlamlı bir fark yoktur	Reddedilemez
H03	Kurumsal bankacılık hizmetleri kalite farkıyla müşteri şirketlerin hizmetlerinden yararlandığı banka sayısı arasında anlamlı bir fark yoktur	Reddedilemez
H04	Kurumsal bankacılık hizmetleri kalite farkıyla müşteri şirketlerin Bank ile ilişki süresi arasında anlamlı bir ilişki yoktur.	Reddedilemez
H05	Kurumsal bankacılık hizmetleri kalite farkıyla müşteri şirketlerin Bank ile çalıştığı is hacmi arasında anlamlı bir ilişki yoktur.	Reddedilir
H06	SERVQUAL modelinde, müşteri şirketlerin kalite beklentileri ile bankanın verdiği kurumsal bankacılık hizmetlerinin kalite algıları arasında anlamlı bir fark yoktur.	Reddedilir
H07	Kurumsal bankacılık hizmetleri algısı ile müşteri şirketlerin memnuniyeti seviyeleri arasında ilişki yoktur.	Reddedilir
H08	Müşteri şirketlerin aldıkları hizmetlerin fiziksel varlıklara ilişkin algıları ile memnuniyet seviyeleri arasında ilişki yoktur.	Reddedilir
H09	Müşteri şirketlerin aldıkları hizmetlerin güvenilirlik özelliklerine ilişkin algıları ile memnuniyet seviyeleri arasında ilişki yoktur.	Reddedilir
H10	Müşteri şirketlerin aldıkları hizmetlerin heveslilik özelliklerine ilişkin algıları ile memnuniyet seviyeleri arasında ilişki yoktur.	Reddedilir
H11	Müşteri şirketlerin aldıkları hizmetlerin güvence özelliklerine ilişkin algıları ile memnuniyet seviyeleri arasında ilişki yoktur.	Reddedilir
H12	Müşteri şirketlerin aldıkları hizmetlerin empati özelliklerine ilişkin algıları ile memnuniyet seviyeleri arasında ilişki yoktur.	Reddedilir

6. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Yapılan anket çalışmaları kurumsal bankacılık hizmetleri kalitesini değerlendirmemize destek vererek hangi hususlara odaklanılması gerekli olduğu konusunda fikir kurmasına yardım etmiştir. Hizmet kalitesinin yeteri kadar sağlanamadığında müşterilerin memnuniyetinin azaldığı ve bankayla çalışma hacimlerinin düştüğü belirlenmiştir.

Beş farklı hizmet boyutunun hizmet kalitesi farkları tespit edilerek hangi boyutun en çok farkı var olduğu belirlenmiştir. Bundan dolayı Kazakistan Cumhuriyeti İştirak Bankası Sberbank A.Ş. Almatı Şubesi'nin yöneticileri ilk olarak söz verdikleri hizmetlerin kusursuz olarak yapılması üzerine odaklanarak plan

hazırlanmalıdır. Çalışanlara, müşteri şirketlerin problemleri olduğunda bunlara çözüm bulucu özellikleri öğrenecek şekilde eğitim yapılmalıdır. Vaat edilen hizmetlerin taahhüt edilen zaman içinde yapılmasını temin edecek operasyonel yapı oluşturulmalıdır. Banka, operasyonlarla ilgili kayıtları düzenli tutarak kullanıcıların gözünde kurumsal imajı yükseltmelidir. Ayrıca, şirketlerin hizmetlerini daha güvenilir hale getirmek için şikâyet çözüm sistemlerinde daha çok odaklanmaları gerektiği görülmektedir. Hizmet endüstrisi, dürüstlük kavramına dayandığından taahhütlerin zamanında yerine getirilmesi müşterilerin güvenini kazanmak için çok önemlidir.

Bu kademelerden sonra odaklanması gereken kalite boyutları güven ve heveslilik olmalıdır. Gerçekleştirilen incelemeler bu iki boyutun güvenilirlikten sonra en yüksek farkı olduğunu göstermiştir. Bundan dolayı banka çalışanlarının müşterilere olan yaklaşım stiline geliştirilmesi için müşteri ilişkileri eğitimleri sürekli olarak yapılmalı ve müşteri odaklı pazarlama anlayışı pekiştirilmelidir. Yüksek performansa ulaşmak için kalite geliştirilmesi sadece müşteri beklentilerinin karşılanmasıyla bitmemeli, çalışanların da memnuniyetinin sağlanması için genişletilmelidir.

Ayrıca veri tabanı analizini geliştirmek, kapasite planlaması ve en son pazar eğilimleri hakkında bilgi toplamak için müşteri genel haritası, kapasite planlaması ve pazar araştırmasına odaklanmak, en son pazar eğilimleri hakkında bilgi toplamak üzerinde durulması gereken önemli konulardır.

Yapılan bu araştırma birçok araştırmaya ek olarak hizmet kalitesini belirlemede ve kalitenin geliştirilmesinde bir kaynak teşkil ederek idarecilerin değişen ve gelişen piyasada aktiflerini sürdürebilmeleri için fayda sağlamak amacını taşımaktadır.

KAYNAKLAR

Al-Azzam, A. F. (2015). The Impact of Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction: A Field Study of Arab Bank in Irbid City, Jordan. *European Journal of Business and Management*. Vol. 7, No 15.

Andreassen, T.W. ve Olsen, L.L. (2008). The Impact of Customer's Perception of Varying Degrees of Customer Service on Commitment and Perceived Relative Attractiveness. *Managing Service Quality: An International Journal*, 18(4), 309-328 doi: 10.1108/09604520810885581

Araslı H., Katırcıoğlu, S.T. ve Mehtap-Smadi, S. (2005). A Comparison Of Service Quality In the Banking Industry: Some Evidence From Turkish And Greek-Speaking Areas in Cyprus. *International Journal of Bank Marketing*, 23(7), 508-526 doi: 10.1108/02652320510629881

Baghla, A. ve Garai, A. (2016). Service Quality in the Retail Banking Sector - A Study of Selected Public and New Indian Private Sector Banks in India. *International Journal of Applied Research*, 2(6), 598-603.

Caruana, A. (2002). Service Loyalty: The Effects of Service Quality and the Mediating Role of Customer Satisfaction. *European Journal of Marketing*, 36(7/8), 811-828, doi: 10.1108/03090560210430818

Cui, C.C., Lewis, B.R. ve Park, W. (2003). Service Quality Measurement in the Banking Sector in South Korea. *International Journal of Bank Marketing*, 21, 191-201, doi: 10.1108/02652320310479187

Duncan, E. ve Elliot, G. (2002). Customer Service Quality And Financial Performance Among Australian Retail Financial Institutions. *Journal of Financial Services Marketing*, 7(1), 25-41, doi: 10.1057/palgrave.fsm.4770070

Hussain, R., Al-Nasser, A. ve Hussain, Y.K. (2014). Service Quality and Customer Satisfaction of a UAE-Based Airline: An Empirical Investigation. *Journal of Air Transport Management*, 42, doi: 10.1016/j.jairtraman.2014.10.001

Ladhari, R. (2009). A Review of Twenty Years of SERVQUAL Research. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 1(2), 172-198, doi: 10.1108/17566690910971445

Parasuraman, A.P., Zeithaml, V. ve Berry, L.L. (1985). Service Quality in Financial Institutions. *The Journal of Marketing*, 39, 31-45.

Parasuraman, A.P., Zeithaml, V. ve Berry, L.L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research (SERVQUAL). *The Journal of Marketing*, 49, 41-50, doi: 10.2307/1251430.

Parasuraman, A.P., Zeithaml, V. ve Berry, L.L. (1988). ServQual: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-37.

Parasuraman, A.P., Zeithaml, V. ve Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

Parasuraman, A.P., Zeithaml, V. ve Berry, L.L. (1991). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Instrument.

Parasuraman, A.P., Zeithaml, V. ve Berry, L.L. (1994). Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research. *Journal of Marketing*, 58(1), doi: 10.2307/1252255.

Parasuraman, A.P., Zeithaml, V. ve Berry, L.L. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60(2), doi: 10.2307/1251929.

Yavaş, U., Wührer, Z.B. ve Shemwell, D.J. (1997). Service Quality in the Banking Sector in an Emerging Economy: A Consumer Survey. *International Journal of Bank Marketing*, 15(6), 217-223, doi: 10.1108/02652329710184442

Zeithaml, V., Parasuraman, A.P. ve Malhotra, A. (2000). A Conceptual Framework for Understanding E-Service Quality: Implications for Future Research and Managerial Practice. *Marketing Science Institute Working Paper Report*, 00-115, Cambridge, MA.

TÜKETİM ÜZERİNDEN ALINAN (DOLAYLI) VERGİLER VE TÜRKİYE ÖRNEĞİ*

Hamit Çetin

Araştırma Görevlisi

Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

E-posta: hamitcetin@sdu.edu.tr

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8629-1045>

ÖZET

Çalışmada dolaylı vergilere ağırlık verilmiş ve ilk olarak tüketim üzerinden alınan vergiler hakkında ayrıntılı bir şekilde bilgi verilmiştir. Daha sonra Türkiye'deki dolaylı vergilerin vergi gelirleri içindeki payları ayrıntılı bir şekilde incelenmiş ve gelişmiş ülkelerdeki dolaylı vergilerin, o ülkelerdeki vergi gelirleri içindeki payları ile karşılaştırılmıştır. Karşılaştırma sonucunda Türkiye'deki dolaylı vergilerin vergi gelirleri içindeki paylarının yüksek olduğu tespit edilmiş ve toplum üzerinde olumsuz etkileri tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Vergi, Tüketim Üzerinden Alınan Vergiler, Dolaylı Vergiler

FROM CONSUMPTION OVER FUNDS (INDIRECT) INCOME TAX AND TURKEY SAMPLE

ABSTRACT

In this study, indirect taxes have been emphasized and firstly detailed information has been given about the taxes on consumption. It is then their share in the tax revenues of indirect taxes in Turkey examined and detailed in indirect taxes in developed countries, it has been compared with the share of tax revenues in the

* Bu makalede bilimsel araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyulmuştur.

Bu makale yazarın yüksek lisans tezinden hazırlanarak üretilmiştir.

Atıf (APA): Çetin, H., (2020), Tüketim Üzerinden Alınan (Dolaylı) Vergiler ve Türkiye Örneği, Ekonomi Bilimleri Dergisi, 12 (1): 19-37.

country. It was ascertained that the comparison results in a high share of indirect taxes in tax revenues in Turkey and negative effects on society were discussed.

Keywords: *Tax, Consumption Taxes, Indirect Taxes*

JEL Codes: *H20, H21*

1. GİRİŞ: GENEL OLARAK TÜKETİM ÜZERİNDEN ALINAN (DOLAYLI) VERGİLER

Kişilerin gelir düzeyleri dikkate alınmadan yalnızca üretim, tüketim ve değişim vb. ekonomik olaylara dayanan ve üretilen, satılan veya tüketilen mal ve hizmetler üzerinden alınan vergilere tüketim vergileri denilmektedir (Edizdoğan, 1981: 2). Tüketim vergileri objektif vergilerdir ve bu vergilerde kişiye göre muamele sözkonusu değildir. Irkı, dini, cinsiyeti, zengin ya da fakir olması, evli ya da bekar olması, mülteci yada göçmen olması hiç fark etmeksizin verginin doğmasına sebebiyet veren herkes verginin mükellefidir. Bu vergiler genel olarak mal ve hizmetlerin fiyatı içinde saklandıkları için kişiler genellikle ne kadar vergi ödediklerinin pek farkına varmazlar. Bu sebepten dolayı da mükelleflerin psikolojisine uygun vergilerdir (Şen ve Sağbaş; 2015: 218).

Tüketim vergilerinin miktarı tüketim harcamalarına göre değişim göstermektedir. Vergilenmiş mal ve hizmeti daha fazla kullanan kişilerin, diğerlerine göre daha fazla vergi ödeyecekleri bilinmektedir. Bu vergiler, tersine artan oranlı vergi özelliği taşıdıklarından, gelir arttıkça tüketilen mal ve hizmetler üzerinden alınacak olan verginin gelire oranı azalma gösterecektir (Tosuner ve Arıkan, 2014: 343).

Tüketim vergileri, gelirin ve servetin tüketim yoluyla harcanması ile alınan vergilerdir. Gelir ve servetin harcandığı anda genellikle mal ve hizmetlerin fiyatları içinde gizlenmiş bir şekilde vergilendirilen vergiler dolaylı vergiler olarak adlandırılmaktadır. Harcamalar üzerinden alınan vergilerin ilk uygulama şekli eski Mısır ve Roma'da, alım ve satım üzerinden %1 oranında alınan ve "centisimum rerum venalium" şeklinde adlandırılan muamele vergileridir (Nadaroğlu, 1996: 357). Muamele vergisinin ilkel şekli ile doğuşu ilkçağa uzanmaktadır. Düzenli mali sisteme sahip olan ekonomilerde bu vergiye

rastlamak mümkündür (Turhan, 1998: 142). Orta çağda muamele vergileri pazar ve panayır yerlerinde tahsil edilen “Geçit Akçesi” adını almıştır. Muamele vergileri içinde 1342-1845 yılları arasında İspanya’da uygulanmış olan “alcavala” (İspanyolca Alcabala) adlı vergi özel bir yere sahiptir. Yıllarca yürürlükte kalan ve satış ile devirler üzerinden alınan ve %45’ten %65’e varan artan oranlar ile tahsil edilmesine rağmen hasılatının %30’una varan miktarlardaki tahsil masrafiyle İspanya’nın ekonomik çöküntüsünü hazırlayan bir vergi olmuştur (Turhan, 1998: 142; Nadaroğlu, 1996: 357). Harcama vergileri ise ilk defa 1916 yılında Almanya tarafından uygulanmıştır. Sağladığı verim sayesinde harcama vergileri kısa sürede hızlı bir gelişme göstermiş ve vergi sistemlerinin vazgeçilmez iki temel unsurundan (gelir, harcama) biri haline gelmiştir. 1917’de Fransa, 1919’da İtalya, 1921’de Belçika, 1933’te Yunanistan, 1940 yılında da İngiltere Almanya’yı takiben harcama vergilerini uygulamaya koymuştur (Nadaroğlu, 1996: 357).

Tüketim harcamaları üzerinden alınan vergiler, harcama yapanın gelir durumu göz önüne alınmadan herkes için eşit oranda uygulanan vergiler olduğundan, artan oranlı gelir vergilerinin tersine her birey aynı mal için aynı miktarda vergi ödediğinden, daha üst gelir grubuna mensup bireyler, gelirlerinin daha küçük bir kısmıyla vergilerini ödemektedirler. Yani mükelleflerin gelirleri azaldıkça, vergi yükleri daha da artmaktadır. Bu durum ise verginin eşitlik ilkesine ters düşmektedir. Tüketim harcamaları üzerinden alınan vergilerin daha adaletli ve eşit bir hale dönüştürülmesi için önemli çalışmalar ortaya konmuş ve bu çalışmaların sonucunda, düşük gelir grubuna mensup bireylerin bütçelerinde önemli yere sahip olan malların üzerindeki vergilerin düşürülmesi ya da kaldırılması uygulamasına karar kılınmıştır. Tabii bu malların en başında temel gıda maddeleri bulunmaktadır. Fakat vergi oranı düşürülen ya da üzerinden vergi kaldırılan malları (temel gıda maddeleri gibi) yüksek gelire sahip olan bireylerin de kullanıyor olması, düşük gelirli gruptan yüksek gelirli gruba doğru oluşan refah akışı ortaya çıkarmaktadır. Bu durum ise farklı gelir grubundaki bireyler arasındaki adaletsizlik sorununu daha da derinleştirmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde tüketim harcamaları üzerinden alınan vergilere ağırlık verilmesi daha yaygın görülen bir durumdur (Korkmaz, 1982: 77).

Tüketim vergileri, genel tüketim vergileri ve özel tüketim vergileri olmak üzere iki ana grupta incelenmektedir (Uluatam, 2009: 381). Bireyin toplam tüketimi

hesaplanarak vergilendirilmesi yani malların üretiminden tüketimine kadar geçirmiş oldukları ebreler ve el değıştirmeleri esnasında alınan vergilere genel tüketim vergisi denilmektedir (Edizdoğan, 2007: 303). Kanun ile belirtilen bazı mal ve hizmetler üzerinden alınan vergilere de özel tüketim vergisi denilmektedir (Uluatam, 2009: 382).

Tüketim vergileri aynı zamanda dolaylı vergi niteliğindedir. Mal ve hizmetler üzerinden alınan ayrıca mal ve hizmetlerin bir parçası olarak algılanan vergilere dolaylı vergiler denilmektedir. Dolaylı vergilerinin özellikleri aşağıda sıralanmıştır (Özbilen, 2010: 324):

- Üretilen, satılan veya tüketilen mal ve hizmetler üzerinden alınan vergiler şeklinde tanımı yapılmaktadır.
- Fiyatların içinde gizlenen bu vergilerin mükellefi tarafından ödenmesi kolaydır.
- Bu vergiler, yapıları itibari ile gayri şahsi özellik taşır ve mükellefinin servet ve gelir durumu göz önünde bulundurulmaz.
- Dolaylı vergiler, düşük gelir gruplarından, gelirlerine oranla daha yüksek oranda alındıkları için, düşük gelir gruplarının ödeme güçlerine ters düşmektedir. Bir başka deyişle bu vergilerin tersine artan oranlı olmaları, adil bir vergi olmadığını göstermektedir.
- Savaş, ekonomik kriz vb. gibi olağanüstü zamanlarda da verimliliklerini korumayı başaran vergilerdir.
- Bu vergiler, gelir elde etmek amacının dışında ahlak, sağlık vb. düşüncelerle tüketimi kontrol etmek amacıyla da uygulamaya konulabilen vergilerdir.
- Dolaylı vergiler, mal ve hizmetlerin fiyatlarını yükselterek harcamaları azalttığı gibi, tüketicileri harcamalardan caydırarak talebi daraltabilirler. Dolayısıyla enflasyonu önleyici etkiye sahiptirler. Bu özellikleri ile vergi politikalarında önemli bir yere sahiptirler.

Dolaylı vergiler mükellefler tarafından hissedilmemekte ve buna bağlı olarak da mükellefler vergi artışlarına tepkisiz kalabilmektedirler. Çünkü dolaylı vergi artışları mükellefler tarafından mal ve hizmetlerinin fiyatlarının artışı olarak değerlendirilmektedir. Vergilerin artışı ise mal ve hizmet fiyatlarının talep esnekliğine bağlı olarak etki oluşturmaktadır. Tüketiciler, vergi nedeniyle mal ve

hizmetlerin fiyatları arttığında mal ve hizmetlere olan taleplerini azaltmakta veya üzerinde daha düşük dolaylı vergi yükü olan ikame mallara yönelmektedirler (Tüsiad, 2012: 18-19).

Demokrasi ile yönetilen gelişmekte olan ülkelerde nüfusun çoğunluğunu düşük ve orta gelirli kesimler oluşturmaktadır. Nüfusun çoğunluğunu oluşturan bu kesimlerin yüksek dolaylı vergilere tabi tutulması siyasal bir maliyet olarak ortaya çıkmaktadır. Etik olarak da düşük ve orta gelirli kesimlere dayalı vergileme sisteminin vicdani olarak kabul edilebilirliği düşüktür. Bundan dolayı temel tüketim malları üzerinden alınan vergilerinin artışı siyasal ve sosyal olarak en son tercih edilmesi gereken yöntem durumundadır (Tüsiad, 2012: 18-19).

Devletin uyguladığı maliye politikası aracılığı ile belirlediği ekonomik hedeflerine ulaşabilmesi için, harcama seçeneğinin yanında vergi politikası da belirleyici olmaktadır. Tasarruf düzeyi düşük olan gelişmekte olan ülkelerde vergiler, toplumu oluşturan bireylerin kamu harcamalarına katılmalarını sağlayan en etkili mali araç olarak kullanılmaktadır (Soydal ve Yılmaz, 2009: 304).

Talebin fiyat esnekliği düşük olan mal ve hizmetler yakın ikamesi olmayan temel tüketim malları veya ücret malları olarak bilinmektedirler. Bu mallar toplumu oluşturan kişilerin geneli tarafından tüketilse bile, özellikle düşük gelire sahip kesimin yapmış oldukları tüketimde geniş yer kaplamaktadırlar. Esnekliği düşük olan temel tüketim mallarında yapılacak olan vergi artışları, düşük gelire sahip olan kişilerin bu temel tüketim mallarından vazgeçebilme ihtimalleri olmadığından, vergi hasılatında artış meydana getirecektir. Fakat vergi hasılatında meydana gelen bu artış kamu harcamalarının ağırlıkla düşük gelire sahip kişiler tarafından finanse edilmesi sonucunu doğuracağından gelir dağılımındaki adaletin bozulmasına sebep olacaktır (Tüsiad, 2012: 19).

Bu durumun siyasal ve sosyal olarak uygulanabilirliği düşüktür. Uygulanmasının düşük olmasının en büyük sebebi ise demokrasi ile yönetilen ülkelerde, nüfusun çoğunluğunu oluşturan düşük ve orta gelirli kesimin yüksek dolaylı vergilere tabi tutulmasının siyasal bir maliyeti bulunmaktadır. Ayrıca orta ve düşük gelirli kesimlere dayalı vergilendirmenin toplumsal vicdan tarafından da kabul edilebilirliği son derece düşüktür (Tüsiad, 2012: 19).

Dolaylı vergilerin enflasyonu önleme etkileri de bulunmaktadır. Bir mal veya hizmet üzerinden dolaylı vergilerin alınması, mal veya hizmetinin fiyatının artması anlamı taşımaktadır. Malların satış fiyatlarının artması ile bir taraftan aynı harcama düzeyinde daha az mal tüketimi sağlarken, diğer taraftan ise aynı tüketicilerin tercihlerini malları tüketmeme ya da daha az tüketmeye itebilmektedir. Malları tüketmeme veya az tüketme durumunun her ikisi de talebin azalması sonucu doğurmakta ve talebin azalması ise doğrudan enflasyonu önleyici etki yapmaktadır (Erdem, vd., 2015: 281).

Dolaylı vergilerde mükelleflerin vergi ödeme gücü dikkate alınmamaktadır. Bundan dolayı geliri düşük olanların objektif vergi yükü daha yüksek ve geliri yüksek olanların objektif vergi yükü daha düşüktür. Bu vergilerin gelir arttıkça gelir içindeki payları düşmektedir. Bundan dolayı da tersine artan oranlı vergi yükü sorununu ortaya çıkarmaktadır. Tüketim vergilerinin düşük gelirleri yüksek orandan ve yüksek gelirleri düşük orandan vergilendirmesi nedeniyle vergilemede adalet ilkesine ters düşmekte ve gelir dağılımı üzerinde ise olumsuz bir etki yaratmaktadır (Şen ve Sağbaşı, 2015: 218-219).

Üretimi artırmak için devlet dolaylı vergilere başvurabilmektedir. Örneğin: üretiminin artırılması istenilen mallar üzerindeki dolaylı vergiler kısmen veya tamamen kaldırılarak söz konusu mala talep artırılarak üretimin artışı sağlanır. Bu tür politikalar ekonominin durgun olduğu dönemlerde uygulanarak durgunluğun giderilmesini sağlayabilmektedir. Hükümet, dolaylı vergi oranlarında yapacağı değişiklikler ile bazı sektörleri teşvik etmeyi amaçlarken bazı sektörleri de tam aksine durdurmak isteyebilir. Özellikle ÖTV, devlete gelir sağlamanın yanında negatif dışsallıkları azaltma(önleme) noktasında dünyada tercih edilen önemli bir vergi konumundadır. Dolaylı vergilerde yapılacak olan oran değişiklikleri, gelir dağılımındaki bozuklukları düzeltme amacı (sosyal amaç) da taşıyabilmektedir (Bilici ve Bilici, 2014: 166).

Yüksek oranlarda uygulanacak olan dolaylı vergiler, aşırı vergi yüküne de neden olabilmektedirler. Özellikle tüketicilerin harcama vergileri nedeniyle katlanmış oldukları vergi yükünü yansıtmaya olanaklarının neredeyse hiç olmamasından dolayı önemli refah kayıpları ortaya çıkabilmektedir (Altay, 2015: 155).

2. TÜRKİYE'DE ÖZEL TÜKETİM VERGİSİ UYGULAMASI

Özel Tüketim Vergisinin en başında bulunan “özel” sözcüğünün verilmesinin sebebi, verginin kapsamına giren mal veya hizmetlerin kanunla konulmasından dolayı sınırlı olmasıdır.

ÖTV konusuna giren ürünler Kanun'da ekli olan dört listede yer verilmiştir. Bunlar; (I) sayılı listede; petrol ve petrol ürünleri, (II) sayılı listede; motorlu taşıtlar, (III) sayılı listede; tütün ve tütün mamulleri ile alkollü ve alkolsüz (kolalı) içecekler (IV) sayılı listede ise, elektronik ürünler, beyaz eşyalar ve tüketimi lüks sayılan bazı mallar olarak sıralanmıştır. ÖTV' uygulamasının yürürlüğe girmesi sayıları 10'dan fazla olan tüketim vergileri kaldırılarak, hepsinin tek çatı altında toplanması sağlanmıştır (Bilici, 2018: 159-160).

ÖTV belirli mal ve hizmet grubu üzerinden alındığı için fiyatı değiştiren vergiler olarak bilinmektedirler. Bu vergilerin yaygın olarak uygulanma nedeni ise fiyat ayarlamaları yolu ile tüketici tercihlerini değiştirmek ve ayrıca bazı ürünlerin tüketimini kısıp, tüketicileri diğer ürünleri kullanmaya teşvik etmektir (Önder, 2002: 8).

ÖTV'ye tabi ürünler ülkeden ülkeye farklılık göstermekle birlikte genelde üç grup tüketim maddesinden alınmaktadır. Bunlar bireye zararlı alışkanlık kazandıran maddeler (sigara, alkol vb.) ile lüks tüketim maddeleri (kürk, mücevher vb.) ve sürümü çok yüksek olan çevreye yüksek derecede zarar veren bazı mallardır (benzin, mazot vb.) (Turhan, 1998: 259).

ÖTV genelde alışkanlık veren keyif verici mallar ile lüks malları hedef almaktadır. Bazı durumlarda ise geniş ölçüde sanayi ürünü ve hizmetlerini de kapsamına alarak genel tüketim vergisi görünümü vermektedir (Çapar, 2004; 121).

ÖTV, Türk vergi sisteminde 2002 yılında uygulamaya konulmuştur. Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de Özel Tüketim Vergisi'nin varoluş sebepleri aşağıdaki gibidir (Doğan, 2003: 20). Bunlar:

- Negatif dışsallıkları yüksek ve sosyal faydaları düşük ürünler üzerinden alınmaktadır. Örneğin; alkollü içecekler üzerinde yoğunlaşmasının temel sebeplerinden biri; alkolün negatif dışsallığının yüksek olmasıdır. ÖTV, kürklü giysiler grubu üzerinde de alınmaktadır. Bu malların yapımı bazı hayvanların nesillerinin yok olmasına sebep olabilmesi nedeniyle negatif dışsallıkları olan ürünler olarak adlandırılırlar. Burada ÖTV'nin amacı doğayı korumaktır.
- Devletlerin vergilerden beklentilerinin temel amacı yüksek hâsılattır. Malın fiyatındaki değişimler sonucunda malın tüketim miktarı etkilenmiyorsa devletlerin amacı olan yüksek hasıllata kolayca ulaşılır. Örneğin; akaryakıt, tütün, alkol gibi malların talebin fiyat esnekliği düşük olduğundan bu mallarda yüksek hasıllata kolayca ulaşılabilir.
- Özel Tüketim Vergileri grubuna giren mallar devlet kontrolünde olan mallardır. Ülkemizde akaryakıt ithali ve satışının devlet kontrolünde olması bu duruma örnek olarak verilebilir.

Yukarıda belirtilen ana başlıklar göz önünde bulundurulduğunda, kaynak tahsisinde etkinliğin sağlanması amacı ile olumlu dışsal ekonomik faydalar yayan etkinliklerin yaygınlaştırılması için bazı tüketim vergileri teşvik edici bir politika aracı olarak kullanılırken olumsuz dışsal ekonomiler yayan etkinliklerin kısıtlanması için de düzenleyici bir şekilde kullanılabilmiştir (Şener, 2006: 156). Örneğin, İngiltere'de negatif dışsallığı yüksek olan sigaradan özel tüketim vergisi adı altında %64,86 oranında vergi alınmaktadır. Burada temel amaç olumsuz dışsallık yayan sigaranın tüketiminin kısıtlanmasıdır (Kulu, 2001: 73-74). Topluma yayılan olumsuz dışsallıkların içki ve sigara gibi tekel ürünlerinin tüketim düzeyi kadar artacağı bilinmektedir (Aksoy ve Çiftçi, 2005: 13).

Özel tüketim vergisinin konusuna giren mallar sıkı bir takip sistemine dahil olduklarından bu vergilerde vergi uyumunun yüksek olduğu söylenebilir ve bu vergi uyumunun yüksek olması gönüllü bir uyumu ifade etmemektedir. ÖTV konusuna giren malların takibinin yüksek olması bu vergi için kayıp ve kaçakları da azaltmaktadır (Saygın, 2013: 121).

3. TÜRKİYE'DE KATMA DEĞER VERGİSİ UYGULAMASI

Katma değer vergisi tüketimlerin vergilendirilmesini amaçlayan vergi türüdür. Tüketilen malların yanı sıra hizmetlerin de iktisatta tüketim olarak kabul edilmelerinden dolayı KDV'nin konusuna dahil oldukları kabul görmüştür (Nadaroğlu, 1996: 355-356). Katma Değer Vergisi genel bir harcama vergisi olduğundan malların ve hizmetlerin fiyatlarına eklenerek alınır. Harcama vergileri birçok ülkede yaygın olarak uygulanmaktadır. Bu harcama vergileri uygulaması ile gelir elde edilirken vergilendirilmeyen kısmın, harcanırken vergilendirilmesi amaçlanmıştır. Bundan dolayı gelir vergileri ile harcama vergilerine birbirini tamamlayan vergiler denilmektedir. Katma değer vergileri muamele vergilerinin daha modern şeklidir (Alptemoçin, 1985: 5).

Vergi ödeme gücü göstergelerinden biri elde edilen “gelir” ve diğer bir gösterge ise bu gelirin harcanması durumudur. Kişilerin elde etmiş oldukları gelirlerin direk vergilendirilmesine ek olarak, harcamaların da vergilendirilmesi yoluna gidilmektedir. Üretim ya da üretimin her aşaması belirtilmiş olan mal ve hizmetler tek tek vergi kapsamına alınarak, mükellefin harcamaları vergilendirilir (Arslan, 1983: 1).

Türkiye’de ‘Umumi istihlak Vergisi’ olarak bilinen muamele vergisi uygulamasına ilk olarak 1926 yılında başvurulmuştur. Uygulamasındaki zorluk ve o zamanda ülkenin içinde bulunduğu ekonomik durum, verginin uygulanışının başarısızlıkla sonuçlanmasına sebebiyet vermiş ve sonra da uygulamadan kaldırılmıştır. Bu verginin kaldırılması ile 1927 yılında sınai üretimi kapsamına dahil eden toplu bir vergi olan ilk muamele vergisi uygulamaya konulmuştur (Turhan, 1998: 147). Bu verginin ilk özelliği, Türkiye’ye ithal ve ihraç edilen mallar üzerinden bir verginin alınması uygulamasıdır. Bir diğer özelliği ise önceden imal ve ithal sırasında ödenmiş olan vergilerin, sonradan alınacak vergilerden indirilmesidir. Bu ikinci özellik dikkate alınarak dünyada katma değer vergisini ilk uygulayan ülke Türkiye’dir (Turhan, 1998: 148).

Ülkemizde KDV ile ilgili ilk çalışmalar, 1972 yılında II. Beş Yıllık Kalkınma Planı ile birlikte başlamıştır. Bu ilk çalışmalarda konu ile ilgili olarak KDV'nin zorunlu olduğu Almanya'nın vergi sisteminden yola çıkılarak çeşitli kanun tasarıları hazırlanmış fakat hazırlanmış olan bu kanun tasarıları 1984 yılına kadar

kanunlaştırılmamıştır (Aydemir, 1996: 17). Daha sonra Türkiye 25.10.1984 tarih ve 3065 sayılı Kanun gereğince KDV kabul edilmiş ve 1.1.1985 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Katma değer vergisi genel harcama vergilerinin en gelişmişidir. Katma değer vergisi, belge sisteminin gelişerek kayıt dışılığı azaltan etki yaratmıştır. Ayrıca katma değeri vergilendirdiği için de bu vergiye müdahaleci olmayan tarafsız vergi denilebilmektedir (Türk, 1999: 155). KDV'nin muhasebe defterine kaydına kesinlikle ihtiyaç vardır. Bu yönü KDV'yi yayılı ve toplu muamele vergilerinden daha masraflı hale getirmektedir (Turhan, 1998: 164).

Türkiye'de KDV için üç farklı oran belirlenmiştir. Buna göre KDV oranı, (I). sayılı liste olarak adlandırılan listedeki ürünler (temel gıda ve tüketim ürünleri) %1, (II) sayılı listedeki ürünler (başta giyecek olmak üzere çeşitli ürünler) %8 ve bunun dışına kalan mal ve hizmetlerde ise %18 olarak belirlenmiştir.

4. TÜKETİM ÜZERİNDEN ALINAN KDV VE ÖTV'NİN VERGİ HASILATINDAKİ PAYI

Dolaylı vergiler içerisinde önemli yer tutan Katma Değer Vergisi ile Özel Tüketim Vergisi'nin toplam vergi gelirleri içindeki payları her geçen yıl artmaktadır. Tablo 2.5'te KDV ve ÖTV'nin toplam vergi gelirleri içindeki payı ile dolaylı vergiler içindeki payları verilmiştir.

Tablo 1. ÖTV ve KDV'nin Toplam Vergi Gelirleri İçindeki Payları ile Dolaylı Vergiler İçindeki Payları (%) (1985-2016)

Yıllar	Vergi Gelirleri Tahsilatı	Toplam KDV Tahsilatı	(%)	Toplam ÖTV Tahsilatı	(%)	Toplam ÖTV+KDV Tahsilatı	(%)	KDV'nin Dolaylı Vergilerdeki payı (%)	ÖTV'nin Dolaylı Vergilerdeki payı (%)
1985	3.829	951	24,8	-	-	951	24,8	41,5	-
1990	45.399	12.371	27,2	-	-	12.371	27,2	56,8	-
1995	1.084.350	354.980	32,7	-	-	354.980	32,7	55,2	-
2000	26.503.698	8.379.554	31,6	-	-	8.379.554	31,6	53,5	-
2001	39.735.928	12.438.554	31,3	-	-	12.438.554	31,3	52,5	-
2002	59.631.868	20.400.201	34,2	13.648.790	22,9	34048991	57,1	51,6	36,7
2003	84.316.169	27.031.099	32,1	22.299.243	26,4	49330342	58,5	47,8	40,0
2004	101.038.904	34.325.208	34,0	26.866.570	26,5	61191778	60,6	49,1	38,4
2005	119.250.807	38.280.429	32,1	33.621.775	28,1	71902204	60,2	45,9	40,0
2006	151.271.701	50.723.560	33,5	37.102.948	24,5	87826508	58,0	49,9	36,5
2007	171.098.466	55.461.123	32,4	39.350.665	23,0	94811788	55,4	49,9	35,4
2008	189.980.827	60.066.230	31,6	41.962.183	22,0	102028413	53,6	50,1	35,0
2009	196.313.308	60.169.248	30,6	43.708.500	22,3	103877748	52,9	49,5	35,9
2010	235.714.637	75.649.986	32,1	58.038.327	24,6	133688313	56,7	49,1	37,6
2011	284.490.017	95.550.463	33,6	64.263.538	22,6	159814001	56,2	51,8	34,9
2012	317.218.619	103.155.875	32,5	71.793.179	22,6	174949054	55,1	50,8	35,3
2013	367.517.727	123.878.363	33,7	85.770.481	23,3	209648844	57,0	50,8	35,2
2014	401.638.956	130.538.554	32,5	91.657.358	22,8	222195912	55,3	50,1	35,2
2015	465.229.389	153.844.174	33,1	106.646.242	22,9	260490416	56,0	50,5	34,9
2016	529.601.901	168.808.352	31,9	121.187.315	22,9	289735718	54,7	49,8	35,8

Kaynak: http://www.gib.gov.tr/yardim-ve-kaynaklar/istatistikler_sayfasından faydalanılarak hazırlanmıştır, (11.11.2018).

Tablo 1 incelendiğinde, KDV'nin toplam vergi gelirleri içindeki payı azalan bir seyir gösterirken ÖTV'nin toplam vergi gelirleri içindeki payı ise pek farklılık göstermemektedir. Dolaysız vergilerin vergi yükü artırılmadığı için dolaylı vergilerin toplam vergi gelirleri içindeki payı da artmaktadır. Bu durum ülkemizin vergi sistemini harcama vergi sistemine doğru sürüklemektedir. 1985-2016

yıllarına bakıldığında toplam vergi gelirlerin ortalama %55'i ÖTV ve KDV'den oluşmaktadır. Anayasamızın 73. maddesinde, “Herkes kamu giderlerini karşılamak üzere mali gücüne göre vergi öder” açıklamasından sonra, “vergi yükünün adaletli ve dengeli dağılımı, maliye politikasının sosyal amacıdır” hükmüne yer verilmiştir. Ama yıllar itibari ile toplam vergi içindeki dolaysız vergilerin payı yıl geçtikçe azalmış ve %33-34'ler seviyesine gerilemiş, dolaylı vergilerin payları ise aynı oranda artmıştır. Dolaylı vergilerin vergi adaletine ters düştüğü gerçeğinden yola çıkarak bu durum, ülkemizde vergi adaletinin ters yönde işlediği rahatlıkla algılanabilmektedir. Vergi adaletinin ters işlemesinden dolayı bu durumun Anayasaya aykırı olduğunu dile getirmek dahi mümkündür (Özdemir, 2009: 32).

Televizyon yayınlarının uydu platformu ve kablo ortamından iletilmesine ilişkin hizmetleri %7,5, kablolu, kablosuz ve mobil internet servis sağlayıcılığı hizmetinde de %7,5 oranında vergiye tabi tutulan bu oranlar 01.01.2018 tarihinde yürürlüğe girmiştir (GİVK, m. 39). Bu hizmetler üzerinden, açıklanmış olan ÖTV'ye ek olarak % 18 oranında KDV tahsil edilmektedir (Bilici, 2018: 167).

Uygulanan maktu vergiler, her takvim yılı başından geçerli olmak üzere önceki yılın yeniden değerlendirme oranında artırılması hükmüne bağlanmıştır (DVK, m. 30). Mükerrer 30. maddede Cumhurbaşkanı, bazı konularda bu vergileri belli oranlarda azaltabilme ve artırabilme yetkisi verilmiştir.

Damga vergisi; makbuz karşılığı, istihkaktan kesinti yapılması ya da basılı damga konulması şeklinde üç yoldan biriyle ödeneceği karara bağlanmıştır (DVK, m. 15).

Makbuz karşılığı ödemelerden veya istihkaklardan kesinti yapılarak tahsil edilen damga vergisi, ertesinin 20. günü akşamına kadar bir beyanname ile bildirilir ve 26. günü akşamına kadar tahsil edilir (DVK, m. 22-23).

5. KDV VE ÖTV DIŞINDAKİ TÜKETİM VERGİLERİNİN TÜRK VERGİ HASILATINDAKİ PAYI

Türkiye'de tüketim üzerinden alınan KDV ve ÖTV dışında kalan vergilerin Türk vergi hasılatında çok fazla yer kaplamamaktadır. Bu vergilerde çok sık tarife

değişikliklerine gidilmemesi dolaylı vergi gelirlerindeki artış, KDV ve ÖTV dışındaki tüketim vergilerinde görülememektedir.

Tablo 2. Tüketim Üzerinden Alınan Vergilerin Toplam Vergi Gelirleri İçindeki Payı

Yıllar	Banka Muameleleri Vergisi (Bin TL)	(%)	Şans Oyunları Vergisi (Bin TL)	%	Özel İletişim Vergisi (Bin TL)	%	Damga Vergisi (Bin TL)	%	Harçlar (Bin TL)	%
1998	315.098	3,4	-	-	-	-	240.718	2,6	193.038	2
1999	466.063	3,1	-	-	5	-	355.690	2,4	249.672	1,6
2000	858.154	3,2	-	-	415.872	1,5	704.478	2,7	453.728	1,7
2001	1.511.207	3,8	-	-	492.072	1,5	833.885	2,1	750.670	1,9
2002	984.568	1,7	-	-	852.250	1,4	1.313.556	2,2	1.142.279	1,9
2003	1.159.763	1,4	-	-	1.048.050	1,2	1.707.181	2,0	1.591.034	1,9
2004	1.427.586	1,4	223.452	0,2	1.900.095	1,9	1.915.515	1,9	2.111.954	2,1
2005	1.769.152	1,5	234.244	0,2	3.043.577	2,6	2.187.176	1,8	2.925.745	2,5
2006	2.630.207	1,7	368.769	0,2	3.593.234	2,4	3.167.251	2,1	4.042.603	2,7
2007	3.176.013	1,9	326.500	0,2	4.222.061	2,5	3.677.079	2,1	4.857.694	2,9
2008	3.720.367	2,0	376.164	0,2	4.565.689	2,5	3.987.640	2,2	5.180.554	2,8
2009	4.043.296	2,1	395.834	0,2	4.274.732	2,3	4.205.581	2,2	4.873.344	2,6
2010	3.577.367	1,6	434.110	0,2	4.127.672	1,8	5.141.850	2,3	7.175.593	3,1
2011	4.309.847	1,6	528.065	0,2	4.420.621	1,6	6.534.386	2,4	8.520.852	3,1
2012	5.491.675	1,8	615.512	0,2	4.477.310	1,5	7.446.694	2,4	9.936.112	3,2
2013	6.167.842	1,7	692.354	0,2	4.567.282	1,3	9.525.425	2,7	13.157.761	3,7
2014	7.494.649	1,9	768.167	0,2	4.658.132	1,2	10.479.147	2,7	14.806.475	3,8
2015	9.181.054	2,0	842.178	0,2	4.744.942	1,1	12.202.809	2,7	17.322.101	3,8
2016	11.076.415	2,2	899.970	0,2	4.990.373	1,0	13.655.558	2,7	18.172.028	3,5
2017	13.297.025	2,2	992.881	0,2	3.865.892	0,7	15.810.611	2,6	19.563.326	3,3

Kaynak: Gelir İdaresi, istatistik verilerinden faydalanarak hazırlanmıştır (11.11.2018).

Tablo 2 incelendiğinde, KDV ve ÖTV dışında kalan tüketim üzerinde alınan banka ve muameleleri vergisi, şans oyunları vergisi, damga vergisi, özel iletişim vergisi ve harçların toplam vergi gelirleri içindeki oranlarında çok fazla değişikliklerin meydana gelmediği görülmektedir.

6. DOLAYSIZ-DOLAYLI VERGİLERİN KARŞILAŞTIRILMASI VE TÜRK VERGİ SİSTEMİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

Vergilerin dolaylı veya dolaysız olduklarının belirlenebilmesi için iki farklı metottan yararlanılabilmektedir. Metotların birincisi, yansıma ölçüsü başka bir deyişle vergi yükünün başkalarına devredilip devredilememesi, ikinci metot ise verginin devamlı olması ve tahsil usulüdür (Akdoğan, 2009: 288).

Dolaylı vergilerin uygulamaları dolaysız verilere nazaran daha basit ve kolaydır. İlk başta verginin uyum maliyetinin yanında tarh ve tahsil maliyetleri de düşüktür. Dolaylı vergiler kolaylıkla ileriye doğru (genelde tüketiciler üzerine) yansıtılabilen vergilerdir. Bundan dolayı yatırım kararları üzerinde olumsuz etkileri yok denecek kadar azdır. Ayrıca talebi esnek olmayan malların vergilerinin göreceli olarak artırılması durumunda, vergilerin ekonomik karar ve davranışlar üzerinde negatif etkisinin en az olması da beklenir (Şen ve Sağbaş, 2015: 218-219). Uluslararası piyasalarda rekabet edilebilirliği artırmaktadır. Örneğin; KDV ihracatta iade edilmekte ve böylelikle ihracatçı yerli firmaları olumsuz etkilememektedir.

Dolaylı vergiler gelir vergisi gibi tasarruflardan sağlanan geliri vergi kapsamına almaz ve tasarrufları ancak harcandığında vergilendirir (Özdemir, 2009: 17). Vergi sistemindeki karmaşıklıklar vergilemede mükelleflerin ve vergi idarelerinin omuzlarına daha fazla maliyet yükü bindirmektedir. Tüketim vergileri yoluyla, idari açıdan zor uygulanan ve gelir vergisinin getirdiği vergi maliyetlerinin önüne geçilmeye çalışılmaktadır. Ayrıca tüketim vergilerinin vergi yönetimi bakımından gelir vergilerinin uygulanmasından daha kolay ve basit olduğu genel bir düşünce olarak kabul edilmektedir. ABD’de geliştirilen tüketim vergisi önerilerinde uygulanacak vergi beyannamesinin son derece basit bir şekilde düzenlenebileceği ileri sürülmüş ve bu sayede vergi idaresinin ve mükelleflerin hatırı sayılır bir mali yükten kurtulacakları savunulmuştur (Dileyici, 2006: 149).

Dolaylı vergilerin tartışılabilir en önemli eksiği verginin tamamının nihai tüketicinin sırtına yüklenmesidir. Dolaylı vergiler, vergi adaleti açısından taşıdığı olumsuz yönleri ile vergi adaletsizliğinin başını çekmektedir. Dolaylı vergiler, mükellefin vergi ile ilgili yasal düzenlemeler konusunda önemli bilgi birikimine sahip olmalarını gerektirmektedir (Akdoğan, 2009: 288). Bu vergiler ödeme

gücünü dikkate almamalarından dolayı, düşük gelirli mükellefleri(tüketicileri) yüksek orandan ve yüksek gelirli mükellefleri düşük orandan vergilendirmektedir. Bu durum ise vergilemede adalet ilkesine ters düşmekte ve gelir dağılımı üzerinde olumsuz etkinin meydana gelmesine sebep olmaktadır (Şen ve Sağbaşı; 2015: 219).

Tablo 3. Türkiye’de Dolaylı-Dolaysız Vergilerin Vergi Gelirleri İçindeki Payı

Yıllar	Toplam Vergi Gelirleri (Bin TL)	Dolaysız Vergiler (Bin TL)	%	Dolaylı Vergiler (Bin TL)	%
1981	1.190	722	61	468	39
1985	3.829	1.539	40	2.290	60
1990	45.400	23.657	52	21.743	48
1995	1.084.351	441.787	41	642.563	59
2000	26.503.698	10.849.962	41	15.653.737	59
2001	39.735.928	16.058.049	40	23.677.879	60
2002	59.631.868	20.060.525	34	39.571.343	66
2003	84.316.169	27.780.138	33	56.536.031	67
2004	101.038.904	31.147.157	31	69.891.747	69
2005	119.250.807	36.589.477	31	82.664.192	69
2006	151.271.701	47.334.572	31	103.937.129	69
2007	171.098.466	57.473.256	34	113.625.210	66
2008	189.980.827	67.240.001	35	122.740.826	65
2009	196.313.308	71.479.105	36	124.834.203	64
2010	235.714.637	77.597.893	33	158.116.744	67
2011	284.490.017	95.439.620	34	189.050.397	66
2012	317.218.619	108.865.277	34	208.353.342	66
2013	367.517.727	117.915.450	32	249.602.277	68
2014	401.683.956	134.497.054	33	267.186.902	67
2015	465.229.389	151.835.504	33	313.393.885	67
2016	529.607.901	181.257.608	34	348.350.293	66
2017	625.512.314	213.420.660	34	412.091.654	66

Kaynak: <http://www.gib.gov.tr/yaritim-ve-kaynaklar/istatistikler> sayfasından yararlanılarak hazırlanmış ve 1981 ile 1985 oranları ise *Pınar, Abuzer., Türkiye’de Kamu Gelirleri Yapısındaki Değişmeler ve Vergi Yükü(1980-1990)*, ss: 292, çalışmasından faydalanılarak hesaplanmıştır, (11.11.2018).

Dolaylı-dolaysız vergilerin Türkiye'deki gelişimi incelendiğinde 1981 sonrasında dolaysız ve dolaylı vergilerin toplam vergi oranları içindeki paylarının büyük ve hızlı değişimi dikkat çekmektedir. Tablo 3 incelendiğinde 1981-2017 döneminin başındaki dolaylı vergi oranları %40 civarlarında iken 2017 yılına doğru gelindikçe artmış ve 2017 yılına gelindiğinde dolaylı verilerin oranı 70'lere yaklaşmıştır. Dolaysız vergilerde ise tam tersi durum meydana gelmiştir. Dolaylı ve dolaysız vergilerin karakteristik özelliklerinden dolayı Türkiye'de vergi dağılımında adalet ve eşitliğin düşük seviyelerde olduğu sonucuna varılmaktadır.

SONUÇ

Dolaylı vergiler, yalnızca üretim, tüketim ve değişim vb. ekonomik olaylara dayandırılmakta ve kişilerin gelir düzeyleri dikkate alınmadan tehsil edilmektedir. Bu özelliklerinden dolayı bu vergiler objektif vergiler olarak kabul edilmekte ve kişilerin ırk, dil, din, evli veya bekar, zengin veya fakir vb durumlar dikkate alınmadan verginin doğmasına sebebiyet veren her birey verginin mükellefi olarak kabul edilmektedir. Dolaylı vergilerin miktarı tüketim harcamalarına göre değişim göstermektedir. Bundan dolayı vergilendirilmiş mal veya hizmeti daha fazla kullanan kişilerin diğerlerine nazaran daha fazla vergi ödeyecekleri bilinen bir gerçektir. Vergilerin bu özelliklerinden dolayı tersine artan oranlı vergi özelliği taşımaktadırlar. Bu da gelir arttıkça tüketilen mal ve hizmetler üzerinden alınacak olan verginin gelire oranı azalma göstermektedir. Her birey aynı mal için aynı miktarda vergi ödediğinden, gelir düzeyi yüksek olan bireyler, gelirlerinin daha küçük bir kısmıyla vergilerini ödemektedirler. Yani mükelleflerin gelirleri azaldıkça, vergi yükleri daha da artmaktadır. Bu durum ise verginin eşitlik ilkesine ters düşmekte gelir dağılımı üzerinde ise olumsuz bir etki yaratmaktadır.

Türkiye'de dolaylı vergilerin vergi gelirleri içindeki payı %70 oranlarına yaklaşması, dolaysız vergilerin payı ise neredeyse %30 seviyelerine gerilemesi Türkiye'de vergi adaletinin tam olarak sağlanamadığı ve gelir dağılımını da olumsuz yönde etkilediği sonucunu ortaya koymaktadır. Bu durum Türkiye'de vergi adaletinin ters yönde işlediği rahatlıkla algılanabilmektedir. Vergi adaletinin ters işlemeden dolayı bu durumun Anayasaya aykırı olduğunu dile getirmek dahi mümkündür.

KAYNAKÇA

- Akdoğan, A., (2009), *Kamu Maliyesi*, Ankara, Gazi Kitabevi.
- Aksoy, S. - Çiftçi, M., (2005), *Türk Vergi Sisteminin AB Vergi Sistemine Uyumu*, Vergi Sorunları Dergisi, Sayı 202, ss. 7-17.
- Alptemoçin, A. K., (1985), *Katma Değer Vergisi ve Uygulaması*, İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Maliye Araştırma Konferansları, No: 30.
- Altay, A., (2015), *Kamu Maliyesi Teorisi Gelişimi Kapsamı*, Ankara, Seçkin Yayınları.
- Arslan, E., (1983), *Katma Değer Vergisi Ve İlgili Yasa Tasarısının Getirdikleri*, Vergi Dünyası, Kasım, <http://www.vergidunyasi.com.tr/Makaleler/329>, (12.12.2017).
- Aydemir, B., (1996), *Türkiye’de Katma Değer Vergisi Uygulamasının Değerlendirilmesi ve Efektif Katma Değer Vergisi Oranlarının Hesaplanması*, Yıllık Programlar ve Konjonktür Değerlendirme Genel Müdürlüğü, DPT, Ağustos.
- Bilici, N. - Bilici, A., (2014), *Kamu Maliyesi*, Ankara, 4. Baskı, Savaş Yayınevi.
- Bilici, N., (2018), *Türk Vergi Sistemi*, Ankara, Savaş Yayınevi.
- Çapar, M., (2004), *Özel Tüketim Vergisi ve Türkiye Uygulaması*, Sayıştay Dergisi, Sayı: 52, ss. 121-134.
- Dileyici, D., (2006), *Vergilemede Yeni Bir Eğilim: Gelir Vergilerinden Tüketim Vergilerine*, (İçinden: C. Can Aktan, Dilek Dileyici ve İstiklal, Y. Vural, Kamu Maliyesinde Çağdaş Yaklaşımlar), Ankara, Seçkin Yayınları, ss. 131-152.
- Doğan, U., (2003), *Özel Tüketim Vergisi*, Vergi Sorunları Dergisi, Sayı 174, Mart, ss. 19-32.
- Edizdoğan, N., (1981), *Teoride ve Uygulamada Özel Tüketim Vergileri*, Bursa.
- Edizdoğan, N., (2007), *Kamu Maliyesi*, Bursa, 9 .Baskı, Ekin Kitabevi.

EKONOMİ BİLİMLERİ DERGİSİ

Cilt 12, No 1, 2020 ISSN: 1309-8020 (Online)

Erdem, M. - Şenyüz, D. - Tatlıoğlu, İ., (2015), *Kamu Maliyesi*, Bursa, Ekin Yayınları, Güncellenmiş 12. Baskı.

Gelir İdaresi Başkanlığı, İstatistik, (11.11.2018), <http://www.gib.gov.tr/yaritim-ve-kaynaklar/istatistikler>, (11.11.2018).

Korkmaz, E., (1982), *Vergi Yapısı ve Gelişimi*, İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi Yayınları.

Kulu, B., (2001), *Sigara ve İçki Üzerinden Alınan Vergilerde AB Ülkeleri Vergi Yapısı ve Türk Vergi Yapısı ile Karşılaştırılması*, Vergi Dünyası Dergisi, Sayı 238, Haziran, ss. 69-76.

Nadaroğlu, H., (1996), *Kamu Maliyesi Teorisi*, İstanbul, 9. Baskı, Beta Yayınları.

Önder, İ., (2002), *Özel Tüketim Vergisi*, Mükellefin Dergisi, Sayı:111,. Ss. 8-10.

Özbilen, Ş., (2010), *Kamu Maliyesi*, Ankara, Gazi Kitabevi.

Özdemir, B., (2009), *Vergi Sistemlerinde Dolaysız Vergilerden Dolaylı Vergilere Kayış ya da Tüketim Vergilerinin Artan Ağırılığı*, Maliye Dergisi, Sayı: 157, Temmuz-Aralık, ss. 1-32.

Saygın, Ö., (2013) “Vergi Uyumu ve Vergi İdaresinin Vergi Uyumuna Etkisi”, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Eskişehir.

Şen, H.- Sağbaşı, İ., (2015), *Vergi Teorisi ve Politikası*, Ankara.

Şener, O., (2006), *Kamu Ekonomisi*, İstanbul, Beta Yayınevi.

Soydal, H. - Yılmaz, M. L., (2009), *Türkiye’de Dolaylı ve Dolaysız Vergiler ve Ekonomiye Etkileri*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, C: 12, ss. 295-308.

Tosuner, M. - Arıkan, Z., (2014), *Tük Vergi Sistemi*, İzmir.

Turhan, S., (1998), *Vergi Teorisi ve Politikası*, İstanbul, Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş 6.Baskı, Filiz Kitabevi.

Türk, İ., (1999), *Kamu Maliyesi*, Ankara, Turhan Kitabevi.

EKONOMİ BİLİMLERİ DERGİSİ

Cilt 12, No 1, 2020 ISSN: 1309-8020 (Online)

Tüsiad., (2012), *Dolaylı ve Dolaysız Vergilerin Türk Mali Sistemi İçerisindeki Yeri: Siyasal, Sosyal ve Ekonomik Sonuçları*, Yayın No: TÜSİAD-T/2012/532.

Uluatam, Ö., (2009), *Kamu Maliyesi*, Ankara, İmaj Yayınları.

TÜRKİYE’DE TURİZM GELİRLERİNİN CARİ İŞLEMLER DENGESİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: ARDL SINIR TESTİ YAKLAŞIMI*

Hüseyin Uslu

Erciyes Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

e-posta: h.uslu80@hotmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2642-1175>

ÖZET

Bu çalışmada; Türkiye'nin turizm gelirlerinin cari işlemler dengesi üzerindeki etkileri, 2003:M01-2018:M09 dönemi verileri kullanılarak, ekonometrik analizler yardımıyla araştırılmıştır. Çalışmada serilerin durağanlık dereceleri Ng-Perron (2001) birim kök testiyle incelenmiş ve turizm gelirleri serisinin birinci farkı alındığında, diğer serilerin düzey değerlerinde durağan oldukları belirlenmiştir. Seriler arasında eşbütünleşme ilişkisinin varlığı Pesaran vd. (2001) Sınır Testi yöntemiyle incelenmiş ve serilerin eşbütünleşme ilişkisine sahip oldukları bulunmuştur. Seriler arasındaki uzun ve kısa dönem ilişkileri ARDL yöntemiyle analiz edilmiştir. Uzun dönem analizinde; turizm gelirlerindeki 1 Milyar Dolarlık artışın cari işlemler açığını 2.26 Milyar Dolar azalttığı belirlenmiştir. Benzer şekilde döviz kurundaki 1 TL'lik artışın Türkiye'nin cari işlemler açığını ortalama 2.50 Milyar Dolar azalttığı sonucuna ulaşılmıştır. Son olarak 2008 küresel ekonomik krizi de Türkiye'nin cari işlemler açığını azaltmıştır. Kısa dönem analizinde; cari işlemler dengesinin, kendi gecikmeli değerlerinden önemli ölçüde etkilendiği görülmüş olup, bu durum Türkiye'de cari işlemler açığının yapısal bir sorun haline geldiğine işaret etmektedir. Turizm gelirlerinin kısa dönemde cari işlemler açığını artırdığı görülmüştür. Döviz kurundaki artışların, çok kısa dönemde de cari işlemler açığını azaltmaya başladığı belirlenmiştir.

*Bu makalede bilimsel araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyulmuştur.

Atf (APA): Uslu, H., (2020), Türkiye’de Turizm Gelirlerinin Cari İşlemler Dengesi Üzerindeki Etkileri: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı, Ekonomi Bilimleri Dergisi, 12 (1): 38-67.

Anahtar Kelimeler: *Turizm Gelirleri, Cari İşlemler Dengesi, ARDL, Sınır Testi.*

EFFECTS OF TOURISM REVENUES ON CURRENT ACCOUNT BALANCE IN TURKEY: ARDL BOUNDS TESTING APPROACH

ABSTRACT

In this study, the impacts of tourism revenue on current account balance in Turkey are investigated with the help of econometric analysis using 2003: M01-2018: M09 period data. In the study, the stationarity degrees of the series are examined by Ng-Perron (2001) unit root test and it is determined that the tourism income series become stationary when it's first difference is taken while the other series are stationary at level values. The existence of a cointegration relationship between the series is examined by Pesaran et al. (2001) Bounds Testing method and it is found that the series have a cointegration relationship. The long and short term relationships between the series are analyzed by ARDL method. In long-term analysis; it is determined that 1 Billion Dollar increase in tourism revenues decreased the current account deficit by 2.26 Billion Dollars. Similarly, 1 unit increase in exchange rates decreases Turkey's current account deficit by 2.50 Billion Dollars. Finally, the 2008 global economic crisis also reduces the current account deficit in Turkey. In the short term analysis; the current account balance is found to be significantly affected from its own lagged values which indicates that the current account deficit in Turkey become a structural problem. It is observed that tourism revenues increase the current account deficit in the short term. It is determined that the increases in the exchange rate start to decrease the current account deficit in the very short term.

Key words: *Tourism Revenues, Current Account Balance, ARDL, Bounds Testing.*

JEL Code: Z30

GİRİŞ

Turizm, hizmetler sektörü içinde ülkelere en fazla döviz kazandıran sektörlerden biri olup, görece daha az sermaye yatırımı ile ülkelere kısa süre yüksek miktarda döviz kazandırabilmektedir. Bu döviz gelirleri, Türkiye gibi dış ticaret açığı ve cari işlemler açığı sorunları yaşayan ülkeler için yaşamsal öneme sahiptir. Çünkü

yüksek miktarlardaki cari işlemler açığı, ülkeleri ekonomik krize sürüklemeye potansiyeline sahiptir (Dornbusch ve Fischer, 1990; Freund, 2000; Uygur, 2004; Labonte, 2005). Bu nedenle gelişmekte olan ülkelerde cari işlemler açığının sürdürülebilirliği, finansman kalitesi, belirleyicileri ve bu açığı önlemeye yönelik politikaların sıklıkla analiz edilmesinde ve gerekli tedbirlerin ivedilikle uygulanmasında yarar vardır.

Türkiye ekonomisi, üretimde kullandığı yüksek miktardaki ithal aramaları (Uras, 2013; Başkol, 2016) ve enerjide dışa yüksek oranlı bağımlılığı nedeniyle genellikle cari işlemler açığı vermektedir. Özellikle ekonomik büyüme hızının artırılması amacıyla genişletici para ve maliye politikaları uygulandığı dönemlerde cari işlemler açığı da anında artmakta ve ülkeyi yeni ekonomik krizlerin eşğine getirmektedir. Bu durum, 2008 küresel ekonomik krizinden çıkış sürecinde daha belirgin hale gelmiş, Nisan 2009'dan itibaren uygulanan genişletici politikalar sayesinde ekonomi 2009 yılı son çeyreğinde krizden çıkmaya başlamış ve pozitif büyümüştür. 2010 yılında baz etkisinin de yardımıyla %8.5 büyüyen ekonomi, 2011 yılında %11.1 gibi çok yüksek büyüme oranlarına ulaşmıştır (World Bank, 2019e). Ancak bu süreçte gerçekleşen yüksek ithalat nedeniyle cari işlemler açığı 2011 yılında 75 Milyar Dolar ((World Bank, 2019c) ile GSYH'nin %8.9'una (World Bank, 2019d) ulaşarak, ülkeyi yeni bir ekonomik krizin eşğine getirmiştir. Alınan tedbirler ve ekonomik büyümeden verilen ödünlerle düşen cari açık, ancak ekonomik kriz dönemlerinde bir sorun olmaktan çıkmaktadır ki bunun da bir önemi yoktur. O halde Türkiye'nin en önemli makroekonomik sorunlarından biri olan cari işlemler açığının sürekli gündemde tutulmasında, hakkında gerekli ölçümler yapıp, politika önerileri geliştirilmesine fayda vardır.

Bu kapsamda çalışmada Türkiye'de turizm gelirlerinin cari işlemler dengesi üzerindeki etkileri, güncel zaman serisi analizi yöntemleriyle incelenmiştir. Çalışma esas olarak altı bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın girişi takiben ikinci bölümünde; turizm gelirleri ve cari işlemler dengesi ile ilgili gerekli bilgilere yer verilmiş, Üçüncü bölümünde; Türkiye'de cari işlemler dengesi ve turizm gelirleri kısmına yerilerek; Türkiye ekonomisinin uzun süredir yaşamakta olduğu dış ticaret açığı, cari işlemler açığı, bu açığın finansman yolları ve turizm gelirlerinin bu işteki rolü üzerinde durulmuştur. Dördüncü bölümde; konuyla ilgili yapılmış çalışmaların kısa bir özeti Literatür Taraması başlığı altında sunulmuş, Beşinci

bölümünde; Türkiye ekonomisinde 2003:M01-2018:M09 döneminde cari işlemler dengesi ve turizm gelirleri ve reel efektif döviz kuru arasındaki ilişkiler, ARDL Sınır Testi yaklaşımıyla incelenmiştir. Sonuç ve değerlendirme kısmı ile tamamlanmıştır. Bu çalışmanın, araştırılan konunun önemi ve kullanılan analiz yöntemleri yönüyle literatüre bir katkı sağlaması beklenmektedir. Aynı zamanda çalışmadan elde edilen bulguların ülke ekonomisine de bir yarar sağlaması umulmaktadır.

1. TEORİK ÇERÇEVE

Bir ülkede yerleşik kişi ve kurumların, diğer ülkelerdeki kişi ve kurumlarla yapmış oldukları döviz kazandırıcı ve döviz kaybettirici işlemlerin tamamı ödemeler bilançosunda kaydedilmekte ve bu işlemlerin genel sonucuna ödemeler dengesi adı verilmektedir. Ödemeler dengesi başlıca aşağıdaki kalemlerden oluşmaktadır: Cari İşlemler Hesabı, Sermaye Hesabı, Finans Hesabı ve Net Hata ve Noksan hesaplarından oluşmaktadır. Bu kalemlerden Cari İşlemler Hesabı; bir ülke sınırları içinde yaşayan (yer alan) bütün yerli ve yabancı kişilerin (kurumların), belirli bir dönemde diğer ülkelerdeki kişi veya kurumlarla yaptıkları mal ve hizmet ticareti ile yatırım gelirleri (birincil yatırım kaynaklı gelirler) ve transfer ödemelerinin (ikincil yatırım kaynaklı gelirler) sonucunu ifade etmektedir. Bu durumda cari işlemler hesabının alt kalemleri şu şekilde sıralabiliriz;

- ✓ A1. İhracat
- ✓ A2. İthalat
- ✓ A3. Hizmet Gelirleri
- ✓ A4. Hizmet Giderleri
- ✓ A5. Birincil Yatırım Kaynaklı Gelirler
- ✓ A6. Birincil Yatırım Kaynaklı Giderler
- ✓ A7. İkincil Yatırım Kaynaklı Gelirler

şeklindedir. Burada dış ticaret dengesi; ihracat-ithalat ile hesaplanmaktadır. Dış ticaret dengesine, net hizmet gelirleri ve net yatırım gelirlerinin eklenmesiyle, cari işlemler dengesine ulaşılmaktadır. Bu durumda cari işlemler dengesi (CAD) elde edilmesini kodlandırıldığında denklem 1 yardımıyla verilebilir;

$$CAD = A1 - A2 + A3 - A4 + A5 - A6 + A7 \quad (1)$$

şeklinde hesaplanmaktadır. Cari işlemler hesabında yer alan hizmet gelir-giderleri ise şu alt başlıklardan oluşmaktadır

- ✓ I-B.1. İşlem Gören Mallar
- ✓ I-B.2. Tamir ve Bakım Hizmetleri
- ✓ I-B.3. Taşımacılık Hizmetleri
- ✓ I-B.4. Seyahat (Turizm) Hizmetleri
- ✓ I-B.5. İnşaat Hizmetleri
- ✓ I-B.6. Sigorta Hizmetleri
- ✓ I-B.7. Finansal Hizmetler
- ✓ I-B.8. Diğer Ticari Hizmetler
- ✓ I-B.9. Resmi Hizmetler
- ✓ I-B.10. Diğer Hizmetler

Bu hesapların toplamı ile net hizmet gelirlerine ulaşılmaktadır. Cari işlemler hesabı negatif değer aldığımda; cari işlemler açığı, pozitif değerler aldığımda ise cari işlemler fazlası yaşanmaktadır. Cari işlemler açığı; özellikle dış borç seviyesi yüksek, dışa açık gelişmekte olan ekonomiler için en önemli makroekonomik sorunlardan biri olup (Dornbusch ve Fischer, 1990), Labonte (2005)'e göre 1990'lı yıllarda gelişmekte olan ülkelerde yaşanan ekonomik krizlerin en önemli nedenidir. Cari işlemler açığının ülkeler için oluşturduğu risk seviyesi incelenirken genellikle cari işlemler açığının milli gelire oranı dikkate alınmaktadır. Dornbusch ve Fischer (1990), bu oranın %4'ü geçmesini ülkeler için bir kriz sinyali olarak kabul ederken, Freund (2000), bu oranın %5'i geçmesini tehlikeli kabul etmiştir. Labonte (2005)'e göre; Doğu Asya ülkeleri, Türkiye, Arjantin, Brezilya ve Meksika gibi gelişmekte olan ülkelerdeki yüksek cari işlemler açığı, finans ve döviz krizleri için en önemli öncü göstergedir. Edwards (2001), göre ise sadece cari açığın milli gelire oranının yüksekliğine bakarak ülkeler için kriz olasılığının yükseldiğini söylemenin hatalı olabileceğini, ülkelerin uygulamakta oldukları döviz kuru politikaları, dış borçların miktarı, vadesi ve bileşiminin de bu noktada önemli olduğunu ifade etmektedir. Hatta Uygur (2004), cari işlemler açığı kamu kesiminden değil de özel sektörden kaynaklandığında, bu konuda endişe etmeye lüzum olmadığını dile getirmektedir. Cari işlemler açığı; temelde dış ticaret açığına dayanmakta, eklenen net hizmet

² Burada kullanılan kodlar (başlık numaraları), TCMB-EVDS'de kullanılan kodlarla aynı tutularak, sonraki araştırmacılara bir kolaylık sağlanmasına çalışılmıştır.

gelirleri ve net yatırım gelirleri sonucunda cari işlemler açığına ulaşılmaktadır. Bu ilişki denklem formunda ifade edilecek olursa;

Cari İşlemler Açığı

$$= \text{Dış Ticaret Açığı} + \text{Net Hizmet Gelirleri} \\ + \text{Net Yatırım Gelirleri} \quad (2)$$

Denklem (2)'de cari işlemler açığının azaltılabilmesi için hizmet gelirlerinin çok olmasına ihtiyaç vardır. Bu noktada turizm gelirleri büyük öneme sahiptir. Turizm gelirleri; bir ülkede yaşan kişilerin tatil, eğlenme, eğitim, sağlık, iş veya daha başka amaçlarla diğer ülkelere yaptıkları ve süresi 6 ayı geçmeyen ziyaretlerdir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'ya göre ise turizm; sürekli kalışa dönüşmemek ve gelir getirici bir uğraşıda bulunmamak şartıyla, bireylerin geçici süre konaklamalarından doğan faaliyetler bütünüdür (UNWTO, 2005: 11-12). Burada sözü edilen “gelir getirici bir uğraşıda bulunmamak” ifadesi ile kastedilen iş gezileri değil, çalışıp para kazanmaktır. Bu durumda eğitim almak ya da çalışmak amacıyla yurtdışına yapılan seyahatler ve burada yapılan uzun süreli konaklamalar bu guruba dâhil değildir. Turizmin doğmasına neden olan olaylar şöyle sıralanabilir:

- ✓ İnsanların eğlenme ve dinlenme istekleri,
- ✓ Sağlık veya hava değişimi için yer değiştirmeler,
- ✓ Spor, sanat ve kültürel etkinlikler,
- ✓ İnceleme ve araştırma için yapılan geziler,
- ✓ Kutsal sayılan yerlere yapılan ziyaretler,
- ✓ Kongre veya toplantılar için yurtdışına yapılan seyahatler ve
- ✓ İş bağlantıları için yapılan geziler.

Bu faktörlerden eğlenme ve kutsal mekânlara yapılan ziyaretler genellikle yılın belirli dönemlerinde gerçekleşirken, diğer faaliyetler bütün yıla yayılmakta olup, özellikle turizm gelirlerini artırmak isteyen ülkeler için cazip fırsatlar sunmaktadır (ETE, 2017: 7-13).

2. TÜRKİYE'DE CARİ İŞLEMLER DENGESİ VE TURİZM GELİRLERİ

Türkiye ekonomisi uzun yıllardır dış ticaret açığı ve bu açığa dayalı cari işlemler açığı sorunu yaşamaktadır. 24 Ocak 1980 Kararları ile ihracata dayalı ekonomik büyüme modeli benimsenmiş olsa da dış ticaretin serbest kalmasıyla birlikte ithalat daha hızlı artmış ve ülke önemli miktarda dış ticaret açığı sorunu yaşamaya başlamıştır. Bu durum Avrupa Birliği ülkeleriyle Mart 1995'te imzalanıp, 1 Ocak 1996'dan itibaren uygulamaya giren Gümrük Birliği (GB) sürecinde daha da belirginleşmiş, özellikle GB'nin ilk yıllarında ithalat, ihracattan çok daha hızlı artmıştır. Türkiye'nin dış ticaret dengesiyle ilgili veriler Tablo 1'de yer almaktadır.

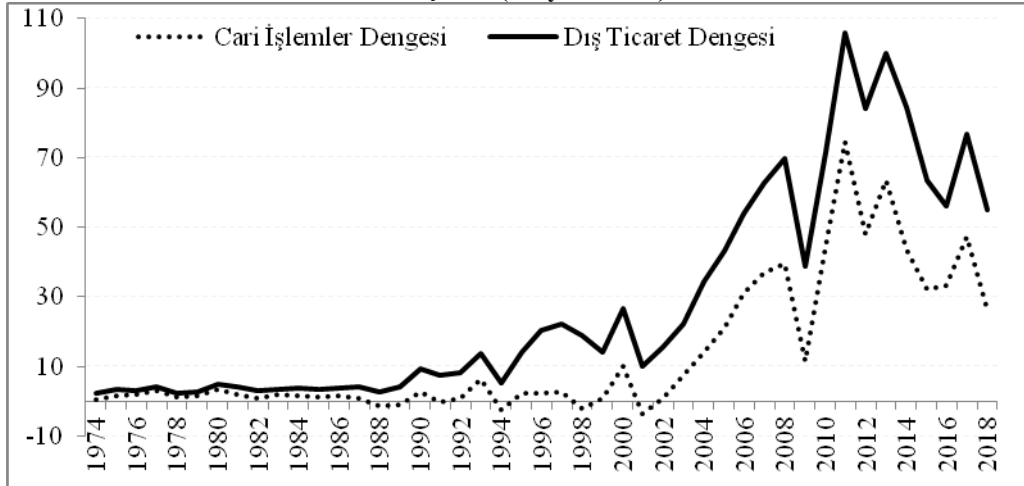
Tablo 1: Türkiye'nin Dış Ticaret Verileri

Yıllar	İhracat (Milyar Dolar)	İthalat (Milyar Dolar)	Dış Ticaret Açığı (Milyar Dolar)	İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)
1960	0.3	0.5	-0.1	68.5
1970	0.6	0.9	-0.4	62.1
1979	2.3	5.1	-2.8	44.6
1980	2.9	7.9	-5.0	36.8
1990	13.0	22.3	-9.3	58.1
1995	21.6	35.7	-14.1	60.6
1996	23.2	43.6	-20.4	53.2
1997	26.3	48.6	-22.3	54.1
2000	27.8	54.5	-26.7	51.0
2001	31.3	41.4	-10.1	75.7
2005	73.5	116.8	-43.3	62.9
2008	132.0	202.0	-69.9	65.4
2009	102.1	140.9	-38.8	72.5
2010	113.9	185.5	-71.7	61.4
2011	134.9	240.8	-105.9	56.0
2015	143.8	207.2	-63.4	69.4
2016	142.5	198.6	-56.1	71.8
2017	157.0	233.8	-76.8	67.2
2018*	168.0	223.0	-55.0	75.3

Kaynak: World Bank (2019a, 2019b). *: 2018 yılı verileri TCMB-EVDS (2019e)'den alınmıştır.

Tablo 1’den de görüldüğü üzere; 1960 yılında ihracatın ithalatı karşılama oranı %68.5, dış ticaret açığı 100 Milyon Dolar iken, 1980 yılında ihracat, ithalatın ancak %36.8’ini karşılayabilmiş ve dış ticaret açığı 5 Milyar Dolara yükselmiştir. 1996’da başlayan Gümrük Birliği sürecinde hızla artan dış ticaret açığı, 2001 bankacılık ve döviz krizinde azalmış olsa da ekonomik büyümenin hızlandığı 2005’li yıllarda tekrar artmaya başlamıştır. Küresel ekonomik krizin Türkiye ekonomisini derinden etkilediği 2009 yılında düşen dış ticaret açığı, ekonomik büyümenin %11.1’e yükseldiği 2011 yılında 105.9 Milyar Dolar ile tarihteki en yüksek seviyesine ulaşmıştır. 2012 yılı başından itibaren uygulanan makro ihtiyati önlemlerin yardımıyla (Polat, 2018: 242) düşmeye başlayan dış ticaret açığı, ekonominin %7.4 büyüdüğü 2017 yılında tekrar yükselmiştir. 2018 yılında dış ticaret açığında görülen azalma, yine ekonomik aktivitelerin yavaşladığı ve ekonomik büyümenin azaldığına işaret etmektedir. Türkiye ekonomisinde dış ticaret dengesi ile cari işlemler dengesi arasındaki ilişkiler Grafik 1’de yer almaktadır.

Grafik 1: Türkiye Ekonomisinde Dış Ticaret Dengesi ile Cari İşlemler Dengesi Arasındaki İlişkiler (Milyar Dolar)



Kaynak: World Bank (2019a, 2019b, 2019c), *, 2018 yılı verileri TCMB-EVDS (2019e)’den alınmıştır. **Not:** Değişkenleri eksenin üst paneline taşıyarak, arasındaki ilişkileri daha net gözlemleyebilmek için her iki seri de -1 ile çarpılmıştır.

Grafik 1'den de görüldüğü gibi Türkiye'de dış ticaret dengesi ile cari işlemler dengesi arasında oldukça güçlü bir etkileşim bulunmaktadır. 1994, 2001 ve 2008³ krizleri öncesinde dış ticaret açığı ve cari açığın önemli ölçüde arttığı görülmektedir. Öyle ki 1992 yılında Gayri Safi Yurtiçi Hasılanın (GSYH) %1'i olan cari açık, 1993'te %4'e çıkmıştır. Benzer şekilde 1999'de GSYH'nin %0.3'ü kadar olan cari açık 2000 yılında %4'e ulaşmıştır. 2004 yılında itibaren artmaya başlayan cari açık, 2006 yılında GSYH'nin %6'sına ulaşmış olup, 2008 krizi öncesinde GSYH'nin %5.2'si civarındadır. Krizlerle birlikte düşen iç talep ve yavaşlayan üretime bağlı olarak azalan bu açıklar, ekonomik büyümenin artmaya başlamasıyla birlikte tekrar hızlı bir artış trendine girmişlerdir. Öyle ki 2009 yılında GSYH'nin %2'sine kadar inen cari açık, 2011 yılında %8.9 (75 Milyar Dolar) ile tarihteki en yüksek seviyesine ulaşmıştır. 2017 yılı itibariyle GSYH'nin %5.6'sı olan cari işlemler açığının 2018 sonu itibariyle %5 civarında gerçekleşeceği beklenmektedir ki bu değerler bile Dornbusch ve Fischer (1990) ve Freund (2000)'e göre ülkeyi yeni ekonomik krizlere götürebilme potansiyeline sahiptir. Dış ticaret açığının azaltılmasında turizm gelirlerinin payına ilişkin veriler Tablo 2'de yer almaktadır.

³ 2008 küresel ekonomik krizi çıkmayı bile bu dönemde, Türkiye ekonomisi kendi iç dinamikleri gereği (artan cari açık ve dış borçları nedeniyle) bir ekonomik krize doğru gitmekteydi.

Tablo 2: Dış Ticaret Açığının Azaltılmasında Turizm Gelirlerinin Payına İlişkin Veriler

Yıllar	Dış Ticaret Açığı (Milyar Dolar)	Turizm Gelirleri (Milyar Dolar)	Turizm Giderleri (Milyar Dolar)	Net Turizm Gelirleri (Milyar Dolar)	Net Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açığına Oranı (%)	Cari İşlemler Açığı (Milyar Dolar)
2003	22.1	13.9	2.2	11.6	52.6	7.6
2004	34.4	17.1	2.7	14.4	41.8	14.2
2005	43.3	20.3	3.1	17.2	39.8	21.0
2006	54.0	18.6	3.0	15.6	28.9	31.2
2007	62.8	20.9	3.6	17.3	27.5	36.9
2008	69.9	25.4	3.8	21.6	30.9	39.4
2009	38.8	25.1	4.6	20.5	52.8	11.4
2010	71.7	24.9	5.2	19.7	27.5	44.6
2011	105.9	28.1	4.9	23.2	21.9	74.4
2012	84.1	29.0	4.1	24.9	29.6	48.0
2013	99.9	32.3	4.8	27.5	27.5	63.6
2014	84.6	34.3	5.1	29.2	34.6	43.6
2015	63.4	31.5	5.7	25.8	40.6	32.1
2016	56.1	22.1	5.0	17.1	30.4	33.1
2017	76.8	26.3	5.1	21.1	27.5	47.4
2018	55.0	29.5	4.9	24.6	44.8	26.2

Kaynak: World Bank (2019a, 2019b, 2019e); TCMB-EVDS (2019b); KTB (2019).

Tablo 2'deki verilere göre; net turizm gelirleri 2003 yılında Türkiye'nin dış ticaret açığının %52.6'sını, 2009 yılında %52.8'ini, 2018 yılında ise %48.8'ini karşılamıştır ki bu, Türk Turizm Sektörü adına büyük bir başarıdır. 2011 yılında %21.9'a kadar gerileyen bu pay, 2018 yılı itibariyle %44.8 seviyesindedir. Turizm gelirleri artırdığımız, dış ticaret açığı ve cari açık sorunlarının da büyük oranda ortadan kalkacağı söylenebilir.

Bu tabloda dikkat çeken bir nokta da Türkiye'nin turizm giderlerinin de önemli düzeylere ulaşmış olmasıdır. Ortalama turizm gelirlerinin %20'sine karşılık gelen turizm giderleri, ülke ekonomisi açısından bir sızıntı olup, yurttışları tedirgin etmeden bu miktarın düşürülebilmesinin yollarının araştırılmasında fayda vardır.

Türkiye turizmi açısından önemli bir nokta; ülkeye gelen yabancı turistlerin ortalama harcama düzeylerinin düşük olmasıdır. Öyle ki yabancı ülke vatandaşı turistler Türkiye’de 2004 yılında ortalama 703 Dolar harcarken, bu veri 2018 yılında 544 Dolara düşmüştür. Yurtdışında yaşayıp, tatil/ziyaret amacıyla ülkeye gelen kişiler de 2003 yılında 1271 Dolar harcarken, 2018 yılında ortalama 633 Dolar harcamışlardır (TCMB-EVDS, 2019b). Bu durumun bir nedeni artan döviz kurları olsa da Türkiye’nin ucuz paket tur turizminden, kaliteli ve yüksek getirili turizm alanlarına yönelmesinde yarar olduğu değerlendirilmektedir. Sağlık turizmi bu alanda önemli bir alternatif oluşturmaktadır.

3. LİTERATÜR TARAMASI

Turizm gelirleri ile cari işlemler dengesi arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalardan erişilebilen bir kısmının özeti buraya tarih sırasına göre verilmiştir. Malik vd. (2010), turizm gelirleri ve ekonomik büyümenin cari işlemler açığı üzerindeki etkilerini, 1972-2007 dönemi verilerini kullanarak, Johansen eşbütünleşme yöntemiyle araştırmış ve turist sayısı ve ekonomik büyümedeki artışların cari işlemler açığını azalttığını belirlemiştir. Granger nedensellik testi sonucunda ise cari açıktan ekonomik büyümeye, turist sayısından ekonomik büyümeye ve turist sayısından cari işlemler açığına doğru tek yönlü nedensellik ilişkileri tespit edilmiştir.

Çelik vd. (2013), turizm sektörünün, ödemeler dengesi üzerindeki etkilerini, Türkiye için 1984-2012 dönemi verilerini kullanarak analiz etmiştir. Analiz sonucunda; turizm gelirlerindeki artışların, ödemeler dengesi açıklarının %14’ünü kapattığı tespit edilmiştir.

Owino (2014), Turizm gelirlerinin cari işlemler dengesi üzerindeki etkilerini Kenya için 1980-2013 dönemi verilerini kullanarak, Johansen eşbütünleşme testi, VECM yöntemi ve Granger nedensellik testi ile incelemiştir. Turizm gelirlerindeki 1 birimlik artışın cari işlemler açığını 0.27 birim azalttığının belirlendiği çalışmada, turizm gelirlerinden cari işlemler dengesine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi de belirlenmiştir.

Çelik Uğuz (2014), Türkiye’de turizm gelirlerinin cari işlemler dengesine etkilerini, 1984-2010 dönemi aylık verileriyle, Johansen eşbütünleşme testi, hata

düzeltilme modeli ve Granger nedensellik testi ile araştırmıştır. Analizler sonucunda; seriler arasında eşbütünleşme ilişkisinin olduğu, turizm gelirlerinden cari işlemler açığına doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisinin bulunduğu ve turizm gelirleri 1 Milyar Dolar attığında cari işlemler açığının 3.08 Milyar Dolar azaldığı tespit edilmiştir.

Thano (2015), turizm gelirlerinin, ödemeler dengesi üzerindeki etkilerini, Arnavutluk'un 2004-2013 dönemi verilerini kullanarak analiz etmiştir. Çalışma sonucunda; analiz döneminde bu ülkeye gelen turist sayısının %370, bu turistlerden elde edilen gelirlerin ise %65 oranında arttığını ve bu gelirlerin ülkenin ödemeler dengesi açıklarının azaltılmasında olumlu katkılarının olduğu belirlenmiştir.

Şit (2016), Türkiye'nin 1980-2015 dönemi aylık verilerini kullanarak turizm gelirlerinin cari işlemler dengesine etkilerini araştırmıştır. Bu çalışmada temel olarak VECM ve nedensellik testlerinden yararlanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda; net turizm gelirlerinden cari işlemler açığına doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiş, turizm gelirlerindeki 1 Milyar Dolarlık artışın cari işlemler açığını 1.07 birim azalttığı görülmüştür.

Çelik, Kaplan ve Barak (2018), Türkiye'de turizm gelirlerinin cari işlemler açığının sürdürülebilirliğine olan etkilerini, Husted (1992) yöntemini izleyerek, 1980-2016 dönemi için incelemiştir. Turizm gelirlerinin ihracat üzerinden analize dâhil edildiği çalışmada, 2001 krizinin Türkiye ekonomisi üzerindeki önemli etkileri nedeniyle 1984-2001 ve 2001-2016 dönemleri için iki ayrı analiz yapılmıştır. Çalışma sonunda turizm gelirlerinin, cari işlemler açığının sürdürülebilirliği üzerinde küçük de olsa pozitif bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Literatürde yer alan çalışmalara bakıldığında genellikle eski yıllara ait ve klasik yöntemlerle yapılmış çalışmalar olduğu görülmektedir. Bu çalışma; veri setinin ve analiz yöntemlerinin güncelliği ve turizm gelirlerinin yanında nominal döviz kurlarını ve 2008 küresel ekonomik krizinin etkilerini de göz önünde bulundurması ile benzerlerinden ayırmakta olup, bu yönüyle literatüre bir katkı sağlaması beklenmektedir.

4. EKONOMETRİK ANALİZ

4.1. Veri Seti

Bu çalışmada turizm gelirlerinin cari işlemler dengesi üzerindeki etkileri, Türkiye'nin 2003:M01-2018:M09 dönemi verileri kullanılarak araştırılmıştır. Çalışmada bağımlı değişken olarak; TCMB-EVDS (2019a)'dan alınan Cari İşlemler Dengesi (*CID*, Milyar Dolar) verisi kullanılmış olup, bu seri genel olarak negatif değerler aldığı için -1 ile çarpılarak pozitif hale getirilmiş ve böylece bağımsız değişkenle aynı işaretli (daha uyumlu) hale getirilerek, analizlerde kullanılmıştır. Çalışmada bağımsız değişken olarak; TCMB-EVDS (2019b)'den alınan Turizm Gelirleri (*TG*, Milyar Dolar) serisi kullanılmıştır. Ayrıca dış ticaret ile yakın ilişkili olan ve turizm faaliyetleri noktasında ülkeler arası göreceli fiyatları yansıtmada etkin olan Döviz Kuru (*DK*) serisi de TCMB-EVDS (2019f)'den alınarak, kontrol değişkeni olarak analize dâhil edilmiştir. *DK* serisi oluşturulurken; ABD Doları alış ve satış fiyatları ortalaması ile Euro alış ve satış fiyatları ortalamasının aritmetik ortalaması (yani $\$*0.5+€*0.5$) alınarak, kur sepeti oluşturulmuştur. Son olarak analiz döneminde yer alan ve bütün dünya ekonomilerini önemli ölçüde etkileyen 2008 küresel ekonomik krizi de kukla değişkenle (K_{2008}) analize dâhil edilmiştir. Bu değişken oluşturulurken; kriz nedeniyle Türkiye ekonomisinin negatif büyüdüğü 2008:M10-2009:M09 arasına 1, diğer dönemlere 0 değerleri verilmiştir. Analiz döneminin seçiminde; 2001 krizi sonrasında 15 Nisan 2001'de ilan edilen Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı, 2002 yılından itibaren uygulanmaya başlanan enflasyon hedeflemesi rejimi ve 3 Kasım 2002 seçimleriyle birlikte ülkede başlayan tek partili güçlü iktidar dönemi sayesinde ekonominin görece istikrara kavuştuğu 2003 yılı temel alınmıştır⁴. Analiz döneminin son verisi (2018:M09); analizin yapıldığı dönemde Türkiye'deki turizm verilerinin en son bu tarihe kadar yayınlanmış olması nedeniyle bu şekilde seçilmiştir. Kriz kukla değişkeni haricindeki bütün seriler, Moving Average yöntemiyle mevsim etkilerinden arındırılarak analizlerde kullanılmıştır⁵. Veri setine ait tanımlayıcı istatistikler Ek 1'de, korelasyon matrisi Ek 2'de yer almaktadır.

⁴ Ayrıca TCMB-EVDS'de de turizm verilerine aylık olarak ancak 2003:M01'e kadar ulaşılabilir. Bu faktör de analizin başlangıç döneminin seçiminde etkili olmuştur.

⁵ Serilerin logaritmaları alınmak istenmiş, ancak CAD serisinde pozitif ve negatif değerler bir arada bulunduğu için alınamamıştır. GSYH'ye bölünmesi düşünülmüş, ancak Türkiye'de GSYH verileri üçer aylık dilimlerde yayınlandığı için bu da mümkün olmamıştır.

4.2. Model

Bu çalışmada turizm gelirlerinin cari işlemler dengesi üzerindeki etkilerini ortaya çıkarabilmek için Çelik Uğuz (2014); Thano (2015) ve Şit (2016) izlenerek ve tarafımızdan DK ve K_{2008} değişkenleri eklenerek oluşturulan ekonometrik model:

$$CID_t = \beta_0 + \beta_1 TG_t + \beta_2 DK_t + \beta_3 K_{2008} + e_t \quad (3)$$

Burada CID_t ; -1 ile çarpılarak diğer serilerle uyumlu hale getirilmiş cari işlemler dengesini, TG_t ; turizm gelirlerini, DK_t ; döviz sepeti ortalama kur değerini, t ; çalışmanın zaman boyutunu ($t=1,2,\dots,189$) ve e_t ; ekonometrik sorunlardan arındırılmış hata terimleri serisini göstermektedir. Artan turizm gelirlerinin cari işlemler açığını azaltması beklendiği için analizler sonucunda $\beta_1 < 0$ çıkacağı öngörülmektedir. Döviz kurundaki artışlar; ülkenin mal ve hizmet fiyatlarını görece düşüreceği için bir yandan ihracat artacak, diğer yandan ülkeye daha fazla turist gelecek ve böylece cari işlemler açığı azalacaktır. Bu nedenle analizler sonucunda $\beta_2 < 0$ çıkması beklenmektedir. Ekonomik kriz dönemlerinde Türkiye’de hem lüks ithal malı talebi azalmakta, hem de üretim faaliyetlerindeki yavaşlamaya paralel olarak ithal aramalı alımı azalmaktadır. Bunlar da dış ticaret açığını ve cari işlemler açığını azaltmaktadır. Bu nedenle 2008 küresel ekonomik krizine ait katsayının da negatif ($\beta_3 < 0$) çıkması beklenmektedir.

4.3. Ampirik Yöntem ve Bulgular

Çalışmada serilerin durağanlık dereceleri Ng-Perron (2001) yöntemiyle belirlenmiş, seriler arasında eşbütünlük ilişkisinin varlığı Pesaran, Shin ve Smith (2001) tarafından geliştirilen Sınır Testi yöntemiyle incelenmiştir. Seriler arasındaki uzun ve kısa dönem ilişkileri ARDL (Autoregressive Distributed Lags: Gecikmesi Dağıtılmış Ototegresif) yöntemiyle analiz edilmiştir.

4.3.1. Birim Kök Testi

Ekonometrik analizlerde, öncelikle serilerin durağanlık derecelerinin belirlenmesi ve sonraki analiz yöntemlerinin buna göre seçilmiş olması büyük önem taşımaktadır. Aksi durumda yapılacak analizler hatalı sonuçlar üretebilecektir. Durağanlık testleri Dickey-Fuller (1979) çalışmasıyla başlamış, Dickey ve Fuller (1981) ADF, Phillips-Perron (1988) PP ve Kwiatkowski vd. (1992) KPSS testleriyle devam etmiştir. Ng ve Perron (2001) tarafından geliştirilen test, önceki testleri bir arada yapabilmekte olup, bu amaçla 4 farklı test istatistiği geliştirilmiştir.

$$MZ_{\alpha} = \frac{T^{-1}(y_T^d)^2 - f_0}{2k}$$

$$MSB = \left(\frac{K}{f_0}\right)^{\frac{1}{2}}$$

$$MZ_t = MZ_{\alpha} \times MSB$$

$$MP_T = \begin{cases} \frac{(c^{-2}K - \bar{c} T^{-1}(y_T^d)^2)}{f_0} & \text{if } x_t = \{1\} \\ \frac{(c^{-2}K + (1 - \bar{c}) T^{-1}(y_T^d)^2)}{f_0} & \text{if } x_t = \{1, t\} \end{cases}$$

Bu testlerden MZ_{α} ve MZ_t , ADF – PP gurubundan olup, H_0 hipotezleri “*Seride birim kök vardır*” şeklinde iken MSB ve MP_T , KPSS gurubuna dâhildir ve H_0 hipotezleri “*Seride birim kök yoktur*” şeklindedir. Böylece bütün testlerini bir

arada yapabilme imkânı elde edilmektedir. Bu çalışmada serilerin durağanlık dereceleri Ng-Perron (2001) yöntemiyle incelenmiş ve bulgular Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3: Ng-Perron (2001) Birim Kök Testi Sonuçları

<i>Değişkenler</i>	<i>MZ_{α}</i>	<i>MZ_{t}</i>	<i>MSB</i>	<i>MP_T</i>
<i>CID</i>	-125.61***	-4.81***	0.06***	1.09***
<i>TG</i>	-1.01	-0.69	0.67	84.84
<i>DK</i>	-612.25***	-17.34***	0.02***	0.38***
<i>ΔTG</i>	-76.10***	-6.15***	0.08***	1.24***
<i>Kritik Değerler</i>				
%1	-23.80	-3.42	0.14	4.03
%5	-17.30	-2.91	0.16	5.48
%10	-14.20	-2.62	0.18	6.67

Not: ***; serinin %1 hata payı ile durağan olduğunu göstermektedir. Δ; Serinin bir derece farkının alındığını ifade etmektedir. Gecikme uzunlukları Akaike Bilgi Kriterine göre belirlenmiştir.

Tablo 3'teki sonuçlara göre; TG serisi birinci farkı alındığında, diğer seriler düzey değerlerinde durağandır. Serilerin tamamı düzey değerinde durağan olmadığı için, Granger ve Newbold (1974)'e göre bu serilerin düzey değerleriyle yapılacak uzun dönem analizlerinde sahte regresyon sorunu ile karşılaşılabilir. Engle ve Granger (1987) böyle durumlarda önce seriler arasında eşbütünleşme ilişkisinin varlığının sınanması gerektiğini, seriler eşbütünleşik bulduklarında yapılacak analizlerin güvenilir olacağını ifade etmiştir.

4.3.2. Eşbütünleşme Testi

Seriler arasında eşbütünleşme ilişkisinin varlığı; analizde kullanılan bütün serilerin düzey değerlerinde durağan olmayıp, aynı derecen farkları alındığında durağan hale geldiği durumlarda Engle-Granger (1987) veya Johansen-Juselius (1990) yöntemleriyle test edilebilirken, seriler farklı derecelerde durağan olduğunda Pesaran vd. (2001) tarafından geliştirilen Sınır Testinin kullanılması gerekmektedir. Bu testin H_0 hipotezi; “Seriler eşbütünleşik değildir” biçimindedir. Bu çalışmada Sınır Testi için kullanılacak ekonometrik model:

$$\begin{aligned}
 \Delta CID_t &= \alpha_0 + \sum_{i=1}^m \alpha_{1i} \Delta CID_{t-i} + \sum_{i=0}^n \alpha_{2i} \Delta TG_{t-i} + \sum_{i=0}^p \alpha_{3i} \Delta DK_{t-i} \\
 &+ \sum_{i=0}^q \alpha_{4i} \Delta K_{2008,t-i} + \alpha_5 CID_t + \alpha_6 TG_t + \alpha_7 DK_t + \alpha_8 K_{2008,t} \\
 &+ e_t
 \end{aligned} \tag{8}$$

Sınır Testi yapabilmek için Model (8)'te yer alan α_5 , α_6 , α_7 ve α_8 'e kısıt konulmakta ve bir F istatistiği hesaplanmaktadır. Hesaplanan test istatistiği, Pesaran vd. (2001) çalışmasında yer alan alt sınır değerinden küçük olduğunda seriler arasında eşbütünleşme ilişkisinin olmadığına, üst sınır değerinden büyük olduğunda eşbütünleşmenin var olduğuna karar verilmektedir. Elde edilen test istatistiği alt ve üst sınır değerleri arasında kaldığında ise kararsız kalmaktadır (Uslu, 2018: 1526). Çalışmada Sınır Testi yapılmış ve sonuçlar Tablo 4'te sunulmuştur. Bu işleme ait ekran görüntüsü de Ek 3'te yer almaktadır.

Tablo 4: Sınır Testi Sonuçları

k	F <i>İstatistiği</i>	Alt Sınır Değerleri			Üst Sınır Değerleri		
		%10	%5	%1	%10	%5	%1
3	4.70*	3.47	4.01	5.17	4.45	5.07	6.36

Not: *; %10 hata payı ile seriler arasında eşbütünleşmenin var olduğunu göstermektedir. k ; değişken sayısını ifade etmektedir.

Tablo 4'teki bulgulara göre; analizde kullanılan seriler arasında eşbütünleşme ilişkisi vardır. O halde bu serilerin düzey değerleriyle yapılacak analizlerde sahte regresyon sorunu ile karşılaşılacaktır.

4.3.3. Uzun Dönem Analizi

Seriler arasındaki eşbütünleşme ilişkisinin Sınır Testiyle araştırıldığı durumlarda, uzun ve kısa dönem analizleri ARDL yöntemiyle yapılmaktadır (Vita ve Abbot, 2004: 71-72). Bu çalışmada uzun dönem analizini yapabilmek için kullanılan ARDL modeli;

$$CID_t = \theta_0 + \sum_{i=1}^m \theta_{1i} CID_{t-i} + \sum_{i=0}^n \theta_{2i} TG_{t-i} + \sum_{i=0}^p \theta_{3i} DK_{t-i} + \sum_{i=0}^q \theta_{4i} K_{2008,t-i} + u_t \quad (9)$$

Çalışmada Denklem (9) tahmin edildikten sonra, Denklem (3)'te yer alan uzun dönem katsayıları;

$$\beta_0 = \frac{\theta_0}{1 - \sum_{i=1}^m \theta_{1i}}$$

$$\beta_1 = \frac{\sum_{i=1}^m \theta_{2i}}{1 - \sum_{i=1}^m \theta_{1i}}$$

$$\beta_2 = \frac{\sum_{i=1}^m \theta_{3i}}{1 - \sum_{i=1}^m \theta_{1i}}$$

$$\beta_3 = \frac{\sum_{i=1}^m \theta_{4i}}{1 - \sum_{i=1}^m \theta_{1i}}$$

eşitlikleri yardımıyla hesaplanmaktadır. Çalışmada uzun dönem analizi ARDL yöntemiyle yapılmış ve elde edilen sonuçlar Tablo 5'te sunulmuştur. Bu işleme ait ekran görüntüsü de Ek 4'te yer almaktadır.

Tablo 5: Uzun Dönem Analizi Sonuçları

<i>Değişken</i>	<i>Katsayı</i>	<i>Olasılık Değeri</i>
TG	-2.26**	0.04
DK	-2.50***	0.00
K₂₀₀₈	-1.44**	0.02
Model Güvenirlilik Testleri		
R²	0.76	-
\bar{R}^2	0.72	-
F- ist.	20.94	0.00
DW	1.99	-
BG	0.002	0.96
BPG	32.31	0.11
JB	9.27	0.009

Not: ** ve ***; sırasıyla %5 ve %1 hata payı ile katsayıların güvenilir olduğunu göstermektedir.

Tablo 5'teki bulgulara göre; turizm gelirleri 1 Milyar Dolar arttığında cari işlemler açığı 2.26 Milyar Dolar azalmıştır. Bu azalmanın nedeni; turistlerden elde edilen döviz gelirleri ve turizm sektörünün tedarikçisi firmalarda yaşanan üretim ve gelir artışıdır. Benzer şekilde döviz kurundaki 1 TL'lik (1 birimlik) artış Türkiye'nin cari işlemler açığını ortalama 2.50 Milyar Dolar azaltmıştır. Döviz kuru arttığında; bir yandan ihracat malları dış piyasalarda görece ucuzlayacağı için ülkenin ihracatı artmakta ve buna bağlı olarak dış ticaret açığı ve cari işlemler açığı azalmakta, diğer yandan da kur artışına yoluyla turizm faaliyetlerinin döviz cinsinden fiyatlarının düşmesine bağlı olarak turizm gelirleri artmaktadır. Son olarak 2008 küresel ekonomik krizi de Türkiye'nin cari işlemler açığını azaltmıştır. Bu azalmanın nedeni; iç piyasada düşen alım gücü nedeniyle azalan ithal nihai ürün talebi ve yavaşlayan üretim faaliyetleri nedeniyle aramalı ithalatında yaşanan düşüştür.

Bu tablonun alt panelinde yer alan model güvenilirlik testlerine göre; modelin açıklama gücü yüksek (0.76), bağımsız değişkenler bağımlı değişkeni topluca anlamlı biçimde etkilemekte (*F* ist. olasılık değeri = 0.00), modelde otokorelasyon sorunu yok (*DW*=1.99; *BG* testi olasılık değeri=0.96), değişen varyans sorunu

yoktur (*BPG* testi olasılık değeri=0.11). *JB* testine göre modelin hata terimleri serisi tam normal dağılıma sahip olmamakla birlikte Ek 8’de de görüldüğü üzere normal dağılımdan önemli bir sapma söz konusu değildir. Bu testlere ait ekran görüntüleri Ek 6 – Ek 9’da yer almaktadır.

4.3.4. Kısa Dönem Analizi

Seriler arasındaki eşbütünleşme ilişkisinin Sınır Testiyle araştırıldığı durumlarda, kısa dönem analizleri *ARDL* yöntemiyle yapılmaktadır (Vita ve Abbot, 2004: 71-72). Bu çalışmada kısa dönem analizini yapabilmek için kullanılan *ARDL* modeli;

ΔCID_t

$$\begin{aligned} &= \gamma_0 + \gamma_1 ECT_{t-1} + \sum_{i=1}^m \gamma_{2i} \Delta CID_{t-i} + \sum_{i=0}^n \gamma_{3i} \Delta TG_{t-i} + \sum_{i=0}^p \gamma_{4i} \Delta DK_{t-i} \\ &+ \sum_{i=0}^p \gamma_{5i} \Delta K_{2008,t-i} \\ &+ v_t \end{aligned} \tag{14}$$

Burada yer alan ECT_{t-1} hata düzeltme terimi olup, analiz sonucunda bu terimin katsayısı istatistiksel olarak anlamlı çıktığında; modelin hata düzeltme mekanizmasının çalıştığına, yani eşbütünleşik olup, uzun dönemde birlikte hareket eden seriler arasında kısa dönemde meydana gelen sapmaların da ortadan kalktığına ve yapılan analizlerin tamamen güvenilir olduğuna karar verilmektedir (Tarı, 2012: 236). Çalışmada kısa dönem analizi *ARDL* yöntemiyle yapılmış ve ulaşılan sonuçlar Tablo 6’da sunulmuştur. Bu işleme ait ekran görüntüsü de Ek 5’te yer almaktadır.

Tablo 6: Kısa Dönem Analizi Sonuçları

<i>Değişken</i>	<i>Katsayı</i>	<i>Olasılık Değeri</i>
Sabit Terim	1.63***	0.00
ΔCID_{t-1}	-0.45***	0.00
ΔCID_{t-2}	-0.17**	0.03
ΔCID_{t-3}	0.04	0.58
ΔCID_{t-4}	0.12	0.14
ΔCID_{t-5}	0.02	0.74
ΔCID_{t-6}	0.17**	0.04
ΔCID_{t-7}	0.11	0.16
ΔCID_{t-8}	0.18**	0.01
ΔTGG_t	-0.18	0.68
ΔTGG_{t-1}	1.19**	0.01
ΔTGG_{t-2}	0.74	0.11
ΔTGG_{t-3}	1.13**	0.02
ΔTGG_{t-4}	0.63	0.19
ΔTGG_{t-5}	0.22	0.62
ΔTGG_{t-6}	0.96**	0.03
ΔTGG_{t-7}	0.76*	0.09
ΔDK_t	-2.27***	0.00
$\Delta K_{2008,t}$	0.96	0.13
$\Delta K_{2008,t-1}$	-0.91	0.16
ECT_{t-1}	-0.23***	0.00
Model Güvenirlilik Testleri		
R^2	0.48	-
\bar{R}^2	0.41	-
<i>F- ist.</i>	7.10	0.00
<i>DW</i>	1.99	-

BG	0.002	0.96
BPG	32.31	0.11
JB	9.27	0.009

Not: ** ve ***, sırasıyla %5 ve %1 hata payı ile katsayıların güvenilir olduğunu göstermektedir.

Tablo 6'daki sonuçlara göre; öncelikle cari işlemler dengesi, kendi gecikmeli değerlerinden önemli ölçüde etkilendiği için Türkiye'de cari işlemler açığının yapısal bir sorun haline geldiği söylenebilir. Turizm gelirlerinin kısa dönemde cari işlemler açığını artırdığı görülmüş olup, bu durumun nedeninin; turizm hizmetleri için yapılan ithalatlar olabileceği değerlendirilmiştir. Döviz kurundaki artışlar, çok kısa sürede (hemen) cari işlemler açığını azaltmaya başlamaktadır. Bu sonuç önemli olup; Merkez Bankasının ve diğer politika yapıcıların kur politikalarını ve kura yapılacak müdahaleleri, bu sonucu göz önünde bulundurarak belirlemelerinde yarar vardır. 2008 küresel ekonomik krizinin etkileri kısa dönemde anlamlı çıkmamıştır. Bu durumun nedenleri; krizin, Türkiye'de turizm faaliyetlerinin büyük oranda sona 15 Eylül'de meydana gelmiş olması ve krizin Türkiye ekonomisini asıl olarak 2009 yılında etkilemiş bulunmasıdır⁶.

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada; Türkiye'nin turizm gelirlerinin cari işlemler dengesi üzerindeki etkileri, 2003:M01-2018:M09 dönemi verileri kullanılarak, ekonometrik analizler yardımıyla araştırılmıştır. Çalışmada serilerin durağanlık dereceleri Ng-Perron (2001) tarafından geliştirilen birim kök testiyle incelenmiş ve TG serisinin birinci farkı alındığında, diğer serilerin düzey değerlerinde durağan oldukları belirlenmiştir. Seriler arasında eşbütünleşme ilişkisinin varlığı Pesaran, vd. (2001) tarafından geliştirilen Sınır Testi yöntemiyle incelenmiş ve serilerin eşbütünleşme ilişkisine sahip oldukları bulunmuştur. Bu durum; Türkiye ekonomisinde CID, TG ve DK serilerinin birlikte hareket ettiklerini ve birbirlerinden etkilendiklerini göstermektedir.

⁶ Bu kriz nedeniyle Türkiye ekonomisi 2008:Q4-2009:Q3 döneminde negatif büyümüş, sonra tekrar pozitif büyümeye başlamıştır.

Seriler arasındaki uzun ve kısa dönem ilişkileri ARDL yöntemiyle analiz edilmiştir. Uzun dönem analizinde; turizm gelirlerindeki 1 Milyar Dolarlık artışın cari işlemler açığını 2.26 Milyar Dolar azalttığı belirlenmiştir. Bu sonuç, literatürde yer alan Çelik Uğuz (2014); Şit (2016); Çelik, Kaplan ve Barak (2018) çalışmalarıyla uyumludur. Benzer şekilde döviz kurundaki 1 TL'lik (veya 1 birimlik) artışın Türkiye'nin cari işlemler açığını ortalama 2.50 Milyar Dolar azalttığı sonucuna ulaşılmıştır. Son olarak 2008 küresel ekonomik krizi de Türkiye'nin cari işlemler açığını azaltmıştır. Elde edilen sonuçlar beklentilerimizle uyumludur. Kısa dönem analizinde; cari işlemler dengesinin, kendi gecikmeli değerlerinden önemli ölçüde etkilendiği görülmüş olup, bu durum, Türkiye'de cari işlemler açığının yapısal bir sorun haline geldiğine işaret etmektedir. Turizm gelirlerinin kısa dönemde cari işlemler açığını artırdığı görülmüş olup, bu durumun nedeninin; turizm hizmetleri için yapılan ithalatlar olabileceği değerlendirilmiştir. Döviz kurundaki artışların, çok kısa dönemde de cari işlemler açığını azaltmaya başladığı görülmüştür.

Elde edilen bu sonuçlara dayanarak; Türkiye'de cari işlemler açığını ve yeni ekonomik kriz risklerini azaltabilmek için; turizm gelirlerini artırıcı çalışmalara ağırlık verilmesinin ve döviz kurlarının ihracatı ve turizm faaliyetlerini artırıcı biçimde düzenlenmesinin yararlı olacağı söylenebilir. Cari açığın kazanmış olduğu yapısal karakteri değiştirebilmek için ise; üretimin aramalı ithalatına olan yüksek bağımlılığının azaltılması, bunun için yurtiçi enerji çeşitliliğinin artırılarak enerji maliyetlerinin düşürülmesi, ara malları maliyetlerini düşürebilmek için üreticilere ürün desteklerinin sağlanması faydalı olabilir. Turizm gelirlerini artırma noktasında; sadece ucuz paket turizmiyle yetinilmeyip, daha varlıklı turistleri ülkeye çekebilmek için tanıtım faaliyetleri ve organizasyonlara, turistik tesislerin kalitesini artırıcı çalışmalara ağırlık verilmesi yerinde olacaktır. Son olarak turizm faaliyetlerini sadece deniz-kum tatili olmaktan çıkarıp, kültür, spor, kongre ve sağlık turizmi alanlarına daha fazla ağırlık vererek, yılın 12 ayında turizm faaliyetlerinin devamı sağlanmalıdır. Turizm alanında Türkiye'nin rakiplerinin güçlü olduğu hatırd tutulmalı, özellikle Yunanistan, İtalya, İspanya, Mısır ve Tunus'un uyguladığı turizm çalışmaları yakından takip edilmeli, gerekli karşı kampanyalar ivedilikle düzenlenerek, sabit müşteri kitlesi korunmalıdır. Ülkeyi yöneten erklerin de ülkenin dış imajına zarar verebilecek söz ve davranışlardan uzak durmalarında yarar vardır.

KAYNAKLAR

- Başkol, M. O. (2016). Türkiye İhracatının İthalata Bağımlılığının Dâhilde İşleme Rejimi Açısından Analizi. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(2), 1-18.
- Çelik Uğuz, S. (2014). Türkiye’de Cari İşlemler Dengesi ve Turizmin Önemi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16(26), 18-22.
- Çelik, T., Kaplan, M. ve Barak, D. (2018). Türkiye’de Turizm Gelirlerinin Cari Açığın Sürdürülebilirliğine Etkisi: 1980-2016. *International Journal of Academic Value Studies*, 3(14), 249-259.
- Çelik, A. K., Özcan, S., Topçuoğlu, A. ve Yıldırım, K. E. (2013). Effects of The Tourism Industry on The Balance of Payments Deficit. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 24(1), 86-90.
- Dickey, D. and Fuller, W. A. (1979). Distribution of the Estimates for Autoregressive Time Series With a Unit Root. *Journal of the American Statistical Association*, 74, 427-431.
- Dickey, D.A. and Fuller, W. A. (1981). Distribution of the Estimators for Autoregressive Time Series with A Unit Root. *Econometrica*, 49, 1057-1072.
- Engle, R.F. and Granger, C.W.J. (1987). Co-integration and Error Correction: Representation, Estimation, and Testing. *Econometrica*, 55, 251–276
- ETE (2017). Sustainable Tourism Development in UNESCO Designated Sites in South-Eastern Europe. http://portal.unesco.org/es/files/45338/12417872579Introduction_Sustainable_Tourism.pdf/Introduction_Sustainable_Tourism.pdf, [Erişim Tarihi: 07.02.2019].
- Granger, C.W.J. and Newbold, P. (1974). Spurious Regressions in Econometrics. *Journal of Econometrics*, 2, 111-120.

- Johansen, S. and 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.
- KTB (2019a). Turizm Gelirleri ve Giderleri. Kültür ve Turizm Bakanlığı, <http://yigm.kulturuzm.gov.tr/TR-201116/turizm-gelirleri-ve-giderleri.html>, [Erişim Tarihi: 07.02.2019].
- Kwiatkowski, D., Phillips, P.C.B., Schmidt, P. and Shin, Y. (1992). Testing the Null Hypothesis of Stationarity Against the Alternative of A Unit Root. *Journal of Econometrics*, 54, 159 – 178.
- Malik, S., Chaudhry, I. S., Sheikh, M. R. ve Farooqi, F. S. (2010). Tourism, Economic Growth and Current Account Deficit in Pakistan: Evidence from Co-integration and Causal Analysis. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 22, 21-31.
- Owino, O. (2014). Tourism and The Current Account Position in Kenya. A Research Paper Submitted to The University of Nairobi, School of Economics, in Partial Fulfilment of The Requirements for The Award of Masters of Arts Degree in Economic Policy Management.
- Pesaran, M. H., Shin, Y. and Smith, R. J. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of Level Relationships. *Journal of Applied Econometrics*, 16(3), 226-339.
- Philips, P.C.B. and Perron, P. (1988). Testing For a Unit Root in Time Series Regression. *Biomètrika*, 75(2), 336-346.
- Polat, M. A. (2018). Büyük Resesyon Sonrası Makro İhtiyati Politikalar: Türkiye Örneği. Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı İktisat Bilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Şit, M. (2016). Türkiye Ekonomisinde Net Turizm Gelirlerinin Cari İşlemler Açığını Azaltmadaki Etkisinin Analizi: 1980-2015 Dönemi. *Ömer*

Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9(4), 57-67.

Tarı, R. (2012). *Ekonometri*. Umuttepe Yayınları, Kocaeli.

TCMB-EVDS (2019a). CARİ İŞLEMLER HESABI(Milyon ABD Doları). Ödemeler Dengesi Analitik Sunum (6. El Kitabı) (Milyon ABD Doları)(Aylık), <https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket>, [Erişim Tarihi: 07.02.2019].

TCMB-EVDS (2019b). Turizm İstatistikleri. Seyahat Gelirleri ve Giderleri(Aylık), <https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket>, [Erişim Tarihi: 07.02.2019].

TCMB-EVDS (2019c). Kurlar. Kurlar-Reel Efektif Döviz Kuru-TÜFE Bazlı (2003=100)(Aylık), <https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket>, [Erişim Tarihi: 07.02.2019].

TCMB-EVDS (2019d). Ödemeler Dengesi Ayrıntılı Sunum (6. El Kitabı) (Milyon ABD Doları)(Aylık), <https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket>, [Erişim Tarihi: 07.02.2019].

TCMB-EVDS (2019e). Dış Ticaret İstatistikleri. Dış Ticaret Geniş Ekonomik Kategorileri Sınıflamasına Göre (BEC) (Milyon ABD Doları) (TÜİK) (Aylık), <https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket>, [Erişim Tarihi: 07.02.2019].

Thano, R. (2015). The Impact of Tourism on the Balance of Payments. *American Journal of Economics, Finance and Management*, 1(5), 529-536.

UNWTO (2005). Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers. <http://www2.unwto.org/content/about-us-5>, [Erişim Tarihi: 01.02.2019].

- Uras, G. (2013). Üretim ve İhracat İthalata Bağımlı. *Milliyet*, (03.12.2013). <http://www.milliyet.com.tr/yazarlar/gungor-uras/uretim-ve-ihracat-ithalata-bagimli-1801423/>, [Erişim Tarihi: 011.02.2019].
- Uslu, H. (2018). Ekonomik Büyüme ve İşsizlik İlişkisinin Türkiye Ekonomisindeki Yeni Gelişmeler Çerçevesinde İncelenmesi. *Social Sciences Studies Journal*, 4(17), 1515-1531. doi.org/10.26449/sss.527
- Vita, G. D. and Abbot, A. (2004). Real Exchange Rate Volatility and US Exports: An ARDL Bounds Testing Approach. *Economic Issues*, 9(1), 69-78.
- World Bank (2019a). Merchandise exports (current US\$). <https://data.worldbank.org/indicator/TX.VAL.MRCH.CD.WT>, [Erişim Tarihi: 27.01.2019].
- World Bank (2019b). Merchandise imports (current US\$). <https://data.worldbank.org/indicator/TM.VAL.MRCH.CD.WT?view=chart>, [Erişim Tarihi: 27.01.2019].
- World Bank (2019c). Current account balance (BoP, current US\$). <https://data.worldbank.org/indicator/BN.CAB.XOKA.CD?view=chart>, [Erişim Tarihi: 27.01.2019].
- World Bank (2019d). Current account balance (% of GDP). <https://data.worldbank.org/indicator/BN.CAB.XOKA.GD.ZS?view=chart>, [Erişim Tarihi: 27.01.2019].
- World Bank (2019e). GDP growth (annual %). <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?view=chart>, [Erişim Tarihi: 11.02.2019].

EKLER

Ek 1: Veri Setinin Tanımlayıcı İstatistikleri

<i>Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler</i>	CID	TG	DK
Ortalama	3.060407	1.852307	2.380337
Medyan	3.039	1.557	2.018053
En Büyük	9.407	4.328	7.163574
En Küçük	-1.887	0.379	1.496535
Standart Sapma	2.080933	0.991406	0.956493
Çarpıklık	0.342644	0.561413	1.935603
Basıklık	3.046887	2.121862	7.566497
Jarque-Bera Test İstatistiği	3.715572	16.00092	282.2331
Jarque-Bera Test İstatistiği Olasılık Değeri	0.156018	0.000335	0
Toplam	578.417	350.086	449.8838
Standart Sapmaların Kareleri Toplamı	814.0933	184.7826	171.9971
Gözlem Sayısı	189	189	189

Not: Bu tabloda verilerin standart sapmalarının küçük olduğu görülmekte olup, bu durum analiz sonucunda değişen varyans sorunu çıkma olasılığını azaltmaktadır. Analizde kullanılacak veri sayısı (189) da yeterli düzeydedir.

Ek 2: Korelasyon Matrisi

<i>Değişkenler</i>	CID	TG	DK
CID	1	-0.79	-0.51
TG	-0.79	1	0.39
DK	-0.51	0.39	1

Not: Korelasyon; serilerin birlikte hareket etme eğilimlerinin bir ölçüsü olup, (-1,1) aralığında değerler almaktadır. Değerin -1 veya 1'e yaklaşması, seriler arasındaki etkileşimin yüksek olduğunu göstermektedir. Korelasyon katsayısının işareti, seriler arasındaki ilişkinin yönünü belirtmektedir. Bu çalışmada kullanılan bağımsız değişkenler (TG, DK) de bağımlı değişkenle (CID) yakın etkileşim içindedir. TG ve DK'daki artışlar CID'ı azaltacaktır.

Ek 3: Eşbütünlük Testine Ait Ekran Görüntüsü

F-Bounds Test		Null Hypothesis: No levels relationship		
Test Statistic	Value	Signif.	I(0)	I(1)
F-statistic	4.705000	10%	3.47	4.45
k	3	5%	4.01	5.07
		2.5%	4.52	5.62
		1%	5.17	6.36

Ek 4: Uzun Dönem Analizine Ait Ekran Görüntüsü

Levels Equation				
Case 5: Unrestricted Constant and Unrestricted Trend				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
TGSA	-2.267686	1.119697	-2.025268	0.0446
DKSA	-2.506857	0.803826	-3.118655	0.0022
K2008	-1.443898	0.645354	-2.237373	0.0267

Ek 5: Kısa Dönem Analizine Ait Ekran Görüntüsü

ECM Regression				
Case 5: Unrestricted Constant and Unrestricted Trend				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.633642	0.397525	4.109531	0.0001
@TREND	0.014793	0.003515	4.208776	0.0000
D(CADSA(-1))	-0.450195	0.076955	-5.850081	0.0000
D(CADSA(-2))	-0.176227	0.085000	-2.073249	0.0398
D(CADSA(-3))	0.046143	0.085142	0.541951	0.5886
D(CADSA(-4))	0.127339	0.085876	1.482818	0.1402
D(CADSA(-5))	0.027714	0.086373	0.320867	0.7487
D(CADSA(-6))	0.172461	0.086055	2.004083	0.0468
D(CADSA(-7))	0.118706	0.085152	1.394049	0.1653
D(CADSA(-8))	0.187969	0.074143	2.535217	0.0122
D(TGSA)	-0.183460	0.447597	-0.409878	0.6825
D(TGSA(-1))	1.192551	0.466165	2.558219	0.0115
D(TGSA(-2))	0.744391	0.470307	1.582776	0.1155
D(TGSA(-3))	1.139354	0.487106	2.339029	0.0206
D(TGSA(-4))	0.634830	0.483410	1.313234	0.1910
D(TGSA(-5))	0.225753	0.463478	0.487085	0.6269
D(TGSA(-6))	0.964129	0.456162	2.113567	0.0362
D(TGSA(-7))	0.766198	0.458349	1.671648	0.0966
D(DKSA)	-2.278252	0.659504	-3.454493	0.0007
D(K2008)	0.966684	0.648598	1.490420	0.1381
D(K2008(-1))	-0.912549	0.660792	-1.380994	0.1693
CointEq(-1)*	-0.234948	0.053641	-4.379984	0.0000
R-squared	0.485531	Mean dependent var		-0.006089
Adjusted R-squared	0.417152	S.D. dependent var		1.168992
S.E. of regression	0.892460	Akaike info criterion		2.724414
Sum squared resid	125.8447	Schwarz criterion		3.114664
Log likelihood	-223.1972	Hannan-Quinn criter.		2.882643
F-statistic	7.100611	Durbin-Watson stat		1.993416
Prob(F-statistic)	0.000000			

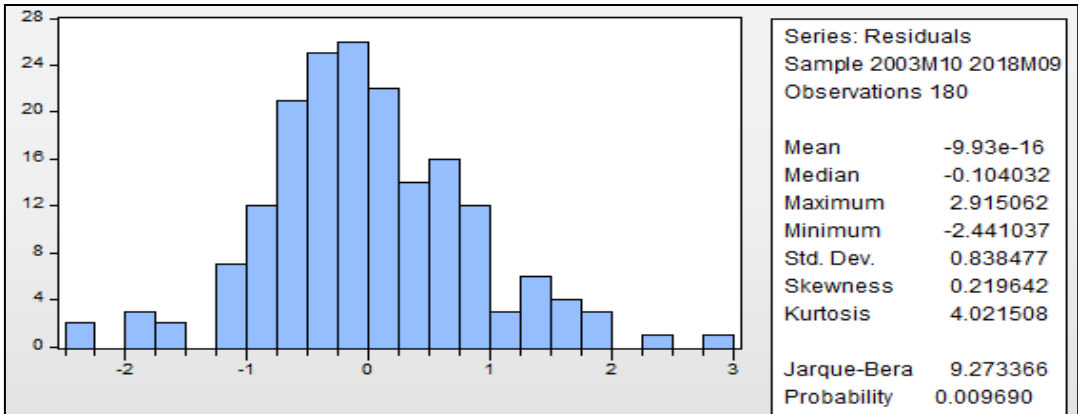
Ek 6: BG Otokorelasyon Testi Ekran Görüntüsü

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:			
F-statistic	0.002141	Prob. F(1,154)	0.9632
Obs*R-squared	0.002503	Prob. Chi-Square(1)	0.9601

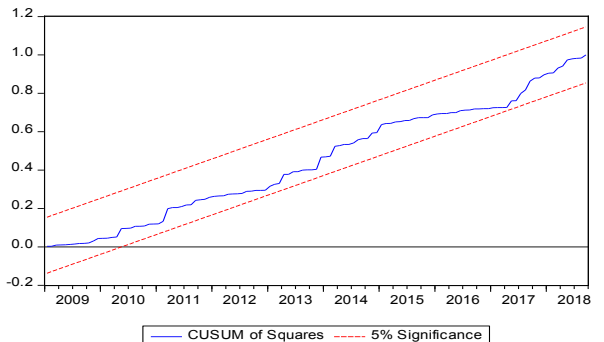
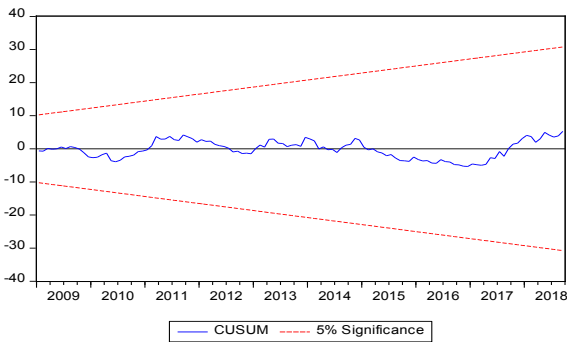
Ek 7: BPG Değişen Varyans Testi Ekran Görüntüsü

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey			
F-statistic	1.413179	Prob. F(24,155)	0.1087
Obs*R-squared	32.31555	Prob. Chi-Square(24)	0.1194
Scaled explained SS	36.20127	Prob. Chi-Square(24)	0.0525

Ek 8: JB Normallik Testi Ekran Görüntüsü



Ek 9: CUSUM ve CUSUMQ Grafikleri



PETROL FİYATLARINDA DEĞİŞKENLİK VE İKTİSADİ BÜYÜME: PETROL İTHAL EDEN ÜLKELER ÜZERİNE BİR ANALİZ*

Nazife Özge Beşer

Dr. Öğr. Üyesi

Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

E-mail: ozge.kilic85@hotmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6738-3638>

Serdar Öztürk

Prof. Dr.

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

E-mail: serdarozturk@nevsehir.edu.tr

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0650-0244>

ÖZET

Bu çalışmada, 1986-2013 yılları arası yıllık veriler kullanılarak en çok petrol ithal eden 16 ülke (Avustralya, Brezilya, Kanada, Çin, Fransa, Almanya, Hindistan, Endonezya, İtalya, Japonya, Rusya, Güney Afrika, Güney Kore, Türkiye İngiltere ve A.B.D) analize dâhil edilmiştir. Analizde panel veri yöntemi kullanılmış olup ilk olarak eğim katsayılarının her bir ülke için homojen mi yoksa heterojen mi olduğunun test edilmesine imkân veren homojenlik testi ile yatay kesitler arasında bağımlılığın olup olmadığının test edildiği yatay kesit bağımlılığı testlerine yer verilmiştir. Panel birim kök sınamaları yapıldıktan sonra model Panel Dinamik SUR tahmincisi ile tahmin edilmiştir.

Daha sonra modeli oluşturan değişkenler için nedensellik testleri uygulanmıştır. Panel nedensellik test sonuçlarına göre ekonomik büyüme ile ticari açıklık, ekonomik büyüme ile istihdam oranı, ekonomik büyüme ile sabit sermaye birikimi ve ekonomik büyüme ile dünya petrol fiyatları arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Petrol ithalatı ile ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisi araştırıldığında ise petrol ithalatından büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Son olarak petrol tüketiminden

* Bu makalede bilimsel araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyulmuştur.

kaynaklı karbondioksit salınımı ile ekonomik büyüme arasında ise herhangi bir nedensellik ilişkisine rastlanılmamıştır.

Anahtar Kelimeler: Petrol Fiyatları, İktisadi Büyüme, Panel Veri Analizi, Petrol İthal Eden Ülkeler, Panel Dinamik SUR

VARIABILITY AND ECONOMIC GROWTH IN OIL PRICES: AN ANALYSIS ON OIL IMPORTING COUNTRIES

ABSTRACT

In this study had been included to analysis as 16 countries (Australia, Brazil, Canada, China, France, Germany, India, Indonesia, Italy, Japan, Russia, South Africa, South Korea, Turkey and the UK U.S.A.) most oil importing country by using data in between the years of 1986 and 2013. In the analysis, panel data method had been used and firstly homogeneity test that enables to test that slope coefficients are homogenous or heterogeneous for each country and cross sectional dependency tests that examine whether there is dependency between cross sections or not had been included. After panel unit root tests had been done, model had been guessed by Panel Dynamic SUR estimator.

Later, causality tests had been applied for variables constituting the model. According to panel causality test results, two-way causality relation had been determined in between economic growth and commercial gap, employment rate, capital asset saving and world petroleum prices. When causality relation was examined in between oil import and economic growth, from oil import to growth one way causality relation had been determined. Finally, any causality relation had not been encountered in between carbon dioxide emission originating from oil consumption and economic growth.

Keywords: Oil Prices, Economic Growth, Panel Data Analysis, Oil Importing Countries, Panel Dynamic SUR

JEL Code: O130

1. Giriş

Enerji tüketim kalıplarının değişmesi ve yeni enerji kaynaklarının ortaya çıkması gibi farklı nedenlerle kullanılan enerji türünde zaman içerisinde çeşitli değişiklikler meydana gelmiştir. Dünya’da en yaygın olarak kullanılan kömür 19.

yüzyılda temel enerji kaynağı sayılırken, yüzyılın sonunda ise yerini yavaş yavaş petrole bırakmıştır.

20. yüzyılın başında ülkelerin kalkınmalarını ve sanayileşmelerini sağlamak amacıyla enerji kaynaklarına özellikle de petrole olan bağımlılıkları artmıştır. Bu dönemden itibaren savaş gemilerinin ve savaş araçlarının petrol ile çalışması yönünde adımlar atılmış, petrolün daha fazla önem kazanması gelişmiş ülkeleri petrole sahip olma yolunda farklı stratejiler belirlemeye itmiştir. Enerji ve petrol stratejileri uluslararası ilişkileri farklı şekilde etkilemiş, ortaya konan bu stratejiler küresel rekabet içerisinde uygulanmak amacıyla farklı senaryolara yönelik projeler ve anlaşmalar kapsamında gerek tek başlarına gerekse de iş birliği içinde hareket etmişlerdir.

Petrol, ekonomik büyümeyi en çok etkileyen değişkenlerin başında gelmektedir. Dünyadaki tüm ülke ekonomileri doğrudan ya da dolaylı olarak petrole bağımlıdırlar. Dolayısıyla ülkelerdeki petrol fiyatlarında meydana gelen değişiklikler bu ülkelerin ekonomik yapılarını da etkilemektedir. Petrol fiyatlarında meydana gelen artışlar, özellikle petrol ithal eden ülkelerde ticaret haddi, reel milli gelir, ödemeler dengesi gibi birçok makroekonomik büyüklüğü etkilerken, farklı sektörlerde de finansal krizlere, işsizliğe, petrol ithalatında ve yatırımlarda azalmaya ve yüksek enflasyona neden olmaktadır.

Petrol fiyatları temel olarak petrol arz ve talebini etkileyen mikro ekonomik dinamikler yanında politik ve coğrafi etkenler tarafından da şekillenmektedir. Petrol fiyatlarının belirlenmesi için net bir matematiksel formül olmamakla birlikte fiyatları belirleyen etkenler farklı işleyiş kanalları vasıtasıyla ortaya çıkmaktadır. Bunlardan birincisi olan talep yönlü kanal; petrol fiyatlarının belirlenmesinde ekonomik büyüme, vergiler ve spekülasyonların etkilerini ortaya koymaktadır. İkincisi arz yönlü kanal olup; fiyatların belirlenmesinde OPEC arz üretim kapasitesi, petrolün kalitesi, hava koşulları, üretim-çıkarma maliyetleri, stokların durumu gibi faktörler etkili olmaktadır. Üçüncü ve son kanal olan politik ve coğrafi etkenler; ambargolar, siyasi riskler, işgal ve çatışmalar, jeopolitik sebepler ve rezervlerin homojen olmayan dağılımı üzerine temellendirilmektedir.

Bu çalışmanın amacı, en çok petrol ithal eden ülkelerde petrol fiyatlarındaki değişkenliklerin iktisadi büyüme üzerindeki etkilerini analiz etmektir. Literatürde yer alan çalışmaların çoğunluğu ya gelişmiş veya gelişmekte olan ülkeleri incelemekte ya da petrol ihraç eden ülkeleri incelemektedir. Yapılan ampirik

çalışmalarda en çok petrol ithal eden ülkelerde petrol fiyatlarındaki değişikliklerin ekonomik büyümeye olan ilişkisinin araştırıldığı çalışmalara pek rastlanmamaktadır. Bu alandaki boşluk bizi en çok petrol ithal eden ülkelerde petrol fiyatları ve iktisadi büyüme arasındaki ilişkiyi analiz etmeye yönlendirmiştir. Dolayısıyla bu çalışmanın literatüre bu boşluğu doldurma konusunda katkı yapacağı beklenmektedir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Ampirik literatürde petrol fiyatları ile ekonomik büyüme ilişkisine yönelik hem tek ülke üzerine hem de ülkeler üzerine yapılmış birçok çalışma mevcuttur. Petrol fiyatları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmaların çoğunda kullanılan ilgili değişkenler arasında ters yönlü bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Petrol fiyatları ile ekonomik büyüme arasında pozitif, zayıf ve anlamsız etkilerin varlığına literatürde azda olsa rastlanmaktadır.

Petrol fiyatındaki değişikliklerin makroekonomik etkileri ilk olarak 1981 yılında Linert tarafından uygulamalı olarak araştırılmıştır. Yapılan çalışmada petrol fiyatı artışlarının kısa dönemdeki sonuçları Danimarka, Finlandiya, Norveç ve İsveç için incelenmiştir. 1979-1980 yılları arasında petrol fiyatı artışları Finlandiya dışındaki ülkelerde üretim kayıpları meydana getirmiştir. Bunun sebebi Finlandiya'nın Sovyetler Birliği'ne olan ihracatının ticari kaybını dengelemesidir (Lienert, 1981:201).

Petrol fiyatları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi inceleyen önemli çalışmalardan biri de Hamilton (1983) tarafından yapılan analizdir. Hamilton, ABD için 1948:2 ve 1980:3 arasındaki üç aylık verileri kullanarak yaptığı çalışmada Granger Nedensellik analizini kullanmış olup petrol fiyatındaki artışların reel GSMH büyümesinde düşüslere neden olduğu sonucuna varmıştır (Hamilton, 1983:228).

Mork (1989), petrol fiyatlarının Amerika'nın ekonomik büyümesi üzerindeki etkilerini Granger Nedensellik metodu yardımıyla incelemiştir. Sonuçlar petrol fiyatlarının Amerika'nın büyümesi üzerinde negatif yönde etkilediğini göstermektedir (Mork, 1989:740-789).

Lardic ve Mignon (2006), 12 Avrupa ülkesi için ekonomik büyüme ve petrol fiyatları arasında uzun dönemli ilişkinin var olup olmadığını araştırmış ve çalışma sonucunda petrol fiyatları ve ekonomik büyüme arasında asimetric eş bütünleşme

ilişkisinin olduğunu tespit etmişlerdir. Bu sonuç, artan petrol fiyatlarının ekonomide meydana getirdiği gerilemenin, petrol fiyatları düştüğü zaman meydana getirdiği canlanmadan daha fazla olduğu anlamına gelmektedir.

Blanchard ve Gali (2007), ABD, Almanya, Fransa, İngiltere, İtalya ve Japonya ülkelerinde petrol fiyatlarındaki değişikliklerin fiyatlar üzerindeki etkileri ve sanayi üretim seviyesi üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Bu sonuca göre petrol fiyatlarındaki değişikliklerin sanayi üretim düzeyindeki etkisinin zayıf olduğu sonucuna varılmıştır.

Lardic ve Mignon (2008) G-7, Avrupa Bölgesi Ülkeleri ve Amerika Birleşik Devletleri'nde petrol fiyatları ve ekonomik aktivite arasında uzun dönemli bir ilişkinin olup olmadığını araştırmışlardır. Çalışmada standart kointegrasyon reddedilirken, asimetrik kointegrasyonun olduğu sonucuna varılmıştır. Bu sonuç yalnızca Amerika ülkelerinde değil G-7 ve Avrupa Bölgesi ülkelerinde de tespit edilmiştir.

Hanabusa (2009), 2000 ve 2008 yılları arasında Japonya'nın petrol fiyatları ile ekonomik büyüme ilişkisini genelleştirilmiş otoregresif koşullu değişen varyans yöntemiyle incelemiştir. Ampirik sonuçlar petrol fiyatlarının ekonomik büyümenin Granger nedeni olduğu sonucunu göstermektedir.

Miller ve Ratti (2009), 6 OECD Ülkesi için 1971-1998 yılları arasında ham petrol fiyatları ve uluslararası borsalar arasında uzun vadeli ilişkinin olup olmadığını araştırmışlardır. Yapılan ampirik çalışmada eş bütünleşik vektör hata düzeltme modelini kullanmışlardır. Ampirik analizler sonucunda ham petrol fiyatları ve uluslararası borsalar arasında pozitif ilişkinin olduğu sonucuna varmışlardır.

Lorde, Jackman ve Thomas (2009), 1996-2005 yılları arasında Trinidad ve Tobago için petrol fiyatlarındaki dalgalanmaların makroekonomik etkilerini incelemişlerdir. Çalışmada Granger nedensellik analizini kullanmışlardır. Çalışmanın sonucunda petrol fiyatlarından devlet gelirlerine ve çıktıya doğru bir nedensellik ilişkisi olduğunu tespit etmişlerdir.

Berument vd. (2010), 16 MENA Ülkeleri için Vektör Otoregresif model yardımıyla petrol fiyatlarındaki bir şokun bu ülkelerdeki ekonomik büyüme üzerine etkisini ampirik olarak araştırmışlardır. Elde edilen sonuçlar petrol fiyat artışlarının Cezayir, İran, Irak, Kuveyt, Libya, Umman, Katar, Suriye ve Birleşik Arap Emirlikleri'nin çıktıları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir

etkiye sahip olduğunu gösterirken, Bahreyn, Cibuti, Mısır, İsrail, Ürdün, Fas ve Tunus çıktıları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olmadığı göstermektedir.

Abeyasinghe T. (2011), seçilen 12 ülke için yapılan analizde yapısal VAR modeli yardımıyla petrol fiyatlarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisini incelemiştir. Uygulama sonuçları petrol fiyatlarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin ABD gibi büyük bir ekonomi için önemli olmadığını ancak küçük açık ekonomilerde önemli bir rol oynadığını göstermektedir.

Jyaraman ve Lau (2011) tarafından, 14 Pasifik ada ülkeleri için yapılan çalışmada petrol fiyatlarının ekonomik büyüme üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Elde edilen bulgular petrol fiyatlarının ekonomik büyüme ve uluslararası rezervlerle eşbütünleşik olduğunu göstermektedir. Uzun dönemde değişkenler arasında herhangi bir nedensellik ilişkisi gözlenmezken kısa dönemde petrol fiyatlarından uluslararası rezervler ve ekonomik büyümeye doğru bir nedensellik tespit edilmiştir.

Ghalayani (2011), çalışmasında Rusya, Çin, Hindistan ve G-7 ülkelerinde Granger nedensellik analizini kullanarak petrol fiyatlarındaki değişikliklerin ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Yapılan çalışma sonucunda petrol fiyatlarındaki değişiklik ve ekonomik büyüme arasındaki etkileşim çoğu ülke için sağlanmazken G-7 ülke grubu için petrol fiyatından ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Yardımcıoğlu ve Gülmez (2013), 10 OPEC ülkesinde 1970-2011 dönemi için petrol fiyatları ve ekonomik büyüme arasındaki uzun dönemli ilişkiyi ve OPEC ülkelerinde Hollanda Hastalığının varlığını araştırmışlardır. Çalışmada Pedroni, Kao ve Johansen Fisher eşbütünleşme testleri ve Canning, Pedroni panel nedensellik analizi kullanılmıştır. Pedroni, Kao ve Johansen Fisher eşbütünleşme testleri her iki değişkenin uzun dönemde eşbütünleşme ilişkisine sahip olduğu sonucuna varılmıştır. OPEC ülkelerinde Hollanda hastalığının geçerli olup olmadığının araştırıldığı analizde petrol fiyatları ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemde çift yönlü nedensellik ilişkisinin olduğu sonucuna varılmıştır. Yapılan nedensellik araştırmalarından Lamda-Pearson istatistiğine göre panelin geneli için panel nedensellik sonuçları petrol fiyatları ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemde çift yönlü nedensellik ilişkisinin olduğu tespit edilmiş ve araştırma kapsamındaki OPEC ülkelerinde uzun dönemde petrol fiyatları ve

ekonomik büyüme değişkenleri arasında beklenildiği gibi karşılıklı olarak anlamlı bir ilişkinin olduğu ve OPEC ülkeleri için Hollanda Hastalığı riskinin geçerli olduğu sonucuna varılmıştır.

Yazdan, Ehsan ve Hossein (2014), 1980-2010 arası dönemde İran için petrol fiyatları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi Granger nedensellik analizi yardımıyla araştırmışlardır. Yapılan ampirik analiz sonucuna göre petrol fiyatının ekonomik büyümenin nedeni olmadığı tespit edilmiştir.

Narayan vd. (2014), 28 gelişmiş ülke ve 17 gelişmekte olan ülke için petrol fiyatlarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Çalışmada petrol fiyatlarının 16 gelişmekte olan ülke ve 21 gelişmiş ülke için ekonomik büyümeyle olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Pradhan, Arvin ve Ghoshray (2015), Petrol fiyatlarının ekonomik büyüme üzerindeki etkilerini 1961-2012 yılları arasında G-20 ülkeleri için incelemişlerdir. Petrol fiyatları, reel efektif döviz kuru, enflasyon oranı, reel faiz oranı ve büyüme arasında güçlü ve uzun dönemli bir ekonomik ilişkinin olduğu sonucuna varılmıştır. Yapılan ampirik analizde panel vektör otoregresif model, Granger Nedensellik testi kullanılmıştır.

Literatürde petrol fiyatları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi analiz etmek amacıyla çeşitli ülkeler için, farklı modeller ve yöntemler kullanılarak ve farklı veri aralıkları seçilerek yapılmış olan birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalar petrol fiyatlarının büyüme üzerindeki etkisinin pozitif ve negatif olduğu sonucuna ulaşanlar olmak üzere iki grupta incelenmektedir.

3. ANALİZ

3.1. Araştırma Dönemi ve Veri Seti

Çalışmada araştırma dönemi olarak 1986-2013 yılları arası yıllık veriler kullanılmıştır. Bu zaman döneminin kullanılmasında özellikle petrol ithalatı ve karbondioksit salınımı verilerinin seçili ülke grubuna ait verilere ulaşılabilirliği göz önünde bulundurulmuştur. Analize dahil edilen 16 petrol ithal eden ülke; Avustralya, Brezilya, Kanada, Çin, Fransa, Almanya, Hindistan, Endonezya, İtalya, Japonya, Rusya, Güney Afrika, Güney Kore, Türkiye İngiltere ve A.B.D' den oluşmaktadır.

Çalışmada seçili ülkelerin kişi başı gayri safi yurt içi hasıllarının logaritması bağımlı değişken; dünya petrol fiyatları, istihdam oranı, ticari dış açıklık, sabit sermaye birikimi, petrol ithalatı ve petrol tüketiminden kaynaklı karbondioksit (CO₂) salınımı ise bağımsız değişkenler olarak modele dahil edilmiştir. Modelde kullanılan değişkenlerin tanımları ve bunların veri kaynakları aşağıda belirtilmiştir.

Ekonomik büyüme: Çalışmada ekonomik büyüme, sabit fiyatlarla kişi başına düşen Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GDP)'nin logaritması alınarak hesaplanmıştır. 2005 yılı baz yıl olarak kabul edilmiş olup, değişken çalışmada *büyüme* olarak ifade edilmiştir. Değişken, Dünya Bankası'nın Dünya Kalkınma Göstergeleri veri tabanından elde edilmiştir.

Dünya Petrol Fiyatları: Brent, West Texas Intermediate ve Dubai Fateh'in ortalama spot fiyatlarını içeren dünya petrol fiyatları 2005 yılı temel yıl olarak kabul edilerek çalışmada *wop* değişkeni ile ifade edilmiştir. Değişken, IMF'nin veri tabanlarından elde edilmiştir.

Petrol İthalatı: Rafine edilmiş petrol üretiminin toplam ithalat miktarını gösteren değişken çalışmada *impo* değişkeni ile tanımlanmış ve metrik ton cinsinden U.S. Energy Information Administration'ın veri tabanından alınmıştır.

Karbondioksit Salınımı: Petrol tüketiminden kaynaklanan karbondioksit salınımını ifade eden değişken çalışmada CO₂ ile tanımlanmış ve U.S. Energy Information Administration'ın veri tabanından alınmıştır.

İstihdam oranı: Çalışmada 15 yaş üzeri çalışan sayısının toplam nüfus içindeki payı olarak ele alınan istihdam oranı *istihdam* değişkeni ile modelde yer almıştır. Değişken, Dünya Bankası'nın Dünya Kalkınma Göstergeleri veri tabanından elde edilmiştir.

Sabit Sermaye Birikimi: Çalışmada sermaye faktörü olarak sabit sermaye birikimi ele alınmış ve *sermaye* değişkeni ile modelde gösterilmiştir. Değişken, Dünya Bankası'nın Dünya Kalkınma Göstergeleri veri tabanından elde edilmiştir.

Ticari dış açıklık: İhracat ve ithalatın toplamının GSYİH içindeki payını temsil eden ticari açıklık, modelde *açıklık* değişkeni ile temsil edilmiştir. Değişken, Dünya Bankası'nın Dünya Kalkınma Göstergeleri veri tabanından elde edilmiştir.

Çalışmada tahmin edilecek olan ekonometrik model aşağıda belirtildiği gibidir:

Model 1:

$$büyüme_{i,t} = \hat{\delta}_i + \alpha_1 \cdot impo_{i,t} + \alpha_2 \cdot wop_t + \alpha_3 \cdot co2_{i,t} + \alpha_4 \cdot istihdam_{i,t-1} + \alpha_5 \cdot sermaye_{i,t-1} + \alpha_6 \cdot aciklik_{i,t} + e_{i,t}$$

Tablo 1. Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler

	İpgdp	İmpo	Wop	İstihdam	Sermaye	Açıklık	CO ₂
Ortalama	9.2820	483.98	83.663	56.360	23.256	47.344	424.12
Medyan	10.161	355.91	52.909	58.000	21.625	48.830	260.11
Maximum	10.728	2402.7	197.94	75.400	45.331	110.57	2627.6
Minimum	5.9873	0.0704	24.492	38.600	14.386	15.635	57.941
Std. Hata	1.3830	423.94	60.134	7.9365	5.7131	17.906	545.32
Gözlem sayısı	361	361	361	361	361	361	361

Analizde kullanılacak olan değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler Tablo 1’de verilmiştir. Tabloya göre değişkenlerin ortalama değerlerinin maksimum ve minimum değerlerinden uzak olduğu görülmektedir. Aynı şekilde standart sapmalarında ortalamadan uzak olduğu görülmekte ve veri setinde örneklem sapmasının olmadığı gözlenmektedir.

3.2. Ekonometrik Metodoloji

Çalışmada diğer tekniklere karşın birçok üstünlüğe sahip olan panel veri analizi tekniği tercih edilmiştir. Panel veri analizinin en önemli özelliği, zaman serileri ile yatay kesit serilerini bir araya getirerek hem zaman hem de kesit boyutuna sahip bir veri setinin oluşturulmasına olanak tanınmasıdır.

Çalışmada tanımlanan model (1) için öncelikle yatay kesit bağımlılığı ve eğim katsayılarının homojenliği testleri gerçekleştirilmiştir. Daha sonra sapmasız tahminler elde edebilmek için panel birim kök testleri uygulanmıştır. Son olarak Panel veri analizi tekniği ile model (1) tahmin edilmiştir. Bu bölümdeki bütün ampirik testler E-views 8.0 ve Gauss 10 paket programları ile gerçekleştirilmiştir.

3.2.1. Homojenlik ve yatay kesit bağımlılığı sınamaları sonuçları

Regresyon analizine geçmeden önce ilk olarak, eğitim katsayılarının her bir ülke için homojen mi yoksa heterojen mi olduğu, Pesaran ve Yamagata (2008)'nin delta testleri aracılığıyla araştırılmıştır. Model (1) için hesaplanan delta istatistikleri Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Pesaran and Yamagata (2008)'in Homojenlik Testi

Model (1)	Test İstatistiği	Olasılık Değeri
delta_tilde	4.546***	0.000
Düzeltilmiş_delta_tilde	5.220***	0.000

***, **, * sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyinde sıfır hipotezinin reddedildiğini göstermektedir.

Tablo 2'ye göre delta ve düzeltilmiş delta test istatistiklerinin olasılık değerleri 0.05 anlamlılık düzeyinden küçük olduğu için eğitim katsayılarının homojen olduğunu savunan sıfır hipotezi reddedilmektedir.

İkinci olarak kesitler arasında bağımlılığın olup olmadığı araştırılmıştır. Buradan elde edilecek sonuca göre uygulanacak birim kök sınamalarının kuşak derecesi belirlenecektir. Tablo 3, Breusch ve Pagan (1980)'in yatay kesit bağımlılığı testi sonuçlarını göstermektedir. Tablo 3'ten hareketle, Model (1)'i oluşturan bütün değişkenler için yatay kesit bağımlılığı test istatistiği CD_{BP} olasılık değeri 0.05 anlamlılık düzeyinden daha küçük olduğu için yatay kesit bağımlılığının olmadığını belirten sıfır hipotezini reddedilmektedir. Bu durumda serilerin birim kök özellikleri araştırılırken yatay kesit bağımlılığını dikkate alan ve aynı zamanda heterojen paneller için uygulanabilecek ikinci kuşak panel birim kök sınamaları kullanılacaktır.

Tablo 3. Yatay Kesit Bağımlılığı Testi Sonuçları

Değişken	CD _{BP} Test İstatistiği (Olasılık Değeri)
Büyüme	670.903*** (0.00)
Sermaye	252.792*** (0.00)
İstihdam	237.367*** (0.00)
Açıklık	323.429*** (0.00)
İmpo	242.513*** (0.00)
CO ₂	202.267*** (0.00)
Wop	200.032*** (0.00)

***, **, * sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyinde sıfır hipotezinin reddedildiğini göstermektedir.

3.2.2. Birim Kök Testleri Sonuçları

Değişkenlerde birim kökün varlığı tespit edilirse, sahte regresyon sorunu panel veri analizinde de ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla modellerin tahmin aşamasında modeli oluşturan serilerin birim kök taşıyıp taşımadıklarının araştırılması, tahminlerin güvenilirliği açısından oldukça önem taşımaktadır.

Tablo 4, model (1)'i oluşturan her serinin sabit terim içeren panel birim kök sınamaları sonuçlarını göstermektedir. Parantez içi değerler ise ilgili test istatistiğinin olasılık değerini ifade etmektedir.

Tablo 4. Smith vd. (2004) Bootstrap Panel Birim Kök Testi Sonuçları

Değişken	\bar{t}	\bar{t} Olas. değeri	\overline{LM}	\overline{LM} Olas. değeri	$\overline{\max}$	$\overline{\max}$ Olas. değeri	$\overline{\min}$	$\overline{\min}$ Olas. değeri
Buyume	-1.14	0.79	3.64	0.2	0.88	1	1.92	0.38
DBuyume	-7.91 ^{***}	0.00 ^{***}	10.7	0.00 ^{***}	-3.5	0.00 ^{***}	9.04	0.00 ^{***}
Sermaye	-1.92 [*]	0.07 [*]	4.08	0.08 [*]	-1.7	0.00 ^{***}	3.42	0.00 ^{***}
Açıklık	-1.22	0.78	2.15	0.76	-1	0.58	1.39	0.65
DAçıklık	-5.35	0.00 ^{***}	14.5	0.00 ^{***}	-5.3	0.00 ^{***}	14.5	0.00 ^{***}
İstihdam	-2.02	0.05 [*]	3.95	0.07 [*]	-0.9	0.54	1.06	0.84
Dİstihdam	-5.45	0.00 ^{***}	15	0.00 ^{***}	-5.5	0.00 ^{***}	15	0.00 ^{***}
Impo	-4.7	0.00 ^{***}	12.5	0.00 ^{***}	-4.5	0.00 ^{***}	12	0.00 ^{***}
CO ₂	-0.52	0.99	2.4	0.73	0.01	0.99	1.25	0.84
DCO ₂	-4.6	0.00 ^{***}	12.6	0.00 ^{***}	-4.5	0.00 ^{***}	12.2	0.00 ^{***}

***, **, * sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyinde sıfır hipotezinin reddildiğini göstermektedir. Model sabit terimini içermektedir. Olasılık değerleri 5000 bootstrap döngüsü ile türetilmiştir. Blok hacmi ve maksimum gecikme uzunluğu sırası ile 30 ve 4 olarak belirlenmiştir. Tabloda yer almayan wop zaman serisine ait gerçekleştirilen ADF ve PP birim kök sınamaları sonuçları serinin birinci farkında durağan olduğu yönündedir.

Tablo 4'den elde edilen ampirik bulgulara göre; sermaye ve impo değişkenleri düzeyde durağan değişkenler olup; büyüme, açıklık, istihdam, CO₂ ve wop değişkenleri ise birinci farklarında durağan serilerdir.

3.2.3. Dinamik SUR Tahmin Sonuçları

Çalışmada kullanılan panel serilere birim kök sınamaları yapıldıktan sonra model Panel Dinamik SUR tahmincisi ile tahmin edilmiştir. 16 ülke için ayrı ayrı büyüme regresyonuna ait katsayı tahmin sonuçları Tablo 5' de gösterilmiştir.

Tablo 5. Panel Dinamik SUR Tahmin Sonuçları

	CO ₂	İmpo	açıklık	istihdam	wop	Sermaye
Ülke	Katsayı	Katsayı	Katsayı	Katsayı	Katsayı	Katsayı
Avustralya	-0.368***	0.105***	-0.012***	0.253***	-0.319***	0.826***
Brezilya	0.036***	0.107***	0.061***	0.361***	-0.082*	-0.485***
Kanada	0.073***	0.293***	0.061***	0.612***	0.279***	-0.634***
Çin	-0.021***	0.000***	-0.032***	0.221***	-1.522*	0.352***
Fransa	0.007***	0.129***	0.019***	0.282***	-0.041***	-5.930***
Almanya	0.003***	-0.001***	0.057***	0.215***	-0.246***	2.070***
Hindistan	-0.240***	0.034***	0.042***	-0.152***	-0.031***	3.940***
Endonezya	-0.228***	-0.216***	-0.012***	-0.019***	-0.003***	-0.170***
İtalya	-0.605***	0.208***	0.001***	14.690*	-0.307**	74.797***
Japonya	0.054***	-0.024***	-0.345***	2.709***	-0.056**	0.756***
Rusya	-0.004***	0.165***	-0.066***	-0.430***	-0.014**	-0.062***
G. Afrika	-0.049***	-0.170***	0.003***	0.205***	0.258***	-17.226***
G. Kore	0.027***	0.082***	0.036***	0.250***	-0.128**	0.719***
Türkiye	-0.212***	0.514***	-0.513***	-0.169***	-0.023**	-0.352***
İngiltere	-0.043***	-0.029***	-0.042***	-0.084***	-1.119**	0.393***
A.B.D	-0.002***	-4.878***	0.033***	0.038***	0.169***	3.146***

*, **, *** sırasıyla %10, %5 ve %1 anlamlılık düzeylerinde değişkenin istatistiki olarak sıfırdan farklı olduğunu ifade etmektedir.

Bağımsız değişkenlerin ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin ele alındığı Tablo 5’den hareketle, “CO₂” değişkeninin ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin 16 ülkeden 10’u için negatif ve istatistiki olarak anlamlı olduğu görülmektedir. “impo” değişkeni ile temsil edilen petrol ithalatının ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin ele alınan 16 ülkeden 6’sı için negatif ve istatistiki olarak anlamlı olduğu görülürken geri kalan 10 ülke için ise petrol ithalatı ekonomik büyüme süreçlerinde pozitif bir etkiye yol açmaktadır. “açıklık” değişkeni ile temsil edilen ticari dışa açıklığın ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin ele alınan 16 ülkeden 7’si için negatif ve istatistiki olarak anlamlı olduğu görülürken geri kalan 9 ülke için ise ticari dışa açıklık ekonomik büyüme süreçlerinde pozitif bir etkiye yol açmaktadır. “istihdam” değişkeni ile temsil edilen 15 yaş ve üzeri toplam nüfusun istihdam oranının ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin ele alınan 16 ülkeden 11’i için pozitif ve istatistiki olarak anlamlı olduğu görülmektedir. “wop” değişkeni ile temsil edilen Dünya petrol fiyatının ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin ele alınan 16 ülkeden 13’ü için negatif ve istatistiki olarak anlamlı olduğu görülmektedir. “sermaye” değişkeni ile temsil edilen sabit sermaye birikiminin ise ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin ele alınan 16 ülkeden 9’u için pozitif ve istatistiki olarak anlamlı olduğu görülmektedir.

Tablo 5’den hareketle, çalışmanın veri seti tanımlanırken de bahsedilen değişkenlerin işaretleri ile ilgili önsel beklentilerin, ülkelerin çoğunluğu açısından sağlandığı tespit edilmiştir. Sonuçlara göre sabit sermaye birikimi, istihdam oranı, ticari dışa açıklık petrol ithal eden 16 ülke grubunu oluşturan ülkelerin çoğunun ekonomik büyüme süreçlerine pozitif yönde katkı sağlarken, petrol fiyatlarının artması, petrol ithalatının artması ve petrol tüketiminden kaynaklanan karbondioksit salınımının artması ise bu ülke grubunun çoğunun ekonomik büyüme süreci üzerinde olumsuz yönde etki etmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

İktisadi kalkınma sürecinin vazgeçilmez enerji kaynaklarından olan petrol, söz konusu süreçte pek çok ülkenin önemli eşikleri atlamasında ve bazı ülkelerin de finansal krizler içinde bocalamasında kilit rol oynamıştır.

Dünya petrol fiyatlarındaki değişimin petrol ithalatçısı ülkelerin ekonomik büyümesi üzerindeki etkilerinin incelendiği bu çalışmada, en çok petrol ithal eden 16 ülkenin 1986-2013 yılları arası yıllık verileri kullanılarak ilgili ülkelerin petrol fiyatlarıyla ekonomik büyüme arasındaki ilişkisi panel veri analizi yöntemiyle

araştırılmıştır. Analizde kullanılan zaman döneminin özellikle petrol ithalatı ve karbondioksit salınımı verilerinin seçili ülke grubuna ait verilere ulaşılabilirliği göz önünde bulundurulmuştur.

Çalışmada seçili ülkelerin kişi başı gayri safi yurt içi hasıla bağımlı değişken; dünya petrol fiyatları, istihdam oranı, ticari dış açıklık, sabit sermaye birikimi, petrol ithalatı ve petrol tüketiminden kaynaklı karbondioksit (CO₂) salınımı ise bağımsız değişkenler olarak modele dahil edilmiştir.

Analizde ilk olarak eğim katsayılarının her bir ülke için homojen mi yoksa heterojen mi olduğunun test edilmesine imkân veren homojenlik testi ile yatay kesitler arasında bağımlılığın olup olmadığının test edildiği yatay kesit bağımlılığı testlerine yer verilmiştir. Bu iki testten elde edilecek bulgular sonucunda serilerin birim kök taşıyıp taşımadıklarının test edileceği birim kök sınamalarının kuşak derecesine göre karar verilmiştir. Yapılan homojenlik testi sonuçlarına göre, delta ve düzeltilmiş delta test istatistiklerinin olasılık değerleri 0.05 anlamlılık düzeyinden küçük olduğu için eğim katsayılarının homojen olduğunu savunan sıfır hipotezi reddedilmiş ve eğim katsayılarının heterojen olduğuna karar verilmiştir. İkinci olarak kesitler arasında bağımlılığın olup olmadığı araştırılmıştır. Yatay kesit bağımlılığı testi sonucunda bütün değişkenler için yatay kesit bağımlılığının olduğu tespit edilmiştir. Bu testin sonucu olarak kullanılacak birim kök testlerinin kuşak derecesi belirlenmiş ve ikinci kuşak panel birim kök sınamasının yapılmasına karar verilmiştir. Yapılan panel birim kök sınaması sonuçlarına göre ise, sermaye ve impo değişkenleri düzeyde durağan değişkenler olup; büyüme, açıklık, istihdam, CO₂ ve wop değişkenleri ise birinci farklarında durağan seriler olduğu görülmüştür.

Petrol fiyatlarında meydana gelen %1'lik bir değişim ekonomik büyüme oranlarında Avustralya'da %0.31, Brezilya'da %0.08, Çin'de %1.52, Fransa'da %0.04, Almanya'da %0.24, Hindistan'da %0.03, Endonezya'da %0.003, İtalya'da %0.30, Japonya'da %0.05, Güney Kore'de %0.12, Türkiye'de %0.02, ve İngiltere'de %1.11'lik bir azalma meydana getirmektedir. Petrol fiyatlarındaki değişikliklerden en fazla etkilenen ülkeler olarak bir ülke grubu oluşturulması bakımından Çin olmak üzere, sırasıyla İngiltere, Avustralya, İtalya, Almanya, Güney Kore, Brezilya, Japonya, Hindistan, Türkiye ve Endonezya gibi ülkeler sayılabilir. Bu ülke grubunun daha sonraki yapılacak olan çalışmalara bir örnek teşkil edeceği beklenmektedir.

Petrol ithalatçısı ülkelerde petrol tüketiminin çok büyük bir kısmı ithalatla karşılanmaktadır. Dolayısıyla petrol ithalatçısı ülkelerde petrol fiyatı artışlarının ekonomik büyüme ve diğer ekonomik aktiviteler üzerindeki etkilerinin incelenmesi ve petrol fiyatlarında meydana gelecek artışların bu ülkelerin ekonomilerinde oluşturacağı olumsuz etkilerin önlenmesi amacıyla izlenecek politika tepkilerinin belirlenmesi büyük önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

Abeysinghe, T. (2001), “Estimation of Direct and Indirect Impact of Oil Price on Growth”, *Economic Letters* 73 (2001):147-153.

Berument, M. H., Ceylan, N.B., ve Doğan, N. (2010), “The Impact of Oil Price Shocks on The Economic Growth of Selected MENA Countries”, *The Energy Journal*, Volume 31:149-176.

Blanchard, O. J, Gali, J. (2007), “The Macroeconomic Effects of Oil Price Shocks: Why are the 2000s so Different from the 1970s?”, *National Bureau of Economic Research (NBER), Working Paper: 13368:1-77*.

Breusch, T.S. ve Pagan, A.R. (1980), “The Lagrange Multiplier test and its application to model specification in econometrics”, *Review of Economic Studies* 47, s.239-254.

Ghalayani, L. (2011), “The Interaction between Oil Price and Economic Growth”, *Middle Eastern Finance and Economics*, ISSN:1450-2889 Issue 13.

Hamilton, James, D. (1983), “Understanding Crude Oil Prices”, *Working Paper 14492* <http://www.nber.org/papers/w14492>, s.1-44.

Hanabusa, Kunihiro (2009), “Causality Relationship between the Price of Oil and Economic Growth in Japan”, *Energy Policy* 37: 1953-1957.

Jayaraman, Tiru K. ve Lau E. (2011), “Oil Price and Economic Growth in Small Pacific Island Countries”, *Modern Economy, Scientific Research*, s.153-162.

Lardic, S. ve V. M. (2006), “Oil prices and economic activity: An asymmetric cointegration approach”, *Energy Economics* 34: 3910-3915.

Lardic, S. ve Mignon, V. (2008), “Oil Prices And Economic Activity: An Asymmetric Cointegration Approach”, *Energy Economics* 30 (2008), s.847–855.

Lienert, I. (1981), “The Macroeconomic Effects of the 1979/80 Oil Price Rise on Four Nordic Economies”, *Wiley on behalf of The Scandinavian Journal of Economics*, Vol. 83, No. 2, s. 201-219.

Lorde, T., Jackman, M. ve Thomas, C. (2009), “The Macroeconomic Effects of Oil Price Fluctuations on a Small Open Oil-Producing Country: The Case of Trinidad and Tobago”, *Energy Policy*, 37(7): 2708-2716.

Mark, N.C., Ogaki, M. ve Sul, D. (2005), “Dynamic Seemingly Unrelated Cointegration Regression”, *Review of Economic Studies*, 72:797-820.

Miller, J. I., ve Ratti, R. A. (2009), “Crude oil and stock markets: Stability, instability, and bubbles”, *Energy Economics*, 31(4):559-568.

Narayan P.K., Sharma, S.S., Poon, W.C., ve Westerlund, J. (2014), “Do Oil Prices Predict Economic Growth? New Global Evidence”, *Financial Econometrics Series SWP 2014/09*.

Pesaran, M. Hashem ve Yamagata, T. (2008), “Testing slope homogeneity in large panels”, *Journal of Econometrics*, 142:50–93.

Pradhan, Rudra P., Arvin, Mak ve Ghoshray, A. (2015), “The dynamics of economic growth, oil prices, stock market depth, and other macroeconomic variables: Evidence from the G-20 countries”, *International Review of Financial Analysis*, 2015, vol. 39:84-95.

Yardımcıoğlu, Fatih ve Gülmez, A. (2013), “OPEC Ülkelerinde Hollanda Hastalığı: Petrol Fiyatları ve Ekonomik Büyüme İlişkisinin Ekonometrik Bir Analizi”, *Sosyoekonomi* (Ocak-Haziran).

Yazdan, Gudarzi F., Ehsan Asghari G. ve Hossem, Sadr, Seyed, M. (2012), “Is Cointegration between Oil Price and Economic Growth? Case Study Iran”, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 62:1215-1219.

-ARAŞTIRMA MAKALESİ-

SAĞLIK HARCAMALARININ EKONOMİK BÜYÜME İLE İLİŞKİSİNİN OECD ÜLKELERİ İÇİN ANALİZİ*

Utku Altunöz

Doç.Dr.

Sinop Üniversitesi, Boyabat İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

E-posta: utku_al@sinop.edu.tr

ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-0232-3108>

ÖZET

Beşerî sermayenin önemli unsurlarından biri olan sağlık harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki, politika yapıcılar için önem arz eden konuların başında gelmektedir. Birçok ekonomik büyüme ile ilgili çalışma, beşerî sermaye olarak eğitimi analizlerine dahil etmektedir. Beşerî sermaye olarak sağlık harcamalarının dahil edilmeyip sadece eğitimin baz alındığı çalışmalar sağlıklı sonuçlar verememektedir. Bu eksikliğin giderilmesi amacıyla çalışmada panel veri yöntemi ile sağlık harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisi test edilmektedir. Bu doğrultuda Türkiye dahil seçilmiş 15 OECD ülkesi için 2000-2016 yıllarını kapsayan veriler analize dahil edilmiştir. Çalışmanın daha güvenilir sonuçlar vermesi amacıyla büyümeyle ilişkili ilave beş farklı değişken de analize eklenmiştir. Ekonometrik sonuçlara göre ekonomik büyüme ile sağlık harcamaları arasında güçlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Büyüme, Sağlık Harcaması, Panel Regresyon*

* Bu makalede bilimsel araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyulmuştur.

Atıf (APA): Altunöz, U., (2020), Sağlık Harcamalarının Ekonomik Büyüme ile İlişkisinin OECD Ülkeleri İçin Analizi, Ekonomi Bilimleri Dergisi, 12 (1): 85-105

ANALYSIS OF THE RELATION OF THE ECONOMIC GROWTH WITH THE HEALTH EXPENDITURES FOR OECD COUNTRIES

ABSTRACT

The relationship between health expenditures and economic growth, which is one of the important elements of human capital, is at the top of the issues that are important for policy makers. Many studies on economic growth have included education as an analysis of human capital. Studies in which human capital is not included as a human capital but based solely on education cannot provide healthy results. In order to overcome this deficiency, the effect of health expenditures on economic growth is tested by panel data method in the study. For this selected 15 OECD countries, data covering the years 2000-2016 have been included in the analysis. An additional five variables related to growth were also added to the study to give more reliable results. According to econometric results, a strong and statistically significant relationship was found between economic growth and health expenditures.

Word Keys: *Growth, Health Expenditure, Panel Regression*

JEL Codes: *C51, H51, I15*

Giriş

Dışsallık, sağlık hizmetinin en önemli ekonomik karakterlerinden biridir. Diğer bir ifadeyle sağlık hizmetleri, yapısal bakımdan sadece hizmeti alan kişilere değil, söz konusu kişilerin çevresinden başlamak suretiyle topluma pozitif dışsallık yaymaktadır. Stiglitz'e göre sağlık hizmetlerinin yaydığı söz konusu dışsallık, kamunun sağlık sektörüne müdahalesinin ve/ veya faaliyette bulunmasının temel gerekçelerindedir (Stiglitz, 1988:44).

Sağlık hizmetlerinin diğer bir ekonomik özelliği ise kamusal olmalarıdır. Sağlık hizmetlerinin önemli bir bölümünü oluşturan koruyucu hizmetler tam kamusal mal olarak kabul edilirken koruyucu hizmetler dışındaki tüm hizmetler ise yarı kamusal mallar olarak değerlendirilmektedir (Yalçın ve Çakmak, 2016:706). Bundan dolayı tam kamusal mal olarak kabul gören koruyucu hizmetler dışında

kalan hizmetler piyasada alınıp satılabilmektedir. Bu bağlamda düşük gelirliilerin sağlık hizmetlerinden faydalanabilmesi için kamu müdahalesi, adil gelir dağılımına ulaşılması açısından önem taşımaktadır.

Sağlık amacıyla yapılan harcamaların gider harcaması değil yatırım harcaması olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Literatürde birçok çalışma sağlık harcamalarını kısa dönemde gider olarak ele alsa da uzun dönemde yatırım harcaması olarak kabul etmektedir. Smith (2006) sağlıklı bireylere verilen eğitim hizmetlerinin çıktısı daha belirgin olacağını ve artan yaşam süresi ile söz konusu kişilerden daha etkin faydalanılacağını iddia etmektedir. Ekonomik büyüme ile ilgili literatürde teorik tartışmalar, ekonomik büyüme sürecinde beşerî sermayenin rolü üzerinde yoğunlaşmaktadır. Beşerî sermayenin iki temelini eğitim ve sağlık olduğu düşünüldüğünde bu iki alana yapılan yatırımların bireylerin beşerî sermaye seviyelerini doğrudan etkileyebileceği söylenebilir. Bu bağlamda insan için yapılan her çeşit yatırımın gerek kısa gerekse uzun vadede ekonomik büyümeye katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Gelişmiş ülkelerde eğitim ve sağlık düzeylerinin de yüksek olduğu görülmektedir. Barro(1996) sağlık harcamalarının sermaye üreten bir varlık olması bağlamında ekonominin motoru olduğunu ifade etmektedir. Bloom ve Canning (2000)'e göre daha yüksek verimlilik elde edilen bireyler bilgiyi daha etkin şekilde özümseyen sağlıklı bireylerdir. Bloom, Canning ve Sevilla (2001) ise beşerî sermayenin tanımlanmasında sağlığın önemli bir yere sahip olması gerektiğini belirterek temel büyüme dinamiklerinden birinin de sağlık olgusu olduğunu savunmaktadırlar. Hamoudi ve Sachs (1999) servetle sağlık arasında eş zamanlı bir döngü olduğunu belirtmektedir. Ülkeler için sağlık göstergeleri farklı değişkenler şeklinde inceleme alanı bulabilir. Bunlardan bazıları, sağlık harcamaları, ortalama yaşam süresi, doğum beklentisi, çocuk ölüm oranlarıdır. Fiziki sermayeden farklı olarak beşerî sermaye, üretim sürecine dahil olan diğer faktörlerin etkin ve verimli bir şekilde kullanılmasını, yeni teknolojilerin icat edilmesini ve bunların akla uygun bir şekilde kullanılmasını sağlamaktadır. Bir ülkenin gelişmişlik seviyesi ile beşerî sermayenin önemli bileşenlerinden biri olan sağlık göstergeleri arasında pozitif bir ilişkinin var olduğu kabul edilmektedir. Bu durum ise ekonomik büyüme bakımından bir ülkenin sağlık seviyesinin nedenli önemli olduğunu ifade etmektedir. Beşerî sermaye kuramında bireylerin bilgi ve beceri seviyelerindeki gelişim ekonomik faaliyetlerindeki verimliliği ve üretkenliği arttırmaktadır (Yumuşak ve Yıldırım,2009:59). Geçmiş klasik iktisada dayanan beşerî sermaye, günümüzde

bilimsel bir teori haline gelmiş bulunmaktadır (Dae-Bong, 2009). Teorik anlamda da ülkelerin ekonomik gelişmişliğiyle beşerî sermayenin temel unsurlarından sağlık düzeyi ve eğitim durumu arasında yakından bir ilişkinin var olması beklenmektedir. Söz konusu ilişkinin ana nedeni sağlıklı toplumlarda beşerî sermayesinin nispeten daha rahat ve kolay bir şekilde artırılabilir olmasıdır. Bundan dolayı beşerî sermaye stokunu artırmaya niyetli, bir ülke için ön şart toplumun sağlık düzeyini yükseltmektir. Ekonomik büyümenin itici gücü olan sağlık, eşitsizlik ve yoksulluk gibi problemlerin azaltılmasında önemli bir görev üstlenmektedir. Sağlık sektöründe meydana gelen gelişimlerle hem fiziki hem de beşerî sermaye birikimi artırılabilen ve böylece ekonomik büyümeye katkı sağlanabilmektedir. Diğer bir ifadeyle yapılan sağlık harcamaları beşerî sermayeyi geliştirmek suretiyle ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkilemekte ve aynı zamanda ekonomik büyümenin gelişimi beşerî sermaye yatırımlarına taşınarak zincirleme bir büyüme sağlanabilmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı, Türkiye'nin de içinde olduğu OECD ülkeleri için sağlık harcamaları ile ekonomik büyüme ilişkisini araştırmaktır. Bu bağlamda, 15 OECD ülkesi için 2000-2018 yıllarına ait veriler panel veri yöntemiyle analiz edilecektir. Çalışmada sağlık ve beşerî sermaye kavramları ele alınacak, akabinde sağlık harcamaları üzerinde etkisi olan faktörlere değinilerek konu ile ilgili teorik temellere yer verilecektir. Büyüme ve beşerî sermaye ilişkisi bağlamında, Türkiye'deki sağlık harcamalarının durumu OECD ülkeleriyle birlikte ele alındıktan sonra geniş literatür taraması yapılacaktır. Son bölümde ise veri seti ve ampirik analizle ulaşılan sonuçlara yer verilecektir. Çalışmanın literatüre katkı sağlaması düşünülen en önemli özgünlüğü konu ile yapılan çalışmaların az olması ve yapılan çalışmalarda analizlere aynı özellikteki ülkelerin dahil edilmesidir. Bu çalışmada OECD'de yer alan ülkelere hem gelişmiş hem gelişmekte olan karakteristikteki ülkeler seçilmiş olup çalışmanın gücü ve güvenilirliğinin artırılması amaçlanmıştır. Ayrıca elde edilebilen en son veriler kullanılarak çalışmanın güncel olması amaçlanmıştır.

1. Türkiye ve OECD Ülkelerinde Sağlık Harcamaları

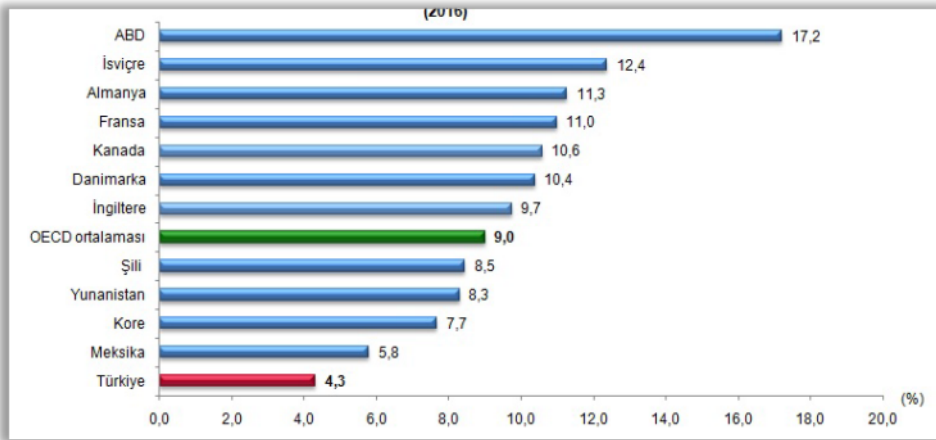
Dünyanın çoğu ülkesinin yüzleştiği en önemli sorunlardan biri sağlık harcamalarında izlenen artıştır. Bilhassa yatırıma yönlendirilecek kaynakların öncelikli yatırım alanlarından sağlık sektörüne aktarıldığı görülmektedir. Birçok

nedeni olan sağlık harcamalarındaki artışın temel sebeplerini şu şekilde sıralayabiliriz (Kamacı ve Yazıcı,2017:57).

- Yaşam süresindeki artışa bağlı olarak kronik hastalıkların ve yetersizliklerin artması,
- Sağlık için kullanılan ileri teknolojinin yüksek maliyetli oluşu
- Sağlık konusunda halkın bilinçlenmesi
- Gelirdeki artışa bağlı olarak sağlık harcamalarının artması
- Ters seçim ve ahlaki risk problemlerinin neden olduğu maliyetler

OECD üye ülkeler ortalamasında, cari sağlık harcamasının GSYİH'ye oranı 2016 yılında %9 olup. Türkiye'de bu oran aynı dönemde %4,3 olarak gerçekleşmiştir (TÜİK,2017). Yine TÜİK 2018 verilerine göre 2017 yılında %17,4 oranında artan sağlık harcamaları 140 milyar TL'ye ulaşmıştır.2016 yılında cari sağlık harcamaları / Toplam Sağlık Harcamaları oranı %94 iken 2017 yılında %93,1 olarak gerçekleşmiştir (TÜİK Sağlık Harcamaları İstatistikleri,2017).

Grafik 1: 2018 Yılı için Seçilmiş OECD Ülkelerinde Cari Sağlık Harcaması / GSYİH Oranı (%)



Kaynak: OECD

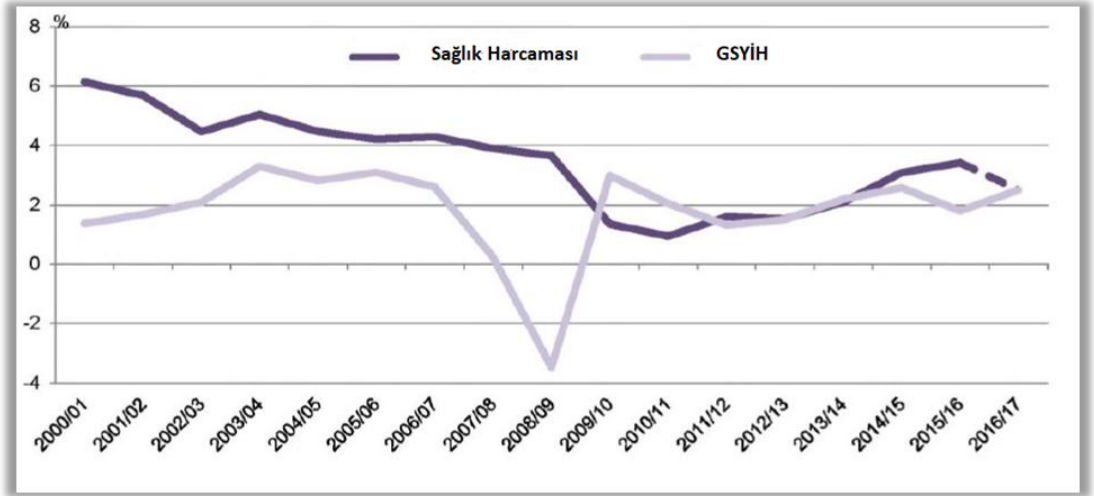
Grafik 1'den izlendiği gibi OECD ortalaması %9 olup gelişmiş ülkelerin tümü bu ortalamanın üzerindeyken Türkiye bu oranın yarısı seviyesindedir. Tablo 1'de seçilmiş ülkeler için sağlık harcamalarının GSYİH'ye oranı izlenebilmektedir.

Tablo 1: Analize Konu Ülkeler için Sağlık Harcamalarının GSYİH'ya Oranı

ÜLKELER	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Avusturya	6,32	6,29	6,27	6,32	6,33	6,31	6,33	6,35
Belçika	8,01	8,19	8,23	8,25	8,26	8,29	8,30	8,32
Meksika	3,07	3,16	3,26	3,25	3,25	3,26	3,28	3,27
Macaristan	5,03	4,91	4,91	4,88	4,90	4,90	4,91	4,93
Polonya	4,71	4,58	4,53	4,51	4,48	4,49	4,50	4,50
Türkiye	4,21	4,15	4,23	4,29	4,30	4,32	4,30	4,32
İspanya	7,00	6,73	6,50	6,40	6,41	6,44	6,41	6,43
Almanya	8,31	8,36	8,57	8,70	8,72	8,73	8,73	8,73
Fransa	8,73	8,83	8,91	9,02	9,03	9,03	9,05	9,03
İngiltere	7,77	7,80	7,78	7,58	7,62	7,66	7,65	7,68
İsrail	4,62	4,87	4,86	4,75	4,77	4,76	4,78	4,78
Hollanda	9,09	9,53	9,62	9,48	9,50	9,53	9,54	9,51
Yunanistan	6,68	6,27	6,07	4,99	5,12	5,19	5,22	5,20
İzlanda	6,97	6,99	7,07	7,18	7,21	7,22	7,20	7,18

Kaynak: OECD'den yazar tarafından derlenmiştir.

Tablo 1'de seçilmiş OECD ülkeleri için sağlık harcamaları / GSYİH istatistiklerine bakıldığında Türkiye'nin gelişmiş Avrupa Ülkelerinin yanında Japonya ve ABD'nin oldukça gerisinde olduğu izlenebilmektedir. Bununla birlikte Türkiye sağlık harcamaları / GSYİH oranı bakımından Polonya, Meksika ve İsrail gibi kendi kategorisindeki gelişmekte olan ülkelerle benzer oranda harcama yapmıştır. Türkiye'de hane halkı gelirinden sağlığa aktarılan harcamalar 2002'den 2018 yılına %1,8 ila %2,4 arasında değişim göstermiştir. 2016 yılında oran %2 seviyesindeydi. Hane halkı bütçesinden sağlık için ayrılan harcamalar temel olarak özel hastane ve sigorta kapsamında karşılanmayan bakım ve ilaç hizmetleri için yapılan harcamalara karşılık gelmektedir.

Tablo 2: Türkiye’de Toplam Sağlık Harcamalarının GSYH’ye Oranı (%)

Kaynak: TÜİK ve Sağlık Bakanlığı

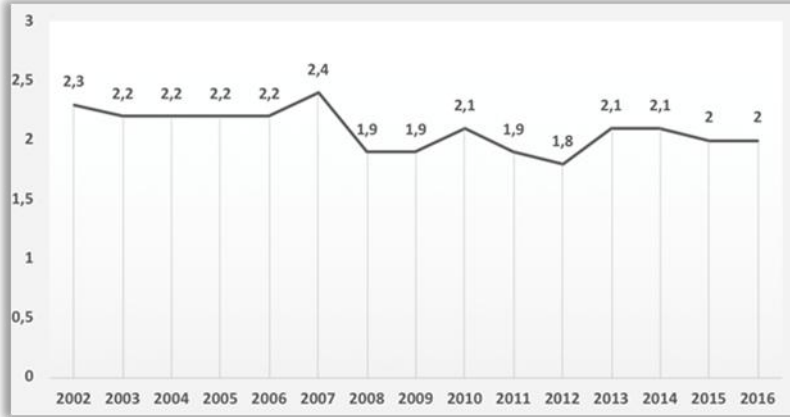
Tablo 2 ‘den izlenen TÜİK ve Sağlık Bakanlığı verilerine göre 2016 yılında hane halkının cebinden harcadığı sağlık harcamaları Türkiye’de %13 oranında artmıştır. Bu durum vatandaşların 2016 yılında bütçelerinden sağlık harcamalarına daha fazla bütçe ayırdığı anlamına gelmektedir. Tablo 2’den izlendiği gibi toplam sağlık harcamasının GSYH’ye oranı, 2016 yılında %4,6 olarak gerçekleşmiştir. Türkiye’de sağlık hizmetlerinin önemli bir özelliği, hizmetten yararlanabilmek için herhangi bir sosyal güvenlik programına dahil olmakta geçmektedir. Tablo 2’ye göre Türkiye’de sağlık harcamaları 2016 yılında son 7 yıl içindeki en önemli artışını kaydetmiştir. Dikkat çekici durum 2008 küresel krizi dönemindeki sağlık harcamalarına bakıldığında son yıllardaki artışların kriz dönemlerinin altında kaldığıdır. 2009 öncesinde sağlık sektöründeki enflasyonist durumun da etkisiyle ortalama sağlık harcamaları yıllık %4-6 oranında gerçekleşirken 2012 yılından günümüze sağlık harcamaları ekonomik büyümeyi daha yakından izlemektedir.

Tablo 3: Sosyal Güvenlik Kapsamı Dışında Kalan Nüfus Oranı (%)

Sosyal Güvenlik Kapsamı (4/1, 4/b, 4/c) Dışında Kalan Nüfus Oranı (%)									
2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
20	19	17	14	17	18	16	14	15	13

Kaynak: TÜİK ve Sağlık Bakanlığı

Tablo 3'e göre 2008 yılından bu yana kademeli olarak azalış sağlasa da sosyal güvenlik kapsamı dışında kalan %13 lük bir oran mevcuttur. Türkiye'de hane halkı harcamalarından sağlık harcamalarına giden pay ortalama olarak %2 seviyelerindedir.

Tablo 4: Hane Halkı Harcamalarında Sağlık Harcamalarının Payı (%)

Kaynak: TÜİK ve Sağlık Bakanlığı

Tablo 4'te Türkiye de hane halkının sağlık harcamalarına ödediği pay izlenebilmekte olup 14 yıllık periyotta sağlığa giden harcamaların %2 bandındadır.

2.Literatürde Sağlık Harcamaları- Ekonomik Büyüme İlişkisi

Konuyla ilgili literatür incelendiğinde ekonomik büyüme-beşerî sermaye ilişkisi teorik anlamda Lucas (1988), Romer (1990) ve Mankiw vd., (1992) modelleri göz önünde tutularak ele alınmaktadır. Bu üç iktisatçıdan Lucas ve Romer tarafından literatüre yapılan katkı içsel büyüme modeli, Mankiw vd. tarafından yapılan katkı ise dışsal büyüme modeli olarak bilinmektedir. Mankiw vd. nin literatüre en

önemli katkısı üretim fonksiyonuna beşerî sermayeyi dışsal bir değişken olarak eklemeleridir. Lucas, beşerî sermaye birikimini ekonomik büyümenin motoru olarak görürken Romer teknoloji ve innovasyona adaptasyonda modeli olup, yenilik süreci ve teknolojiye beşerî sermaye stokunun önemine parmak basmaktadır.

Literatürde Sağlık harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki pozitif ilişki sağlığa dayalı büyüme hipotezi ile açıklanmıştır. Söz konusu hipoteze göre sağlık harcamalarının en temel özelliği üretken sermaye niteliğinde olup yapılan yatırımlar toplam ekonomik büyümeye katkı sağlamaktadır. Hipoteze göre bir ülkede sağlık sektörü güçsüzse sermaye verimliliği bu durumdan negatif etkilenecektir. (Akar, 2014:312-313). Mushkin, sağlık harcamaları, ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilediğini iddia etmektedir. (Mushkin, 1962: 129). Bloom ve Canning (2000) sağlıklı bireylerin beşerî sermayeyi pozitif yönde etkilemesini sağlıklı çalışanların daha verimli olmalarına ve yaşam sürelerinin uzunluğuna bağlamaktadır. Bu durum fiziksel yatırımların artmasını teşvik etmektedir. Ayrıca artan sağlık harcamaları, ortalama yaşam süresindeki artışı desteklemekte ve bu durumda uzun dönem büyümeyi arttırmaktadır. OECD ülkeleri için yapmış oldukları çalışmada Hansen ve King (1996) toplam sağlık harcamalarının seviyelerinin tespitinde GSYH'nın önemini vurgulamışlardır. Sachs (2001)'a göre sağlığın en önemli ekonomik etkisi girişim sermayesi ve beşerî sermayesi üzerindedir. Sağlık sektörü ile ekonominin sıkı bir ilişki içinde olduğunu savunan Sach'a göre sağlık politikaları ve ekonomik politikalar birbirinden etkilenmekte, bu da toplumun teknoloji ve beşerî sermaye seviyesini etkilemektedir. Bunun sonucunda kişi başına gelirin artmasına ve yoksulluğun azalmasına katkı sağlayabilmektedir. Dormont vd., (2008) Japonya, Avrupa ve ABD için yaptıkları çalışmada bu ülkeler için kamu sağlık harcamalarının büyümeyi ve verimliliği olumlu etkilediklerini göstermişlerdir.

Beraldo, Montolio ve Turati (2009) OECD ülkeleri için 1971–1998 döneminde kamu ve özel sektör sağlık harcamalarının GSYH büyümesindeki etkisini araştırdıkları çalışmalarında her iki kesimin sağlık harcamasının da büyümeyi pozitif etkilerken kamu harcamalarında bu oranın daha yüksek olduğu göstermişlerdir. Yine OECD ülkeleri için yapılan çalışmada Baltagi ve Moscone (2010), OECD ülkelerinde 1971–2004 döneminde sağlık harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında uzun dönem sağlık harcamalarının esnekliğinin 1'den küçük olması durumunda harcamaların lüks mal değil zorunlu mal olarak ifade edilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Çetin

ve Ecevit (2010) Türkiye'yi de dahil ettikleri 15 seçilmiş OECD ülkesi için yapmış oldukları çalışmada 1990–2006 verilerin kullanmışlardır. Çalışma sonucunda ekonomik büyüme ve sağlık harcamaları arasında anlamlı bir ilişki tespit edememişlerdir. Ding (2012) ise OECD ülkelerinin tümü için 1980-2007 yılları arasında ekonomik büyüme-kamu sağlık harcamaları ilişkisini panel verilerle test etmiştir. Analiz sonucuna göre sağlık harcamalarının ekonomik büyüme ciddi bir pozitif etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Uçan ve Atay (2016) Türkiye ekonomisi için sağlık harcamaları-ekonomik büyüme ilişkisini 2006-2014 yılları için analiz ettikleri çalışmalarında sınır testi yaklaşımını kullanmışlardır. Elde ettikleri bulgulara göre iki eğişken arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit etmişlerdir. Öztürk ve Uçan (2017) Türkiye ekonomisi için 1980-2014 yıllarında sağlık harcamaları ve eğitim ile ekonomik büyüme ilişkilerini analiz etmişlerdir. Eşbütünlüşme yönteminin kullanıldığı çalışmada ilave değişken olarak doktor ve hemşire başına düşen hasta Kamacı ve Yazıcı (2017), Türkiye ekonomisi için ekonomik büyüme ile sağlık harcamalarının GSYİH içindeki payı ilişkisi panel regresyon analizi ile test edilmiştir. Çalışma sonucunda iki değişken arasında Türkiye ekonomisi için karşılıklı nedensellik ilişkisinin varlığına ulaşılmıştır.

3.Panel Regresyon Analizi ile OECD Ülkelerinde Sağlık Harcamaları-Ekonomik Büyüme Tahlili

Sağlık harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin teorik altyapısı ve literatür taramasının ardından bu bölümde söz konusu iki değişken arasındaki ilişkin varlığı ekonometrik yöntemlerle analiz edilecektir. Bu bağlamda seçilmiş 15 OECD ülkesi analize dahil edilecek olup analiz 2000-2016 yıllarını kapsayacaktır. Alışmada yıllık veriler kullanılacaktır. Çalışmanın model seçiminde Çetin ve Ecevit (2010) çalışması referans olacaktır.

Tablo 5: Değişkenler, Tanımı ve Kaynakları

Değişkenler	Tanımı	Kaynak
GSYİH	GSYİH Büyüme Hızı (%)	Uluslararası Para Fonu (IMF)
X	İhracat Büyüme Hızı (%)	Birleşmiş Milletler (UN)
PRD	Verimlilik Büyüme Hızı	Ekonomik İş birliği ve Kalkınma Örgütü(OECD)
EMP	İstihdam Büyüme Hızı	Dünya Bankası (WB)
M	İthalat Büyüme Hızı	Dünya Bankası (WB)
KSH	Kamu Harcamaları / Toplam Sağlık Harcamaları	Ekonomik İş birliği ve Kalkınma Örgütü(OECD)

Çalışmaya dahil olacak OECD ülkeleri Yunanistan, Lüksemburg, İsveç, Estonya Norveç , İspanya, İrlanda, Hollanda, Fransa, Finlandiya, Danimarka, Avusturya, Almanya, Polonya ve Türkiye'dir.

Tablo 6: Analize Konu Olan Değişkenlerin Tanımlayıcı İstatistikleri

	GSYİH	X	PRD	EMP	M	KSH
Ortalama	3121	7123	4211	0.980	7712	77000
Medyan	2211	6890	3589	1214	7000	73000
Max.	10878	24000	17890	14212	37678	84000
Min.	-8109	-7512	-14345	-6689	-19800	87900
Std.Spm.	2541	5678	3450	2900	7768	7600
Gözlem Sayısı	255	255	255	255	255	255

Tablo 6'da analize konu olan bağımlı ve bağımsız değişkenler için tanımlayıcı istatistiklere yer verilmiştir. 2000-2016 yılları arasında seçilmiş 15 OECD ülkesi için ekonomik büyüme hızı ortalama 3121 olarak gerçekleşmiştir. Aynı dönemlerde ülkelerin ihracat büyüme hızı 7123, işgücü verimliliğinin büyüme hızı 4211, istihdam büyüme hızı 0.980, ithalat büyüme hızı 7712 ve kamu sağlık harcamaları/toplam sağlık harcamalarının ortalaması 77000 olarak gerçekleşmiştir. Diğer tamamlayıcı istatistiklerde tabloda ayrıntılı olarak izlenebilmektedir.

Tablo 5’te gösterilen değişkenler ile sağlık harcamaları- ekonomik büyüme ilişkisinin analizi için kurulan havuzlanmış regresyon modeli eşitlik (1) deki gibi formüle edilmektedir.

$$GSYİH_{it} = \alpha + \beta_1 X_{it} + \beta_2 PRD_{it} + \beta_3 EMP_{it} + \beta_4 M_{it} + \beta_5 KSH_{it} + \varepsilon_{it}$$

(1)

Denklem (1), panel en küçük kareler yöntemiyle E-views 8 paket programıyla tahmin edilecektir.

3.1.Panel Regresyon Analizi

Ekonometrik analizlerde üç tür veri kullanılmaktadır. Bunlar kesit verileri, zaman serisi verileri ve her ikisinin birleşimi olan karma veriler olarak adlandırılmaktadır. Şayet aynı kesit birimi (işletme, birey ya da aile gibi) zaman içinde takip ediliyorsa bu tip karma veriler panel veri olarak adlandırılmaktadır. (Gujarati, 1999:849). Araştırmalarda panel veri kullanımı genelde 3 amaca hizmet etmektedir. Birincisi birimler arası değişkenliği tanımlamaktır. Bu şekilde değişkenlerin büyüklüğünü ve seyrini bilmek mümkündür. İkinci amaç analize konu olan değişkenleri diğer bazı değişkenler bakımından açıklamaktır. Son amaç ise her bir birimin ilgili değişken bakımından kestirimini yapmaktır (Hsiao, 2003:89). Panel verilerin basit fonksiyonel şekilde eşitlik (1) deki gibi gösterilmektedir.

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_{it} X_{it} + \dots + \beta_{kit} X_{kit} + e_{it} \quad i = 1,2, \dots N \quad t = 1,2, \dots T$$

(2)

Eşitlik (2) de i kesitleri, t ise zamanı ifade etmektedir. Baltagi (2005) ya göre ekonometrik model kurarken panel veri tercih etmenin diğer veri türlerine göre ciddi avantajları vardır. Bu avantajlar (Baltagi, 2005: 4-6):

- veri seti heterojenliğe karşı kontrol edilmesi,
 - Panel veri kullanımı ekonomik tahmin edicilerin verimliliğini arttırması,
 - yetersiz kesit gözleminin söz konusu olduğu durumlarda analize izin vermekle birlikte kesit ve zaman serisi analizlerine göre daha çok değişkenlik arz etmesi.
- Bu durum da çoklu bağlantı sorunu ile karşılaşma ihtimalini azaltmaktadır.

Çetine ve Ecevit'e göre panel veri setlerinde mevcut her bir yatay kesit için eşit uzaklıkta zaman serisi mevcutsa dengeli panel, seri uzunluklarının her bir yatay kesikte farklı değer almasında ise dengesiz panel söz konusudur (Çetin ve Ecevit,2010:172). Bu çalışmada, dengeli panel durumu söz konusudur. Çalışmada yapılacak ekonometrik analizde zaman boyutu ve yatay kesit boyutu göz ardı edilecektir. Diğer bir ifadeyle zaman ve yatay kesit etkilerinin olmadığı var sayılacaktır. Bundan dolayı havuzlanmış Regresyon Modeli ile hareket edilecektir.

3.2.Panel Birim Kök Testi

Zaman serilerinin ekonometrik analize konu olmaları durumunda her bir değişkenin birim kök taşıması, diğer bir ifadeyle durağan olmaları beklenmektedir. Aksi takdirde sahte regresyon sorunu ile karşılaşılması, analizin doğru sonuç vermesini engelleyecektir. Bundan dolayı son yıllarda panel verilerle ilgili çalışmalarda da birim kök testleri ilgi görmektedir. Bu çalışmada Çalışmada Im, Pesaran, Shin (2003) ve Levin, Lin, Chu (2002) birim kök testlerinden yararlanılmıştır.

Im, Pesaran ve Shin (2003) panel birim kök testinde bireysel birim kök testleri birleştirilmek suretiyle panele veri analizi sonuçları elde edilebilmektedir. Heterojen panel veri analizleri için geliştirilen bu birim kök testinde kesitler (ülkeler vb) arasında heterojenliğe izin verilmektedir.

Her bir yatay kesit için ayrı bir ADF belirlenerek Im, Pesaran ve Shin (2003) panel birim kök testindeki hipotezler eşitlik (2) ile test edilmektedir.

$$\Delta y_{it} = \alpha_{it-1} + \sum_{j=1}^{pi} \beta_{ij} \Delta y_{it-j} + x'_{it} \delta + \varepsilon_{it}$$

(3)

Birim kök testinin hipotezleri;

$$H_0 = \alpha_1 = 0$$

(4)

$$H_1 = \alpha_1 < 0$$

(5)

Şeklinde. Levin, Lin, Chu (2002) birim kök testinde ise eşitlik (6) deki temel ADF formülasyonu kullanılmaktadır.

$$\Delta Y_{it} = \alpha y_{it-1} + \sum_{j=1}^{pi} \beta_{ij} \Delta y_{it-j} + x'_{it} \delta + \varepsilon_{it}$$

(6)

Levin, Lin, Chu (2002) birim kök testinde sıfır ve alternatif hipotez denklem (7) ve denklem (8) deki gibidir.

$$H_0: \alpha = 0$$

(7)

$$H_1: \alpha < 0$$

(8)

Levin, Lin, Chu (2002) birim kök testinde eşitlik (7) deki sıfır hipotezi test edilmekte olup ortak birim kök mevcuttur.

Tablo 7: Im, Peseran, Shin Birim Kök Test Sonuçları

Değişkenler	Model	W İstatistik	Sonuç
GSYİH	Sabitli	-6.718**	I(0)
	Sabitli ve trendli	-2.891**	I(0)
X	Sabitli	-6.213*	I(0)
	Sabitli ve trendli	-5.321*	I(0)
PRD	Sabitli	-4.132**	I(0)
	Sabitli ve trendli	-4.234**	I(0)
EMP	Sabitli	-2.154**	I(0)
	Sabitli ve trendli	-3.245**	I(0)
M	Sabitli	-3.415**	I(0)
	Sabitli ve trendli	-3.132**	I(0)
KSH	Sabitli	-6.243**	I(0)
	Sabitli ve trendli	-5.234**	I(0)

Not: * ve ** sırasıyla; %1 ve %10 seviyesinde anlamlılığı ifade eder.

Tablo 7 de sunulan Im, Peseran, Shin Birim Kök Testi için göre hem sabitli hem de sabitli ve trendli modeller kullanılmıştır. Gecikme uzunluklarının Schwartz Bilgi Kriteri ile belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlara bakıldığında her iki model

için de değişkenler seride durağandır. Diğer bir ifadeyle boş hipotez ret edilmektedir.

Tablo 8: Levin, Lin, Chu Birim Kök Test Sonuçları

Değişkenler	Model	t İstatistik	Sonuç
GSYİH	Sabitli	-7.231**	I(0)
	Sabit ve trendli	-5.413**	I(0)
	Sabiti ve trendsiz	-5.311**	I(0)
X	Sabitli	-4.312*	I(0)
	Sabit ve trendli	-3.211*	I(0)
	Sabiti ve trendsiz	-2.165*	I(0)
PRD	Sabitli	-7.413**	I(0)
	Sabit ve trendli	-6.751**	I(0)
	Sabiti ve trendsiz	-5.655**	I(0)
EMP	Sabitli	-6.245**	I(0)
	Sabit ve trendli	-5.423**	I(0)
	Sabiti ve trendsiz	-4.345**	I(0)
M	Sabitli	-8.345*	I(0)
	Sabit ve trendli	-7.344*	I(0)
	Sabiti ve trendsiz	-6.346*	I(0)
KSH	Sabitli	-5.678**	I(0)
	Sabit ve trendli	-4.567**	I(0)
	Sabiti ve trendsiz	-3.450**	I(0)

Not: * ve ** sırasıyla; %1 ve %10 seviyesinde anlamlılığı ifade eder.

Tablo 8’de Levin, Lin, Chu sonuçları izlenebilmektedir. Gecikme uzunluklarının Schwartz Bilgi Kriteri ile belirlenen sonuçlara göre analize konu olan her bir seri sabit, sabit ve trendli ve sabit ve trendsiz modellerin tümünde seride Durağan sonuç vermiştir. Diğer bir ifade ile boş hipotez ret edilmiştir. Her iki farklı testin de aynı sonuç vermesi analize konu olan değişkenlerin seride durağan oldukları anlamına gelmektedir.

3.3. Oto korelasyon Sınaması ve Panel Regresyon

Tüm zaman serilerinde olduğu gibi panel veri analizlerinde de oto korelasyon önemli bir problemdir. Regresyon analizlerinin ana hipotezlerinden biri farklı

gözlemler için aynı hatalar arasında ilişkinin (korelasyon) olmamasıdır. Şayet hata terimleri birbirleri ile ilişkili ise bu durum oto korelasyon olarak isimlendirilir. Alışmada havuzlanmış regresyon en küçük kareler yöntemi ile tahmini öncesinde oto korelasyon sorunu olup olmadığı Wooldridge testi ile test edilmiştir.

Tablo 9: Wooldridge Otokorelasyon Testi Sonuçları

Wooldridge Testi	F Değeri	Olasılık
	45.212	0.009

Tablo 9'daki Wooldridge oto korelasyon test istatistiği sonucuna oto korelasyonun olmadığını iddia eden boş hipotez reddedilmiştir. Diğer bir ifadeyle denklemlere ait hata terimleri arasında oto korelasyon problemi gözlemlenmiştir. Modelde değişen varyans probleminin var olup olmadığı ise Greene'nin testi ile sınanmıştır.

Tablo 10: Greene Heteroskedasticity Testi Sonuçları

Greene Değişken Varyanslık Testi	Chi-square (Ki-Kare)	1007.32
	Prob >chi-square=	0.0000

Tablo 10'da sunulan Greene Heteroskedasticity Test sonuçlarına göre Eş olasılık değeri%5'den düşük olması nedeniyle boş hipotez reddedilmiş ve değişken varyanslık sorunun varlığı tespit edilmiştir. Modelde tespit edilen oto korelasyon sorunu White'ın yatay kesit kovaryans katsayısı yöntemiyle giderilmiştir. Ayrıca aynı boyutta değişken varyans durumuna izin vermek açısından yatay kesit ağırlıklı GLS (Generalized Least Squares) yöntemi de aynı anda kullanılmıştır. Ayrıca analizin gücünün ve güvenilirliğinin artırılması amacıyla otokorelasyon sorununun çözümünde AR(1) süreci işletilmiştir.

Tablo 11: Panel OLS Regresyon Sonuçları

Değişkenler	Katsayı	t istatistiği	Std.Hata.
AR(1)	0.221	2.671(0.000)	0.012
EMP	0.311	4.131(0.000)	0.003
PRD	0.161	2.312(0.000)	0.007
X	0.199	0.121(0.000)	0.021
M	0.121	1.012(0.223)	0.016
KSH	0.253	1.890(0.000)	0.017
<i>Düzeltilmiş R²</i>	0.74		
F İstatistiği	76.111(0.000)		
Durbin Watson İstatistiği	1.98		
Gözlem	255		
LM	99.787(0.000)		
<i>R²</i>	0.72		

Not: Parantez değerleri olasılık değerlerini ifade etmektedir.

Tablo 11'deki regresyon sonuçlarına bakıldığında R^2 değerinin 0.74 olduğu görülmektedir. bu sonuç analizde kullanılan bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkende meydana gelen değişkeni %74 oranında açıkladığını ifade etmektedir. Modelin bir bütün olarak anlamlı olup olmadığını gösteren F istatistiği, modelin anlamlı olduğunu ifade etmektedir. Analiz sonuçlarına göre kullanılan tüm değişkenler ekonomik büyüme üzerinde pozitif etki halindeyken bu etki ithalat değişkeninde oldukça zayıf ve istatistiksel olarak anlamsızdır. Kamu sağlık harcaması sonucuna bakıldığında 1 birim ağırlık harcaması GSYH'yi 0.25 birim arttırmaktadır. Sonuçlar bir bütün olarak değerlendirildiğinde ekonomik büyüme üzerinde en etkili değişkenin istihdam olduğu izlenmektedir. Bunu kamu sağlık harcamaları, ihracat ve verimlilik değişkenleri izlemektedir.

Sonuç

Son zamanlarda kendine önemli bir çalışma alanı bulan konulardan biri beşerî sermayedir. Bu bağlamda beşerî sermaye, ekonomik büyüme ile sağlık harcamaları araştırmaları literatürde önemli bir yer tutmaktadır. Nicel ve nitel gelişmelerde sağlık harcamalarının önemi beşerî sermaye seviyelerini etkilemelerinden kaynaklanmaktadır. Beşerî sermayedeki artışın sonucu olarak

yatırım harcamaları doğrudan ve dolaylı olarak etkilenmektedir. Sağlık harcamaları ile ilgili önemli bir konuda GSMH içerisinde sağlık harcamalarının çok küçük bir yer tutması ve bu nedenle hasılanın açıklanmasında güçsüz kalmasıdır. Bu bağlamda çalışmada Türkiye'nin de dahil edildiği 15 OECD ülkesi için ekonomik büyüme ile kamu sağlık harcamaları ilişkisi analiz edilmiştir.

Çalışmanın önemini arttıran bir unsur literatürde genelde analizler için sadece büyüme ve sağlık harcaması değişkenleri kullanılırken bu çalışmada büyüme üzerinde etkili olan dört farklı değişken daha analize dahil edilmesidir. Diğer bir unsur ise OECD ülkeleri için son yıllarda güncel verilerle yapılan çalışmanın olmaması noktasındadır. Bu bağlamda ekonomik büyümeye etkisi olan ithalat, ihracat, verimlilik, istihdam değişkenleri de modele eklenmiştir. Çalışma için en iyi sonuç verecek yöntemin panel analiz olduğuna karar verilmiş ve yapılan analiz sonucunda Kamu sağlık harcaması sonucuna bakıldığında 1 birim sağlık harcaması GSYH'yi 0.25 birim arttırmaktadır. Bu sonuçlar Çetin ve Ecevit'in (2010) aksine Baltagi ve Moscone (2010), Beraldo vd. (2009) çalışma sonuçları ile aynı doğrultudadır. Bu çalışma sağlık harcamalarının kalitesi ve miktarını geliştirecek politikaların uygulanması ile ekonomik büyümenin arttırılacağını göstermesi açısından önemlidir.

Kaynaklar

Akar, S. (2014), "Türkiye'de Sağlık Harcamaları, Sağlık Harcamalarının Nisbi Fiyatı ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin İncelenmesi" Celal Bayar Üniversitesi, İ.İ.B.F. Yönetim Ve Ekonomi, Yıl:2014, Cilt:21, Sayı:1, ss. 311-322.

Baltagi, B. H. (2005). *Econometric Analysis of Panel Data*, 3rd ed., John Wiley and Sons Ltd.

Baltagi, B. H., ve Moscone, F., (2010), "Health Care Expenditure and Income in the OECD Reconsidered: Evidence from Panel Data", IZA Discussion Paper Series No. 4851.

Barro, R. (1996). *Three Models of Health and Economic Growth*, Unpublished Manuscript, Cambridge, MA: Harvard University.

EKONOMİ BİLİMLERİ DERGİSİ

Cilt 12, No 1, 2020 ISSN: 1309-8020 (Online)

Beraldo, S., Montolio, D., ve Turati, G., (2009), “Healthy, Educated and Wealthy: A Primer on the Impact of Public and Private Welfare Expenditures on Economic Growth”, *The Journal of Socio–Economics* 38, ss. 946–956.

Bloom, D.E., Canning, D. (2000). *The Health and Wealth of Nations*, Science, 287, 1207- 1209. 120-132.

Bloom, D.E., Canning, D., Sevilla, J. (2001). *The Effect of Health on Economic Growth: Theory and Evidence*, National Bureau of Economic Research Working Paper, no. 8587.

Çetin, M ve Ecevit, E.(2010). Sağlık Harcamalarının Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 11 (2)., 166-182

Dae-bong, K. (2009). *Human Capital and its Measurement*. 3rd OECD World Forum on Statistics, 3-4

Ding, H., (2012), “Economic Growth and Welfare State: A Debate of Econometrics”, *Munich Personal RePEc Archive (MPRA) Papers*, No. 39747, ss. 1–32.

Dormont, B., Martins, J. O., Pelgrin, F., ve Suhrcke M., (2008), “Health Expenditures, Longevity and Growth”, IX European Conference of the Fondazione Rodolfo Debenedetti on “Health, Longevity and Productivity” Limone sul Garda .

Gujarati, D.N., (1999). *Temel Ekonometri* , (Çev. Ü. Şenesen, G. G. Şenesen), İstanbul, Literatür.

Hamoudi, A.A. ve Sachs, J. (1999). *Economic Consequences of Health Status: a Review of the Evidence*, CID Working Papers Series, No. 30.

Hansen, P., ve King, A., (1996), “The Determinants of Health Care Expenditure: A Cointegration Approach,” *Journal of Health Economics* 15 (1).

Hsiao, C., (2003). *Analysis of Panel Data*, Cambridge, Newyork

IM, K.S., Pesaran, M.H., Shin, Y. (2003). Testing for Unit Roots in Heterogeneous Panels, *Journal of Econometrics*, 115, 53-74.

Kamacı, A ve Yazıcı, U . (2017). OECD Ülkelerinde Sağlık Harcamalarının Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisinin Ekonometrik Analizi, *Sakarya İktisat Dergisi*, Cilt: 6, Sayı: 2, 52-69.

Levin, A., Lin, C-F., Chu, C-S. J. (2002). Unit Root Tests in Panel Data: Asymptotic and Finitesample Properties, *Journal of Econometrics*, 108, 1-24.

Lucas, R. E. (1988). On the Mechanics of Economic Development, *Journal of Monetary Economics*, 22(1), 3-42.

Mankiw, N. G., Romer, D., Weil, D. (1992). A Contribution to the Empirics of Economic Growth, *Quarterly Journal of Economics*, 107(2), 407-437.

Mushkin, S. J., (1962), "Health as an Investment", *Journal of Political Economy*, Vol. 70(5), ss. 129–157.

Öztürk, S. ve Uçan, O. (2017), "Türkiye’de Sağlık Harcamalarında Artış Nedenleri: Sağlık Harcamalarında Artış – Büyüme İlişkisi" *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Y.2017, C.22, S.1, s.139-152.

Romer, P. M. (1990). Endogenous Technological Change, *Journal of Political Economy*, 98 (5), 71-102.

Sachs, J. D. (2001). *Macroeconomics and Health: Investing in Health for Economic Development*, Report of the Commission on Macroeconomics and Health, World Health Organization, Switzerland.

Smith, A. (2006). *Ulusların zenginliği I*, (Çev.: Metin Saltoğlu), Ankara: Palme Yayıncılık.

Stiglitz, J. (1988) "Economics of the Public Sector", W.W. Norton&Company, Second Edition.

TÜİK, (2017), Cari Sağlık Harcamasının GSYH'ye Oranında Türkiye OECD Ortalamasının Altında.

Uçan, O. ve Atay, S. (2016), “Türkiye’de Sağlık Harcamaları Ve Büyüme Arasındaki İlişki Üzerine Bir İnceleme” Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Temmuz 2016; 9 (3), ss. 215-222.

Wooldridge, J. (2002). *Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data*. The MIT Press, Cambridge, D. Kyriazis, C. Anastassis.

Yalçın,,A. Z ve Çakmak, F. (2016). Türkiye’de Kmu Sağlık Harcamalarının İnsani Gelişim Üzerindeki Etkisi, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 30, Sayı: 4,705-723.

Yumuşak, İ, G ve Yıldırım, D. Ç. (2009) Sağlık Harcamaları İktisadi Büyüme İlişkisi Üzerine Ekonometrik bir İnceleme, *The Journal of Knowledge Economy & Knowledge Management*, Volume IV Spring, 57-70.

-ARAŞTIRMA MAKALESİ-

İHRACAT PERFORMANSININ BELİRLEYİCİLERİ ÜZERİNE FİRMA DÜZEYLİ BİR ANALİZ

Müslüm Basılğan

Bursa Uludağ Üniversitesi, İnegöl İşletme Fakültesi

Dr.Öğr.Üyesi

E-mail: muslumbasilgan@uludag.edu.tr

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8307-6315>

Özet

İhracat gerek gelişmiş gerekse gelişmekte olan ülkeler için ekonomik kalkınmanın motoru olarak görülmektedir. Bu nedenle ülkeler ihracat potansiyellerini artırmaya ve geliştirmeye önem vermektedir. Ülkelerin ihracatta başarılı olması ihracat yapan firmaların özelliklerine oldukça bağlıdır. Bu nedenle firmaların ihracat performanslarını etkileyen faktörleri ortaya koymak önemlidir. Bu bakış açısından hareketle çalışmanın temel amacı mobilya sektöründe faaliyette bulunan firmalar örneğinde ihracatın temel belirleyicilerini ortaya koymaktır. Bu amaçla elde edilen anket verilerine dayalı olarak oluşturulan birinci modelde firmaların ihracat performansının en önemli belirleyicilerinin çalışan sayısı, dış ticaret biriminin varlığı ve ihracat tecrübesi olduğu görülürken ikinci modelde arge biriminin varlığı ve yabancı dilde web sitesinin varlığı ihracat performansının en önemli belirleyicileri olarak tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İhracat, Ekonomik Büyüme, İhracat Performansı

Alan Tanımı: Uluslararası İktisat

A FIRM-LEVEL ANALYSIS ON THE DETERMINANTS OF EXPORT PERFORMANCE

Abstract

Exports are seen as the engine of economic development for both developed and developing countries. For this reason, countries attach importance to increasing and developing their export potential. The success of countries in export depends very much on the characteristics of exporting firms. Therefore, it is important to

*Bu makalede bilimsel araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyulmuştur.

Atf (APA): Basılğan, M., (2020), İhracat Performansının Belirleyicileri Üzerine Firma Düzeyli Bir Analiz, Ekonomi Bilimleri Dergisi, 12 (1): 106-144.

reveal the factors that affect the export performance of firms. From this perspective, the main purpose of the current study is to reveal the main determinants of exports in the sample of companies operating in the furniture industry. In the first model created based on the survey data obtained for this purpose, the number of employees, the presence of the foreign trade unit and the export experience are seen as the most important determinants of the export performance of the firms, while the presence of the R&D unit and the presence of the website in the foreign language are determined in the second model.

Key words: *Export, Economic Growth, Export Performance*

JEL Code: *F1, F14*

1. GİRİŞ

İhracat gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkenin ekonomik kalkınmasında önemli bir rol oynamaktadır (Gull ve Rehman, 2014). Ticaretin ülkeler için bu önemi iktisadın bilimsel olarak doğuşundan itibaren teorik çalışmalara konu olmuştur. Günümüzde uluslararası iktisat kitaplarının ilk bölümleri de (Örn. Ertürk, 2016) genellikle iki mal ve iki ülke örneğinde ülkelerin neden ticarete girdiklerini açıklayan teorilere yöneliktir.

Klasik ticaret teorilerinden Ricardo'nun karşılaştırmalı üstünlükler teorisi ülkelerin toplam faktör verimliliğinde en büyük nispi avantajı elde ettikleri mallarda uzmanlaştıklarını öngörmektedir. Heckscher-Ohlin teorisi ya da faktör donatım teorisi endüstriler arasında toplam faktör verimliliğindeki farklılıkları görmezden gelmekte ve tüm ülkelerin belirli bir endüstride aynı üretim fonksiyonuna sahip olduğunu varsaymaktadır. Heckscher-Ohlin teorisi faktör donanımındaki farklılıkları karşılaştırmalı üstünlüğün temeli ve dolayısıyla ticaret modellerinin temel belirleyicisi olarak vurgulamaktadır (Xu, 1993; Deardorff, 2005; Cukrowski ve Fische, 1993; Morrow, 2010). Gerek karşılaştırmalı üstünlükler teorisi gerekse Heckscher-Ohlin teorisi daha çok endüstriler arası ticareti açıklamaya yönelik teoriler olmuştur. Bu nedenle ülkeler arasında aynı ürünün farklılaştırılmış halinin aynı anda ticaretini ifade eden endüstri içi ticareti açıklamaya yönelik teoriler geliştirilmiştir. Ölçek ekonomisine ve eksik rekabete dayalı "yeni" ticaret teorilerinin ana düşünceleri P.Krugman ve E. Helpman tarafından yapılan çalışmalarla ortaya konulmuştur (Krugman, 1979; Helpman ve Krugman, 1985; Helpman, 1981; Helpman, 1987).

Yeni ticaret teorileri ile birlikte ihracat performansının belirleyicilerini firma düzeyinde ortaya koymaya yönelik araştırmalarda önemi bir artış olmuştur (Bkz. Zou ve Stan, 1998; Chetty ve Hamilton, 1993; Madsen, 1987). Din, Ghani ve

Mahmood (2009)'a göre uluslararası ticaret araştırmalarında odaklamanın makrodan mikro seviyeye kaymasının ise üç ana nedeni bulunmaktadır. Birincisi Ricardyan karşılaştırmalı üstünlük teorisi ve Heckscher-Ohlin teorisi bir endüstrideki homojen firmaları varsayarken yeni ticaret teorileri firmaların özelliklerine açık bir rol vererek gerçek üretim ve ticaret kararlarının firma düzeyinde verildiğini kabul etmişlerdir. İkincisi, küreselleşme ve iletişim araçlarındaki hızlı artışla birlikte tüm firmalar kârlarını artırmak için ihracata yönelmiş ve bu da ihracat performansının belirleyicileri konusundaki araştırmalara ilgiyi artırmıştır. Üçüncüsü, firmalara dair verilerin mevcudiyeti ve daha iyi hesaplama teknikleri mikro düzeyde ampirik araştırmaları kolaylaştırmıştır.

Teorik bir bakış açısından, birçok bilim adamı ihracat performans alanını araştırırsa da (Aaby ve Slater, 1989; Cavusgil ve Zou, 1994), onun belirleyicileri üzerinde bir fikir birliğı bulunmamaktadır (Katsikeas, Leonidou ve Morgan, 2000; Fatta, 2019). Bu açıdan ihracat performansı uluslararası pazarlama alanında en çok araştırılan ancak en az anlaşılan ve en çekişmeli alanlarından biri olma vasfını korumaktadır (Katsikeas, Leonidou ve Morgan, 2000). İhracat performansının belirleyicileri ile ilgili net sonuçların olmamasının en önemli nedeni ise çok parçalı bir bilginin varlığı ve bu bilginin bir sentezinin henüz olmamasıdır (Zou ve Stan, 1998; Chen, Sousa ve He, 2016; Leonidou ve Katsikeas, 1996). Üstelik ihracat performansının belirleyicileri konusunda yapılan araştırmalarda gelişmekte olan ülkelere göre gelişmiş ülkeler daha fazla ilgi çekmiştir. Fakat ihracat gelişmekte olan ülkelerdeki firmalar için birincil yabancı giriş modu olarak hizmet verdiğinden daha fazla çalışmanın bu ekonomiler üzerinde yoğunlaşması gerekmektedir (Chen, Sousa ve He, 2016).

Bu nedenle, uluslararası ticarete ihracat performans göstergelerinin daha iyi ve kapsamlı bir şekilde anlaşılması ihtiyacı büyük önem kazanmıştır. Bundan daha önemlisi ihracat performansının uluslararası ticaret alanında çalışan yöneticiler, politika yapıcılar ve diğeri oyuncular tarafından iyi bir şekilde anlaşılması için firma düzeyinde değışkenlerin araştırılması gerekmektedir (Leonidou, Katsikeas, Palihawadana ve Spyropoulou, 2007; Sousa, 2004; Sousa, Ruzo ve Losada, 2010).

Bu bakış açısından hareketle mevcut çalışmanın temel amacı ihracat alanında faaliyete bulunan firmaların sektör bazında davranışını ortaya koyarak ihracata yönelik politikalar için çıkarımlarda bulunmaktır. Bu amaçla ilk olarak ihracatın ekonomiye olan katkıları doğrudan ve dolaylı katkılar başlığı altında verilecektir. İkinci olarak firmaların ihracat performansının belirleyicilerine yönelik literatür

içsel ve dışsal faktörler bağlamında verilecektir. Son olarak mobilya sektöründe ihracat yapan firmalar ile yapılan anket temelinde oluşturulan modellerin sonuçları analiz edilecektir.

2. İHRACATIN EKONOMİYE KATKISI

İhracatın ekonomiye olan katkıları çok sayıda olsa da aşağıda bu katkılar doğrudan ve dolaylı katkılar şeklinde kısaca verilecektir (Kuntz-Ficker,2017; Abor, 2011; Adjasi, 2006).

2.1. Doğrudan Katkılar: Ekonomik Büyüme

Ekonomik büyümeye katkı, ihracatın ekonomideki etkisinin değerlendirilmesinde en yaygın göstergelerden biridir (Zegarra, 2017). Makroekonomik anlamda ihracatın ekonomiye doğrudan katkısı, ihracat sektörünün büyüklüğünün ve onun büyüme hızının bir fonksiyonu olmasından gelmektedir (Kuntz-Ficker,2017). Gerçekten ticaretin ekonomik büyüme için önemli olduğu fikri; Adam Smith, David Ricardo, John Stuart Mill vb. klasik iktisatçıların uluslararası ticaretin üretim üzerindeki olumlu etkilerini savundukları on dokuzuncu yüzyıla kadar uzanmaktadır (Hamid, Ahmed ve Mahmud, 2015) O zamanlardan itibaren ihracatın ekonomik büyümeye olan katkısı hem teorik (örn Solow, 1956) hem de ampirik literatürde önemli bir araştırma konusu olmuştur. İhracatın ekonomik büyümenin ana kaynağını olmasıyla ilgili birçok teorik gerekçe sayılabilir (Faridi, 2012). Birincisi, Keynesyen teoride, daha fazla ihracat kısa vadede döviz çarpanı yoluyla daha fazla gelir artışı demektir. İkincisi, ihracat mamul malları, sermaye malları ve teknolojiyi satın almak için ihtiyaç duyulan döviz girişini sağlamaktadır. Üçüncüsü, ihracat artan rekabet, ölçek ekonomileri, teknolojik gelişme ve artan kapasite kullanımı yoluyla dolaylı olarak da büyümeyi desteklemektedir. Dördüncüsü, daha verimli yönetim veya örgütsel verimsizliklerin azaltılması, daha iyi üretim teknikleri, yabancı rakiplerden olumlu öğrenme ve ürün tasarımı ile ilgili teknik uzmanlık gibi ekonomik büyümeye katkısı olan birçok dışsallık daha fazla ihracatla mümkündür. İhracatın gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyümesi üzerindeki rolü özellikle 1960'lardan itibaren büyük ilgi gördü. Ampirik çalışmalar ihracatın ekonomik büyümeye olan pozitif katkısını göstermiştir (Emery, 1967; Syron ve Walsh, 1968; Balassa, 1978; Feder, 1982; Ram, 1987; Emery, 2007; Zegarra, 2017; Taghavi vd.; 2012; Turan ve Karamanaj, 2014; Mehta, 2015). Bu pozitif etkiye karşın ihracatın ekonomik büyümeye katkısının, ihracat dönemi boyunca doğrusal veya değişmez olmadığını belirtmek gerekir. Ekonominin büyüklüğüne göre ilk başta daha büyük, ekonomik çeşitlilik nedeniyle daha sonraki aşamada daha küçük ve ihracata dayalı büyümenin olgunlaşma aşamasında daha istikrarlı olabilmekte ya da ülkeye özgü

biçimde farklı bir yol izlemiş olabilmektedir. Bu nedenle, bu etkinin tüm dönem boyunca ve her bir durumda ilgili bazı alt dönemler için farklı olabileceği mümkündür (Kuntz-Ficker, 2017). İhracat ve büyüme arasındaki ilişki, bir ülkenin sanayileşme stratejisinin seçilmesi konusundaki tartışmalarda da önemlidir. Bu açıdan ticaret politikasının büyüme teşvik ettiği bağlantıları belirlemek oldukça önemli olmaktadır. Tyler (1981) gelişmekte olan ülkelerde ekonomik büyüme ile ihracatın genişlemesi arasındaki ampirik ilişkiyi ülkeler arası bir kesit üzerinden inceledi. Çalışmada 1960-1977 dönemi için 55 orta gelirli gelişmekte olan ülkeden elde edilen verilerle bir üretim fonksiyonu modeli belirlenmiş ve tahmin edilmiştir. Sonuçlar GSYİH büyüme oranlarındaki ülkeler arası değişimi açıklamada ihracat performansının önemli olduğunu göstermiştir. Tyler (1981) ihracata yoğunlaşmadan ekonomik büyümenin sağlanamayacağını savundu ve bu nedenle ihracat mallarının dış piyasalarda uygun bir fiyata gitmesini sağlayan ve ihracatçılara yönelik farklı teşvikler ve faydalar sağlayan ekonomik politikalar önerdi. Melo ve Robinson (1992) literatüre dayanarak ihracata dayalı büyüme (İDB) stratejisinin sonuçlarını şu şekilde özetlediler: Birincisi, İDB stratejisini uygulayan ülkeler yüksek büyüme oranları ile GSYİH'daki ticaret paylarını artırarak ve dramatik yapısal değişimlerle sanayileşmişlerdir. İkincisi, sanayileşme ile ilişkili dönüşüm sırasında ekonomik büyüme oranında bir hızlanma görülmektedir. Üçüncüsü, İDB stratejisini izleyen ülkeler için büyüme dağılımının arz yanlı kaynakları, diğer gelişmekte olan ülkelerin modelinden çok gelişmiş ülkelerin modeline benzemektedir. Dördüncü olarak kanıtlar, ihracat genişlemesinin rolü ile toplam faktör verimliliği büyümesi arasında pozitif korelasyonu göstermektedir.

2.2. Dolaylı Katkıları

İhracatın bir ekonomideki etkisini belirlemek için genellikle kullanılan göstergelerden biri ihracatın satın alma gücüdür. İhracat, üretici ülkelere uluslararası pazarda diğer malların alımını sağlayacak yabancı para sağlamaktadır (Foxley 2009). Bu kaynaklarla satın alınabilecek ithalat miktarı sadece ihracatın nominal değerine değil, aynı zamanda ithalatın fiyatına (veya ithalat fiyat endeksine de) bağlıdır (Kuntz-Ficker, 2017). Ticaret ve ihracatın satın alma gücündeki değişikliklerin karşılaştırılması, uluslararası mal ve imalat fiyatları dinamiklerinin görece etkisini görmemize imkân sağlamaktadır (OECD, 2006). Bu nedenle ihracat satın alma gücü açısından ekonomiyi etkilemektedir. Klasik uluslararası ticaret teorilerinin büyük bir kısmı bir ülkenin dış işlemlerden elde ettiği kazancın bir göstergesi olarak “ticaret haddindeki değişimleri” dikkate almışlardır. Burada önemli nokta ithalat fiyatları ile ihracat fiyatları arasındaki değişikliklerdir. İhracatın satın alma gücünü ölçmek için Dorrance (1948) gelir

ticaret haddi endeksini geliştirdi. Dorrance'a göre, ihracatın değerinin ithalatın fiyat endeksine bölünmesi ile elde edilen gelir ticaret haddi ile ihracatın satın alma gücü ortaya konulabilir. Gelir ticaret haddinde iyileşme ülkenin ithalat kapasitesinin arttığı anlamına gelmektedir. İthalat kapasitesi ihracat kapasitesinin dolaysıyla ihracattan gelirlerin fonksiyonudur. İthalat fiyatlarının sabit kalması, ihracat fiyatlarının düşmesi halinde ihracat satışlarında ve değerinde artış olacaktır (Cherunilam, 2020). Gelir ticaret haddi (veya 'ithalat kapasitesi') bir ülkenin ihracatının satın alma gücünü göstermekte ve bu ihracatın sürdürülebilir bir ihracat patlamasından geçen bir ülke­deki ekonomik faaliyetlerin çeşitlendirilmesine nasıl katkıda bulunabileceğini açıklamaya yardımcı olmaktadır (Aggarwal ve Kumar, 2015). Teorik olarak, ülkenin ithalatı finanse etmek için başka kaynaklara erişimi olmadığı varsayılarak, ihracatın satın alma gücü ülkenin ihracattan elde ettiği gelirle ne kadar ithalat yapabileceğini yani ithalat kapasitesini ölçmektedir. İhracatın satın alma gücü daha büyükse, ülkenin tüketim ve sermaye malı ithalatı elde etmek için daha fazla gelire sahip olduğu anlamına gelmektedir (Zegarra, 2017). İhracatın satın alma gücünün etkisi ABD istatistiklerinden hareketle açıklanabilir. Orta sınıf Amerikalılar satın alma glerinin dörtte birinden fazlasını ticaretten elde etmektedirler. Ticaret, ABD tüketicilerinin daha düşük fiyatlarla daha çeşitli mallar satın almalarına olanak tanıyarak, gerçek ücretleri yükseltmekte ve ailelerin mevcut gelirleriyle daha fazla satın almalarına yardımcı olmaktadır. Rakamlar ticaret yapmayan bir dünya ile karşılaştırıldığında, ortanca gelirli tüketicilerin satın alma glerinin yaklaşık yüzde 29'unu ticaretten kazandıklarını göstermektedir (EOPUS, 2015).

İhracat sektörünün genişlemesi ekonominin geri kalanında pozitif ve negatif dışsallıklara yol açmaktadır. Dışsal ekonomiler, başlangıçta ihracatın genişlemesini desteklemeyi amaçlayan yatırımların diğer ekonomik faaliyet alanlarına veya bir bütün olarak ekonomiye yapılan etkileri ifade etmektedir (Kuntz-Ficker ve Rayes,2017). Feder (1982) toplam veriler kullanarak ihracat ve ihracat dışı sektörler arasındaki faktör verimliliği farklılıklarının nicel değerlendirilmesi için analitik bir ereve geliştirdi. Çalışmada 1964-1973 yılları arasında yarı sanayileşmiş az gelişmiş ülkelerin verileri kullanıldı. Sonuçlar, sektörler arası dışsallık parametresinin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu gösterdi. Çalışmanın analiz sonuçları ihracat dışı sektörden kaynak çekilmeksizin ihracatın % 10 büyümesinin ihracat dışı sektörlerde % 1.3 oranında büyümeye yol açtığını gösterdi. Hotchkiss, Moore ve Rockel (1994), 126 ülkede 1960-1986 verilerine dayalı olarak oluşturduğu modellerle farklı gelir düzeyine sahip ülkelerde ihracat büyümesinin etkisini incelediler. Çalışmada sektör-dışsallık etkisinin orta gelirli ülke gruplarında pozitif ve önemli olduğu fakat düşük gelirli

ülke gruplarında ise önemsiz olduğu görüldü. Bu sonuç ihracatın büyümeye katkısının doğasının düşük gelirli ülkelerle orta gelirli ülkeler arasında farklı olduğunu göstermektedir. Ibrahim ve MacPhee (2003), daha önce Feder (1982) tarafından geliştirilen model ile ve bu modelde kullanılan ülkeler örneğinde 1974-83 ve 1984-93 verilerine dayalı olarak GSYİH büyümesi ile ihracat arasındaki ilişkiyi araştırdılar. Çalışmada ihracat sektöründeki yüksek verimliliğin bir ülkenin büyüklüğü ve ticaret yönelimi ve aynı zamanda üretimin boyutu ile ilişkili olduğu görüldü. Çalışmada diğer önemli bir sonuç ihracatın çeşitlendirilmiş üretim yerine birkaç ana üründe yoğunlaşması durumunda dışsallık etkisinin zayıfladığıydı. Buna karşılık güçlü ya da orta derecede dışa yönelim, iyi çeşitlendirilmiş bir ihracat yapısı ve yüksek oranda işlenmiş ihracat ürünleri genellikle ihracat dışı sektörler için pozitif dışsallıklar üreten ihracat sektörlerine sahip ülkeleri karakterize etmiştir. Ibrahim ve MacPhee (2003)'ye göre gelişmekte olan bir ekonomideki yapısal katılıklar ihracat sektöründe daha yüksek verimliliğin sürmesine izin vermekte ve bu da ihracat dışı sektör üzerinde pozitif bir dışsallık yaratmaktadır. Dierk ve Felicitas (2006), 1962-2001 yılları arasında Şili zaman serisi verilerine dayalı olarak ihracat çeşitlendirmesi ve büyüme arasındaki uzun vadeli ilişkiyi incelediler. Çalışmada ihracat çeşitlendirmesinin ihracatla ortaya konulan öğrenme faaliyetlerinin dışsallıkları yoluyla ekonomik büyümeyle bağlantılı olduğu sonucu çıktı. Öte yandan, ihracat sektörü fon arzında artış ve mali gelirlerin genişlemesi yoluyla da dışsallıklar yaratabilmektedir. Teorik olarak ihracatın büyümesi ticari dengede fazlaya ve borç verilebilir fon arzında artışa yol açmaktadır. Bu fonlar, doğrudan ihracat sektörü ile ilgili olmayan sektörlerdeki projeler de dahil olmak üzere, yatırım projelerinin finansmanını mümkün kılabilir. Kanıtlar, ihracat değerinin büyümesinin likiditenin büyümesi ve mali gelirlerdeki artışla ilişkili pozitif dışsallıklar yarattığını göstermiştir (Zegarra, 2017). İhracat vergilerindeki artış ve ihracata bağlı olarak artan ithalatın getirdiği ithalat vergilerindeki artış diğer gelir artırıcı dışsallıklardır (Peres-Cajías ve Carreras-Marín, 2017). İhracatın genişlemesi ekonominin genelinde sadece pozitif dışsallıklar değil aynı zamanda negatif dışsallıklara da yol açabilmektedir. Negatif dışsallıkların en önemlisi *Hollanda hastalığıdır*. “Hollanda hastalığı” terimi 1960’lardan itibaren gaz rezervlerinin keşfinden sonra Hollanda ekonomisinde ortaya çıkan sorunları tanımlamak için kullanılmıştır. Bu ürünün ihracatındaki ani artış Hollanda imalat sanayisini olumsuz etkileyecek şekilde paranın aşırı değerlemesine ve ülkede işsizlik ve daha düşük büyüme oranlarına yol açmıştır. Rezervlerin keşfinden sonra ülkenin ekonomik durumundaki bu kötüleşme paradoksal bir biçimde “Hollanda hastalığı” olarak literatüre girmiş (Gala, Camargo ve Magacho, 2017) ve iktisatta modellenmiştir (Corden ve Neary, 1982) . Hollanda hastalığı bir

sektörde meydana gelen ihracat patlamasının diğer ihracatçı sektörlerdeki negatif etkisini ifade etmek için kullanılmaktadır. Teorik olarak bazı ürünlerin ihracat patlaması diğer sektörlerdeki yatırım ve üretim için güçlü caydırıcılık yaratabilmektedir. Bir ürünün ihracatındaki patlama nedeniyle ülkeye güçlü bir gelir girişi nominal döviz kurunda bir düşüşe neden olabilmektedir. Döviz kurundaki bu düşüşe karşın yurt içi fiyatlarda bir paralellik olmaması durumunda diğer ihracatçı firmaların kâr marjlarında bir düşüş meydana gelebilmektedir (Zegarra, 2017). Bu nedenle Hollanda hastalığı, ekonominin diğer ticarete konu mal ve hizmet sektörlerinde negatif dışsallıklar yaratan, en iyi teknolojiyi ve en iyi idari uygulamaları kullanmasına rağmen bu sektörlerin gelişmesini engelleyen bir çeşit piyasa başarısızlığıdır. Hollanda hastalığının varlığında, en iyi teknolojiyle üretilen mallar bile rekabetçi bir piyasada ekonomik olarak yaşamaları zorlaşmaktadır. Bu hastalıktan etkilenen bir ülkede modern teknolojiyi kullanan yeni bir işletme ancak verimliliği rakip ülkelerdeki işletmelerin elde ettikleri verimlilikten daha yüksek olması durumunda ekonomik olarak yaşayabilmektedir (Bresser-Pereira, 2013).

Malın üretiminde kullanılan girdilerin talebinde yol açtığı artış nedeniyle de ihracatın dolaylı istihdam yaratma etkisi bulunmaktadır. Artan üretim, artan girdi talebi yoluyla diğer endüstrileri ve hizmetleri de etkilemektedir. İlk olarak ihracat artışı ile birlikte talebin arttığı malın üretimine giren girdiler için daha güçlü bir talep ortaya çıkmaktadır. Bu girdilerin üretimi yine ekonominin çeşitli sektörlerinde üretim ve dolayısıyla istihdam üzerinde çarpan etkisi yaratabilmektedir. Bu durumda eğer üretim emek verimliliğinin düşük olduğu bir sektör tarafından üretilen girdilere dayanıyorsa çarpan etkisi büyük olacak girdilerin çoğunlukla ithal edilmesi durumunda küçük olacaktır (Cheong, Decreux ve Spies, 2018). İhracatta yer alan istihdam veya bu ihracatı üretmek için kullanılan emek çeşitli çıktı fonksiyonlarına atfedilebilir. İhracata yönelik mal ve hizmet üreten firmalar doğrudan işgücü talep edebileceği gibi başka şirketlerden malzeme satın alabilir veya kendi ürettiklerini kullanabilirler. Her iki durum da emek talebinde artışı getirir (Tacero, Pablos, Benito, 2017). İthalat tesis kapanışları veya yerli sanayilerin üretim kesintileri nedeniyle iş kaybı ile ilişkili olsa da, ihracatın iş yaratma etkisi, ithalat iş kaybı etkisinden yaklaşık yüzde 7,5 daha büyüktür (Seyoum, 2009). İhracatın doğrudan ve dolaylı olarak yarattığı istihdam miktarının büyüklüğü Avrupa Birliği (AB) bağlamında verilebilir. 2000-2017 yılları arasında AB ihracatının desteklediği toplam istihdam sayısı 23,4 milyon kişi (+% 72) artarak 55,7 milyon kişi seviyesine ulaşmıştır (Arto vd.,2018). Fakat ihracatın bazı durumlarda istihdam üzerinde olumsuz etkisi olabilmektedir. Örneğin Leichenko (2000) 1980-1991 ABD ihracat verilerine

dayalı olarak yaptığı ampirik çalışmada ihracat artışının istihdamın azalmasına katkıda bulunduğunu ortaya koydu. Bu sonucun ortaya çıkmasının nedenlerini ortaya koymak amacıyla yaptığı Granger nedensellik testleri ihracat verimliliğindeki artışın en azından kısa vadede istihdamın azalmasına yol açabileceğini ortaya koydu.

Uluslararası ticaretin hızlı büyümesiyle, ihracat birçok firmanın hayatta kalmasında ve büyümesinde de önemli bir rol oynamaktadır. Bu açıdan ihracat faaliyetlerinin firmaların organizasyonel kapasitelerini geliştirmede (Chen, Sousa ve He, 2016), üstün yönetim yeteneklerini elde etmede (Piercy, Kaleka, ve Katsikeas, 1998), uluslararası tüketim tercihlerini görmelerini sağlayarak tüketici tercihlerine yönelik kaliteli ürünlerin ortaya çıkmasını teşvik etmede (Poon,1994), ölçek ekonomileri yoluyla kapasite kullanımını artırmada (Abor, 2011) ve teknolojik gelişmeyi takip etmede (Faridi,2012) katkısı bulunmaktadır.

3. İHRACAT PERFORMANSININ BELİRLEYİCİLERİ ÜZERİNE LİTERATÜR

İhracat performansı karmaşık ve çok yönlü bir yapı olduğundan bir firmanın ihracat girişiminin başarısı tek bir ölçü yerine çeşitli perspektiflerin dikkate alınmasını gerektirmektedir (Carneiro, Rocha, Silvai, 2011). Bu nedenle ihracat performansının belirleyicileri ve ihracat sonuçları arasındaki ilişki yüzlerce ampirik çalışmada analiz konusu olmuştur (Bkz. Zou ve Stan,1998; Chen, Sousa, ve He, 2016). Gemunden (1991) 1964-1987 yılları arasında yapılan çalışmalara dayanarak ihracat performansının belirleyicileri olarak 700'den fazla değişkenin varlığını ortaya çıkardı. İhracat performansının belirleyicilerinin bu fazlalığına karşın literatürde kabul edilen sınıflandırma içsel ve dışsal faktörler şeklindedir (Bilkey 1978; Reid, 1981; Zou ve Stan,1998; Leonidou vd., 2002; Ibeh ve Wheeler, 2005; Peng, Wang, and Jiang, 2008). Bu çalışmada da ihracatın belirleyicileri ile ilgili literatür bu sınıflandırma esas alınarak verilecektir.

3.1. İhracat Performansının Belirleyicileri Olarak İçsel Faktörler

İhracatın belirleyicilerine yönelik içsel faktörler üç geniş grupta toplanabilir: Firma özellikleri, yönetim özellikleri ve ihracat pazarlama stratejisi (Beleska-Spasova,2014; Zou ve Stan,1998; Sousa, Martínez-López ve Coelho, 2008; Lages, 2000).

İçsel faktörlerden firma özellikleri arsında firma büyüklüğü, firma ihracat deneyimi ve firma yaşı en çok ele alınan değişkenlerdir. Firma büyüklüğü ile ihracat performansı arasındaki ilişkiyi ele alan çalışmaların sonuçları farklı çıkmıştır. Kirpalani ve Macintosh (1980) yaptıkları çalışmada firma

büyükliğünün ihracat başarısında önemli olmadığını ortaya koydular. Christensen, Rocha ve Gertner (1987) firma büyüklüğünün ihracat başarısının önemli bir belirleyicisi olduğunu gösterdiler. Katsikeas, Piercy ve Ioannidis (1996) Yunanistan'da AB ile gıda ihracatı yapan firmalar üzerinde bir anket çalışması gerçekleştirdiler. Çalışmanın sonucunda firma büyüklüğü ile ihracat performansı arasında doğrudan bir ilişki bulunmadı. Ibeh ve Wheeler (2005) 1990-2003 döneminde İngiltere firmaları arasında yapılan ihracat performans araştırmalarından elde edilen toplu bulgulardan hareketle ihracat başarısının firma büyüklüğü ile pozitif ilişki içinde olduğu sonucuna ulaştılar. Zou ve Stan (1998) yapmış oldukları literatür taramasında firma büyüklüğü ve ihracat başarısı arasındaki ilişkinin pozitif olma durumunun daha çok firma büyüklüğünün toplam satışlar açısından ele alındığında söz konusu olduğunu fakat çalışan sayısı açısından belirlenmesi durumunda ise sonucun negatif çıktığını tespit ettiler.

Yoshino (2008), Dünya Bankası Yatırım İklimi Anketi verilerini kullanarak Sahra-Altı Afrika ülkelerinde imalat sektöründe faaliyette bulunan firmalar örnekleminde firma büyüklüğünün firma-düzeyle ihracat performansını açıklamada temel faktör olduğunu ortaya koydu. Smith, et al. (2002) Danimarka'da Ar-Ge istatistiklerine dayalı olarak 3500 ihracatçı firma verilerini kullandılar. Çalışmada firma büyüklüğünün ve yaşının ihracatın belirleyicileri olarak tespit edildi. Cieřlik, Michałek ve Nasadiuk (2015) Dünya Bankası ve Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası tarafından ortaklaşa toplanan Banka İş Ortamı ve İşletme Performans Anketinin 2002-2013 verilerine dayalı olarak Ukrayna'daki firmaların ihracat faaliyetlerinin belirleyicilerini araştırdılar. Çalışmada firma büyüklüğünün ihracatın önemli belirleyicilerinden biri olduğu sonucu çıktı. Firma özelliklerinden tecrübenin, özellikle pazarlar ve operasyonlar hakkında deneyimsel bilginin, firmanın uluslararasılaşmasında itici bir güç olduğu kabul edilmektedir. Artan ihracat tecrübesi ile firmaların ihracat faaliyetlerinde daha az belirsizlik algılamalarına sahip olmaları, dış pazar mekanizmalarını daha iyi anlamaları, yurtdışında kişisel iletişim ve müşteri ilişkileri ağlarını geliştirmeleri ve sonuç olarak, etkili ihracat pazarlama programlarını tasarlamaları ve uygulamaları muhtemeldir (Katsikeas, Piercy ve Ioannidis,1996). Birçok durumda ihracat tecrübesi yüksek ihracat performansı ile ilişkili çıkmıştır (Dominquez ve Sequeira, 1993; Kambey, Murwani ve Pratikto, 2018). Firmanın yaşı açısından da farklı sonuçlar elde edilmiştir. Örn. Chen ve Martin (2001) küçük firmaların dışa açılmalarını incelediği çalışmalarında firma yaşı ve ihracat performansı arasında pozitif bir ilişki tespit ettiler. Benzer şekilde Dean vd.(2000) Yeni Zelanda'da küçük imalatçı firmalar üzerinde yaptığı çalışmada benzer sonuç elde ettiler. Fakat Kirapalani ve MacIntosh, (1980) yaptıkları çalışmada firma

yaşının başarı ile oldukça önemli şekilde negatif çıktığını sonucuna ulaştılar. Baldauf vd. (2000) Avusturya'da 184 firma üzerinde anket yöntemiyle yaptığı çalışmada firma yaşı ve ihracat performansı arasında negatif bir ilişki buldular. Ursic ve Czinkota (1984) firmaların ihracata yönelik tutumları konusunda yaptıkları çalışmada genç firmaların ihracata yönelik tutumlarının daha pozitif olduğunu tespit ettiler. Çalışmada 20 yıldan daha az bir süredir faaliyet gösteren firmaların 20 yıldan daha uzun süredir faaliyet gösteren firmalara göre ihracat konusunda daha uygun bir tutum sergilediklerini tespit ettiler. Yeni firmaların genişlemeye ve böylece uluslararası pazarlarda büyümeye daha fazla ilgi duydukları, üretimde rekabet avantajı sağlayan ve hem yerel hem de uluslararası alanda işini genişletmesini sağlayan modern teknoloji ve makineleri benimseme konusunda daha fazla isteklilik gösterdikleri, yerli piyasalara yerleşen eski firmalarla rekabet etmenin zorlukları nedeniyle daha çok ihracata yöneldikleri görülmüştür (Kirapalani ve Macintosh, 1980; Ursic ve Czinkota, 1984).

İhracat performansının içsel değişkenleri olarak ikinci önemli belirleyicisi yönetim tutumları ve algılamaları da içine alan yönetim özellikleridir. Yönetim özellikleri içerisinde ihracat istekliliği, uluslararası deneyim, uluslararası yönelim, ihracat motivasyonu, proaktif, ihracat avantajlarının algılanması, yaş ve eğitim yer alan faktörlerdir (Beleska-Spasova, 2014). İhracat yöneticileri bir yandan firmanın ihracat performansını kaçınılmaz olarak etkileyecek olan yurtdışı pazarı seçmek ve genişletmek diğer yandan ihracat pazarlama stratejileri geliştirmek için kararlar ve stratejiler almak durumundadırlar (Katsikeas, Leonidou, ve Morgan, 2000). Bu açıdan kendini ihracata adanmış bir üst yönetime sahip bir firma proaktif ve agresif bir şekilde uluslararası fırsatları tespit edip kullanabilecek, uluslararası tehditlerden kaçınacak ve ihracat performansını artıran etkili pazarlama stratejileri üstlenebilecektir (Lu, Quester, Medlin & Scholz, 2012). Yönetimin uluslararası yönelimi ve uluslararası deneyimi, gözlemlenen olumlu etkileri ihracat performansının hem finansal hem de finansal olmayan ölçümleriyle ilişkili olduğundan özellikle önemli görünmektedir (Ibeh ve Wheeler (2005). Yönetim özelliklerinin ihracat performansı üzerindeki etkisine yönelik yapılan ampirik çalışmaların sonucu, bazı negatif sonuçlara karşın, genellikle pozitif bir ilişkinin varlığını ortaya koymuştur. Din, Ghani ve Mahmood (2009) Pakistan'ın Pencap ve Sindh eyaletlerinde tekstil-hazır giyim, deri, tarımsal gıda işleme ve balıkçılık sektöründeki ihracatçı firmalar üzerinde yaptığı bir araştırmada yönetsel yeterliliğin ihracat performansı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğunu buldular. Yazarlara göre daha iyi yönetim uzmanlığına sahip firmalar, pazar dinamiklerine daha uygun hale gelmekte ve bu nedenle ihracat pazarlarında daha iyi performans gösterebilmektedir. Wignaraja (2007) Sri Lanka'da 205 giyim

işletmesi örnekleminde firmaların ihracat performansını etkileyen faktörleri inceledi. Çalışmanın sonucunda yöneticinin eğitim seviyesi ve ihracat faaliyeti deneyiminin firmaların ihracat performansı üzerinde etkili olduğu görüldü. Ibeh ve Wheeler (2005) İngiltere’de yapılan çalışmalara dayalı olarak algılanan ihracat motivasyonu ve algılanan ihracat avantajlarının yönetimin uluslararası deneyimi ve eğitim düzeyi ile pozitif ilişki içinde olduğu sonucuna vardılar. Evangelista (1994) Avusturalya’da imalat firmaları üzerine yaptığı çalışmada yönetimin ihracat istekliliğinin yani firmaların üst yönetiminin ihracat faaliyetlerine yönelik olumlu ve lehte tutumunun ihracat performansında önemli bir faktör olduğunu gösterdi. Chetty ve Hamilton (1993) yapmış oldukları meta analiz araştırmasında 27 çalışmanın 16’sının yönetim istekliliğinin ihracat performansı ile pozitif ilişki içinde olduğunu 11’inin ise herhangi bir ilişki ortaya koymadığını tespit etti. Ayan ve Perçin (2005) İstanbul’da faaliyette bulunana 128 firma üzerinde anket yoluyla elde ettiği verilerden hareketle yönetsel özelliklerin ihracat performansı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğunu ortaya koydular. Madsen (1994) yaptığı çalışmada firma yönetimin istekliliğinin özellikle başlangıç aşamalarında ihracatın önemli bir belirleyicisi olduğu sonucunu çıkardı. Piercy, Kaleka ve Katsikeas (1998) İngiltere’de anket yöntemiyle 312 firmadan elde ettiği verilerle ihracat başarısında sadece yerli piyasada öğrenilenden farklı değil aynı zamanda küresel girişim politikalarından ayırt edici yönetim yaklaşımının önemini ortaya koydular. Zou ve Stan (1998) yönetim özellikleri konusunda yapılan çalışmaların sonucunu şu şekilde özetlediler: Birincisi, neredeyse istisnasız olarak, yönetimin ihracat istekliliği ihracat performansının temel belirleyicilerinden biri olarak ortaya çıkmıştır. İkincisi, uluslararası yönelim iyi ihracat performansının çok tutarlı bir öngörücüsüdür. Zou ve Stan’a göre bu açıdan uluslararası odaklı bir firma, ortaya çıkan uluslararası fırsatları daha iyi tanımlayabildiği gibi bunlardan faydalanabilme ve tehditlerden kaçınabilme avantajlarına sahiptir. Üçüncü olarak, ihracatın firmaya getirdiği önem veya kâr katkısı gibi yönetimin algıladığı ihracat avantajları ihracat satışları, kârları ve büyümesi üzerinde olumlu etkide bulunurken algılanan riskler, maliyetler veya ihracatın karmaşıklığı gibi yönetimin algıladığı ihracat engelleri düşük ihracat satışlarına yol açmaktadır.

İhracat performansının içsel değişkenlerine yönelik üçüncü önemli belirleyicisi ihracat pazarlama stratejisidir. İhracat pazarlama stratejisi, bir firmanın ihracat girişiminin amaçlarına ulaşmak için iç ve dış güçlerin etkileşimlerine yanıt vermesidir (Cavusgil ve Zou,1994: 4). İhracat performansını, “bir firmanın bir ürünün dış pazara ihraç edilmesine ilişkin hem ekonomik (kârlar, satışlar veya maliyetler) hem de stratejik (yani pazarın genişlemesi, rekabetçi tepki, dış pazarda dayanak kazanabilecek veya ürünün/firmanın farkındalığının artırılması)

hedeflerinin, ihracat pazarlama stratejisinin planlanması ve yürütülmesi yoluyla ne ölçüde elde edildiği” (Cavusgil ve Zou,1994:4) şeklinde tanımladığımızda pazarlama stratejisinin ihracat performansında önemli bir faktör olabileceği görülmektedir. İhracat pazarlama stratejisi önemli bir ara değişken olarak işlev görmektedir, firmanın iç kaynaklarına ve dış güçlerine göre şekillenmekte ve ihracat performansını belirleyen rekabet avantajını doğrudan etkilemektedir (Chen, Sousa ve He, 2016). İhracat performansının stratejik boyutu mevcut finansal/ekonomik hedeflerden ziyade geleceğe yöneliktir (Madsen, 1998). İhracat pazarlama stratejileri arasında ürün stratejisi, fiyat stratejisi, promosyon stratejisi, dağıtım stratejisi, proaktiflik/reaktivite, pazar araştırması, pazar genişletme, hizmet stratejisi, genel ihracat stratejisi, inovasyon, risk alma, ihracat planlaması, dağıtım kanalı ilişkisi, işbirliği stratejisi yer almaktadır (Chetty ve Hamilton, 1993; Katsikeas, Leonidou ve Morgan, 2000). Bu faktörleri içine alan çok sayıda çalışma ihracat performansı ve pazarlama stratejisi arasındaki ilişkiyi inceldi. Bu çalışmalarda bazı istisnalar hariç genellikle pozitif bir ilişki ortaya koymuştur (Bkz. Faruk ve Subudhi, 2019). Zou ve Stan (1998) yapmış oldukları literatür taraması sonucunda ihracat planlamasının ihracat satışlarının ve ihracat performansının tutarlı bir belirleyicisi o ve ihracat kârlarının ve ihracat büyümesinin önemli bir yordayıcısı olduğunu buldular. Madsen (1989) Danimarka’da imalat sektöründe 82 firma üzerinde yaptığı anket çalışmasında planlama ve kontrol yoğunluğunun ihracat performansı ile anlamlı bir ilişki içinde olduğunu ve ihracat büyümesinin temel olarak piyasa değişikliklerinin yakından izlenmesinden olumlu etkilendiğini ortaya koydu. Madsen'e göre (1989) pazarla iyi kişisel temas ve kanal üyeleriyle yakın ilişkiler, firmanın ihracat faaliyetinin dikkatli planlanması ve kontrolü yeteneğini daha da artırmaktadır. Cooper ve Kleinschmidt (1985) ihracat pazarlama stratejisinde pazar seçimi ve ürün seçiminin önemini incelediler. Bu açıdan pazar seçiminde ürün adaptasyon derecesi (bir firmanın ürünlerini dış pazarlara adapte etme derecesi) ve ihracat yapılan ülkeler (komşu ülkeler mi dünya ülkelerine mi ?) boyutu değişken olarak alınırken pazarlama stratejisinde piyasa bölümlendirme düzeyi değişken olarak ele alındı. Kanada’da elektronik sektöründe faaliyete bulunan 142 firmadan anket yoluyla elde edilen verilerin sonucunda ihracat pazarlama stratejisinin ihracat performansı ile yüksek ilişkili olduğu ortaya çıktı. Örneğin dünya pazarlama stratejisini seçen firmaların yıllık ihracat büyümesi %188 iken yakın komşu stratejisini seçen firmaların ihracat büyümesi sadece %29 çıkmıştır. Ibeh ve Wheeler (2005) literatür değerlendirmesinde firma başarısı ile genel ihracat stratejisi arasında pozitif ilişki buldular. Kambey, Murwanı ve Pratikto (2018) Endonezya’nın Kuzey Sulawesi bölgesinde 2016-2017 yılları arasında Hindistan cevizi ihracatını yapan firmaların ihracat performansının belirleyicilerini

araştırdılar. Araştırmanın sonucunda ihracat stratejisinin firmaların ihracat performansında önemli ölçüde etkili olduğu tespit edildi. Viet vd. (2017) Vietnam'daki deniz ürünleri firmalarının ihracat performansı ile ilgili temel faktörleri tanımlamak ve ölçmek için ampirik bir çalışma gerçekleştirdiler. Çalışmanın sonucunda ihracat performansının ihracat pazarlama stratejisinden etkilendiği görüldü. Çalışmada ayrıca rekabetçi ihracat fiyat seviyelerinin ihracat performansı ile pozitif ilişkili olduğu da görülmüştür. Kirpalani ve Macintosh (1980) uluslararası pazarlama etkinliği konusunda elektronik, makine ve otomobil sektörlerinde ABD ve Kanada firmalarında 34 üst düzey yöneticiyle görüşülerek yaptıkları çalışmada ihracat başarısında fiyat indiriminin önemli bir faktör olduğunu ortaya koydular. Çalışmada firmaların ihracat pazarındaki müşteriler için cazip bir fiyat “paketi” ayarlama stratejisi takip ettikleri görüldü. Christensen, Rocha ve Gertner (1987), Brezilya örneğinde yapmış oldukları çalışmada ihracat yapan firmalarla yapmayanları rekabetçi fiyat açısından karşılaştırdılar. Çalışmada düşük fiyat ile ihracat başarısı arasında pozitif ilişki bulundu. İhracat fiyatlarının belirlenmesinde, başarılı ihracatçıların uluslararası rekabetçi fiyatlara daha fazla güvendiği görüldü. Buna karşın Madsen (1989), fiyat rekabetçiliğinin ihracat performansı üzerindeki zayıf etkisinin olabileceğini düşündü. Bu açıdan ürünün düşük fiyata olmasının ürünün tatmin ediciliğini olumsuz etkileyebileceğini ya da firmanın bu düşük fiyatlarla yükümlülüklerini yerine getirmede şüpheler yaratacağını kısaca düşük fiyatın bir çeşit alıcı belirsizliğine yol açabileceğini ileri sürdü. Madsen, KOBİ’ler üzerinde yapmış olduğu anket çalışmasında fiyat rekabetçiliğinin ihracat performansını çok az etkilediğini ortaya koydu. Dominguez ve Sequeira (1993), Orta Amerika’da geleneksel olmayan ihracat sektöründe gerçekleştirdikleri uluslararası ankette firmalar ihracat geliştirme yolunda ilerledikçe ihracatta rekabetçi bir araç olarak fiyatın öneminin azaldığını ortaya koydular. Cooper ve Kleinschmidt (1985), Kanada elektronik endüstrisindeki 142 firmanın yöneticileri ile ihracat stratejileri ve verimlilik konusunda yaptıkları anket çalışmasında fiyat yönelimli stratejilerin en yakın komşu ülkelere satış yapan firmalar arasında daha yaygın olduğunu ve daha düşük ihracat yoğunluğu ve büyüme ile ilişkili olduğunu buldular. İhracat pazarlama stratejisi kapsamında diğer bir faktör ürünün kalitesidir. Başarılı bir ihracat için ürünün kalitesinin oldukça önemli olduğu kabul edilmektedir. Pazarlama açısından bakıldığında özellikle ürün farklılığının ve ürün kalitesinin ihracat performansı üzerinde güçlü bir etkisi olması beklenilir. Madsen (1989)’e göre bu etkinin ortaya çıkmasında yüksek ürün kalitesinin satıcının güvenilirliğini sağlayarak alıcı belirsizliğini azaltması gelmektedir. Din, Ghani, ve Mahmood (2009) yaptığı çalışmada ürün kalitesine ve üretim süreçlerine daha fazla yatırım yapılması firmaların ihracat pazarlarını yakalamalarına ve kâr marjlarını

artırmalarına olanak tanıdığı sonucuna ulaştılar. Christensen, Rocha ve Gertner (1987) ihracatın sürekliliği ile ilişkili faktörleri belirlemek için 1978'de ihracat yapan yüz Brezilya şirketi ile altı yıl sonra tekrar görüştüler. Bu çalışmada, kalite kontrol departmanının organizasyon yapısındaki resmiyeti ve departman başkanının eğitimi ile ölçülen, ürün kalitesinin iki grup arasında en fazla ayırıcı firma özelliği olduğunu ortaya koydu. Julian (2003) tarafından yapılan bir çalışmada Taylandlı ihracat firmalarının ihracat performansını ortaya koymak amacıyla 151 küçük ve orta boy işletme üzerinde elde edilen veriler ürün kalitesinin ihracat performansı ile pozitif ilişkili olduğunu ortaya koydu. Son olarak Leonidou vd. (2002) tarafından yapılan bir meta analiz çalışması da ürün kalitesi ve ihracat performansı arasında pozitif bir ilişki ortaya çıkardı.

3.2. İhracat Performansının Belirleyicileri Olarak Dışsal Faktörler

İçsel faktörler ile karşılaştırıldığında ihracat performansında dışsal faktörlerin etkisi araştırmacılar tarafından daha az ilgi görmüştür. Dış etkiler çevreye özgü olarak tanımlandığından yönetsel olarak kontrol edilemeyen faktörlerdir. Bu faktörler *Endüstri özellikleri, dış piyasa özellikleri ve iç piyasa özellikleri* açısından sınıflandırılabilir (Lages,2000; Zou and Stan, 1998; Viet vd.2017).

Son yıllarda birçok ampirik çalışma ihracat bağlamında *endüstri özellikleri* ile ilgili konuları araştırmış ve endüstriyel özelliklerin ihracat performansı üzerinde önemli bir etkisi olduğunu göstermiştir. Her şeyden önce ihracat faaliyetinin yoğunluğu ve ihracat pazarlama stratejisinin doğası endüstriler arasında önemli farklılıklar göstermektedir. Bu büyük ölçüde endüstrilerin değişen doğasının bir sonucudur. Bu nedenle sanayi yapısı, firmaların iç pazar bağlamında stratejisinin önemli bir belirleyicisi olarak kabul edilmiştir (Cavusgil ve Zou, 1994). Bu düzeyde birçok değişken tartışılmıştır. Bunlar arasında sektörün istikrar seviyesi, öngörülebilir değişiklikler, değişim hızı, mevsimsel/döngüsel dalgalanmalar, risk seviyesi, rekabet seviyesi, endüstriyel özellikler, endüstri adaptasyonu, endüstri konsantrasyonu ve teknoloji ile ilgili değişkenler bulunmaktadır (Das, 1994; Chen, Sousa ve He, 2016). Bhavani ve Tendulkar (2001) bir firmanın iç pazarda satma veya ihracat yapma kararını düzenleyen firmaya özgü faktörleri ve bunların rekabet avantajı sağlayarak firmanın ihracat performansı üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla Delhi'de bir çalışma gerçekleştirdiler. Çalışmada pazarın hem kalite hem de fiyat açısından rekabetçi olduğu ve dolayısıyla maliyet rekabetçiliğinin ihracat için kritik olduğu bir sektör olan konfeksiyon ve giyim sektöründe faaliyete bulunan firmaların 1987-1988 verileri kullanıldı. Çalışmada uluslararası dağıtım zincirlerine erişim, daha iyi teknolojiyi benimseme ve mevcut teknolojiyi daha etkin kullanma konusunda firma düzeyindeki çabaların,

uluslararası pazarlardaki firmalara rekabetçi maliyet avantajı sağlamada önemli bir rol oynadığı sonucuna ulaşıldı. Viet vd. (2017) Vietnam’da Mekong Nehri Deltası’ndaki deniz ürünleri işletmelerinin ihracat performansını etkileyen faktörleri belirlemek için bir çalışma gerçekleştirdiler. 305 deniz ürünleri firması ile anket yoluyla elde edilen veriler deniz ürünlerinin ihracat performansında endüstri özelliklerinin önemli olduğunu gösterdi. Yazarlara göre balıkçılık pazarı istikrarlı bir şekilde büyüdüğünde, deniz ürünleri ihracatçıları teknolojik gelişime daha fazla yatırım yapma imkânı elde etmekte ve bu da düşük dereceli işletmelerin rekabet düzeyinin artmasını getirmektedir. Teknolojik gelişmeler tüm sektördeki bağlılığı artırırken bireysel firmaların ihracat performansının artmasına da neden olabilmektedir. Bu nedenle Chen, Sousa ve He (2016)’ye göre yapılacak araştırmalarda firmaların uluslararası imaj ve taahhütlerindeki gelişmelerle ilgili olan yerel endüstriyel gelişmeler göz önünde bulundurulmalıdır. Cavusgil ve Zou (1994) endüstrinin teknoloji yöneliminin ürün ve tanıtım adaptasyonunu olumsuz etkileyebileceğini düşündüler. Onlara göre bilgisayar, elektronik gibi teknoloji yoğun endüstrilerde ürünler; tatlar, alışkanlıklar ve gelenekler gibi genel ihtiyaçlara daha az hitap etmekte ve bunlar pazardan pazara farklılık göstermektedir. Bu nedenle teknoloji piyasalarda standart biçimde daha iyi uygulanmakta ve teknoloji yoğun endüstrilerde daha düşük derecede ürün adaptasyonu ve promosyon adaptasyonu gerekli olmaktadır. Cavusgil ve Zou (1994) bu düşünceden hareketle ABD’de ihracat pazarlama yöneticileri ile derinlemesine kişisel görüşmeler yoluyla toplanan verilerle endüstrinin teknoloji yönelimi ile ürün adaptasyon derecesi arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya çalıştılar. Çalışmanın sonucunda ürün adaptasyonunun derecesinin bir firmanın endüstrinin ürün ve teknoloji yönelimi konusundaki deneyimiyle yakından fakat negatif biçimde ilişkili olduğu bulundu. Zou ve Stan (1998), 1987 ve 1997 yılları arasında ihracat performansının belirleyicileri ile ilgili ampirik literatür temelinde endüstrinin teknolojik yoğunluğunun veya “üretim karmaşıklığının” ihracat performansı üzerindeki etkisini incelediler. Çalışmada bu değişkenleri inceleyen dört çalışmada pozitif ilişki görülmüştür. Zou ve Stan (1998)’e göre daha karmaşık ve teknolojik olarak yönlendirilmiş endüstrilerdeki firmaların daha iyi ihracat performansına sahip oldukları görülmekle birlikte, kesin sonuçlar için daha fazla araştırmaya ihtiyaç bulunmaktadır. Bu literatür taramasında ilginç şekilde iki çalışmada endüstri istikrarsızlığının (teknolojideki, öngörülebilirlikteki, risklilikteki değişim oranının) ihracat satışlarını olumlu etkilediği bulunmuştur. Virvilaite ve Seinauskiene (2015) ruhsal mesafenin ihracat performansı üzerindeki etkisinin uluslararası deneyim düzeyine bağlı olduğunu ileri sürdüler. Bu açıdan algılanan farklılıklar yüksek olduğunda ve firma belirsizlikle nasıl başa çıkılacağı ve dış çevreye uygun şekilde nasıl adapte olacağı konusunda uluslararası

deneyime sahip olmadığında ruhsal mesafe ihracat performansını olumsuz etkileyeceğini düşündüler. Litvanya'da 63 ihracatçı firma örnekleminde elde edilen veriler ihracat yoğunluğu düşük olduğunda, ruhsal mesafe ile ihracat satış hacimleri arasında anlamlı negatif ilişki ortaya çıkarmıştır. Das (1994) tarafından Hindistan'da başarılı ihracatçıları başarısız ihracatçılardan ayıran değişkenleri tespit etmek amacıyla bir çalışma gerçekleştirildi. Başarı amaçlandığından çalışmaya en az beş yıldır ihracat yapan firmalar örnekleme dâhil edildi. Örneklem ülkenin farklı bölgelerindeki sekiz şehirden gelen yedi farklı endüstriden 58 firmayı içeriyordu. Çalışmada başarılı ihracatçı firmaların çalkantılı ortamları olan ve birçok rakibin ve değişimin hızlı olduğu endüstrilerde faaliyet gösteren firmalar arasında olduğu görüldü. Çalışmanın bulgularından hareketle Das (1994) endüstrinin doğasının başarıyı belirlemede anahtar bir değişken olması nedeniyle politika yapıcıların ihracat teşvik faaliyetlerini belirli endüstrilere odaklamaları ve yüksek iç rekabete ve genel çalkantılı iç ortamlara sahip endüstrilere yönlendirmeleri gerektiği sonucuna ulaştı.

Dış piyasanın özellikleri; yasal ve politik, kültürel benzerlik, pazardaki rekabet gücü, çevresel düşmanlık/karışıklık, ekonomik benzerlik, kanal erişilebilirliği şeklinde alt bileşenlere sahiptir (Beleska-Spasova, 2014). Hughes vd. (2010), firmanın sahip olduğu yeteneklerden geliştiğini belirten kaynak temelli bakış açısından hareketle, bir firmanın rekabet avantajı açısından ihracat girişimi için mevcut inovasyon kabiliyetlerinin birleşimlerinin seçilen rekabetçi strateji ile ihracat pazarında elde edilen konumsal avantajlar arasındaki bağlantılara aracılık ettiğini ileri sürdüler. Bu amaçla Meksika'da yüksek teknoloji endüstrilerinde anket yoluyla veri elde ettiler. Çalışmanın sonucunda bağımsız rekabet stratejilerinin uygun konumsal avantajlar üzerinde pozitif bir etki gösterdiğini ancak rekabet stratejisi ile konumsal avantaj arasındaki ilişkiye kısmen inovasyonun aracılık ettiğini gösterdiler. İhracat performansı araştırmaları alanında ihracat başarısının potansiyel belirleyicisi olarak pazar yönelimi giderek daha fazla dikkat çeken bir faktör olmuştur. Bu konuda Cadogan vd. pazar yöneliminin ihracat performansına nasıl katkıda bulunduğunu ortaya koymak amacıyla bir çalışma gerçekleştirdiler. Çalışmada ihracat pazarına yönelim davranışı bir firmanın ihracat pazarlarında gerçekleştirdiği pazar yönelimli faaliyetleri olarak nitelendirdiler. Yazarlara göre ihracat pazarına yönelim davranışının müşterilerin ihtiyaçlarını ve tercihlerini belirlemede önemli katkı sağlayarak firmaya ihracat müşterileri için üstün değer yaratma yeteneği vermektedir. Cadogan vd. (2009) Finlandiya'da ihracatçı firmalarla yaptığı anket sonucunda ihracat pazarına yönelim davranışının ve ihracat başarısı arasındaki pozitif ilişkinin sadece düşük ihracat pazarına yönelim davranış seviyelerinde

görüldüğünü ortaya koydular. Onlara göre bu sonucun ortaya çıkmasında ihracat pazar yönelim davranış düzeylerinin çok düşük olduğu firmaların muhtemelen bu davranış düzeylerine yatırım yapmaya devam etmeleri etkili olmuştur. Baldauf, Cravens ve Wagner (2000) firmaların ihracat başarısında etkili diğer dışsal değişkenlerden sosyo-kültürel (yabancı ülkelerin özel gelenekleri, dil ve din) ve politik çevrenin (ihracatçı ülkedeki ekonomi, döviz kuru ve ithalat kısıtlamaları) etkisini incelediler. Yazarlara göre sosyokültürel ve politik faktörler bir endüstride giriş engellerini temsil etmekte ve normalde ancak yüksek maliyetle aşılabilen bu engeller yerleşik firmaları yurtdışından yeni ihracatçı rakiplerden korumaktadır. Çalışmada sosyokültürel ve politik çevresel boyutlar ile ihracat performansı arasında negatif bir ilişkinin olduğu ileri sürüldü. Bunu tespit etmek amacıyla Avusturya’da 184 ihracatçı firma ile anket yoluyla veri elde edildi. Elde edilen veriler çevre ve ihracat başarısı arasında zayıf bir ilişkinin varlığını ortaya koydu. Lu vd.(2012)’ne göre ev sahibi hükümetlerin gücü, rolleri ve politikaları uluslararası firmalar için kontrol edilemeyen önemli güçlerdir. Bu nedenle ev sahibi ülke hükümetinin ihracatçı firma kapasitesini ve etkinliğini artırarak veya azaltarak girişimin pazarlama performansında önemli bir etkiye sahip olabileceğini ileri sürdüler. Bunu göstermek için Güney Avustralya’da örnek olay çalışmasıyla 10 profesyonel hizmet ihracatçısı firma üzerinden veri elde ettiler. Çalışmanın sonucunda ithalatçı ülke hükümetlerinin, aynı zamanda ihracatçı ülke hükümetlerinin, uyguladığı politikaların firmaların ihracat performansını önemli ölçüde etkileyebileceği sonucuna ulaşıldı. Roy (1991) ihracat performansının talep yönünü Bangladeş ihracatçıları örneklemine ele aldı. Çalışmada dünya talebinin ihracatın önemli bir belirleyicisi olduğu görüldü. Jongwanich (2010) sekiz Doğu ve Güneydoğu Asya’da 1993-2008 verilerine dayalı olarak yaptığı araştırmada dünya talebinin ihracat performansının belirleyicileri arasında olduğunu gösterdi. Dış piyasalar firmalar için hem fırsat hem de tehdit getirmektedir. Cavusgil ve Zou’a göre (1994) ihracat pazarlamasında, endüstri yapısı ve pazarlama stratejisi arasındaki ilişkinin yanında piyasa sistemlerindeki önemli farklılıklar, devlet müdahaleleri ve pazarlarda yabancı rakiplerin varlığı da önemlidir. Bu açıdan içsel ve dışsal faktörlerin etkilediği ihracat pazarlama stratejisi, bir firmanın güçlü yönlerini pazar fırsatları ile eşleştirmesine ve firmanın stratejik zayıflıklarını etkisiz hale getirmesine veya pazar tehditlerini aşmasına imkân sağlayarak ihracat performansını etkilemektedir. Bu düşünceden hareketle Cavusgil ve Zou (1994) ABD’de 79 firmadan ihracat pazarlama yöneticileri ile derinlemesine kişisel görüşmeler yoluyla yaptığı çalışmada ihracat pazarlama performansının en iyi belirleyicilerinin kaynak tahsisi, bağlılık, birikmiş deneyim, ürün adaptasyonu ve kanal desteği olduğu görülmüştür. Çalışmada yüksek derecede ürün adaptasyonunun firmanın uluslararası düzeyde

yetkin olması, ürünün benzersiz olması, ürünün yeni veya kültüre özgü olması, endüstrinin daha az teknoloji yoğun olması veya ihracat pazarının rekabetçi olması durumunda gerçekleştiği tespit edilmiştir.

İhracat performansını etkileyen *iç piyasa özellikleri* arasında iç piyasa koşulları, ihracat desteği ve çevresel düşmanlık, iç talep, ihracat yardımı, yerel pazar özellikleri, altyapı kalitesi, yasal kalite ve kurumsal çevre yer almaktadır (Beleska-Spasova, 2014; Chen, Sousa ve He, 2016). Bunlar genellikle firmaların “veri” olarak gördüğü ve şirketin faaliyet göstermesi gereken bağlamı şekillendirdiği faktörlerdir. Zou ve Stan’a göre (1998) araştırmacıların analiz birimi olarak tüm firmayı kullanması nedeniyle aynı firma farklı özelliklere sahip birçok pazara ihracat yapabilmekte bu da çevrenin tanımlanmasını zorlaştırmaktadır. Blomstermo, Eriksson ve Sharma (2004) iç pazarlarda biriken bilginin firmaların uluslararasılaşmanın önünde bir engel olabileceğini düşündüler. Onlara göre bir firma iç pazarda ne kadar uzun süre faaliyet gösterirse o firma iç pazar temelli bilgi ve iş uygulamalarını o kadar kurumsallaştırır ki onları unutmaması da zorlaşır. Yazarlara göre üstelik uzun iç pazar tecrübesi olan firmaların yöneticileri de kendi kültürlerinin altında yatan varsayımlardan haberdar olmayabilir ve bu da onları yabancı kurumsal çevre hakkında öğrenmelerini engelleyebilir. Blomstermo, Eriksson ve Sharma İsveç’te hizmet sektöründe faaliyette bulunan 362 firma yöneticisiyle yaptıkları anket ile bunları test ettiler. Çalışmada firmaların iç pazarda kalma süresinin yabancı iş bilgilerine ve kurumsal bilgiye ulaşmayı zorlaştırdığı konusunda düşük bir ilişki olduğunu ortaya koydular. Alam vd. (2019) firma yerinin ihracatı etkilemede önemli bir faktör olduğunu ileri sürdüler. Onlara göre firma yerinin ihracatı artırmada iki etkisi bulunmaktadır. Birincisi coğrafik yoğunlaşmanın yayılma etkisidir. Yani gelişmiş merkezi bölgelerde yerleşik firmaların diğer şehirlere ya da kırsal bölgelere yerleşik firmalara göre ulaşım, depolama, hammaddelere ulaşma vb. açılardan daha avantajlıdırlar. İkincisi merkezi bölgelerde bulunan firmalar, kentleşme etkileri nedeniyle nitelikli insan sermayesi kullanma, pazarlama ve diğer ticari bilgi veya hizmetleri alma ve kullanma konusunda daha iyi fırsata sahiptir. Bunları test etmek için hazır giyim endüstrisinde önemli ihracat potansiyeline sahip Bangladeş, Çin, Endonezya, Meksika, Pakistan, Sri Lanka, Türkiye, Filipinler ve Vietnam ülkelerinin Dünya Bankası İşletme Anketleri veri setinden yararlandılar. Çalışmanın sonunda elde edilen bulgular özellikle hazır giyimde başarılı olan ülkelerde diğer şehirlere veya yerel bölgelerden ziyade büyük şehirlerde bulunan firmaların ürünlerini uluslararası pazarlarda satmakta önemli ölçüde daha iyi performansa sahip olduğu görüldü. Din, Ghani, ve

Mahmood (2009) hem lojistik hem de endüstriyel kümelenmeler açısından coğrafi olarak avantajlı bir yerde bulunan firmaların bu yerleşim yeri avantajlarına sahip olmayan firmalardan daha iyi performans gösterebileceklerini ileri sürdüler. Bu açıdan örneğin firma yerinin bir limana yakın olması ithal girdilerin hızlı teslimatından ihracat ürünlerinin zamanında gönderilmesine ve düşük nakliye maliyetlerine kadar firmanın performansını artırmada yardımcı olabilmektedir. Bunu ortaya koymak amacıyla Pakistan’da ihracatçı firmalarda anket yoluyla elde ettiği verilere dayalı olarak yapılan regresyon analizi güçlü endüstriyel kümelere sahip ve uluslararası taşımacılığa kolay erişimi olan coğrafi olarak avantajlı yerlerde bulunan firmaların bu avantajlara sahip olmayan firmalara göre daha iyi ihracat performansı sergilediklerini gösterdiler. Haddoud vd. (2019) Cezayir’in farklı bölgelerinde bulunan ve genellikle 500’den az çalışanı olan imalat sektöründeki 103 ihracatçı firma temelinde ihracatın dışsal belirleyicileri olarak yerel ilişkisel kaynakların (firmaların uluslararasılaşmasında yerel ağlar yoluyla kazanılan kaynaklar) ve yabancı ilişkisel kaynakların (firmaların bağlantıları ve yabancı ortaklarıyla işbirliği yoluyla kazanılan kaynaklar) etkisini incelediler. Çalışmanın sonucunda ihracat yapan firmaların başarısında yerel ilişkisel kaynakların etkili olduğu fakat yabancı ilişkisel kaynakların etkili olmadığı sonucu çıktı. Fakat çalışmada yabancı ilişkisel kaynaklar ihracatın düzenliliğinde (hayata kalma) tek önemli faktör olarak görülmüştür. Chen, Sousa ve He (2016), 2006-2014 yılları arasındaki literatür taramasında iç talebin, ihracat desteğinin, yerel pazar özelliklerinin, altyapı kalitesinin ihracat performansını etkilediğini tespit ettiler. Cicic, Patterson ve Shoham (2002) içsel ve dışsal engellerin ihracat başarısındaki etkisini ortaya koymak amacıyla Avusturya’da hizmet sektöründeki 181 firmada anket yoluyla veri topladılar. Elde edilen veriler içsel engellerin hizmet sektöründeki firmaların uluslararası performansını önemli bir şekilde negatif etkilediğini dışsal engellerin ise herhangi bir etkisinin olmadığını gösterdi. Bulgular, iç pazar yöneliminin bir firmanın ihracat katılımı ve taahhüdünün önünde büyük bir engel olduğunu göstermiştir (Katsikeas, Piercy ve Ioannidis, 1996). Firmaların ihracat davranışları üzerinde teknik standartların ve kalite yönetim sistemlerinin etkisini ortaya koymaya yönelik çalışmalar da yapılmıştır. Bu çalışmaların sonuçları genellikle teknik engellerin firmaların ihracatını olumsuz etkilediğini fakat standartların olumlu etkilediğini göstermiştir. Örneğin Masakure, Henson ve Cranfield (2009) ISO 9000 sertifikasının tekstil ve tarımsal gıda sektörü için ihracat satışları ve ihracatın payı üzerindeki etkilerini değerlendirmek için Pakistan üzerinden bir çalışma gerçekleştirdiler. Çalışmada ISO 9000 sertifikasının firma ihracat performansı üzerindeki etkisini değerlendirmek için 2000-2004 yılları arasında firma düzeyinde veriler kullanıldı. Çalışma UNIDO tarafından geliştirilen ve Pakistan Kalkınma Ekonomisi

Enstitüsü tarafından toplanan anket verilerine dayalı olarak yapıldı. Sonuçlar ihracat performansının ISO 9000 sertifikası ile pozitif ilişki içinde olduğunu göstermiştir. Chen vd.(2006) 17 gelişmekte olan ülkedeki 619 firmanın Dünya Bankası'nın Ticarete Teknik Engeller Anketine dayalı olarak dış standartların karşılanmasının, ihracat eğilimine ve pazar çeşitliliğine yansiyarak firmaların ihracat performansını nasıl etkilediğini incelediler Ampirik analiz standartların ihracatçıların pazara girişini engellediğini ve üçten fazla pazarda ihracat olasılığını % 7 azalttığını gösterdi.

4. VERİ KAYNAĞI VE YÖNTEM

Araştırma ihracat yapan firmaların performansını belirleyen faktörleri ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu amaçla, mobilya ihracatında önemli bir paya sahip, Bursa İnegöl ilçesinde mobilya sektöründe faaliyette bulunan firmalar üzerinde bir anket çalışması yapılmıştır. Anket verileri yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak elde edilmiştir. Veriler Bursa-İnegöl ilçesinde faaliyet gösteren ve ihracat faaliyetinde bulunan yaklaşık 545 mobilya firması evreninden basit tesadüfi yöntemler seçilen 186 firma üzerinden elde edilmiştir.

Bu bağlamda elde edilen anket verileri ile Lojistik Regresyon modeli çözümlenmesine başvurulmuştur. Çalışmada bağımlı değişken olarak firmaların bir önceki yılın ihracat geliri alınmıştır. Bağımlı değişkenin ordinal yapısı gözetilerek Lojistik Regresyonun özel bir türü olan Ordinal Lojistik Regresyon modeli benimsenmiştir.

Lojistik regresyon, sürekli, kesintili, ikili veya bunların karışımı bir grup değişkenden grup üyeliği gibi bir sonucu yordama imkânı veren bir regresyon modelidir. Lojistik regresyon modeli doğrusal bir model olmadığından gösterim denklemleri doğrusal çoklu regresyon modellerinden daha karmaşıktır. İki sonuçlu bir çıktı değişkeni için Lojistik model hesaplama yöntemi denklem 1'deki gibidir.

$$\hat{Y}_i = \frac{e^u}{1 + e^u} \quad (1)$$

Denklemden \hat{Y}_i i vakasının (gözleminin) ($i=1, \dots, n$) çıktı kategorilerinden birinde olmasının hesaplanan olasılığı, u ise doğrusal regresyon denklemdir. Doğrusal regresyon denklemini denklem 2'deki gibi ifade edilebilir.

$$u = A + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k \quad (2)$$

Denklem 2’de A sabit terim, β_j katsayılar, X_{jk} ($j=1, \dots, k$) tahmin değişkenleridir. Tahmin denklemi denklem 3’deki gibi şansın doğal logaritması olarak ifade edilir.

$$LN\left(\frac{\hat{Y}}{1 - \hat{Y}}\right) = A + \sum_{i=1}^k \beta_j X_{ij} \quad (3)$$

Doğrusal regresyon denklemi bir grupta olmanın olasılığının doğal logaritmasının başka bir grupta olma olasılığına bölümüdür. Daha açık bir ifade ile Lojistik regresyonda çıktı değişkeni en iyi doğrusal kombinasyonun doğrusal olmayan fonksiyonu temelinde bir veya diğer sonuca sahip olma olasılığıdır (Tabachnick and Fidell, 2013). Lojistik regresyonda katsayı tahmin yöntemi en çok olabilirlik yöntemidir ve amaç gözlenen çıktı frekanslarını elde etmenin olabilirliğini en üst düzeye çıkarmak için bağımsız değişkenlerin en iyi kombinasyonunu tespit etmektir. Aslında en çok olabilirlik yöntemi ile elde edilen parametreler, gerçekte gözlenen örneklem verisini bulma olasılığını maksimize eden kestirimlerdir (Hox, 2002).

Lojistik regresyon değişkenlerin normal dağılması, bağımlı değişken ile bağımsız değişken arasındaki ilişkinin doğrusal olması veya grupların eşit varyansa sahip olması gibi varsayımlarda bulunmaz iken daha az kısıtlayıcı olan paralellik, tama yakın çoklu doğrusal bağıntı olmaması ve hücre içi beklenen değerlerin tamamının 1’den fazla, en az %20’sinin ise 5’den fazla olma varsayımlarını gerektirmektedir (Tabachnick and Fidell, 2013).

Paralellik varsayımı bağımlı değişkenin açıklanması sırasında, kategorilere ait şans oranları için ifade edilen formüllerde kategoriler arasında parametre açısından bir fark olmadığını ifade etmektedir. Bağımlı değişken ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişki kategorilere göre değişiklik göstermemekte ve yalnız bir adet parametre bulunmaktadır (Kleinbaum ve Klein, 2010).

Tama yakın çoklu doğrusal bağıntı ise bağımsız değişkenler arasındaki yüksek dereceli ilişkilerin olmaması yönünde bir varsayımdır. Bağımsız değişkenler

arasındaki yüksek dereceli ilişkilerin normalden büyük standart sapmalar üretmek model içinde anlamlı olabilecek bir bağımsız değişkenin anlamsız olarak tahmin edilmesine sebep olmaktadır (Gujarati,1999). Hücre içi beklenen değer ise kesintili değişkenlerin kombinasyonları tarafından oluşturulan hücrelerdeki beklenen frekans değerinin en az 1 ve %20'den fazlasının en az 5 olma gerekliliğini ifade etmektedir. Hücre içi beklenen değer koşullarının sağlanmadığı durumlarda uyum iyiliği testlerinin güvenilir olmadıkları belirtilmiştir (Tabachnick ve Fidell, 2013).

Araştırma kapsamında model kurma sırasında muhtemel bağımsız değişkenler ve bağımlı değişken yapıları incelenmiş bağımlı değişkenin ordinal bağımsız değişkenlerin ise ikili kategorik ve ordinal karışımı olduğu görülmüştür. İlk aşamada modele alınacak değişkenler belirlenirken bağımsız değişken ile bağımlı değişkenler arasındaki ilişkiler Ki-Kare testi ile incelenmiş %20 ve daha düşük anlamlılıkta istatistiksel olarak önemli olan değişkenlerin modele dâhil edilmesine karar verilmiştir (sig.<0.20). Ki-Kare testleri esnasında bağımlı ve bağımsız değişken kategorilerinde beklenen frekans değerleri incelenmiş, bağımlı değişken 3 kategorili bir sıralı değişkene düşürülerek hücre içi beklenen değerler artırılmıştır. Buna rağmen bir takım bağımsız değişkenlerin kategorilerinde oldukça az gözlem (vaka) sayısının olduğu görüldüğünden söz konusu değişkenler model dışında bırakılmıştır. Diğer yandan tama yakın çoklu doğrusal bağımlı sorunundan kaçınmak amacıyla da bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiş %10 ve daha düşük anlamlılık düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı ilişkileri tespit edilen bağımsız değişkenler farklı Lojistik regresyon modellerinde tanımlanmıştır.

Lojistik regresyon analizi sonrası paralellik varsayımı Paralellik testi ile kontrol edilmiş, uyum iyiliği testleri ve Pseudo determinasyon katsayıları incelenmiştir.

5.BULGULAR

Lojistik regresyon öncesi ihracat gelirinin belirleyicisi olabileceği düşünülen 15 adet değişken belirlenmiştir. Bağımlı ve bağımsız değişkenlere ait frekans analizleri Tablo-1'deki gibidir.

Tablo-1. Frekans Analizleri

Değişken	Kategori	n	%	Değişken	Kategori	n	%
İhracat Geliri	1 milyon TL'den az	55	29.6	Yabancı Dilde Web Sitesi	Var	49	26.3
	1-3 milyon TL	85	45.7		Yok	137	73.7
	4-5- milyon TL	31	16.7	Devlet Desteği	Var	121	65.1
	5 milyon TL'den fazla	15	8.1		Yok	65	34.9
Çalışan Sayısı	1-40	29	15.6	Yurt Dışı Şube	Var	5	2.7
	41-80	45	24.2		Yok	181	97.3
	81-120	93	50.0	Özgün Tasarım	Var	16	8.6
	120 üzeri	19	10.2		Yok	170	91.4
İhracat Tecrübesi	1-3 yıl	44	23.7	Hedef Pazarı Yönelik Ürün Üretimi	Var	25	13.4
	4-8 yıl	79	42.5		Yok	161	86.6
	9-15 yıl	42	22.6	Aracı Ve Toptancılar İle İhracat	Var	22	11.8
	15 yıl üzeri	21	11.3		Yok	164	88.2
Dış Ticaret Birimi	Var	123	66.1	Üretim Teknolojisi Yenileme	Var	33	17.7
	Yok	63	33.9		Yok	153	82.3
Marka Sahipliği	Var	64	34.4	Uluslararası Fuarlara Katılım	Var	38	20.4
	Yok	122	65.6		Yok	148	79.6

Araştırmaya dâhil edilen firmaların ihracat gelirlerine göre dağılımları şu şekildedir; %29.6'sı 1 milyon TL'den daha az (n=55), %45.7'si 1 ile 3 milyon TL arasında (n=85), %16.7'si 4 ile 5 milyon TL arası (n=31), %8.1'i ise 5 milyon TL'den daha fazla (n=15) ihracat gelirlerine sahiptir. Firmaların çalışan sayılarına göre dağılımı şu şekildedir; %15.6'sı 1 ile 40 arası (n=29), %24.2'si 41 ile 80 arası (n=45), %50'si 81 ile 120 arası (n=93), %10.2'si 120 ve üzeri (n=19) çalışan sayısına sahiptir. Firmaların ihracat tecrübelerine göre dağılımları şu şekildedir; %23.7'si 1 ile 3 yıl arası (n=44), %42.5'i 4 ile 8 yıl arası (n=79), %22.6'sı 9 ile 15 yıl arası (n=42), %11.3'ü ise 15 yıl ve üzeri süredir (n=21) ihracat yapmaktadır. Firmaların %66.1'inin dış ticaret birimi (n=123), %34.4'ünün kendi markası (n=64), %26.3'ünün yabancı dilde web sitesi (n=49) vardır. Firmaların %65.1'i devlet desteği almakta (n=121), %2.7'sinin yurt dışı şubesi bulunmakta (n=5), %8.6'sının özgün tasarımları bulunmakta (n=16), %13.4'ü hedef pazara yönelik üretim (n=25) yapmaktadır. Firmaların %11.8'si aracı ve toptancılar ile ihracat yaparken (n=22), %17.7'si ihracata yönelik üretim teknolojisi geliştirmekte (n=33), %20.4'ü ise uluslararası fuarlara katılmaktadır (n=38).

Bağımlı değişken ile bağımsız değişken ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkileri gözlemleyebilmek amacıyla tüm değişkenler arasında çapraz test istatistikleri çıkarılmış ve Ki-Kare test istatistikleri hesaplanmıştır. Bu aşamada bağımlı değişkenin 4 kategorili ordinal bir değişken olmasında dolayı birçok bağımsız değişken ile oluşturdukları hücre kombinasyonlarında oldukça düşük beklenen frekans değerleri gözlemlenmiştir. Bu sebepten bağımlı değişken 1 milyon TL'den az (%29.6, n=55), 1 ile 3 milyon TL arası (%45.7, n=85) ve 3 milyon TL'den fazla (%24.7, n=46) kategorilerinde yeniden sınıflandırılmıştır. Bağımsız değişkenlerden ise ihracat tecrübesi 1 ile 8 yıl arası (%66.1, n=123), 9 yıl ve üzeri (%33.9, n=63) olarak, çalışan sayısı ise 1 ile 80 arası (%39.8, n=74), 81 ve üzeri (%60.2, n=112) olarak yeniden sınıflandırılmıştır. Kategorilerin birleştirilmesi ile oluşturulan yeni değişkenlerin kombinasyonunda incelenen hücre beklenen frekans değerleri incelendiğinde; yurt dışı şube varlığı, özgün tasarımların varlığı, hedef pazara yönelik üretim yapılma durumu ile aracı ve toptancılar ile ihracat yapma değişkenleri için gereken frekans beklenen değerlerine ulaşılamamıştır. Lojistik regresyon uyum iyiliği değerlerinin güvenilir bir şekilde yorumlanabilmesi için söz konusu değişkenler araştırma dışında bırakılmıştır.

Yeniden sınıflandırma işleminden sonra hücre içi gereken frekans beklenen değer şartını sağlayan tüm değişkenler arasındaki ilişkiler Ki-Kare testi ile incelenmiştir. İnceleme sırasında lojistik regresyon modeline dâhil edilecek değişkenleri belirlemek için nispeten düşük bir anlamlılık düzeyi olan %20 anlamlılık düzeyi benimsenmiştir (sig.<0.20). Bu sayede Ki-Kare testi ile elde edilen bulgular çerçevesinde ihracat rakamı ile düşük düzeyde ilişkili olan fakat Lojistik modelde daha yüksek anlamlılık taşıma potansiyeline sahip değişkenler modele dâhil edilmesi amaçlanmıştır. Diğer yandan tama yakın çoklu doğrusal bağıntı sorununa sebep olabilecek bağımsız değişkenler arasındaki ilişkilerde ise daha düşük ve kesin bir anlamlılık düzeyi olan %5 anlamlılık düzeyinde karar verilmiştir (sig.<0.05).

Tüm değişkenler arasındaki Ki-Kare testi istatistikleri ve anlamlılık değerleri Tablo-2'deki gibidir.

Tablo-2. Değişkenler Arası Ki-Kare Test Matrisi

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	X
1.İhracat Tecrübesi	-	2.017 (0.104)	0.427 (0.311)	0.186 (0.392)	6.117 (0.010)	8.735 (0.003)	0.000 (0.564)	0.112 (0.448)	3.825 (0.042)	24.537 (0.000)
2.Dış Ticaret Birimi	-	-	2.441 (0.081)	0.762 (0.240)	6.420 (0.008)	0.834 (0.232)	10.524 (0.001)	1.217 (0.182)	1.660 (0.138)	11.750 (0.008)
3.Çalışan Sayısı	-	-	-	1.192 (0.175)	2.134 (0.095)	1.412 (0.154)	12.250 (0.000)	0.107 (0.441)	0.003 (0.561)	7.756 (0.051)
4.Marka Sahipliği	-	-	-	-	17.642 (0.000)	28.140 (0.000)	0.014 (0.519)	0.125 (0.431)	0.442 (0.318)	7.645 (0.054)
5.Arge Birimi	-	-	-	-	-	21.918 (0.000)	3.424 (0.087)	0.016 (0.525)	0.006 (0.550)	21.864 (0.000)
6.Y.Dilde Web Sitesi	-	-	-	-	-	-	0.550 (0.288)	0.000 (0.587)	0.545 (0.308)	39.107 (0.000)
7.Devlet Desteği	-	-	-	-	-	-	-	2.664 (0.073)	1.039 (0.208)	0.395 (0.941)
8. Fuarlara Katılım	-	-	-	-	-	-	-	-	10.300 (0.000)	4.852 (0.183)
9. Teknoloji Yenilemek	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.247 (0.970)

X=İhracat geliri değişkenini, parantez içleri Ki-Kare test istatistiği anlamlılık değerlerini göstermektedir.

Tabloda ihracat miktar değişkeni ile bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiler incelendiğinde birçok değişken ile ihracat geliri arasında farklı anlamlılık düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı ilişkilerin varlığı görülmektedir.

Bu bağlamda ihracat geliri değişkeni ile ihracat tecrübesi değişkeni arasında %1 anlamlılık düzeyinde ($X^2=24.537$, sig.<0.01), ihracat geliri değişkeni ile dış ticaret biriminin varlığı değişkeni arasında %1 anlamlılık düzeyinde ($X^2=11.750$, sig.<0.01), ihracat geliri değişkeni ile ARGE biriminin varlığı değişkeni arasında %1 anlamlılık düzeyinde ($X^2=21.864$, sig.<0.01), ihracat geliri değişkeni ile yabancı dilde web sitesinin varlığı değişkeni arasında %1 anlamlılık düzeyinde ($X^2=39.107$, sig.<0.01) istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler görülmektedir. İhracat

tecrübesi değişkeni ile çalışan sayısı değişkeni arasında %10 anlamlılık düzeyinde ($X^2=7.756$, sig.<0.10), marka sahipliği değişkeni arasında %10 anlamlılık düzeyinde ($X^2=7.65$, sig.<0.10) istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir.

Modele dahil edilmesi planlanan ihracat geliri değişkeni ile ilişkili değişkenler arasındaki ilişkiler incelendiğinde ise tama yakın çoklu doğrusal bağıntı sorununa yakalanmamak için modelin 2 ayrı lojistik regresyonu ile çözümlenmesine karar verilmiştir.

Birinci modele ait bulgular Tablo-3'deki gibidir.

Tablo-3. Lojistik Regresyon Modeli Bulguları (1.Model)

Değişken	β	S.H	Wald	Şans Oran	Sig.	Şans Oranı İçin %95 Güven Aralıkları	
						Alt	Üst
9 yıl ve üzeri İhracat Tecrübesine Sahip Firmalara Karşı 1 ile 8 yıl arasında tecrübe sahibi olan firmalar	-1.260	0.310	16.551*	0.284	0.000	-1.867	-0.653
Dış Ticaret Birimi Olan Firmalara Karşı Olmayan Firmalar	-0.716	0.303	5.591*	0.489	0.018	-1.310	-0.123
Çalışan Sayısı 81 ve Üzeri Olan Firmalara Karşı 1 ile 80 Arasında Olan Firmalar	-0.629	0.291	4.681*	0.533	0.030	-1.199	-0.059
Tanısal Testler							
Paralellik Testi	$X^2(3)=6.983$				sig.=0.072		
Model Uyum İyiliği	$X^2(11)=7.062$				sig.=0.133		
Pseudo R²	Cox ve Snell=0.146		Nagelkerke=0.166		McFadden=0.074		

*%5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel anlamlılığı simgeler, Tüm değişkenler için referans kategorisi son kategoridir.

Tablo incelendiğinde modelin %5 anlamlılık düzeyinde paralellik varsayımını sağladığı görülmektedir ($X^2=6.983$, sig.>0.05). Model uyum iyiliği testinde ise modelin %5 anlamlılık düzeyinde yeterli uyum gösteren bir model olduğu görülmektedir ($X^2=7.062$, sig.>0.05). Pseudo determinasyon katsayıları incelendiğinde ise bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkendeki değişimleri

açıklama oranı Cox ve Snell istatistiğine göre yaklaşık %15, Nagelkerke istatistiğine göre yaklaşık %17, McFadden istatistiğine göre ise yaklaşık %0.7'dir.

Modelde tahmin edilen parametreler incelendiğinde tümünün %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir (sig.<0.05). Söz konusu parametreler şans oranları üzerinden ve referans kategorileri ile parametre işaretleri göz önünde bulundurularak yorumlanabilir.

İhracat tecrübesi değişkeni için tahmin edilen parametrenin %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı ve negatif olduğu görülmektedir ($\beta=-1.260$, sig.<0.05). Referans kategorisinin son kategori olduğu (2=9 yıl ve üzeri ihracat tecrübesi) düşünüldüğünde şans oranı üzerinden bulgular şu şekilde yorumlanabilir; İhracat tecrübesi 9 yıl ve üzeri olan firmalar 1 ile 8 yıl arasında ihracat tecrübesine sahip firmalara göre 0.284 kat daha yüksek olasılıkla yüksek ihracat yapan firmalar arasında yer almaktadır ($\text{Exp}(-1.260)=0.284$).

Dış ticaret birim değişkeni için tahmin edilen parametrenin %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı ve negatif olduğu görülmektedir ($\beta=-0.716$, sig.<0.05). Bu durumda dış ticaret birimi olan firmalar olmayan firmalara göre 0.489 kat daha yüksek şans ile yüksek ihracat yapan firmalar arasındadır ($\text{Exp}(-0.716)=0.489$).

Çalışan sayısı değişkeni için tahmin edilen parametrenin %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı ve negatif olduğu görülmektedir ($\beta=-0.629$, sig.<0.05). Bu durumda çalışan sayısı 81 ve üzeri olan firmalar çalışan sayısı 1 ile 80 arasında olan firmalara göre 0.533 kat daha yüksek şans ile yüksek ihracat yapan firmalar arasındadır ($\text{Exp}(-0.629)=0.533$).

İkinci modele ait bulgular Tablo-4'deki gibidir.

Tablo-4. Lojistik Regresyon Modeli Bulguları (2. Model)

Değişken	β	S.H	Wald	Şans Oranı	Sig.	Şans Oranı İçin %95 Güven Aralıkları	
						Alt	Üst
ARGE Birimi olan Firmalara Karşı Olmayan Firmalar	-1.057	0.316	11.172*	0.348	0.001	-1.677	-0.437
Yabancı Dilde Web Sitesi Olan Firmalara Karşı Olmayan Firmalar	-1.422	0.373	14.540*	0.241	0.000	-2.153	-0.691
Marka Sahibi Olan Firmalara Karşı Olmayan Firmalar	0.554	0.333	2.760	1.739	0.097	-0.099	1.207
Tanımsal Testler							
Paralellik Testi	$X^2(3)=6.617$				sig.=0.085		
Model Uyum İyiliği	$X^2(11)=14.107$				sig.=0.227		
Pseudo R²	Cox ve Snell=0.164		Nagelkerke=0.184		McFadden=0.084		

*%5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel anlamlılığı simgeler, Tüm değişkenler için referans kategorisi son kategoridir.

Tablo incelendiğinde %5 anlamlılık düzeyinde paralellik varsayımının sağladığı görülmektedir ($X^2=6.617$, sig.>0.05). Model uyum iyiliği de benzer bir şekilde %5 anlamlılık düzeyinde yeterlidir ($X^2=14.107$, sig.>0.05). Pseudo determinasyon katsayıları görüldüğü üzere bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkendeki değişimleri açıklama oranı Cox ve Snell istatistiğine göre yaklaşık %16, Nagelkerke istatistiğine göre yaklaşık %18, McFadden istatistiğine göre ise yaklaşık %0.8'dir.

ARGE birimi değişkeni için tahmin edilen parametrenin %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı ve negatif olduğu görülmektedir ($\beta=-1.057$, sig.<0.05). Bu durumda ARGE birimi olan firmalar olmayan firmalara göre 0.348 kat daha yüksek şans ile yüksek ihracat yapan firmalar arasındadır ($\text{Exp}(-1.057)=0.348$).

Yabancı dilde web sitesi değişkeni için tahmin edilen parametrenin %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı ve negatif olduğu görülmektedir ($\beta=-1.422$, sig.<0.05). Bu durumda yabancı dilde web sitesi olan firmalar olmayan firmalara göre 0.241 kat daha yüksek şans ile yüksek ihracat yapan firmalar arasındadır ($\text{Exp}(-1.422)=0.241$).

Marka sahibi olma değişkeni için tahmin edilen parametre ise %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamsızdır ($\beta=0.554$, sig.>0.05). Bu durumda marka sahibi olan ve olmayan firmaların daha yüksek ihracat yapan firmalar kategorisinde bulunma şansları bakımından farksız oldukları söylenebilir.

6. SONUÇ

İhracatın ekonomiye olan katkıları İktisadın bilimsel olarak ortaya çıktığı ilk yıllardan itibaren kabul edilmiştir. İhracatın ekonomiye en önemli doğrudan katkısı ekonomik büyümedir. Bu açıdan ülkeye daha fazla döviz girişine yol açması, teknolojik gelişmeye ve ölçek ekonomilerine imkan tanınması önemli etkileridir. İhracatın ekonomiye olan doğrudan katkısı dışında satın alma gücü yoluyla, pozitif dışsallıklar (örn. ihracat dışı sektörlerde yarattığı büyüme) ya da negatif dışsallıklar (örn. ihracat dışı sektörlerde yarattığı küçülme-Hollanda hastalığı) yoluyla dolaylı etkileri de bulunmaktadır.

İhracatın ekonomiye olan pozitif katkıların artırmanın önemli bir yolu ihracatçı firmaların performansını etkileyen faktörleri ortaya koymaktır. Çalışmada oluşturulan birinci regresyon modelinde firmaların ihracat performansının en önemli belirleyicileri olarak çalışan sayısı, dış ticaret biriminin varlığı ve ihracat tecrübesi görülürken ikinci regresyon modelinde ar-ge biriminin varlığı ve yabancı dilde web sitesinin varlığı tespit edilmiştir.

Mobilya sektöründe elde edilen bu sonuçların genelleşmesi başka sektörlerde benzer araştırmaların yapılmasına bağlıdır. Özellikle yeni araştırmalarda firma yönetiminin özellikleri ya da kurumsal özellikler ihracat performansının potansiyel belirleyicileri olarak incelenebilir. İhracat performansının belirleyicilerinin ortaya konulması hem makroekonomik açıdan ekonomik büyüme, istihdam, döviz girişi gibi hedeflere ulaşmak isteyen kamu politika yapıcılarına hem de mikro açıdan üretim kapasitesinin artırmak isteyen, rekabet gücünü elde etmek isteyen, uluslararası yönetim becerisi kazanmayı hedefleyen, finansal performansı artırmak isteyen firmalara yol gösterici olacaktır.

KAYNAKLAR

Adjasi, C. K. (2006). Are Exporting Firms Really Productive? Evidence From Ghana. *African Journal of Business and Economic Research*, 1(2-3), 78-97.

Aggarwal, A., & Kumar, N. (2015). Structural Change, Industrialization, and Poverty Reduction: The Case of India. In W. A. Naude, A. Szirmai, & N. Haraguchi (Eds), *Structural Change and Industrial Development in The BRICS* (ss. 162-198).

- Alam, M. S., Selvanathan, E. A., Hossain, M. N., & Selvanathan, S. (2019). The Apparel Industry in The Post-Multifiber Arrangement Environment: A Review. *Review of Development Economics*, 23(1), 454-474.
- Arto, I., Cantuche, J. R., Hernandez, A. D., Dietzenbacher, E., Cazcarro, I., Roman, V. M., & Kutlina-Dimitrova, Z. (2018). EU Exports To The World: Effects On Employment. *Publications Office of The European Union*. Luxembourg.
- Ayan, T. Y., & Perçin, S. (2005). A Structural Analysis of The Determinants of Export Performance: Evidence From Turkey. *Innovative Marketing*, 1(2), 106-120.
- Balassa, B. (1978). Exports and Economic Growth: Further Evidence. *Journal of Development Economics*, 5(2), 181-189.
- Baldauf, A., Cravens, D. W., & Wagner, U. (2000). Examining Determinants of Export Performance in Small Open Economies. *Journal of World Business*, 35(1), 61-79.
- Beleska-Spasova, E. (2014). Determinants and Measures of Export Performance: Comprehensive Literature Review. *Journal of Contemporary Economic and Business Issues*, 1(1), 63-74.
- Bhawani, A. T., & Tendulkar, S. D. (2001). Determinants of Firm-Level Export Performance: A Case Study of Indian Textile Garments and Apparel Industry. *Journal of International Trade & Economic Development*, 10(1), 65-92.
- Bilkey, W. J. (1978). An Attempted Integration of The Literature on The Export Behavior of Firms. *Journal of International Business Studies*, 9, 33-46.
- Blomstermo, A., Eriksson, K., & Sharma, D. D. (2004). Domestic Activity and Knowledge Development in The Internationalization Process of Firms. *Journal of International Entrepreneurship*, 2, 239-258.
- Bresser-Pereira, L. C. (2013). The Value of The Exchange Rate and The Dutch Disease. *Brazilian Journal of Political Economy*, 33(3), 371-387.
- Cadogan, J. W., Kuivalainen, O., & Sundqvist, S. (2009). Export Market-Oriented Behavior and Export Performance: Quadratic and Moderating Effects Under Differing Degrees of Market Dynamism and Internationalization. *Journal of International Marketing*, 17(4), 71-89.

Carneiro, J., Rocha, A., & Silva, J. F. (2011). Determinants of Export Performance: A Study of Large Brazilian Manufacturing Firms. *Brazilian Administration Review*, 8(2), 108-132.

Cavusgil, T. S., & Zou, S. (1994). Marketing Strategy-Performance Relationship: An Investigation of The Empirical Link in Export Market Ventures. *Journal of Marketing*, 58(1), 1-21.

Chen, J., Sousa, C. M., & he, X. (2016). The Determinants of Export Performance: A Review of The Literature 2006-2014. *International Marketing*, 33(5), 626-670.

Cheong, D., Decreux, Y., & Spies, J. *Spotting Export Potential and Implications for Employment in Developing Countries*. Working Paper No. 5. Strengthen Publication Series, International Labour Office, Employment Policy Department.

Cherunilam, F. (2020). *International Economics* (6th ed.). India: McGraw Hill.

Christensen, C. H., Rocha, A., & Gertner, R. K. (1987). An Empirical Investigation of The Factors Influencing Exporting Success of Brazilian Firms. *Journal of International Business Studies*, 18(3), 61-78.

Cicic, M., Patterson, P., & Shoham, A. (2002). Antecedents of International Performance: A Service Firms' Perspective. *European Journal of Marketing*, 36(9-10), 1103-1118.

Cieslik, A., Michalek, J., & Nasadiuk, I. (2015). Determinants of Export Performance of Ukrainian Firms. *Equilibrium. Quarterly Journal of Economics and Economic Policy*, 10(3), 91-103.

Cooper, R. G., & Kleinschmidt, E. J. (1985). The Impact of Export Strategy on Export Sales Performance. *Journal of International Business Studies*, 16(1), 37-55.

Corden, M. W., & Neary, J. P. (1982). Booming Sector and De-Industrialisation in a Small Open Economy. *The Economic Journal*, 92(368), 825-848.

Cukrowski, J., & Fische, M. M. (2000). Theory of Comparative Advantage: Do Transportation Costs Matter? *Journal of Regional Science*, 40(2), 311-322.

Dean, D. L., Mengüç, B., & Myers, C. P. (2000). Revisiting Firm Characteristics; Strategy; and Export Performance Relationship: A Survey of the Literature and

An Investigation of New Zealand Small Manufacturing Firms. *Industrial Marketing Management*, 29, 461-477.

Deardorff, A. V. (2005). How Robust is Comparative Advantage. *Review of International Economics*, 13(5), 1004-1016.

Din, M., Ghani, E., & Mahmood, T. (2009). Determinants of Export Performance of Pakistan: Evidence From The Firm-Level Data. *The Pakistan Development Review*, 48(3), 227-240.

Dominguez, V. L., & Sequeria, C. G. (1993). Determinants of LDC Exporters' Performance: A Cross-National Study. *Journal of International Business Studies*, 24, 19-40.

Dorrance, G. S. (1948). The Income Terms of Trade. *The Review of Economic Studies*, 16(1), 50-56.

Emery, R. F. (2007). The Relation of Exports and Economic Growth. *Kyklos*, 20(4), 470-486.

EOPUS. (2015). *The Economic Benefits of US Trade*. https://tradepartnership.com/wp-content/uploads/2015/01/US_State_Study.pdf

Ertürk, E. (2016). *Uluslararası İktisat: Teori ve Politika*. Bursa: Medyay Kitabevi.

Evangelista, F. (1994). Export Performance and Its Determinants: Some Empirical Evidence From Australian Manufacturing Firms. In S. T. Cavusgil, & C. Axinn (Eds.), *Advances in International Marketing, Volume 6* (ss. 207-229). New York: JAI Press.

Faridi, M. Z. (2012). Contribution of Agricultural Exports to Economic Growth in Pakistan. *Pak. J. Commer. Soc. Sci.*, 6(1), 133-146.

Faruk, O., & Subudhi, R. N. (2019). Export Performance of SMEs: A Review of Firm-Level Controllable Determinants. *Parikalpana - KIIT Journal of Management*, 15(1-2), 112-126.

Fatta, D. D., Gera, N., Tyagi, L. K., & Grisold, T. (2019). Export Knowledge Determinant of Export Strategy, Export Commitment and Export Performance in Carpet Industry. *Kybernetes*, 48(8), 1806-1826.

Feder, G. (1982). On Exports and Economic Growth. *Journal of Development Economics*, 12, 59-73.

Foxley, A. (2009). *Recovery: The Global Financial Crisis and Middle-Income Countries*. Washington: Carnegie Endowment for International Peace.

Gala, P., Camargo, J., & Magacho, G. (2017). The Resource Curse Reloaded: Revisiting the Dutch Disease with Economic Complexity Analysis. *Real-World Economics Review*, 81, 118-134.

Gripsrud, G. (1990). The Determinants of Export Decisions and Attitudes to A Distant Market: Norwegian Fishery Exports to Japan. *Journal of International Business Studies*, 21(3), 469-485.

Gujarati, D. N. (1999). *Basic Econometrics*. MacGraw Hill.

Gull, S., & Rehman, S. U. (2014). Determinants of Pakistan's Export Performance. *Pakistan Business Review*, 544-562.

Haddoud, M. Y., Nowinski, W., Jones, P., & Newbery, R. (2019). Internal and External Determinants of Export Performance: Insights From Algeria. *Thunderbird International Business Review*, 61(1), 43-60.

Hamid, N., Ahmed, H., & Mahmud, M. (2015). Exports: Lessons From The Past and The Way Forward. In R. Amiad, & S. J. Burki (Eds.), *Pakistan Moving The Economy Forward* (ss. 135-170). Cambridge: Cambridge University Press.

Helpman, E. (1981). International Trade in The Presence of Product Differentiation Economies of Scale and Monopolistic Competition: A Chamberlin-Heckscher-Ohlin Approach. *Journal of International Economics*, 11, 305-340.

Helpman, E. (1987). Imperfect Competition and International Trade: Evidence From Fourteen Industrial Countries. *Journal of The Japanese and International Economies*, 1, 62-81.

Helpman, E., & Krugman, P. *Market Structure and International Trade*. MIT Press.

Herzer, D., & Nowak-Lehmann, F. (2006). Export Diversification, Externalities and Growth: Evidence for Chile. *Proceedings of The German Development Economics Conference*. Berlin.

- Hotchkiss, J. L., Moore, R. E., & Rockel, M. (1994). Export Expansion and Growth at Different Stages of Development. *Journal of Economic Development*, 19, 87-105.
- Hox, J. (2002). *Multilevel Analysis*. New Jersey: Erlbaum.
- Ibeh, K. I., & Wheeler, C. N. (2005). A Resource-Centered Interpretation of Export Performance. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1, 539-556.
- Ibrahim, I., & MacPhee, C. R. (2003). Export Externalities and Economic Growth. *The Journal of International Trade & Economic Development*, 12(3), 257-283.
- Jogwanich, J. (2010). Determinants of Export Performance in East and Southeast Asia. *World Economy*, 20-41.
- Julian, C. J. (2003). Export Marketing Performance: A Study of Thailand Firms. *Journal of Small Business Management*, 42(2), 213-221.
- Kambey, R. R., Murwani, F. D., & Pratikto, H. (2018). Determinants of Export Performance of Indonesian Coconut Companies. *Expert Journal of Business and Management*, 6(1), 49-60.
- Katsikeas, C. S., Leonidou, L. C., & Morgan, N. A. (2000). Firm-Level Export Performance Assessment: Review, Evaluation and Development. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 28(4), 493-511.
- Katsikeas, C. S., Piearch, N. F., & Ioannidis, C. (1996). Determinants of Export Performance In A European Context. *European Journal of Marketing*, 30(6), 6-35.
- Kirpalani, V., & Macintosh, N. B. (1980). International Marketing Effectiveness of Technology-Oriented Small Firms. *Journal of International Business Studies*, 11(3), 81-90.
- Kleinbaum, D. G., & Klein, M. (2010). *Logistic Regression: A Self-Learning Text (Statistics for Biology and Health)* (3rd ed.). New York: Springer.
- Krugman, P. R. (1979). Increasing Returns, Monopolistic Competition and International Trade. *Journal of International Economics*, 9, 469-479.

Kuntz-Ficker, S. (2017). Latin America's First Export Era: Reassessing Its Economics Contribution. In S. Kuntz-Ficker (Ed.), *The First Export Era Revisited* (ss. 1-36). Cham: Palgrave Macmillan.

Kuntz-Ficker, S., & Raves, A. (2017). The Contribution of Argentine Exports to The Economy, 1875-1929. In S. Kuntz-Ficker (Ed.), *The First Export Era Revisited* (ss. 39-72). Cham: Palgrave Macmillan.

Lages, L. F. (2000). A Conceptual Framework of The Determinants of Export Performance. *Journal of Global Marketing*, 13(3), 29-51.

Leichenko, R. M. (2000). Exports, Employment, and Production: A Casual Assessment of U.S. States and Regions. *Economic Geography*, 76(4), 303-325.

Leonidou, L. C., Katsikeas, C. S., & Samiee, S. (2002). Marketing Strategy Determinants of Export Performance: A Meta-Analysis. *Journal of Business Research*, 55(1), 517-567.

Leonidou, L. C., Katsikeas, C. S., Palihawadana, D., & Spyropoulou, S. (2007). An Analytical Review of The Factors Stimulating Smaller Firms to Export. *International Marketing Review*, 24(6), 735-770.

Lu, V., Quester, P. G., Medlin, C. J., & Scholz, B. (2012). Determinants of Export Success in Professional Business Services: A Qualitative Study. *The Service Industries Journal*, 32(10), 1637-1652.

Madsen, T. (1998). Management Judgement of Export Performance. *Journal of International Marketing*, 6(3), 82-93.

Madsen, T. A Contingency Approach To Export Performance Research. In S. T. Cavusgil, & C. Axinn (Eds.), *Advances in International Marketing* 6 (ss. 25-42). New York: JAI Press.

Masakure, O., Henson, S., & Cranfield, J. (2009). Standards and Export Performance in Developing Countries: Evidence From Pakistan. *Journal of International Trade & Economic Development*, 18(3), 395-419.

Melo, J., & Robinson, S. (1992). Productivity and Externalities: Models of Export-Led Growth. *Journal of International Trade and Economic Development*, 1(1), 41-68.

- Morrow, P. M. (2010). Ricardian-Heckscher-Ohlin Comparative Advantage: Theory and Evidence. *Journal of International Economics*, 82(2), 137-151.
- O'Casey, A., & Julian, C. C. (2003). Examining Firm and Environmental Influences on Export Marketing Mix Strategy and Export Performance of Australian Exporters. *European Journal of Marketing: Special Issue: Marketing Management in Australasia*, 37(3-4), 366-384.
- OECD. (2006). *The Rise of China and India - What's In It For Africa?*
- Otsuki, T., Chen, M. X., & Wilson, J. S. *Do Standards Matter for Export Success?* Washington: The World Bank.
- Peng, W. M., Wang, D. Y., & Jiang, Y. (2008). An Institution-Based View of International Business Strategy: A Focus On Emerging Economies. *Journal of International Business Studies*, 39(5), 920-936.
- Peres-Cajias, J. A., & Carreras-Marin, A. (2017). The Bolivian Export Sector (1970-1950). In S. Kuntz-Ficker (Ed.), *The First Export Era Revisited* (ss. 75-110). Cham: Palgrave Macmillan.
- Piercy, N. F., Kaleka, A., & Katsikeas, C. S. (1998). Sources of Competitive Advantage in High Performing Exporting Companies. *Journal of World Business*, 33(4), 378-393.
- Poon, J. (1994). Export Growth, Economic Growth, and Development Levels: An Empirical Analysis. *Geographical Analysis*, 26(1), 37-53.
- Ram, R. (1987). Exports and Economic Growth in Developing Countries: Evidence From Time-Series and Cross-Section Data. *Economic Development and Cultural Change*, 36(1), 51-72.
- Hughes, M. (2010). Realizing Product-Market Advantage in High-Technology International New Ventures: The Mediating Role of Ambidextrous Innovation. *Journal of International Marketing*, 18(4), 1-21.
- Reid, S. D. (1981). Decision Maker and Export Entry and Expansion. *Journal of International Business Studies*, 101-113.
- Roy, D. K. (1991). Determinants of Export Performance of Bangladesh. *The Bangladesh Developing Studies*, 19(4), 27-48.

Sevoum, B. (2009). *Export-Import Theory, Practices, Procedures* (2nd ed.). New York: Routledge.

Shrivastava, O. S. (2011). *International Economics*. New Delhi: Concept.

Smith, V., Madsen, E. S., & Dilling-Hansen, M. (2002). *Do R&D Investments Affect Export Performance?*. Denmark: The Centre For Industrial Economics, Department of Economics, University of Copenhagen.

Solow, R. M. (1956). A Contribution To The Theory of Economic Growth. *The Quarterly Journal of Economics*, 70, 65-94.

Sousa, C. M. (2004). Export Performance Measurement: An Evaluation of The Empirical Research in Literature. *Academy of Marketing Science Review*, 1-22.

Sousa, C. M., Martinez-Lopez, F. J., & Coelho, F. (2008). The Determinants of Export Performance: A Review of The Research In The Literature Between 1988 and 2005. *International Journal of Management Reviews*, 10(4), 343-374.

Sousa, C. M., Ruzo, E., & Losada, F. (2010). The Key Role of Managers' Values in Exporting: Influence on Customer Responsiveness and Export Performance. *Journal of International Marketing*, 18(2), 1-19.

Syron, R. F., & Walsh, B. M. (1968). The Relations of Exports and Economic Growth: A Note. *Kyklos*, 21, 541-545.

Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics* (6th ed.). Boston: Pearson.

Tacero, M. D., Pablos, M. I., & Benito, S. M. (2017). Exports and Employment in The Spanish Economy: A Repetitive Pattern. *Investigacion Economica*, 76(301), 137-169.

Taghavi, M. (2012). Study on The Impact of Export and Import on Economic Growth in Iran. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2, 12787-1.

Turan, G., & Karamanaj, B. (2014). An Empirical Study on Import, Export, and Economic Growth in Albania. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 3(3), 428-438.

Tyler, W. G. (1981). Growth and Export Expansion in Developing Countries: Some Empirical Evidence. *Journal of Development Economics*, 121-130.

Ursic, M., & Czinkota, M. R. (1984). An Experience Curve Explanation of Export Expansion. *Journal of Business Research*, 12(2), 159-168.

Viet, B. N. (2017). Determinants of Export Performance: Case of Seafood Firms In Vietnam. *Business and Economic Horizons*, 13(5), 722-735.

Virvilaite, R., & Seinauskiene, B. (2015). The Influence of Psychic Distance on Export Performance: The Moderating Effects of International Experience. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213(1), 665-670.

Wignaraja, G. *Foreign Ownership, Technological Capabilities and Clothing Exports in Sri Lanka*. Tokyo: Asian Development Bank Institute.

Xu, Y. (1993). A General Model of Comparative Advantage with Two Factors and A Continuum of Goods. *International Economic Review*, 34(2), 365-380.

Yoshino, Y. (2008). Domestic Constraints, Firm Characteristics and Geographical Diversification of Firm-Level Manufacturing Exports in Africa. *The World Bank*.

Zegarra, L. F. (2017). Exports and Their Impact on The Economy, The Case of Peru, 1830-1930. In S. Kuntz-Ficker (Ed.), *The First Export Era Revisited* (ss. 279-312). Cham: Palgrave Macmillan.

Zou, S., & Stan, S. (1998). The Determinants of Export Performance: A Review of The Empirical Literature Between 1987 and 1997. *International Marketing Review*, 15(5), 333-356.