

erzincan binalı yıldırım üniversitesi



İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi



<http://iibf.erzincan.edu.tr>
ebyuiibfdergi@gmail.com



ERZİNCAN BİNALİ YILDIRIM
ÜNİVERSİTESİ

İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER
FAKÜLTESİ DERGİSİ

İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

Sahibi /Owner

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İİBF Adına

Prof. Dr. Mehmet Sinan TEMURLENK

Dekan / Dean

Editörler / Editors

Prof. Dr. Selami GÜNEY (Baş Editör / Editor in Chief)

Doç. Dr. Salim Sercan SARI (Editör Yardımcısı/ Assistant Editor)

Doç. Dr. Müge MANGA (Editör Yardımcısı/ Assistant Editor)

Doç. Dr. Murat BAŞ (Editör Yardımcısı/ Assistant Editor)

Şekil ve Dizgi Sorumlusu Arş. Gör. Taha KARTAL

Dr. Öğr. Üyesi Emrah ÖZBAY (Dil Editörü / Language Editor)

Cilt / Volume 7

Sayı / Number 1

Yıl/ Year : 2025

ISSN : 2687-4431

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi yılda 2 kez yayımlanan uluslararası hakemli bir dergidir. Index Copernicus, Directory of Resarch Journals Indexing (DRJI), ResearchBib, Index of Academic Documents (IAD), Academic Researches Index (ACARINDEX), Asos Index ve İdealonline dizinlerinde taranmaktadır. Türkçe ve İngilizce dillerinde işletme, iktisat, bankacılık ve finans, sosyal hizmet, sağlık yönetimi, uluslararası ilişkiler, uluslararası ticaret, kamu yönetimi, siyaset bilimi, ekonometri ve ilişkili alanlarda makaleler yayımlar. Dergide yayımlanan makalelerin dil, bilim, yasal ve etik sorumluluğu yazara aittir. Makaleler kaynak gösterilmeden kullanılamaz. Tüm hakları mahfuzdur.

Çalışmaların bütün sorumluluğu yazarlarına aittir.

Sekreteryä

Doç. Dr. Salim Sercan SARI

İletişim

E-posta: ebyuiibfdergi@gmail.com.tr

Telefon: 0 446 226 66 00 /41010

Adres: Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İİBF 24100 / ERZİNCAN

Copyright © Haziran 2025

YAZIM KURALLARI

Yazılar kağıdın bir yüzüne üstten, alttan, soldan ve sağdan 2,5 cm, ilk satır 1 cm, paragraf aralığı önceki 6 nk, sonraki 0 nk, sayfa düzeninde, tek satır aralığında, Times New Roman yazı tipinde, 11 punto olarak yazılmalıdır.

Makaleler 20 sayfayı aşmamalıdır.

Yazıların ana başlığı büyük harfle, ortalı ve koyu yazılmalıdır. Giriş ve sonuç başlıklarına numara verilmemelidir. Başlıklardan önce bir satır boşluk bırakılmalıdır. Yazıda yer alan birinci derece alt başlıklar I,II, III, ... gibi Romen rakamlarıyla sınıflandırılmalı, tamamen büyük koyu harflerle ve paragraf ile hizalı bir şekilde yazılmalıdır. İkinci derece alt başlıklar A,B,C, ... gibi büyük harflerle sınıflandırılmalıdır. Bu başlıklar da tamamen büyük koyu harflerle ve paragraf ile hizalı bir şekilde yazılmalıdır. Üçüncü derece alt başlıklar 1, 2, 3, ...gibi rakamlarla sınıflandırılmalıdır. Bu tür başlıklar küçük harflerle, koyu ve paragraf ile hizalı yazılmalıdır. Dördüncü derece alt başlıklar ise a, b, c, ... gibi küçük harflerle sınıflandırılmalıdır. Dördüncü derece alt başlıklar küçük harflerle, koyu ve paragraf ile hizalı yazılmalıdır.

Tablo, şekil ve denklemlere sıra numarası verilmeli, tabloya ait kaynaklar tablonun altına yazılmalıdır.

İlk sayfada makalenin başlığı, yazarı, yazarın bağlı olduğu kuruluş ve adresi, e-mail adresi, en çok 150’şer kelimelik Türkçe ve başlıklı İngilizce özet, beş kelimeyi aşmayacak şekilde Türkçe ve İngilizce anahtar sözcük yer almalıdır. İngilizce ve Türkçe özet mutlaka amaç, yöntem, bulgular, araştırmanın sınırları ve makalenin orijinalliliği ile ilgili bilgiler içermeli, fakat bu belirtilen başlıklar verilmeden yazılmalıdır.

Atıflar metin içinde aşağıdaki örnekler gibi yapılmalıdır.

..... açıklamaktadır Serhat, 2004:150).

.....Erdem (1996a:125-127;1996b:153) teknolojik gelişmeyi ...

.....(Güler ve Osman, 2003:122). : iki yazarlı kaynak içindir.

.....(Çınar vd., 1998:56). : ikiden fazla yazarlı kaynak içindir.

.....(Ak,1956:17; Yolan,1999:124). :aynı konuda birden fazla kaynağa atıf

yapmak içindir

.....(Rekabet Kurumu, 2006). : yazarı bilinmeyen ve internet sitesinden

ulaşılacak kaynaklara atıf içindir.

.....(Dört Yol, 2008).: kaynağın tamamına yapılan atıflar içindir.

Yukarıdaki atıf gösterimleri metin dili Türkçe olan makaleler içindir. Yabancı dilde yazılan makalelerdeki atıflarda kullanılan bağlaçlar, metin dili ile uyumlu olmalıdır.

Kaynağa yapılan atıf dışında, yapılacak açıklamalar, “Notlar” başlığı altında yazının sonunda ayrı bir sayfada verilmelidir.

Yazının sonunda kaynakça aşağıdaki şekliyle yer almalıdır.

Kitap

SEYİDOĞLU, Halil (1998), Uluslararası İktisat, Teori Politika ve Uygulama, Geliştirilmiş 12. Baskı, Güzem Yayınları, İstanbul.

CHANG, Ha-Joon (2003), Kalkınma Reçetelerinin Gerçek Yüzü, Çev.: T. A. Onmuş, İletişim Yayınları, İstanbul.

Makale

KRUGMAN, Paul (1979), "A Model of Balance of Payment Crises", Journal of Money, Credit, and, Banking, Vol 11; 311-325.

CENGİZ, Ekrem; Hasan AYYILDIZ ve Fazıl KIRKBİR (2005), "Yeni Ürün Geliştirme Sürecinin Başarısında Etkili Olan Faktörler", Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Vol 24; 188–147.

İnternetten Alınan Kaynaklarda

TALAT, Ali "Timetable: What will Happen and When," İnternet Adresi: <http://europa.eu.int/euro/html>. Erişim Tarihi: 30.08.2000.

Hazine Müsteşarlığı (2006), "Kamu Borç Yönetimi Raporu", İnternet Adresi: http://www.hazine.gov.tr/duyuru/basinKBYR_Mayis06.pdf, Erişim Tarihi: 05.04.2018.

Rekabet Kurumu, İnternet Adresi <http://www.rekabet.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 25.04.2019

ACEMOGLU, Daron ve Simon JOHNSON (2006), Disease and Development: The Effect of Life Expectancy on Economic Growth, NBER Working Paper 12269, İnternet Adresi; <http://www.nber.org/papers/w12269>, Erişim Tarihi: 12.04.2019.

Yukarıdaki gösterimler metin dili Türkçe olan kaynaklar içindir. Yabancı dilde yayınlanacak çalışmalarda bağlaçlar ve kısaltmalar metin dili ile uyumlu olmalıdır. Örneğin, metin dili İngilizce olan bir çalışmada 've' bağlacı yerine 'and' kullanılmalıdır.

İnternet üzerinden ulaşılan kaynaklarda atıflar yukarıdaki gibi olmalı, bilgiye ulaşma tarihi ve internet adresi kaynakçada yer almalıdır.



ERZİNCAN BİNALİ YILDIRIM ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

Yıl / Year: 2025

Cilt / Volume: 7

Sayı / Number: 1

İÇİNDEKİLER

- 1 - 14 *Public Expenditure Policies for Fight Against Age Poverty: Erzincan Province Example (Yaşlı Yoksulluğuyla Mücadelede Kamu Harcama Politikaları: Erzincan İli Örneği) / Kevser ŞENOCAK*
- 15 - 31 *Cocaine and Heroin Trafficking to Europe: Causes and Consequences (Avrupa'ya Kokain ve Eroin Kaçakçılığı: Sebepler ve Sonuçlar) / Furkan YILDIZ*
- 32 - 44 *Üçüncü Parti Lojistik Şirketlerinin Tedarik Sözleşmesi Yoluyla Sağladığı Dış Kaynak Kullanımının Analizi (Analysis of Outsourcing Provided by Third Party Logistics Companies Through Supply Contract) / Salih AKA*
- 45 - 65 *Türkiye’de Seçilmiş Makro Ekonomik Değişkenlerin Toplam Sigorta Primi Üzerindeki Etkileri (The Effects of Selected Macro Economic Variables in Türkiye on The Total Insurance Premium) / Sümeyra ÖZ, Mehmet ASLAN*
- 66 - 77 *Konaklama ve Yiyecek Hizmetleri Sektörünün Oran Analizi: T.C. Merkez Bankası Sektör Bilançoları Üzerine Bir Araştırma (2019-2022) (Ratio Analysis of The Accommodation and Food Services Sector: A Research on Sector Balance Sheets of Central Bank of The Republic of Türkiye (2019-2022)) / Suat YILDIRIM, Abdulhamit DOLAT*
- 78 - 97 *TRA1 Bölgesi Organize Sanayi Bölgelerinde Faaliyet Gösteren İşletmelerin İnovasyon Faaliyetleriyle Rekabet Güçleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi (Investigation of The Relationship Between The Innovation Activities of Companies and Competitiveness: A Research on SMES Operating in Organized Industrial Zones in TRA1 Region) / Bige Kağan AYVAZ, Serkan DEMİRDÖĞEN*
- 98 - 119 *Pandemi Döneminde Bankacılık Sistemindeki Değişimlerin Banka Yönetim ve Organizasyonuna Etkileri (The Effects of Changes in The Banking System on Bank Management and Organization During The Pandemic Period) / Ömer ÇINAR, Gürol ÖZDEMİR*

- 120 - 133 *Sağlık Turizminin Öncü Sektörü; Saç Ekimi Uygulamaları: Bibliyometrik Bir Analiz (Leading Sector of Health Tourism; Hair Transplantation Applications: A Bibliometric Analysis) / Ferhat Onur AĞAOĞLU*
- 134 - 153 *Finansal Tabloların Düzeltme Öncesi ve Sonrası Verilerinin Karşılaştırılması ile Kredi Taleplerinin Değerlendirilmesi (Evaluation of Credit Requests Through The Comparison of Financial Statements and After Adjustments) / Celal KAYA, Mehmet DEMİR*
- 154 - 170 *Tüketici Sinizmini Fiyat Farklılaştırmasıyla Bertaraf Etmek Mümkün mü? Perakende Sektöründe Boykot Ürünleri Özelinde Betimsel Bir Araştırma (Is It Possible to Eliminate Consumer Cynicism Through Price Differentiation? A Descriptive Study on Boycott Products in The Retail Sector) / Çetin MAYDA, Hilal Saadet AKTEPE*

BİLİM DANIŞMA KURULU / *ADVISORY BOARD*

Prof. Dr. Abdulkadir KAYA / Bursa Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. Adem DURSUN / Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Adnan ÇELİK / Selçuk Üniversitesi

Prof. Dr. Atılhan NAKTİYOK / Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Aysel ERCİŞ / Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Bahtişen KAVAK / Hacettepe Üniversitesi

PROF. Dr. Bener GÜNGÖR / Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Bilsen BİLGİLİ / Kocaeli Üniversitesi

Prof. Dr. Canan Nur KARACABEY / Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. F. Burcu CANDAN / Kocaeli Üniversitesi

Prof. Dr. Dursun BİNGÖL / Türk Hava Kurumu Üniversitesi

Prof. Dr. Eyyup YARAŞ / Akdeniz Üniversitesi

Prof. Dr. Erdoğan KAYGIN / Kafkas Üniversitesi

Prof. Dr. Erdoğan KOÇ / Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi

Prof. Dr. Fatih Coşkun ERTAŞ / Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Fatih KARCIOĞLU / Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Ganite KURT / Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Prof. Dr. Hüseyin AKTAŞ / Manisa Celal Bayar Üniversitesi

Prof. Dr. Levent GELİBOLU / Kafkas Üniversitesi

Prof. Dr. Mehmet DEMİR / Cumhuriyet Üniversitesi

Prof. Dr. Mehmet Sadık ÖNCÜL / Cumhuriyet Üniversitesi

Prof. Dr. Mehmet Şükrü AKDOĞAN / Erciyes Üniversitesi

Prof. Dr. Muhammet Mustafa KISAKÜREK / Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi

Prof. Dr. Muhsin HALİS / Kocaeli Üniversitesi

Prof. Dr. Mustafa GÜLMEZ / Akdeniz Üniversitesi

Prof. Dr. Orhan ÇINAR / Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Ömer Faruk İŞCAN / Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Reşat KARCIOĞLU / Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Sanem ALİKİBAY / Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Serap ÇABUK / Çukurova Üniversitesi

Prof. Dr. Seval KARDEŞ SELİMOĞLU / Anadolu Üniversitesi

Prof. Dr. Sevgi Ayşe ÖZTÜRK / Anadolu Üniversitesi

Prof. Dr. Sevtap ÜNAL / İzmir Katip Çelebi Üniversitesi

Prof. Dr. Sezer KORKMAZ / Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Şakir DIZMAN / Erzurum Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. Tevfik Şükrü YAPRAKLI / Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Turan ÖNDEŞ / Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Alpaslan YÜCE / Kafkas Üniversitesi

Prof. Dr. Tülay YENİÇERİ / Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi

Prof. Dr. Harun YENİÇERİ / Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi

Prof. Dr. Hasan TAĞRAF / Cumhuriyet Üniversitesi

Prof. Dr. Ramazan YANIK / Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Dilşad GÜZEL / Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Rabia AKTAŞ / Manisa Celal Bayar Üniversitesi

Prof. Dr. Enes Emre BAŞAR / Bayburt Üniversitesi

Doç. Dr. Muhammed Kürşad TİMURÖĞLU / Atatürk Üniversitesi

Editörden,

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisinin onüçüncü sayısı ile karşınızda olmaktan mutluluk duyuyoruz. Bu sayımızda 10 adet makaleyi incelemenize sunuyoruz.

Emeği geçen bilim danışma kurulu üyesi hocalarımıza, değerli hakemlerimize ve yazarlarımıza teşekkür ederiz.

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İİBF Dergisi yılda iki kez yayınlanmaktadır. 31 Aralık 2025 tarihinde yayınlanacak ondördüncü sayı için makale kabul süreci başlamıştır. Dergimize gönderilen makaleler için 10 gün içerisinde hakem süreci başlatılarak, yazarlara dönüş yapılmaktadır. Dergiye ulaşan makaleler geliş tarihine göre sıraya konulmaktadır. Makalelerinizi, değerlendirilmek üzere Dergipark sistemi üzerinden, <https://dergipark.org.tr/ebyuibfdergi> web sitesi aracılığı ile yüklemenizi rica ederiz.

Prof. Dr. Selami GÜNEY



Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi
Erzincan Binali Yıldırım University
Journal of Faculty of Economics and Administrative
Sciences

**PUBLIC EXPENDITURE POLICIES FOR FIGHT AGAINST AGE POVERTY:
ERZINCAN PROVINCE EXAMPLE**

Kevser ŞENOCAK¹

ABSTRACT

Today, the fact that poverty and income inequality are increasing attracts the attention of societies in both developed and developing countries, and poverty represents a great challenge for governments around the world. In this context, policies developed within the framework of combating poverty are of great importance in terms of improving the human living conditions of individuals and preventing social problems. The aim of this study is to evaluate the effectiveness of public expenditures in combating poverty and poverty within the scope of elderly poverty in Erzincan province.

First of all, the concept of poverty and its types are defined in the study, and then the importance of public expenditures in combating elderly poverty is discussed. Within the scope of the study, one-on-one interviews were conducted with a total of 240 individuals over the age of 65 living in the center and districts of Erzincan province, and survey questions that are valid in the literature and based on scales were answered. In the study, the data obtained by using the SPSS package program and descriptive statistical methods were presented with marginal tables and inferences were obtained with Chi-Square analysis. In the last section of the study, the research findings were evaluated and different results were obtained regarding the elderly population living in Erzincan province and the public expenditures made by taking this population into account.

Key Words: Poverty, Poverty Alleviation, Government Spending, Erzincan, Elderly Poverty.

**YAŞLI YOKSULLUĞUYLA MÜCADELEDE KAMU HARCAMA POLİTİKALARI:
ERZİNCAN İLİ ÖRNEĞİ**

ÖZET

Günümüzde yoksulluğun ve gelir eşitsizliğinin artış gösteriyor olması hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde toplumların dikkatini çekmekte ve bugün yoksulluk, dünyadaki hükümetler için büyük bir zorluğu ifade etmektedir. Bu bağlamda yoksullukla mücadele çerçevesinde geliştirilen politikalar bireylerin insani yaşam koşullarının iyileştirilmesi ve toplumsal problemlerin de önüne geçilebilmesi açısından büyük bir önem taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı; yoksulluk ve yoksullukla mücadelede kamu harcamalarının etkinliğini Erzincan ilinde yaşlı yoksulluğu kapsamında değerlendirmektir.

Çalışmada öncelikle yoksulluk kavramı ve yoksulluk çeşitleri tanımlandıktan sonra yaşlı

¹ Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Üzümlü Meslek Yüksekokulu, Finans-Bankacılık Ve Sigortacılık Bölümü, ksenocak@erzincan.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1162-1588.

Geliş Tarihi: 03.12.2024 / Kabul Tarihi: 14.03.2025 Çalışma Türü: Araştırma Makalesi

Yazarlar, herhangi bir çıkar çatışması beyan etmemiştir. Turnitin/Ithenticate/Intihal ile İntihal Kontrolünden Geçmiştir. Screened for Plagiarism by Turnitin/Ithenticate/Intihal Licenced by CC-BYNC ile lisanslıdır.

yoksulluğundaki mücadelede kamu harcamalarının önemi ele alınmıştır. Çalışma kapsamında Erzincan ili merkez ve ilçelerinde yaşayan 65 yaş üzerindeki toplam 240 bireyle birebir görüşmeler yapılmış, literatürde geçerliliğe sahip ve ölçeklere dayandırılmış anket sorularının cevaplandırılmaları sağlanmıştır. Çalışmada SPSS paket programından yararlanılarak ve tanımlayıcı istatistiksel yöntemler kullanılarak elde edilen veriler marjinal tablolarla sunulmuş ve Ki-Kare analiziyle çıkarımlar elde edilmiştir. Çalışmanın son bölümünde elde edilen araştırma bulguları değerlendirilerek Erzincan ilinde yaşayan yaşlı nüfusun ve bu nüfus dikkate alınarak yapılan kamu harcamalarına ilişkin farklı sonuçlar elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yoksulluk, Yoksullukla Mücadele, Kamu Harcamaları, Erzincan, Yaşlı Yoksulluğu.

INTRODUCTION

As it is known, the world population is getting older, and this situation poses significant problems for developed and developing countries. Rapid changes in the field of health, improved quality of life, improved nutritional conditions, and declining fertility rates are among the important reasons for the increase in the proportion of the elderly population. The aging of the population means facing increasing economic and social demands for all countries. Turkey, as a developing country, has also faced this problem.

In our country, the transformation of the family structure from extended family to nuclear family form and the active participation of women in working life have affected the elderly population the most. It is seen that the care of the poor and orphaned elderly who cannot be covered by social security has become a burden and expectations from the state have increased in this context. Failure to protect traditional values has been the most important factor in increasing expectations from institutions.

The inability of the elderly population to be active in working life reduces labor capacity and increases public expenditures. Moreover, these services need to be considered not only in material terms but also in moral terms.

The exclusion of elderly people who cannot receive financial support from society, isolation, inability to meet their needs, or being despised by those around them cause the mental collapse of the individual. In addition, factors such as malnutrition, trying to live in unhealthy environments and being deprived of health services due to lack of material resources further increase the negative effects of old age. For all these reasons, the elderly are the group most affected by impoverishment.

The high number of elderly population in our country has led to the need for much more work in this field. Since the research or studies conducted so far have been insufficient, this study was conducted and it was aimed to contribute to this issue in order to support the elderly in our country.

1. CONCEPTUAL FRAMEWORK

In this section of the study, theoretical information on poverty, types of poverty, and elderly poverty is given.

1.1. Poverty and Types of Poverty

In general terms, poverty is a phenomenon in which a certain population or a certain segment within the population is able to meet the basic needs necessary for vital activities such as nutrition, clothing and shelter in order to maintain a minimum level of living (Uzun, 2003: 156); however, full participation in civil society is denied (Rosenbloom, et al., 2017: 105).

Poverty has been a long-standing aspect of the human condition and is considered to be caused by income inequality. The traditional and most important goal of development economics has therefore been to focus on income growth. Understanding and promoting income growth is fundamental to economic development. This is because without income growth, it is considered difficult, if not impossible, to achieve the other economic goals of poverty reduction, reducing inequality, reducing vulnerability to shocks, meeting basic needs and ensuring a satisfactory quality of life (Rosenbloom, et al., 2017: 105).

Poverty is expressed not only in terms of insufficient income, but also in terms of non-monetary aspects such as lack of educational opportunities, lagging behind society, and social insecurity. This shows that the definition of poverty based on monetary and non-monetary expressions is not fully harmonized. In the European Union, especially since the 1990s, the definition of poverty as 'social exclusion', which is not related to income, has also been used (Ala, 2009:2).

The concept of social exclusion is defined as a process in which some of the individuals who make up society are excluded from society; they are prevented from full participation in society due to their poverty, lack of basic skills and lifelong learning opportunities, or as a result of discrimination (Yücel, 2011: 387).

When defining poverty; 'low income level', 'inability to be healthy with inadequate and balanced nutrition', 'social isolation and low level of social participation', 'individual insecurity in psychological and economic terms', 'vulnerability to shocks, inability to respond to risk and uncertainty', 'deterioration of the natural environment and vicious circle in the social environment' should be perceived as a whole (Alpaydın, 2008: 50).

Poverty types are defined on the basis of criteria related to poverty. Some of these criteria are absolute and relative poverty, human poverty, objective and subjective poverty, rural and urban poverty and elderly poverty.

Absolute poverty refers to the minimum level of income and expenditure levels that can meet the basic needs of household members in order to sustain their lives (Kuyurtar, 2003: 111). In this system, poverty is evaluated in two different ways. The first is minimum food expenditures, while the second includes basic expenditure food as well as needs such as education, housing and heating (Kabaş, 2014: 20).

Relative poverty refers to those who live above the hunger level but below the average living standards (Aksan, 2009: 36), depending on the level of socio-economic development and living standards (Dumanlı, 1996: 6-8). In this case, individuals with low income levels are defined as poor (Genç et al., 2011: 2).

In the subjective approach, poverty is defined according to individuals' own preferences. The idea that poverty can be determined according to the total benefit obtained by individuals is of great importance in the subjective approach (Aktan, 2002:6).

Human poverty is a concept put forward by the United Nations Development Program (UNDP) and human poverty is defined in three elements. These are education and economic opportunities, life expectancy and social opportunities (Gedikoğlu, 2015:7).

Rural poverty is defined as the inability of individuals whose livelihood depends on agricultural activities to maintain their vital activities at a certain level in the face of current economic conditions (Öztürk, 2008: 268). Low levels of per capita income in rural areas are the reasons that increase poverty in these areas (Dumanlı, 1996: 12-3).

Urban poverty, on the other hand, refers to the inability to benefit from urban services as much as necessary and insufficient income. In addition to these, urban poverty refers to the inability to benefit from services such as education and health and living in places where violence is high (Çolakoğlu, 2003: 466). Urban poverty has become a major problem all over the world, especially in less developed countries (Çukurçayır, 2003:407).

The concept of elderly poverty is a situation that covers individuals over the age of 65 and refers to the inability of these individuals to have an income level that can fully fulfill their vital activities.

It is seen that the impact of poverty on the elderly has a multifaceted structure. Some of these can be listed as inability to benefit from health services sufficiently, psychological problems in terms of adapting to low income, and inability to adapt to the social environment (Ak et al., 2017: 201).

1.2. Old Age and Elderly Poverty

The process of aging, which is inevitable for all people who maintain their lives in the later stages of their lives, and the feeling of feeling old differ in every person. Defined as a biological process, old age is a concept that can be defined from physiological, psychological, sociological, and chronological dimensions (<https://www.who.int/>). The concept of old age can be considered a multidimensional process that affects the person in every aspect, from changes in physical and mental dimensions to changes in social roles (Karadeniz et al., 2013: 81).

While the United Nations recognizes those aged 60 and over as the elderly population, in many developed countries, the period of old age is generally equated with the retirement period and 65 is accepted as the beginning of the old age period (<https://www.who.int/>).

The reasons why the elderly constitute the segment that will face the most danger of poverty are that they are deprived of income-generating jobs and cannot work due to their age. The phenomenon of poverty on these people becomes both a pressure on individuals and a situation that limits life (Ak et al., 2017: 200).

2. METHOD

2.1. Purpose, Importance, and Scope of the Research

The main purpose of the study is to evaluate the effectiveness of public expenditure policies according to the demographic characteristics of the elderly population living in Erzincan province and its districts and whether they benefit from public expenditures.

For the study, the convenience sampling method was preferred as the sampling method and a total of 240 valid questionnaire forms were obtained from one-to-one interviews with the elderly population living in Erzincan province and its districts.

The first part of the questionnaire form created for the study includes questions to obtain demographic information of the individuals who will answer the questionnaire, while the next part includes statements to determine the effectiveness of public expenditure policies. In measuring elderly poverty, the survey questions developed by Ak et al. in 2017 and the questions that are considered to determine the effectiveness of the aids provided were utilized.

The chi-square analysis method was used to reveal whether public expenditure policies differ statistically in elderly poverty and whether the aids provided are sufficient, and it was observed that the data obtained had a normal distribution. The SPSS package program was used to analyze and interpret the data set.

2.2. Findings

The relationship between two independent variables at the categorical measurement level was tried to be measured using the Chi-Square (Exact/Pearson) analysis method. Number and % values were given for categorical variables as descriptive statistics. SPSS Windows version 24.0 package program was used for statistical analysis and $P < 0.05$ was considered statistically significant.

Table 1: Descriptive Statistics of Variables

Variable		n	%
Your gender	Female	81	33,8
	Male	159	66,3
Your age	65-70	93	38,8
	70-75	63	26,3
	75-80	31	12,9
	80 +	53	22,1
Marital Status	Single	9	3,8
	Married	126	52,5

	<i>Divorced</i>	14	5,8
	<i>Spouse deceased</i>	91	37,9
Education Status	<i>Illiterate</i>	75	31,3
	<i>Literate</i>	30	12,5
	<i>Primary school</i>	65	27,1
	<i>Secondary school</i>	23	9,6
	<i>High school</i>	44	18,3
	<i>Undergraduate/Graduate</i>	3	1,3
Social Security	<i>I get</i>	132	55,0
	<i>I do not receive</i>	108	45,0
Who Do You Live With	<i>Alone</i>	33	13,8
	<i>With spouse</i>	59	24,6
	<i>Spouse and children</i>	70	29,2
	<i>With children</i>	13	5,4
	<i>Girl and Groom</i>	19	7,9
	<i>My son and son-in-law</i>	44	18,3
	<i>With descendants</i>	0	0,0
	<i>With relatives</i>	0	0,0
	<i>Other</i>	2	0,8
Number of people in a household	<i>1 person</i>	35	14,6
	<i>2 people</i>	58	24,2
	<i>3 people</i>	23	9,6
	<i>4 people</i>	47	19,6
	<i>5 and above</i>	77	32,1
Dependents	<i>1</i>	103	44,0
	<i>2</i>	28	12,0
	<i>3</i>	23	9,8
	<i>4</i>	28	12,0
	<i>5</i>	11	4,7
	<i>6 +</i>	41	17,5
Livelihood	<i>Pension</i>	120	50,0
	<i>Land income, rent, etc</i>	7	2,9
	<i>Children and close help.</i>	22	9,2
	<i>Vice President of the Foundation Association.</i>	19	7,9
	<i>State help.</i>	54	22,5
	<i>Other</i>	18	7,5
Are you getting help?	<i>No, I don't</i>	120	50,4
	<i>Social assistance and solidarity</i>	52	21,8
	<i>Children's Assist</i>	34	14,3
	<i>Assistant Relative</i>	3	1,3
	<i>Municipal Assistant</i>	29	12,2
	<i>Other</i>	0	0,0
Type of assistance received	<i>In-kind assistance</i>	71	60,2
	<i>Cash assistance</i>	47	39,8
Getting Along Without Help	<i>Yes</i>	17	13,3
	<i>No</i>	66	51,6
	<i>Yes, but it's hard</i>	45	35,2
Household income	<i>Under 800</i>	56	23,6
	<i>801-1200</i>	20	8,4
	<i>1201-1700</i>	38	16,0
	<i>1701-2000</i>	25	10,5
	<i>2001-4000</i>	70	29,5
	<i>Over 4000</i>	28	11,8
Household income status	<i>Very low</i>	48	20,0
	<i>Low</i>	62	25,8
	<i>Intermediate</i>	88	36,7
	<i>Good</i>	34	14,2
	<i>Very good</i>	8	3,3
Residential ownership	<i>Rent</i>	30	12,5
	<i>Its own</i>	161	67,1
	<i>Tenant-free residency</i>	49	20,4
Is the monthly income sufficient?	<i>Yes</i>	95	39,6
	<i>No</i>	145	60,4
Feeling poor	<i>Yes</i>	75	32,1
	<i>No</i>	116	49,6
	<i>Partly</i>	43	18,4
Pension assessment	<i>Very low</i>	31	18,0
	<i>Low</i>	64	37,2
	<i>Intermediate</i>	65	37,8
	<i>Good</i>	7	4,1

	<i>Very good</i>	5	2,9
	<i>Very unhappy</i>	34	14,2
Economic situation happiness assessment	<i>Unhappy</i>	60	25,0
	<i>Undecided</i>	70	29,2
	<i>Happy</i>	74	30,8
	<i>Very happy</i>	2	0,8
Are there cars?	<i>Yes</i>	67	27,9
	<i>No</i>	173	72,1
Food needs fulfillment	<i>Sufficient</i>	128	53,3
	<i>Insufficient</i>	112	46,7
Doctor/medication reception	<i>Yes</i>	207	86,3
	<i>No</i>	33	13,8
Outfit shoe absorbtion	<i>Yes</i>	126	52,5
	<i>No</i>	114	47,5
Water, electricity, etc. absorbtion	<i>Yes</i>	158	67,5
	<i>No</i>	76	32,5
Frequency of domestic travel	<i>Never</i>	84	35,4
	<i>1 per year</i>	114	48,1
	<i>2 per year</i>	23	9,7
	<i>3 per year</i>	9	3,8
	<i>4 and above per year</i>	7	3,0
Frequency of meat and fish consumption	<i>1 in two days</i>	20	8,3
	<i>1 per week</i>	87	36,3
	<i>1 per month</i>	98	40,8
	<i>Quarterly</i>	18	7,5
	<i>Every six months</i>	2	0,8
	<i>Once a year</i>	15	6,3
Ability to save money	<i>Yes</i>	75	31,3
	<i>No</i>	165	68,8
Restriction due to financial hardship	<i>Yes</i>	134	55,8
	<i>Sometimes</i>	72	30,0
	<i>No</i>	34	14,2
Goods registered on it	<i>No</i>	89	37,1
	<i>House</i>	133	55,4
	<i>Car</i>	18	7,5

In this study, 159 male (66.3%) and 81 female (33.8%) participants were observed. In terms of age distribution, 38.8% of the participants were between the ages of 65-70, 26.3% between the ages of 70-75, 12.9% between the ages of 75-80, and 22.1% over the age of 80. It was observed that 52.5% of all participants were married and 37.9% of them had a deceased spouse. In terms of education level, 75 (31.3%) individuals were illiterate, 65 (27.1%) were primary school graduates, 23 (9.6%) were middle school graduates, 44 (18.3%) were high school graduates, 3 (1.3%) were undergraduate/graduate graduates and 30 (12.5%) were literate. Considering all participants, 132 (55%) individuals had social security, while 108 (45%) did not have social security. Considering the income status of the participants, 50% of them live on a pension. Of the remaining respondents, 2.9% of them rely on income from land, rent, etc., 9.2% rely on help from their children and relatives, 7.9% rely on help from subjects and foundations, and It is observed that 22.5% of them make a living with state aids. Of participants receiving aid 21.8% receive assistance from the Social Assistance and Solidarity Foundation, while 12.2% receive assistance from the municipality. The rest of the participants who receive assistance receive assistance from their children or relatives. Among the individuals receiving aid, 71 (60.2%) receive in-kind aid, while 47 (39.8%) receive cash aid. Considering the household income levels of the participants, 23.6% have an income level below 800 TL, while 11.8% have an income level above 4000 TL. While 13.3% of the participants receiving assistance stated that they could make a living without assistance, 51.6% stated that they couldn't make a living without assistance. Participants 35.2% stated that they could get by without assistance, but that this was difficult. While 75 (32.1%) of the participants feel poor, 116 (49.6%) do not feel poor.

2.3. Analyses

Table 2: Do You Have Social Security? The Relationship of the Question with Variables

		Social Security				χ^2	P
		There is		No			
		n	%	N	%		
Don't feel poor	Yes	29	22,0	46	45,1	20,225	0,001
	No	82	62,1	34	33,3		
	Partly	21	15,9	22	21,6		
Economic situation happiness assessment	Very unhappy	12	9,1	22	20,4	24,638	0,001
	Unhappy	30	22,7	30	27,8		
	Undecided	33	25,0	37	34,3		
	Happy	57	43,2	17	15,7		
	Very happy	0	0,0	2	1,9		
Ability to save Money	Yes	37	28,0	38	35,2	1,415	0,234
	No	95	72,0	70	64,8		
Restriction due to financial hardship	Yes	67	50,8	67	62,0	20,036	0,001
	Sometimes	54	40,9	18	16,7		
	No	11	8,3	23	21,3		

The p-value was obtained from the Chi-square test.

Statistically significant relationships were found between having social security and feeling poor, economic happiness, and restrictions due to financial hardship ($p < 0.05$). Accordingly, it was observed that the rate of feeling poor (45.1%) of individuals without social security was higher than the rate of feeling poor (22.0%) of individuals with social security, similarly, those with social security (43.2%) were happier than those without (15.7%), and finally, the rate of financial constraints of those without social security (62.0%) was higher than those with social security (50.8%).

Table 3: How do you make a living? The Relationship of the Question with Variables

		How do you make a living?												χ^2	p
		Pension		Land income, rent, etc		Children and close help.		Foundation or association help		State help		Other			
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Are you getting help	No, I don't	94	79,7	0	0,0	7	31,8	0	0,0	12	22,2	7	38,9	24,383	0,001
	Social aid and solidarity promotion	11	9,3	0	0,0	0	0,0	16	84,2	21	38,9	4	22,2		
	Children's Help	6	5,1	7	100,0	12	54,5	0	0,0	6	11,1	3	16,7		
	Relatives's Help	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	15,8	0	0,0	0	0,0		
	Municipal Help	7	5,9	0	0,0	3	13,6	0	0,0	15	27,8	4	22,2		
Type of assistance received	Aid in kind	17	70,8	0	0,0	11	73,3	17	89,5	17	40,5	9	81,8	28,554	0,001
	Financial Aid	7	29,2	7	100,0	4	26,7	2	10,5	25	59,5	2	18,2		
Getting Along Without Help	Yes	5	19,2	7	100	0	0,0	0	0,0	2	4,0	3	27,3	78,096	0,001
	No	6	23,1	0	0,0	13	86,7	10	52,6	35	70,0	2	18,2		
	Yes, but it's hard	15	57,7	0	0,0	2	13,3	9	47,4	13	26,0	6	54,5		
Pension assessment	Very low	13	10,8	0	0,0	4	100,0	0	0,0	10	35,7	4	66,7	73,941	0,001
	Miscarriage	46	38,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	16	57,1	2	33,3		
	Intermediate	49	40,8	7	100,0	0	0,0	7	100,0	2	7,1	0	0,0		
	Good	7	5,8	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		
	Verv good	5	4,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		

The p-value was obtained from the Chi-square test.

Statistically significant correlations were found between how the livelihood is provided and receiving assistance, type of assistance, subsistence without assistance, and pension interpretation ($p < 0.05$). It was observed that the rate of living without assistance (79.7%) was higher for individuals with a pension compared to other individuals, and all of the individuals with land income received assistance from their children.

It was observed that all of those with land income and the majority of those who received state aid received cash aid, while other individuals received in-kind aid.

It was observed that the rate of those who could not make a living without assistance (100%) was higher than other individuals.

Those who receive assistance from children and relatives are more likely to rate their pension as very low (100%) compared to other individuals.

Table 4: Do You Have Social Security? The Relationship of the Question with Variables

		No, I don't		Social aid and solidarity promotion		Children's Help		Relatives's Help		Municipal Aid		χ^2	p
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Type of assistance received	Aid in kind	0	0,0	28	53,8	18	52,9	3	100,0	22	75,9	6,575	0,087
	Financial Aid	0	0,0	24	46,2	16	47,1	0	0,0	7	24,1		
Getting Along Without Help	Yes	2	25,0	3	5,8	12	35,3	0	0,0	0	0,0	38,876	0,001
	No	6	75,0	24	46,2	18	52,9	3	100,0	13	44,8		
	Yes, but it's difficult	0	0,0	25	48,1	4	11,8	0	0,0	16	55,2		
Feeling poor	Yes	33	27,5	24	52,2	7	20,6	0	0,0	11	37,9	19,265	0,014
	No	67	55,8	13	28,3	17	50,0	3	100,0	14	48,3		
	Partly	20	16,7	9	19,6	10	29,4	0	0,0	4	13,8		
Economic situation happiness assessment	Very unhappy	18	15,0	9	17,3	0	0,0	3	100,0	4	13,8	103,626	0,001
	Unhappy	19	15,8	28	53,8	9	26,5	0	0,0	4	13,8		
	Indecisive	34	28,3	9	17,3	6	17,6	0	0,0	19	65,5		
	Happy	49	40,8	6	11,5	19	55,9	0	0,0	0	0,0		
	Very happy	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	6,9		
Food needs fulfillment	Sufficient	81	67,5	0	0,0	29	85,3	0	0,0	16	55,2	86,427	0,001
	Insufficient	39	32,5	52	100,0	5	14,7	3	100,0	13	44,8		
Doctor/medication fulfillment	Yes	96	80,0	48	92,3	31	91,2	3	100,0	27	93,1	7,826	0,109
	No	24	20,0	4	7,7	3	8,8	0	0,0	2	6,9		
Clothing and shoe needs fulfillment	Yes	77	64,2	13	25,0	20	58,8	0	0,0	14	48,3	26,353	0,001
	No	43	35,8	39	75,0	14	41,2	3	100,0	15	51,7		
Water, electricity etc. fulfillment	Yes	83	72,8	30	57,7	20	58,8	0	0,0	23	79,3	12,925	0,011
	No	31	27,2	22	42,3	14	41,2	3	100,0	6	20,7		
Frequency of domestic travel	Never	50	41,7	19	36,5	4	12,9	0	0,0	9	31,0	66,843	0,001
	Once a year	51	42,5	27	51,9	17	54,8	3	100,0	16	55,2		
	Twice a year	13	10,8	6	11,5	0	0,0	0	0,0	4	13,8		
	3 times a year	6	5,0	0	0,0	3	9,7	0	0,0	0	0,0		

	4 times a year and more	0	0,0	0	0,0	7	22,6	0	0,0	0	0,0		
Frequency of consumption of meat and fish	1 in two days	7	5,8	2	3,8	8	23,5	0	0,0	3	10,3	103,205	0,001
	1 per week	71	59,2	9	17,3	7	20,6	0	0,0	0	0,0		
	1 per month	35	29,2	23	44,2	19	55,9	3	100,0	16	55,2		
	quarterly	0	0,0	12	23,1	0	0,0	0	0,0	6	20,7		
	Every six months	2	1,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		
	Once a year	5	4,2	6	11,5	0	0,0	0	0,0	4	13,8		
Ability to save money	Yes	37	30,8	20	38,5	5	14,7	0	0,0	13	44,8	9,402	0,055
	No	83	69,2	32	61,5	29	85,3	3	100,0	16	55,2		
Restriction due to financial difficulties	Yes	55	45,8	47	90,4	11	32,4	0	0,0	19	65,5	65,788	0,001
	Sometimes	49	40,8	5	9,6	8	23,5	3	100,0	7	24,1		
	No	16	13,3	0	0,0	15	44,1	0	0,0	3	10,3		

The p-value was obtained from the Chi-square test.

Statistically significant correlations were found between the status of receiving assistance and being able to live without assistance, feeling poor, economic well-being, meeting food needs, meeting clothes and shoes, meeting water and electricity, and being able to travel domestically ($p < 0.05$). Accordingly, it was observed that the rate of those who received assistance from relatives (100.0%) was higher than those in other situations. The highest rate (52.2%) of feeling poor was observed in those receiving social assistance. The highest rate of unhappiness in economic terms (100.0%) was observed in those receiving assistance from relatives. Negative responses in meeting the needs for food and medicine were higher in those receiving social assistance and those receiving relatives' assistance compared to other groups. In the variable of meeting clothing needs, negative responses were higher among those who did not receive social assistance (64.2%) and those who received help from their children (58.8%) compared to other groups. The rate of those who never traveled (41.7%) was higher among those who did not receive assistance compared to those who received assistance.

Table 5: The Relationship of the Household Income Question with Variables

		Household income												χ^2	p
		under 800		801-1200		1201-1700		1701-2000		2001-4000		over 4000			
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Household income status	Very Low	20	35,7	11	55,0	6	15,8	11	44,0	0	0,0	0	0,0	139,132	0,001
	Low	19	33,9	2	10,0	20	52,6	5	20,0	16	22,9	0	0,0		
	Middle	10	17,9	5	25,0	12	31,6	9	36,0	39	55,7	13	46,4		
	Good	7	12,5	2	10,0	0	0,0	0	0,0	15	21,4	10	35,7		
	Very good	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	17,9		
Is the monthly income sufficient?	Yes	10	17,9	7	35,0	7	18,4	3	12,0	43	61,4	25	89,3	68,871	0,001
	No	46	82,1	13	65,0	31	81,6	22	88,0	27	38,6	3	10,7		
Feeling poor	Yes	29	58,0	7	35,0	15	39,5	11	44,0	13	18,6	0	0,0	79,794	0,001
	No	4	8,0	5	25,0	16	42,1	12	48,0	51	72,9	25	89,3		
	Partly	17	34,0	8	40,0	7	18,4	2	8,0	6	8,6	3	10,7		
Evaluation of happiness according to economic situation	Very unhappy	6	10,7	7	35,0	2	5,3	14	56,0	5	7,1	0	0,0	151,785	0,001
	Unhappy	26	46,4	7	35,0	14	36,8	0	0,0	13	18,6	0	0,0		
	Indecisive	24	42,9	2	10,0	13	34,2	6	24,0	14	20,0	8	28,6		
	Happy	0	0,0	2	10,0	9	23,7	5	20,0	38	54,3	20	71,4		
	Very happy	0	0,0	2	10,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		
Food needs	Sufficient	21	37,5	6	30,0	12	31,6	13	52,0	48	68,6	25	89,3	38,243	0,001

fulfillment	ent														
	Insuffi	35	62,5	14	70,0	26	68,4	12	48,0	22	31,4	3	10,7		
	cient														
Doctors/m	Yes	44	78,6	16	80,0	34	89,5	19	76,0	63	90,0	28	100,0	10,160	0,058
edicines															
fulfillment	No	12	21,4	4	20,0	4	10,5	6	24,0	7	10,0	0	0,0		
Clothes	Yes	7	12,5	11	55,0	19	50,0	7	28,0	51	72,9	28	100,0	78,941	0,001
and shoes															
fulfillment	No	49	87,5	9	45,0	19	50,0	18	72,0	19	27,1	0	0,0		
Water,	Yes	33	58,9	9	45,0	24	63,2	11	57,9	55	78,6	23	82,1	14,158	0,014
electricity,															
etc	No	23	41,1	11	55,0	14	36,8	8	42,1	15	21,4	5	17,9		
fulfillment															
Ability to	Yes	23	41,1	4	20,0	9	23,7	7	28,0	24	34,3	8	28,6	5,169	0,396
make															
amends	No	33	58,9	16	80,0	29	76,3	18	72,0	46	65,7	20	71,4		
Restriction	Yes	43	76,8	16	80,0	28	73,7	17	68,0	25	35,7	5	17,9	82,485	0,001
due to															
financial	Someti	10	17,9	4	20,0	10	26,3	8	32,0	30	42,9	7	25,0		
hardship															
	No	3	5,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	15	21,4	16	57,1		

The p-value was obtained from the Chi-square test.

Statistically significant relationships were found between household income and household income status assessment, monthly income assessment, feeling poor, economic status assessment, meeting food needs, clothing, water, electricity, and restriction status ($p < 0.05$). Accordingly, it was observed that those with an income between 801 and 1200 TL had the highest rate (55.0%) among those who interpreted their economic situation as very low. Individuals in the economic income band between 1701-2000 TL had a higher rate (88.0%) of finding monthly income sufficient compared to other income groups. Individuals with an economic income of less than 800 TL had a higher rate (58.0%) of feeling poor compared to other income groups. In the evaluation of economic situation happiness, it was observed that the group with the highest rate of unhappiness was higher in individuals in the 1701-2000 TL band compared to individuals in other income bands. The group with the highest rate (70.0%) of inadequacy in meeting food needs was observed in the 801-1200 income band. The group with the highest rate of inadequacy in meeting the need for clothing water electricity was observed in the 4000 + income band. Compared to the individuals in other income bands, it was observed that the income band that had the highest rate (80.0%) of financial restrictions was 801-1200 TL.

Table 6: Examination of the Type of Aid Received in Variables

		Type of aid received					
		Aid in kind		Financial aid		χ^2	p
		n	%	n	%		
Getting Along Without Help	Yes	6	8,5	9	19,1	3,239	0,198
	No	38	53,5	20	42,6		
	Yes, but it's difficult	27	38,0	18	38,3		
Feeling poor	Yes	23	32,4	19	46,3	9,786	0,008
	No	27	38,0	20	48,8		
	Partly	21	29,6	2	4,9		
Evaluation of happiness according to economic situation	Very unhappy	13	18,3	3	6,4	6,649	0,156
	Unhappy	21	29,6	20	42,6		
	Indecisive	22	31,0	12	25,5		
	Happy	13	18,3	12	25,5		
	Very happy	2	2,8	0	0,0		
Food needs fulfillment	Sufficient	25	35,2	20	42,6	0,646	0,421
	Insufficient	46	64,8	27	57,4		
Doctors/medicines fulfillment	Yes	67	94,4	42	89,4	1,005	0,316
	No	4	5,6	5	10,6		
Clothes and shoes fulfillment	Yes	28	39,4	19	40,4	0,012	0,914
	No	43	60,6	28	59,6		
Water, electricity, etc fulfillment	Yes	46	64,8	27	57,4	0,646	0,421
	No	25	35,2	20	42,6		

Frequency of domestic travel	<i>Never</i>	32	47,1	0	0,0	49,975	0,001
	<i>Once a year</i>	33	48,5	30	63,8		
	<i>Twice a year</i>	0	0,0	10	21,3		
	<i>3 times a year</i>	3	4,4	0	0,0		
	<i>4 or more a year</i>	0	0,0	7	14,9		
Frequency of consumption of meat and fish	<i>Once in two days</i>	9	12,7	4	8,5	6,775	0,148
	<i>Once a week</i>	7	9,9	9	19,1		
	<i>Once a month</i>	34	47,9	27	57,4		
	<i>Once in three mounth</i>	15	21,1	3	6,4		
	<i>Once a year</i>	6	8,5	4	8,5		
Ability to save money	<i>Yes</i>	23	32,4	15	31,9	0,003	0,954
	<i>No</i>	48	67,6	32	68,1		
Restriction due to financial difficulty	<i>Yes</i>	47	66,2	30	63,8	8,574	0,014
	<i>Sometimes</i>	18	25,4	5	10,6		
	<i>No</i>	6	8,5	12	25,5		
Goods registered on it	<i>No</i>	40	56,3	25	53,2	2,399	0,301
	<i>House</i>	28	39,4	22	46,8		
	<i>Car</i>	3	4,2	0	0,0		

The p-value was obtained from the Chi-square test.

Statistically significant relationships were found between the type of aid and feeling poor and restrictions on domestic travel ($p < 0.05$). Accordingly, it was observed that those who received cash aid (46.3%) felt poor at a higher rate than those who did not (32.4%). It was observed that those who received cash assistance had a higher opportunity to go on domestic trips compared to those who received in-kind assistance. In terms of restrictions, those receiving in-kind assistance (66.2%) were more likely than those receiving cash assistance (66.2%).

CONCLUSION

According to the results of the current study; in the survey study conducted on the elderly residing in Erzincan province, it was observed that female participants had a higher rate and 45% of individuals did not have social security.

According to the social security of the individuals, it was concluded that individuals without social security felt poorer and unhappy, and it was determined that these individuals had a high rate of financial self-restriction.

It was observed that all of the participants with land income received state aid and that cash aid was at a higher rate in these aids.

In the study, it was determined that the highest rate of feeling poor was among individuals receiving social assistance. In the evaluation of the rate of unhappiness, it was observed that the highest rate of unhappiness was observed in those who received assistance from relatives. Based on these results, it has been determined that there are negative effects at the psychological level in individuals receiving aid.

In the evaluation based on income level, individuals with a monthly income of less than 800 Turkish Liras think that their economic situation is very bad. It has been observed that individuals at this income level are inadequate in terms of clothing needs, bill payments, and financial constraints. It is a natural result that the low income level and the difficulties encountered are parallel to each other.

It has been observed that the rate of in-kind assistance is higher among the individuals receiving aid, and it has been determined that those who receive cash aid feel poor at a higher rate than those who receive in-kind aid.

Some suggestions can be made within the framework of all these results. In today's world where poverty is a major problem in all countries, anti-poverty policies are also of great importance. Within the scope of the study conducted in Erzincan province, elderly poverty was evaluated and public institutions, municipalities, and aid organizations have great duties in order to prevent this poverty.

Public institutions should be able to make more accurate and realistic analyses of elderly poverty within the scope of combating poverty and provide assistance to elderly individuals in this context. It can be ensured that the allocation for combating poverty in the state budget is increased and that a separate item is allocated for elderly poverty.

Municipalities should be able to analyze poverty and elderly poverty fairly and impartially, without political interest, and should be able to determine whether the aid to be provided is in kind or cash.

They should be able to decide what to do within the framework of their analysis. Municipalities, governorships, foundations, and private aid organizations should be able to combat poverty by carrying out joint work with each other.

Individuals should be made aware of the concept of poverty through projects developed within the framework of the joint work of the governorship and municipalities, and efforts should be made to support individuals, especially in elderly poverty, or to be self-sacrificing in this regard.

Within the scope of the study, it has been observed that in-kind aid is more effective and it should be ensured that the people in the province take a role in the fight against elderly poverty by raising awareness on this issue.

In order to expand the study, an analysis can be made not only on elderly poverty but also on

urban poverty within the framework of poverty in Erzincan. At the same time, based on the study, a project study can be carried out for Erzincan province to raise awareness about poverty and ensure that the public takes an active role in the fight against poverty. Thus, the burden on public institutions can be reduced.

The most important limitation of the study is that it was conducted in a single province and only on elderly poverty. Examining the study in different provinces or regions and using a larger sample would increase the generalizability of the results obtained.

REFERENCES

- Aktan, Coşkun Can Ve İ.Y. Vural (2002) “Yoksulluk: Terminoloji, Temel Kavramlar Ve Ölçüm Yöntemleri ”, Yoksullukla Mücadele Stratejileri, Hak-İş Konfederasyonu Yayını.
- Ala, M. (2009). Yoksulluk ve Küresel Çözumsuzlük. *Paradoks, Ekonomi, Sosyoloji Ve Politika Dergisi*, 5(2).
- Alpaydın, Y. (2008). Türkiye’de Yoksulluk ve Eğitim İlişkileri. *İlem Yıllık*, 3(3), 49-64.
- Çolakoğlu, Elif, (2003), “Kentsel Yoksulluk”, Yerel ve Kentsel Politikalar, (Ed: M. Akif Çukurçayır, Ayşe Tekel), Çizgi Kitapevi, Konya, S. 463-490.
- Çukurçayır, M. Akif, (2003), “Kentler ve Tutunamayanlar: Konya Örneğinde Kentsel Yoksulluk, Yoksulluk, Kent Yoksulluğu ve Planlama, 8 Kasım Dünya Şehircilik Günü 26. Kolokyum, Tmmob Şehir Plancıları Odası, Ankara, S. 405-415.
- Dumanlı, Recep, (1996), Yoksulluk ve Türkiye’deki Boyutları, DPT Uzmanlık Tezi, Yayın No:2449.
- Gedikoğlu, G. (2015), Türkiye’ De Yoksulluk ve Yoksullukla Mücadele: Biga Örneği, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Genç, Y. Ve Y. Adıgüzel. (2011). Yoksullukla Mücadelede Önemli Bir Paradoks: Yoksulluk Kültürü. 7. Ulusal Sosyal Hizmetler Kongresi (15-16 Nisan 2011, Ankara), Bildirileri. (114). <https://www.who.int>
- Kabaş, T. (2014). Türkiye’de Yoksulluk ve Gelir Dağılımı. Ankara: Akademisyen Kitabevi.
- Karadeniz, O., & Öztepe, N. D. (2013). Türkiye’de Yaşlı Yoksulluğu. *Calisma ve Toplum*, 38(3).
- Kuyurtar, Erol, (2003), ‘Mutlak Yoksulluğa İlişkin İki Etik Yaklaşım’, Deniz Feneri Yoksulluk Sempozyumu, Cilt:1, S. 110-122.
- Muammer, A. K. Toplumsal Bir Olgu Olarak Yoksulluk. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (54), 296-306.
- Öztürk, Şinasi, (2008), ‘Kırsal Yoksulluk’, Türkiye’de Yoksulluk Çalışmaları, (Ed: Ayça Duru Sayıcı), Yakın Kitapevi Yay., İzmir, S. 265-301.
- Rosenbloom, A., Gudić, M., Parkes, C., & Kronbach, B. (2017). A Prime Response To The Challenge Of Fighting Poverty: How Far Have We Come? Where Do We Need To Go Now?. *The International Journal Of Management Education*, 15(2), 104-120.
- Uzun, A. M. (2003). Yoksulluk Olgusu ve Dünya Bankası, *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4 (2): 155:173.
- Yücel, D. (2011). Türkiye’de Yoksulluk Sorunu ve Kamu Sosyal Transfer Harcamalarının Yoksulluğa Etkileri Üzerine Bir Araştırma, *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 383-402.



COCAINE AND HEROIN TRAFFICKING TO EUROPE: CAUSES AND CONSEQUENCES

Furkan YILDIZ¹

ABSTRACT

Drug trafficking is an issue that needs to be addressed in both human, social and security contexts and depends on many different variables. The study analyzed the issue of drug trafficking in the European context, focusing only on heroin and cocaine, rather than all substances in general. By describing the morphology of drug trafficking in general, the study analyses the volume of cocaine and heroin trafficking into Europe by examining the functions and situations of these elements in the European context. In the course of the research, rather than the normative perspective of Europe to prevent drug trafficking, the European position and its impact on the cocaine and heroin trade, the reasons for the differences in the prices of these drugs and both the social and individual consequences of drug use were emphasized.

Key Words: Drug Trafficking, Europe's Situation in Cocaine/Heroin Trade, Public Expenditure, Drug Prices

AVRUPA'YA KOKAİN VE EROİN KAÇAKÇILIĞI: SEBEPLER VE SONUÇLAR

ÖZET

Uyuşturucu ticareti, hem insani hem toplumsal hem de güvenlik bağlamlarında ele alınması gereken ve birçok farklı değişkene bağlı olan bir konudur. Çalışma, uyuşturucu ticareti konusunu, tüm maddeler genelinden çıkararak sadece eroin ve kokain özelinde ve Avrupa bağlamında incelemiştir. Çalışma, genel olarak uyuşturucu ticaretinin morfolojisini anlatarak, bu unsurların Avrupa bağlamındaki işlevleri ve durumları inceleyerek, Avrupa'ya olan kokain ve eroin ticaretinin hacmini incelemiştir. Araştırma sürecinde Avrupa'nın uyuşturucu ticaretini engellemeye yönelik normatif perspektifinden ziyade, Avrupa'nın konumu ve bu konumun kokain ve eroin ticaretine etkisi, bahsi geçen uyuşturucu maddelerin fiyatlarındaki farklılıkların nedenleri ve uyuşturucu kullanımının hem toplumsal hem de bireysel sonuçları üzerinde durulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Uyuşturucu Ticareti, Kokain/Eroin Ticaretinin Avrupa'daki Durumu, Kamu Harcamaları, Uyuşturucu Fiyatları

¹ Doç. Dr., Kırklareli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Dış Ticaret Programı, yildizfurkan@klu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1533-222X

Geliş Tarihi: 15.01.2025 / Kabul Tarihi: 14.05.2025 Çalışma Türü: Araştırma Makalesi

Yazarlar, herhangi bir çıkar çatışması beyan etmemiştir. Turnitin/Ithenticate/İntihal ile İntihal Kontrolünden Geçmiştir. Screened for Plagiarism by Turnitin/Ithenticate/İntihal Licenced by CC-BYNC ile lisanslıdır.

INTRODUCTION

The global drug trade is worth an estimated \$435 billion to \$652 billion annually (DEA, 2021). The drug trade, which has such a large economy, has different impacts in different parts of the world. Europe, one of these regions, has become an important target country for drug trafficking especially in the last decade (EU Drug Agency, 2024). At this point, Europe's geographical proximity to countries such as Afghanistan and Pakistan, which are heroin production centres, and its contact with global heroin transfer routes have made the whole of Europe risky in terms of heroin. In addition, due to both the preventive policies implemented by the US and the increasing demand in Europe, the trade in South American cocaine has increased towards Europe.

When the rising demand in Europe and the drug trade towards Europe come together, the resulting economy exceeds 31 billion dollars in the European Union countries alone. In this context, the study will analyse the presence of these substances not only in the EU but also in continental Europe, focusing on heroin and cocaine, which account for more than half of this volume in Europe.

The study will firstly focus on the concept of drug trafficking and reveal the morphology of this trade. As a next step, the issue of drug trafficking to Europe within the global drug trade will be analysed. At this point, the study will underline all drugs present in Europe and address the issue in the context of supply and demand. Following these general approaches, the study will first examine the main routes used in drug trafficking in relation to the two main drugs that are the focus of the study, and then examine the different trends they have shown over time.

In order to increase the reliability and validity of the research, the data and statistics used were taken from institutions with high level studies on the subject. In the European Union, data compiled by EUDA (European Union Drug Agency) and European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction (EMCDDA) were used. In particular, data compiled by the European Union Agency for Criminal Justice Cooperation (EUROJUST) were used to show the relationship between the substances addressed in the study and crime within the European Union. Data compiled by the United Nations Office on Drugs and Crime (UNODC) were also used in order to show the global situation of the aforementioned drugs and at the same time to enable a second look at the institutions that are the main data source of the study.

The last section, which is the step that makes the study important, will evaluate the consequences of drug use. At this point, the evaluation will focus on the deaths of individuals due to drug use and the infectious diseases they contract due to drug injection. In addition, convictions for drug use, sale and distribution will also be emphasised as a negative impact of drug use on individuals. The study will be concluded by highlighting the huge scale of drug use and the associated victimisation, as well as the cost to governments as an expenditure item. In summary, the study will analyse all the trends in cocaine and heroin use in Europe, particularly in terms of the impact on individuals, and will examine the humanitarian dimension, the cost dimension and the trafficking dimension of the issue by bringing together the approaches put forward in different sources under one roof.

1.DEFINITION OF DRUG TRAFFICKING

Drug trafficking is a trade carried out by organized crime groups in order to meet the demand for drugs arising from the increasing permeability of international borders in the globalizing world. Apart from this general perspective, United Nations Office Drug and Crime (UNODC) defines it as a process which covers cultivation, manufacture, distribution and sale of illegal substances (UNODC, 2010). In the light of this definition, there are similar descriptions of drug trafficking in literature as well. Kan (2016, s. 3) defines drug trafficking as the distribution of psychoactive substances banned by states and regulatory authorities globally due to the adverse effects of the substances on individuals' health, public

safety and border security. In other perspective, since the issue concerns the damage to human health, it is associated with public health and considered as a violation of human rights (Astorga & David, 2010).

The definitions of drug trafficking are important in understanding the perspective of the person or organization making the definition. In other words, the definitions reflect the level of analysis of each perspective. For instance, when drug trafficking is analysed from a criminological perspective, the fact that it is an illegal activity and its impact on society and law enforcement comes to the fore (Araújo & Silva, 2024; Moeller, 2018). When drug trafficking is analysed from a public policy perspective, the discussions and definitions on the issue focus on controlling the distribution and consumption of drugs (Kan, 2016, ss. 8-10). On the other hand, comparative policy perspectives on drug trafficking focus on how it operates on a regional and country-specific basis, and for what reasons countries and regions are targeted (Aronowitz, 2009; Danziger, Martens, & Guajardo, 2009). From an economic perspective, drug trafficking is defined and evaluated in terms of several issues such as, unemployment, productivity, economic welfare of the society, the budgets allocated by countries to drugs, and the size of the drug market (Kan, 2016; Moeller, 2018; Singer, 2008).

The levels of analysis in these evaluations from different fields were manifested in three levels. The first level of analysis is the person. Here, analyses are made by emphasizing the effects of drug use on human health and thus on public health. The second level of analysis is the state. At this point, the analyses focus on the effects of drug use and trafficking on the state sovereignty, border security, internal security, economy and policy-making processes of states. The last level of analysis deals with the international system. Here, the analyses focus on the security issues raised by regional and global drug trafficking by transnational organized crime organizations, as well as on the need for supranational organizations to establish a global prevention and combating agenda. Common to all three levels of analysis is that drug trafficking has cost lives, fuelled violence, subverted governments, entrenched public corruption, undermined legitimate trade and infiltrated online commerce (Kan, 2016, s. 5).

Apart from the literature, it is important to see how international structures that fight drug trafficking at the international and regional level view the issue in order to understand how the above-mentioned levels of analysis and different perspectives are encountered in active processes. In this context, the definitions of drug trafficking made by the United Nations and its sub-organizations, Interpol and the European Union show the dimensions and levels at which the issue is examined.²

Table 1: Definitions of Drug Trafficking

Organization	Definition
The United Nations and its Sub-organizations	<i>Drug trafficking is a global illicit trade involving the cultivation, manufacture, distribution and sale of substances which are subject to drug prohibition laws.</i>
Interpol	<i>This international trade involves growers, producers, transporters, suppliers and dealers. It affects all of our member countries, undermining political and economic stability, ruining the lives of individuals and damaging communities. The end-users and addicts are often the victims of a powerful and manipulative business.</i>
European Union/Europol	<i>Threat posed by drugs and drug trafficking, and show how they: are related to other criminal activities, such as the rank exploitation of</i>

² The basic principle for selecting these organizations is that their sphere of influence and authority is comprehensive. For example, the European Union and Europol use the same legislation, the normative structure laid down by the United Nations is adopted by OSCE, and Interpol is the world's largest police organization with 196 members.

	<i>labourers; create a strain on government institutions; are linked to terrorist activities; have a serious impact on legitimate business; drag down the wider economy; have untold consequences for individuals, families and communities.</i>
--	--

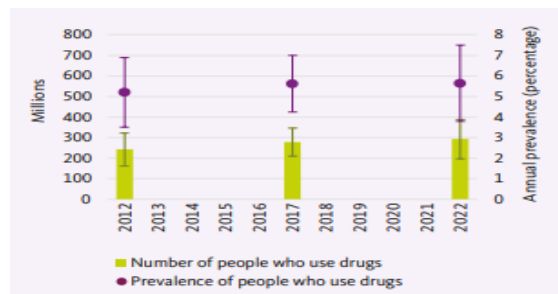
Sources:(Europol, 2022; INTERPOL, 2011; UNODC, 2010)

As can be seen in the three definitions given above, production, distribution and sale are emphasized and it is underlined that drug trafficking is a global threat, that it is carried out in violation of the law and that it is a threat to both the internal political structures and the security of states. In addition, the European Union and Interpol in particular have focused on the economic effects of the drug trade and the impact on drug users. When the definitions of drug trafficking in the literature and in the international system are taken into account, as mentioned earlier, it becomes clear that drug trafficking is a trade that targets people who are the end users, causes erosion in the political and economic structures of states and involves many actors in the global system due to its international nature.

2. DRUG USE in EUROPE

According to 2022 data, 292 million people in the world use drugs and their derivatives. This number has increased by a large 20% in the last 10 years (UN, 2024). This increase reveals the dire state of drug use globally. The drugs at the centre of this huge economy are cannabis and opioids. According to the data for the 2024 reporting period, opioids (31%) and cannabis (24%) are the most commonly used drugs globally when the arithmetic average of the drugs used in Europe, the Americas, Africa, Asia and Oceania is taken (UN, 2024).

Table 2: Global Prevalence and number of people who use drugs in the global population aged 15 to 64, in 2012, 2017 and 2022



Source: (UN, 2024)

The issue of drug trafficking, which has such a large economic volume globally, also manifests itself seriously in Europe. In order to assess drug use in Europe and the European context, Table 3 examines both the general contours of the issue, its general trends and its impact on people.

Table 3: Information on drug use/trafficking in Europe and its impact on public health

	Demand	Supply	Key Issues
EUROPE	Western and Central Europe remains the second largest cocaine market worldwide Amphetamine is the second most used stimulant in Europe after cocaine ATS (amphetamine-type stimulants) use has been increasing in the region over the past decade Europe remains a major consumer market for “ecstasy” Opioids remain the main drug type for which people are in drug treatment in Europe, but cannabis follows closely and its use is more common among those being treated for the first time Following years of increase, wastewater data point to a potential stabilization in methamphetamine consumption in Western, Central and South-Eastern Europe in 2023 Use of NPS (new psychoactive substances) seems to be increasing in Eastern Europe, where it has become a major concern Eastern Europe has the highest prevalence of people who inject drugs (1.3 per cent in 2022), as well as of people who inject drugs living with HIV (25.6 per cent), while the prevalence of hepatitis C among people who inject drugs in Europe is higher than in any other region	Trafficking in cannabis herb remains mostly an intraregional issue in Western and Central Europe; there continue to be, however, substantial imports of cannabis resin into the subregion from North Africa Western and Central Europe remains a hub for the manufacture of synthetic drugs, in particular “ecstasy” and amphetamine. There are also signs of a possible expansion in the manufacture of methamphetamine Darknet drug markets around the world were expanding until 2021. In recent years, this was largely due to Hydra Market, the world’s largest Russian - language darknet market, which was dismantled in April 2022, giving place to new, smaller darknet markets	The long-term trend of increasing cocaine use paused in 2020 during the initial stages of the COVID-19 pandemic, but has since rebounded in Western and Central Europe There has been a long-term increase in the number of people in treatment for cannabis use disorders in Western and Central Europe; almost half of people accessing drug treatment services for the first time in 2021 were being treated for cannabis use In Eastern Europe, the NPS market expanded in 2021, likely owing to the expansion of online supply, in particular of cathinones. There are indications that these trends continued in 2022 and 2023 The prevalence of people who inject drugs and of people who inject drugs living with HIV in Eastern Europe, and the prevalence of people who inject drugs living with hepatitis C in Europe overall, are of key concern

Sources:(EU Drug Agency, 2024; UN, 2024)

It would be useful to analyse this table at three different levels: the types of drugs used, the effects of drug use on public health and other variables. Europe is the world's most important market for cocaine, amphetamines, ATS, opioids, methamphetamine and ecstasy. Western and Central Europe is a production centre for synthetic drugs such as amphetamines and “ecstasy”. As for the supply of a wide range of drugs, the lockdown period during the global pandemic, which manifested itself in 2020, led to the creation of new ways for drug traffickers to meet demand. One of these new methods is to meet demand through sales on the darknet. Even though this process started in 2020, large darknet platforms continue to meet demand today by splitting or changing platforms, even if they are detected. The pandemic has not only changed the way people access drugs, it has also changed their drug preferences. While cocaine was the long-term most demanded substance in Europe, after 2020, more accessible synthetic substances and NPSs reduced the demand for cocaine.

After 2020, although changing demands and new supply methods reflect the changing face of drug use and sale, the only issue that has not changed over the years is the destruction of individual and public health caused by drugs. 1.3 out of every 100 people in Eastern Europe inject drugs and 25.6 of these people are HIV positive (EUROJUST, 2024). Also, Europe has by far the highest rate of hepatitis C carriage among drug users of any other region in the world.

3. COCAINE AND HEROINE TRAFFICKING in EUROPE

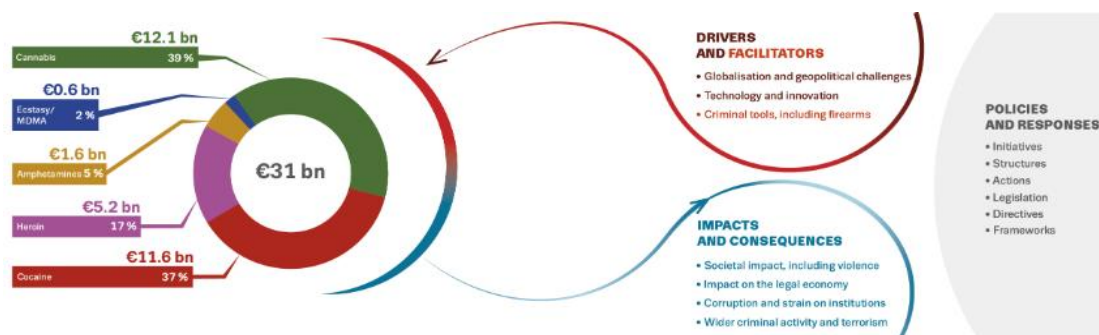
In addition to the fact that many different drugs present themselves and are subject to drug trafficking, it is also important to recognize that the trafficking of these drugs varies across European sub-regions. In this part of the study, the reasons for these different trends in drug trafficking will be analysed and an assessment will be made in relation to both the economic situation of the states in the region and the income levels of the people living in these sub-regions.

According to United Nations sources, Europe consists of four sub-regions: Eastern Europe, Western Europe, Northern Europe and Southern Europe (UN Department for General Assembly and Conference Management, 2024). When we look at the drugs used to monitor drug trafficking in these regions, Table 3 shows that the drugs of choice also differ across sub-regions. This implies that the drug trafficking towards these sub-regions is also differentiated. Before looking at the sub-regions in Europe, it is useful to draw a general picture of Europe's place in the world drug trade. According to the Council of Europe (2005), Europe is probably the most profitable drug market globally. This discourse in 2005 can easily be said to be the same today. One of the most recent reports, EUROPOL's EU Drug Market Analysis Report (2024), emphasizes the same discourse and reveals the size of this market. According to 2021 data, EUROPOL has defined the European drug market as follows;

“the minimum retail value of the EU drugs market is estimated to be at least €31 billion. An significant feature of EU drug market is that different illicit drugs are interconnected through criminal networks and key intermediaries and facilitators, who are often involved in multi-drug crime. The large EU drug market also intersects with and has a significant impact on other areas of crime, such as firearms trafficking and money laundering.”

As can be seen, the European drug market has grown even more in the intervening period of almost two decades, despite the measures taken and policies produced. There are some reasons for this growth. The first of these is the increase in the variety of drugs. The use of synthetic drugs has become increasingly widespread, even though more traditional drugs are still used today. Another reason is that both political and legislative steps have led criminal organisations, which are already able to adapt very quickly to variables, to find new methods and to operate these methods away from the system. This makes it difficult to trace the drug trade. The last, and perhaps the most important reason, is the failure to take sufficient global measures. Europe, geographically one of the focal points of the drug trade, will continue to be affected by drug markets outside the region as it is a major market (Chandra & Joba, 2015; Dolliver, 2015). It is important to recognise that markets and criminal actors are globally interconnected and to develop effective global responses to address current and future threats.

Table 4: Structure of the EU drug market



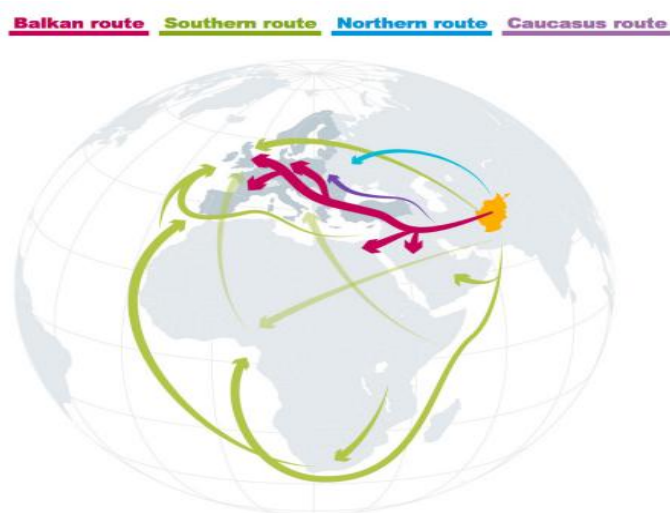
Source:(European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction & European Union Agency for Law Enforcement Cooperation, 2024)

This visualisation in Table 4 is a visualisation of the whole of Europe in the EU in particular. Since the region is a transit route and especially Western Europe has a higher level of development and economic development, Europe is of serious importance in terms of drug trafficking. In other words, the supply of drugs increases in proportion to the demand and can change its nature.

3.1. MAIN ROUTES AND TRENDS

The United Nations makes assessments on three main sub-regions within the scope of the concept of Europe (UN, 2024).³ In this context, it is possible to make evaluations over a wider geography. This part of the study will examine the diversity of drugs and the routes that support and perpetuate this diversity. When international reports on Europe are analysed, there are several types of illicit substances such as heroin and cocaine. In line with these substances, the effects of drug trafficking in Europe will be analysed in this section as well. It is also worth mentioning why the study focussed only on these two drugs when multiple drugs threaten Europe. As can be seen from Table 4, cocaine and heroin account for almost \$17 billion of the total drug market value in Europe. This volume is more than half of the entire market. The large number of variables related to the drugs that account for the rest of the market, such as synthetic drugs, new types of psychoactive substances and cannabis, has also been applied as a criterion to limit the discussion to only two drugs. These variables include, in particular, the fact that synthetic drugs and new psychoactive substances, as already mentioned, change very rapidly and are difficult to monitor, and in the case of cannabis, the legalisation of cannabis for personal use by Malta, Luxembourg and Germany. Neither in the reports nor in the literature is there any information on whether legalisation for personal use is or should be included in the total market value or in the volume mentioned in the reports and literature. For these reasons, only heroin and cocaine will be considered, the trade of these two drugs will be evaluated, their global routes will be analysed and the economics of these two types of drugs will be examined.

Map 1: Heroin trafficking routes towards Europe



Source: (EMCDDA, 2015)

³ **Eastern Europe:** Belarus, Republic of Moldova, Russian Federation and Ukraine; **South-Eastern Europe:** Albania, Bosnia and Herzegovina, Bulgaria, Croatia, Montenegro, North Macedonia, Romania, Serbia, Türkiye and Kosovo; **Western and Central Europe:** Andorra, Austria, Belgium, Cyprus, Czechia, Denmark, Estonia, Finland, France, Germany, Greece, Hungary, Iceland, Ireland, Italy, Latvia, Liechtenstein, Lithuania, Luxembourg, Malta, Monaco, Netherlands (Kingdom of the), Norway, Poland, Portugal, San Marino, Slovakia, Slovenia, Spain, Sweden, Switzerland, United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland, Faroe Islands, Gibraltar and Holy See

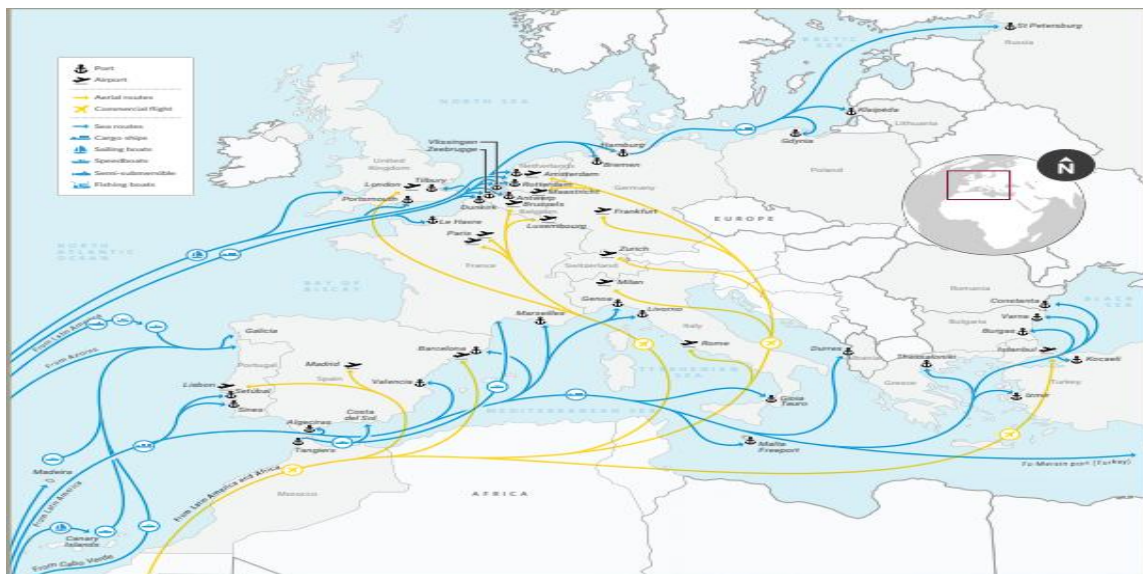
Heroin has historically been introduced into Europe in two different forms. The first and most common is brown heroin in the form of a chemical base. It comes mainly from Afghanistan and south-west Asia. The second type is white heroin in salt form. This type is also imported from the region called the Golden Crescent (Iran, Pakistan and Afghanistan) (EMCDDA, 2015; McCoy, 1993; Strang, Griffiths, & Gossop, 1997; Watson, 2018). Although the routes used from the past to the present are almost the same, these routes are named more concretely in current studies and reports on heroin trafficking. According to the EU, heroin reaches Europe mainly through three routes. However, both in the EU and UN reports and in the literature, the so-called Balkan route comes to the fore in heroin trafficking. As can be seen from Map 1, heroin trade to Europe is carried out through 4 routes, but the Caucasus route is not listed among the main heroin routes as it is generally small in volume and connected to Türkiye.

The Balkan Route: It is the oldest heroin trafficking route to Europe. It runs from Afghanistan to Iran and from there via Türkiye to south-eastern Europe and Western Europe. This route is the shortest route that can be used for heroin trafficking. Moreover, due to Türkiye's geographical location, its extensive and multifaceted trade capacity with Asia, Europe and Africa provides an infrastructure for organised crime organisations in heroin trafficking (Berlusconi, Aziani, & Giommoni, 2017; Bucur & Radulescu, 2015; Chandra & Joba, 2015; Giommoni, Aziani, & Berlusconi, 2017).

The Southern Route: This route has attracted attention due to heroin shipments through the Gulf of Oman and the Persian Gulf. Especially the Makran Coast in Baluchistan in the south-east of Iran and south-west of Pakistan is the origin point of heroin from this region. The main reason why this route attracts attention is that heroin can be delivered to Europe by including different modes of shipment and transport modes in the process (Berlusconi et.al., 2017; EMCDDA, 2015; U.S. Department of Justice, 1994; Zafar & ul Hasan, 2002).

The Northern Route: Most of the heroin trafficked through this route is transported from northern Afghanistan to Tajikistan, and from there to Kazakhstan via Kyrgyzstan and Uzbekistan. The next route is via Russia, Ukraine and Belarus to markets in Central and Western Europe (EMCDDA, 2015; Paoli, 2001; The Organized Crime Index, 2023).

Map 2: Cocaine Routes to Europe



Source:(McDermott, Bargent, Held, & Ramirez, 2021)

Cocaine, which is produced from the coca plant grown in South America, enters Europe through various routes, especially through ports. As it can be seen on Map 2, loaded smuggling with intermodal commercial containers through European ports has a great impact on the availability and accessibility of cocaine. Cocaine is the most widely used illicit stimulant drug in Europe, with an estimated 3.6 million users (aged 15-64) according to 2016 data (EMCDDA, 2016). This widespread use has made cocaine the second most seized drug in Europe after cannabis. In fact, reports for 2024 estimate that around 2.5 million people aged 15-34 in the EU alone have used cocaine in the last year (EUDA, 2024e; McDermott et.al., 2021).

Cocaine use in Europe has increased significantly, especially in the last decade (Hernandez-Roy & Bledsoe, 2023). The reason for this increase is that the global cocaine trade has moved beyond the USA and entered the more lucrative European market. There are important routes fuelling cocaine trafficking to meet this growing demand. As mentioned before, cocaine is a drug that is trafficked by sea in order to reach Europe since it is obtained from the coca plant originating from South America. At this point, cocaine enters Europe mainly through the ports of Spain and Portugal in the south and through the ports of the Netherlands and Belgium in the north (Chandra & Joba, 2015; EMCDDA, 2016; McDermott et.al., 2021). In other words, 70 per cent of the cocaine entering Europe is traded through Belgium, the Netherlands or Spain (Hernandez-Roy & Bledsoe, 2023). It is also useful to look at the origin points of the routes from South America, which are used to meet this great demand in Europe. At this point, Colombia, Bolivia and Peru stand out. Two characteristics of these countries are noteworthy. Firstly, these countries are the origin points of cocaine for Europe. Secondly, these countries alone harvest 99.5 per cent of the coca plant globally.

3.2. FACTORS AFFECTING PRICES

Heroin and cocaine are the two drugs that dominate the European drug market. Although the regions of supply vary, the European market is targeted by following very different routes towards Europe. In fact, the maps of the routes are provided both to visualise the trafficking and to show the distance of the drug production centres to the target region of Europe. Looking at the routes and source countries shown on the maps, two questions arise. Firstly, why is cocaine, a drug originating from South America, brought to Europe? The second question is what is the proportion between the risk taken and the gain? This part of the study aims to answer these two fundamental questions by analysing the drugs in question.

Cervero (1981) mentioned that a long trip increases operators' costs more than a short trip. In the light of the results obtained in more recent studies in this direction (Jara-Díaz, Gschwender, Castro, & Lepe, 2024; Jørgensen & Preston, 2007; Nikolaevich Lada, Viktorovich Sazonov, & Olegovich Skobelev, 2016), the fact that distance increases the cost and therefore the final price. In this illicit trade, when all other risks (such as drug spoilage, seizure, inter-organisational confrontation) are ignored, it leads to an increase in cocaine prices. As mentioned in the previous section, the main reason why the direction of cocaine trafficking shifts from the USA to Europe is the higher prices. To explain this situation, while the price of a kilogram of cocaine in the USA is around \$28,000, this price rises to around \$40,000 in France and Spain. In fact, according to the information obtained during the seizures in 2023, the price of a kilogram of cocaine in Estonia even reaches \$220,000 at some locations (Hernandez-Roy & Bledsoe, 2023; McDermott et.al., 2021; UNODC, 2023).

As with all drugs, the prices of these substances vary for a variety of reasons. Foremost among these reasons is, of course, the illicit nature of these substances. At this point, the relationship between the amount, continuity and purity of the trafficking and the penalty to be imposed and the possible profit to be obtained is effective (Miron, 2003). In other words, the profit and loss analysis to be made by the smuggler in line with the rational choice theory will be one of the factors determining the price of the

drug (Yıldız, 2020). As in every trade, the risks that exist and are taken in the smuggling process in drug smuggling and the multiple transactions between the producer and the consumer cause an increase in the price (Chandra & Joba, 2015). In simpler terms, if the point of production is close to the point of consumption, the price will be lower; if the point of production and the point of consumption are far away, the price will be higher.

Table 5: Cocaine and Heroin Prices

Substance	Unit	Measure	Price Range (Average)
Cocaine	EUR/g	Retail	Min.31,69-Max. 120
Cocaine	EUR/kg	Wholesale	Min.27214-Max. 55000
Heroin (base)	EUR/g	Retail	Min.20.09-Max. 79
Heroin (base)	EUR/kg	Wholesale	Min.20059-Max.31232

Source:(EUDA, 2024a, 2024d)

There are many variables related to drug prices. In the sections of the study so far, when we look at the issues affecting prices by presenting the issues mentioned in a more organised manner, the issues we encounter are generally associated with the prices of drugs with issues such as the route of trade, the risk of capture at the target entry points, the size of demand and the frequency of operations of the countries in the process of trade. In these respect, the ‘distance’ issue increases the price of drugs due to the inherent risks of trade and the multiple transactions they are often subjected to as they move from producer to consumer (Miron, 2003). Although there are different views on prices, the main point to be considered here is the relationship between supply and demand. While there was a decline in the prices of heroin and cocaine during periods of drug seizures, this did not destabilise demand. At this point, the prices of drugs are determined not by the increase or decrease in demand, but by the adequacy of supply (Chandra & Joba, 2015; Clements, 2006; Farrell, Mansur, & Tullis, 1996). However, there are also sources in the literature that show a sharp relationship between price and demand. For example, it is mentioned that a 10 per cent increase in the price of illicit drugs results in a decrease in demand of about 9% (Payne, Manning, Fleming, & Pham, 2020). This shows that the demand for illicit drugs has weak price elasticity on average.

4. CONSEQUENCES OF COCAINE AND HEROIN TRAFFICKING IN EUROPE

Drug trafficking has multiple and very different consequences, first on individuals and then at the social level. From a global perspective, drug-related deaths, security violations in source and destination countries, social unrest and damage to the environment of trust, and a serious economic market capacity are the general summaries of the consequences of drug trafficking. From this point of view, it is seen that similar problems have consequences for the drug trade towards Europe. In this part of the study, the human-centred consequences of drug trafficking and the economic consequences for Europe as a whole will be discussed.

It is very difficult to find holistic information on Europe as a whole. However, up-to-date statistics are also difficult to obtain. According to 2022 data, an estimated 6392 people died from drug overdose in the EU. This number was announced as 6959 when the EU, Norway and Turkey were added. Of this number, 23% are women and 77% are men (EUDA, 2024b). The main cause of these deaths is drug injection. According to UN data for 2022, almost 3 million people between the ages of 16 and 64 inject drugs in Europe as a whole (UNODC, 2022). At this point, not only the problem of drug injection, but also the use of non-sterile injection methods and the use of syringes more than once can lead to various diseases. Almost 500 thousand of these 3 million people are HIV positive and almost 2 million are carriers of hepatitis-b and hepatitis-c (UNODC, 2022). Even when analysed globally, HIV and viral

hepatitis are more prevalent among people who inject drugs than deaths due to overdose (Arum et.al., 2021). The scale of the phenomenon is so large that there are locations such as France (1993), Italy (1994), Spain (1994), Portugal (1995), and Ireland, the Netherlands, and Finland (all before 2001) and Eastern Europe (Estonia, Russia, and Ukraine 2000-10) where there have been recorded epidemics caused by people who inject drugs (Jarlais et.al., 2020; Wiessing et.al., 2008, 2011).

Apart from deaths due to drug use, another problem that people experience due to drug trafficking is the link between drugs and crime. According to United Nations data, Europe has the highest rate of drug trafficking, drug-related investigations and arrests in the world (UN, 2024). This poses a significant challenge. While the rate of persons arrested for drug use or possession offences in the Americas is one of the highest after Europe with 144 arrests per 100,000 population, the region has the lowest conviction rate for such offences (EUROJUST, 2024). The main reasons for this difference are many different reasons such as the size of the drug using population and the level of capture.

Drug-related deaths, other disease transmission, drug trafficking and judicial processes related to drug use are the most visible parts of the drug trade. At this point, another loss caused by the drug trade, which has a very large budget as emphasised at the beginning of the study, is the expenditures made by states and individuals to get rid of drug-based problems. In addition to the negative health impacts of drug use, the money spent on drug treatment is a significant cost to individuals and governments. According to the According to 2017 data, the number of people in treatment for drug use in the European Union (28), Turkey and Norway is around 1.5 million (Costa Storti, 2019; EMCDDA, 2017). In 24 European Countries⁴, expenditure to treat drug disorders was close to 0.3% of overall health expenditure (Casal, Storti, & Morgan, 2020). Although this number may seem proportionally small, the total expenditure on drug-related treatment in 2015 was close to 300 million euros (Casal et.al., 2020; Eurostat, 2024; Lievens, Vander Laenen, & Christiaens, 2014; Macro Trends, 2024). It is not possible to find a specific source for the total budget allocated to the fight against drugs in these 24 countries, but it is estimated that it represents between 23% and 83% of drug-related public expenditure (EUDA, 2024c). The differences that arise here are due to policy options and the organisation of public services. Public expenditure in the fight against drugs is only part of the costs borne by society. In addition to public expenditure, costs borne by individuals, such as private contributions to medical care, and costs external to society, such as lost productivity and financial costs resulting from premature deaths and illnesses related to drug use, can be added (Hofmarcher, Leppänen, Månsdotter, Strandberg, & Håkansson, 2024; Vella, Ibáñez, Segura, Colom, & García-Altés, 2022). Taking these costs into account, the social cost of illicit drugs is estimated to be between 0.1 per cent and 2 per cent of GDP in the European countries for which we have information (EUDA, 2024c).

CONCLUSION

Although there are many different drugs in the European drug market, heroin and cocaine dominate the European market. Globally, Europe is a destination for drug trafficking and the European drug market has an increasing volume due to both the existing demand and the diversity of entry points. At this point, it is also possible to explain the growth trend in this market mainly by the relationship between supply and demand in drugs. Europe, which has a relatively easier and higher supply of heroin due to its geographical proximity to heroin production and the fact that it is sometimes the destination and sometimes the transit route of global heroin transport routes, has become a target for South

⁴ Austria, Bulgaria, Croatia, Cyprus, Czechia, Denmark, Finland, France, Germany, Hungary, Ireland, Italy, Latvia, Lithuania, Luxembourg, Netherlands, Norway, Poland, Portugal, Romania, Spain, Sweden, Switzerland, and the United Kingdom.

American cocaine supply due to its many different global ports and the ease and frequency of transit between different modes of transport.

Based on the evaluations of the study, it is possible to say the following about heroin and cocaine trafficking in Europe;

- International organisations or states that define drug trafficking make definitions from their own perspectives. In this context, for the European Union, although not for Europe in general, the issue of drug trafficking has been formulated in a way to cover the process from production to sale, as well as the economic side of this issue. As a matter of fact, drug trafficking is an increasing illegal economic factor in Europe.
- While Europe is a major market for heroin and cocaine supply due to its location, it is also a major market for other synthetic drugs, especially NPSs. In particular, during and after Covid-19, the supply of drugs via the internet has increased significantly and this has been emphasised in both EU and UN reports.
- Cocaine and heroin account for about \$17 billion of the total drug market value in Europe. Accordingly, particular attention needs to be paid to the supply of these substances. Although there are four main heroin supply routes to Europe, the Caucasian route is not significant in terms of flow volume and the volume of the Balkan route. Between 2015 and 2019, more than 70 % of the heroin entering Europe came from the Balkan route, 18 % from the Southern route and 7 % from the Northern route (Turkish National Police, 2022). According to UN data from 2015, the volume of the Balkan route is around 170 tonnes (UNODC, 2015). It is not possible to find up-to-date data on this subject. However, the amount of heroin seized by Turkey, which is the gateway of this route to Europe, in the operations carried out in 2022 alone is over 22 tonnes (Turkish National Police, 2022).
- Western and Central Europe remains the second largest cocaine market worldwide. In 2022, 270 tonnes of cocaine shipped from South America to Europe were seized in European ports (Öner, Çavuş, Güler, & Esen, 2022). In 2024, this number increased to 300 tonnes (European Commission, 2024). There is no information and estimates on how much cocaine has entered Europe. However, the UK's National Crime Agency (NCA) estimates that around 117 tonnes of cocaine is consumed annually across England, Scotland and Wales (Kelly et.al., 2024).
- Another issue raised in the study is the reasons for the retail price differences between cocaine and heroin. In this context, the study shows that both wholesale and retail prices of heroin are lower than cocaine. The reason for this is associated with the geographical distance of both substances from the source country to Europe. As the distance increases, issues such as the risk of capture, transport costs and the possibility of drug deterioration come to the fore, the price of heroin based in Afghanistan is lower than cocaine based in South America. At this point, the difference between prices can be interpreted by revealing the basic relationship between supply and demand. The price of heroin, whose supply is more abundant and frequent, remains lower than that of cocaine, whose supply is relatively more risky. However, it is noteworthy that even in periods when the prices of drugs increase; there is no significant decrease in the demand of users, which is valid for both drugs.
- The study also shows that heroin and cocaine use in Europe is not only a drug problem. In addition, increasing public health problems and deaths due to infectious diseases such as HIV, hepatitis b and C, which spread rapidly due to drug injection, are among the leading problems based on drug use. In addition, judicial penalties are imposed for involvement in drug trafficking. This has made Europe the world's leading country in the number of arrests for drug use or possession offences. In the case of heroin and cocaine, drugs also have a negative impact on expenditure. In particular, the money spent by individuals on drug treatment and the costs

incurred by states in this context have a significant place in total health expenditures. Moreover, the expenditures made by the states in the process of combating drugs have a social cost as they impose a burden on each individual living in the European society.

Heroin and cocaine are the substances with the highest demand on the European market for drug trafficking and use. The trafficking of these substances has made the European market a target due to the unpredictable demand, the proximity to major drug routes and the large number of entry points into Europe. This situation has seriously affected and continues to affect Europe with both individual and social negativities.

BIBLIOGRAPHY

- Araújo, M. S. da S., & Silva, I. L. R. da. (2024). CRIMINOLOGICAL ANALYSIS OF FEMALE INCARCERATION FOR THE CRIME OF DRUG TRAFFICKING. *ARACÊ*, 6(1), 205-218. <https://doi.org/10.56238/arev6n1-012>
- Aronowitz, A. A. (2009). *Human Trafficking, Human Misery The Global Trade in Human Beings*. Westport, Conn: Greenwood Publishing.
- Arum, C., Fraser, H., Artenie, A. A., Bivegete, S., Trickey, A., Alary, M., ... Stratheed, S. A. (2021). Homelessness, unstable housing, and risk of HIV and hepatitis C virus acquisition among people who inject drugs: A systematic review and meta-analysis. *The Lancet Public Health*, 6(5), e309-e323. [https://doi.org/10.1016/S2468-2667\(21\)00013-X](https://doi.org/10.1016/S2468-2667(21)00013-X)
- Astorga, L., & David, S. (2010). *Drug Trafficking Organizations and Counter-Drug Strategies in the U.S.-Mexican Context* (Sy USMEX WP 10-01). UC San Diego: Center for U.S.-Mexican Studies. Geliş tarihi gönderen UC San Diego: Center for U.S.-Mexican Studies website: <https://escholarship.org/uc/item/8j647429#author>
- Berlusconi, G., Aziani, A., & Giommoni, L. (2017). The determinants of heroin flows in Europe: A latent space approach. *Social Networks*, 51, 104-117. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2017.03.012>
- Bucur, S. C., & Radulescu, I. G. (2015). *Trends And Insights In The Eu Heroin Market*. 37(1), 85-94.
- Casal, B., Storti, C. C., & Morgan, D. (2020). Expenditure on the treatment of drug and alcohol disorders in hospitals: How much and what explains it? *International Journal of Drug Policy*, 79, 102750. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2020.102750>
- Cervero, R. (1981). Flat versus differentiated transit pricing: What's a fair fare? *Transportation*, 10(3), 211-232. <https://doi.org/10.1007/BF00148459>
- Chandra, S., & Joba, J. (2015). Transnational cocaine and heroin flow networks in western Europe: A comparison. *International Journal of Drug Policy*, 26(8), 772-780. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2015.04.016>
- Clements, K. W. (2006). Pricing and Packaging: The Case of Marijuana. *The Journal of Business*, 79(4), 2019-2044. <https://doi.org/10.1086/503655>
- Costa Storti, C. (2019, Ekim 23). *Drug and alcohol treatment: How much does it cost in Europe?* Program adı: Lisbon Addictions 2019. Geliş tarihi gönderen <https://www.lisbonaddictions.eu/lisbon-addictions-2019/presentations/drug-and-alcohol-treatment-how-much-does-it-cost-europe>
- Council of Europe. (2005). *Organized crime situation report 2005: Focus on the threat of economic crime*. Strasbourg: Council of Europe.

- Danziger, R., Martens, J., & Guajardo, M. (2009). Human Trafficking and Migration Management. İçinde C. Friesendorf (Ed.), *Trategies Against Human Trafficking: The Role of the Security Sector* (ss. 261-298). Vienna: National Defence Academy and Austrian Ministry of Defence and Sport.
- DEA. (2021). *2020 NATIONAL DRUG THREAT ASSESSMENT* (Sy DEA-DCT-DIR-008-21). U.S. Department of Justice. Geliş tarihi gönderen U.S. Department of Justice website: https://www.dea.gov/sites/default/files/2021-02/DIR-008-21%202020%20National%20Drug%20Threat%20Assessment_WEB.pdf
- Dolliver, D. S. (2015). Socio-Cultural Impacts on Drug Trafficking Trends in Europe. *European Journal of Crime, Criminal Law and Criminal Justice*, 23(4), 383-406. <https://doi.org/10.1163/15718174-23032079>
- EMCDDA. (2015). Opioid trafficking routes from Asia to Europe. Geliş tarihi 19 Aralık 2024, gönderen https://www.euda.europa.eu/publications/pods/opioid-trafficking-routes_en
- EMCDDA. (2016). Cocaine Trafficking to Europe [European Union Drug Agency]. Geliş tarihi 20 Aralık 2024, gönderen https://www.drugsandalcohol.ie/25583/1/Cocaine%20trafficking_POD2016.pdf
- EMCDDA. (2017). *Drug treatment expenditure: A methodological overview*. LU: Publications Office. Geliş tarihi gönderen <https://data.europa.eu/doi/10.2810/052028>
- EU Drug Agency. (2024). *Understanding Europe's drug situation in 2024*. Geliş tarihi gönderen https://www.euda.europa.eu/publications/european-drug-report/2024/drug-situation-in-europe-up-to-2024_en
- EUDA. (2024a). Cocaine – the current situation in Europe (European Drug Report 2024). Geliş tarihi 24 Aralık 2024, gönderen https://www.euda.europa.eu/publications/european-drug-report/2024/cocaine_en#edr24-cocaine-figure-3.1
- EUDA. (2024b). Drug-induced deaths – the current situation in Europe (European Drug Report 2024). Geliş tarihi 31 Aralık 2024, gönderen https://www.euda.europa.eu/publications/european-drug-report/2024/drug-induced-deaths_en#edr24-drd-figure-11.2
- EUDA. (2024c). Drug-related responses: The costs of actions. Geliş tarihi 08 Ocak 2025, gönderen https://www.euda.europa.eu/publications/edr/trends-developments/2017/html/harms-responses/drug-related-responses_en
- EUDA. (2024d). Heroin and other opioids – the current situation in Europe. Geliş tarihi 24 Aralık 2024, gönderen https://www.euda.europa.eu/publications/european-drug-report/2024/heroin-and-other-opioids_en
- EUDA. (2024e). Statistical Bulletin 2024—Prevalence of drug use. Geliş tarihi 24 Aralık 2024, gönderen European Union Drugs Agency website: https://www.euda.europa.eu/data/stats2024/gps_en
- EUROJUST. (2024). 2022 in figures | Eurojust | European Union Agency for Criminal Justice Cooperation. Geliş tarihi 08 Ocak 2025, gönderen <https://www.eurojust.europa.eu/annual-report-2022/2022-figures>
- European Commission. (2024). Commission launches the European Ports Alliance Public Private Partnership to fight organised crime and drug trafficking. Geliş tarihi 10 Ocak 2025, gönderen https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hu/ip_24_344
- European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction & European Union Agency for Law Enforcement Cooperation (Ed.). (2024). *EU drug markets analysis 2024: Key insights for policy and practice*. Luxembourg: Publications Office. <https://doi.org/10.2810/34465>
- Europol. (2022). Drug Trafficking. Geliş tarihi 10 Aralık 2024, gönderen <https://www.europol.europa.eu/crime-areas/drug-trafficking>

- Eurostat. (2024). Healthcare expenditure statistics—Overview—Statistics Explained. Geliş tarihi 13 Aralık 2024, gönderen https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Healthcare_expenditure_statistics_-_overview
- Farrell, G., Mansur, K., & Tullis, M. (1996). COCAINE AND HEROIN IN EUROPE 1983-93: A Cross-national Comparison of Trafficking and Prices. *British Journal of Criminology*, 36(2), 255-281. <https://doi.org/10.1093/oxfordjournals.bjc.a014085>
- Giommoni, L., Aziani, A., & Berlusconi, G. (2017). How Do Illicit Drugs Move Across Countries? A Network Analysis of the Heroin Supply to Europe. *Journal of Drug Issues*, 47(2), 217-240. <https://doi.org/10.1177/0022042616682426>
- Hernandez-Roy, C., & Bledsoe, R. (2023). Tracking Transatlantic Drug Flows: Cocaine's Path from South America Across the Caribbean to Europe. Geliş tarihi 25 Aralık 2024, gönderen CSIS website: <https://features.csis.org/tracking-transatlantic-drug-flows-cocaines-path-from-south-america-across-the-caribbean-to-europe/index.html>
- Hofmarcher, T., Leppänen, A., Månsdotter, A., Strandberg, J., & Håkansson, A. (2024). Societal costs of illegal drug use in Sweden. *International Journal of Drug Policy*, 123, 104259. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2023.104259>
- INTERPOL. (2011). Drug trafficking. Geliş tarihi 10 Aralık 2024, gönderen <https://www.interpol.int/en/Crimes/Drug-trafficking>
- Jara-Díaz, S., Gschwender, A., Castro, J. C., & Lepe, M. (2024). Distance traveled, transit design and optimal pricing. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 179, 103928. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2023.103928>
- Jarlais, D. C. D., Sypsa, V., Feelemyer, J., Abagiu, A. O., Arendt, V., Broz, D., ... Wiessing, L. (2020). HIV outbreaks among people who inject drugs in Europe, North America, and Israel. *The lancet. HIV*, 7(6), e434-e442. [https://doi.org/10.1016/S2352-3018\(20\)30082-5](https://doi.org/10.1016/S2352-3018(20)30082-5)
- Jørgensen, F., & Preston, J. (2007). The Relationship between Fare and Travel Distance. *Journal of Transport Economics and Policy*, 41(3), 451-468. Geliş tarihi gönderen <https://www.jstor.org/stable/20054030>
- Kan, P. R. (2016). *Drug Trafficking and International Security*. Plymouth, UK: Rowman&Littlefield.
- Kelly, A., Paz, A. L. G., Swan, L., Symons, H., Data, W. by A. K., Paz, visuals by A. L. G., & Cousins, R. (2024, Haziran 11). How big is Europe's cocaine problem – and what is the human cost? *The Guardian*. Geliş tarihi gönderen <https://www.theguardian.com/global-development/article/2024/jun/11/how-big-is-europes-cocaine-problem-and-what-is-the-human-cost>
- Lievens, D., Vander Laenen, F., & Christiaens, J. (2014). Public spending for illegal drug and alcohol treatment in hospitals: An EU cross-country comparison. *Substance Abuse Treatment, Prevention, and Policy*, 9, 26. <https://doi.org/10.1186/1747-597X-9-26>
- Macro Trends. (2024). European Union Healthcare Spending 2000-2024. Geliş tarihi 13 Aralık 2024, gönderen <https://www.macrotrends.net/global-metrics/countries/EUU/european-union/healthcare-spending>
- McCoy, A. W. (1993). Heroin as a Global Commodity: A History of Southeast Asia's Opium Trade. İçinde *War On Drugs*. Routledge.
- McDermott, J., Bargent, J., Held, D. den, & Ramirez, M. F. (2021). *The Cocaine Pipeline To Europe* [Research Report]. Global Initiative against Transnational Organized Crime. Geliş tarihi gönderen Global Initiative against Transnational Organized Crime website: <https://globalinitiative.net/wp-content/uploads/2021/02/The-cocaine-pipeline-to-Europe-GI-TOCInsightCrime.pdf>

- Miron, J. A. (2003). The Effect of Drug Prohibition on Drug Prices: Evidence from the Markets for Cocaine and Heroin. *The Review of Economics and Statistics*, 85(3), 522-530. Geliş tarihi gönderen <https://www.jstor.org/stable/3211694>
- Moeller, K. (2018). Drug Market Criminology: Combining Economic and Criminological Research on Illicit Drug Markets. *International Criminal Justice Review*, 28(3), 191-205. <https://doi.org/10.1177/1057567717746215>
- Nikolaevich Lada, A., Viktorovich Sazonov, V., & Olegovich Skobelev, P. (2016). Method for Transportation Cost Calculation on the Basis of Full Cycle (Round Trip). *Indian Journal of Science and Technology*, 9(20). <https://doi.org/10.17485/ijst/2016/v9i20/94478>
- Öner, İ., Çavuş, H., Güler, Ö., & Esen, M. E. (2022). *TURKEY'S GROWING ROLE IN GLOBAL COCAINE TRAFFICKING*. Brüksel: instituDE.
- Paoli, L. (2001). Drug Trafficking in Russia: A Form of Organized Crime? *Journal of Drug Issues*, 31(4), 1007-1037. <https://doi.org/10.1177/002204260103100411>
- Payne, J., Manning, M., Fleming, C., & Pham, H.-T. (2020). The price elasticity of demand for illicit drugs: A systematic review. *Trends and Issues in Crime and Criminal Justice [Electronic Resource]*, (606), 1-19. (informit.448197509271195). Geliş tarihi gönderen <https://search.informit.org/doi/10.3316/informit.448197509271195>
- Singer, M. (2008). Drugs and development: The global impact of drug use and trafficking on social and economic development. *International Journal of Drug Policy*, 19(6), 467-478. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2006.12.007>
- Strang, J., Griffiths, P., & Gossop, M. (1997). Heroin smoking by “chasing the dragon”: Origins and history. *Addiction (Abingdon, England)*, 92(6), 673-683; discussion 685-695. <https://doi.org/10.1046/j.1360-0443.1997.9266734.x>
- The Organized Crime Index. (2023). Criminality in Russia. Geliş tarihi 20 Aralık 2024, gönderen <https://ocindex.net/>
- Turkish National Police. (2022). *2022 Türkiye Drug Report* (Sy 2022/9). Turkish National Police. Geliş tarihi gönderen Turkish National Police website: <https://www.narkotik.pol.tr/2022-turkiye-national-drug-report-yayinlanmistir>
- UN. (2024). *World Drug Report 2024*. UN. Geliş tarihi gönderen UN website: <https://www.unodc.org/unodc/en/data-and-analysis/world-drug-report-2024.html>
- UN Department for General Assembly and Conference Management. (2024). Regional groups of Member States. Geliş tarihi 16 Aralık 2024, gönderen <https://www.un.org/dgacm/en/content/regional-groups>
- UNODC. (2010). Drug trafficking. Geliş tarihi 09 Aralık 2024, gönderen United Nations: Office on Drugs and Crime website: <http://www.unodc.org/unodc/en/drug-trafficking/index.html>
- UNODC. (2015). *Drug Money: The illicit proceeds of opiates trafficked on the Balkan route*. Viyana: Division for Policy Analysis and Public Affairs. Geliş tarihi gönderen Division for Policy Analysis and Public Affairs website: https://www.unodc.org/documents/data-and-analysis/Studies/IFF_report_2015_final_web.pdf
- UNODC. (2022). People who inject drugs – regional estimates. Geliş tarihi 31 Aralık 2024, gönderen <https://dataunodc.un.org/dp-drug-use-characteristics-regional>
- UNODC. (2023). Drug Trafficking & Cultivation. Geliş tarihi 25 Aralık 2024, gönderen <https://dataunodc.un.org/dp-drug-prices>
- U.S. Department of Justice. (1994). *Drug Trafficking From Southwest Asia* (Drug Intelligence Report Sy DEA-94014). Drug Enforcement Administration. Geliş tarihi gönderen Drug Enforcement Administration website: <https://www.ojp.gov/pdffiles1/Digitization/151459NCJRS.pdf>

- Vella, V., Ibáñez, N., Segura, L., Colom, J., & García-Altés, A. (2022). An estimation of the social cost of illicit drug consumption in Catalonia. *Adicciones*, 34(1). <https://doi.org/10.20882/adicciones.1421>
- Watson, M. (2018). *Guns, Drugs, and Thugs: Smuggling in the Golden Crescent*. Winter. Geliş tarihi gönderen <https://www.iar-gwu.org/print-archive/rd6yeppccpud0opgkamoq1uzjz5izy>
- Wiessing, L., Laar, M. J. van de, Donoghoe, M. C., Guarita, B., Klempová, D., & Griffiths, P. (2008). HIV among injecting drug users in Europe: Increasing trends in the East. *Eurosurveillance*, 13(50), 19067. <https://doi.org/10.2807/ese.13.50.19067-en>
- Wiessing, L., Likatavicius, G., Hedrich, D., Guarita, B., van de Laar, M. J., & Vicente, J. (2011). Trends in HIV and hepatitis C virus infections among injecting drug users in Europe, 2005 to 2010. *Euro Surveillance: Bulletin Europeen Sur Les Maladies Transmissibles = European Communicable Disease Bulletin*, 16(48), 20031.
- Yıldız, F. (2020). RASYONEL SEÇİM TEORİSİ İLE ORGANİZE SUÇLARI ANLAMAK. *Akademik Hassasiyetler*, 7(14), 147-171. Geliş tarihi gönderen <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akademik-hassasiyetler/issue/58511/790710>
- Zafar, T., & ul Hasan, S. (2002). A sociodemographic and behavioral profile of heroin users and the risk environment in Quetta, Pakistan. *International Journal of Drug Policy*, 13(2), 121-125. [https://doi.org/10.1016/S0955-3959\(02\)00011-7](https://doi.org/10.1016/S0955-3959(02)00011-7)



ÜÇÜNCÜ PARTİ LOJİSTİK ŞİRKETLERİNİN TEDARİK SÖZLEŞMESİ YOLUYLA SAĞLADIĞI DIŞ KAYNAK KULLANIMININ ANALİZİ

Salih AKA¹

ÖZET

Tedarik zinciri içerisinde üretim faaliyetini gerçekleştiren paydaşlar kendi öz yeteneklerine odaklanarak dolaylı faaliyetleri için dış hizmet desteği alabilmektedir. Bu yaklaşım tedarik zinciri sürecinin sonunda ortaya çıkan ürün ve hizmetlerin çok daha yüksek katma değer sunmasına yardımcı olabilmektedir. Dış hizmet desteği konusunda uzmanlaşmış üçüncü parti lojistik firmaları, hizmet talep eden alıcı işletmelerin tedarik, depolama, teslimat gibi envanter ve dağıtım kararları için uzmanlık desteği sağlayabilmektedir. Tedarik sözleşmeleri alıcı ile üçüncü parti lojistik firmaları arasındaki ekonomik sürdürülebilirliğin sağlanmasında anahtar öneme sahip araçlardan biridir. Bu çalışmada dış hizmet talep eden bir işletme ile üçüncü parti lojistik firmaları arasındaki sözleşme matematiksel olarak modellenmiş ve kurgulanan senaryolar ile sözleşme maddelerinin ortaya koyduğu maliyet değişimi incelenmiştir. Analizler, sözleşmenin maliyet etkinliğinin çok boyutlu bir şekilde ortaya çıkarılmasına yardımcı olmaktadır. Çalışma ile tedarik sözleşmelerinin incelenmesine yönelik alternatif bir yaklaşım sunulmaktadır. Önerilen model, sözleşme parametrelerinin ayarlanmasıyla maliyet optimizasyonunu hedefleyerek değer zincirinin iyileştirilmesine olanak tanımaktadır.

Anahtar Kelimeler: tedarik sözleşmeleri, üçüncü parti lojistik, doğrusal programlama, dış kaynak kullanımı

ANALYSIS OF OUTSOURCING PROVIDED BY THIRD PARTY LOGISTICS COMPANIES THROUGH SUPPLY CONTRACT

ABSTRACT

Stakeholders performing production activities within the supply chain can focus on their own capabilities and receive external service support for their indirect activities. This approach can help the products and services that emerge at the end of the supply chain process to offer much higher added value. Third-party logistics companies that specialize in external service support can provide expert support for inventory and distribution decisions such as supply, storage, and delivery of recipient businesses that request services. Supply contracts are one of the key tools in ensuring economic sustainability between the buyer and third-party logistics companies. In this study, a contract between a business requesting external service and third-party logistics companies is mathematically modeled and the cost changes revealed by the contract articles are examined with the scenarios that are constructed.

¹ Dr. Öğretim Üyesi, EBYÜ, İşletme Bölümü, salih.aka@erzincan.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6386-8582

Geliş Tarihi: 23.01.2025 / Kabul Tarihi: 14.05.2025 Çalışma Türü: Araştırma Makalesi

Yazarlar, herhangi bir çıkar çatışması beyan etmemiştir. Turnitin/Ithenticate/İntihal ile İntihal Kontrolünden Geçmiştir. Screened for Plagiarism by Turnitin/Ithenticate/İntihal Licenced by CC-BYNC ile lisanslıdır.

The analyses help to reveal the multi-dimensional cost effectiveness of the contract. An alternative approach is presented with the study for examining supply contracts. The proposed model allows for the improvement of the value chain by targeting cost optimization by adjusting the contract parameters.

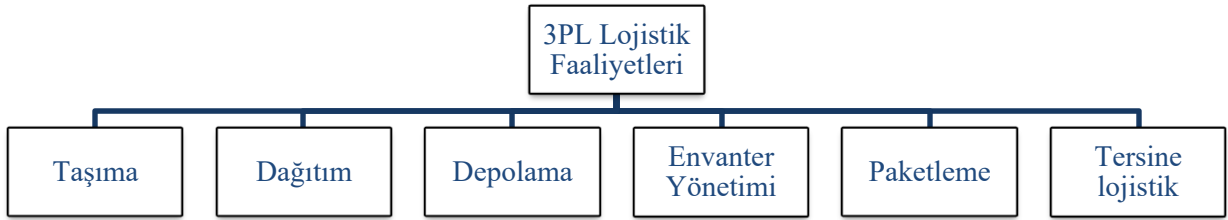
Key Words: supply contracts, third-party logistics, linear programming, outsourcing

GİRİŞ

Tedarik zincirleri ortak bir amacı gerçekleştirmeye çalışan birden fazla paydaşın bir araya geldiği bir iş sistemi bütünüdür. Müşteriye ulaşan ürün veya hizmette tüm aktörlerin rolü vardır ve değer zinciri her bir paydaşın katkıları ile tamamlanmaktadır. Tedarik zinciri sistemleri geliştikçe, zincir içerisindeki paydaşların kendi öz faaliyetlerine odaklanmasının toplam katma değeri daha da büyüttüğü anlaşılmaktadır. Özellikle üretim işletmelerinde kendi öz faaliyetlerine odaklanarak tedarik zinciri süreçlerinin diğer unsurları için kendi işinde uzman dış hizmet desteği alınması anlayışı giderek daha çok kabul görmektedir. Bu dönemde üçüncü parti lojistik (3PL) firmaları üretim işletmelerinin ihtiyaç duyduğu bazı hizmetler için dış kaynak desteği sağlayarak operasyon verimliliğine katkı sağlamaktadır.

3PL firmaları kendi uzmanlık alanları doğrultusunda firmaların öz yeteneklerinin dışında kalan ve üretimin gerçekleşmesi için dolaylı olarak ihtiyaç duyulan kimi faaliyetleri sözleşmelerce belirlenen taahhütler içerisinde gerçekleştirerek, işverenleri olan işletmenin maliyetlerini düşürmesine yardımcı olmakta, ilgilendikleri faaliyetlerin teknolojik ve işlevsel olarak sürekli gelişimini sağlamakta ve bu yolla işbirliği içerisindeki işletmenin rekabetçiliğine güçlü bir katkı sağlamaktadır (Altan ve Karas Aydın, 2015). Tedarik zinciri içerisinde 3PL firmaları, depolama, nakliye, elleçleme gibi genel lojistik faaliyetlerle ilgilenmektedir. Özellikle 3PL firmaları ile iş yapan işletmeler, genellikle yüklerinin %60'ını, depolamanın %70'ini, taşımacılık hizmetlerinin %80'ini dış hizmet desteği ile sağlamayı daha tercih edilebilir bulmaktadır (Güzel vd., 2017). Şekil 1, işletmelerin genel olarak 3PL firmalarından alabileceği dış destek faaliyetlerini derlemektedir (Aguzezoul, 2014).

Şekil 1. 3PL firmaları lojistik faaliyetleri



Kaynak: (Aguzezoul, 2014)

Tedarik zinciri içerisinde özellikle taşıma operasyonları ürüne veya hizmete doğrudan bir katkı sağlamadığı ve sadece azaltılması gereken bir maliyet kalemi gibi görüldüğü için zaman zaman temel bir hamle olarak görülmeyebilir. Fakat zinciri daha verimli hale getirebilecek uygun 3PL sağlayıcılarının seçimiyle ölçek ekonomisine katkı sağlayacak çözümler elde edilebilmektedir (Mortensen ve Lemoine, 2008).

Dış destek hizmeti sağlayan 3PL firmaları ile üretim yapan işletmeler arasındaki işbirliği için iyi yapılandırılmış sözleşmelere ihtiyaç duyulmaktadır. Tedarik sözleşmeleri, sözleşmenin tarafı olan paydaşların koordinasyonuna odaklanarak tarafların hedeflerini uyumlu hale getirmekte ve tedarik zinciri içerisindeki verimsizliği azaltmaktadır (Chen, 2011). Alıcının ve satıcının taraf olduğu sözleşmelerde, fiyat indirimleri, teslim süreleri, satın alma büyüklükleri, kalite standartları, iade koşulları gibi hususlar yer alabilmektedir (Sluis ve De Giovanni, 2016). Tarafların kendi karlılıklarına ve kendi hedeflerine odaklanmaları sonucu ortaya çıkan arz ve talep belirsizliği sözleşmeler maharetiyle dengelenebilmekte ve hatta karşılıklı ticaret şartlarının düzenlenmesiyle tarafları memnun edecek ekonomik teşvikler meydana çıkmaktadır (Cachon, 2001). Bu çalışmada bir inşaat firmasının dış hizmet alımı doğrusal programlama ile modellenmektedir. Şirket ve 3PL firmaları arasındaki anlaşma sözleşme maddeleri ile sınırlandırılmaktadır. Çalışmanın uygulama kısmında ilgili sözleşme maddelerinin bağlayıcılığından kaynaklı maliyet değişimi incelenmiş ve bazı maddelerin şirket için avantajdan çok

dezavantaj yarattığı görülmüştür. Çalışmanın amacı sözleşme maddelerinden kaynaklı hizmet alım konfigürasyonunda ve maliyetteki değişimleri tespit edip şirket için en uygun şartların belirlenmesini sağlamaktır. Çalışmanın ikinci bölümünde 3PL ve tedarik sözleşmeleri ile ilgili literatür araştırmasına yer verilmiş, üçüncü bölümde problem tanımlanmış, dördüncü bölümde ise model kurulmuş ve bulgular sunulmuştur. Sonuç bölümünde ise çalışmanın genel katkılarına ve geliştirilebilir yönlerine vurgu yapılmıştır.

1. LİTERATÜR TARAMASI

3PL çalışmalarında genel olarak, tedarikçinin seçimi, seçim kriterlerinin belirlenmesi, dış hizmet alımı ile ilgili fayda-maliyet analizi, alımın planlanması, modellenmesi ve değerlendirilmesi, 3PL firmaları ile müşterileri arasındaki ilişkinin analiz edilmesi gibi konuların çalışıldığı görülmektedir (Aguezzoul, 2014). Gkanatsas ve Krikke (2020) tedarik zincirleri ve 3PL ağının kurulması sırasında tedarik zincirinden kaynaklı risklerin ve belirsizliklerin 3PL firmalarına da kaydığını vurgulamış ve dayanıklı 3PL tedarik zinciri ağı tasarımlarının geliştirilmesiyle ilgili araştırmaları derlemiştir. 3PL seçiminde çok sayıda kriterin varlığına dikkat çekilmektedir. Özellikle dış hizmet alımı tercihlerinde maliyetin yanı sıra, kalite, performans, esneklik, teslimat hızı, teslimat güvenliği, dağıtım kabiliyetleri gibi hususlar değerlendirme kriteri olarak ele alınmaktadır (Fawcett ve Smith, 1995; Morash vd., 1996). Altan ve Kardeş Aydın (2015) bulanık DEMATEL ve bulanık TOPSIS tekniklerinden oluşan bütünleşik bir yöntem ile boru fabrikası üreten bir işletmenin dört farklı 3PL firma alternatifi için karşılaştırma önerisi sunmuştur. Benzer olarak Jovčić ve Průša (2021) 3PL seçiminde kriter ağırlıklarının tespiti için CRITIC, alternatiflerin sıralanması için ise ARAS yöntemlerinden faydalanmışlardır.

Seçim kriterleri ve problem yapısı dış hizmet alımına dair 3PL seçimini ve hizmetin yapısal kararlarını etkileyebilmektedir. Nitekim problemin karmaşık yapısı veya tercihlere dair kararın kesinlik gerektirmesinden dolayı analiz yöntemi olarak çok kriterli karar verme teknikleri (Govindan vd., 2012), istatistiksel yaklaşımlar (Anderson vd., 2011), yapay zeka-öğrenen algoritmalar (Işıklar vd., 2007) ve probleme özgü kurulmuş matematiksel modeller (Perçin ve Min, 2013) kullanılabilir. German vd. (2022) 3PL hizmet sağlayıcısı seçimi sırasında tüketici niyetini etkileyen faktörlerin tespiti için yapay sinir ağı ve rastgele orman sınıflandırıcısını kullandığı analizinde, müşteri memnuniyetinin, 3PL hizmet sağlayıcısının sunduğu güvence seviyesinin ve 3PL hizmet sağlayıcısının müşteri tarafından algılanan değerinin 3PL tedarikçisi seçimi üzerinde etkili olduğunu göstermiştir. Abbasi vd. (2021) enerji kesinti risklerini ve ürün bozulabilirliğini hesaba katan bir MINLP ağ tasarımı modeli kurarak bozulabilir ürün dağıtım rolü olan 3PL depolama merkezlerindeki belirsizlikten kaynaklı riskleri azaltmayı hedeflemiştir.

İşletmelerin dış kaynak hizmeti alımında 3PL firmalarının nitelikleri üzerinden değerlendirme yapabildikleri görülmektedir. Özellikle ekonomik beklentiler de seçim alternatifleri açısından öne çıkabilmektedir. Bu aşamada 3PL firmasının vaatleri ve hizmet kalitesi, hizmet talebi olan işletmenin karar almasında etkili olabilmektedir. Givens (2021) doğru 3PL ortağı seçiminin, uygun sözleşme şartları ve koşullarını belirlemek, anlaşma kapsamını ve performans teşviklerini ortaya koymak ile başladığını belirtmektedir. Raj vd. (2022) Ethereum tabanlı bir akıllı sözleşme aracılığıyla alıcı ve satıcı arasındaki riskleri azaltmayı amaçlamıştır. Akıllı kontrat aracılığıyla 3PL firmasının zamanında teslimat performansı ve ürün takibi hakkında anlık müşteri bilgilendirmesi sağlamak mümkün hale gelebilmektedir. İki tarafın karşılıklı çıkarlarına hizmet eden sözleşmeler maliyet avantajları sunarak ekonomik sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır. Dijital imkanların gelişmesine bağlı olarak blok zincir teknolojisi akıllı tedarikçi sözleşmeleri konusunda öne çıkmaya başlamıştır. Liu vd. (2023) maliyet paylaşımı sözleşmesi ile gelir paylaşımı sözleşmesi performansını incelemiş ve her iki yöntemin blok zincir teknolojisi üzerinden hibrit çalışabileceği yeni bir yaklaşım ortaya koymuştur. Blok zincir sözleşmelerdeki paydaşların sorumluluk paylaşımı sırasında ortaya çıkabilecek sorunların azaltılmasına

da yardımcı olabilmektedir. Van Groesen ve Pauwels (2022) tedarik zinciri içerisindeki varlık takibini blok zincir teknolojisi aracılığıyla gerçekleştirmiştir. Bu sayede akıllı sözleşmeler vasıtasıyla paydaşlar arasındaki şeffaflığı artırmayı ve sözleşmenin etkinliğini artırmayı amaçlamışlardır.

2. PROBLEM TANIMI

Uluslararası bir inşaat şirketi malzeme sevkiyatı sırasındaki taşıma operasyonları için dış hizmet alımı talep etmektedir. Bu amaçla şirket karar vericileri dört farklı 3PL firması ile çalışmayı düşünmektedir. 3PL firmaları lojistik operasyonları için belirli sayıda kamyon ve tırları bulunmaktadır. Fakat firmaların kamyon ve tırları kapasite büyüklüğü, taşıma ve sigortalama maliyeti ve buna benzer çeşitli parametreler açısından farklı özelliklere sahiptir. Modelde yer alan set, değişken ve parametreler Tablo 1 notasyon tablosunda sunulmaktadır.

Tablo 1. Notasyon tablosu

Sembol	Anlamı
c_{ij}	i . 3PL firmasının j . araç ile taşıma gerçekleştirmesinin birim maliyeti, £
k_{ij}	i . firmanın j . aracına ait ortalama kapasite, ton
s_{ij}	i . firmanın j . tip toplam araç sayısı, adet
δ_j	j . araç için birim vergi maliyeti, £, 15;20
D	Talep, ton
x_{ij}	i . firmanın hizmete sunduğu j . tip araç sayısı, adet
I	Hizmet sunan 3PL firmalarının seti
J	Hizmet firmalarına ait kamyon seti
K	Değer aralığı seti
T	Değer aralığı sınır seti
G	Teknik değişken seti
w_k	k . değer aralığındaki filo büyüklüğü üyeliği
θ_k	k . değer aralığındaki filo büyüklüğü için sigortalama maliyeti, £
α_{ik}	i . firmanın k . değer aralığındaki filo büyüklüğü üyeliği
θ_{ik}	i . firmanın k . değer aralığındaki filo büyüklüğü için önerdiği iskonto, £
v_i	3PL firma seçimi önceliklerinde kullanılan teknik ikili değişken
τ_g	Sigorta aralığında kullanılan teknik ikili değişken
ε_{ig}	İskonto aralığında kullanılan teknik ikili değişken
φ	Teknik ikili değişken
SR_i	i . firmanın başarılı teslimat yüzdesi dağılımı
p_i	i . firmanın ceza katsayısı, tamsayı değişken
∂_i	i . firmanın ceza tutarı, £
b_{kt}	k . değer aralığındaki t . sınır değeri
μ_{ikt}	i . firmanın k . değer aralığı sınır t . sınır değeri
BI	Sigorta bariyeri
BD_i	i . firmanın iskonto bariyeri
γ	Konvoy için teknik tamsayı değişken

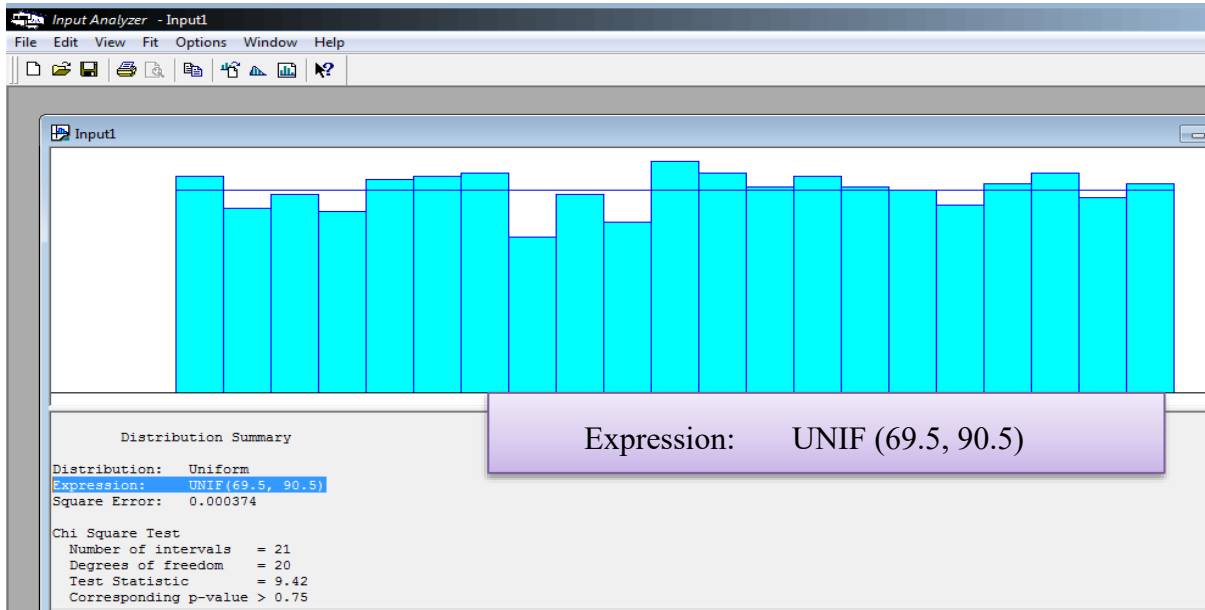
Problemin çözümüne yönelik kurulan doğrusal programlama modelinde şirketlerle yapılacak sözleşmelerdeki durum modele yansıtılmış ve ilgili maliyetlere amaç fonksiyonunda yer verilmiştir. Modelde hizmet alınacak 3PL firmaları $i \in I = \{1,2,3,4\}$ seti ile 3PL firmalarına ait sırasıyla kamyon ve tır tipi araçlar ise $j \in J = \{1,2\}$ seti ile temsil edilmektedir. Lojistik firmalarının sahip oldukları araçlar birbirinden farklıdır. Bu sebeple araçların kapasite ve birim taşıma maliyetleri değişkenlik taşımaktadır. Tablo 2’de 3PL firmalarının sahip olduğu araçların sayıları, birim taşıma maliyetleri ve bu araçların kapasitelerine dair bilgiler yer almaktadır.

Tablo 2. Araç taşıma maliyetleri, araç kapasite ve sayıları

Firma	Sayı (adet)		Taşıma Maliyeti (£/ton)		Kapasite (ton)	
	Kamyon	Tır	Kamyon	Tır	Kamyon	Tır
3PL ₁	18	12	300	400	21	32
3PL ₂	14	13	150	200	19	30
3PL ₃	12	8	75	100	23	28
3PL ₄	16	7	325	400	17	30

İnşaat şirketinin geçmiş sipariş dönemlerindeki talebini ihtiyaç duyduğu araç sayısı üzerinden kaydetmektedir. Firmanın geçmiş dönemlerine ait 1200 ayrı sipariş kaydı bulunmaktadır. Ortalama araç ihtiyacı talebi için Input Analyzer yazılımı kullanılarak bir talep dağılımı oluşturulmuştur. Şekil 2’ de talep dağılımına ait bulgular görülmektedir. Şirketin araç talebi UNIF (69.5, 90.5) dağılımına uygun seyretmektedir. Fakat inşaat firması toplam araç talebini 100 adet ile sınırlandırmaktadır.

Şekil 2. Talep dağılım verisi



İnşaat şirketi 3PL firmaları ile yaptığı sözleşmeye geçmişte zamanında teslimat gerçekleştirilememesi kabahatine sahip 3PL₁ ve 3PL₂ firması için özel bir gecikme cezası eklemek istemektedir. Firmaların hizmet verdiği araç sayısına göre teslimat başarı yüzdelerinin tutulduğu veri setleri bulunmaktadır. SPSS 22 ile yapılan regresyon analizinde 3PL₁ ve 3PL₂ firmalarının araç sayısı doğrultusunda ulaşılan teslimat başarı yüzdeleri modellenmiştir. Tablo 3 lojistik firmalarının filo büyüklüğünün teslimat başarı yüzdeleri üzerindeki etkisinin modellendiği regresyon modellerini içermektedir.

Tablo 3. Regresyon modelleri

Model	3PL ₁ Teslimat Başarısı			3PL ₂ Teslimat Başarısı		
	B	t	p	B	t	p
Sabit	76,850	97,482	0,000	80,518	153,318	0,000
Araç Sayısı	0,140	3,150	0,002	0,106	3,168	0,002
R ²	0,011			0,008		
F	9,923			10,034		
p	0,002			0,002		

Lojistik firmalarının teslimat başarı yüzdeleri filo büyüklükleri ile açıklanabilmektedir. Dolayısıyla inşaat şirketi teslimat sürecinde bu iki lojistik firmasının gecikmelerinden kaynaklı maliyetleri firmaların kendisine yansıtmak istemektedir. Sözleşmelerde 3PL₁ firmasından kaynaklı gecikmeler için firmaya verilmek üzere araç başına 80£, 3PL₂ firması içinse yine firmaya verilmek üzere araç başına 60£ ceza fatura edilmesi kararlaştırılmıştır. Şirketin araç tipine göre ödediği araç başı vergi gideri bulunmaktadır. Ayrıca inşaat şirketi hizmet alımları için araç büyüklüğünü dikkate alarak sigorta yaptıracaktır ve sigorta şirketi ile yapılan anlaşma gereği araç büyüklüğü belirli adetler içerisinde kaldığında sigorta maliyetleri filo büyüklüğünden etkilenmektedir. Modelde $k \in K = \{1,2,3,4\}$ kesikli değer aralığı seti, $t \in T = \{1,2\}$, değer aralığının alt ve üst sınır seti, b_{kt} ; k . değer aralığındaki t . sınır değeri, w_k ; k . değer aralığındaki filo büyüklüğü üyeliği ve ϑ_k ; k . değer aralığındaki filo büyüklüğü için sigortalama maliyeti olmak üzere sigortalama maliyetleri aşağıdaki gibidir:

$$\vartheta_k = \begin{cases} \vartheta_1 = 0 & \text{eğer} & w_1 = b_{11} = b_{12} = 0 \\ \vartheta_2 = 2000£ & \text{eğer} & b_{21} = 0 < w_2 \leq b_{22} = 20 \\ \vartheta_3 = 3500£ & \text{eğer} & b_{31} = 20 < w_3 \leq b_{32} = 40 \\ \vartheta_4 = 6500£ & \text{eğer} & b_{41} = 40 < w_4 \leq b_{42} = 100 \end{cases} \quad (1)$$

Sözleşmede özel durumlar da bulunmaktadır. Buna göre 3PL₁ firmasından malzeme alınırsa 3PL₂ firmasından da malzeme alınmalıdır. Fakat 3PL₃ firmasından malzeme alınırsa 3PL₄ firmasından malzeme alınmayacaktır. 3PL₁ ve 3PL₂ firmasından taşınan toplam malzeme 1500 tondan fazla olması durumunda maliyeti yüksek olan 3PL₄ firmasından en fazla 10 araç kullanılacaktır. Son olarak 3PL₁ firmasından alınacak araçlar sadece 5 araçlık konvoylar halinde gelebilmektedir.

Lojistik firmaları 3PL₁, 3PL₂ ve 3PL₄ firmaları kendilerinden sağlanacak hizmet alımlarında filo büyüklüğü sınırları doğrultusunda farklı iskonto tarifeleri önermiştir. Aralık seçimlerinde kullanılmak üzere teknik değişkenlere ihtiyaç olmaktadır ve bu teknik değişken seti $g \in G = \{1,2,3\}$ olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca modelde μ_{ikt} ; i . firmanın k . değer aralığı t . sınır değeri, α_{ik} ; i . firmanın k . değer aralığındaki filo büyüklüğü üyeliği ve θ_{ik} ; i . firmanın k . değer aralığındaki filo büyüklüğü için önerdiği iskonto olmak üzere 3PL₁, 3PL₂ ve 3PL₄ firmalarının iskonto teklifleri aşağıdaki şekildedir:

$$\theta_{1k} = \begin{cases} \theta_{11} = 0 & \text{eğer} & \alpha_{11} = \mu_{111} = \mu_{112} = 0 \\ \theta_{12} = 500£ & \text{eğer} & \mu_{121} = 0 < \alpha_{12} \leq \mu_{122} = 5 \\ \theta_{13} = 1375£ & \text{eğer} & \mu_{131} = 5 < \alpha_{13} \leq \mu_{132} = 10 \\ \theta_{14} = 3375£ & \text{eğer} & \mu_{141} = 10 < \alpha_{14} \leq \mu_{142} = 30 \end{cases} \quad (2)$$

$$\theta_{2k} = \begin{cases} \theta_{21} = 0 & \text{eğer} & \alpha_{21} = \mu_{211} = \mu_{212} = 0 \\ \theta_{22} = 400£ & \text{eğer} & \mu_{221} = 0 < \alpha_{22} \leq \mu_{222} = 5 \\ \theta_{23} = 950£ & \text{eğer} & \mu_{231} = 5 < \alpha_{23} \leq \mu_{232} = 10 \\ \theta_{24} = 2480£ & \text{eğer} & \mu_{241} = 10 < \alpha_{24} \leq \mu_{242} = 30 \end{cases} \quad (3)$$

$$\theta_{4k} = \begin{cases} \theta_{41} = 0 & \text{eğer} & \alpha_{41} = \mu_{411} = \mu_{412} = 0 \\ \theta_{42} = 200£ & \text{eğer} & \mu_{421} = 0 < \alpha_{42} \leq \mu_{422} = 4 \\ \theta_{43} = 550£ & \text{eğer} & \mu_{431} = 4 < \alpha_{43} \leq \mu_{432} = 8 \\ \theta_{44} = 1230£ & \text{eğer} & \mu_{441} = 8 < \alpha_{44} \leq \mu_{442} = 23 \end{cases} \quad (4)$$

Önerilen model inşaat şirketinin hizmet alımı sırasında karşılaşacağı maliyetin minimizasyonunda odaklanmaktadır. Analiz sırasında sözleşmede yer alan özel maddelerin çıkarılmasının genel maliyet performansı üzerindeki etkileri incelenmiştir. Tablo 4 sözleşmede yer alan özel maddelere dair senaryo kalıplarını içermektedir.

Tablo 4. Analiz senaryoları

#	Senaryo	Tanım
0	FC	Tüm şartların yer aldığı dolu sözleşmedir.
1	CP	“3PL ₁ firmasından malzeme alınırsa 3PL ₂ firmasından da malzeme alınmalıdır.” maddesi sözleşmeden çıkarılmıştır.
2	AC	“3PL ₃ firmasından malzeme alınırsa 3PL ₄ firmasından malzeme alınmayacak.” maddesi sözleşmeden çıkarılmıştır.
3	D1	3PL ₁ firması iskonto teklifini geri çekmiştir.
4	D2	3PL ₂ firması iskonto teklifini geri çekmiştir.
5	D4	3PL ₄ firması iskonto teklifini geri çekmiştir.
6	HC	“3PL ₁ ve 3PL ₂ firmasından taşınan toplam malzeme 1500 tondan fazla olması durumunda maliyeti yüksek olan 3PL ₄ firmasından en fazla 10 araç kullanılacaktır.” maddesi sözleşmeden çıkarılmıştır.
7	CV	“3PL ₁ firmasından alınacak araçlar sadece 5 araçlık konvoylar halinde gelebilir.” maddesi sözleşmeden çıkarılmıştır.
8	P1	3PL ₁ firmasının gecikme cezası kaldırılmıştır.
9	P2	3PL ₂ firmasının gecikme cezası kaldırılmıştır.

3. ANALİZ VE BULGULAR

Şirket ve 3PL firmaları arasında sözleşmede yer alan özel şartlar model kurulumunda dikkate alınmaktadır. Bu doğrultuda kurulan model aşağıdaki şekildedir.

Amaç Fonksiyonu

$$\text{Minimize } \sum_i \sum_j c_{ij} x_{ij} k_{ij} + \sum_k \vartheta_k w_k + \sum_i \sum_j \delta_j x_{ij} - \sum_i \sum_k \theta_{ik} \alpha_{ik} - \sum_{i=1}^2 \partial_i p_i \quad (5)$$

Kısıtlar

$$x_{ij} \leq s_{ij} \quad (6)$$

$$\sum_i \sum_j x_{ij} \leq 100 \quad (7)$$

$$\sum_i \sum_j x_{ij} \geq D \quad (8)$$

$$BI = \sum_k b_{k2} w_k \quad (9)$$

$$\sum_k w_k = 1 \quad (10)$$

$$w_1 \leq \tau_1 \quad (11)$$

$$w_2 \leq \tau_1 + \tau_2 \quad (12)$$

$$w_3 \leq \tau_2 + \tau_3 \quad (13)$$

$$w_4 \leq \tau_3 \quad (14)$$

$$\sum_g \tau_g = 1 \quad (15)$$

$$BI = \sum_i \sum_j x_{ij} \quad (16)$$

$$\sum_j x_{1j} = \sum_j s_{1j} v_1 \quad (17)$$

$$\sum_j x_{2j} = \sum_j s_{2j} v_2 \quad (18)$$

$$v_1 \leq v_2 \quad (19)$$

$$\sum_j x_{3j} = \sum_j s_{3j} v_3 \quad (20)$$

$$\sum_j x_{4j} = \sum_j s_{4j} v_4 \quad (21)$$

$$v_3 + v_4 = 1 \quad (22)$$

$$BD_1 = \sum_k \mu_{1k2} \alpha_{1k} \quad (23)$$

$$\sum_k \alpha_{1k} = 1 \quad (24)$$

$$\alpha_{11} \leq \varepsilon_{11} \quad (25)$$

$$\alpha_{12} \leq \varepsilon_{11} + \varepsilon_{12} \quad (26)$$

$$\alpha_{13} \leq \varepsilon_{12} + \varepsilon_{13} \quad (27)$$

$$\alpha_{14} \leq \varepsilon_{13} \quad (28)$$

$$\sum_g \varepsilon_{1g} = 1 \quad (29)$$

$$BD_1 = \sum_j x_{1j} \quad (30)$$

$$BD_2 = \sum_k \mu_{2k2} \alpha_{2k} \quad (31)$$

$$\sum_k \alpha_{2k} = 1 \quad (32)$$

$$\alpha_{21} \leq \varepsilon_{21} \quad (33)$$

$$\alpha_{22} \leq \varepsilon_{21} + \varepsilon_{22} \quad (34)$$

$$\alpha_{23} \leq \varepsilon_{22} + \varepsilon_{23} \quad (35)$$

$$\alpha_{24} \leq \varepsilon_{23} \quad (36)$$

$$\sum_g \varepsilon_{2g} = 1 \quad (37)$$

$$BD_2 = \sum_j x_{2j} \quad (38)$$

$$BD_4 = \sum_k \mu_{4k2} \alpha_{4k} \quad (39)$$

$$\sum_k \alpha_{4k} = 1 \quad (40)$$

$$\alpha_{41} \leq \varepsilon_{41} \quad (41)$$

$$\alpha_{42} \leq \varepsilon_{41} + \varepsilon_{42} \quad (42)$$

$$\alpha_{43} \leq \varepsilon_{42} + \varepsilon_{43} \quad (43)$$

$$\alpha_{44} \leq \varepsilon_{43} \quad (44)$$

$$\sum_g \varepsilon_{4g} = 1 \quad (45)$$

$$BD_4 = \sum_j x_{4j} \quad (46)$$

$$\sum_{i=1}^2 \sum_j x_{ij} k_{ij} \geq 1500\varphi \quad (47)$$

$$\sum_j x_{4j} \leq [10 (1 - \varphi)] \quad (48)$$

$$\sum_j x_{1j} = 5\gamma \quad (49)$$

$$\gamma \leq 6 \quad (50)$$

$$\gamma \geq 1 \quad (51)$$

$$SR_1 = [76,85 + (0,14 \sum_j x_{1j})] \quad (52)$$

$$p_1 \leq 0,01 [(100 - SR_1) \sum_j x_{1j}] \quad (53)$$

$$p_1 \geq 0,01 [(100 - SR_1) \sum_j x_{1j}] - 1 \quad (54)$$

$$SR_2 = [80,518 + (0,106 \sum_j x_{2j})] \quad (55)$$

$$p_2 \leq 0,01 [(100 - SR_2) \sum_j x_{2j}] \quad (56)$$

$$p_2 \geq 0,01 [(100 - SR_2) \sum_j x_{2j}] - 1 \quad (57)$$

$$w_k, \alpha_{ik} \geq 0 \quad (58)$$

$$x_{ij}, p_i, \gamma, \text{ tamsayı} \quad (59)$$

$$v_i, \tau_g, \varepsilon_{ig}, \varphi \in \{0,1\} \quad (60)$$

Amaç fonksiyonunu yer aldığı Denklem 5 araç seçimi, sigortalama, vergi, iskonto ve ceza unsurlarının yer aldığı maliyet büyüklüğünü minimize etmeye odaklanmaktadır. Denklem 6, Denklem 7 ve Denklem 8 ihtiyaç duyulan araç büyüklüğü ve talep dengesini kurmaktadır. Denklem 9 ve Denklem 16 arasındaki set sigortalanan araç büyüklüğüne bağlı seçimlerle ilgilenmektedir. Denklem 17-19 arası set 3PL₁ ve 3PL₂ firmalarının birliktelikleri, Denklem 20-22 arası set ise 3PL₃ ve 3PL₄ arasında aykırılığı yansıtmaktadır. Denklem 23-46 arası set lojistik firmalarının iskonto önerilerini modele dahil etmektedir. Denklem 47-48, 3PL₁ ve 3PL₂ alımlarının 3PL₄ üzerindeki değişimini ifade etmektedir. Denklem 49-51 arası set, 3PL₁ firmasından gelecek araçların belirli büyüklükteki konvoylar halinde olmasını garanti etmektedir. Denklem 52-57 arası set ise 3PL₁ ve 3PL₂ firmalarının teslimatta yaşanacak gecikme sonrasında alacakları cezayı belirtmektedir. Modelin sonunda değişkenlerin nitelikleri tanımlanmıştır.

Modelin çözümünde GAMS programından faydalanılmıştır. Başlangıç çözüm senaryo FC sözleşmede öngörülen tüm maddeleri içermektedir. Sonrasında sözleşmede yer alan bazı maddelerin kaldırılmasının ve sözleşmede yer alan araç seçimleri ile ilgili durumların sözleşmede kaldırılması yoluyla gerçekleştirilen testler, sözleşme maddelerinin olası katkı veya kayıplarını ortaya koymaktadır. Tablo 5 senaryoların maliyet kalemleri üzerinde yarattığı değişimi göstermektedir.

Tablo 5. Maliyet kalemleri değişimi (₺)

#	Senaryo	Toplam maliyet	Sigorta maliyeti	Vergi maliyeti	Ceza maliyeti
0	FC	411419	5200	1260	640
1	CP	411419	5200	1260	640
2	AC	338519	5200	1210	560
3	D1	414794	5200	1260	640
4	D2	412445	5200	1260	640
5	D4	411419	5200	1260	640
6	HC	411419	5200	1260	640
7	CV	391217	5200	1260	640
8	P1	411819	5200	1260	240
9	P2	411659	5200	1260	400

Sözleşmede yer alan maddelerin tek tek çıkarılması sonucunda en güçlü etkiye sahip olan maddenin AC senaryosunda olduğu görülmektedir. Söz konusu sözleşme maddesi 3PL₄ firmasından hizmet alımını kesmektedir ve bu durum araç dağılım konfigürasyonuna doğrudan etki etmektedir. Mevcut durumda 3PL₄ firmasından hizmet alımı gerçekleşmediğinden toplam maliyet kalemlerinde etkin bir rahatlatma yaşanmamaktadır. Benzer bir durum CV senaryosunda da görülmektedir. 3PL₁ firması araçları için konvoy şartı kaldırıldığında, hizmet için ihtiyaç duyulan 3 aracın 3PL₁ firması yerine 3PL₂ firmasından tercih edilebileceği bu durumun da genel maliyete olumlu katkı sağlayacağı tespit

edilmiştir. Diğer taraftan senaryo CP, 3PL₁ ve 3PL₂ firmalarının birlikte tercih edilme şartının kaldırılmasının maliyetler üzerinde bir etki yaratmadığını göstermektedir. Sözleşmede en etkin maddenin AC senaryosunda olduğu görüldüğünden ilgili maddenin kaldırılmasının maliyet verimi açısından gereklilik taşıdığına karar verilmiştir. Aynı şekilde CP senaryosundaki maddenin maliyet üzerindeki etkisi olmadığından bu iki madde sözleşmeden çıkartılmış ve senaryolar bu iki madde olmaksızın çalıştırılmıştır. İkinci tur analizlerde diğer şartların genel maliyet ve araç dağılım konfigürasyonu üzerindeki performansı ile ilgili tespitler Tablo 6’da sunulmuştur.

Tablo 6. İkinci tur senaryo analizleri

#	Senaryo	Araç çeşidi	Firmalar				Toplam maliyet (£)
			3PL ₁	3PL ₂	3PL ₃	3PL ₄	
0	FC-2	Kamyon	18	14	12	10	338519
		Tır	2	10	8	0	
1	D1-2	Kamyon	18	14	12	10	340894
		Tır	2	10	8	0	
2	D2-2	Kamyon	18	14	12	10	339545
		Tır	2	10	8	0	
3	D4-2	Kamyon	18	14	12	10	339699
		Tır	2	10	8	0	
4	HC-2	Kamyon	15	14	12	16	321228
		Tır	0	9	8	0	
5	CV-2	Kamyon	17	14	12	10	324902
		Tır	0	13	8	0	
6	P1-2	Kamyon	18	14	12	10	338839
		Tır	2	10	8	0	
7	P2-2	Kamyon	18	14	12	10	338759
		Tır	2	10	8	0	

İkinci tur analiz sözleşme detaylarında araç dağılım konfigürasyonu üzerinde asıl belirleyici faktörlerin HC ve CV senaryosunda yer alan maddeler olduğunu göstermektedir. Tablo 7 ikinci tur analiz sonucunda en iyi sonucu sunan 3 senaryonun maliyet görünümü sunmaktadır. Bu iki madde sözleşmede yer aldığı durumda araç dağılımı değişmemekte, sadece sözleşmedeki özel maliyet kalemlerinin farklılaşmasından dolayı genel maliyette değişimler yaşanmaktadır. Bu durum şirket seçiminde özel maddelerin iskonto önerilerine göre daha bağlayıcı olduğunu göstermektedir.

Tablo 7. En iyi senaryo maliyet görünümü (£)

#	Senaryo	Toplam maliyet	Sigorta maliyeti	Vergi maliyeti	Ceza maliyeti
1	HC-2	321228	5200	1195	420
2	CV-2	324902	5200	1245	480
3	FC-2	338519	5200	1210	560

Senaryo analizine göre iskontoların devreden çıkarılması şirketin maliyetini artırmaktadır. Ama özel maddelerin kaldırılması ise şirketin maliyetlerini düşürmekte ve çok daha iyi noktaya getirmektedir. Dolayısıyla özel maddelerin iş veren aleyhine olduğu tespit edilmiştir.

SONUÇ

Bu çalışmada bir inşaat şirketinin dış hizmet alımında tercih ettiği 3PL firmaları ile karşılıklı yapılan bir tedarik sözleşmesi incelenmiş, sözleşmenin maddelerinden kaynaklı maliyet değişimleri analiz edilmiştir. Problem çözümüyle inşaat şirketinin malzeme taşınımında ihtiyaç duyduğu araç adedi konfigürasyonuna minimum maliyet ile ulaşmak amaçlanmıştır. Tasarlanan doğrusal programlama modeli sözleşmede yer alan iskonto, araç dağılımı sonucu hizmet alım bedeli, vergi, teslimat

gecikmelerinden kaynaklı ceza ve sigortalama gibi maliyet kalemlerini içermektedir. Analiz sırasında iki aşamalı çözüm gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada bütün sözleşme maddeleri modele dahil edilmiş ve oluşturulan senaryolar doğrultusunda sözleşme maddeleri modelden çıkarılarak çözüm gerçekleştirilmiştir. İkinci aşamada ise çözümün iyileşmesine katkı sağlamayan ve çözümü kötüye götüren maddeler olmaksızın diğer maddelerin maliyet avantajı tespit edilmeye çalışılmıştır.

Çalışma sonucunda 3PL firmalarının sunduğu iskонтoların gerçek anlamda bir maliyet avantajı yaratmadığı fakat aksine firmalardan kaynaklı bazı kısıtlamaların kaldırılması sonucunun araç dağılım tercihlerini değiştirmesi yoluyla alıcı firmayı ekonomik olarak rahatlattığı tespit edilmiştir. Sözleşme şartları alıcı firmanın hizmet alım tercihlerini etkilemektedir. Sözleşme maddeleri ve genel maliye kalemleri modelin parametre ve kısıtlarını belirlemektedir. Daha kapsamlı maddelerin yer alması ve farklı maliyet ve performans unsurlarının modele dahil edilmesi, modeli karmaşıktırarak fakat problemin daha kapsamlı incelenmesine imkan sağlayacaktır.

Bu çalışma ile sözleşmelerde uygulanan farklı stratejilerin sözleşme genel maliyetleri üzerindeki etkisi araştırılmaktadır. Tedarikçi ilişkilerinin geliştirilmesine yönelik çalışan uzman ve yöneticilerin bu çalışmada görüldüğü gibi farklı opsiyonların olası katkılarını araştırması önem arz etmektedir. Çalışma, sözleşme opsiyonlarının karşılaştırılması ve bu yolla maliyet etkinliğinin ortaya konulması açısından yönetici ve karar vericilere alternatif bir yaklaşım önermektedir.

KAYNAKÇA

- ABBASI, S., SABOURY, A., & JABALAMELI, M. S. (2021), "Reliable supply chain network design for 3PL providers using consolidation hubs under disruption risks considering product perishability: An application to a pharmaceutical distribution network" *Computers & Industrial Engineering*, 152, 107019.
- AGUEZZOUL, A. (2014), "Third-party logistics selection problem: A literature review on criteria and methods", *Omega*, 49, 69-78.
- ALTAN, Ş., & KARAS AYDIN, E. (2015), "Bulanık DEMATEL ve Bulanık TOPSIS Yöntemleri ile Üçüncü Parti Lojistik Firma Seçimi İçin Bütünleşik Bir Model Yaklaşımı", *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 20(3), 99-119.
- ANDERSON, E. J., COLTMAN, T., DEVINNEY, T. M., & KEATING, B. (2011), "What drives the choice of a third-party logistics provider?", *Journal of Supply Chain Management*, 47(2), 97-115.
- CACHON, G., (2001), "Supply chain coordination with contracts", In: Graves, S., Kok, T.D. (Eds.), *Handbooks in Operations Research and Management Science: Supply Chain Management*. North-Holland, Philadelphia PA, 1-95.
- CHEN, J. (2011), "Returns with wholesale-price-discount contract in a newsvendor problem", *International Journal of Production Economics*, 130(1), 104-111.
- FAWCETT, S. E., & SMITH, S. R. (1995), "Logistics measurement and performance for United States-Mexican operations under NAFTA", *Transportation journal*, 34(3), 25-34.
- GERMAN, J. D., ONG, A. K. S., REDİ, A. A. N. P., & ROBAS, K. P. E. (2022), "Predicting factors affecting the intention to use a 3PL during the COVID-19 pandemic: A machine learning ensemble approach", *Heliyon*, 8(11).
- GIVENS, S. (2021), "Best practices in 3PL and fulfillment contract procurement: A methodological approach to optimising 3PL rates and services", *Journal of Supply Chain Management, Logistics and Procurement*, 4(1), 60-69.
- GKANATSAS, E., & KRİKKE, H. (2020), "Towards a pro-silience framework: a literature review on quantitative modelling of resilient 3PL supply chain network designs", *Sustainability*, 12(10), 4323.
- GOVINDAN, K., PALANIAPPAN, M., ZHU, Q., & KANNAN, D. (2012), "Analysis of third party reverse logistics provider using interpretive structural modeling", *International Journal of Production Economics*, 140(1), 204-211.

- GÜZEL, D., TÜZEMEN, A., & YAPRAK, B. (2017), "Firmaların 3pl (Üçüncü Parti Lojistik) Hizmet Sağlayıcılarını Seçerken Kullandıkları Kriterler Üzerine Bir Çalışma: Erzurum İhracatçıları Örneği", *Ataturk University Journal of Economics & Administrative Sciences*, 31(3), 775-792.
- IŞIKLAR, G., ALPTEKİN, E., & BÜYÜKÖZKAN, G. (2007), "Application of a hybrid intelligent decision support model in logistics outsourcing", *Computers & Operations Research*, 34(12), 3701-3714.
- JOVČIĆ, S., & PRŮŠA, P. (2021), "A Hybrid MCDM Approach in Third-Party Logistics (3PL) Provider Selection", *Mathematics*, 9 (21), 2729.
- LIU, W., LIU, X., SHI, X., HOU, J., SHI, V., & DONG, J. (2023), "Collaborative adoption of blockchain technology: A supply chain contract perspective", *Frontiers of Engineering management*, 10(1), 121-142.
- MORASH, E. A., DROGE, C. L., & VICKERY, S. K. (1996), "Strategic logistics capabilities for competitive advantage and firm success", *Journal of Business Logistics*, 17(1), 1-22.
- MORTENSEN, O., & LEMOİNE, O. W. (2008), "Integration between manufacturers and third party logistics providers?", *International Journal of Operations & Production Management*, 28(4), 331-359.
- PERÇİN, S., & MİN, H. (2013), "A hybrid quality function deployment and fuzzy decision-making methodology for the optimal selection of third-party logistics service providers", *International Journal of Logistics Research and Applications*, 16(5), 380-397.
- RAJ, P. V. R. P., JAUHAR, S. K., RAMKUMAR, M., & PRATAP, S. (2022), "Procurement, traceability and advance cash credit payment transactions in supply chain using blockchain smart contracts", *Computers & Industrial Engineering*, 167, 108038.
- SLUIJS, S., & DE GIOVANNI, P. (2016), "The selection of contracts in supply chains: An empirical analysis", *Journal of Operations Management*, 41, 1-11.
- VAN GROESEN, W., & PAUWELS, P. (2022), "Tracking prefabricated assets and compliance using quick response (QR) codes, blockchain and smart contract technology", *Automation in Construction*, 141, 104420.



TÜRKİYE'DE SEÇİLMİŞ MAKRO EKONOMİK DEĞİŞKENLERİN TOPLAM SİGORTA PRİMİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ¹

SümeYra ÖZ²

Mehmet ASLAN³

ÖZET

Sigorta endüstrisi, finansal sistemin temel unsurlarından biri olup, bireyleri ve işletmeleri potansiyel risklere karşı koruma işlevi görmektedir. Bu sektörün gelişimi, ülkelerin makroekonomik göstergeleriyle yakından ilişkilidir. Bu çalışma, Türkiye'de toplam sigorta primi üzerinde seçilmiş makroekonomik değişkenlerin etkilerini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada, sigorta sektörünün temel kavramları ele alınmış ve ekonomik büyüme, faiz oranları, yurtiçi tasarruflar, beklenen yaşam süresi, hoşnutsuzluk endeksi ve dışa açıklık gibi faktörlerin sigorta prim üretimi üzerindeki etkileri ekonometrik yöntemlerle incelenmiştir. Literatür taramasına dayalı olarak seçilen bu değişkenlerin sektör üzerindeki rolü değerlendirilmektedir. Bulgular, makroekonomik göstergelerin sigorta sektöründeki etkisine dair değerli bilgiler sunarak sektörel strateji ve politika geliştirme süreçlerine katkı sağlamayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Sigorta Prim Üretimi, Enflasyon, Faiz, Dış Açıklık, İşsizlik

THE EFFECTS OF SELECTED MACRO ECONOMIC VARIABLES IN TÜRKİYE ON THE TOTAL INSURANCE PREMIUM

ABSTRACT

The insurance industry is one of the financial system's essential elements and protects individuals and businesses against potential risks. The development of this sector is closely related to the macroeconomic indicators of the countries. This study aims to analyze the effects of selected macroeconomic variables on the total insurance premium in Türkiye. In the study, the basic concepts of the insurance sector were discussed, and the effects of economic growth, interest rates, domestic savings, expected life expectancy, discontent index and openness on insurance premium production were examined by econometric methods. The role of these variables, which are selected based on literature screening, is evaluated in the sector. The findings aim to contribute to sectoral strategy and policy development processes by providing valuable information about the impact of macroeconomic indicators on the insurance sector.

¹ Bu makale, ikinci yazar danışmanlığında yürütülen ve birinci yazara ait olan “Türkiye’de seçilmiş makro ekonomik değişkenlerin toplam sigorta primi üzerindeki etkilerinin ekonometrik analizi” adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

² Bilim Uzmanı, Bağımsız Araştırmacı, sumeyraaa.oz@gmail.com, ORCID: 0000-0002-4025-6532

³ Dr. Öğr. Üyesi, Artvin Çoruh üniversitesi, Yusufeli MYO, mehmetaslan@artvin.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7455-5354

Geliş Tarihi: 05.03.2025 / Kabul Tarihi: 17.06.2025 Çalışma Türü: Araştırma Makalesi

Yazarlar, herhangi bir çıkar çatışması beyan etmemiştir. Turnitin/Ithenticate/İntihal ile İntihal Kontrolünden Geçmiştir. Screened for Plagiarism by Turnitin/Ithenticate/İntihal Licenced by CC-BYNC ile lisanslıdır.

Key Words: Insurance premium production, inflation, interest, external openness, unemployment

GİRİŞ

Sigorta sektörü, bireylerin ve işletmelerin karşı karşıya olduğu finansal riskleri yöneterek ekonomik istikrarın sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadır. Risk, gelecekte meydana gelmesi muhtemel, ancak zamanlaması ve etkisi belirsiz olan olayları ifade etmekte ve sigorta sisteminin temelini oluşturmaktadır (Güneş, 1997, s. 5). Ekonomik ve sosyal riskler, piyasa dalgalanmalarından teknolojik yeniliklere, yüksek enflasyondan doğal afetlere kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Bu bağlamda, sigorta sektörü bu risklerin olumsuz etkilerini en aza indiren bir mekanizma olarak hizmet vermektedir (Duman, 1990, s. 17). Ayrıca, sigorta sektörü risk transferini kolaylaştırmakta ve uzun vadeli sermaye birikimine katkıda bulunarak ekonomik büyümeyi ve toplumsal refahı teşvik etmektedir. Bu durum, sigorta sektörünün finansal sistem içindeki kritik rolünü vurgulamakta ve makroekonomik göstergelerle olan ilişkisinin öneminin altını çizmektedir (Sarioğuz, 2007, s. 9). Özellikle gelişmekte olan ülkelerde sigorta sektörünün ekonomik yapı üzerindeki etkisinin analiz edilmesi, sürdürülebilir büyüme stratejilerinin oluşturulması açısından büyük önem taşımaktadır.

Türk finans sektörü, ekonominin temel yapı taşlarından birini oluşturur. Sektörün büyüklüğü, finansal kuruluşların varlık büyüklüklerini ve toplam değerini gösterir. Bankalar, sigorta şirketleri, sermaye piyasası kurumları ve diğer finansal araçlar, bu sektörü şekillendirerek Türkiye'nin ekonomik kalkınmasında önemli bir işlev üstlenmektedir (Kara, 1995:37). Türkiye'deki finans sektörünün aktif büyüklükleri Tablo 1'de raporlanmıştır.

Tablo 1. Türkiye'deki Finans Sektörünün Aktif Büyüklükleri (Milyar ₺)

Finans Sektörü	2019	2020	2021	%	Şirketler
Bankalar	4.490,8	6.106,4	9.215,4	89,72	Banks
Sigorta, Reas. Emek. Şirketleri	236,6	307,8	429,20	4,18	Insurance, Reins. Pension Comp.
Menkul Kıymet Yat. Fonları	113,8	128,5	267,39	2,60	Securities Mutual Funds
Finansal Kiralama Şirketleri	58,2	70,3	106,05	1,03	Leasing Companies
Faktöring Şirketleri	37	48	64,97	0,63	Factoring Companies
Tüketici Finansman Şirketleri	27,6	36	48,70	0,47	Consumer Finance Companies
Aracı Kurumlar	28	41,3	45,77	0,45	Securities Intermediary Inst.
Gayrimenkul Yatırım Ort.	32,7	55,3	87,27	0,85	Real Estate Investment Ass.
Girişim Sermayesi Yat. Ort.	3	7,6	6,47	0,06	Enterprise Capital Manag. Comp.
Genel Toplam	5.027,70	6.801,30	10.271,22	100,00	

Kaynak: (SEDDK, 2021)

Tablo 1 değerlendirildiğinde sektör, 2019'dan 2021'e kadar önemli bir büyüme yaşamış ve toplam varlık büyüklüğü yaklaşık 5 trilyon TL'den 10,27 trilyon TL'ye yükselmiştir. Bankacılık sektörü toplam varlıkların %89,72'sini oluşturarak sektöre hâkim olurken, sigorta şirketleri, yatırım fonları, finansal kiralama ve diğer araçlar da önemli rol oynamaktadır. Finansal sektörün büyüklüğü Türkiye'nin ekonomik kalkınması için çok önemlidir.

Toplam sigorta primi, sigorta sektörünün büyüklüğünü yansıtan önemli bir ekonomik göstergedir. Sigorta şirketleri, riski minimize etmek amacıyla teminat sağlamak ve bu hizmet karşılığında prim almaktadır. Sigorta primleri, şirketlerin finansal sürdürülebilirliğini sağlamak ve riskleri yönetmek için temel bir kaynak oluşturur. Primler, sigorta şirketlerinin risk değerlendirmesi ve analizine dayanarak belirlenir ve sektördeki talep ile ekonomik koşullara bağlı olarak değişkenlik gösterebilir (Özcan ve Uzpeder, 2020:322). Türkiye'de prim üretimleri Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Yıl Bazında Prim Üretimleri

Yıllar	Hayat Dışı Toplam	Hayat Toplam	Genel Toplam
2014	22.709.549.092	3.280.003.588	25.989.552.680
2015	27.264.486.899	3.761.410.730	31.025.897.629
2017	39.707.553.794	6.844.082.921	46.551.636.714
2018	47.732.813.112	6.920.767.257	54.653.580.369
2019	57.881.874.321	11.359.715.131	69.241.589.453
2020	68.143.744.181	14.431.913.855	82.575.658.036
2021	87.580.270.796	17.726.737.287	105.307.008.083
2022	204.140.328.876	30.858.298.437	234.998.627.313
2023	365.352.822.602	50.262.300.560	415.615.123.162

Kaynak: (TSB, 2024)

Tablo 2, 2014 ile 2023 yılları arasında Türkiye'nin sigorta sektöründeki prim üretiminin büyümesini göstermektedir. Hem hayat hem de hayat dışı sigortalarda istikrarlı bir artış söz konusu olup, prim üretiminde özellikle 2021 yılından sonra keskin bir artış kaydedilmiştir. Toplam prim üretimi 2014 yılında yaklaşık 26 milyar TL iken, 2023 yılında 415,6 milyar TL'ye ulaştığı görülmektedir. Prim üretiminde en büyük payı 365,3 milyar TL ile hayat dışı sigortalılar alırken, hayat sigortası primleri 50,26 milyar TL'ye ulaşmıştır. Ekonomik gelişmeler, enflasyon ve finansal derinleşmenin etkisiyle sigorta sektöründe yaşanan bu hızlı büyüme, sektörün Türkiye ekonomisindeki önemini pekiştirmiştir.

Sigorta sektöründe prim üretimindeki artış, makroekonomik göstergelerle yakından ilişkilidir. Ekonomik büyüme, faiz oranları, tasarruf eğilimleri, enflasyon, işsizlik ve dışa açıklık gibi faktörler sigorta sektörünün gelişimini doğrudan etkilemektedir. Sigorta sektöründeki büyümeyi yönlendiren temel ekonomik dinamikleri anlamak, sektörün gelecekteki yönünü değerlendirmek için çok önemlidir. Bu bağlamda ekonomik büyüme, üretim kapasitesindeki artışla yakından bağlantılıdır ve genellikle Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH) ile ölçülür. İstihdam, yatırım ve gelir düzeylerinde önemli bir rol oynar (Eğilmez, 2019, s. 169). Sigorta sektöründe ekonomik büyüme, bireylerden ve işletmelerden gelen sigorta talebini artırarak prim üretimini artırır (Curak vd., 2009, s. 29). Faiz oranları ekonomik kararları önemli ölçüde etkiler; yüksek faiz oranları sigorta ürünlerine olan talebi azaltma eğilimindeyken, düşük faiz oranları sektörü daha cazip hale getirebilir (Fisher, 1930, s. 331). Ayrıca, gayrisafi yurtiçi tasarruflar ekonomik büyümeye katkıda bulunurken, yüksek tasarruf oranları sigorta talebini azaltabilir, çünkü bireyler bunun yerine gelecekteki riskler için tasarruf etmeyi tercih edebilir (Macunluoğlu, 2021, s. 215; McConnell & Brue, 2008, s. 466). Ayrıca, sağlık harcamaları ve teknolojik gelişmelerle şekillenen ortalama yaşam süresinin uzaması, sigorta sektörüne olan talebi daha da artırmaktadır (Bulut ve Ağırlioğlu, 2023, s. 545; Teker vd., 2012, s. 119; Tüleykan ve Demirci, 2020, s. 112). Hoşnutsuzluk endeksi, ekonomik istikrarsızlık, enflasyon ve işsizlik gibi faktörlerden kaynaklanan toplumsal memnuniyetsizliği ölçmektedir. Yüksek enflasyon satın alma gücünü azaltırken, işsizlik doğrudan sigorta talebini düşürmektedir (Tıraş, 2023, s. 577; Göksu ve Mere, 2022, s. 681). Son olarak, dış ticarete açıklık, bir ülkenin uluslararası ekonomiye entegrasyon düzeyini yansıtan ticari ilişkiler ve rekabetçi bir ortamın teşvik edilmesi için hayati önem taşımaktadır. Ayrıca sigorta talebi ve mevcut hizmetlerin çeşitliliği üzerinde de doğrudan bir etkiye sahiptir (Dam & Bakkalcı, 2018, s. 31; Karaağaç, 2020, s. 26; Kader, 2013, s. 38). Özetle, ekonomik büyüme, faiz oranları, tasarruf seviyeleri, enflasyon, işsizlik ve uluslararası ticarete açıklık gibi makroekonomik faktörler sigorta sektörünün gelişimini önemli ölçüde etkilemektedir.

Bu çalışma, sigorta sektöründe prim üretimi ile makroekonomik değişkenler arasındaki ilişkiyi Türkiye örneğinde, 1980–2022 dönemini kapsayan uzun bir zaman dilimi boyunca analiz ederek literatüre özgün katkılar sunmaktadır. Önceki araştırmaların önemli bir bölümü kısa dönemli analizlere

(örn. 5–10 yıl) odaklanırken veya yalnızca gelişmiş ülkeler ya da belirli ülke gruplarıyla sınırlı kalmıştır (örneğin: Beck & Webb, 2003; Arena, 2008; Ching vd., 2010). Bu çalışmada ise Türkiye özelinde hem gelişmiş hem gelişmekte olan ülkelerin deneyimlerinden elde edilen değişkenler bir araya getirilmiş; ekonomik büyüme, faiz oranı, yurtiçi tasarruflar, beklenen yaşam süresi, hoşnutsuzluk endeksi ve dışa açıklık gibi çok yönlü faktörler dahil edilerek daha geniş ve kapsamlı bir model önerilmiştir. Ayrıca, Fourier Bootstrap ARDL yöntemi kullanılarak hem yapısal kırılmalar hem de değişkenler arası uzun ve kısa dönem ilişkiler eş zamanlı olarak değerlendirilmiştir. Bu yöntem, Türkiye özelinde sigorta sektörü üzerine yapılan önceki çalışmalarla karşılaştırıldığında daha güçlü nedensellik analizleri ve politika önerileri geliştirme imkânı sunmaktadır. Böylece bu çalışma, hem analiz yöntemi hem de değişken kapsamı bakımından literatürdeki mevcut boşlukları doldurmayı amaçlamaktadır.

1. LİTERATÜR TARAMASI

Sigorta sektörü, ekonomik büyüme, faiz oranları, tasarruf alışkanlıkları, enflasyon, işsizlik ve dış ticaret gibi çeşitli ekonomik faktörlerden etkilenmektedir. Sigorta primi üretimini neyin yönlendirdiğini anlamak, sektörün nasıl geliştiğini ve gelecekte hangi eğilimlerin ortaya çıkabileceğini analiz etmek için önemlidir. Birçok çalışma sigorta sektörünü etkileyen faktörleri incelemiştir. Bu çalışmalar sigorta piyasalarının ekonomik büyümeyle ilişkisini, faiz oranlarının sigorta talebini nasıl etkilediğini, tasarruf alışkanlıklarının sektörü nasıl etkilediğini ve enflasyon ve işsizlik gibi konuların sektörü nasıl etkilediğini incelemektedir. Bu bölümde, sigorta sektörü ile ekonomik faktörler arasındaki bağlantılara ilişkin önceki araştırmalar özetlenecek, mevcut literatürdeki boşluklara ve bu çalışmanın değer katacağı alanlara işaret edilecektir.

Beck ve Webb (2003), 1961-2000 yılları arasında 68 ülkeyi analiz eden bir panel veri modeli kullanarak bir çalışma yapmıştır. Bulgular, tasarrufların ve reel faiz oranlarının arttığı, enflasyon oranlarının düştüğü ve finans piyasalarında geliştiği ülkelerde hayat sigortası primlerinin arttığını göstermiştir.

Arena (2008) makalesinde sigorta piyasası faaliyetleri, özellikle de hayat ve hayat dışı sigortalar ile ekonomik büyüme arasında bir neden-sonuç ilişkisi olup olmadığını incelemiştir. Genelleştirilmiş momentler yöntemi (GMM) adı verilen bir yöntem kullanarak 1976 ve 2004 yılları arasında 55 ülkeden elde edilen verileri analiz edildiğinde bu ilişkiye dair güçlü kanıtlar bulmuştur. Hem hayat hem de hayat dışı sigorta ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkilemektedir. Yüksek gelirli ülkeler esas olarak hayat sigortasının sonuçlarını etkilerken hem yüksek gelirli hem de gelişmekte olan ülkeler hayat dışı sigorta sonuçlarını etkilemektedir.

Ching vd. (2010) çalışmalarında, 1998 – 2008 yılları arasında Malezya için değişkenler arasındaki neden-sonuç ilişkilerini incelemek için Vektör Hata Düzeltme Modeli (VECM) ile Johansen eş bütünleşme ve Granger nedensellik testlerini kullanmaktadır. Bulgulara göre ekonomik büyüme ile sigorta sektörünün gelişimi arasında tek yönlü bir nedensel ilişki tespit edilmiştir. Malezya hayat sigortası sektörünün toplam varlıkları ile reel GSYİH arasında uzun vadeli bir ilişki olduğunu göstermektedir. Reel GSYİH'deki değişikliklerin hayat sigortası sektörünün toplam varlıklarını etkilediği kısa vadeli bir etki de söz konusudur. Bu bulgular, Malezya hayat sigortası sektörünün insanların uzun vadede tasarruf etmelerine, yatırımları finanse etmelerine ve ekonomik büyümeyi desteklemelerine yardımcı olmada önemli bir rol oynayabileceğini göstermektedir.

Akçacı (2013) çalışmasında, sigorta sektörünün dış ticaret ile nasıl bağlantılı olduğunu incelemektedir. Ocak 2009'dan Aralık 2012'ye kadar aylık veriler kullanılarak Johansen eş bütünleşme ve Granger nedensellik testleri uygulanmıştır. Sonuçlar, sigorta sektörünün büyüklüğü ile dış ticaret arasında uzun vadeli bir ilişki olduğunu ve dış ticaretin sigorta sektörünün büyüklüğünü etkilediğini

göstermektedir. Türk sigorta sektörünün rekabetçiliğini güçlendirmek için, net döviz çıkışından net döviz girişi yaratmaya geçmesi önemlidir. Ayrıca hem ihracatın hem de ithalatın sigorta sektörünü etkilediği tek yönlü bir nedensellik ilişkisi vardır.

Lee vd. (2013), 1979 – 2007 dönemini kapsayan 41 ülke için gerçek hayat sigortası primleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkileri yeniden incelemek için panel veri yöntemleriyle incelemiştir. Uzun vadeli tahmin sonuçları, gerçek hayat primindeki artışın reel GSYİH'yi artırdığını göstermektedir. Ayrıca, hayat sigortası piyasalarının gelişimi ve ekonomik büyümenin uzun vadeli ve kısa vadeli çift yönlü nedensellikler sergilediğini tespit etmişlerdir.

Şener ve Behdioğlu (2014), Türkiye'de 1990'dan 2010'a kadar olan yıllık verileri kapsayan bir çalışma yapmıştır. Araştırmaları, artan şirket sayısının, enflasyon oranlarındaki düşüşün ve nüfusun büyümesinin sigorta primi üretim dinamiklerini etkilediğini ortaya koymuştur.

Christophersen & Jakubik (2014), EIOPA tarafından yayınlanan ve 30 Avrupa ülkesini kapsayan 2005 – 2012 yılları arasındaki veri setini kullanarak sigorta sektöründeki büyüme ile temel makroekonomik belirleyiciler arasındaki ilişkiyi Panel veri-GMM yöntemini kullanarak analiz etmektedir. Ampirik analiz, sigorta primleri ile ekonomik büyüme ve işsizlik arasında güçlü bir bağlantı olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca, tahmin edilen model hayat sigortası için makroekonomik ortama karşı hayat dışı sigortaya kıyasla daha yüksek bir duyarlılık göstermektedir.

Brokešová vd. (2014), Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Polonya ve Slovakya ülkeleri için 1995 – 2010 dönemi için panel veri yöntemini kullanarak incelemiştir. Bulgulara göre, dış ticaretin, ekonomik büyümenin, nüfusun, yaşam beklentisinin, eğitim oranının, araç sayısının ve kent nüfusunun artması sigorta sektörünü olumlu yönde etkilediğini göstermektedir.

Pattarakitham ve Rungruengarporn (2016), 2012 yılında 86 ülkeden toplanan verileri kullanarak hayat sigortası talebini etkileyen makroekonomik faktörleri analiz etmektedir. Bulgular, enflasyon ve reel GSYİH büyümesi ile hayat sigortası talebi arasında negatif bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır; özellikle, enflasyon arttıkça ve ekonomi büyüdükçe, sigorta talebi azalma eğilimindedir. Buna karşılık, tasarruf seviyelerini gösteren mevduat oranları sigorta talebi ile pozitif bir korelasyona sahiptir; yani bireylerin tasarrufları arttıkça sigorta satın alma olasılıkları da artmaktadır. İşsizlik ve fiili faiz oranları ilk modelde anlamlı faktörler değilken, ikinci modelde sigorta talebi ile negatif bir ilişki göstermektedir. Son olarak, hayat sigortası talebinin gelişmiş ülkelerde gelişmekte olan ülkelere kıyasla önemli ölçüde daha yüksek olduğu görülmektedir.

Demirci ve Zeren (2017), 13 OECD ülkesinde sigorta primleri ile kişi başına düşen reel GSYİH arasındaki ilişkiyi analiz etmektedir. Analiz 1983'ten 2011'e kadar olan dönemi kapsamaktadır. Çalışmada incelenen ülkelerden en az birinde sigorta primleri ile GSYH arasında nedensel bir ilişki bulunmuştur. Özellikle, bu nedenselliğin Fransa, İzlanda, İtalya ve İspanya için anlamlı olduğu, diğer ülkeler için ise anlamlı bir bulguya rastlanmadığı tespit edilmiştir.

Shahbaz vd. (2018), 1985 – 2016 yılları arasındaki dönemi incelemekte ve Türkiye dahil 18 ülkeyi analiz etmektedir. Araştırma, jeopolitik risklerin sigorta primleri üzerindeki uzun vadeli etkisini değerlendirmektedir. İkinci nesil panel ekonometrik yöntemler kullanılarak yapılan analizler, jeopolitik risklerin sigorta primleri üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Özellikle, jeopolitik risklerin hayat dışı sigorta primleri üzerindeki etkisinin hayat sigortası primleri üzerindeki etkisinden daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada ayrıca, gerçek gelir düzeyinin sigorta primlerini önemli ölçüde etkilediği ve sigortanın lüks bir mal olarak görüldüğü sonucuna varılmıştır. Panel nedensellik testlerinden elde edilen sonuçlar jeopolitik riskler, sigorta primleri ve reel gelir arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğunu göstermektedir.

Şamiloğlu vd. (2019), 2004 – 2018 yılları arasında Türkiye'de sigorta sektörü ile makroekonomik değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Regresyon analizi ve Johansen eş bütünleşme testinin kullanıldığı araştırma, sigorta sektörünün ekonomik büyüme üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. İşsizlik oranındaki düşüşün hem istihdamı hem de sigortaya katılım oranlarını artırarak sigorta sektörünü olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca, tüketici fiyat endeksi (TÜFE) ile sigorta sektörü arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Uzun vadeli sigorta fonları, dalgalanmalar sırasında ekonomik istikrarın korunmasında önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca, sigorta sektörünün gelişmesi, kurumsal tasarrufları artırarak sermaye piyasasında fon arzını artırmakta ve genel ekonomik kalkınmaya katkıda bulunmaktadır.

Ward ve Zurbruegg (2000), 9 OECD ülkesinde sigorta sektörünün ekonomik büyüme üzerindeki etkisini analiz etmektedir. Analiz 1961'den 1996'ya kadar olan dönemi kapsamaktadır. Eş bütünleşme analizini kullanan çalışma, bazı ülkelerde sigorta sektörünün ekonomik büyümeyi yönlendirdiğini, bazılarında ise ekonomik büyümenin sigorta sektörünü geliştirdiğini ortaya koymuştur. Granger nedensellik testlerinin sonuçları, sigorta sektörü ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin her ülkeye özgü olduğunu ve ulusal koşullara göre değiştiğini göstermektedir. Özellikle Kanada, Japonya ve İtalya, sigorta piyasasının gelişiminin ekonomik büyümeye olumlu katkıda bulunduğu ülkeler olarak öne çıkmaktadır. Ancak bazı ülkelerde bu yönde anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Çalışma, sigorta sektörünün ekonomik büyümeye katkısının ülkelerin düzenleyici çerçevelerine, ekonomik sistemlerine ve kültürel faktörlerine bağlı olarak farklılık gösterebileceğini vurgulamaktadır. Bu nedenle, sigorta sektörünün ekonomik büyümedeki rolüne ilişkin değerlendirmeler ülke bazında yapılmalıdır.

Tunay vd. (2020), 1995-2014 yılları arasında 30 gelişmiş ve Türkiye'nin dahil olduğu gelişmekte olan ülkede ekonomik dalgalanmaların sigorta şirketlerinin pazar payları ve prim üretimleri üzerindeki etkisini incelemektedir. Dumitrescu-Hurlin panel nedensellik testleri kullanılarak yapılan analizler, ekonomik döngülerin sigorta faaliyetleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Özellikle, hayat dışı sigorta primleri gelir ve satın alma gücündeki değişikliklere duyarlıdır ve genellikle ekonomik daralma dönemlerinde düşmektedir. Buna karşılık, hayat sigortası primleri ekonomik dalgalanmalardan daha az etkilenmektedir. Bulgular, sigorta sektörünün ekonomik büyüme ile çift yönlü bir ilişkisi olduğunu ve sigorta şirketlerinin pazar paylarının kriz dönemlerinde azalma eğiliminde olduğunu ortaya koymaktadır.

Eren ve Çütcü (2021), 1983-2019 yılları arasında Türkiye'de sigorta sektörü ile üç temel ekonomik faktör olan ekonomik büyüme, enflasyon ve tasarruf oranı arasındaki ilişkiyi araştırmaktadır. Sigorta sektörünü temsilen brüt doğrudan sigorta primleri kullanılmış ve zaman serisi analizi yöntemleri kullanılmıştır. Eşbütünleşme testlerinin sonuçları, değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişki olmadığını göstermektedir. Ancak nedensellik testleri, ekonomik büyümeden sigorta primlerine doğru tek yönlü bir nedensellik olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bulgu, ekonomik büyümedeki değişikliklerin sigorta sektörünü önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir. Genel olarak çalışma, ekonomik büyümenin sigorta sektörü üzerinde tersine göre daha büyük bir etkiye sahip olduğunu vurgulamaktadır.

Mureşan vd. (2021), 2018 yılı verilerini kullanarak 30 Avrupa ülkesinde özel sağlık sigortası pazarını etkileyen sosyoekonomik ve makro-finance faktörleri analiz etmektedir. Araştırma Insurance Europe, Dünya Bankası ve Standard & Poor's'tan alınan bilgilere dayanmaktadır. Çalışma, bağımlı değişken olarak sağlık sigortası yoğunluğuna (kişi başına düşen sigorta primi olarak ölçülmüştür) odaklanmaktadır. İncelenen temel bağımsız değişkenler arasında gelir, finansal gelişme, insani gelişme, eğitim düzeyi ve sağlık sigortası bilinci yer almaktadır. White heteroskedastisite düzeltmeli sıradan en küçük kareler (OLS) yöntemi ve mekânsal ekonometrik analizler kullanılarak elde edilen bulgular hem gelir düzeyinin hem de finansal gelişmişlik göstergelerinin sağlık sigortası talebi üzerinde önemli ve pozitif bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Buna ek olarak, çalışma Doğu ve Batı Avrupa arasında

sağlık sigortası talebinde kayda değer bir farklılık tespit etmekte ve sağlık sigortası yoğunluğunun genel olarak Batı Avrupa ülkelerinde daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, mekânsal analiz, sağlık sigortası talebinin ülkeler arasında yayılma veya bulaşma etkileri göstermediğini ortaya koymaktadır. Çalışma, özel sağlık sigortası piyasasının gelişimini teşvik eden faktörlerin her ülkeye özgü olduğunu ve sigorta yaygınlığını artırmak için bu içsel faktörlerin dikkate alınması gerektiğini vurgulamaktadır.

Hodula vd. (2021), 1997-2017 yılları arasında 24 Avrupa ülkesinde hayat ve hayat dışı sigorta primlerini etkileyen makroekonomik finansal faktörleri incelemektedir. Bulgular, sigorta sektörünün iş döngüsüyle yakından bağlantılı olduğunu, daha yüksek tasarruf oranları ve finansal gelişmenin sigorta primlerinin artmasına katkıda bulunduğunu göstermektedir. Çalışma, piyasa yoğunlaşmasının hayat sigortası primlerini etkilediğini, fiyat dalgalanmalarının ise hayat dışı sigorta primlerinin önemli bir belirleyicisi olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca, hayat sigortası talebinin fiyat değişimlerine karşı nispeten esnek olmadığı, hayat dışı sigorta talebinin ise bu fiyat değişimlerinden önemli ölçüde etkilendiği tespit edilmiştir.

Memiş ve Çelik (2021), 1996-2019 yılları arasında G-8 ülkelerinde sigorta sektörü ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemektedir. IPS birim kök testi, Pedroni eşbütünleşme testi ve FMOLS katsayı tahmincisi içeren ekonometrik analizleri kullanan çalışma, sigorta sektörü ile ekonomik büyüme arasında uzun vadeli bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Bulgular, sigorta sektörünün ekonomik büyüme üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca, sigorta hizmetleri ihracatının ekonomik büyümeye olumlu katkıda bulunduğu, ithalatın da genellikle olumlu bir etkiye sahip olduğu, ancak bu etkinin ülkelere göre değişebildiği tespit edilmiştir.

Öner (2022), 2009 yılının dördüncü çeyreğinden 2022 yılının ikinci çeyreğine kadar Türkiye'de hem katılım (faizsiz) hem de geleneksel sigortacılık sektörlerinin büyümesini etkileyen faktörleri incelemektedir. Panel veri analizi yoluyla araştırma, GSYH, bankacılık sektörü, dış ticaret hacmi, faiz oranları ve sosyal güvenlik harcamaları dahil olmak üzere sigorta sektörü üzerinde çeşitli olumlu etkiler tespit etmektedir. Buna karşılık, COVID-19 salgını sigorta primlerini olumsuz etkilemiştir. Buna ek olarak, enflasyonun etkisi hem olumlu hem de olumsuz etkiler göstererek çeşitlilik arz etmiştir. Bu bulgular, sigorta sektörünün gelişimine ilişkin değerli bilgiler sunmakta ve stratejik sektörel planlamanın bilgilendirilmesine yardımcı olabilmektedir.

Kolapo vvd. (2022), 1987'den 2020'ye kadar Nijerya sigorta sektörünün büyümesini etkileyen faktörleri incelemektedir. ARDL sınır testi ve hata düzeltme modelini (ECM) kullanan araştırma, sigorta sektörünün büyümesini etkileyen başlıca faktörlerin ticari açıklık, fiili faiz oranları, nüfus artışı ve finansal gelişme olduğunu tespit etmektedir. Buna karşılık enflasyon, eğitim seviyesi ve yaş bağımlılık oranı sigorta talebini olumsuz etkilemektedir. Çalışma, sigorta sektörünün gelişimini desteklemek için yatırımların artırılmasını, ihracatın teşvik edilmesini ve işsizliğin azaltılmasını önermektedir. Ayrıca sigorta sektörüne giriş kısıtlamalarının azaltılması ve düzenleyici reformların uygulanması gerektiği vurgulanmaktadır. Sonuç olarak araştırma, sigorta sektörünün hem ekonomik hem de kurumsal faktörlere karşı hassas olduğunu ve bu faktörlerin dikkatle yönetilmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

Kabrt (2022), Visegrad Grubu ülkeleri olan Çekya, Macaristan, Polonya ve Slovakya'yı kapsamakta ve OECD verilerini kullanarak hayat sigortası talebi ile gelir, eğitim, yaşam beklentisi ve istihdam gibi temel belirleyiciler arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Analizler, artan gelir ve daha yüksek eğitim seviyelerinin bireylerin emeklilik fonlarına yatırım talebini artırırken, hayat sigortası talebini azalttığını göstermektedir. Ayrıca, işsizlik oranının tüm modellerde güçlü bir şekilde olumsuz etkiye sahip olduğu ve yaşam beklentisinin artmasıyla birlikte bireylerin daha fazla hayat sigortası ürünü talep ettiği, ancak emeklilik fonu varlıklarına olan talebin azaldığı tespit edilmiştir.

Yukarıda sunulan literatür incelendiğinde, sigorta prim üretimini etkileyen makroekonomik değişkenlere yönelik çalışmaların çoğunlukla belirli ülke gruplarına, kısa dönemlere veya sınırlı sayıda değişkene odaklandığı görülmektedir. Ayrıca yöntemsel olarak klasik regresyon veya geleneksel panel veri tekniklerinin ağırlıkta olduğu dikkat çekmektedir. Bu bağlamda, Türkiye örneğinde 1980–2022 dönemine odaklanan bu çalışma, daha geniş bir zaman dilimi ve daha çeşitli değişken setiyle, sigorta sektörünün makroekonomik dinamiklerle olan ilişkisini çok boyutlu şekilde ele almaktadır. Ayrıca Fourier Bootstrap ARDL yöntemi ile hem yapısal kırılmaları hem de uzun/kısa dönem ilişkilerini analiz etmesi bakımından literatüre yöntemsel olarak da katkı sunmaktadır. Böylece çalışma, mevcut literatürdeki hem kapsam hem yöntem eksikliklerini gidererek, sigorta ekonomisi alanına özgün ve güncel bir bakış açısı kazandırmayı amaçlamaktadır.

2. VERİLERİN TANIMLANMASI

1980 – 2022 yılları arasında Türkiye’de elde edilen veriler kullanılarak, beklenen yaşam süresi ve makroekonomik değişkenlerin sigorta prim üretimi üzerindeki etkileri incelenmiştir. Tablo 4, çalışmanın parametrelerine ait özellikleri göstermektedir.

Tablo 4. Modelde Kullanılan Değişkenler

Değişkenler	Değişkenlerin Açıklaması	Kaynaklar
LNPRIM	Toplam Sigorta Primi (Milyon \$)	SİGMA
GRW	Ekonomik Büyüme (2015 = 100, %, \$)	Dünya Bankası
FAİZ	Mevduat Faiz Oranları (%)	Dünya Bankası
TSRF	Gayri safi yurt içi tasarruflar (%GDP)	Dünya Bankası
BEKY	Doğumda Beklenen Yaşam Süresi (Yıl)	Birleşmiş Milletler
MISSERY	Hoşnutsuzluk Endeksi (İşsizlik Oranı + Enflasyon Oranı, %)	Dünya Bankası
DA	Dışa Açıklık Endeksi (Dış Ticaret Hacmi / GDP, %)	Dünya Bankası

Türkiye’nin toplam sigorta prim üretimi milyon dolar cinsinden ölçülmüş ve modele dahil edilmeden önce bu veriye logaritmik dönüşüm uygulanmıştır. GRW, FAİZ, TSRF ve MISSERY değişkenleri yüzde büyüme oranlarını temsil ettiğinden logaritmik formları kullanılmamıştır. GRW değişkeni, Dünya Bankası’nın “GDP growth (annual %)” göstergesine dayanmaktadır. Bu veri sabit fiyatlarla hesaplanmakta olup 2015 yılı baz yılı olarak alınmaktadır (2015 = 100). Bu ifade, reel GSYH büyümesinin karşılaştırmalı şekilde analiz edilebilmesi için kullanılan uluslararası bir standarttır. DA ve BEKY serileri, değerlerinde sadece küçük farklılıklarla tutarlı aritmetik artışlar göstermektedir, bu nedenle bu değişkenler de logaritmik bir dönüşümden geçirilmeden analize dahil edilmiştir. Veri setinin kapsamı, ilgili değişkenlerin mevcudiyetine göre belirlenmiştir. Özellikle, Swiss Re SIGMA veri tabanında 1980 yılından önce toplam sigorta primi üretim verilerinin yıllık olarak mevcut olmaması, analizin bu yıldan itibaren başlamasına neden olmuştur.

Bu çalışmanın temel sorusu, "Seçilmiş bazı makroekonomik değişkenler Türkiye’nin toplam sigorta prim üretimini etkiliyor mu?" şeklindedir. Bu amaçla, 1980-2022 dönemine ait verilerle, GRW, FAİZ, TSRF, BEKY, MISSERY ve DA bağımsız değişkenleri ile LNPRIM bağımlı değişkeni arasındaki ilişki incelenmiştir. Kullanılan model, Denklem (1) ile gösterilmektedir.

$$LNPRIM_t = \beta_0 + \beta_1 GRW_t + \beta_2 FAİZ_t + \beta_3 TSRF_t + \beta_4 BEKY_t + \beta_5 MISSERY_t + \beta_6 DA_t + \epsilon_t \quad (1)$$

Denklem (1) deki bağımlı ve bağımsız değişkenlerle Türkiye’nin toplam sigorta prim üretimi üzerinde etkilerin olup olmadığı ampirik olarak analiz edilecektir.

Tablo 5, her bir değişkenin tanımlayıcı istatistiklerini göstererek merkezi eğilimleri ve dağılım özelliklerini ortaya koymaktadır.

Tablo 5. Değişkenlerle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler

LNPRIM	GRW	FAİZ	TSRF	BEKY	MISSERY	DA
--------	-----	------	------	------	---------	----

Ortalama	7.750560	4.616901	39.60062	24.99321	71.44788	48.29233	44.62651
Medyan	7.700295	5.043508	35.00000	24.67818	72.23050	42.32608	46.69447
Maximum	9.485849	11.35350	87.79083	38.45002	78.47540	113.2280	80.49795
Minimum	5.273000	-5.750007	8.000000	16.97944	62.50410	15.45488	17.08982
Standart S.	1.472530	4.265500	23.73338	4.548838	4.608236	29.08634	12.89233
Çarpıklık	-0.383525	-0.795491	0.549695	0.534519	-0.335682	0.489868	0.279464
Basıklık	1.760183	3.049239	1.976261	3.482080	1.929125	1.943575	3.288790
Jarque-Bera	3.808210	4.539450	4.043254	2.463975	2.862193	3.719349	0.709142
Olasılık	0.148956	0.103341	0.132440	0.291712	0.239047	0.155723	0.701474
Gözlem Sayısı	43	43	43	43	43	43	43

Tablo 5'te sunulan tanımlayıcı istatistiklere göre, sigorta prim üretimi değişkeni (LNPRİM) 7,75 ortalama ve 7,70 medyan ile nispeten dengeli bir dağılım göstermektedir. FAİZ (87,79) ve MISSERY (113,22) değişkenleri en yüksek maksimum değerlere sahiptir ve aynı zamanda yüksek standart sapma değerleri (FAİZ: 23,73, MISSERY: 29,08) sergileyerek en oynak değişkenler arasında yer almaktadır. Çarpıklık analizi, LNPRİM'in hafif bir negatif çarpıklığa sahip olduğunu gösterirken, FAİZ, TSRF ve MISSERY değişkenleri pozitif çarpıklığa sahip sağa çarpık bir dağılım göstermektedir. Jarque-Bera testinin sonuçları, LNPRİM, GRW ve FAİZ değişkenlerinin normal dağılım hipotezini reddetmediğini, ancak diğer değişkenlerin normallikten biraz sapabileceğini ortaya koymaktadır. Genel olarak, sigorta primi üretimi düşük volatilité ile karakterize edilirken, faiz oranları ve hoşnutsuzluk endeksi gibi değişkenler zaman içinde önemli dalgalanmalar göstermektedir. Bu gözlem, değişkenlerin durağanlık testlerine tabi tutulması ve modelleme sürecinde gerekli dönüşümlerin dikkate alınması gerektiğini vurgulamaktadır.

Çalışmada, değişkenler arasındaki çoklu doğrusallık problemini değerlendirmek amacıyla Pearson Korelasyon testi uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 6 da sunulmuştur.

Tablo 6. Pearson Korelasyon Testi

	LNPRİM	GRW	FAİZ	TSRF	BEKY	MİSSERY	DA
LNPRİM	1.0000						
GRW	0.4336	1.0000					
FAİZ	-0.4892	-0.2403	1.0000				
TSRF	-0.5518	0.0793	-0.4408	1.0000			
BEKY	0.9854	0.1111	-0.4572	-0.0916	1.0000		
MİSSERY	-0.5525	-0.2917	0.7896	-0.3273	-0.5287	1.0000	
DA	0.8398	0.1708	-0.3083	0.0595	0.8898	-0.3404	1.0000

Analiz, FAİZ, TSRF ve MISSERY değişkenlerinin LNPRİM ile negatif bir korelasyon sergilediğini, yani ters bir ilişkiye sahip olduklarını ortaya koymaktadır. Buna karşılık, GRW, BEKY ve DA değişkenleri LNPRİM ile pozitif korelasyon göstermekte, yani aynı yönde hareket etmektedir. Korelasyon matrisi, BEKY ve DA dışındaki tüm değişkenler için korelasyon değerlerinin orta düzeyde olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, modelin çoklu doğrusal bağlantıdan muzdarip olup olmadığını değerlendirmek için bir Varyans Enflasyon Faktörü (VIF) analizine ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir. Bağımsız değişkenler için VIF sonuçları Tablo 7 de sunulmuştur.

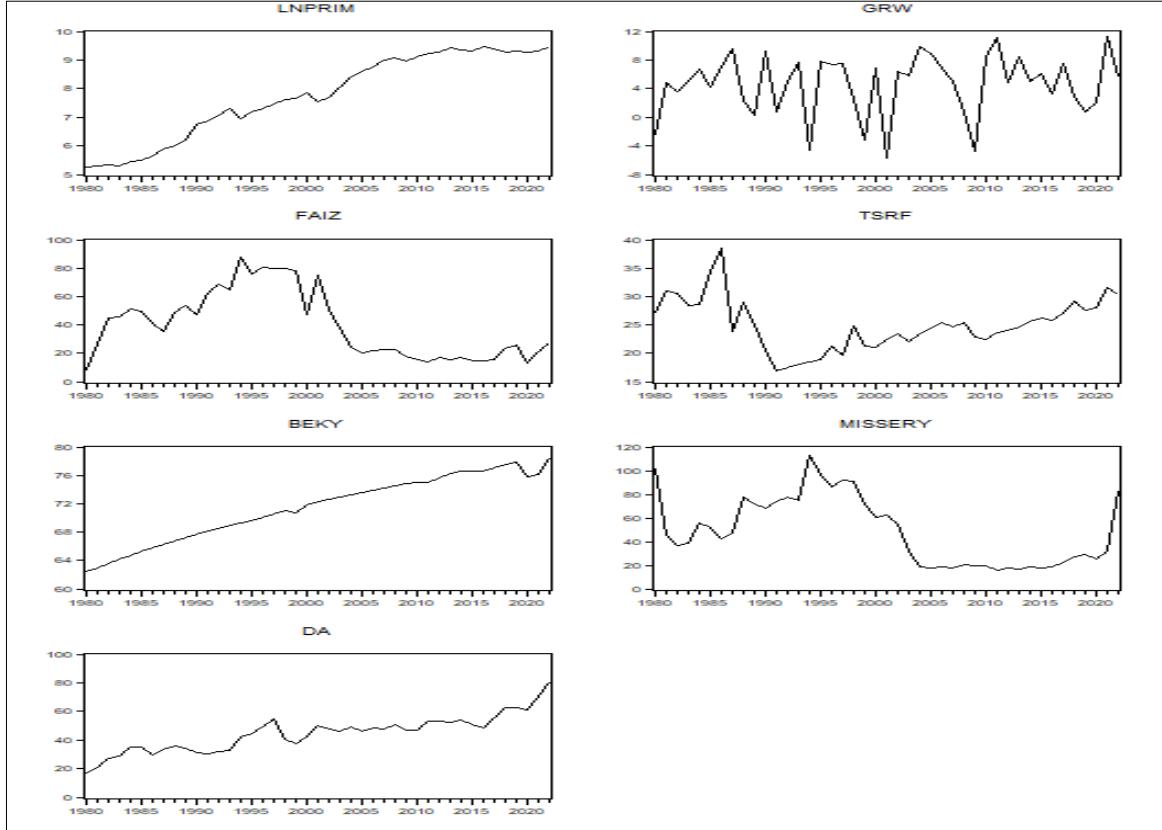
Tablo 7. Varyans Artış Faktörü (VIF)

Değişkenler	VIF Değeri	1/Vif
BEKY	6.54	0.153
DA	5.72	0.175
MİSSERY	3.7	0.270
FAİZ	3.34	0.300
TSRF	2.36	0.424
GRW	1.28	0.781

Tablo 7 değerlendirildiğinde, VIF değerinin 10'un altında olması, modelde çoklu doğrusal bağlantı probleminin bulunmadığını gösterir. Tablodaki VIF değerleri incelendiğinde, en yüksek VIF değerinin 6,54, ortalama VIF değerinin ise 3,82 olduğu görülmektedir. Bu bulgular, modelde çoklu doğrusal bağlantı sorununun olmadığını doğrulamaktadır.

Araştırmada kullanılan serilere ait grafikler şekil 1 de sunulmuştur.

Şekil 1. Serilerin Zaman Yolu Grafikleri



Şekil 1 incelendiğinde, GRW değişkeni dışında, diğer seriler zaman içinde düzensiz dalgalanmalar sergilemekte, bu da durağan olmayabileceklerini düşündürmektedir. Ancak, grafiksel analiz bunu doğrulamak için tek başına yeterli değildir; serilerin durağanlığını değerlendirmek için birim kök testleri yapılmalıdır.

3. METODOLOJİ

Bu makalede uygulanacak ekonometrik yöntemin aşamaları;

- (1) Aşamada Durağanlık analizi yapılmıştır. Ekonometrik analizlerde, nedensellik veya eş bütünleşme testleri yapılmadan önce serilerin durağanlık seviyelerinin kontrol edilmesi önemlidir. Bu amaçla için iki standart birim kök testi, yani Augmented Dickey-Fuller (ADF) testi ve Phillips-Perron (PP) testi, durağanlık seviyelerini değerlendirmek için kullanılmıştır. Ayrıca, verilerdeki iki yapısal kırılmayı hesaba katan LS (Lee & Strazicich, 2003) birim kök testi de uygulanmıştır. LS (2003) testi için veri oluşturma süreci aşağıdaki gibidir:

$$y_t = \delta Z_t + e_t \text{ ve } e_t = \beta e_{t-1} + \varepsilon_t \quad (2)$$

$$\Delta y_t = \tilde{\delta} \Delta Z_t + \phi \tilde{S}_{t-1} + \varepsilon_t \text{ ve } \tilde{S}_t = y_t - \tilde{\psi}_x - Z_t \tilde{\delta} \quad t = 2, \dots, T \quad (3)$$

$\tilde{\psi}_x$ ise $y_1 - Z_1 \tilde{\delta}$ ile gösterilmektedir. Burada y_1 ve Z_1 matrislerinin başlangıç değerlerini ve $\tilde{\delta}$ katsayılar matrisini ifade etmektedir.

Eşitlik (3)'te Z_t dışsal değişkenler vektörü olarak tanımlanmaktadır. Dışsal değişkenler vektörü değiştirilerek tek ve çift kırılmalı testler ortaya çıkmaktadır. Çalışmada, Z_t dışsal değişkenler vektörü çift kırılmayı dikkate alarak oluşturulmuştur. Buna göre;

Model A: Düzeyde kırılma için $Z_t = [1, t, D_{1t}, DT_{1t}]$ olur ve burada $j=1, 2$ iken $t \geq T_{BJ} + 1$ için $D_{jt} = 1$, diğer durumlarda 0 değerini alır. T_{BJ} kırılmanın olduğu zaman boyutunu göstermektedir.

Model C: Düzeyde ve trendde kırılma için $Z_t = [1, t, D_{1t}, D_{2t}, DT_{1t}, DT_{2t}]$ olur ve burada, $t \geq T_B + 1$ için $D_{jt} = t - T_{BJ}$, diğer durumlarda 0 değerini alır.

Değişkenin birim kök içerip içermediğini ortaya koyabilmek için tanımlanan hipotezler denklem (3) için aşağıda verilmiştir.

$H_0: \phi = 0$: Birim kök vardır (durağan değildir)

$H_0: \phi < 0$: Birim kök yoktur (durağandır)

Hipotez testi için kullanılan test istatistiği denklem (4)'te verilmiştir.

$$\tau = t - \text{stat}(\tilde{\phi}) = \frac{\tilde{\phi}}{sh(\tilde{\phi})} \quad (4)$$

Eşitlik (4)'te $\tilde{\phi}$ ifadesi denklem (4)'ün en küçük kareler tahmininden elde edilen parametreyi, sh ise bu parametreye ilişkin standart sapmayı göstermektedir. Ayrıca kırılma zamanı belirlenirken en küçük t istatistiğini veren τ değeri dikkate alınmaktadır.

(2) Aşamada Bootstrap Genişletilmiş ARDL (BARDL) sınır testi uygulanmıştır. Pesaran vd. (2001) tarafından geliştirilen ARDL modeli, bağımlı değişkenin $I(1)$ olduğunu varsayarken bağımsız değişkenlerin $I(0)$ veya $I(1)$ olmasına imkan tanır ve bu özellik, araştırmacılar tarafından yaygın bir şekilde tercih edilen esnek bir modeldir. Ancak McNown vd. (2018) ve Sam vd. (2019) tarafından yapılan son eleştiriler, pek çok araştırmacının bağımlı değişkenin $I(1)$ olma gerekliliğini ve Pesaran vd. (2001) tarafından önerilen t-testini göz ardı ettiğini ortaya koymuştur. Bu gözden kaçırma, Pesaran vd. (2001) tarafından vurgulandığı gibi güvenilir olmayan sonuçlarla sonuçlanmaktadır (Sam vd., 2019). Bu problemlerin aşılması için McNown vd. (2018) ve Sam vd. (2019), FA testi ve t-testinin yanı sıra bağımsız değişkenler için FB testinin de modele entegre edilmesini önermektedir. Eşbütünleşme ilişkisini tespit etmek amacıyla kullanılan model, Denklem (5)'te doğru bir şekilde açıklanmış olup, üç test istatistiği ise Denklem (6), Denklem (7) ve Denklem (8)'de sunulmaktadır.

$$\begin{aligned} \ln PRIM_t = & a_0 + b_0 \ln PRIM_{t-1} + b_1 GRW_{t-1} + b_2 FAIZ_{t-1} + b_3 TSRF_{t-1} + b_4 BEKY_{t-1} + \\ & b_5 MISSERY_{t-1} + b_6 DA_{t-1} + \sum_{i=1}^{p-1} c_{0,i} \Delta \ln PRIM_{t-i} + \sum_{j=1}^{qj-1} c_j \Delta GRW_{t-j} + \sum_{j=1}^{qj-1} c_j \Delta FAIZ_{t-j} + \\ & \sum_{j=1}^{qj-1} c_j \Delta TSRF_{t-j} + \sum_{j=1}^{qj-1} c_j \Delta BEKY_{t-j} + \sum_{j=1}^{qj-1} c_j \Delta MISSERY_{t-j} + \sum_{j=1}^{qj-1} c_j \Delta DA_{t-j} + \\ & d_1 GRW_t + d_2 FAIZ_t + d_3 TSRF_t + d_4 BEKY_t + d_5 MISSERY_t + d_6 DA_t + \varepsilon_t \end{aligned} \quad (5)$$

Denklem (5) esas alınarak oluşturulan test istatistikleri;

$$\text{FA testi için } H_0: b_0 = b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = b_6 = 0 \quad (6)$$

$$t \text{ testi için } H_0: b_0 = 0 \quad (7)$$

$$FB \text{ testi için } H_0: b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = b_6 = 0 \quad (8)$$

Denklem (6) ve Denklem (7)'de yer alan testler, Pesaran vd. (2001) tarafından önerilen genel F-testi ve t-testine karşılık gelmektedir. Denklem (8), McNown vd. (2018) ve Sam vd. (2019) tarafından önerilen yeni bir F-testini tanıtmaktadır. Bir eşbütünleşme ilişkisinin geçerli sayılabilmesi için her üç testin de kritik değerleri aşması ve istatistiksel olarak anlamlı olması gerekmektedir. Bu koşul sağlanmazsa, eş bütünleşme ilişkisi geçerli kabul edilmez. Eğer FA testi ve t-istatistiği anlamlıysa, ancak FB testi anlamsızsa, bu durum dejenere 1 olarak kabul edilir. Hem FA testi anlamlı hem de t-istatistiği anlamsız olduğunda ise dejenere durum 2 olarak tanımlanır.

Sonuç olarak, FA, t ve FB testlerinin yapılmasıyla A – ARDL yöntemi uygulanmış olacaktır. Tam eşbütünleşme için her üç testin istatistiği, üst sınır değerinden büyük olmalıdır. Bu çalışmada, test istatistikleri ve sınır değerler Bootstrap ARDL yöntemiyle belirlenmiştir. Eğer her üç testin istatistiği üst sınır değerinden büyük değilse, eş bütünleşme varlığından bahsedilemez. Bu üç hipotezden birinin veya birkaçının anlamsız olması durumunda ise dejenere durumlar ortaya çıkmaktadır.

- (3) Aşamada Toda Yamamoto Nedensellik Analizi yapılmıştır. Engle ve Granger'ın (1969) geliştirdiği geleneksel Granger nedensellik testi, durağan olmayan zaman serilerine uygulanamazken, Toda-Yamamoto (TY) nedensellik testi (Toda & Yamamoto, 1995) bu sınırlamayı aşmaktadır. TY testi, bu problemi çözmek için $k + dmax$ dereceli bir VAR modeli kurulmasını önermektedir. Burada k , optimal gecikme uzunluğunu, $dmax$ ise seriler arasında en yüksek bütünleşme derecesini ifade etmektedir. TY (1995) testinin uygulanabilmesi için öncelikle k ve $dmax$ değerlerinin belirlenmesi gereklidir. Testin güvenilir sonuçlar verebilmesi, bu iki parametrenin doğru bir şekilde tespit edilmesine bağlıdır. y ve x değişkenleri için TY (1995) nedensellik testi Denklem (9) ve Denklem (10)'da gösterilmiştir.

$$y_t = \delta + \sum_{i=1}^{k+dmax} a_i y_{t-i} + \sum_{i=1}^{k+dmax} \theta_i x_{t-i} + e_{1t} \quad (9)$$

$$x_t = \delta + \sum_{i=1}^{k+dmax} \gamma_i x_{t-i} + \sum_{i=1}^{k+dmax} \vartheta_i y_{t-i} + e_{2t} \quad (10)$$

Denklem (9) ve Denklem (10)'da hata terimlerinde otokorelasyon olmadığı varsayılmaktadır.

4. ANALİZ SONUÇLARI

Bu bölümde, araştırmada ele alınan değişkenlere yönelik ADF, PP ve LS birim kök testleri ile ARDL sınır testi sonuçları özetlenmektedir. Ayrıca, seriler arasındaki nedensellik ilişkilerini ortaya koyan Toda-Yamamoto nedensellik testine ait bulgular da paylaşılmaktadır.

Zaman serisi analizlerinde, değişkenlerin birim kök içerip içermediğini belirlemek (durağanlık analizi) öncelikli adımlardan biridir. ARDL yönteminin uygulanabilmesi için bağımlı değişkenin seviyede durağan olması, ancak tüm serilerin ikinci dereceden durağanlık göstermemesi gerekmektedir. Bu kapsamda, değişkenlerin durağanlık durumlarını belirlemek amacıyla ADF ve PP birim kök testleri uygulanmakta olup, elde edilen sonuçlar Tablo 8'de sunulmaktadır.

Tablo 8. ADF-PP Birim Kök Test Sonuçları (Düzey)

Seri	Test İst.	ADF		Test İst.	PP	
		%1	%5		%1	%5
LNPRIM	-1.409677	-3.596616	-2.933158	-1.381964	-3.596616	-2.933158
Δ LNPRIM	-5.986320	-3.600987	-2.935001	-6.017224	-3.600987	-2.935001
GRW	-7.077128	-3.596616	-2.933158	-8.266114	-3.596616	-2.933158
FAIZ	-1.915451	-4.226815	-3.536601	-2.951878	-4.192337	-3.520787
Δ FAIZ	-8.059256	-4.198503	-3.523623	-7.981152	-4.198503	-3.523623

TSRF	-0.247717	-2.621185	-1.948886	-0.151772	-2.621185	-1.948886
Δ TSRF	-8.674678	-2.622585	-1.949097	-8.958633	-2.622585	-1.949097
BEKY	0.439573	-4.211868	-3.529758	-2.408238	-4.192337	-3.520787
Δ BEKY	-7.055520	-4.211868	-3.529758	-4.788998	-4.198503	-3.523623
MISSERY	-1.236886	-2.621185	-1.948886	-1.236886	-2.621185	-1.948886
Δ MISSERY	-6.019546	-2.622585	-1.949097	-6.018967	-2.622585	-1.949097
DA	-2.484216	-4.192337	-3.520787	-2.576062	-4.192337	-3.520787
Δ DA	-5.628289	-4.205004	-3.526609	-5.368531	-4.198503	-3.523623

Not: Sabitli: LNPRIM, GRW. Trendli ve Sabitli: FAIZ, BEKY, DA. Trendsiz ve Sabitsiz: TSRF, MISSERY. Gecikme uzunluğu ve bilgi kriterleri Eviews 12 programı tarafından otomatik olarak belirlenmiştir.

Tablo 8'deki veriler değerlendirildiğinde, GRW değişkeni hariç olmak üzere LNPRIM, FAIZ, TSRF, BEKY, MISSERY ve DA serilerinin düzey değerlerinde birim kök içerdiği görülmektedir. Birim kök tespit edilen serilere birinci fark işlemi uygulanmış ve bu farklar delta (Δ) simgesiyle gösterilmiştir. FAIZ, TSRF, BEKY, MISSERY ve DA değişkenleri, birinci farkları alındığında %1 düzeyinde anlamlı olacak şekilde durağanlık kazanmıştır.

Geleneksel birim kök testleri, yapısal kırılmaları göz önünde bulundurmakta yetersiz kalır ve bu durum yanıltıcı sonuçlara neden olabilir. Bu da aslında durağan olmayan serilerin yanlışlıkla durağan olarak değerlendirilebileceği anlamına gelir. Bu olası sorunu gidermek amacıyla, seriler üzerinde iki yapısal kırılma dikkate alınarak Lee-Strazicich birim kök testi uygulanmıştır. Teste ilişkin ayrıntılı bulgular Tablo 9'daki halinde sunulmuştur.

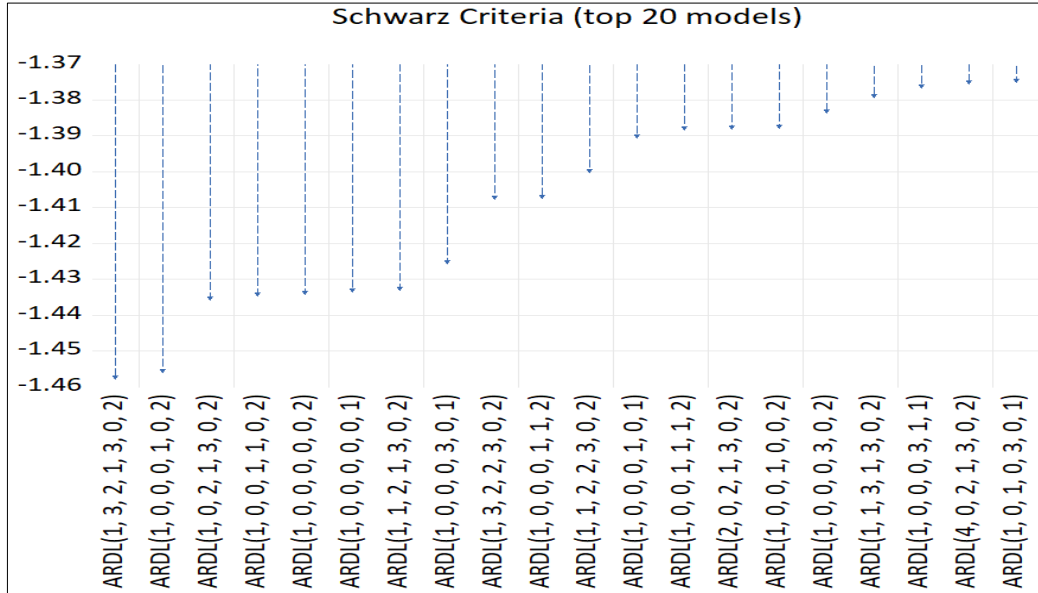
Tablo 9. Değişkenlerin Lee Strazicich Durağanlık Testi

Değişken	Model	Test ist.	Kırılma Tarihleri	Kritik Değerler	
				1%	5%
LNPRIM	Model A	-3.148328	1996 – 2003	-4.073	-3.563
	Model C	-4.555763	2002 – 2017	-7.004	-6.185
Δ LNPRIM	Model A	-4.94468	1990 – 1994	-4.073	-3.563
	Model C	-6.999044	1990 – 1998	-6.75	-6.108
GRW	Model A	-5.30365	1990 – 1992	-4.073	-3.563
	Model C	-7.588838	1999 – 2012	-7.032	-6.375
FAIZ	Model A	-2.425809	2001 – 2006	-4.073	-3.563
	Model C	-6.124537	1992 – 2009	-7.004	-6.185
Δ FAIZ	Model A	-4.338849	2001 – 2010	-4.073	-3.563
	Model C	-8.501319	1992 – 2005	-6.932	-6.175
TSRF	Model A	-2.952493	1990 – 1996	-4.073	-3.563
	Model C	-7.296606	1994 – 2008	-7.004	-6.185
Δ TSRF	Model A	-5.397017	2009 – 2016	-4.073	-3.563
	Model C	-8.830873	1997 – 2007	-7.196	-6.312
BEKY	Model A	-3.352625	2010 – 2014	-4.073	-3.563
	Model C	-9.650512	1993 – 2018	-6.821	-5.917
Δ BEKY	Model A	-6.091326	2005 – 2009	-4.073	-3.563
	Model C	-15.34348	2014 – 2017	-6.75	-6.108
MISSERY	Model A	-2.650303	1995 – 2010	-4.073	-3.563
	Model C	-6.192345	1992 – 2009	-7.004	-6.185
Δ MISSERY	Model A	-6.016938	2007 – 2011	-4.073	-3.563
	Model C	-7.927134	1998 – 2011	-7.004	-6.185
DA	Model A	-2.268135	1997 – 2008	-4.073	-3.563
	Model C	-5.242687	2005 – 2016	-6.932	-6.175
Δ DA	Model A	-6.069696	1993 – 1995	-4.073	-3.563
	Model C	-7.433367	1995 – 1999	-6.75	-6.108

Tablo 9'daki verilere göre, LNPRIM değişkeninin birinci farkı Δ LNPRIM, FAIZ değişkeninin birinci farkı Δ FAIZ, TSRF değişkeninin birinci farkı Δ TSRF, BEKY değişkeninin birinci farkı Δ BEKY, MISSERY değişkeninin birinci farkı Δ MISSERY ve DA değişkeninin birinci farkı Δ DA şeklinde gösterilmiştir. Veriler incelendiğinde, GRW değişkeni hem Model A hem de Model C için %1 anlamlılık düzeyinde düzeyde $I(0)$ durağan bulunmuştur. LNPRIM, FAIZ, TSRF, BEKY, MISSERY ve DA değişkenleri ise Model A ve Model C kapsamında %1 anlamlılık seviyesinde birinci farkta $I(1)$ durağanlık göstermiştir. Değişkenlerin hiçbirisi ikinci farkta durağan çıkmadığı ($I(d)$ ve $d < 2$) için Bootstrap ARDL modeli tercih edilmiştir.

Eviews 12 programı kullanılarak Schwarz Bilgi Kriteri (SC) temel alınmış ve farklı modeller arasında en uygun modelin ARDL (1, 3, 2, 1, 3, 0, 2) olduğu tespit edilmiştir. Bu modele göre, LNPRIM ve TSRF değişkenleri bir (1) gecikme, GRW ve BEKY değişkenleri üç (3) gecikme, FAIZ ve DA değişkenleri iki (2) gecikme ile MISSERY değişkeni ise sıfır (0) gecikme ile modele dahil edilmiştir. Modellerin SC'ye göre uygunluk sıralaması ise Şekil 2'te sunulmuştur.

Şekil 2. SC'ye Göre Modellerin Uygunluk Dizilimi



Modelin gecikme uzunluğunun belirlenmesinde Schwarz Bilgi Kriteri (SC) dikkate alınmış ve en düşük kritik değere sahip model tercih edilmiştir. Bu doğrultuda, ARDL (1, 3, 2, 1, 3, 0, 2) modeli seçilmiştir. Serilerin gecikme uzunlukları belirlendikten sonra, değişkenler arasında uzun dönemli bir eşbütünleşme ilişkisinin olup olmadığını tespit edebilmek için Bootstrap A-ARDL Sınır Testi uygulanmıştır. SC'ye göre belirlenen optimal gecikme uzunluğu olan ARDL (1, 3, 2, 1, 3, 0, 2) modeline ait üç testin (FA, FB, t) istatistiksel değerleri, üst kritik değerler ve tanı testleri Tablo 10'da sunulmaktadır.

Tablo 10. Bootstrap ile Eş Bütünleşme Test Sonuçları

Gecikme Uzunluğu	Test İstatistikleri	Üst Kritik Değerler I(1)			Karar
		%1	%5	%10	
1, 3, 2, 1, 3, 0, 2	FA	10.7570*	9.6591	6.6245	Eş Bütünleşme Var
	t	-6.0480*	-5.1139	-4.0522	
	FB	10.4248*	9.3381	6.5136	

Not: *, %1 düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasında eş bütünleşme ilişkisinin varlığından söz edilebilmesi için, üç test istatistiğinin de üst sınır kritik değerlerini aşması gerekmektedir. Bu doğrultuda, Tablo 10'daki verilere göre FA, t ve FB test istatistikleri kritik değerlerden mutlak anlamda

daha büyük olduğundan, bu testlerin %1 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, Türkiye ekonomisinde FAİZ, TSRF, BEKY, MISSERY ve DA bağımsız değişkenlerinin LNPRIM bağımlı değişkeni üzerindeki etkisini doğrulamaktadır.

ARDL (1, 3, 2, 1, 3, 0, 2) modeli ile elde edilen tahmin sonuçlarının güvenilirliğini değerlendirmek amacıyla yapılan tanı testlerinin sonuçları Tablo 11’de sunulmaktadır.

Tablo 11. Tanı Test Sonuçları

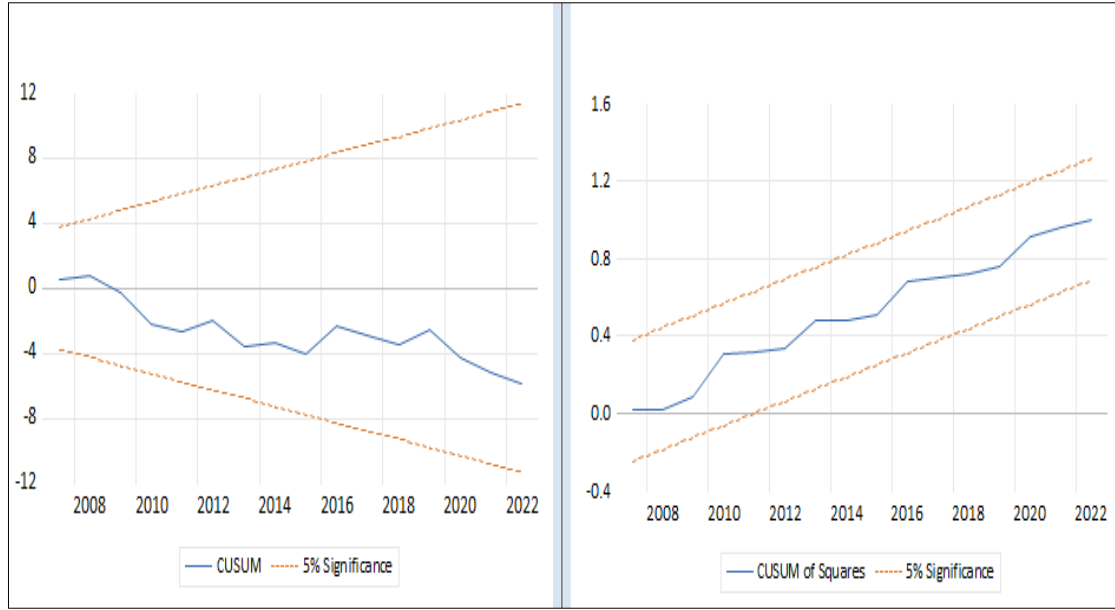
Testler	Test İstatistiği	Olasılık Değerleri	Karar
Serial Correlation	0.3364	0.7183	✓
Ramsey Reset	2.3407	0.1410	✓
Jargue – Bera	0.3735	0.8297	✓
Breusch Pagan Godfrey	0.8887	0.5965	✓
Harvey	0.5944	0.5944	✓
Cusum*		İstikrarlı	✓
Cusumsq*		İstikrarlı	✓
R2		0.998396	✓
Düzeltilmiş R2		0.997157	✓

Not: *; Bakınız Şekil 3

Tablo 11’deki verilere bakıldığında, kurulan modelin tanı testlerini başarıyla geçtiği görülmektedir. Breusch-Godfrey testi, modelde seri korelasyonun bulunmadığını ortaya koymakta olup, güvenilir sonuçlar elde etmek için sağlanması gereken önemli bir varsayımdır. Breusch-Pagan-Godfrey testi ise değişen varyansın olup olmadığını kontrol etmek amacıyla yapılan bir diğer kritik testtir ve sonuçlar modelde değişen varyans olmadığını göstermektedir, bu da sonuçların güvenilirliğini pekiştirmektedir. Jarque-Bera normallik testi, verilerin dağılımının normalliğini kontrol etmek için uygulanır. Bu test, verilerin basıklık ve çarpıklık değerlerini inceleyerek, veri serilerinin normal bir dağılım gösterip göstermediğine dair bir fikir sunmaktadır ve sonuçlar verilerin normal bir dağılım izlediğini doğrulamaktadır. Son olarak, modelin veri analizi için uygun şekilde oluşturulup oluşturulmadığını doğrulamak amacıyla Ramsey spesifikasyon testi gerçekleştirilmiştir. Bu test, ihmal edilmiş değişkenler veya sonuçların güvenilirliğini etkileyebilecek diğer olası sorunları tespit etmek amacıyla yapılır. Elde edilen sonuçlar, analiz bulgularının güvenilir olduğunu doğrulamaktadır. Bu tanısal testlerin tamamı birlikte değerlendirildiğinde, ARDL modelinin verileri doğru bir şekilde yansıttığı ve analiz sonuçlarının güvenilir olduğu yönünde güçlü bir kanıt sunmaktadır.

Tanı testlerinin sonuçlarına göre, tahmin bulguları güvenilirdir. ARDL modellerinde katsayıların istikrarı, CUSUM ve CUSUM-SQ testleri ile incelenmektedir. Şekil 3’te, CUSUM ve CUSUM-SQ testlerinin sonuçları yer almaktadır.

Şekil 3. CUSUM ve CUSUM-SQ



Bootstrap A – ARDL modelinin sınır testi sonuçlarına göre, seriler arasında eş bütünleşme ilişkisi bulunduğundan, seçilen ARDL modelinin uzun dönem tahmin sonuçları Tablo 12’de yer almaktadır.

Tablo 12. Uzun Dönem Katsayılar

Değişkenler	Katsayılar	Standart Hata	t-İstatistik	Olasılık
GRW	0.070857	0.022520	3.146431	0.0047
FAIZ	-0.008897	0.002818	-3.156978	0.0046
TSRF	-0.110528	0.004502	-24.55108	0.0000
BEKY	0.131775	0.005457	24.14820	0.0000
MISSERY	-0.007972	0.002893	-2.755742	0.0115
DA	0.042971	0.007168	5.994586	0.0000

Tablo 12’de yer alan uzun dönem katsayıları dikkate alındığında, şu sonuçlar elde edilebilir: (i) GRW, LNPRİM üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahiptir. Yani, Türkiye’de ekonomik büyümenin artışı sigorta prim üretimini artırmaktadır. (ii) FAİZ değişkeni, LNPRİM üzerinde negatif bir etkiye sahiptir. Faiz oranlarının yükselmesi, sigorta prim üretimini olumsuz yönde etkilemektedir. (iii) TSRF değişkeni, LNPRİM üzerinde negatif bir etkiye sahiptir. Tasarrufların artması, sigorta prim üretimini olumsuz yönde etkilemektedir. (iv) Benzer şekilde, BEKY değişkeninin sigorta primi üzerinde pozitif bir etkisi olduğu görülmektedir. BEKY’nin artması, ekonomide bireylerin daha uzun süre çalışmasına yol açtığı için sigorta prim üretimini artırmaktadır. (v) İşsizlik ve enflasyon oranlarının toplamını temsil eden MİSSERY değişkeni, LNPRİM üzerinde anlamlı ve negatif bir etkiye sahiptir. Bu sonuç, işsizlik ve enflasyon oranlarının yüksek olduğu ülkelerde sigorta prim üretiminin olumsuz etkileneceğini göstermektedir. (vi) DA değişkeni, LNPRİM üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir. Dış ticaret hacminin artışı, sigorta prim üretimini olumlu yönde etkilemektedir.

Bu aşamadan sonra, kısa dönem ilişkisinin belirlenmesi gerekmektedir. Bu amaçla, kısıtsız hata düzeltme modeli (UECM) kullanılarak kısa dönem modeli oluşturulmuştur. UECM modeline, uzun dönem modelinden elde edilen hata terimlerinin bir gecikmeli değerleri dahil edilmiştir. Modelin kalıntıların bir dönem gecikmeli değeri ECT (-1) ile gösterilmektedir. ECT (-1) değerinin 0 ile -1 arasında olması ve istatistiksel olarak anlamlı olması beklenmektedir. Tablo 13’te, kısıtsız UECM modeline ilişkin bulgular yer almaktadır.

Tablo 13. Kısa Dönem Hata Düzeltme Katsayısı

Değişkenler	Katsayılar	Standart Hata	t-İstatistik	Olasılık
D(GRW)	0.010544	0.002962	3.559452	0.0018
D(GRW(-1))	-0.012358	0.003979	-3.105571	0.0052
D(GRW(-2))	-0.008725	0.002570	-3.394719	0.0026
D(FAIZ)	-0.004418	0.001513	-2.920448	0.0079
D(FAIZ(-1))	0.004401	0.001532	2.871917	0.0089
D(TSRF)	-0.024855	0.003987	-6.233977	0.0000
D(BEKY)	0.069718	0.020849	3.343861	0.0029
D(BEKY(-1))	-0.075503	0.029077	-2.596635	0.0165
D(BEKY(-2))	-0.142154	0.031403	-4.526761	0.0002
D(DA)	-0.004051	0.002806	-1.443700	0.1629
D(DA(-1))	-0.014875	0.003209	-4.636116	0.0001
CointEq(-1)	-0.413777	0.042267	-9.789528	0.0000

Tablo 13'teki hata düzeltme modeli sonuçları incelendiğinde, ECT (-1) olarak gösterilen hata teriminin negatif bir değere sahip olması ve istatistiksel olarak anlamlı olması gerektiği görülmektedir. Bu koşulun sağlanması, hata düzeltme modelinin düzgün çalıştığını gösterir. Tabloya bakıldığında, ECT (-1) hata düzeltme teriminin -0.413777 olarak hesaplandığı ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu ($p=0,0000$) görülmektedir. Elde edilen bu sonuç, toplam sigorta prim üretimi ile bazı makroekonomik değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkinin varlığını da doğrulamaktadır. Yani, analize dahil edilen ve uzun dönem sonuçlarına göre birlikte hareket ettiği tespit edilen değişkenlerin kısa dönem sapmalarının (ECT katsayısının negatif ve anlamlı olması nedeniyle) uzun dönemde dengeye ulaşacağını göstermektedir.

Eşbütünleşme testi sonuçları, gözlemlenen değişkenler arasında uzun vadeli bir denge ilişkisini ortaya koymaktadır ve bu durum nedensel bir ilişkiye işaret etmektedir. Bu sebeple, Toda-Yamamoto nedensellik testi uygulanmıştır. Kurulan VAR modelinde optimum gecikme 3 olarak belirlenmişken, değişkenlerin maksimum entegre derecesi 1'dir. Granger Toda-Yamamoto nedensellik testi sonuçları, Tablo 14'te sunulmuştur.

Tablo 14. VAR Granger Nedensellik/Blok Dışsallık Wald Testi Sonuçları

Nedensellik	Gecikme (k=3, dmax=1)	X ²	P	Karar
GRW=>LNPRIM	4	15.078833	0.0093	Nedensellik var
LNPRIM=> GRW	4	13.012300	0.0119	Nedensellik var
FAIZ=>LNPRIM	4	30.66568	0.0000	Nedensellik var
LNPRIM=> FAIZ	4	7.274459	0.1221	Nedensellik yok
TSRF=>LNPRIM	4	21.76632	0.0002	Nedensellik var
LNPRIM=> TSRF	4	7.502648	0.1116	Nedensellik yok
BEKY=>LNPRIM	4	65.53516	0.0000	Nedensellik var
LNPRIM=> BEKY	4	2.376558	0.6669	Nedensellik yok
MISSERY=>LNPRIM	4	20.60478	0.0004	Nedensellik var
LNPRIM=>MISSERY	4	2.954033	0.5655	Nedensellik yok
DA=>LNPRIM	4	14.75524	0.0052	Nedensellik var
LNPRIM=>DA	4	9.019616	0.0606	Nedensellik yok

Tablo 14 değerlendirildiğinde sonuçlar, ekonomik büyüme ve sigorta prim üretiminin birbirini etkilediğini, ancak sigorta prim üretiminin diğer makroekonomik değişkenler üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olmadığını göstermektedir. Faiz oranları, tasarruf oranları, yaşam beklentisi, ekonomik hoşnutsuzluk ve dışa açıklık gibi faktörler sigorta prim üretimini önemli ölçüde etkilemektedir. Bununla birlikte, sigorta prim üretiminin faiz oranları, tasarruf eğilimleri veya hoşnutsuzluk endeksi gibi değişkenleri doğrudan etkilemediği sonucuna varılmıştır. Bu bulgular, sigorta sektörünün ekonomik değişkenlerden güçlü bir şekilde etkilenmesine rağmen, makroekonomik yapıyı etkileme kabiliyetinin sınırlı olabileceğine işaret etmektedir.

SONUÇ

Bu çalışma, Türkiye'de toplam sigorta prim üretimi ile makroekonomik değişkenler arasındaki ilişkiyi analiz etmektedir. Sigorta sektörü, finansal sistemin önemli bir bileşeni olarak ekonomik büyümeyi desteklemekte ve risk yönetim mekanizmaları aracılığıyla makroekonomik istikrara katkıda bulunmaktadır. Bu çalışmada, ekonomik büyüme, faiz oranları, yurtiçi tasarruf oranı, yaşam beklentisi, hoşnutsuzluk endeksi ve dışa açıklık gibi değişkenlerin sigorta prim üretimi üzerindeki etkileri Fourier Bootstrap ARDL yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular literatürdeki çeşitli çalışmalarla tutarlıdır ve sigorta sektörünün ekonomik değişkenlere olan duyarlılığını kanıtlamaktadır.

Çalışma, ekonomik büyüme ile sigorta prim üretimi arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Ekonomik büyüme, bireylerin ve işletmelerin sigorta ürünlerine olan ilgisini artırmakta ve prim üretimini yükseltmektedir. Bu sonuç, Arena (2008), Lee ve diğerleri (2013) ve Eren & Çütücü (2021) gibi çalışmaların bulgularıyla uyumludur. Ayrıca, Toda-Yamamoto nedensellik testi sonuçları, ekonomik büyümenin sigorta prim üretimini doğrudan etkilediğini, ancak sigorta sektörünün de ekonomik büyümeye katkıda bulunduğunu göstermektedir. Bu bulgu Ward & Zurbruegg (2000) ve Tunay ve diğerleri (2020) gibi çalışmalar tarafından da desteklenmektedir.

Faiz oranlarının sigorta prim üretimi üzerindeki etkisi negatif ve anlamlıdır. Faiz oranlarındaki artış, bireylerin sigorta yerine alternatif yatırım araçlarına yönelmesine neden olarak sigorta sektörünün büyümesini sınırlamaktadır. Bu bulgu Beck & Webb (2003) ve Pattarakitham & Rungruengarporn (2016) tarafından yapılan çalışmalarla uyumludur. Özellikle Şamiloğlu ve diğerlerinin (2019) ve Öner'in (2022) Türkiye'deki çalışmaları, faiz oranlarının sigorta sektöründeki büyümeyi sınırlayan ana faktörlerden biri olduğunu ortaya koymaktadır.

Tasarruf oranlarının sigorta prim üretimi üzerindeki etkisi negatif olarak bulunmuştur. Bireylerin tasarruf eğilimindeki artış, sigorta poliçelerine olan talebi azaltmakta ve sektörün büyümesini sınırlamaktadır. Beck & Webb (2003) ve Macunluoğlu (2021) gibi çalışmalar, bireylerin gelecekteki risklere karşı sigorta yerine tasarrufu tercih edebileceklerini vurgulamaktadır. Türkiye bağlamında yapılan çalışmalar da bu sonucu desteklemektedir.

Çalışma, yaşam beklentisinin sigorta prim üretimini olumlu ve anlamlı bir şekilde etkilediğini ortaya koymaktadır. Beklenen yaşam süresinin artması, sağlık ve hayat sigortası gibi uzun vadeli sigorta türlerine olan talebi artırarak sigorta sektörünün büyümesine katkı sağlamaktadır. Bu bulgu, Mureşan ve diğerleri (2021) ve Kabrt (2022) gibi çalışmalarla uyumludur.

Hoşnutsuzluk endeksi (işsizlik ve enflasyonun toplamı) ile sigorta prim üretimi arasındaki ilişki negatif bulunmuştur. Ekonomik istikrarsızlık dönemlerinde sigorta harcamaları azalmakta ve bireyler sigortayı bir ihtiyaç yerine lüks bir harcama olarak değerlendirebilmektedir. Tıraş (2023) ve Göksu & Mere (2022) gibi çalışmalar da bu sonucu desteklemektedir. Ayrıca Shahbaz ve diğerleri (2018) jeopolitik risklerin ve ekonomik dalgalanmaların sigorta sektörü üzerindeki olumsuz etkilerini ortaya koymuştur.

Dışa açıklık değişkeninin sigorta prim üretimi üzerindeki etkisi pozitif ve anlamlı bulunmuştur. Küresel piyasalara entegrasyonun artması, sigorta hizmetlerinin çeşitlenmesine ve sektörün gelişmesine katkı sağlamaktadır. Akçacı (2013) ve Kolapo ve diğerlerinin (2022) çalışmaları, sigorta sektörünün dış ticarete açıklık ve uluslararası finansal piyasalarla entegrasyondan olumlu etkilendiğini göstermektedir.

Çalışmada uygulanan Toda-Yamamoto nedensellik testi, ekonomik büyüme ile sigorta prim üretimi arasında çift yönlü bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, faiz oranları, tasarruf oranları, hoşnutsuzluk endeksi ve dışa açıklık gibi değişkenler sigorta sektörünü etkilemekte, ancak sektörün bu değişkenler üzerinde doğrudan bir etkisi bulunmamaktadır.

Elde edilen bulgular doğrultusunda, sigorta sektörünün büyümesini teşvik etmek için bazı politika önerilerinde bulunulabilir.

- Ekonomik büyüme, sigorta prim üretimini artırmada önemli bir faktör olup, büyüme odaklı politikalar sigorta talebini teşvik eder. Bu bağlamda, altyapı yatırımları, iş gücü gücü ve vergi teşvikleri gibi stratejik adımlar, sigorta sektörünün sürdürülebilir büyümesini ve ekonomik istikrarı destekleyecektir.
- Yüksek faiz oranları, sigorta sektörünü hem tüketici talebini olumsuz etkileyerek hem de şirketlerin kârlılığını düşürerek zorlayabilir. Bu nedenle, faiz oranlarını düşük tutmak ve sektörün bu etkileri minimize edebilmesi için risk yönetimi ve yenilikçi çözümler geliştirilmesi önemlidir.
- Tasarrufların artması, bireylerin sigorta ürünlerine ayırdıkları fonları azaltarak sigorta primi üretimini olumsuz etkileyebilir. Bu olumsuz etkiyi azaltmak için tasarrufları sigorta ürünleriyle entegre edebilecek yenilikçi finansal çözümler geliştirilmesi önemlidir.
- Beklenen yaşam süresinin artması, sigorta sektörüne olan talebi artırarak poliçe sayısını ve prim üretimini yükseltir. Bu durum, sigorta şirketlerinin yeni ürünler geliştirerek ve sağlık politikalarını iyileştirerek sektörün sürdürülebilir büyümesine katkı sağlamasına olanak tanır.
- Yüksek işsizlik ve enflasyon oranları, sigorta sektörü üzerinde olumsuz etkiler yaratırken, bireylerin sigorta talebini ve şirketlerin kârlılığını düşürür. Ekonomik istikrarı artırıcı politikalar ve esnek sigorta çözümleri, sektörün büyümesini sürdürülebilir hale getirebilir.
- Dış ticaret hacminin artması, sigorta sektörüne yeni fırsatlar sunarak küresel ticaretle bağlantılı riskleri artırır ve sektörü büyütür. Sigorta sektörünün bu büyümeden faydalanabilmesi için uluslararası standartlara uyum sağlayarak, dış ticaretle entegre stratejiler geliştirilmesi önemlidir.

Sonuç olarak, bu çalışma sigorta prim üretiminin makroekonomik belirleyicilerini analiz ederek sigorta sektörü ve ekonomik dinamikler arasındaki ilişki hakkında önemli bulgular sunmaktadır. Sigorta sektörünün gelişimi ekonomik büyüme ile doğrudan bağlantılıdır ve faiz oranları, enflasyon, işsizlik ve tasarruf eğilimleri gibi faktörlerden önemli ölçüde etkilenmektedir. Gelecekte yapılacak araştırmalarda, sigorta sektörünün kriz dönemlerindeki dayanıklılığı ve sektörel politikaların etkisi daha ayrıntılı olarak analiz edilebilir. Türkiye'de sigorta sektörünün daha sürdürülebilir bir yapıya kavuşması için makroekonomik istikrarın korunması, finansal okuryazarlığın artırılması ve sigorta bilincinin yükseltilmesi büyük önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

- Akçacı, T. (2013). Sigorta sektörünün Türk dış ticaretine etkisi: Eşbütünleşme ve nedensellik analizi. I. Sigorta ve Aktüarya Kongresi, 6-7 Haziran 2013, Ankara, 290-297.
- Arena, M. (2008). Does Insurance Market Activity Promote Economic Growth? A Cross-country Study for Industrialized and Developing Countries. *Journal of risk and Insurance*, 75(4), 921-946.
- Beck, T., & Webb, I. (2003). Economic, Demographic, And Institutional Determinants of Life Insurance Consumption Across Countries. *The world bank economic review*, 17(1), 51-88.
- Brokešová, Z., Pastoráková, E., & Ondruška, T. (2014). Determinants of insurance industry development in transition economies: empirical analysis of Visegrad group data. *The Geneva papers on risk and insurance-issues and practice*, 39, 471-492.
- Bulut, Ş., & Ağralıoğlu, S. (2023). Çevresel Bozulma, Ekonomik ve Demografik Değişkenlerin Beklenen Yaşam Süresi Üzerindeki Etkileri: Yüksek Gelir Grubundaki Ülkeler İçin Panel Veri Analizi. *İktisat Politikası Araştırmaları Dergisi*, 545-566 .

- Ching, K. S., Kogid, M., & Furuoka, F. (2010). Causal Relation Between Life Insurance Funds and Economic Growth: Evidence from Malaysia. *ASEAN Economic Bulletin*, 185-199.
- Christophersen, C., & Jakubik, P. (2014). Insurance and the Macroeconomic Environment. *EIOPA-Financial Stability Report*, 44-55.
- Curak, M., Loncar, S., & Poposki, K. (2009). Insurance Sector and Economic Growth in Transition Countries. *International Research Journal of Finance and Economics*, 29-41.
- Dam, M., & Bakkalcı, A. (2018). Türkiye'de Ticari Dışa Açıklığın Ekonomik Büyüme İlişkisi: Ekonometrik Bir Yaklaşım. *Gümrük Ticaret Dergisi*, 30-39.
- Demirci, Ş. D., & Zeren, F. (2017). Sigorta Primi ve Ekonomik Büyüme: OECD Ülkeleri Üzerine bir Araştırma. *İşletme Bilimi Dergisi*, 5(1), 1-11. <https://doi.org/10.22139/jobs.286819>
- Duman, Ş. (1990). *Türk Sigorta Sektöründe Boş Kapasiteler ve Ekonomik Kayıplar*. İstanbul: Bilaraş s.17-20.
- Eğilmez, M. (2019). *Ekonominin Temelleri*. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Eren, M. V., & Çütcü, İ. (2021). Sigortacılık Sektörü ile Seçili Makroekonomik Değişkenler Arasındaki İlişkinin Ampirik Analizi: Türkiye Örneği. *Türk Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 130-140.
- Fisher, I. (1930). *The Theory of Interest*. New York: The Macmillan Co.
- Göksu, S., & Mere, M. (2022). İktisadi Hoşnutsuzluk Endeksi ve Ekonomik Büyüme Sigortacılık Sektörü Üzerinde Etkili Mi? *Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi*, 680-689.
- Göksu, S., & Mere, M. (2022). İktisadi Hoşnutsuzluk Endeksi ve Ekonomik Büyüme Sigortacılık Sektörü Üzerinde Etkili Mi? *Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi*, 680-689.
- Güneş, S. (1997). Sigorta ve Riziko Kavramları. S. Güneş içinde, *Sigorta Sektörü ve Türkiye Ekonomisindeki Yeri* (s. 5). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hodula, M., Janků, J., Časta, M., & Kučera, A. (2023). On the Macrofinancial Determinants of Life and Non-Life Insurance Premiums. *The Geneva Papers on Risk and Insurance - Issues and Practice*, 48(760–798). <https://doi.org/10.1057/s41288-021-00249-z>
- Kabrt, T. (2022). Life Insurance Demand Analysis: Evidence from Visegrad Group Countries. *Eastern European Economics*, 60(1), 50–78. <https://doi.org/10.1080/00128775.2021.1996248>
- Kader, Ö. (2013). *Dışa Açıklık Ve Ekonomik Büyüme İlişkisi*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü s.38.
- Kara, F. (1995). *Türkiye'de Özel Sigorta Sektörünün Fon Yaratma İşlevi Ve Finans Kesimindeki Yeri*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü s.37.
- Karaağaç, U. (2020). Ticari Dışa Açıklık. U. Karaağaç içinde, *Dışa Açıklık İle Finansal Gelişme Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği* (s. 26). Bursa: Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kolapo, F. T., Oluwaleye, T. O., & Osasona, A. V. (2022). Determinants of Insurance Sector Development in Nigeria. *Account and Financial Management Journal*, 7(3), 2672-2685. <https://doi.org/10.47191/afmj/v7i3.03>
- Lee, C. C., Lee, C. C., & Chiu, Y. B. (2013). The Link Between Life Insurance Activities and Economic Growth: Some New Evidence. *Journal of International Money and Finance*, 32, 405-427.
- Macunluoğlu, Ö. (2021). Bireysel Emeklilik Sisteminin Yurtiçi Tasarruflar Üzerindeki Etkisi: Türkiye Örneği. *Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 215-241.
- McConnell, C., & Brue, S. (2008). *Macroeconomics: Principles, Problems, & Policies*. ABD: McGraw-Hill s.466.
- Memiş, H., & Çelik, H. (2021). Sigortacılık ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: G-8 Ülkeleri için Bir Uygulama. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(46), 1017-1027. <https://doi.org/10.31795/baunsobed.971904>
- Mureşan, G. M., Dragoş, C. M., Mare, C., Dragoş, S. L., & Pintea, A. (2021). Socio-economic and Macro-Financial Determinants And Spatial Effects on European Private Health Insurance Markets. *Amfiteatru Economic*, 23(56), 290-307. <https://doi.org/10.24818/EA/2021/56/290>
- Öner, M. H. (2023). Katılım ve konvansiyonel sigortacılığının belirleyicileri. İçinde M. Mete (Ed.), *Financial and economic issues in emerging markets* (ss. 295-312). Özgür Yayınları. Erişim adresi: <https://www.ozguryayinlari.com/site/catalog/download/1/78/220>.

- Özcan, H., & Uzpeder, İ. (2020). Kümeleme Analizi İle Türkiye'deki Nakliyat Ve Toplam Sigorta Prim Göstergelerinin Karşılaştırılması. *Beykoz Akademi Dergisi*, 321-333.
- Pattarakitham, A., & Rungruengarporn, C. (2016). An Empirical Study of Life Insurance and Macro Economic Indicators. Available at SSRN 2731529.
- Sarioğuz, S. (2007). *Sigorta Sektöründe Risk Yönetimi, Alternatif Risk, Transfer Yöntemleri, Şirketler İçin Bir Öneri: Hava Durumu Opsiyonları*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü s.9.
- SEDDK. (2021). *2021 Sigortacılık ve Bes Faaliyet Raporu*. Sigortacılık ve Özel Emeklilik Düzenleme ve Denetleme Kurumu: <https://www.seddk.gov.tr/upload/doc/2021-sigortacilik-ve-BES-faaliyet-raporu.pdf> adresinden alındı
- Shahbaz, M., Olasehinde-Williams, G., & Balcılar, M. (2018). *The Long-Run Effect of Geopolitical Risks on Insurance Premiums* (Discussion Paper No. 15-44). Eastern Mediterranean University, Department of Economics.
- Şamiloğlu, F., Eser, F., & Bağcı, H. (2019). Türkiye’de Sigortacılık Sektörünün Makroekonomik Değişkenlerle Olan İlişkisi. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 24-39.
- Şener, H. Y. ve Behdioğlu, S. (2014). Türkiye Sigorta Pazarının Gelişimindeki Ana Unsurların Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Dumlupınar University Journal of Social Science/Dumlupınar Üniversitesi Soysyal Bilimler Dergisi*, EYİ Özel Sayısı, 523-534.
- Teker, D., Teker, S., & Sönmez, M. (2012). Ekonomik Değişkenlerin Kadın Ve Erkeğin Yaşam Süresine Etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 118-126.
- Tıraş, H. (2023). MIKTA Ülkelerinde İktisadi Hoşnutsuzluk Endeksi ve Ekonomik Büyüme İlişkisi. *Journal Of Emerging Economies And Policy*, 577-590.
- TSB. (2024, 01 11). *Mali Tablolar ve İstatistikler*. Türkiye Sigorta Birliği: <https://www.tsb.org.tr/tr/istatistik/genel-sigorta-verileri/prim-adet> adresinden alındı
- Tunay, N., Çamlıbel, F., & Tunay, K. B. (2020). Ekonomik Dalgaların Sigorta Şirketlerinin Pazar Payları ve Prim Üretimleri Üzerindeki Etkileri. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(17), 95-101.
- Tüleykan, H., & Demirci, Y. (2020). Sigortacılık Sektörü İle İnsani Kalkınma Endeksi Arasındaki İlişkinin Analizi:1985-2017. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 111-133.
- Ward, D., & Zurbruegg, R. (2000). Does Insurance Promote Economic Growth? Evidence from OECD Countries. *The Journal of Risk and Insurance*, 67(4), 489-506. <https://www.jstor.org/stable/253847>



KONAKLAMA VE YİYECEK HİZMETLERİ SEKTÖRÜNÜN ORAN ANALİZİ: T.C. MERKEZ BANKASI SEKTÖR BİLANÇOLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA (2019-2022)

Suat YILDIRIM¹

Abdulhamit DOLAT²

ÖZET

Finansal analiz tekniklerinden biri olan oran analizi yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu analiz ile birbiriyle ilişkili olan hesaplar oranlanarak anlamlı sonuçlar ortaya çıkarılmaktadır. Firmaların karlılık, mali yapı, likidite ve faaliyet durumları bu teknikle incelenmektedir. Bu çalışmada Türkiye’de Konaklama ve Yiyecek Hizmetleri Sektörünün 2019-2022 yılları arası mali durumu araştırılmıştır.

Konaklama ve Yiyecek Hizmetleri Sektöründe faaliyet gösteren 11.160 firmanın 2019 yılındaki, 11.909 firmanın 2020 yılındaki, 12.853 firmanın 2021 yılındaki ve 13.814 firmanın da 2022 yılındaki mali tablolarında yer alan verileri incelenmek amacıyla, oran analiz tekniği kullanılmıştır. Bunun için Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası sektör bilançolarından yararlanılmıştır.

Bu çalışmada elde edilen verilere göre 2020 yılındaki oranların düşük seyretmesinde dünyada yaşanan COVID-19 etkisinin olduğu anlaşılmaktadır. Bundan dolayı sektördeki firmalar ekonomik ve finansal durum bakımından olumsuz etkilenmişlerdir. Sektördeki firmaların 2019-2022 yıllarında çalışma sermayesi sıkıntısı çektikleri ve bu yüzden de yüksek oranda yabancı kaynak kullanımına başvurdukları görülmektedir. Ayrıca sektörde aktif devir hızı ve karlılık oranları düşük seviyede olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Finansal Tablolar, Oran Analizi, Finansal Analiz, Sektör Bilançoları

**RATIO ANALYSIS OF THE ACCOMMODATION AND FOOD SERVICES SECTOR:
A RESEARCH ON SECTOR BALANCE SHEETS OF CENTRAL BANK OF THE
REPUBLIC OF TURKIYE (2019-2022)**

ABSTRACT

Ratio analysis, one of the financial analysis techniques, is widely used. With this analysis, meaningful results are obtained by comparing the related accounts. The profitability, financial structure, liquidity and activity firms status of the firms are examined with this technique. In this study, the financial status of the Accommodation and Food Services Sector in Turkey between 2019-2022 was investigated.

¹ Prof. Dr., Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, syildirim@erzincan.edu.tr, ORCID:0000-0001-9665-863X

² Yüksek lisans öğrencisi, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi SBE İşletme ABD, adolat@erzincan.edu.tr, ORCID:0009-0001-2590-102X

Geliş Tarihi: 21.04.2025 / Kabul Tarihi: 17.06.2025 Çalışma Türü: Araştırma Makalesi

Yazarlar, herhangi bir çıkar çatışması beyan etmemiştir. Turnitin/Ithenticate/İntihal ile İntihal Kontrolünden Geçmiştir. Screened for Plagiarism by Turnitin/Ithenticate/İntihal Licenced by CC-BYNC ile lisanslıdır.

The ratio analysis technique was used to analyze the data in the financial statements of 11,160 firms operating in the Accommodation and Food Services Sector in 2019, 11,909 firms in 2020, 12,853 firms in 2021 and 13,814 firms in 2022. For this purpose, sector balance sheets of the Central Bank of the Republic of Turkey were used. It is understood that the reason for the low rates in 2020 is the impact of the coronavirus case (COVID-19) experienced in our country. Therefore, firms in the sector have been negatively affected economically.

According to the data obtained in this study, it is understood that the low rates in 2020 were due to the effect of COVID-19 experienced in the world. Therefore, firms in the sector were negatively affected in terms of economic and financial situation. It is seen that firms in the sector had working capital problems in 2019-2022 and therefore resorted to high levels of foreign resource use. In addition, it was determined that the asset turnover and profitability rates in the sector were low.

Key Words: Financial Statement, Ratio Analysis, Financial Analysis, Sector Balance Sheets

GİRİŞ

Son yıllarda meydana gelen ekonomik krizler ile yakın zamanda ortaya çıkan ve Dünya'daki çoğu ülkeleri etkileyen aynı zamanda ülkemizde de 2020 yılında yaşanan Koronavirüs hastalığı (COVID-19) gibi olaylar, firmaların ekonomik yapısını doğrudan etkiledikleri için sürdürülebilirlik noktasında finansal analizlerin önemi artmıştır. Bu noktada sistematik ve sistematik olmayan risklere karşı duyarlı olan konaklama ve yiyecek firmaları finansal analiz yapabilmektedir. Rasyonel işletme sahipleri finansal analiz yaparak olabilecek krizler için finansal plan aşamasında gerekli tedbirleri alabilirler.

Finansal yönetimi etkin kılmak daha doğrusu yönetim fonksiyonlarından olan planlama ve kontrol aşamalarında diğerlerine göre daha çok önem vermek noktasında amaca en uygun olan doğru analiz yönteminin seçilerek sonuçların yorumlanması ve buna göre de kararların alınması gerekmektedir. Nitekim, firmaların mali durumlarını incelemeleri ve finansal planlarını bu yaptıkları analizlere göre yön vermeleri kendilerine yarar sağlamaktadır (Janati vd., 2014:92). Ayrıca firma analizleri dış paydaşların bilinçli karar vermelerine de destek olabilmektedir.

Oran bir sayının bir sayıya bölünmesi olarak anlaşılır. TDK sözlüğüne göre oran, büyüklük, nicelik, derece bakımından iki şey arasında veya parça ile bütün arasında bulunan bağıntı; nispet, rasyo olarak tanımlanır. Oran analizi, firmaların mali tablolarındaki hesap kalemleri arasındaki ilişkinin bölme ifadesidir. Oran analizi sektörün /firmanın mali tablolarını veri seti olarak kabul eder. Hesaplanan oranlar sektörün/firmanın karlılık, mali yapı, likidite ve verimli bir faaliyette olup olmadığı hakkında kullanıcılara özellikle yatırımcılara bilgi sağlar. Kredi verenler, yatırımcılar ve diğer bilgi kullanıcılar firmalar hakkında bilgi almak amacıyla firmaların mali tablolarını analiz etmelidirler.

Küresel ve yerel gelişmeler özellikle pazar rekabeti firmalarda hep kaygı faktörü haline gelmiştir. Bu yüzden firmaların geçmiş ve mevcut performansını değerlemek için mali analiz konusu ilgi odağı olmaya devam etmiştir. 20.yüzyılda mali tablo analizi ile ilgili çalışmalar literatüre girmeye başlamıştır. Bu çalışma oran analizi kullanılarak sektör hakkında durum tespiti yapılmış olup böylelikle literatüre katkı sunulmuştur.

Konaklama ve yiyecek hizmetleri sektöründe faaliyet gösteren firmaların mali yapı durumlarını kontrol etmeleri ve geleceğe dair planlar hazırlama aşamasında finansal analiz yöntemlerinden yararlanmaları işletme sahiplerini kendi mali durumlarının farkında olması bakımından son derece önem teşkil etmektedir. Genel itibarıyla finansal analiz teknikleri, karşılaştırmalı tablolar analizi, oran analizi, trend analizi ve dikey analiz olarak dört başlık altında toplanmaktadır.

Bu araştırmanın amacı, konaklama ve yiyecek hizmetleri sektörü alanında faaliyet gösteren firmaların mali durumlarını incelemektir. Bu bakımdan araştırmanın söz konusu sektörle ilgili literatüre katkı sağlaması düşünülmektedir. Araştırmanın potansiyel yatırımcılara yatırım kararı alma, mevcut yatırımcılara ve işletme yöneticilerine ise aldıkları kararları bilinçli olarak değerlendirme aşamasında bir öneri niteliğindedir. Ayrıca çalışmanın kredi analistleri, finans yöneticileri ve yatırımcılara ve diğer ilgililere sektörün gelişimi ile sürdürülebilirliği hakkında bilgi vermesi açısından katkısının olacağı hedeflenmiştir.

Bu çalışmada sektörün finansal durumunu daha iyi anlamak için finansal oranlar likidite, faaliyet, mali yapı ve karlılık oranlar olarak 4 grup şeklinde ele alınmıştır. Bu oranlarla sektörün/firmaların likidite, borç ödeme gücü, kaynakların etkinliği, karlılığı hesaplanmıştır. Oranlar standart oranlar ile karşılaştırılmıştır. Böylelikle elde edilen oranların sağlıklı bir şekilde analiz ve yorumu yapılmış olur. Oran analizi sonuçlarını paydaşlara bilinçli karar alma ve firmanın/sektörün mevcut durum ve geleceğe yönelik performansının tahmin edilebilmesine olanak tanınması açısından çok önemlidir.

Çalışmada başlangıçta sektör hakkında kısa bilgi ve sektörle ilgili yapılan literatür taraması ardından Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın yıllık olarak yayınladığı sektör raporlarından yararlanılarak sektörde faaliyet gösteren firmaların genel bilanço ve gelir tabloları ele alınarak 2019-2022 yılları arasındaki seçilmiş bazı finansal oranları, oran analizi tekniğiyle hesaplanmış ve standart oranlar dikkate alınarak yorumlanmıştır. Sonunda ise oran analizi ile elde edilen bulgular değerlendirilmiş ve sektöre yönelik önerilerde bulunulmuştur.

1.KONAKLAMA VE YİYECEK SEKTÖRÜ

Konaklama işletmeleri, sürekli ikamet yerini geçici olarak değiştiren insanlara mal ile hizmet üretimini sağlayan ve turizm olayına bağlı olarak sürekli olarak değişkenlikler gösteren işletmelerdir (Mısırlı, 2001:18). Sürekli ikamet yerini geçici olarak değiştiren insanların en önemli ihtiyaçlarından biri de konaklamadır. Konaklama işletmeleri; oteller, moteller ve tatil köyleri gibi seyahate çıkan insanların geceledikleri konaklama yerleridir.

Konaklama işletmeleri, kendilerine özgü özellikleri ve verdikleri hizmet bakımından diğer ticari örgütlerden farklı bir yapısı vardır. Konaklama işletmelerinin kendilerine has özellikleri olarak; zamana karşı hassas olması, emek ve verilen hizmetlerin iş birliği içinde verilmesi, sürekli bir dinamik yapı ile süreçte sahip olması ve 24 saat faaliyette bulunabilmesi olarak sıralanabilir (Kanten,2006:12).

“Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü’nün araştırmasına göre Avrupa bölgelerindeki doluluk oranı 2023’te güçlü bir toparlanma göstererek yaz aylarında zirveye ulaştı. Genel olarak otel sektörü 2023 yılında daha iyi bir konumda (<https://tradingeconomics.com>), 2023 yılında küresel konaklama pazarı yaklaşık 4,7 trilyon ABD dolarına ulaştı. (<https://www.statista.com>). Türkiye’de turizm gelirleri geçen yılın üçüncü çeyreğine göre rekor seviyede artış gösterdi. 2022 yılının aynı döneminde 17,88 milyar ABD doları olan miktar %13,1 artışla 20,23 milyar ABD dolarına ulaştı. Küresel araştırma şirketlerine göre Türkiye’nin turizm gelirlerinin 2024 yılında 12.5 milyon ABD doları, 2025 yılında ise 14.1 milyon ABD doları civarında seyredeceği öngörülmüyor(<https://tradingeconomics.com>),”

Sayısı gittikçe artan yiyecek ve içecek işletmeleri, yiyecek ve içecek hizmeti sunmaktadır. Bu tür işletmeler gerek tek başına gerekse de birlikte konaklama işletmesine bağlı olarak faaliyet gösterebilirler. Yiyecek ve içecek hizmeti veren işletmelere; restoranlar, lokantalar, cateringleri ve fast-food işletmeleri örnek olarak gösterilebilir.

Bu çalışmada Konaklama ve Yiyecek Hizmetleri sektöründe faaliyet gösteren 11.160 firmanın 2019 yılındaki, 11.909 firmanın 2020 yılındaki, 12.853 firmanın 2021 yılındaki ve 13.814 firmanın 2022 yıllarındaki genel olarak sektör bilanço ve gelir tablosundan yararlanılarak oran analizi yapılmıştır.

2.LİTERATÜR TARAMASI

1980’li yıllardan itibaren mali tablo analizi konusundaki çalışmalar dikkat çekmeye başlamış ve sonraki yıllarda daha fazla çalışma literatüre girmeye başlamıştır. Günümüzde bile işletmecilikte yaşanan gelişmeler özellikle sürekli rekabet onların geçmiş ve mevcut durumlarının daha iyi yorumlanmasını ve analiz edilmesini zorunlu kılmaktadır”(Sümer ve Yiğiter:2024).

Konaklama ve Yiyecek Hizmetleri sektöründeki firmaların performansını değerlemek amacıyla oran analizi yoluyla Türkiye Merkez Bankası sektör bilançoları ve gelir tablolarının kullanıldı bu çalışma için 2005 ile 2022 yılları arasında yapılan çalışmalardan bazıları ele alınmıştır. Buna göre literatür şu şekildedir:

Kim ve Ayoun (2005), çalışmalarında hizmet alanındaki konaklama, restoran, havayolu ve eğlence merkezleri olmak üzere dört farklı grubu oran analizi yöntemini kullanarak karşılaştırma yapmıştır. Özellikle konaklama işletmelerinde araştırmada kesitsel analiz sonuçlarına göre kullanılan on üç orandan sekizinde istatistiksel olarak farklılık tespit etmişlerdir. Yani işletmelerde finansal eğilimler ve kesitsel anomaliler daha iyi gözükmemektedir.

Okka (2019)' a göre finansal oranlar finansal analizciler, yatırımcılar, yöneticiler ve firmayla ilgilenenler tarafından, firmanın finansal performansını ölçmek ve mevcut durumunu ortaya koymak için sıkça kullanılmaktadır.

Nunes ve Machado (2012) çalışmalarında, otel işletmeleriyle ilgili çalışma sayısının az olduğunu bu yüzden daha çok çalışmanın yapılmasını önermiştir. Bu çalışma, sektöre ilişkin bilgi birikimini artırmak amacıyla daha önce yapılmış ampirik çalışmaları incelenmiştir. Otel işletmelerinde finansal performansı ölçmenin işletmelerin hayatta kalması bakımından önemli bir faktörü olduğu sonucuna varılmıştır. Çalışmada yazarlar tarafından kullanılan oranlar belirtilmiştir.

Karadeniz, Koşan, vd (2015), çalışmasında, Konaklama ve Yiyecek Hizmetleri Alt Sektöründe faaliyet gösteren küçük, orta ve büyük ölçekli işletmelerin ölçek bazında likiditesini analiz etmişlerdir. Çalışmada Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası tarafından yayınlanan Konaklama ve Yiyecek Hizmetleri Alt Sektörünün 2010-2012 yıllarındaki likidite durumu için oran analizi kullanılmıştır. Analiz sonucunda, sektörün likidite açısından zayıf olduğu tespit edilmiştir.

Karadeniz ve Kahiloğulları, (2015), beş yıldızlı otellerin finansal oranları kullanma sıklığı ve önem derecesinin tespit edilmesine ilişkin analiz yapmışlardır. Bu çalışmada, Akdeniz bölgesinde faaliyette bulunan yaklaşık 191 otelin mali verileri toplanmış ve çalışma sonucunda otel işletmelerinin en çok kullandıkları ve önem verdikleri mali oranların faaliyet oranları olduğu sonucunu tespit etmişlerdir.

Karadeniz, Kahiloğulları, Kılıç, (2015), TCMB tarafından yayınlanan ve karayolları yolcu taşımacılığı yapan firmalara ait finansal oranlardan yararlanarak oran analizi tekniğine göre söz konusu olan sektörün mali durumu hakkında yorumda bulunmuştur. Analiz sonucunda sektörün likidite durumunun zayıf olduğu, finansmanda yabancı kaynak kullanımının yoğun olduğu, özsermayenin eridiği ve riskin yüksek ve karlılık oranlarının negatif olduğu tespit edilmiştir.

Karadeniz vd. (2017), Konaklama ve yiyecek hizmetleri faaliyetleri ile spor faaliyetlerinin alt sektörlerinin finansal kararlarını analiz etmede, alt sektörlerin 2012-2014 yılları arasındaki sektör bilançolarını kullanarak ve her bir sektör için 12 adet finansal oran hesaplayarak karşılaştırmalı olarak analiz etmiştir. Yapılan inceleme sonucunda turizm sektörünün yabancı kaynak ile finansmanı tercih etmeleri ve varlık yapılarında duran varlık ağırlığının yüksek olduğu bu yüzden varlık kaynak uyumuna dikkat edilmediği ayrıca vade açısından ise kısa vadeli kullanımından dolayı kaynaklı finansal risklerin yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Arslan (2018) çalışmasında, Turizm işletmelerinde kâr marjının belirleyicilerinin tespiti için oran analizini kullanmıştır. Sonuç olarak, kâr marjının cari oranın ve aktif büyüklüğünün örneklemdeki firmalar için pozitif, finansal kaldıraç ve çalışan sayılarının ise kâr marjını negatif yönde etkilediği sonucuna varmıştır.

Bilici (2019) çalışmasında, TCMB'den temin edilen turizm sektöründeki işletmelerin 1996-2016 yıllarına ait mali tablolarındaki verilere dayanarak hesaplanan oranlar ile trend analizi ve TOPSIS yöntemi kullanılmıştır. Sonuç olarak, turizm sektöründe likidite ve finansal yapı durumları bakımından pozitif durumda olduğu, aktivite ve karlılık oranları açısından ise negatif durumda olduğunu saptamıştır.

Okka (2019)' a göre finansal oranlar finansal analizciler, yatırımcılar, yöneticiler ve firmayla ilgilenenler tarafından, firmanın finansal performansını ölçmek ve mevcut durumunu ortaya koymak için sıkça kullanılmaktadır.

Kıvılcım (2020) çalışmasında, COVID-19'un turizm sektörüne olan etkilerini ele alarak COVID-19 sonrasında ortaya çıkabilecek değişiklikler ve yeniliklerle ilgili öngörülerinden ve turizm sektöründeki temassız dijital işlemlerle, sosyal mesafeli turlar ve izole tatillerine öncelik verilecek yeni bir dönemin başladığını ifade etmektedir.

Bahar ve İlal (2020) çalışmalarında COVID-19 salgınının turizm sektörü üzerindeki ekonomik etkisini kavramsal olarak ortaya koymayı amaçlamıştır. “Çalışmada öncelikle daha önce yaşanmış olan krizlerin turizme etkileri üzerinde durulmuştur ve ekonomik verilerle COVID-19 virüsünün turizme yönelik olası etkileri değerlendirilmiştir. Çalışma sonucuna göre, salgının yol açacağı talep şoklarının turizm sektöründe istihdam ve gelir kayıplarına yol açması kaçınılmaz görünmektedir”.

Çıtak ve Çalış (2020) çalışmalarında, seyahat kısıtlamaları sonucunda COVID-19 salgınından en çok etkilenen sektörler arasında turizmin yer aldığını belirtmişlerdir. Ayrıca “Turizm sektörünün salgının getirdiği finansal etkiyi azaltabilmesi için çalışmada belirtilen finansal katkıların yanı sıra uzun vadede yurt dışı turist hareketliliğinin eski seviyelere gelmesi çok mümkün olmadığından iç pazarı hareketlendirici tedbir ve teşvikler alınması da sektör için önemli ölçüde katkı sağlayacaktır”.

Keleş (2021) çalışmasında konaklama işletmelerinde oran analiz yöntemini kullanmıştır. Hizmet sektörünün bir alt sektörü olan turizm sektöründe faaliyette bulunan konaklama işletmelerinin likidite, mali yapı, faaliyet durumu ve kârlılık performanslarını ölçmede söz konusu yöntem kullanılmıştır.

Doğru ve Koçak (2021) çalışmalarında, turizm sektörünün öneminden bahsederek COVID-19 salgınının konaklama sektörü üzerindeki etkilerini açıklamayı hedeflemişlerdir. Bu hedef doğrultusunda da Fethiye üzerinden bir uygulama örneği ortaya konularak önceki yıllarla karşılaştırma yapılmış ve bu sektörde yaşanan düşüşü göstermişlerdir.

Literatür genel olarak incelediğinde; çalışmalarda mali durum tespiti amacıyla oran analizi tekniği yaygın olarak kullanılmıştır. Özellikle konaklama ve yiyecek hizmetleri alanında faaliyet gösteren firmalarda COVID-19 etkisi görülmektedir.

3. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Finans yöneticilerinin oran analizlerini kullanarak firmaların mali durumlarını değerlendirdikleri bilinen bir durumdur. Oran analizleri sektöre yatırım yapmak isteyen firmalara en büyük faydası, onlara yatırım kararı alıp almamada gerekli olan bilgiyi verebilmektedir. Sektörün geçmiş ve cari mali durumu analiz edilerek, likidite, mali yapı, faaliyet ve karlılık oranları dikkate alınmaktadır. Potansiyel yatırım sahipleri oranları değerlendirerek, yatırımlar yapmaktadır. Ayrıca kredi açan finansman kurumları, firmalara kredi sağlarken her zaman oran analizinden yararlanmaktadır (Bilici, 2019).

Araştırmanın amacı, Türkiye’de konaklama ve yiyecek hizmetleri sektörü alanında faaliyet gösteren firmaların mali durumlarının incelenmesidir. Bu çalışmada Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası’nın yıllık olarak yayınladığı Konaklama ve Yiyecek hizmetleri sektöründe faaliyet gösteren firmaların 2019-2022 yıllarına ait bilanço ve gelir tablosu verileri kullanılmıştır (www3.tcmb.gov.tr/sektor). Bu sektördeki firmaların mali durumları, oran analizi yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Çalışmada oran analizi kapsamında Tablo 1’de görüldüğü gibi 3 adet likidite oranı, 5 adet faaliyet oranı, 7 adet mali yapı oranı, 5 adet karlılık oranı toplamda 20 adet oran kullanılmıştır.

4. BULGULAR

Oran analizi karlılık, mali yapı, verimlilik ve likidite durumlarını açıklayabilmek için finansal tabloları kullanarak sektörün performansını ölçmek amacıyla kullanılan bir finansal tekniktir (www.bajajfinserv.in). Araştırma kapsamındaki Konaklama ve Yiyecek Hizmetleri sektörünün oran analizleri yapılmış olup, 2019-2022 yılları arasındaki Türkiye Merkez Bankası sektör bilanço ve gelir tablolarından yararlanarak finansal oranlar hesaplanmış olup, toplu olarak Tablo 1.'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Konaklama ve Yiyecek Hizmetleri Sektörünün Finansal Analiz Oranları (2019-2022)

Oran Sınıfı	Finansal Oranlar	2019	2020	2021	2022
LİKİDİTE ORANLARI	Cari Oran	0,88	0,85	0,89	0,96
	Asit-Test Oranı	0,70	0,67	0,71	0,75
	Nakit Oran	0,23	0,22	0,28	0,33
FAALİYET ORANLARI	Alacak Devir Hızı	4,87	2,15	4,01	7,62
	Alacakların Ortalama Tahsil Süresi (gün)	75	169	91	48
	Stok Devir Hızı	3,87	1,97	2,80	4,48
	Stok Devir Süresi (gün)	94	185	130	81
	Aktif Devir Hızı	0,40	0,17	0,33	0,57
MALİ YAPI ORANLARI	Yabancı Kaynak Oranı	0,82	0,90	0,98	0,73
	Öz kaynak Oranı	0,18	0,10	0,02	0,27
	Yabancı Kaynak.- Öz Kaynak Oranı	4,57	9,14	58,08	2,71
	Yabancı Kaynak Vade Yapısı Oranı	0,44	0,41	0,41	0,47
	Kısa Vadeli Yabancı Kaynak Oranı	0,36	0,37	0,40	0,35
	Uzun Vadeli Yabancı Kaynak Oranı	0,46	0,53	0,58	0,38
	Finansman Gideri Karşılama Oranı	1,58	2,96	2,13	1,52
KARLILIK ORANLARI	Brüt Satış Karı Oranı	0,37	0,24	0,40	0,42
	Faaliyet Karı Oranı	0,18	0,05	0,20	0,24
	Net Kar Oranı	0,05	-	-	0,04
	Öz Kaynak Karlılık Oranı	0,10	1,09	5,80	0,07
	Aktif Karlılık Oranı	0,02	0,11	0,10	0,03

Çalışmanın bu aşamasında likidite, faaliyet, mali yapı ve karlılık oranları kısaca açıklanmış, daha sonra Tablo 1’de hesaplanmış olan oranların yorumları standart oranlar da dikkate alınarak açıklanmıştır.

4.1.LİKİDİTE ORANLARI VE YORUMLARI

Genel olarak işletmelerde net çalışma sermayesinin, likiditesinin ve kısa vadeli borç ödeme gücünün yeterli olup olmadığının tespit edilebilmesi için cari oran, asit-test oranı ve nakit oranı olmak üzere üç likidite oranı kullanılır (Omağ,2023). Likidite oranları firma sahiplerini oluşabilecek nakit yetersizliği sorununa karşı uyarı vazifesi görür. Likiditesi yüksek firmalar hem ödemelerini zamanında yapabilir hem de ilgi çekici iş fırsatları çıktığında onlardan yararlanmak için yeterli miktarda nakde sahip olmuş olabilirler (Scarborough,2014)

Cari oran işletmenin kısa vadeli borç ödeme gücünü ölçen temel oranlardan birisidir (Karadeniz vd., 2015, s. 21). Cari oranın literatürde 2 ve üzerinde olması tespit edilmek istenen durumlar için yeterli kabul edilmektedir. Ancak söz konusu oran sektörler ve ülkeler açısından da farklılaşabilmektedir. Gelişmekte olan ülkeler açısından cari oranın 1,5-1,6 olması kabul görmektedir (Çabuk ve Lazol, 2008,s. 204). Sektördeki firmaların 2019-2022 yılları arasındaki cari oranları incelendiğinde, bu oranın kabul gören standardın altında kaldığı görülmektedir. Oranın genel olarak 1,5-2 aralığında olması beklenmektedir. Elde edilen sonuçlar sektördeki firmaların ortalamasının düşük olduğunu ortaya koymaktadır. İncelenen dönemler itibariyle son yılda cari oran da artış olmasına rağmen genel kabul görmüş standartlar bakımından yine de yeterli olmadığı görülmektedir. Cari oranın sektörde yılları itibariyle standart oranın altında olması özellikle 1’ in altında gerçekleşmesi bu sektörün çalışma sermayesi ihtiyacı içinde olduğuna işaret etmektedir. Yani oranın standardın altında kalması sektördeki firmaların net çalışma sermayesi yetersizliği riskini yaşadığı ortaya çıkmaktadır.

Asit-Test oranı, firmaların satış yapamaması durumunda kısa vadeli borçlarını ödeme gücünü ölçmek için hesaplanmaktadır. Asit- Test oranının işletmenin kısa vadeli borçlarını ödeyebileceğini gösterebilmesi için 1’in üzerinde olması beklenmektedir. İncelenen sektörde asit-test oranlarına bakıldığında söz konusu yıllar için hesaplanan oranların standardın altında kaldığı görülmektedir. Asit-Test oranının hesaplanan dönemler itibariyle çok küçük düzeylerde artsa bile yine de yeterli düzeye ulaşmamıştır. Likidite oranının 2019-2022 yılları arasında 1’in üzerinde olması beklenirken altında gerçekleşmesi stoklar olmadan da kısa vadeli borç ödeme durumu zayıf görülmektedir.

Nakit oranı firmaların satış yapamaması ve alacaklarını tahsil edememesi durumunda nakit ve nakit benzerleri ile kısa vadeli borçlarını ödeme gücünü ölçmek için kullanılan bir orandır. Oranın genel kabul görmüş standardı 0,20 ve üzeri olarak kabul edilmektedir (Akgüç, 2017, s.549). Sektördeki firmaların nakit oranları incelendiğinde 2019-2020-2021-2022 yıllarında kabul edilen standardın üzerinde gerçekleştiği görülmektedir. Bu bağlamda sektördeki işletmelerin genel olarak stok ve alacaklarını paraya dönüştüremediği takdirde nakit ve nakit benzeri varlıklarıyla kısa vadeli borçların ödemesinde sıkıntı yaşamayacağı düşünülebilir. Nakit oran özellikle 2022 yılında 0,33 düzeylerine ulaşmıştır. Hesaplanan bu düzey işletmenin nakit ve nakit benzerlerinde son dönemde ciddi bir artış olduğunu ortaya koymaktadır.

4.2.FAALİYET ORANLARI VE YORUMLARI

Faaliyet oranları etkinlik veya verimlilik oranları olarak da ifade edilmektedir. Firmaların varlıkları ne kadar etkin kullandığını, bu varlıklara yaptığı yatırıma oranla ne kadar gelir sağladığını değerlendirmede kullanılan oranlardır (Aydın vd., 2021, s.98). Faaliyet oranlarının yüksek olması beklenmektedir.

Sektördeki firmaların alacak devir hızı ve alacak devir sürelerine incelendiğinde, yıllar itibariyle alacak yönetiminde ilk yıllarda kötü olmasına rağmen 2022 yılında iyi bir performans sergilediği görülmektedir. Sektördeki firmaların özellikle 2020 yılında alacak devir hızı ve alacak devir süresi bakımından oldukça sıkıntılı olduğu görülmektedir. Bu durumun 2020 yılında yaşanan COVID-19 ve devamında gelen kapanma sürecinin sonucu olduğu düşünülmektedir.

Sektördeki firmaların stok devir hızı ve stok devir süreleri incelendiğinde, 2020 ve 2021 yıllarında düşüş olduğu 2022 yılında ise söz konusu oranların yükseldiği görülmektedir. Yine bu yıllarda oranların düşmesinin nedeni COVID-19 sürecine bağlanabilmektedir.

Akif devir hızı firmaların aktiflerini ne kadar etkin kullandığını ölçmektedir. Sektördeki işletmelerin aktif devir hızı 2019 yılında 0,40 düzeyindeyken yine COVID-19 etkisi ile 2020 yılında 0,17; 2021 yılında ise 0,33 olarak gerçekleşmiştir. 2022 yılında ise 0,57'e yükselerek aktiflerin etkin kullanımının arttığını göstermektedir

4.3.MALİ YAPI ORANLARI VE YORUMLARI

Mali yapı oranlarının firmaların kaynak yapısının nasıl şekillendiğini ortaya koyan oranlardır. Yabancı kaynak oranı işletmenin varlıklarının ne kadarının yabancı kaynakla finanse edildiğini yani sermaye içerisindeki yabancı kaynak düzeyini göstermektedir. Firmalarda mevcut kaynakların içinde borç yüzdesinin %50'yi geçmemesi beklenir. Yabancı kaynak oranının sektörde 2019-2022 döneminde 0,50'in üzerinde gerçekleşmiştir. Oranlar 2019 da 0,82; 2021 de 0,98 ve 2022 yılında 0,73'tür. Sektördeki firmalar özkaynaklardan çok daha fazla yabancı kaynaklarla yatırım yapmış durumdadır.

İncelenen yıllar itibariyle sektör oranlarına bakıldığında Yabancı kaynak oranının 0,73 ile 0,98 arasında olduğu görülmektedir. Oran 2022 yılında 0,73 düzeyine düşmesine rağmen oldukça yüksektir. Bu durum sektördeki firmaların çoğunlukla yabancı kaynakla finanse edildiğini ortaya koymaktadır.

Özkaynak oranı, öz kaynakların pasif içindeki payını vermektedir ve en az %50 olması beklenir. Özkaynak oranı 2019-2022 döneminde olması gereken 1'in altındadır. Oran sektörde 2022 yılında 0,27 olarak düşük seviyede gerçekleşmiştir. Sektördeki firmalarda ise bu oran oldukça düşüktür.

Yabancı kaynak/ özkaynak oranı firma ortakları tarafında finanse edilen miktarla kreditorler tarafından finanse edilen miktar arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır. Oranın 1 veya 1'den küçük olması istenir. Yabancı kaynak/özkaynak oranı sektörde 2021 yılında 58,08 olarak oldukça yüksek görülmüştür. 2022 yılında bu oran 2,71' dir. İncelenen sektörde özellikle 2021 yılında oranın çok yüksek olduğu görülmektedir. 2022 yılında oldukça düşmesine rağmen yine de standart düzeylerden çok uzak olduğu anlaşılmaktadır.

Kısa Vadeli Borç Oranı,firma sermayesinin hangi oranda kısa vadeli borçlarla karşılandığını gösteren orandır. Kısa vadeli yabancı kaynak oranı 2022 yılında 0,35 çıkmıştır. Önceki yıllarda ise 0,40'a kadar yükselmiştir. Kısa vadeli borçların düzeyinin yıllar itibariye çok büyük düzeylerde değişmediği görülmektedir

Uzun Vadeli Borç Oranı, firma sermayesinin hangi oranda uzun vadeli borçlardan oluştuğunu ifade eder. Uzun vadeli yabancı kaynak oranı 2021 yılında 0,58 'e kadar yükselmiş, 2022 yılında ise 0,38 olarak gerçekleşmiştir. Uzun vadeli borçların düzeyinin yıllar itibariyle çok büyük düzeylerde değişmediği görülmektedir. Uzun vadeli borç oranı, kısa vadeli borca nazaran 2019-2022 döneminde hep yüksek görülmektedir. Daha sonra ise özkaynak finansmanı gelmektedir.

Finansman Gideri karşılama oran, bu oran firmanın elde ettiği gelirler ile ödeyeceği faizleri kaç kez karşılayabileceğini göstermektedir. Oranın yüksek olması firmada riskin düşük olduğunu ve yeni krediler alabileceğini ortaya koymaktadır. Sektördeki firmalarda ise bu oran oldukça düşüktür. İşletmeler neredeyse ödeyeceği faiz kadar gelir elde etmektedir.

4.4.KARLILIK ORANLARI VE YORUMLARI

Karlılık oranları, firmaların yatırımları üzerinden elde edilen karlılığı göstermektedir ve yüksek olması arzu edilir. Brüt satış karı oranı satışların maliyeti düşüldükten sonra firmanın satışlarının karlılığını ölçmektedir. Sektörde incelenen ilk yıllarda düşük olmasına rağmen 2021-2022 yıllarında yükselme eğiliminde olduğu görülmektedir. Bu durum sektörün karlılığının arttığını ortaya koymaktadır.

Faaliyet karı oranı, işletmenin esas faaliyet konusu firmaların ne kadar karlı olduğunu ölçen oranlardır. Yine söz konusu oranda 2021 ve 2022 yıllarında yükselme eğilimine girmiştir. Firmanın esas faaliyetleri bu dönemde daha karlı hale gelmiştir. Net kar oranı, sektördeki net kar oranları 2020 ve 2021 yılları için hesaplanmamıştır. Diğer yıllarda ise oldukça düşük görülmektedir.

Özkaynak karlılık oranı ortakların koydukları sermaye üzerinden elde ettikleri karlılığı göstermektedir. Özkaynak karlılığı özellikle 2021 yılında yüksek çıkmıştır, bunun en önemli nedeni ise söz konusu yılda yabancı kaynak kullanımının çok artmasıdır. Ama sektördeki firmaların özkaynak karlılığı oldukça düşüktür.

Aktif karlılığı oranı, varlıkların kullanılarak ne kadar kar elde edildiğini gösteren orandır. 2020-2021 yıllarında az da olsa yükselmesine rağmen 2022 yılında oldukça düşmüştür. Bu durum firmanın aktiflerinin çok da verimli kullanılmadığını ortaya koymaktadır.

SONUÇ

Konaklama ve Yiyecek hizmetleri alanında faaliyet gösteren firmalar, sabit sermaye yatırımları yüksek, risklerin bulunduğu ve maliyet kontrolünün zor olduğu bir yapıya sahiptir. Bunun dışında faiz oranlarının oldukça yüksek olması ve döviz kuru riskinden kaynaklanabilecek olumsuz durumlar firmaları, faaliyetleri konusunda daha dikkatli olmaları gerektiği noktasında mecbur bırakmaktadır. Bu bakımdan çalışmanın konaklama ve yiyecek hizmetleri sektöründeki yöneticilere, işletme ilgili geleceğe yönelik yönelik planlar hazırlama aşamasında önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmada, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası'nın 2019-2022 yıllarındaki sektör bilanço ve gelir tablolarından yararlanılarak Konaklama ve Yiyecek Hizmetleri sektöründe faaliyet gösteren firmaların 2019-2022 yılları arasındaki finansal yapı durumu, oran analizi tekniği kullanılarak incelenmiştir.

Konaklama ve yiyecek hizmetleri alanında faaliyet gösteren firmaların 2019-2022 yılları arasındaki finansal analiz oranları incelendiğinde; firmaların likidite oranlarından cari oran, Asit-Test oranının standardın altında kalması sektördeki işletmelerin net çalışma sermayesi yetersizliği içinde bulundukları tespit edilmiştir. Sektördeki firmaların faaliyet oranları incelendiğinde, yıllar itibarıyla alacak ve stok yönetiminde ilk yıllarda kötü olmasına rağmen 2022 yılında iyi bir performans sergilediği görülmektedir.

Sektördeki firmaların mali yapı oranları incelendiğinde; düşük özkaynak, yüksek yabancı kaynak kullanımının yaygın olduğu anlaşılmaktadır. Burada sektörün uzun vadeli yabancı kaynak kullanımı kısa vadeli yabancı kullanımından fazla olduğu dikkat çekmektedir. 2019-2021 döneminde hem kısa hem de uzun vadeli yabancı kaynak kullanımında artış yaşanmıştır. Sektördeki firmalarda finansman gideri oranının 2020 ile 2021 yılları arasında artması yüksek borçluluk seviyesinin de kanıtıdır.

Sektördeki firmaların karlılık oranları incelendiğinde ise; firmaların brüt satış karı oranı 2022 yılında % 42; Faaliyet karı oranı % 24, net kar oranı % 4 olarak gerçekleşmiştir. Öz kaynak karlılık oranında en yüksek artışın 2021 yılında 5,8 kat yaşanmış ve 2022 yılında ise % 7 olarak düşük seviyede gerçekleşmiştir. Firmaların 2020 yılında yaşanan COVID-19'un olumsuz etkisinden dolayı 2020, 2021,

2022 yılları arasında sektör net zarar yaşamış bulunmaktadır. Ayrıca çalışmada sektörde aktiflerin de çok da karlı kullanılmadığı ortaya çıkmaktadır.

Elde edilen bulgular doğrultusunda Konaklama ve Yiyecek Hizmetleri sektöründe faaliyet gösteren firmalara likiditeyi artırıcı girişimlerde bulunarak çalışma sermayesini güçlendirmeleri, varlıkların verimli bir şekilde kullanılması için politikalar geliştirilmeleri, alacakları tahsil etme süresi ile ticari borçların ödeme sürelerinin birbiriyle uyumlu hale getirilmesi ve finansman giderlerinin azaltılmasına yönelik tedbirlerin alınması da önerilmektedir. Ayrıca finansal planlama yapılırken yapılan analiz sonuçlarına bakılarak gerekli tedbirlerin alınması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- AKGÜÇ, Ö. (2017), Mali Tablolar Analizi. Genişletilmiş 16.Baskı. İstanbul. Arayış Basım ve Yayıncılık.
- ARSLAN, S. (2018), “Kâr Marjının belirleyicilerinin İncelenmesi: Turizm İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama”, *Turkish Studies-Economics, Finance and Politics*, 13(30): 51-62.
- AYDIN, N., Başar, M. ve Coşkun, M. (2021), Finansal Yönetim (6. Baskı), Detay Yayıncılık, Ankara
- BAHAR, O., ve Çelik İlal, N. (2020), “Coronavirüsün (Covid-19) turizm sektörü üzerindeki ekonomik etkileri”, *International Journal of Social Sciences and Education Research*, s. 6(1), 125-139. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1097569>
- BİLİCİ, N. (2019), Turizm Sektörünün Finansal Performansının Oran Analizi ve TOPSIS Yöntemiyle Değerlendirilmesi”, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(1): 173-194.
- ÇABUK, A. ve Lazol, İ. (2008), Mali Tablolar Analizi. 18.Baskı. Bursa: Ekin Kitabevi.
- ÇITAK, N., ve Çalış, Y. E. (2020), “Covid-19 Salgının Turizm Sektörü Üzerine Olan Finansal Etkileri”, *İda Academia Muhasebe Ve Maliye Dergisi*, 3(2), 110-132.
- GÜNCEL TÜRKÇE SÖZLÜK, <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim tarihi 22.05.2025)
- <https://tradingeconomics.com/turkey/tourism-revenues>, Erişim tarihi 12.03.2025
- <https://www.statista.com/statistics/1247012/global-market-size-of-the-hospitality-industry/> Erişim tarihi 12.03.2025
- <https://www.bajajfinserv.in/investments/what-is-ratio-analysis>, Erişim tarihi:28.03.2025.
- JANATI, A., Samaneh, V. ve Jafrabadi M. A. (2014), “Development of Financial Indicators of Hospital Performance”, *Journal of Clinical Research & Governance*, 3:92-98.
- KANTEN, S. (2006), Konaklama işletmelerinde Hizmet Kalitesi Açısından İş görenlerin Prososyal Davranışlarının Sağlanmasında İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalarının Rolü ve Bir Araştırma, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı İnsan Kaynakları Yönetimi Bilim Dalı: İstanbul
- KIM, W.G. ve B. Ayoun. (2005), “Ratio Analysis For The Hospitality Industry: A Cross Sector Comparison of Financial Trends In The Lodging, Restaurant, Airline and Amusement Sectors”, *Journal of Hospitality Financial Management*, 13.
- KARADENİZ, E., L.Koşan, ve,S.Kahiloğulları, & B. Zencir (2015), “Konaklama Ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri Alt Sektördeki Küçük, Orta Ve Büyük Ölçekli İşletmelerin Likidite Durumunun Analizi”, *Cilt 4,sayı 2, s. 18–27. Turar Turizm ve Araştırma Dergisi*:18-27
- KARADENİZ, E. ve Kahiloğulları, S. & Kılıç, E. (2015), “Karayolları Yolcu Taşımacılığı İşletmelerinin Finansal Analizi: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Sektör Bilançolarında Bir Araştırma”, *Muhasebe ve Denetime Bakış*, 15(46), 81-91
- KARADENİZ, E. ve Beyazgül, M ve Dalak, S, Günay, F. (2017), “Türk Turizm Sektöründe Finansman Kararlarının Alt Sektörler Kapsamında Karşılaştırmalı Analiz”, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14 (2), 157-170.
- KELEŞ, D. (2021), “Turizm İşletmelerinde Rasyo Yöntemi İle Finansal Performans Analizi: Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Değerlendirme”. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(4), 1485-1496. <https://doi.org/10.53487/ataunisobil.952122>
- Kıvılcım, B. (2020), “COVID-19 (Yeni Koronavirüs) Salgınının Turizm Sektörüne Muhtemel Etkileri”. *Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi*, s. 4(1), 17-27. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1115819> adresinden alındı

- KOÇAK, E., ve Doğru, E. (2021), “COVID-19 Salgınının Konaklama İşletmelerine Etkisi (Fethiye Örneği)”. Doğru Coğrafya Dergisi, 106-124.
- MISIRLI, İ. (2002), Seyahat Acenteliği ve Tur Operatörlüğü, Detay Yayıncılık: Ankara
- NUNES, C. R. and Machado, M. J. C. V. (2012), Financial Assessment of Performance in the Hotel Industry. European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation, 3 (Special Issue): 97-109.
- OKKA, Osman (2019), Analitik Finansal Yönetim Teori ve Problemler, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara
- OMAĞ, Aclan (2023), “Likidite Analizinde Kullanılan Oranlar Üzerine Bir İnceleme”, Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt.8 Sayı.3, Eylül 2023 Research of Financial Economic and Social Studies, Vol.8 No.3, September 2023
- PROTEL, Otelcilik Sektörü 2024 Trend Raporu, <https://www.protel.com.tr/wp-content/uploads/pdfle>, (Erişim tarihi 12.03.2025)
- SCARBOROUGH, N.M., (2014), Essentials Of Entrepreneurship And Small Business Management, Pearson, Girişimciliğin ve Küçük İşletme Yönetiminin Temelleri, (Çev: Gamze SART), 7. Basımdan çeviri, Nobel yayıncılık.
- SÜMER, E., ve Yiğiter, Ş. Y. (2024), “Mali Tablo Analizi Çalışmalarının Bibliyometrik Analizi”, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 6(2), 41-55. <https://doi.org/10.46482/ebyuiibfdergi.1583563>
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Sektör Bilançoları, <https://www3.tcmb.gov.tr/sektor/#/tr/I/konaklama-ve-yiyecek-hizmeti-faaliyetleri> Erişim tarihi 06.02.2025



**TRA1 BÖLGESİ ORGANİZE SANAYİ BÖLGELERİNDE FAALİYET
GÖSTEREN İŞLETMELERİN İNOVASYON FAALİYETLERİYLE REKABET
GÜÇLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ¹**

Dr. Bilge Kağan AYVAZ²

Doç. Dr. Serkan DEMİRDÖĞEN³

ÖZET

İnovasyonun işletmelerin rekabet gücü üzerindeki etkisi, son yıllarda akademik literatürde önemli bir araştırma konusu haline gelmiştir. Ancak, özellikle Türkiye’de bölgesel düzeyde faaliyet gösteren işletmelerin inovasyon uygulamaları ile rekabet güçleri arasındaki ilişkinin yeterince incelenmediği görülmektedir. Bu çalışmada, bu boşluğu doldurmak amacıyla, TRA1 Bölgesi’nde (Erzurum, Erzincan, Bayburt) yer alan organize sanayi bölgelerinde faaliyet gösteren işletmelerin inovasyon faaliyetleri ile rekabet güçleri arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Araştırma kapsamında, toplam 135 işletmenin yöneticilerine anket uygulanmış; inovasyonun ürün, süreç, pazarlama ve organizasyonel boyutları ile rekabet gücü arasındaki ilişkiler istatistiksel analizlerle değerlendirilmiştir. Araştırma bulguları, inovasyon faaliyetlerinin işletmelerin rekabet gücü üzerinde anlamlı, pozitif ve orta düzeyde ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Bu sonuç, bölgesel kalkınma ve sürdürülebilir rekabet avantajı elde edilmesi açısından inovasyonun stratejik bir araç olduğunu göstermektedir. Çalışma, hem uygulayıcılara hem de akademisyenlere bölgesel rekabet gücünü artırmaya yönelik strateji geliştirme konusunda önemli katkılar sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İnovasyon, Rekabet Gücü, TRA1 Bölgesi

**INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN THE INNOVATION
ACTIVITIES OF COMPANIES AND COMPETITIVENESS: A RESEARCH ON
SMES OPERATING IN ORGANIZED INDUSTRIAL ZONES IN TRA1 REGION**

ABSTRACT

The impact of innovation on firms’ competitive strength has garnered growing attention in academic discourse; however, empirical studies examining this relationship at the regional level remain limited, particularly in the context of developing economies. Addressing this gap, the present study investigates the relationship between innovation activities and competitiveness among firms operating in the organized industrial zones (OIZs) of Turkey’s TRA1 Region (Erzurum, Erzincan, and Bayburt). A structured survey was administered to the owners and senior managers of 135 firms to assess the

¹ Bu çalışma Doç. Dr. Serkan DEMİRDÖĞEN danışmanlığında, Bilge Kağan AYVAZ tarafından hazırlanan “TRA1 Bölgesi Organize Sanayi Bölgelerinde Faaliyet Gösteren İşletmelerin İnovasyon Faaliyetleriyle Rekabet Güçleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” isimli yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

² Dr. Bilge Kağan AYVAZ, kagan.ayvaz@gmail.com, ORCID: 0000-0003-0748-4602

³ Doç. Dr. Serkan DEMİRDÖĞEN, EBYÜ, Sağlık Yönetimi Bölümü, sdemirdogen@erzincan.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9134-7154

Geliş Tarihi: 06.05.2025 / Kabul Tarihi: 17.06.2025 Çalışma Türü: Araştırma Makalesi

Yazarlar, herhangi bir çıkar çatışması beyan etmemiştir. Turnitin/Ithenticate/Intihal ile İntihal Kontrolünden Geçmiştir. Screened for Plagiarism by Turnitin/Ithenticate/Intihal Licenced by CC-BYNC ile lisanslıdır.

effects of four dimensions of innovation—product, process, marketing, and organizational—on competitive strength. The findings reveal a statistically significant, positive, and moderate correlation between the firms' innovation practices and their competitiveness. These results underscore the strategic role of innovation in enhancing regional economic resilience and sustaining competitive advantage. The study contributes to the literature by providing empirical insights into the dynamics of innovation-driven competitiveness at the regional level, offering valuable implications for policymakers and practitioners aiming to foster industrial innovation and development.

Key Words: Innovation, Competitiveness, TRA1 Region

GİRİŞ

Günümüzde işletmeler, küresel düzeyde artan rekabet baskısı ve hızlı teknolojik değişim karşısında sürdürülebilir rekabet avantajı elde edebilmek için inovasyonu stratejik bir araç olarak kullanmak zorundadır. İnovasyon; sadece yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesini değil, aynı zamanda üretim süreçlerinin iyileştirilmesi, pazarlama yaklaşımlarının yeniden yapılandırılması ve organizasyonel yapının dönüştürülmesini de kapsamaktadır. Bu bağlamda, inovasyon faaliyetleri ile işletmelerin rekabet gücü arasında nasıl bir ilişki olduğu araştırılmaya devam edilmektedir.

Ancak, Türkiye özelinde yapılan çalışmaların büyük bir kısmı ulusal veya sektörel düzeyde sınırlı kalmakta, bölgesel düzeyde inovasyon ve rekabet gücü arasındaki dinamikleri kapsamlı biçimde inceleyen çalışmalar sınırlı sayıdadır. Bu durum, özellikle kalkınmada öncelikli bölgeler arasında yer alan TRA1 Bölgesi (Erzurum, Erzincan, Bayburt) için önemli bir araştırma boşluğuna işaret etmektedir. Bölgedeki organize sanayi bölgeleri, bölgesel kalkınmanın temel dinamiklerinden biri olmasına rağmen, bu işletmelerin inovasyon kapasitesi ile rekabet performansı arasındaki ilişkiyi ortaya koyan ampirik veriler yetersizdir.

Bu çalışmanın temel amacı, TRA1 Bölgesi organize sanayi bölgelerinde faaliyet gösteren işletmelerin inovasyon faaliyetleri ile rekabet güçleri arasındaki ilişkiyi çok boyutlu olarak analiz ederek literatürdeki söz konusu boşluğun giderilmesine katkı sağlamaktır. Araştırma, yalnızca bölgesel düzeyde özgün veri sunmakla kalmayıp, aynı zamanda karar vericiler ve uygulayıcılar için stratejik öneriler geliştirilmesine olanak sağlayacak bulgular üretmeyi hedeflemektedir. Böylece, inovasyon temelli bölgesel kalkınma stratejilerine katkı sunulması ve rekabetçiliğin sürdürülebilir kılınması amaçlanmaktadır.

1. İNOVASYON KAVRAMI, TÜRLERİ VE İNOVASYONUN ÖNEMİ

İnovasyon kavramının tarihsel gelişimine bakıldığında, ilk kez Schumpeter'in bu kavrama dikkat çektiği görülmektedir. Schumpeter (1911), inovasyonu ekonomik kalkınmanın temel dinamiği olarak tanımlamış ve yenilikçi faaliyetleri, piyasaya henüz sunulmamış ürünlerin ortaya çıkarılması, mevcut ürünlere yeni işlevler kazandırılması, yeni üretim süreçlerinin uygulanması, farklı pazarların açılması, hammadde ve yarı mamul tedarikinde yeni kaynakların kullanılması ile sanayide organizasyonel yeniliklerin gerçekleştirilmesi olarak ifade etmiştir (Elçi & Karataylı, 2008).

Porter (1990), inovasyonu yalnızca teknolojik gelişmelerle değil, aynı zamanda yeni iş modelleriyle de ilişkilendirerek rekabet avantajının temel aracı olarak vurgulamıştır (Güler & Kanber, 2011). OSLO Kılavuzu'na (2005) göre ise inovasyon, işletmelerin iç ya da dış ilişkilerine bağlı olarak ürün, süreç, pazarlama ve organizasyon alanlarında önemli yenilikler ya da ciddi iyileştirmeler gerçekleştirmesidir (OECD, EUROSTAT, 2005). İnovasyonun literatürde farklı tanımları olmakla birlikte, genel anlamda bir ürün, hizmet veya süreci mevcut halinden farklı ve gelişmiş bir duruma getirmek ya da tamamen özgün ve yeni bir ürün veya hizmet üretmek şeklinde ifade edilebilir. OSLO Kılavuzu'na göre inovasyon dört ana kategoriye ayrılmaktadır: süreç inovasyonu, ürün inovasyonu, organizasyonel inovasyon ve pazarlama inovasyonu (OECD, EUROSTAT, 2005).

Ürün İnovasyonu: İşletmenin hali hazırda sunduğu ürünlerde iyileştirme yapması veya tamamen yeni ürünler geliştirmesi sürecidir. Bu tür inovasyonun amacı, müşterilerin ilgisini çekmek ve pazarda avantaj elde etmektir (Eryiğit, 2013). Ürün inovasyonları aşağıdaki gibi sınıflandırılmaktadır.

- Dünya için yeni ürün: Küresel ölçekte yenilik niteliği taşıyan ürünler, daha önce hiçbir pazarda bulunmamış ve tüketiciyle ilk kez buluşan ürünler olarak tanımlanmaktadır (Bergstein & Estelami, 2002). Bu tür ürünler, genellikle teknolojik bir atılımın sonucu olarak ortaya çıkar ve

sektörde çığır açma potansiyeline sahiptir. Örneğin, Sony'nin Walkman modeli, taşınabilir müzik çalar kavramını dünyaya tanıtarak bu kategoriye örnek teşkil etmektedir.

- İşletme için yeni ürün: Sektörde hali hazırda bulunan ancak işletmenin ürün portföyünde yer almayan ürünlerin geliştirilerek pazara sunulmasıdır (Plecherro & Chaminade, 2010). Bu stratejiyle işletme, yeni bir pazarda rekabet etme fırsatı elde eder. Örneğin, Canon'un pazarda sunduğu fotokopi makinelerine karşılık Xerox'un bu alana girmesi bu durumu yansıtmaktadır.
- Mevcut ürün grubunun geliştirilmesi: İşletmenin pazarda sunduğu ürün yelpazesinde çeşitliliği artırarak yeni alt modeller ya da türler sunmasıdır. Bu sayede tüketicilere daha fazla seçenek sağlanmakta ve rekabet avantajı elde edilmektedir (Kim ve Mauborgne, 1999). Örnek olarak, sadece siyah-beyaz baskı yapan yazıcılara ek olarak renkli baskı yapabilen modellerin piyasaya sürülmesi bu kapsamda değerlendirilebilir.
- Mevcut ürünün iyileştirilmesi: Hali hazırda piyasada bulunan ürünlerin teknik ya da işlevsel özelliklerinde geliştirmeler yapılarak ürün kalitesinin veya verimliliğinin artırılmasıdır (Zirger, & Maidique, 1990). Örneğin, bir yazıcının dakikada yazabildiği sayfa sayısının artırılması ürünün iyileştirilmesine örnektir.
- Maliyetin düşürülmesi: Benzer işlevselliğe sahip ancak daha düşük üretim maliyetiyle sunulan ürünlerin geliştirilmesidir. Bu yaklaşım, maliyet avantajı elde ederken ürün performansını korumayı ya da artırmayı hedefler (Yoshikawa vd., 1994).
- Yeniden konumlandırma: Mevcut bir ürünün tüketici gözünde farklı bir işlev ya da fayda ile algılanmasının sağlanmasıdır. Bu strateji, ürünün pazardaki yerini yeniden şekillendirerek marka algısını güçlendirebilir. Örneğin, Aspirin başlangıçta kan sulandırıcı olarak geliştirilmiş olsa da zamanla tüketiciler tarafından ağrı kesici olarak benimsenmiş ve bu şekilde konumlandırılmıştır (Aygen, 2006).

Süreç İnovasyonu: Üretim teknolojilerinde ya da ürünün tedarik ve dağıtım yöntemlerinde gerçekleştirilen, yeniden düzenlenmiş ya da önemli ölçüde değiştirilmiş uygulamalardır. Bu tür inovasyonun etkisi, ürün kalitesine, maliyetlere ve üretim miktarına doğrudan yansır (Eraslan vd., 2008).

Pazarlama İnovasyonu: Müşteri algısında yenilik yaratmak amacıyla ürünün ambalajı, tasarımı, fiyatlandırması ya da tanıtımında yapılan değişiklikleri kapsar (Tuncel, 2012).

Organizasyonel İnovasyon: İşletmenin yönetsel yapısında veya dış ilişkilerinde farklı, yeni organizasyonel yöntemlerin uygulanmasıdır (OECD, EUROSTAT, 2005).

İnovasyon yalnızca yeni bir teknolojinin ya da ürünün ortaya çıkışı olarak sınırlı kalmayıp, işletmenin rekabet avantajını sürdürebilmesi adına farklı şekillerde de (örneğin pazar veya süreç inovasyonu) gerçekleştirilebilmektedir. Hangi tür inovasyon uygulanırsa uygulansın, inovasyon işletmelere rekabet avantajı sağlamada ve bu avantajı sürdürmede kilit rol oynamaktadır (Açıkgöz, 2012).

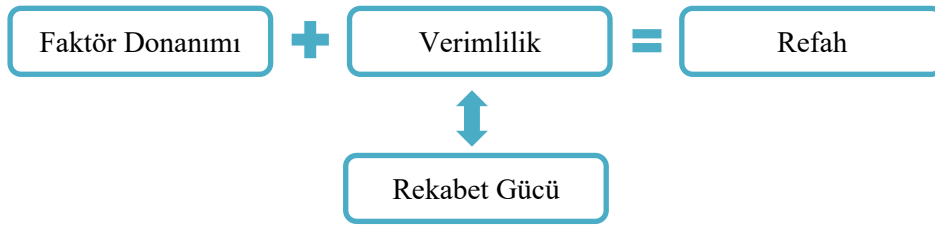
Porter, 1990 yılında gerçekleştirdiği çalışmasında, inovasyonun işletmelere rekabet gücü kazandırabileceğini ifade etmiştir (Özgür Güler ve Kanber, 2011). Bu bağlamda pazarların küreselleşmesi ile birlikte artan rekabet ortamı, inovasyon faaliyetlerinin işletmeler açısından hayati önem kazanmasına neden olmuştur. Yoğun rekabet ortamında ayakta kalmak isteyen işletmelerin inovatif faaliyetlere yönelmesi zorunlu hale gelmiştir. İşletmelerin büyüme sürecini sürdürülebilir kılabilmesi, hizmet ve ürünlerinde sürekli olarak inovasyona başvurmaları ve pazarın ihtiyaçlarını doğru şekilde analiz etmeleri ile mümkündür (Köse, 2012).

2. REKABET KAVRAMI STRATEJİLERİ VE ÖNEMİ

Rekabet, insanlık tarihinin başlangıcından bu yana varlığını sürdüren bir olgudur. Toplumlar geliştikçe ve ekonomik yapılar çeşitlendikçe rekabetin biçimi ve içeriği de dönüşüm geçirmiştir. İlkel toplumlarda yaşam mücadelesi olarak kendini gösteren rekabet, günümüzde küresel ölçekte üstünlük kurma mücadelesine evrilmiştir. Kavram farklı bilim disiplinlerinde farklı şekillerde ele alındığından, rekabetin tek bir tanımı yerine çok boyutlu yaklaşımlar geliştirilmiştir (İlkay, 2019).

Dünya Ekonomi Forumu, rekabet gücünü ülkelerin verimlilik düzeylerini belirleyen kurumsal yapılar, politikalar ve diğer faktörler bağlamında tanımlamaktadır. Porter'ın sunduğu modele göre ise rekabet gücünün belirleyicisi doğrudan verimlilikle ilişkilidir. Porter'ın modelinde, faktör donanımı, verimlilik düzeyi ve refah seviyesi birbirini etkileyen unsurlar olarak yer almakta ve nihayetinde rekabet gücünü şekillendirmektedir (Saridoğan, 2010).

Şekil 1: Rekabet Gücü



Kaynak: Saridoğan, 2010

Küreselleşmenin etkisiyle giderek sertleşen rekabet ortamında işletmelerin ayakta kalabilmesi, pazardaki etkinliğini artırması ve kârlılığını sürdürebilmesi için ürün, hizmet ve üretim yöntemlerini sürekli güncellemesi gerekmektedir (Akıncı, 2011). Artan rekabetin yarattığı baskı, özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeleri inovasyona yönlendirmekte; bu yönelim pazarda tutunmalarının başlıca yolu olarak görülmektedir (Kaynak ve Demir, 2015). Rekabet gücü, işletmenin pazara sunduğu ürünlerde yenilik ve iyileştirmeleri sürekli uygulama yeteneğiyle artar ve sürdürülebilir hale gelir (Aktan ve Vural, 2004).

Porter (1998), işletmelerin rekabet üstünlüğü elde edebilmesi için üç temel stratejiyi önermektedir: maliyet liderliği, farklılaşma ve odaklanma. Bu stratejiler, işletmelerin hem maliyetleri düşürerek hem de müşteri değerini artırarak piyasada avantaj sağlamasına olanak tanır (Erdoğan, 2014).

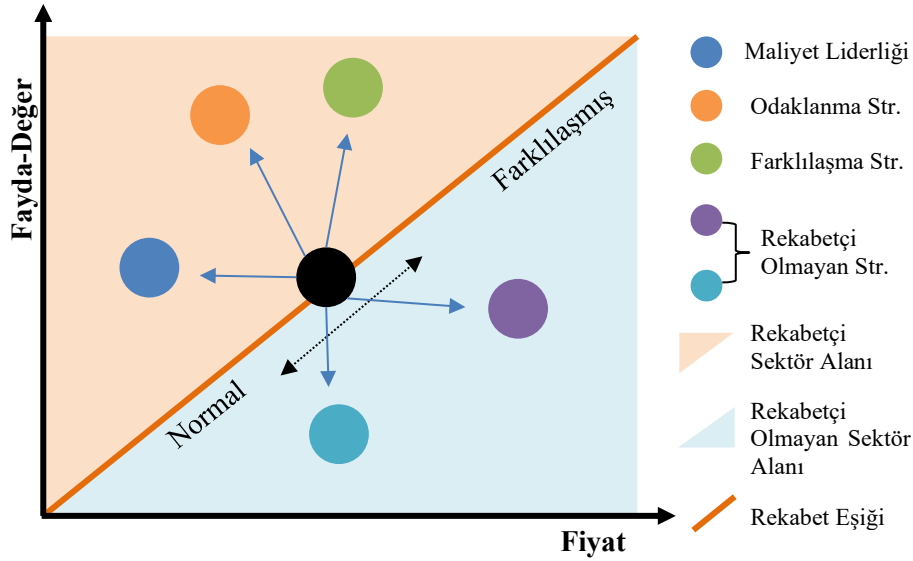
Tablo 1: Genel Rekabet Stratejileri

Rekabetçi Bakış		Rekabetçi Avantaj	
		Düşük Maliyet	Farklılaştırma
	Geniş Hedef	Maliyet Liderliği	Farklılaşma
	Dar Hedef	Maliyet Odaklı	Farklılaşma Odaklı

Kaynak: Porter, 1998

Rekabet stratejileri, işletmelerin yalnızca içsel operasyonları ile sınırlı olmayan, aynı zamanda dış çevrelerinde bulunan rakip firmalar, müşteriler ve sektörde etkili olan diğer unsurların etkileşimiyle şekillenen karmaşık yapılardır. Bu nedenle, işletmelerin dinamik rekabet ortamında varlıklarını sürdürebilmeleri ve kalıcı rekabet üstünlüğü sağlayabilmeleri için, rekabet gücüne etki eden faktörleri doğru analiz etmeleri ve anlamlandırmaları büyük önem taşımaktadır (Kölemen, 2014).

Şekil 2: Rekabet Eşiği ve Stratejileri



Kaynak: Rainer ve Chaharbaghi, 1994

Bir işletmenin, rakiplerine kıyasla müşteriye daha yüksek değer sunması, onu rekabetçi piyasa koşullarında avantajlı konuma taşır. Rekabet gücünün kazanılması, işletmelerin izleyebileceği çeşitli stratejilere bağlıdır. Bu stratejiler, rekabetçi sektör alanında işletmeleri rekabet eşiğinin üzerine taşıyarak, müşteriler nezdinde sunulan ürün veya hizmetin algılanan değerini artırmaktadır.

Maliyet liderliği stratejisi, işletmelere sürdürülebilir rekabet üstünlüğü kazandırmakta; düşük maliyetlerle üretim yaparak pazarda fiyat avantajı sağlamalarına ve müşteri memnuniyetini artırmalarına imkân tanımaktadır. Bu strateji, kaynak israfını azaltarak işletme performansını artırırken, müşteri tabanında genişleme, kârlılıkta yükselme ve pazar payında artış gibi olumlu sonuçlar doğurur. Ancak, maliyet odaklılık kimi zaman müşteri beklentilerine ve teknolojik yeniliklere karşı duyarsızlığa yol açabilir. Bu durum, işletmenin bilgi ve deneyim kaybına, pazar dinamiklerindeki değişimleri gözden kaçırmaya neden olabilir (Dağlı, 2017).

Farklılaşma stratejisi, işletmenin faaliyet gösterdiği pazara yenilikçi ve benzersiz ürünler sunmasını amaçlar (Tosunoğlu, 2014). Eğer işletme geliştirdiği bu farklılıkları patent, lisans gibi yollarla koruma altına alabiliyorsa, rakiplerine karşı önemli bir rekabet gücü elde edebilir. Farklılaştırma, işletmenin ürün veya hizmetlerini pazarda benzerlerinden ayırıştırarak, müşteriler tarafından eşsiz olarak kabul edilen çözümler sunmasına dayanır (Yücel ve Ahmetoğulları, 2016).

Odaklanma stratejisi ise belirli bir hedef kitle veya pazar segmenti üzerine yoğunlaşmayı ifade eder. Bu yaklaşım sayesinde işletme, odaklandığı alanda uzmanlaşır ve rakiplerine kıyasla güçlü bir rekabet avantajı sağlar. Odaklanma, belirli bir müşteri grubu ya da ürün kategorisi üzerinde yoğunlaşarak, daha verimli ve etkili çözümler geliştirme amacını taşır. Başarı için, işletmenin hâkim olduğu ve yetkinlik sahibi olduğu pazarda faaliyet göstermesi esastır (Yücel ve Ahmetoğulları, 2016). Bu strateji kapsamında, işletmeler müşteri ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla farklılaşma, maliyet liderliği veya her iki stratejiyi birlikte uygulayabilirler. Özellikle, geniş pazarlarda başarı elde edemeyen işletmeler, odaklanma stratejisini dar pazar hedeflerine yönelerek benimseyebilir (Kayabaş, 2010). Bununla birlikte, odaklanma stratejisinin sınırlı pazar alanına bağlı kalması, işletmelerin satış hacmi veya kârlılık gibi unsurlarda ödün vermesine yol açabilir (Akbolat ve Işık, 2012).

3. İNOVASYON VE REKABET KAVRAMLARI

İnovasyon faaliyetleri ile işletmelerin rekabet gücü arasındaki ilişki, çeşitli akademik çalışmalarda kapsamlı şekilde ele alınmış ve çok sayıda araştırmaya konu olmuştur. Konuyla ilgili

literatür incelendiğinde, bu iki değişken arasındaki etkileşimi farklı açılardan değerlendiren pek çok çalışma yapıldığı görülmektedir. Bu bölümde, inovasyon ile rekabet gücü arasındaki bağlantıyı inceleyen araştırmalar; kullanılan değişkenler, yöntemler ve elde edilen bulgular çerçevesinde değerlendirilmiş ve karşılaştırmalı olarak sunulmuştur.

Tablo 2: İnovasyon, Rekabet Gücü ve Farklı Değişkenler Üzerine Literatür Taraması

Kaynak	Değişkenler	Bulgular
Çalpınar ve Baç (2007)	İnovasyon, Çalışan Sayısı, İşletme Yaşı	İşletmenin yaşı ve çalışan sayısı açısından inovasyon ilişkisi ele alındığında, işletme yaşı arttıkça inovasyon yapma olasılığının da arttığı tespit edilmesine karşın çalışan sayısı ile inovasyon arasında ters yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.
Chen, Lin ve Chang (2009)	İlişkisel - Öğrenme, İnovasyon Performansı, Rekabet Avantajı	Yapılan araştırmalar, inovasyon performansının işletmelerin rekabet avantajı kazanmasında önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Ayrıca, inovasyona yönelik yapılan yatırımların artmasıyla birlikte firmaların pazarda daha güçlü ve sürdürülebilir bir rekabet pozisyonuna ulaşabildiği sonucuna da ulaşılmıştır.
Korkmaz, Ermeç ve Yücedağ (2009)	Yenilik, Yenilikçi Kabiliyet, Ar-Ge	İnovasyonun, işletmelere rekabet üstünlüğü sağladığı belirlenmiştir.
Camison ve Lopez (2011)	Örgütsel Hafıza, Öğrenme Kapasitesi, Örgütsel İnovasyon, Sürdürülebilir Rekabet Avantajı	Teknolojik olmayan inovasyon türlerinin, örgütsel hafıza ve kurumsal öğrenme kapasitesiyle ilişkili olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte, organizasyonel inovasyonun işletmelerin rekabet avantajı ile pozitif yönde bağlantılı olduğu, teknolojik olmayan inovasyonların da rekabet gücünü artırmada etkili bir faktör olduğu saptanmıştır.
Şener ve Sarıdoğan (2011)	Rekabet, Ekonomik Büyüme, İnovasyon	Bilim, teknoloji ve inovasyon temelli kalkınma modeli benimseyen ülkelerin, küresel ölçekte sürdürülebilir rekabet stratejilerine sahip oldukları ve bu yaklaşımın uzun vadeli ekonomik büyümeyi desteklediği tespit edilmiştir.
Kılıç ve Keklik (2012)	İnovasyon, Çalışan Sayısı, İşletme Yaşı, Faaliyet Alanı	İnovasyonun alt boyutları (ürün,süreç, organizasyon, pazar) ile değişkenler incelenmiş ve değişkenler ile inovasyon alt boyutları arasında farklı sonuçlar tespit edilmiştir.
Coşkun, Mesci ve Kılınç (2013)	Rekabet Stratejileri, İnovasyon Stratejileri	Maliyet liderliği, farklılaştırma ve odaklanma gibi temel rekabet stratejileri ile fırsatlara duyarlı ve proaktif inovasyon stratejileri arasında pozitif bir ilişki olduğu belirlenmiştir.
Hana (2013)	İnovasyon, Rekabet Avantajı	Değişen çevresel koşullar altında işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri açısından inovasyonun stratejik bir kaynak olarak kritik önem taşıdığı vurgulanmaktadır.
Şendoğdu ve Öztürk (2013)	İnovasyon, Çalışan Sayısı, İşletme Yaşı	Araştırmada inovasyon ile çalışan sayısı ve işletmenin yaşı arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 2: İnovasyon, Rekabet Gücü ve Farklı Değişkenler Üzerine Literatür Taraması (Devamı)

Kaynak	Değişkenler	Bulgular
Reguia (2014)	İnovasyon, Yaratıcılık, Rekabet Avantajı	İşletmelerin sürekliliğinin sağlanmasında rekabet avantajının belirleyici bir unsur olduğu ve bu avantajın özellikle ürün inovasyonu yoluyla elde edilebileceği sonucuna varılmıştır.
Erdem ve Köseoğlu (2014)	Teknolojik Değişim, Patent, Ar-Ge, Rekabet Gücü	Teknolojik dönüşüm ile rekabet gücünün karşılıklı olarak birbirini olumlu yönde etkilediği, bu nedenle sürdürülebilir rekabet üstünlüğü elde edebilmek için araştırma-geliştirme ve inovasyon faaliyetlerine daha fazla kaynak tahsis edilmesinin gerekli olduğu ifade edilmektedir.
Akis (2015)	İnovasyon, Ar-Ge, Patent, Rekabet Gücü	Rekabet gücü kazanımında Ar-Ge çalışmaları ile patentlerin önemli bir rol oynadığı ve bu unsurların firmaların yenilik kapasitesini doğrudan etkilediği ortaya konmuştur.
EDAM (2016)	Rekabet Endeksi	Araştırmadaki 3 ilin 2008 ve 2014 yıllarına ait rekabet endekslerinin karşılaştırması incelendiğinde her iki yıl içinde sıralama Erzincan, Erzurum, Bayburt şeklinde olduğu tespit edilmiştir.
Erdil, Bakır ve Ayar (2017)	İnovasyon, Ar-Ge, Çalışan Sayısı	İnovasyon ile Ar-Ge arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmesine karşın, çalışan sayısının inovasyon üzerinde etkisi olmadığı belirtilmiştir.
Çetin ve Gedik (2017)	İnovasyon, İşletme Yaşı, Çalışan Sayısı	İnovasyon ile işletme yaşı arasından anlamlı bir ilişki olmadığı ve çalışan sayısı ile inovasyon arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirtilmiştir.
URAK (2018)	İnovasyon, Rekabet	Araştırmada 2012-2017 yılları arası her yıl için ayrı ayrı illerin rekabetçilik skoru tespit edilmiştir. Erzincan ve Erzurum için yıllar değiştikçe sıralama değişiklik göstermektedir. Ama Bayburt bu 3 il arasında her yıl için 3. sırada yer almaktadır.
TÜRKONFED & EDAM (2023)	Rekabet Endeksi	2023 yılına ait rekabet endeksi verileri incelendiğinde, araştırma kapsamındaki üç il arasında rekabetçilik sıralamasının Erzincan, Erzurum ve Bayburt şeklinde gerçekleştiği belirlenmiştir.

Bu çalışmanın temel amacı, TRA1 bölgesinde bulunan illerdeki (Bayburt, Erzincan, Erzurum) organize sanayi bölgelerinde faaliyet gösteren işletmelerin gerçekleştirdiği inovasyon faaliyetleri ile bu işletmelerin rekabet güçlerinin seviyesini belirlemek ve iki değişken arasındaki ilişkinin niteliğini ortaya koymaktır. Bu çerçevede, elde edilecek araştırma bulgularının, bölgedeki işletmelerin inovasyon stratejilerine ve rekabetçi yapılarının anlaşılmasına katkı sağlayacağı; ayrıca, ileride bu konuda yapılacak akademik çalışmalara da yön verici nitelikte olacağı öngörülmektedir. Bu nedenle çalışma, bölgesel kalkınma açısından önemli bir yere sahiptir.

Araştırmanın kapsamı, yalnızca TRA1 bölgesinde yer alan organize sanayi bölgeleri ile sınırlıdır. Bu sınırlamanın nedeni, ilgili illerdeki üretim faaliyetlerinin büyük ölçüde organize sanayi bölgelerinde yoğunlaşması ve araştırma kapsamında uygulanan anketlerin, uygun işletme profilleri üzerinde gerçekleştirilebilmesini sağlamaktır. Dolayısıyla çalışma, TRA1 bölgesindeki organize sanayi bölgelerinde aktif olarak faaliyet gösteren işletmelerle sınırlı tutulmuştur. Ayrıca, araştırma sürecinde zaman ve maliyet gibi unsurlar da önemli sınırlılıklar arasında yer almaktadır.

4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışma, araştırma amacına uygun olarak tam sayım modeli çerçevesinde yürütülmüştür. TRA1 bölgesinde bulunan organize sanayi bölgelerinde faaliyet gösteren işletmelerde inovasyon uygulamaları ve bu işletmelerin rekabet gücü düzeyleri incelendiğinden, araştırmada birincil veri

toplama yöntemi tercih edilmiştir. Verilerin elde edilmesinde, doğrudan katılımcılardan bilgi almayı sağlayan yüz yüze anket tekniği kullanılmıştır.

5. ARAŞTIRMANIN EVREN VE ÖRNEKLEMİ

Araştırmada anketlerin doğru işletmelere uygulanabilmesi amacıyla, Bayburt, Erzincan ve Erzurum illerinin valilikleriyle temas kurulmuş ve organize sanayi bölgelerine dair bilgiler alınmıştır. İlgili valilik birimlerine araştırmanın kapsamı hakkında detaylı bilgilendirme yapılmış ve gerekli izinler temin edilmiştir. Valiliklerin, organize sanayi müdürlükleri ile iletişime geçmesi sonucunda, her ilin organize sanayi bölgesinde aktif olarak faaliyet gösteren işletmelere ait listeler sağlanmıştır.

Elde edilen verilere göre, toplamda 149 işletmenin aktif olarak faaliyet gösterdiği belirlenmiş; ancak bu işletmelerden 135'i araştırmaya katılmayı kabul etmiştir. Bu 135 işletme, araştırmanın örneklemini oluşturmakta olup, araştırma değişkenlerine göre bu işletmelere ilişkin tanımlayıcı bilgiler Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3: Örneklemdeki İşletmelere İlişkin Bilgiler

Değişkenler		N	%
İşletmenin Faaliyet Gösterdiği İl	Bayburt	15	11,1
	Erzincan	55	37,0
	Erzurum	70	51,9
İşletmenin Faaliyet Alanı	Yerel	47	34,8
	Bölgesel	58	43,0
	Ulusal	15	11,1
	Uluslararası	15	11,1
İşletmenin Cirosu	0-999.999TL	30	22,2
	1.000.000-4.999.999TL	38	28,1
	5.000.000-9.999.999TL	20	14,8
	10.000.000-14.999.999 TL	19	14,1
	15.000.000-19.999.999TL	6	4,4
	25.000.000TL ve üstü	22	16,3
İşletmenin Faaliyet Süresi	0-5 yıl	25	18,5
	6-10 yıl	27	20,0
	11-15 yıl	34	25,2
	16-20 yıl	18	13,3
	21 yıl ve üstü	31	23,0
İşletmenin Ürün Sayısı	1-2	15	11,1
	3-4	18	13,3
	5-6	26	19,3
	7-8	8	5,9
	9 ve üstü	68	50,4

Araştırma kapsamında, Bayburt ilinde 15, Erzincan ilinde 50 ve Erzurum ilinde 70 olmak üzere toplam 135 aktif işletmeye anket uygulanmıştır. Katılımcı işletmelerin büyük bir kısmı, %43'lük oranla bölgesel düzeyde faaliyet göstermektedir. İşletmelerin cirosuna bakıldığında, %28,1'inin yıllık geliri 1.000.000 TL ile 4.999.999 TL aralığında yer almaktadır. Faaliyet süresi açısından değerlendirildiğinde, işletmelerin %25,2'si 11-15 yıl arasında faaliyet göstermektedir. Ayrıca, anket uygulanan işletmelerin yarısından fazlası, %50,4 oranla, 9 veya daha fazla ürüne sahiptir.

Bu araştırmada temel hipotez, "TRA 1 Bölgesi'ndeki organize sanayi bölgelerinde faaliyet gösteren işletmelerin yürüttüğü inovasyon faaliyetleri ile rekabet güçlerinin çeşitli değişkenlere bağlı olarak farklılık gösterdiği ve inovasyon ile rekabet gücü arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu" şeklinde oluşturulmuştur. Bu ana hipotez doğrultusunda, aşağıda detaylandırılan alt hipotezler test edilmiştir.

H₁: TRA1 Bölgesi OSB'de yer alan işletmelerde uygulanan inovasyon faaliyetleri işletmenin bulunduğu ile göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H₂: TRA1 Bölgesi OSB’de yer alan işletmelerde uygulanan inovasyon faaliyetleri işletmenin faaliyet alanına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H₃: TRA1 Bölgesi OSB’de yer alan işletmelerde uygulanan inovasyon faaliyetleri işletmenin ürün/hizmet sayısına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H₄: TRA1 Bölgesi OSB’de yer alan işletmelerin rekabet gücü işletmenin bulunduğu ile göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H₅: TRA1 Bölgesi OSB’de yer alan işletmelerin rekabet gücü işletmenin faaliyet alanına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H₆: TRA1 Bölgesi OSB’de yer alan işletmelerin rekabet gücü işletmenin yıllık cirosuna göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H₇: TRA1 Bölgesi OSB’de yer alan işletmelerin rekabet gücü işletmenin faaliyet süresine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H₈: TRA1 Bölgesi OSB’de yer alan işletmelerin rekabet gücü işletmenin ürün/hizmet sayısına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H₉: TRA1 Bölgesi OSB’de yer alan işletmelerin uyguladığı inovasyon ile rekabet gücü arasında anlamlı bir ilişki vardır.

5. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

Araştırmanın hedeflerine ulaşmak amacıyla kullanılan veri toplama aracı, üç ana bölümden oluşan bir anket formudur. Anketin ilk bölümünde, katılımcı işletmelere ilişkin genel bilgiler toplanmıştır. İkinci bölümde, işletmelerde yürütülen inovasyon faaliyetlerini ölçmeye yönelik, Sow (2018) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Anketin üçüncü ve son bölümünde ise, işletmelerin rekabet gücünü değerlendirmek üzere Ecevit’in (2002) hazırladığı ölçüm araçlarından yararlanılmıştır.

Anket formu toplam 47 sorudan oluşmakta olup, bu soruların 12’si birinci bölümde, 21’i ikinci bölümde ve 14’ü üçüncü bölümde yer almaktadır. İnovasyon ölçeğinin güvenilirliği Cronbach α katsayısı ile test edilmiş ve 0.93 olarak hesaplanmıştır. Bu yüksek değer, inovasyon ölçeğinin iç tutarlılığının güçlü olduğunu ve güvenilir sonuçlar verebileceğini göstermektedir. Rekabet gücüne yönelik 14 maddelik ölçek için hesaplanan Cronbach α değeri ise 0.84 olup, bu da anketin güvenilirliğini destekleyen bir bulgu olarak değerlendirilmektedir (Kılıç, 2016).

6. VERİLERİN TOPLANMASI VE ANALİZİ

Anket uygulamaları, 1-17 Mayıs 2019 tarihleri arasında, araştırmaya katılmayı kabul eden toplam 135 işletmenin üst düzey yöneticileri veya sahipleri ile gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler, analiz edilmeden önce SPSS 22 programı kullanılarak değerlendirilmiş ve normallik dağılımları gözden geçirilmiştir. Verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla normallik testleri uygulanmış olup, örneklem büyüklüğünün 50’nin üzerinde olması nedeniyle Kolmogorov-Smirnov testi tercih edilmiştir.

Tablo 4: Verilerin Normallik Dağılımı

	Kolmogorov-Smirnov	sd	Anlamlılık
İnovasyon	0,105	135	0,0001
Rekabet Gücü	0,061	135	0,200*

Yapılan analizler sonucunda, bağımlı değişkenlere ilişkin elde edilen ölçümlerde inovasyon verilerinin normal dağılım göstermediği ($p < 0,05$), buna karşın rekabet gücü verilerinin ise normal dağıldığı ($p > 0,05$) belirlenmiştir. Bu nedenle, inovasyon değişkenine ilişkin gruplar arası karşılaştırmalarda parametrik olmayan (nonparametrik) istatistiksel yöntemler tercih edilmiştir. Rekabet gücü verileri için ise her bir gruptaki işletme sayısına göre farklı analiz yöntemleri uygulanmıştır; gruplarda yer alan işletme sayısının 30'un altında olması durumunda nonparametrik testler kullanılmıştır. İnovasyon verilerinin analizinde, iki grup arasındaki farkların değerlendirilmesinde Mann Whitney U testi, üç veya daha fazla grup için ise Kruskal Wallis-H testi kullanılmıştır. Kruskal Wallis-H testi sonrası anlamlı farkların hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla, yine Mann Whitney U testi ile post-hoc analizler gerçekleştirilmiştir (Büyüköztürk, 2022).

Rekabet gücü verilerinin analizinde ise, gruplarda 30'dan fazla işletme bulunduğu durumlarda iki grup karşılaştırmalarında bağımsız örneklem t-testi, 30'dan az işletme bulunan gruplarda ise iki grup için Mann Whitney U testi, üç ve daha fazla grup için Kruskal Wallis-H testi uygulanmıştır. Kruskal Wallis-H testi sonrasında, detaylı grup farklarını görmek için Mann Whitney U testi ile post-hoc analizler yapılmıştır. İnovasyon değişkeninin normal dağılım göstermemesi nedeniyle, inovasyon ile rekabet gücü arasındaki ilişki Spearman's rho korelasyon analizi ile incelenmiştir. Bu analiz, verilerin normal dağılmadığı durumlarda tercih edilen, Pearson korelasyon katsayısının parametrik olmayan alternatifidir.

7. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

İşletmelerin gerçekleştirdiği inovasyon faaliyetlerinin, bulundukları ile göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonuçları Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5: İnovasyon Ölçeği Puanlarının İşletmenin Bulunduğu İle Göre Analiz Sonuçları

	İl	N	$\bar{x}$ sıra	x 2	sd	p	Anlamlı farklılık (Mann Whitney U Testi)
İnovasyon	Bayburt	15	42,70	14,24	2	0,00	Erzincan-Erzurum Erzincan-Bayburt
	Erzincan	55	82,47				
	Erzurum	70	63,09				

Tablo 5'te yer alan verilere göre, TRA1 Bölgesi'ndeki organize sanayi bölgelerinde faaliyet gösteren işletmelerin inovasyon ölçeğinden aldıkları puanlar, işletmelerin bulundukları illere göre istatistiksel açıdan anlamlı farklılık göstermektedir ($\chi^2(2) = 14,24$; $p < 0,05$). Bu bulgu, işletmelerin yer aldığı illere göre inovasyon düzeylerinin farklılaştığını ortaya koymaktadır. Ancak bu analiz, illerin inovasyon düzeyi üzerinde nedensel bir etkisi olduğunu değil, sadece istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir. Farklılıkların hangi iller arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre, Erzincan ilindeki işletmelerin inovasyon puanları, Erzurum ve Bayburt illerindekilere kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksektir. Bu durum, Erzincan'daki işletmelerin daha yüksek inovasyon düzeyine sahip olduğunu, ancak bu farkın nedenlerine yönelik bir yorum yapılabilmesi için ek analizlere ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir. Ayrıca, işletmelerin gerçekleştirdiği inovasyon faaliyetlerinin, faaliyet alanlarına göre değişip değişmediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen Kruskal Wallis-H testi sonuçları Tablo 6'da sunulmaktadır.

Tablo 6: İnovasyon Ölçeği Puanının İşletmenin Faaliyet Alanına Göre Analiz Sonuçları

	Faaliyet Alanı	N	$\bar{x}_{sıra}$	x^2	sd	p	Anlamlı farklılık (Mann Whitney U Testi)
İnovasyon	Yerel	47	52,56	17,49	3	0,00	Yerel-Uluslararası
	Bölgesel	58	72,56				
	Ulusal	15	67,83				
	Uluslararası	15	98,90				

Tablo 6'daki verilere göre, TRA1 Bölgesi'ndeki organize sanayi bölgelerinde faaliyet gösteren işletmelerin inovasyon ölçeğinden elde ettikleri puanlar, faaliyet alanlarına (yerel, bölgesel, ulusal, uluslararası) göre istatistiksel açıdan anlamlı farklılık göstermektedir ($\chi^2(3) = 17,49$; $p < 0,05$). Bu bulgu, işletmelerin faaliyet gösterdikleri pazar düzeylerine göre inovasyon düzeylerinde anlamlı farklılıklar bulunduğunu ortaya koymaktadır. Farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre, uluslararası düzeyde faaliyet gösteren işletmelerin inovasyon puanları, yerel düzeyde faaliyet gösteren işletmelere kıyasla anlamlı derecede daha yüksektir. Bu durum, faaliyet alanı genişledikçe inovasyon düzeyinin de artabileceğine dair bir eğilimi işaret etmektedir. İşletmelerde uygulanan inovasyonun işletmelerin ürün/hizmet sayısına göre farklılaşıp farklılaşmadığının belirlenmesine ilişkin yapılan Kruskal Wallis-H testi analiz sonuçları Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7: İnovasyon Ölçeği Puanlarının İşletmenin Ürün/Hizmet Sayısına Göre Analiz Sonuçları

	Ürün/Hizmet Sayısı	N	$\bar{x}_{sıra}$	x^2	sd	p	Anlamlı farklılık (Mann Whitney U Testi)
İnovasyon	1-2	15	56,73	13,58	4	0,01	3-4 ile 5-6 arasında
	3-4	18	53,53				5-6 ile 9 ve üstü arasında
	5-6	26	91,17				
	7-8	8	74,75				
	9 ve üstü	68	64,66				

Tablo 7'de sunulan analiz sonuçları, TRA1 Bölgesi'ndeki organize sanayi bölgelerinde faaliyet gösteren işletmelerin inovasyon puanlarının, sundukları ürün ya da hizmet sayısına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar gösterdiğini ortaya koymaktadır ($\chi^2(4) = 13,58$; $p < 0,05$). Bu bulgu, ürün/hizmet çeşitliliği grupları arasında inovasyon düzeyinde farklılık olduğunu göstermektedir. Mann-Whitney U testi ile yapılan ikili karşılaştırmalar sonucunda, 5-6 ürün veya hizmet sunan işletmelerin inovasyon puanlarının, 3-4 ürün/hizmet sunan ve 9 ve üzeri ürün/hizmet sunan işletmelere kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu bulgular, belirli bir çeşitlilik düzeyinin inovasyon faaliyetleri ile daha yüksek düzeyde ilişkili olduğunu göstermektedir. İşletmelerde gerçekleştirilen inovasyon faaliyetlerinin, işletmenin patent sahibi olup olmamasına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann-Whitney U testi analizine ilişkin bulgular Tablo 8'de sunulmuştur.

Tablo 8: İnovasyon Ölçeği Puanlarının İşletmeye Ait Patent Olup Olmamasına Göre Analiz Sonuçları

	İşletmeye Ait Patent	N	$\bar{x}_{sıra}$	$\Sigma_{sıra}$	U	z	p
İnovasyon	Var	63	94,13	5930,00	622,00	-7,26	0,00
	Yok	72	45,14	3250,00			

Tablo 8'deki bulgulara göre, TRA1 Bölgesi'ndeki organize sanayi bölgelerinde faaliyet gösteren işletmelerin inovasyon ölçeğinden aldıkları puanlar, işletmenin patent sahibi olup olmamasına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir ($U = 622,00$; $p < 0,05$). Sıra ortalamaları incelendiğinde, patent sahibi olan işletmelerin inovasyon puan ortalamalarının ($SO = 94,13$), patent sahibi olmayan işletmelere ($SO = 45,14$) kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu bulgu, patent sahibi olan işletmelerin daha yüksek inovasyon düzeyine sahip olma eğiliminde olduklarını ortaya koymaktadır. İşletmelerin rekabet gücünün işletmenin bulunduğu ile göre farklılaşıp farklılaşmadığının belirlenmesine ilişkin yapılan Kruskal Wallis-H testi analiz sonuçları Tablo 9'da verilmiştir.

Tablo 9: Rekabet Gücü Ölçeği Puanlarının İşletmenin Bulunduğu İle Göre Analiz Sonuçları

	Faaliyet Alanı	N	$\bar{x}_{sıra}$	x^2	sd	p
RGÖ Puanı	Bayburt	15	57,80	1,93	2	0,38
	Erzincan	55	72,99			
	Erzurum	70	66,62			

Tablo 9'da yer alan analiz sonuçları, TRA1 Bölgesi'ndeki organize sanayi bölgelerinde faaliyet gösteren işletmelerin rekabet gücü puanlarının, bulundukları illere göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini ortaya koymaktadır ($\chi^2(2) = 1,93$; $p > 0,05$). Bu bulgu, işletmenin faaliyet gösterdiği ilin, rekabet gücü düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa yol açmadığını göstermektedir. Diğer bir ifadeyle, Erzincan, Erzurum ve Bayburt illerinde yer alan işletmelerin rekabet gücü puanları arasında anlamlı bir fark saptanmamıştır. İşletmelerin rekabet gücünün işletmenin faaliyet alanına göre farklılaşıp farklılaşmadığının belirlenmesine ilişkin yapılan Kruskal Wallis-H testi analiz sonuçları Tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10: Rekabet Gücü Ölçeği Puanlarının İşletmenin Faaliyet Alanına Göre Analiz Sonuçları

	Faaliyet Alanı	N	$\bar{x}_{sıra}$	x^2	sd	p
RGÖ Puanı	Yerel	47	57,33	6,37	3	0,095
	Bölgesel	58	70,81			
	Ulusal	15	81,03			
	Uluslararası	15	77,53			

Tablo 10'daki analiz sonuçlarına göre, TRA1 Bölgesi'ndeki organize sanayi bölgelerinde faaliyet gösteren işletmelerin rekabet gücü puanları, faaliyet gösterdikleri alanlara göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($\chi^2(3) = 6,37$; $p > 0,05$). Bu bulgu, işletmelerin yerel, bölgesel, ulusal veya uluslararası pazarlarda faaliyet göstermelerinin, rekabet gücü puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşmaya neden olmadığını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, işletmelerin rekabet gücü düzeyleri, faaliyet alanlarının kapsamına göre anlamlı bir değişiklik göstermemektedir. İşletmelerin rekabet gücünün işletmenin yıllık cirosuna göre farklılaşıp farklılaşmadığının belirlenmesine ilişkin yapılan Kruskal Wallis-H testi analiz sonuçları Tablo 11'de verilmiştir.

Tablo 11: Rekabet Gücü Ölçeği Puanlarının İşletmenin Yıllık Ciroına Göre Analiz Sonuçları

	Yıllık Ciro	N	$\bar{x}_{\text{sıra}}$	x^2	sd	p	Anlamlı farklılık (Mann Whitney U Testi)
RGÖ Puanı	0-999.999 TL	30	58,75	14,14	5	0,02	1.000.000 TL - 4.999.999 TL ile 25.000.000 TL ve üstü arasında
	1.000.000 TL -4.999.999 TL	38	54,67				
	5.000.000 TL -9.999.999 TL	20	78,20				
	10.000.000 TL -14.999.999 TL	19	80,32				
	15.000.000 TL-19.999.999 TL	6	60,50				
	25.000.000 TL ve üstü	22	85,77				

Tablo 11’de sunulan bulgulara göre, TRA1 Bölgesi’ndeki organize sanayi bölgelerinde faaliyet gösteren işletmelerin rekabet gücü puanları, yıllık ciro düzeylerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir ($\chi^2(4) = 12,08$; $p < 0,05$). Bu bulgu, işletmelerin yıllık gelir düzeylerine göre rekabet gücü puanlarında fark olduğunu göstermektedir. Mann-Whitney U testi ile yapılan ikili karşılaştırmalar sonucunda, yıllık cirosu 5.000.000 TL ve üzeri olan işletmelerin rekabet gücü puanlarının, 1.000.000 TL ile 4.999.999 TL aralığında ciroya sahip olan işletmelere kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu durum, yüksek ciroya sahip işletmelerin rekabet gücü açısından daha avantajlı konumda olabileceğini göstermektedir. İşletmelerin rekabet gücünün, faaliyet sürelerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla gerçekleştirilen Kruskal-Wallis H testi analizine ait sonuçlar Tablo 12’de yer almaktadır.

Tablo 12: Rekabet Gücü Ölçeği Puanlarının İşletmenin Faaliyet Süresine Göre Analiz Sonuçları

	Faaliyet Süresi	N	$\bar{x}_{\text{sıra}}$	x^2	sd	p	Anlamlı Farklılık (Mann Whitney U Testi)
RGÖ Puanı	0-5 yıl	25	67,26	10,33	4	0,04	11-15 yıl ile 21 yıl ve üstü arasında
	6-10 yıl	27	65,72				
	11-15 yıl	34	58,60				
	16-20 yıl	18	58,03				
	21 yıl ve üstü	31	86,68				

Tablo 12’de sunulan analiz sonuçlarına göre, TRA1 Bölgesi’ndeki organize sanayi bölgelerinde faaliyet gösteren işletmelerin rekabet gücü puanları, faaliyet sürelerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir ($\chi^2(4) = 10,33$; $p < 0,05$). Bu bulgu, işletmelerin sektörde geçirdiği süreye göre rekabet gücü düzeylerinin farklılık gösterebildiğini ortaya koymaktadır. Mann-Whitney U testi ile yapılan ikili karşılaştırmalar sonucunda, 21 yıl ve üzeri süredir faaliyet gösteren işletmelerin rekabet gücü puanlarının, 11-15 yıl arasında faaliyet gösteren işletmelere kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç, uzun süreli faaliyet gösteren işletmelerin daha yüksek rekabet gücüne sahip olma eğiliminde olduğunu göstermektedir. İşletmelerin rekabet gücünün, sundukları ürün veya hizmet sayısına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla uygulanan Kruskal-Wallis H testi analizine ilişkin sonuçlar Tablo 13’te sunulmuştur.

Tablo 13: Rekabet Gücü Ölçeği Puanlarının İşletmenin Ürün/Hizmet Sayısına Göre Analiz Sonuçları

	Ürün/Hizmet Sayısı	N	$\bar{x}_{\text{sıra}}$	x^2	sd	p
RGÖ Puanı	1-2 Ürün/Hizmet	15	55,70	7,05	4	0,13
	3-4 Ürün/Hizmet	18	53,78			
	5-6 Ürün/Hizmet	26	78,29			
	7-8 Ürün/Hizmet	8	84,06			
	9 ve üstü Ürün/Hizmet	68	68,65			

Tablo 13'teki analiz sonuçlarına göre, TRA1 Bölgesi'ndeki organize sanayi bölgelerinde faaliyet gösteren işletmelerin rekabet gücü ölçeğinden elde ettikleri puanlar, sahip oldukları ürün veya hizmet sayısına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($\chi^2(4) = 7,05$; $p > 0,05$). Bu bulgu, işletmelerin sundukları ürün ya da hizmet çeşitliliğine göre rekabet gücü düzeylerinde anlamlı bir fark bulunmadığını göstermektedir. Diğer bir ifadeyle, ürün veya hizmet sayısındaki artış ya da azalış, işletmelerin rekabet gücü puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşmaya yol açmamaktadır. İşletmelerin uyguladığı inovasyon ile rekabet gücü arasındaki ilişkinin belirlenmesine ilişkin yapılan korelasyon analiz sonuçları Tablo 14'te verilmiştir.

Tablo 14: İnovasyon ile Rekabet Gücü Arasındaki Analiz Sonuçları

	Üİ	Sİ	Pİ	Oİ	İ	RG
Ürün İnovasyonu (Üİ)	1					
Süreç İnovasyonu (Sİ)	0,740**	1				
Pazarlama İnovasyonu (Pİ)	0,405**	0,574**	1			
Organizasyonel İnovasyon (Oİ)	0,636**	0,608**	0,629**	1		
İnovasyon (İ)	0,914**	0,891**	0,650**	0,786**	1	
Rekabet Gücü (RG)	0,332**	0,427**	0,289**	0,349**	0,400**	1

**= $p < 0,05$

TRA1 Bölgesi'ndeki organize sanayi bölgelerinde faaliyet gösteren işletmelerin inovasyon puanları ile rekabet gücü puanları arasında orta düzeyde, pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($r = 0,400$; $p < 0,05$). Bu bulgu, inovasyon düzeyi yüksek olan işletmelerin genel olarak daha yüksek rekabet gücü düzeylerine sahip olma eğiliminde olduklarını göstermektedir. Hesaplanan determinasyon katsayısı ($r^2 = 0,16$) dikkate alındığında, inovasyon puanlarındaki değişkenliğin yaklaşık %16'sının rekabet gücü puanları ile ilişkili olduğunu göstermektedir. İnovasyon ölçeğinin alt boyutları ile rekabet gücü arasındaki ilişkiler incelendiğinde, tüm alt boyutlarla rekabet gücü arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler olduğunu göstermektedir ($p < 0,05$):

- Ürün İnovasyonu ($r = 0,332$): $r^2 = 0,11$; ürün inovasyonu puanlarındaki değişimin yaklaşık %11'i rekabet gücü puanları ile ilişkilidir.

- Süreç İnovasyonu ($r = 0,427$): $r^2 = 0,18$; süreç inovasyonu puanlarındaki değişimin yaklaşık %18'i rekabet gücü ile ilişkilidir.
- Pazarlama İnovasyonu ($r = 0,289$): $r^2 = 0,08$; pazarlama inovasyonu puanlarındaki değişimin yaklaşık %8'i rekabet gücü ile ilişkilidir.
- Organizasyonel İnovasyon ($r = 0,349$): $r^2 = 0,12$; organizasyonel inovasyon puanlarındaki değişimin yaklaşık %12'si rekabet gücü ile ilişkilidir.

Bu bulgular, inovasyonun tüm alt boyutları ile rekabet gücü arasında anlamlı ve pozitif yönlü ilişkiler bulunduğunu göstermektedir.

SONUÇ

Günümüz küresel rekabet ortamında işletmeler, bilgiye dayalı üretim anlayışı doğrultusunda inovasyonu sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmede stratejik bir araç olarak kullanmaktadır (Porter, 1990; Duygulu ve Özeren, 2009). TRA1 Bölgesi'nde gerçekleştirilen bu araştırma, organize sanayi bölgelerinde faaliyet gösteren işletmelerin inovasyon düzeyleri ile rekabet güçleri arasında orta düzeyde, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur ($r = 0,400$; $p < 0,05$). Bu bulgu, inovasyon faaliyetlerinin artırılmasının işletmelerin rekabet gücünü yükselttiğini göstermektedir. Determinasyon katsayısı ($r^2 = 0,16$) dikkate alındığında, rekabet gücündeki artışın %16'sının inovasyon faaliyetlerinden, kalan %84'ünün ise başka faktörlerden kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Alt boyutlar düzeyinde, süreç inovasyonu %18 ile rekabet gücü üzerinde en yüksek etkiye sahipken; organizasyonel (%12), ürün (%11) ve pazarlama inovasyonu (%8) bunu takip etmektedir. Bu sonuçlar, süreç ve organizasyonel inovasyonun rekabet açısından öncelikli alanlar olduğunu göstermektedir (Dağlı, 2017; Aygen, 2006).

Araştırma bulgularına göre, Erzincan'daki işletmelerin inovasyon puanları Erzurum ve Bayburt'a kıyasla daha yüksektir. Bu durum, Erzincan'ın ulaşım kolaylığı, iklim koşulları ve insan kaynağı gibi çevresel avantajlarının inovasyon faaliyetlerini desteklediğini göstermektedir (Köse, 2012). Ancak, URAK'ın 2016-2017 verileri ile TÜRKONFED & EDAM (2023) tarafından yayımlanan "Türkiye İçin Bir Rekabetçilik Endeksi" raporu karşılaştırıldığında, Erzincan'ın rekabet gücünde belirgin bir gerileme yaşadığı ve sıralamada 12 basamak düştüğü görülmektedir. Erzurum'un konumunu koruduğu bu süreçte, Erzincan'daki düşüş ilin ekonomik ve sektörel dinamiklerindeki olumsuz değişimlerin bir yansımasıdır. Bu durumun nedenlerini ortaya koyabilmek için beşeri sermaye kalitesi (İlkay, 2019), Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerinin sürdürülebilirliği (Aygen, 2006), kamu desteklerinin etkinliği (Kayabaş, 2010), lojistik altyapı, dijital dönüşüm düzeyi ve üniversite-sanayi iş birliği gibi çok boyutlu faktörlerin bütüncül bir yaklaşımla incelenmesi gerekmektedir.

Türkiye'de inovasyon ile rekabet gücü arasındaki ilişkiyi ele alan çalışmaların çoğunda ulusal veya sektörel düzeyde kalmakta, bölgesel düzeyde ve özellikle kalkınmada öncelikli bölgelerdeki işletmelere yönelik mikro düzeyde analizlere yeterince yer verilmediği görülmektedir. TRA1 Bölgesi gibi organize sanayi bölgelerinin yoğun olduğu alanlarda firmaların inovasyon faaliyetleri ve bu faaliyetlerin rekabet gücüne etkisi üzerine bütüncül ve karşılaştırmalı olarak yapılan analizlerin literatüre önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu bağlamda, söz konusu araştırma hem teorik literatüre katkı sunmakta hem de TRA1 Bölgesi'ndeki KOBİ'lerin inovasyon uygulamalarını detaylı biçimde analiz ederek yöneticilere rehberlik edecek bulgular ortaya koymaktadır. Araştırma, özellikle bölgesel kalkınma politikaları açısından yerel inovasyon ekosisteminin güçlendirilmesine yönelik özgün veriler sunmaktadır.

Elde edilen genel bulgular, devlet teşvikleri sağlanan, yatırım ortamı uygun olan ve çevresel dezavantajlardan arındırılmış işletmelerin daha yüksek rekabet gücüne sahip olduğunu ve inovasyona daha kolay yöneldiklerini göstermektedir (TÜRKONFED & EDAM, 2023). Bu doğrultuda, Erzincan

gibi illerde rekabet gücünün artırılabilmesi için Ar-Ge birimlerinin kurulması, geliştirilen ürün ve süreçlerin patent ile korunması (Dağlı, 2017), dijitalleşmeye ve süreç inovasyonuna yatırım yapılması (Nosratpanah vd., 2024), kalkınma ajanslarının sanayi odaklı bölgesel raporlar hazırlayarak stratejik planlamaya katkı sunmaları, nitelikli iş gücünün yetiştirilmesi ve üniversite-sanayi iş birliğine dayalı açık inovasyon süreçlerinin teşvik edilmesi gerekmektedir (İlkay, 2019; Tanchangya vd., 2025; Pakkala, 2025; Syed, 2024).

Son yıllardaki akademik çalışmalar, dijital dönüşüm, açık inovasyon ve yapay zekâ temelli süreçlerin işletmelerin sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamasında kritik rol oynadığını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, Ar-Ge yatırımları, dijital dönüşüm, yapay zekâ ve nitelikli insan kaynağına yönelik stratejiler bütüncül bir yaklaşımla değerlendirilerek, bölgenin özgün ihtiyaçlarına uygun politikalar geliştirilmelidir. Böylece hem bölgesel hem de ulusal düzeyde kalıcı bir rekabet avantajı elde edilebilir (Suljic, 2025; Gupta vd., 2024; Wu vd., 2024; Altuntuğ, 2007).

Gelecek araştırmalarda, inovasyon uygulamalarının yalnızca nicel değil, aynı zamanda nitel boyutlarıyla da ele alınması önemlidir. Derinlemesine görüşmeler, odak grup çalışmaları veya vaka analizleri gibi kalitatif yöntemlerle, inovasyon faaliyetlerinin kurumsal yapılarla nasıl bütünleştiği, karar alma süreçlerine nasıl yansıdığı ve örgütsel kültürle ilişkisi detaylı biçimde incelenebilir. Bu tür veriler, inovasyon süreçlerinin arka planındaki dinamikleri anlamada ve mevcut bulguları desteklemede önemli katkılar sunacaktır.

Ayrıca, inovasyonun gelişimini etkileyen dışsal faktörlerin de ayrıntılı biçimde analiz edilmesi gerekmektedir. Özellikle kamu destek mekanizmalarının etkinliği, dijitalleşme düzeyinin firmaların inovasyon kapasitelerine etkisi ve üniversite-sanayi iş birliğinin inovatif çıktıların oluşumuna katkısı ayrı başlıklar altında incelenmelidir. Bu faktörler, inovasyonun sürdürülebilirliği açısından belirleyici olup, bölgesel kalkınma politikalarının yeniden tasarlanmasında kritik rol oynayabilir.

Sonuç olarak, bu çalışma TRA1 Bölgesi bağlamında inovasyon ve rekabet ilişkisini inceleyen ampirik temelli ilk çalışmalardan biri olarak hem akademik literatüre hem de bölgesel politika üretim süreçlerine somut katkılar sunmaktadır.

KAYNAKÇA

- Açıkgöz, A. (2012). Bilgi-Teknoloji ve Yenilik Üretim Stratejisi (Ulusal Yenilik Sistemleri). İstanbul: Literatür Yayınları.
- Akıncı, A. (2011). Sürdürülebilir rekabet üstünlüğünün sağlanmasında inovasyonun üretim maliyetlerine etkisi ve ampirik bir uygulama.
- Akis, E. (2015). Innovation and Competitive Power. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 1311 – 1320.
- Altuntuğ, N. (2007). Küresel rekabet ortamında ayırt edici ve sürdürülebilir üstünlükler bağlamında temel yetenek tabanlı stratejiler ve bir uygulama.
- Atik, H. (2005). Yenilik ve Ulusal Rekabet Gücü. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aygen, S. (2006). İşletmelerde Yenilik Yönetimi Sürecinde Örgüt Yapılarında ve Hizmet Tasarımlarında Yaşanan Dönüşümler: Antalya İli Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Ampirik Bir Araştırma ve Hizmet Tasarımı Önerisi. Konya: Doktora Tezi.
- Başkılıç, E. (2006). Türkiye'nin Uluslararası Rekabet Gücü; Bazı AB Ülkeleri Kıyaslaması. Adana: Yüksek Lisans Tezi.
- Bergstein, H., & Estelami, H. (2002). A survey of emerging technologies for pricing new-to-the-world products. *Journal of Product & Brand Management*, 11, 303-319. <https://doi.org/10.1108/10610420210442184>.
- Camisón, C., & López, A. (2011). Non-technical innovation: Organizational memory and learning capabilities as antecedent factors with effects on sustained competitive advantage. *Industrial Marketing Management*, 1294-1304.

- Chen, Y.-S., Lin, M.-J., & Chang, C.-H. (2009). The Positive Effects of Relationship Learning and Absorptive Capacity on Innovation Performance and Competitive Advantage in Industrial Markets. *Industrial Marketing Management*, 152-158.
- Coşkun, S. (2013). Stratejik Rekabet Üstünlüğü Sağlama Aracı Olarak İnovasyon Stratejileri: Kocaeli Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. Düzce: Yüksek Lisans Tezi.
- Çağlıyan, V. (2009). Yenilikçilik, Tedarikçi Katılımı ve İşletme Performansı Üzerine Değer Zinciri Yönetimi Temelli Bir Yaklaşım: Otomotiv Sektöründe Görgül Bir Araştırma. Konya: Doktora Tezi.
- Çakıroğlu, Ö. Ç. (2010). Uluslararası firmalara karşı yerli firmaların alternatif rekabet stratejileri Akaryakıt sektöründe bir uygulama. Gaziantep: Yüksek Lisans Tezi.
- Çetin, K., & Gedik, H. (2017). İşletmelerde İnovasyona Etki Eden Faktörler: Karaman İli Örneği. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 160-172.
- Çoşkun, S., Mesci, M., & Kılınç, İ. (2013). Stratejik Rekabet Üstünlüğü Sağlama Aracı Olarak İnovasyon Stratejileri: Kocaeli Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 101-132.
- Dağlı, M. (2017). Stratejik Maliyet Yönetiminin Kurumsal Rekabet Gücü Üzerindeki Yansımaları Sağlık Sektöründe Bir Model Geliştirme. İstanbul: Yüksek Lisans Tezi.
- Dilek, P. Y., & Al, N. (2016). Türkiye için Bir Rekabet Endeksi. İstanbul: Ekonomi ve Dış Politika Araştırma Merkezi.
- Erdem, E., & Köseoğlu, A. (2014). Teknolojik Değişim ve Rekabet Gücü İlişkisi: Türkiye Üzerine Bir Uygulama. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 51-68.
- Erdil, T., Bakır, N., & Ayar, B. (2017). İnovasyon, Ar-Ge ve Tasarım Faaliyetlerinin İşletmelerin Birleşik Rekabet Gücü Üzerine Etkisi Türk İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. 22. Pazarlama Kongresi (s. 1112-1132). içinde Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi.
- Erdoğan, E. (2014). Türk Elektronik Sektörünün 2000-2012 Dönemi İçin Uluslararası Rekabet Gücünün İncelenmesi. İstanbul: Yüksek Lisans Tezi.
- Erkekoğlu, H. (2008). İmalat Sanayi Rekabet Gücü Araştırması (Kayseri Örneği). Ankara: Palme Yayıncılık.
- Eryiğit, N. (2013). İnsan kaynakları Yönetimi Uygulamalarının Yenilik Performansına Etkisi: ISO 1000 Uygulaması.
- Gökcek, O. (2007). Yenilik Yönetimi Süreci ve Yenilik Stratejileri Otomotiv Sektöründe Bir Alan Çalışması. İstanbul: Yüksek Lisans Tezi.
- Güler, E. Ö., & Kanber, S. (2011). İnovasyon Faaliyetlerinin İnovasyon Performansı Üzerine Etkileri: İmalat Sanayii Uygulaması. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 61-76.
- Gupta, R. D., Biswas, D., Ronty, A. P., Kapali, S., & Khan, M. S. (2024). Empowering digital transformation: The strategic role of artificial intelligence in enterprise innovation. *European Journal of Theoretical and Applied Sciences*.
- Hana, U. (2013). Competitive Advantage Achievement Through Innovation and Knowledge. *Journal of Competitiveness*, 82-96.
- İlkay, S. Ç. (2019). Beşeri Sermaye İle Uluslararası Rekabet Gücü Arasındaki İlişki: Türkiye ve Seçilmiş Diğer G20 Ülkeleri Üzerine Bir Analiz. Kayseri: Doktora Tezi.
- Kale, E. (2010). Konaklama İşletmelerinde Örgüt İçi Faktörlerin Yenilik ve Yaratıcılık Performansına Etkileri. Kayseri: Doktora Tezi.
- Kanber, S. (2010). İmalat sanayinde inovasyon: Sanayi kuruluşlarında inovasyon aktivitelerinin inovasyon performansı üzerindeki etkilerinin incelenmesi.
- Kayabaş, A. (2010). Rekabet Gücü Perspektifinden Lojistik Faaliyetlerde Performans Geliştirme. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Kaygısız, B. (2013). Avrupa Birliği Sürecinde Türk İmalat Sanayi Rekabet Gücünün Analizi. Van: Yüksek Lisans Tezi.
- Kılıç, R., & Keklik, B. (2012). Kobi'lerde Genel Firma Özelliklerinin İnovasyon Uygulamalarına Etkisi: Balıkesir İlinde Bir Araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 93-118.
- Kılıç, S. (2016). Cronbach's alpha reliability coefficient. *Journal of Mood Disorders*, 6, 47. <https://doi.org/10.5455/JMOOD.20160307122823>.

- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (1999) "Strategy, Value Innovation, and the Knowledge Economy", Sloan Management Review, 40(3):41-54.
- Korkmaz, S., Ermeç, A., & Yücedağ, N. (2009). İşletmelerin Yenilikçi Kabiliyetleri ve İhracat Performanslarına Etkileri. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 83-104.
- Kölemen, Ö. (2014). Çevreci Ürünlerin Rekabet Gücüne Etkisi ve Akaryakıt Sektöründe Bir Araştırma. İstanbul: Yüksek Lisans Tezi.
- Köse, B. (2012). Tüketici Yenilikçiliği ve Yeniliklerin Benimsenmesi: Bir Yenilik Olarak Mobil İnternet. Afyonkarahisar: Yüksek Lisans Tezi.
- OECD, EUROSTAT. (2005). Yenilik verilerinin Toplanması ve Yorumlanması İçin İlkeler, Oslo Kılavuzu (3b.). (TUBİTAK, Çev.)
- Plechero, M., & Chaminade, C. (2010). From new to the firm to new to the world. Effect of geographical proximity and technological capabilities on the degree of novelty in emerging economies. , 12, 1-27.
- Porter, M. (1998). The Competitive Advantage of Nations. New York: Free Press.
- Porter, M. E. (1998). Competitive Strategy. New York: The Free Press.
- Porter, M., Delgado, M., & Ketels, C. (2008). Moving to a New Global Competitiveness Index. The Global Competitiveness Report (s. 43-63). içinde -: Worl Economic Forum.
- Rainer, F., & Chaharbaghi, K. (1994). Defining Competitiveness: A Holistic Approach. Management Decision (Cilt 32, s. 49-58). içinde Emerald.
- Rainer, R., & Cegielski, C. (2011). Introduction to information systems. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Reguia, C. (2014). Product Innovation and The Competitive Advantage. 1st Mediterranean Interdisciplinary Forum on Social Sciences and Humanities, 23-26.
- Rothwell, R. (1994). Towards the Fifth-generation. International Marketing Review, 7-31.
- Sarıdoğan, E. (2010). Mikroekonomi ve Makroekonomi Düzeyinde Küresel Rekabet Gücünü Etkileyen Faktörler ve Stratejiler. İstanbul: İTO Yayınları.
- Schwartz, B. (2016). The Paradox of Choice - Why More is Less. New York: EccoPress.
- Sow, M. (2018). Süt İşletmelerinde İnovasyon Kullanımı: Erzurum(Türkiye) ve Dakar(Senegal) Kıyaslaması. Erzurum: Yüksek Lisans Tezi.
- Suljic, V. (2025). Strategic leadership in AI-driven digital transformation: Ethical governance, innovation management, and sustainable practices for global enterprises and SMEs. SBS Journal of Applied Business Research.
- Şendoğdu, A., & Öztürk, Y. E. (2013). Kobi'lerde İnovasyon Yapma Eğilimi ile İnovasyon Performans Başarı Derecesi Arasındaki İlişkinin Araştırılması. Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi, 104-116.
- Büyüköztürk, Ş. (2022). Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı: İstatistik, araştırma deseni, SPSS uygulamaları ve yorum (28. baskı). Pegem Akademi Yayıncılık.
- Şener, S., & Sarıdoğan, E. (2011). The Effects of ScienceTechnology-Innovation on Competitiveness and Economic Growth. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 815-828.
- Tosunoğlu, B. (2014). İşletmelerin Üretim Maliyetlerinin Rekabet Gücü Üzerindeki Etkisi: TR90 Bölgesi İmalat Sektöründe Bir Uygulama. Erzurum: Doktora Tezi.
- Trott, P. (2005). Innovation Managemant and New Product Development. Harlow: Prentice Hall, Pearson Education.
- Tuncel, C. (2012). 4 - İnovasyon Sistemleri ve Ekonomik Gelişme Bursa Bölgesi İmalat Sanayinde İnovasyon Süreçleri Üzerine Bir Alan Araştırması. Bursa: Nilüfer Akkılıç Kütüphanesi Yayınları.
- TÜRKONFED & EDAM. (2023). Türkiye için bir rekabetçilik endeksi 2023. TÜRKONFED.
- URAK. (2018). İllerarası Rekabetçilik Endeksi 2018. Uluslararası Rekabet ve Araştırmaları Kurumu.
- Wu, S., Cheng, P., & Yang, F. (2024). Study on the impact of digital transformation on green competitive advantage: The role of green innovation and government regulation. PLOS ONE, 19.
- Yorgancılar, F. N. (2010). Sürdürülebilir Rekabet Anlayışı Olarak Yenilik Yeteneği. Konya: Yüksek Lisans Tezi.
- Yoshikawa, T., Innes, J., & Mitchell, F. (1994). Applying functional cost analysis in a manufacturing environment. International Journal of Production Economics, 36, 53-64. [https://doi.org/10.1016/0925-5273\(94\)90148-1](https://doi.org/10.1016/0925-5273(94)90148-1).

Zirger, B. J., & Maidique, M. A. (1990). A Model of New Product Development: An Empirical Test. *Management Science*, 36(7), 867–883. <http://www.jstor.org/stable/2632324>



PANDEMİ DÖNEMİNDE BANKACILIK SİSTEMİNDEKİ DEĞİŞİMLERİN BANKA YÖNETİM VE ORGANİZASYONUNA ETKİLERİ¹

Ömer ÇINAR²

Gürol ÖZDEMİR³

ÖZET

Covid-19 salgını, sosyal ve ekonomik açıdan benzeri görülmemiş bir krize neden olmuş ve kurumlarda geçici/kalıcı etkiler bırakmıştır. İnsan hayatına olan menfi etkilerine ilaveten, aşırı yüklenmiş sağlık hizmetleri, kısıtlama politikaları, ekonomik faaliyetlerin sekteye uğraması sonucunda oluşan üretim kısıtlamaları ve işten çıkarmalar, önceki krizlerle karşılaştırılamayacak düzeyde sonuçlar doğurmuştur. Salgın, çalışanlara yönelik riskler, kuruluşların benimsemesi gereken önlemler ve yeni uygulamalar, hükümetin kapanma ve karantina uygulamalarına neden olmuştur. Mevcut bilgiler yetersiz ve çelişkili olduğu için kuruluşların belirsizlikleri yönetmesi zorlaşmıştır. Özellikle faaliyetlerini durdurumaması gereken bankacılık sektörü, salgından çok etkilenmiş ve yönetsel açıdan değişikliklere gitmiştir. Bu nitel çalışmanın amacı pandemi döneminde bankacılık sektörünün etkilenme düzeyini ve yönetim ve organizasyonunda yapmak zorunda kaldığı değişiklikleri araştırmaktır. TRA (Kuzeydoğu Anadolu) bölgesinde yer alan Erzurum, Erzincan, Bayburt, Ağrı, Kars, Iğdır ve Ardahan illerinde bulunan 22 banka yöneticisinin 17'si ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen mülakatla, pandemi döneminde bankacılık yönetim süreçleri, kazanımları ve yönetici beklentileri, pandemi sonrası geçiş döneminde bankacılık yönetim süreçleri ve yönetim süreçlerine yönelik pandeminin gelecekteki olası etkileri incelenmiştir. Bulgular, pandeminin bankacılık sektöründe etkili olduğu yönündedir. Pandemide yaşanan tecrübenin yönetsel ve organizasyonel anlamda gelecek dönemlere aktarılması, çalışmanın önemini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Bankacılık, Covid-19 Salgını, Yönetim Süreçleri.

THE EFFECTS OF CHANGES IN THE BANKING SYSTEM ON BANK MANAGEMENT AND ORGANIZATION DURING THE PANDEMIC PERIOD

ABSTRACT

¹ Çalışma, daha önce Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü yüksek lisans tezi olarak sunulmuştur.

² Doç. Dr., Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, İşletme Bölümü, ocinar_04@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-9791-8402

³ Memur, Vakıfbank Erzurum Bölge Müdürlüğü, Gurol.OZDEMIR@vakifbank.com.tr, ORCID: 0009-0007-7388-5814

Geliş Tarihi: 16.05.2025 / Kabul Tarihi: 17.06.2025 Çalışma Türü: Araştırma Makalesi

Yazarlar, herhangi bir çıkar çatışması beyan etmemiştir. Turnitin/Ithenticate/Intihal ile İntihal Kontrolünden Geçmiştir. Screened for Plagiarism by Turnitin/Ithenticate/Intihal Licenced by CC-BYNC ile lisanslıdır.

The Covid-19 pandemic caused an unprecedented social and economic crisis and left temporary/permanent effects on institutions. In addition to the negative effects on human life, overburdened health services, restriction policies, production restrictions and layoffs as a result of the disruption of economic activities have had consequences that cannot be compared with previous crises. The pandemic has led to risks for employees, measures and new practices that organizations must adopt, public lockdowns and quarantines. Since the available information was insufficient and contradictory, it became difficult for organizations to manage uncertainties. In particular, the banking sector, which should not have stopped its activities, was very affected by the pandemic and went through managerial changes. The aim of this qualitative study is to investigate the level of impact of the banking sector and the changes it had to make in its management and organization during the pandemic. Interviews were conducted with 17 of 22 bank managers in Erzurum, Erzincan, Bayburt, Ağrı, Kars, Iğdır and Ardahan provinces in the TRA (Northeast Anatolia) region. Through the interviews, banking management processes, achievements and executive expectations during the pandemic, banking management processes in the transition period after the pandemic, and possible future effects of the pandemic on management processes were examined. The findings indicate that the pandemic has been effective in the banking sector. Transferring the experience gained during the pandemic to future periods in managerial and organizational terms reveals the importance of the study.

Key Words: Banking, Covid-19 Outbreak, Management Processes.

GİRİŞ

Küreselleşmenin ve uluslararası ilişkilerin öneminin arttığı günümüzde yaşanan koronavirüs pandemisinin etkileri, yaşanmış diğer pandemilerden farklıdır. Çünkü günümüz imkanları virüsün yayılımını hızlandırmaktadır. Küreselleşmenin normal dönemlerde ekonomik büyüme ve istihdam konusunda olumlu etkileri olmasına rağmen, Covid-19 vakası ile pandemi dönemlerinde menfi etkilerinin olduğu saptanmıştır. Pandemi sürecinde sağlık hizmeti sunumunda sorunlar yaşanmış, seyahat ve göç vasıtasıyla oluşan insan etkileşimleri nedeniyle olumsuz sonuçlar baş göstermiştir. Covid-19 pandemisi tüm dünyayı etkilemiş ve virüsün hızla bulaşması nedeniyle, sağlık ve ekonomik sistemler üzerinde baskılar oluşturmıştır. Ancak bu dönemde online mağazalar ve hizmetler daha fazla önem kazanmıştır. Sosyal mesafe uygulaması nedeniyle daha fazla sosyal ve duygusal yakınlığa ihtiyaç duyulmuştur. Dünya Sağlık Örgütü (WHO), pandeminin ruh sağlığı üzerindeki etkilerinin ciddi boyutlarda olduğunu ifade etmiştir.

İç ve dış ticareti kolaylaştırdığı için ekonomik faaliyetlerde önemli rol oynayan bankaların pandemi dönemde uyguladığı yönetim stratejileri, pandemi sonrasında da ekonomik faaliyetleri ve sosyal refahı etkileyecektir. Dolayısıyla yaşanacak küresel bir aksama, tüm toplumları bir bütün olarak etkileyecektir. Ekonominin, şirketlerin ve bireylerin finans sağlayıcısı olan bankaların pandemi döneminde borç verme rolünün sektöre uğraması, küresel bankacılık sisteminde stres yaşanmasına neden olabilir. Covid-19 salgınının olumsuz etkisini azaltmak için WHO'nun tavsiyeleri doğrultuda ülkelerin yöneticileri benzer kararlar almıştır. Türkiye de, pandeminin hane halkı ve şirketler üzerinde oluşturduğu krizin etkilerini hafifletmeye yönelik bir dizi önlem paketi kabul etmiştir. Önemli önlemlerden biri, salgından ekonomik olarak etkilenen bireylerin kredi ödemelerinin bankalar tarafından ertelenmesidir. Özellikle pandemi nedeniyle zarar gören birçok şirket kredi ödemelerini geciktirmiştir. Şirketlerin zarar görmesi nedeniyle, pandeminin olumsuz ekonomik sonuçları üretim sektörleri için kritik öneme sahiptir.

Makroekonomik dengeler ve iş dinamikler üzerinde etkili olan faaliyetlerinin önemi nedeniyle bankacılık sektörü, personel ve yönetici kadrosu açısından yönetim süreçlerinde değişiklikler yapmıştır. Ekonomik faaliyetlerin kesintisiz sürmesi bankacılık faaliyetlerin devamlılığına bağlı olması nedeniyle, pandemi gibi zor zamanlarda bile bankacılık sektörünün çalışması zorunludur. Oluşan yeni durum karşısında bankacılık yönetim süreçlerinde bazı değişikliklerin yaşanması doğal bir durumdur. Evden çalışma modeline geçilmesi, alternatif dağıtım kanallarının kullanılması, satış, pazarlama ve insan kaynakları departmanlarında politika değişikliklerine gidilmesi, denetleyici ve düzenleyici kurumların direktifleri ile yeni çalışma düzeninin oluşturulması, yönetim süreçlerine yönelik değişiklikler ile yöneticilerin kazanım ve beklentilerine pandemi etki etmiştir. Bu yönüyle Türk bankacılık sisteminde, Covid-19 pandemisinin yönetim süreçlerine olan etkisinin incelenmesi, çalışmanın önemini oluşturmaktadır. Pandemi döneminde bankacılık sektörünün yönetim ve organizasyon yapısında gerçekleştirilen değişikliklerin incelenmesi çalışmanın asıl amacıdır. Evden çalışma sürecinin ve pandemi sonrasında yeniden ofislere dönüşün banka yönetim ve organizasyonundaki etkilerinin, yönetimin bu uygulamalar karşısındaki politikaları ve çözüm önerilerinin ve ortaya çıkan yeni çalışma modellerinin incelenmesi, çalışmanın amacı dâhilinde olup bu doğrultuda araştırma gerçekleştirilmiştir.

Bu çalışmanın amacı pandemi döneminde bankacılık sektörünün nasıl etkilendiğini, banka yönetim ve organizasyonunda nasıl bir değişikliğe neden olduğunu araştırmaktır. Banka yöneticileri ile gerçekleştirilen görüşme yöntemiyle; pandemi döneminde bankacılık yönetim süreçleri, kazanımları ve yönetici beklentileri, pandemi sonrası geçiş döneminde bankacılık yönetim süreçleri ve pandeminin yönetim süreçlerine yönelik gelecekteki olası etkileri incelenmiştir. Çalışma, Covid 19 pandemisi gibi kriz dönemlerinde bankacılık sektöründe organizasyonel ve yönetsel anlamda uygulanması gereken politikaların nasıl oluşturulması gerektiği konusunda kılavuzluk edecektir. Söz konusu dönemde

sektörde uygulanan politikaların, çalışanlar tarafından ne ölçüde benimsendiği incelenmiştir. Ayrıca, pandemi gibi kriz dönemlerinde yönetimler tarafından alınan önlemlerin ve uygulanan politikaların, çalışanlar üzerindeki etkilerinin tespit edilmesi, benzer durumlarda çalışanlara yönelik uygulamalara da örnek teşkil edecektir. Pandemide yönetsel ve organizasyonel anlamda yaşanan tecrübenin gelecek dönemlere aktarımını sağlayabilecek olması, bu çalışmanın önemini ortaya koymaktadır.

Çalışmada, Covid-19 salgınının ekonomik ve sosyal etkileri, banka ve bankacılık kavramları, Türk bankacılık sistemi, faaliyet gösteren bankalar ile sektörün son yıllardaki genel görünümü ve Covid-19 döneminde bankacılık sektörü incelenmiştir. Araştırmanın yöntemi, çalışma grubu, veri toplama aracı ve verilerin analizine dair bilgiler aktarılmıştır. Son olarak, araştırma kapsamında yapılan görüşmelerden elde edilen bulgular doğrultusunda varılan sonuçlar ve sektöre yönelik yapılan öneriler sunulmuştur.

1. LİTERATÜR TARAMASI

Çin'in Hubei eyaletine bağlı Wuhan'daki sağlık kuruluşları, 31 Aralık 2019 tarihinde, sebebi tespit edilemeyen pnömoniden kaynaklı bir dizi vaka bildirdi ve dünyanın dikkatini çekti (Wang vd., 2020a:1729). İki hafta sonra, şiddetli akut solunum sendromu koronavirüs 2 (SARS-CoV-2) tanımlanmıştır. Çok kısa bir süre zarfında virüs, 18 ülkeye yayılmış ve 30 Ocak 2020 tarihinde Dünya Sağlık Örgütü (WHO) salgının Uluslararası Öne Sahip Halk Sağlığı Acil Durumu (PHEIC) şeklinde ilan etmiştir. 11 Mart 2020'de 113 ülkede görüldüğü için pandemi olarak tanımlanmıştır (Mahase, 2020:1). Salgın ile mücadele kapsamında aşı geliştirme çalışmalarına başlanmıştır. Salgından bireysel korunma kapsamında; WHO, temastan kaçınarak alkol bazlı el ovma veya sabunlu su ile ellerin sık sık yıkanmasını ve yüz maskesinin kullanılması önermiştir (Kampf vd., 2020:247). Ayrıca, kişi ya da sosyal grup olarak belirli bir mesafede görüşülmesi ve sosyal mesafenin 1,5 metre olması gerektiği önerilmiştir (Van Doremalen, 2020:1565). Topluluk düzeyinde; enfeksiyonun yayılmasını azaltmak için izolasyon süreci ve pozitif vakalara yönelik karantina uygulamasının gerçekleştirilmiştir. Okul, kütüphane, ibadethane, alışveriş merkezi ve sinema gibi sosyal toplanma alanlarının açılmaması ve tüm sosyal etkinliklerin (kutlama, spor, toplantı vb.) kısıtlanması ya da ötelenmesi önerilmiştir. Toplu ulaşımın gerçekleştirildiği alanlarda, hastanelerde, bankalarda ve adliyelerde ateş taraması yapılmaya başlanmıştır. Toplu ulaşımın yasaklanması, ülkeye girişlerin ve çıkışların kapatılması, sokağa çıkma yasağı ve tecrit gibi koruyucu önlemler de alınmıştır (Quilty vd., 2020). Sağlık personeli, semptom gösterene kadar çalışmaya teşvik edilmiştir (Paterlini, 2020:621).

Covid-19 pandemisi sosyal yapılar üzerinde psikolojik problemlere neden olmuştur. Wang vd. (2020b:2), çocukların Covid-19 salgınına yakalanma korkusu, kaygı ve hayal kırıklığı, sosyal etkileşim eksikliğinden kaynaklanan sıkıntılar gibi pek çok psikolojik problemle yüz yüze kalabileceğini belirtmiştir. Eğitim süreci olumsuz etkilenen ve sosyal ilişkileri bozulan gençlerde yalnızlık ve depresyon artmıştır. Teknolojinin gelişmesi nedeniyle gençler, öteki yaş gruplarında olduğu gibi internet/sosyal medya tarafından tüm dünyada Covid-19 pandemisinin sebep olduğu olumsuz akışlara maruz kalabilmektedir. Yaşlılarda ise depresyon, kaygı, sıkıntı gibi psikolojik sorunlar gözlenmiştir (Kong vd., 2020; Wang vd., 2020a). Ayrıca yaşlıların Covid-19 nedeniyle ölüm riskinin yüksek olması onları psikolojik olarak daha savunmasız hale getirmektedir (Yang vd., 2020).

Bankalar, genel olarak finansal aracılık faaliyetlerini yürütmektedirler. Ayrıca ekonomik sistemdeki atıl fonları kolaylaştırarak, uygun bir sermaye birimi oluşturarak verimliliğin artmasını, ekonomik sistemin gelişmesini ve buna bağlı olarak refah seviyesinin yükselmesini sağlamaktadırlar. Ayrıca mevduat oluşturma işlevi ile piyasadaki para miktarını etkileyerek fiyat sistemini etkileyebilmekte ve çek, senet gibi kolay dönüştürülebilir ödeme araçları vasıtasıyla borç veya

yükümlülük ihraç edebilmektedirler (Yüksel vd., 2004:3-4). Bankalar, müşteri değeri ve kredi politikalarını belirleyerek ekonomik yapı içinde faaliyet gösterdikleri için finansal piyasanın vazgeçilmez bileşenleridir. Bu itibarla bankalar yapı itibarıyla özel ve özerk olmalarına rağmen üstlendikleri nitelikleri, onları yarı kamusal bir konumda tutmaktadır. Banka, ticari veya ticari olmayan her türlü kuruluşun ve devletin değeri para ile ölçülebilen her türlü işlemlerini (sermaye, nakit, kredi) gerçekleştiren ve bu yükümlülüklerini yerine getiren kuruluşlara, gerçek ve tüzel kişilere verilen addır (Takan ve Boyacıoğlu, 2001:2). Bankalar, özel ve kamu kişi ve işletmelerin para, kredi ve sermayeyle alakalı pek çok işlemleri yürüten ve düzenleyen ekonomik birimlerdir (Gündoğdu, 2016:31). Bankalar, gerçek ya da tüzel kişilerin belli bir süre içinde harcamadıkları finansal tutarları kredi ve yatırım yoluyla değerlendiren kurumlardır (Yılmaz, 2013:16). Yurt dışından mevduat toplayan, bunları farklı kredi işlemlerinde en verimli şekilde kullanan ve düzenli kredi sağlama gibi faaliyetleri yürüten ekonomik birimdir (Kaya, 2013:3). Uzunoğlu'na (2011:39) göre banka “para ve parayla ilgili her şeyi alıp satarak farklı finansal hizmetler sunan bir kurum” şeklinde ifade edilmektedir. Başka bir tanıma göre; bankalar, “ekonomiye banknot gibi ödeme araçları sağlayan ve para biriktiren, nakdi sermaye ve sermayeyi temsil eden menkul kıymetler ticaretini mutlak bir meslek olarak icra eden ve özellikle diğer mali hizmetleri ve nakit kullanılmadan yapılan ödeme işlemlerini gerçekleştiren özel veya kamu teşebbüsleri”ni ifade eder (Yüksel vd., 2002:1). Bankacılık, finansallaşmanın artması ve küresel piyasalara adaptasyon ile genişlemiş ve farklı faaliyetleri kapsamıştır (Gündoğdu, 2016:27). Özetle bankalar, iktisadi birimlere ödeme faaliyetlerinde bulunmakta ve iktisadi ilişkiler düzeneğinin mevcut ve geleceğe yönelik performansı üstünde büyük etkiye sahiptir. Dolayısıyla bankacılık sektöründe meydana gelebilecek bir verimsizlik ulusal ve uluslararası seviyede istikrarı önemli derecede etkileyecektir. Bankalar sadece ekonomik faaliyetleri değil aynı zamanda toplumun sosyal hayatını da etkilemektedir (Doğan, 2013:4). Bu sebeple, bankacılık alanında meydana gelebilecek verimli olmayan bir eğilim, ulusal ve uluslararası seviyede finansal istikrarı büyük oranda etkileyecektir. Sürdürülebilir ekonomik gelişmenin temel şartlarından biri, sağlıklı ve güçlü bir bankacılık sistemidir. Bankacılıkla uğraşan kurumların en önemli faaliyetleri tasarruf sahipleri ile yatırımcıları, diğer bir deyişle finansörler ile girişimcileri bir araya getirmektir. Türkiye’de faaliyet gösteren bankaların çoğunluğu ticari bankalardır. Bu kurumlarda söz konusu olan sadece bankanın ve müşterilerinin arz ve talebi değil, aynı zamanda aktif ve pasif değerlerin transferi veya yüklenmesidir (Berk, 2001:24). Vadesiz mevduat yani çek hesabı açabilen tek finans kurumu ticari bankalardır. Ticari bankalar, elde ettikleri mevduatları kurumların kredi ihtiyaçlarını karşılamak için kullanmakta, sağladıkları mevduat ile ülke ekonomisinin en değerli varlıkları haline gelmekte ve ülkenin ekonomik hayatının gelişmesine büyük katkı sağlamaktadır (Takan ve Boyacıoğlu, 2011:44). Ülkedeki finansal sistem içinde etkin bir para politikasına sahip olmak için modern ve gelişmiş bir bankacılık sistemi gerekmektedir. Gelişmiş bir bankacılık sistemi olursa, ülkenin finansal lokomotifleri olan merkez bankası, ekonomik sistemde para politikası vasıtalarını daha etkili icra edebilecektir. Bu durumu yerine getiren kuruluş ise sistemde faaliyet gösteren ticari bankalardır (Güney, 2012:33). Ticari bankalar, kredi kartı kullanımını özendirerek vatandaşlara ihtiyaç kredisi verebilirler (Takan ve Boyacıoğlu, 2011:45). Bankaların temel amacı, nakit veya nakit benzeri mevduatı toplamak, nakdi veya gayri nakdi kredi kullandırmak ve ayrıca müşteriler için diğer finansal işlemleri yapmaktır. Ancak, bankalar rekabet alanları için mevduatları toplamak amacıyla zararına da işlemler yapabilirler (Erdem, 2010:53). Dolayısıyla bankalar üstünlük sağlamak için rekabet ortamında farklı girişimlerde bulunabilirler. Bankalar kendi adlarına yaptıkları işlemlerle doğrudan gelir elde etmeyi amaçlamaktadırlar. Faaliyet alanlarına göre bankalar, Merkez bankası, mevduat bankaları, yatırım bankaları, kalkınma bankaları, katılım bankaları ve Off-shore (kıyı) bankaları şeklinde sınıflandırılır.

Dijital ekonomi söz konusu olduğunda ilk çağrışım internet ticareti, e-ticaret, e-bankacılık ve günlük olarak sunulan diğer hizmetlerin ekonomisidir (Noreen vd., 2023). Dijital teknolojilerin gelişmesi finansal hizmetler alanında rekabetin artmasına neden olmuştur (Donnelly, 2016: 827-839).

Bankacılığın dijitalleşme süreci, kaçınılmaz olarak yeni bankacılık hizmetlerinin genişletilmesi için yeni unsurlar ve olanaklar ve buna paralel olarak, bankanın karlılığı başta olmak üzere işin temel performanslarını artırmak için yeni fırsatlar getirmektedir. Temel bir dönüşüm ancak tüm kaynaklar yeni stratejileri uygulamak için kullanılırsa gerçekleşecektir (Akın, 2020). Geleceğin bankaları kesinlikle verimli, modern ve teknolojik donanımlı banka şubeleri olacak, uzun kuyruklar olmayacaktır. Dijital dönüşüm sürecinde bankaların temel hedefleri, hizmetleri yeni iş operasyon biçimlerine uyarlamak ve etik bankacılık ilkelerini uygulamaktır (Körpe, 2021). Covid-19 salgını, bankacılık sisteminde başta çalışma şekli olmak üzere birçok şeyi değiştirmiştir. Çalışma şekillerinde uygulanan değişiklikler, bankacılık sisteminin gelecekteki görünümünü etkileyecektir. Ayrıca internet ve bankacılık uygulamaları, yeni ödeme yöntemlerinin geliştirilmesine önemli katkı sağlamıştır. Teknolojik yenilik ve dijitalleşme, müşterilerin bankacılık hizmetlerine kolay erişimini sağlamakta ve ihtiyaca dayalı satış yaklaşımı müşteriler tarafından beğenilmektedir. Pandemi bankaların dijital dönüşüme odaklanması ve geleneksel bankacılık hizmetlerine geçmesi gerekmektedir. Ancak tüketicilerin çoğu henüz bu dijital hizmetleri kullanmaya istekli değildir. Dijitalleşmeye geçmek için müşterilerin kullanıcı dostu bir arayüze ve güvenliğe ihtiyacı vardır (Filotto ve Caratelli, 2020:3). Mobil bankacılık uygulamalarını kullanma konusunda; erişim kolaylığı, rahatlık (Jebarajakirthy ve Shankar, 2020) ve tüketici faydaları önemlidir. Mobil bankacılığa erişim, güvenli bir BT sistemi sağlama ve tüketicilerin güvensizlik duygusunu artıracak başarısız işlemlerden veya sistem hatalarından kaçınma ihtiyacıyla birlikte bankalar için bir önceliktir. Bankacılık personeli iyi bir eğitime sahip olmalarına rağmen, siber saldırıları önleyecek ileri teknolojilerin bulunmaması ve mevzuata uyum seviyesinin düşük olması, siber güvenlik kapasitesini azaltan faktörlerdir (Wang, 2020b:7). Aynı zamanda bankalar, kullanımının kolay olduğu konusunda farkındalık yaratarak müşteriler arasında internet bankacılığını daha iyi tanıtabilirler. İnternet bankacılığını kullanmanın güvenli olduğu ve hesap detaylarının gizli kalacağı konusunda eğitim verebilirler (George, 2018). Özellikle alana aşina olmayanlar için internet bankacılığı konusunda daha aktif rehberlik ve eğitim sağlanmalıdır. Bankacılık sisteminin dönüşümü bir anda olmayacaktır. Yeni dijital süreçler bankacılık süreçlerini zamanla değiştirmektedir (Khanboubi vd., 2019:79).

2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Nitel araştırmalar, gözlem, görüşme ve doküman analizi vasıtasıyla nitel veri oluşturma yöntemlerini kullanarak, olayların meydana geldiği doğal ortamda sonuçların gerçekçi ve bütüncül biçimde ortaya konulmasını benimser (Yıldırım ve Şimşek, 2018:62). Bu çalışmada nitel araştırma deseninden biri olan olgubilim (fenomenoloji) kullanılmıştır. Olgubilim, günlük yaşamda farkında olunan fakat tam olarak kavranılamayan olguların detaylı araştırılmasına ve anlaşılmasına yardımcı olan bir araştırma modelidir (Yıldırım ve Şimşek, 2018). Olgubiliminin banka yöneticilerinin Covid-19 salgını sürecinde organizasyonel ve yönetsel uygulamalar hakkındaki deneyimlerini analiz etmede etkili bir araştırma modeli olduğu ifade edilebilir (Christensen vd., 2015:34). Çalışmanın araştırma soruları şunlardır: S1: Pandemi sürecinde bankacılık sektörü yönetsel anlamda negatif bir şekilde etkilenmiş midir? S2: Pandemi döneminde yaşanan değişiklikler, bankalarda çalışanların ve yöneticilerin çalışma süreçlerini etkilemiş midir? S3: Evden çalışma süreci sonunda yeniden ofiste çalışmaya geçiş döneminde bankacılık yönetim süreçlerine etkisi olmuş mudur? S4: Pandemi döneminde bankalar tarafından alınan önlemlerin ve uygulanan politikaların, gelecek dönemlerde çalışanlar ve müşteriler üzerinde etkileri olacak mıdır?

Araştırmanın evreni, Türkiye istatistikî bölge birimleri sınıflandırmasına göre Kuzey Anadolu Bölge (TRA) illeri olan Erzurum, Erzincan, Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan ve Bayburt illerinde faaliyet gösteren bir bankanın 13 şube müdürü, 5 birim yöneticisi, 2 bireysel bölge yöneticisi, 2 ticari bölge yöneticisi olmak üzere toplam 22 yöneticiden oluşmaktadır. Olabildiğince çok yöneticiye ulaşılarak

Covid 19 dönemindeki uygulamalar hakkında bilgi edinmek istenmiştir, ancak 17 yönetici ile mülakat yapılabilmektedir. Bu çalışmada yönetici sınıfına yönelik sorular hazırlandığı için, amaçlı örnekleme yöntemlerinden zincir örnekleme tekniği kullanılmıştır. Böylece konu hakkında en fazla bilgiye sahip olan kişiler çalışma grubuna dahil edilmiştir. Araştırmaya katılım sağlayan yöneticiler, K1'den K17'ye kadar kodlanmış ve analiz bu sıralamaya göre gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın görüşme formu, yarı yapılandırılmış sorulardan oluşmaktadır. Form oluşturulurken literatür taranmış ve uzman görüşlerine başvurulmuştur. Aydın Göktepe (2020), Gültekin (2021), Yakın (2021) ve Başar'ın (2021) çalışmalarından yararlanılarak form oluşturulmuştur. Çoklu ve yönlendirici sorulardan kaçınılmıştır. Sosyo-demografik özellikleri belirlemeye yönelik sorularda sorulmuştur. Görüşme tekniği ile pandeminin banka yönetim ve organizasyonuna etkileri konusunda aşağıda yer alan dokuz adet soru yöneltilmiştir:

1) Pandeminin en yoğun geçtiği dönemde uygulanan evden çalışma modeli ve/veya bu yoğun sürecin tamamı, bankanızdaki yönetim süreçlerini nasıl etkiledi? Bir yönetici olarak bu süreçten nasıl etkilendiniz?

2) Evden çalışma süreci sonunda yeniden ofiste çalışmaya geçiş döneminde yönetim süreçleri nasıl değişiklikler geçirdi?

3) Pandeminin yoğun geçtiği dönemin, yönetim konularına etkisi nasıl oldu?

4) Yönetim süreçleri bu dönemden nasıl sonuçlar çıkardı ve nasıl değişiklikler yaptı?

5) Tüm bu değişikliklerin (pandemi döneminde yaşanan değişiklikler), bankanızın ileriki dönemlerine etkisini değerlendirir misiniz?

6) Sizce pandemi döneminde yaşanan değişiklikler, birlikte yönetimde nasıl modeller ortaya çıkıyor ve/veya çıkacak? Ya da nasıl modeller ortaya çıkmalı?

7) Bu süreçte yönetici olarak farklı olmasını istediğiniz hususlar oldu mu?

8) Pandemi size neleri öğretti, sizde ne gibi değişiklikler yaptı?

9) Farklı yapardım dediğiniz hususlar var mı? Varsa nelerdir? Açıklar mısınız?

Nitel çalışmalarda geçerlik ve güvenirlik genellemeneden çok, araştırmanın derinleştirilmesiyle, araştırma ortamının ve bu ortamı etkileyen faktörlerin sunulmasıyla anlam kazanmaktadır. Dolayısıyla nitel bir araştırmanın geçerlik ve güvenirlik yönünden eksiklerinin olup olmaması, her araştırma için farklı yorumlara, veri kaynaklarına, uzman görüşlerine ve araştırmanın kendi içerisinde tutarlı olmasına bağlıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2018). Varsayımların olabilirliğini ve araştırmanın gerçekliğini ne kadar yansıttığı önem kazanmaktadır. Bu ise sonuçta araştırmanın ne kadar şeffaf olduğuyla ilgilidir. Literatürde (Büyüköztürk vd., 2014; Yıldırım ve Şimşek, 2018; Yıldırım, 2004), araştırma sonuçları ile gerçeğin doğru temsili diye ifade edilen inandırıcılık ve sonuçların uygulanması diye ifade edilen aktarılabilirlik kavramlarının önemini vurgulamaktadır. Bu iki kavram geçerliğin sağlanmasında kullanılmaktadır. Ayrıca araştırmanın güvenirliğinin sağlanması adına nesnel ve yansız olma şeklinde dile getirilen teyit edilebilirlik ve tutarlılık ölçütleri önemlidir. Çalışmanın inandırıcılığı için yapılan görüşmeler iki oturumda gerçekleştirilmiştir. İlk oturumda elde edilen veriler, ikinci oturumda katılımcılara aktarılmış ve belirtmiş oldukları ifadeler için teyit alınmıştır. Çalışmanın aktarılabilirliğinin sağlanması için araştırma tekniği detaylı bir şekilde açıklanmıştır. Görüşmelerde katılımcıların rızasıyla ses kayıtları alınmış, daha sonra araştırmacı tarafından yapılan çözümleme ile katılımcıların görüşleri yorum katılmaksızın metne dönüştürülmüştür. Elde edilen veriler, belirtilme sıklığı şeklinde aktarılmış ve frekans analizleri şeklinde yorumlanmıştır. Teyit edilebilirliğin sağlanması adına, görüşmeler neticesinde elde edilen ham veriler ve elde edilen bulgular, birbirleriyle sürekli karşılaştırılıp, anlam kaymasının önüne geçilmiştir. Ayrıca teyit edilebilirliğin sağlanması adına ham veriler saklanmıştır. Betimsel analizde amaç, elde edilen bulguları organize ve yorumlanmış bir şekilde okuyucuya sunmaktır. Bu nedenle, çalışmada veriler analiz edilirken, betimsel analiz tekniğinden yararlanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2018). Araştırma sorularına yönelik başlıklar oluşturulmuş ve elde

edilen veriler bu sınıflandırmaya göre ayrıştırılmıştır. Tarafsızlık ilkesi gereğince, katılımcıların görüşleri doğrudan alıntı formatında paylaşılmıştır.

3. BULGULAR

Bulgular, araştırmaya katılan bankacılık sektörü çalışanlarına ait tanımlayıcı istatistikler ve yönetim süreçlerine yönelik bulgular olmak üzere iki başlıkta sunulmuştur.

3.1. TANIMLAYICI İSTATİSTİKLER

Tablo 1’de araştırmaya katılan bankacılık sektörü çalışanlarına ait demografik bilgilere yer verilmiştir.

Tablo 1. Demografik Özelliklere Ait Tanımlayıcı İstatistikler

Kod	Cinsiyet	Yaş	Medeni Durum	Unvan	Görev Süresi
K1	Erkek	54	Evli	Müdür	28
K2	Erkek	37	Evli	Bölge Ticari Portföy Yöneticisi	10
K3	Erkek	41	Evli	Bölge Koordinatörü	15
K4	Erkek	48	Evli	Müdür	23
K5	Erkek	40	Bekar	Bölge Bireysel Satış Yöneticisi	10
K6	Kadın	42	Evli	Bölge Bireysel Satış Yöneticisi	11
K7	Erkek	45	Evli	Müdür	27
K8	Erkek	47	Evli	Müdür	18
K9	Erkek	36	Evli	Müdür	12
K10	Erkek	47	Evli	Müdür Yardımcısı	17
K11	Erkek	41	Evli	Müdür	17
K12	Erkek	36	Evli	Müdür	12
K13	Erkek	37	Bekar	Bölge Ticari Portföy Yöneticisi	11
K14	Erkek	42	Evli	Bölge Koordinatörü	14
K15	Erkek	38	Evli	Müdür Yardımcısı	12
K16	Erkek	44	Evli	Müdür	27
K17	Kadın	49	Bekar	Müdür	24

Tablo 1’den görüldüğü gibi, araştırmaya katılan banka çalışanlarının çoğunlukla evli (%82) ve erkek (%88) olduğu görülmektedir. Görev süresi en düşük katılımcının 10 yıllık mesleki tecrübesi olduğu düşünüldüğünde, katılımcıların bankacılık alanında yetkin kişiler olduğu söylenebilir. En fazla tecrübeye sahip olan katılımcının görev süresi 28 yıldır. Katılımcılar 36-54 yaş aralığındadır. 17 katılımcının 9’u müdür, 2’si müdür yardımcısı, 2’si bölge koordinatörü, 2’si bölge ticari portföy yöneticisi ve 2’si bölge bireysel satış yöneticisi olarak çalışmaktadır.

3.2. YÖNETİM SÜREÇLERİNE YÖNELİK BULGULAR

Görüşme formu kullanılarak banka yöneticilerinin pandemi döneminde ve sonrasında bankacılık yönetim süreçlerine yönelik deneyimleri ve görüşleri öğrenilmeye çalışılmıştır. Ulaşılan sonuçlar, araştırma soruları doğrultusunda sınıflandırılmış ve beş başlık altında sunulmuştur. Bu başlıklar; pandemi döneminde bankacılık yönetim süreçleri, pandemi sonrası geçiş döneminde bankacılık yönetim süreçleri, pandemi döneminde yönetim süreçlerine yönelik kazanımları, pandemi döneminde yönetim süreçlerine yönelik yönetici beklentileri ve pandeminin yönetim süreçlerine yönelik gelecekteki olası etkileridir. Elde edilen bulgular detaylı bir şekilde sunulmuştur.

3.2.1. Pandemi Döneminde Bankacılık Yönetim Süreçleri

Bankalar, pandemi döneminde evden çalışmayı gerçekleştirmiştir. Bu uygulamanın yönetim süreçleri üzerinde etkisinin olması muhtemeldir. Ulaşılan bulgular, farklı sonuçlara işaret etmektedir. Katılımcılara yöneltilen “*Pandeminin en yoğun geçtiği dönemde uygulanan evden çalışma modeli ve/veya bu yoğun sürecin tamamı, bankanızdaki yönetim süreçlerini nasıl etkiledi? Bir yönetici olarak bu süreçten nasıl etkilendiniz?*” sorularına ve yine sınıflandırma ile ilişkili olan “*Tüm bu değişikliklerin, bankanızdaki ileri dönemlere etkisini değerlendirir misiniz? Sizce yönetimde nasıl modeller ortaya çıkıyor ve/veya çıkacak?*” sorularına katılımcıların verdikleri cevaplar aşağıda sunulmuştur.

“...şubeler; pandemi kredileri, destek ödemeleri, maaş ödemeleri gibi işlemler için asgari personel ile dönüşümlü evden çalışma sisteminde asimetrik iş akışı sürecine uzaktan adapte olmaya çalışmakta zorlanmıştı... Hizmeti aksamadan devam ettirirken aynı zamanda hastalıkla savaşmaya katılmak için gerekli teknik alt yapı ve sağlık konusundaki özen ve dikkat edilmesi gereken hususlar yönetim konularının ana teması haline gelmişti.” (K1)

“Evden çalışma dönemlerinde personelle yüz yüze görüşmelerimiz olmadığı için belli konularda tam bir iletişim sağlanamamıştır. İletişimin kalitesi yüz yüze olunca daha verimli hale gelmektedir. Müşteri görüşmeleri de evden telefon harici yapılamayacağı için müşteri iletişim durumumuz çok sağlıklı olmamıştır.” (K2)

“...saha toplantılarımız, şube ve firma ziyaretlerimiz sürecin etkisi ile durma noktasına geldi... Bankacılık hedef ve çalışmayla ilerlediği için hedeflerin ve çalışma imkânlarımızın zorlaştırıldığı bir zamanda yönetsel çalışmak çok mümkün olmamıştır.” (K3)

“...başta toplantılar olmak üzere, eğitimler yerini video konferanslara bıraktı. Bu süreçte yönetici olarak daha çok yorulduk. Çünkü evden çalışma personel adına iyiydi ama onların dikkatinin dağılması adına yöneticilere çok büyük iş düşmektedir.” (K17)

Pandemi döneminde dijital bankacılık uygulamalarının kullanımı önceki dönemlere göre yaklaşık %20 oranında artış göstermiştir. Ayrıca dijital bankacılık hizmetlerini kullanan müşteri sayısında %10 düzeyinde artış yaşanmıştır (Beybur ve Çetinkaya, 2020). Fakat katılımcılar, pandemi döneminde evden çalışmayla müşteriler ile yüz yüze görüşmenin vermiş olduğu iletişim becerisini yakalayamadıklarını, yüz yüze görüşmelerde iletişim kalitesinin daha iyi olduğunu belirtmiştir. Pandemi döneminde yoğun olarak kullanılan dijital bankacılık ile her ne kadar bankacılık işlemleri mobil ve internet üzerinden gerçekleştirilmiş olsa da, bazı müşterilerin buna alışamadığı görülmektedir. Katılımcılar genelde iletişim konusunda problemler yaşadığını ifade etmektedir. Uzaktan bağlantı yolu ile yapılabilecek işlemlerin gerçekleştirildiği, kredi, ATM-kasa ve gişe işlemlerinde ise yüz yüze görüşmek isteyen müşteriler olduğu için sıkıntıların yaşandığı belirtilmiştir. Oysa pandemi döneminde dijital bankacılık ile yapılan havale ve EFT’lerde herhangi bir kesinti olmaması, kredi başvurularının internet üzerinden gerçekleştirilmesi ve belirli bir tutarın altındaki limitler için şifre vb. kullanılmaması gibi düzenlemelere rağmen (Akça ve Tepe Küçükoğlu, 2020), gişe işlemlerinde problemlerin yaşandığı dile getirilmiştir.

“Bireysel olarak direk müşteri odaklı çalışılan şubelerimizde müşterileri işlemleri ve portföy yöneticilerimiz açısında müşteri kendi işini devamlı yapan arkadaşları görmek istemeleri açısından sıkıntı yaşadık.” (K4)

“Bu yeni çalışma koşullarında biz yöneticilere daha fazla görev düştü. Yönetici olarak bu süreçte çok yıprandık. Hem banka işlerimizi yönettik hem de personelimizi salgından korumak için elimizden geleni yaptık.” (K7)

“...özellikle kasa-gişe-ATM operasyonları fiziken çalışılması, müdahale edilmesi gereken işler olduğu için evden çalışmayla verim alınması mümkün olmamıştır. Genel anlamda şube hizmetlerinin normal şartlarda evden çalışma yöntemiyle sürdürülmesinin mümkün olmadığı kanaatindeyim.” (K8)

“Yönetici olarak bu süreçten olumsuz etkilendik. Pandemi dönemi vatandaşa yapılan devlet yardımları ve uygun krediler nedeniyle bankacılar devamlı çalışan, çalışmaya ara vermeyen sektörlerden oldu. Hiçbir durumda finans sektörü duramayacağı için bankacılar devamlı çalıştı.” (K9)

“...satış ve pazarlama birimlerinde bölge insanımızın ikili ilişkilere daha önem atfetmesi nedeniyle satış ve pazarlama açısından olumsuz olduğu kanaatindeyim.” (K16)

“...mesleğimiz gereği müşterilerle yüz yüze iletişim halinde olmamız gerekir. Bu süreçte müşterilerimiz ihmal edilmiş hissine kapılmasın diye çok efor sarf edildi. İş akış süreçlerinin normal akışında devam etmesi için büyük bir çaba harcandı.” (K17)

İletişim problemine ilaveten, katılımcılar, personelde motivasyon kayıplarının yaşandığını, takım çalışmasından faydalanılamadığını, koordinasyon eksikliği yaşandığını, denetim aksaklıklarının olduğunu ve odaklanma problemleri yaşadıklarını belirtmişlerdir.

“Pandemi zamanında uygulanan evden çalışma modeli, yönetim sürecinde çalışanların işe odaklanmalarında ve işe olan motivasyonunda düşüş gözlemlenmiş” (K10)

“Pandeminin yoğun geçtiği dönemde bire bir sahada satış gerçekleşmediği için pazarlama faaliyetlerinin aksaması çapraz ürün satışlarını aksatmıştır... Bankacılık sektörü için yönetim konuları etkisi pandemi sürecinde uygulanan önlemlerin ve kısıtlamaların yarattığı ekonomik belirsizlikler, işletmeler hakkında yöneticilere veya finansal tablo kullanıcılarına bilgi veren finansal raporlar üzerinde çeşitli etkilere neden olmuştur.” (K13)

“...disiplinden taviz olasılığı, yüz yüze iletişim imkanı olmaması, takım çalışmasından faydalanılamaması gibi olumsuz durumlar oluşmuştur.” (K14)

“Daha önce bu derecede bir risk yaşanmadığı için pandemi altyapı ve koordinasyon eksikliğine neden oldu. Bununla birlikte hızlı ve aktif bir iletişim sistemi kurulamadı. Sonuçta denetim eksikliği ve suistimaller ortaya çıktı. Bu durum işlerin aksamasına ve yavaşlamasına neden oldu. Çalışanların bu tür çalışma modeline alışık olmaması ve evden çalışmayı dolaylı bir izin fırsatı olarak görmesi performans düşüklüğüne yol açtı.” (K15)

“...personelin motive edilmesi ve odaklanması için büyük çaba harcandı...” (K17)

Sıkıntılara rağmen, pandemi döneminde bankacılık yönetim süreçlerinde olumlu gelişmelerin de olduğundan bahsedilmiştir. Özellikle esnek çalışma saatlerinin olduğu, teknolojik vasıtalar aracılığıyla toplantıların gerçekleştirilebildiği ve fiziki mekana ihtiyaç duyulmayan bankacılık işlemlerin gerçekleştirilebildiği belirtilmiştir. Dijitalleşme ile toplantıların daha verimli geçtiği ifade edilmiştir.

“Birimlerin iletişim koordinasyonu sağlandığı sürece iş akışının aksamadan devam edeceği ön görülebilmekteydi. İç hizmet sağlayıcılık kavramının toplumun şubeler kadar içinde olmadığı için, gerek yönetici gerek personel için mekan kavramı dışında her şey olağan akışında devam etmekteydi...” (K1)

“Çalıştığımız alandan saha ile kurduğumuz iletişimde telefon, e-posta, kullandığımız portal ve Skype sayesinde aksaklık yaşamadık.” (K3)

“Teknolojinin daha verimli kullanılması açısından yönetim organizasyonu şekillendi. Birimler arasında teknolojiye dayalı güçlü bağlantılar oluşturuldu.” (K5)

“Yönetim konusuna etkisi, uzaktan çalışan personel tarafında gelişti. Evden çalışan bir personeli biz yöneticiler nasıl kontrol edebileceğimizi öğrendik.” (K7)

“Bankamızın geliştirdiği ve/veya hızlıca kullanıma sunduğu, ADK (ATM- Mobil-İnternet-Telefon Bankacılığı Uygulamaları) ile fiziki müşteri sayısı azalmıştır. Tüm bunlara bağlı olarak personelin bir kısmının evden çalışması hizmet süreçlerini etkilememiştir.” (K8)

“...İlerleyen dönemlerde başka bir pandemi ile karşılaşırsak nasıl hareket edebileceğimizi ve acil durum eylem planı çıkarmayı öğrendik.” (K9)

“...yarattığı çalışma ortamındaki esneklik ve sıklıkla yapılan online toplantılarla olumsuz durumu verimli bir duruma dönüştürmeye çalıştık.” (K10)

“Evden çalışma modeliyle dijitalleşme arttı. Daha önce yüz yüze yapılan birçok toplantı pandemiyle birlikte video-konferans olarak yapılmaya başlandı. Dijitalleşme yapılan çalışmaların daha hızlı ve anında takip edilebilirliğini arttırarak, yönetimin personel üzerinde takibini daha kolaylaştırdı. İş süreç yönetimi daha işlevsel ve hızlı hale getirildi.” (K12)

“Esnek mesai saati, konfor alanında çalışma imkanı, özel hayata zaman ayırabilme, yolda kaybedilen zamanı geri kazanma gibi avantajları (vardır) ... panik havasında çalışma ortamları oluşmuş ve bu gibi durumlarda alternatif yöntemler ve kriz yönetme gibi yetenekler gelişmiştir.” (K14)

“...evden çalışma personel için iyiydi...” (K17)

3.2.2. Pandemi Sonrası Geçiş Döneminde Bankacılık Yönetim Süreçleri

Pandemi döneminde iş süreçlerinde değişiklikler yaşayan bankacılık sektörü çalışanları, uzun bir süre bu yeni alışılmadık dönemde çalışmıştır. Daha sonra kapanma ve karantinaların kaldırılması ile eski çalışma düzenine geçmiştir. Geçiş süreci, yönetici ve çalışanları ve bankacılık yönetim süreçlerini etkilemiştir. Bu konuda katılımcıların vermiş oldukları yanıtlar aşağıda sunulmuştur.

“Evden çalışma süreci sonrasında ofise yeniden kavuşma hissinin vermiş olduğu mutluluk herkesin gözlerinden okunmaktaydı, yönetim süreçleri eski erişimlerine kavuşmuş, elektronik ortamda toplantılar düzenlenerek tüm yönetim organlarına süreçler hakkında fikirler, öneriler sunulmuş ve yorumlamalar sonucu kolaylaştırıcı kararlar alınmıştır. Bunlar yönetimin asgari personelle azami verimi nasıl sağlayacağı konusundaki sorulara cevap niteliğinde; Geçici Rol değişiklikleri, uzaktan erişimle yönetim tarafının vermesi gereken onayların telefon uygulamalarına entegre edilmesi, iş akışının hızlanması ve onay mercilerinin minimize edilmesi gibi değişiklikleri hayata geçir(il)di.” (K1)

“Evden çalışma süreci, yöneticiler tarafından net olarak takip edilemediğinden, talep edilen iş ve işlemlerin (sistem-erişim sorunlarını da göz önüne alarak) sağlıklı yürütülmesinde sorunlar yaşandığı gözlemlenmiştir. Yönetim sürecinde bölünme ve süreçleri takip edememe sorunları ortaya çıkmıştır. Tekrar ofise dönüşte söz konusu sorunların kendiliğinden çözüldüğü gözlenmiştir. Salgın nedeniyle tedirgin olan personelin evden çalışması, kendisini bir çalışma ve mesai ortamında hissettirmedığı tespit edilmiştir.” (K8)

“Pandemi döneminin bitip ofislerdeki çalışma hayatına dönülmesi ile sosyal hayatının gelişimi, insanların birbirleriyle olan iletişimin artması sebebiyle günün stresini azaltmaya yardımcı oldu. Karar alma, kararın uygulanması ve kararların sonuçlanmasındaki zaman süresi azalmıştır.” (K10)

“İnsanların salgından hastalık kapma korkusu nedeniyle daha temkinli bir iş yürütme süreci oluşmuştur. İş hayatını evde devam etme rahatlığı, yerini yeniden iş disiplinine bırakmıştır.” (K14)

“Bu süreçte özellikle sınıf içi eğitimlerin online olarak verilmesi, eğitim sıklığını ve maliyetleri düşürdüğünü...” (K16)

Pandemi dönemi sonrasında tekrar ofislere dönen personel, çalışma süreçlerine yönelik değişikliklerin meydana geldiğini belirtmiştir. Yönetim açısından tekrar ofise geçişle karar alma sürecinin ve iş akışların hızlandığı, pandemiye yaşanan iş süreçlerinin takibi konusundaki problemlerin çözüldüğü ve iş disiplininin tekrar hâkim olduğu bir yönetim süreci oluşmuştur.

Bununla birlikte pandemi döneminde müşteri ziyaretlerinin yapılamadığı ve uzaktan görüşmeler ile sürdürülen iş süreçlerinin, yeniden eski çalışma ortamına dönmekle hayata geçirildiği belirtilmiştir. Özellikle pazarlama alanında yoğun çalışmaların gözlemlendiği belirtilebilir.

“Öncelikle çalışan arkadaşlarımız çalışma alanlarının daha verimli ve sağlıklı, mesafeli çalışmalara dikkat etmeye ve müşterilerimizin ihtiyaçlarının belirlemek için uzun süredir gidemediğimiz firmalarla görüşme talepleri karşılanarak çalışmaya başlanmıştır.” (K4)

“Evden çalışma modeli bankacılık uygulamalarında geçici bir model olup süreklilik arz etmemelidir. Ofiste çalışmaya geçilmekle sahada satış ve pazarlama faaliyetleri canlanmıştır.” (K6)

“Pazarlama faaliyetleri daha aktif hale getirildi.” (K13)

Pandemiden sonra yeniden ofise geçiş için, personelin hazırlanması gerektiğini dile getiren yöneticiler, ilk haftalarda konu ile ilgili eğitimler ve görüşmeler yaptıklarını belirtmişlerdir.

“Personelin daha hızlı adapte olabilmesi için gerekli görüşmeler gerçekleştirildi.” (K5)

“Kademeli geçişler yapıldı, ofis ortamında çalışma koşulları yeniden düzenlendi.” (K17)

Uzaktan çalışma sistemi ile birlikte bankacılık yönetim süreçlerinde yapılan değişiklikler sonucunda oluşan bazı avantajlarının ilerleyen süreçlerde uygulamaya geçirileceği ifade edilmiştir.

“...Operasyon personelimiz evden şubeye geri dönmesinde herhangi bir sıkıntı olmadı. Fakat bankacılık sisteminde bazı işlerin evden yürütülebileceğini anladık. Bence gelecekte bankacılık sisteminde evden çalışma modeli ile birçok değişikliği göreceğiz.” (K7)

“...Dijitalleşme ile ofis dışında daha rahat çalışılabileceği sonucu ortaya çıktı. Ofis dışında çalışma alanları oluşturuldu. Personel toplantıları yüz yüze yapılmak yerine konferanslar yoluyla yapılmaya başlandı...sistem güvenliği daha ön plana çıktı.” (K17)

Tüm bunlara karşın, pandemi sonrasında ofise geçişle herhangi bir değişikliğin olmadığı, eski düzenin tekrar işlediği de belirtilmiştir.

“Büyük değişiklikler olmadı, alışma sürecinden sonra süreç eskisi gibi işlemeye devam etti.” (K3)

“Eski yönetim şeklimize geri döndük. Tabi bu zaman içerisinde oldu. Pandemi ile gelen bazı yönetim özelliklerini de kullanmaya devam ettik. Uzaktan çalışma, dijitalleşme, online toplantılar, sağlık için alınan yeni önlemler pandemi ile birlikte normalleşme sürecine dahil oldular.” (K9)

“Çok büyük bir zorluk yaşanmadı. Süreçler öncesinde olduğu gibi hayata geçirildi.” (K11)

“Hiçbir değişiklik olmadı. Sistem klasik modeline geri döndü.” (K15)

3.2.3. Pandemi Döneminde Yönetim Süreçlerine Yönelik Kazanımlar

Pandemi dönemi, bankacılık sektörüne kazanımlar sağlamıştır. Pandemi ile çalışma hayatına giren olumlu durumlar, yeni kazanımlar sağladı. Yönetici grubunun süreçten elde ettiği tecrübeler, benzer dönemlerde uygulamaya geçirilebilecek politikalar oluşturmuştur. Katılımcılara, bu dönemde yönetim süreçlerinin çıkarmış olduğu sonuçların ve kazanımların neler olduğu, yapılması gerekenler ve eksikliklerle ne tür kazanım elde edildiği yönünde sorular yöneltilmiştir. Bulgular şunlardır:

“Yönetim süreçleri bu dönemde kararların etkin, hızlı ve özenli olması konusunda hemfikir kıldı. Planlamanın her türlü olay karşısında etkili analizler ile önceden hazırlanması, iletişim ağının daha etkin kullanılması için kurumsal iletişim cihazların ve hatların temin edilmesi, sorun çözme süreçleri için maksimum ivme yakalanması için teknik destek ekiplerine evden çalışma kapsamında ilave istihdam sağlanması gibi gözle görülür olumlu değişiklikler yapıldı” (K1)

“İlk başlarda çok daha verimsiz olacağı düşünülen telekonferans toplantıları ve görüşmeler ‘aslında bu şekilde de yapılabilirdi’ dedirtti. Tam bir verim söz konusu olmasa da dönemin etkilerine göre çalışılmıştır... Bankacılık anlamında dijital kanallara çok hızlı adapte olunabileceğini görmüş olduk. ...Akıllı telefon kullanan herkesin mobil uygulamalardan ihtiyaçlarını karşıladığı aşıkardır. Sadece ATM ve pos kullanımlarına baktığımızda bile bu konularda nakit dolaşımının azaldığını söyleyebiliriz.” (K2)

“Görsel ve işitsel yeni yazılımlar ve yöntemler her istenildiğinde kullanılabilir hale geldi...” (K3)

“Pandemi döneminde önemli olan bankacılık işlemlerinde personelin uzaktan erişimle işlerini yapabilmeleridir... Öncelikle salgın döneminde mesafeli çalışmayı, uzaktan onay ve evrakların doğru bir şekilde sisteme eklenmesi gerektiğini öğrenmiş olduk.” (K4)

“Hızlı kararlar alabilmek için organizasyon süreçlerinin düzenlenmesi kaçınılmaz oldu. Personel bilincinin artırılması ve personel motivasyonunu arttırabilmek adına online eğitimler desteklendi” (K5)

“Online ve evden çalışma modeli, düşük maliyetle işlerin yürütülebileceğini göstermiştir.” (K6)

“Biz yöneticiler uzaktan çalışan personeli nasıl kontrol edebileceğimizi öğrendik. Bu modelden personelimizin nasıl etkilendiğini öğrendik. Benzer krizleri nasıl yönetebileceğimizi öğrendik” (K7)

“Bankacılık işlemlerinin sadeleşmesi mobil internet bankacılığının önemini arttırdı. Personel ile ilişkilerin ve sağlık açısından alınacak tedbirlerin hem ailemize hem de iş yaşantımıza etkileri olumlu/olumsuz sırayetleri bizleri derinden etkiledi.” (K16)

Katılımcılardan elde edilen ifadelerden, pandeminin bankacılık yönetim süreçlerine katkılarının oldukça fazla olduğu söylenebilir. Pandemi dönemi ile birlikte karar almanın ve toplantıların daha hızlı ve etkin olduğu, alınan hızlı kararlarla verimliliğin arttığı, uzaktan çalışma sisteminin öğrenildiği ve ileride de kullanılabileceği, işlerin online yürütülebileceği ve bu şekilde maliyetlerin düştüğü ifade edilmiştir. Pandemi döneminde elde edilen en önemli kazanımın, kriz dönemlerinde bankacılık faaliyetlerinin aksatılmadan nasıl yönetileceği konusunda tecrübe edinildiğidir.

Bununla birlikte pandemi döneminde yöneticilerin hızlı karar almaları konusunda pratik yapıldığı ve başarılı olunduğu, dijitalleşmenin fark edildiği ve bankacılık faaliyetlerinde sık kullanıldığı, esnek çalışmanın bankacılık sektöründe test edildiği ve başarılı sonuçlar elde edildiği dile getirilmiştir.

“Çalışma hayatında olası hastalık bulaşısından korunmak ve tedbirli davranmak, sağlık konularına önceki döneme göre daha çok dikkat etmek, çözümü ve yerinde müdahalesi yöneticiye düşen durumlarda hızlı pratik akılcı karar almanın önemi, farkındalık oluşturarak duyarlı davranmak, duyarlı davranmanın önünü açmak, stres ve tedirginlik ortamında olası operasyonel hata ve eksikliklerin önüne geçmek için daha çok kontrol etmek ve daha çok geri bildirim istemek, ... yöneticilerin hızlı, doğru ve etkin karar almada kabiliyetleri test edilmiş oldu bir bakıma. Stres ve panik ortamlarında etkin liderlik yönetimi belirginleşti. Yöneticinin, güven verici, kapsayıcı, inisiyatif alabilen ve disiplinli şekilde süreçleri yönetebiliyor olmasının önemi bir kez daha ortaya çıktı” (K8)

“Dijitalleşme hızının artışı, emir komuta zincirinin etkin ve hızlı kullanılmasına sebep oldu.” (K9)

“Gelecekte yaşanabilecek benzer olaylara karşı bir tecrübe oldu. Bankacılık sektöründe işlemlerinin dijital araçlarla yapılabilirliği test edildi. Evden çalışma modeli önem kazandı.” (K11)

“En önemli kazanım, son yıllarda başlata, dijitalleşme, pandemi dönemiyle birlikte hız kazandı. Pandemi bitse de çoğu alanda uygulanabilirliğinin kanıtlanmasıyla yaygınlaşmaya başladı. Uzaktan müşteri edinimi, şubesiz bankacılık gibi elektronik ortamlarda müşterilerin bankalara her an ulaşabildikleri ve tüm bankacılık işlemlerini yapabildikleri dijital bankacılık hayatımızın her alanına yayıldı. Yönetim sürecinde de şubelerin dışında yönetim organizasyon birimlerine bunların müşteri kazanımı ve müşteri ihtiyaçlarının takibi için mevcut birimlerin dışında birimler kurularak personel destekleri artırıldı. Personel performans sisteminin uzaktan takibi daha kolay hale getirildi.” (K12)

“Pandemi döneminde personel azlığı, düzensiz mesai saatleri, beklenmedik durumlarda yönetimin olağan senaryoları dışında farklı senaryolar oluştuğu için, hızlı aksiyon alma, alternatif seçenekler belirleme, doğru karar verme gibi yetenekler ön plana çıkmıştır. Yönetim süreçleri konfor alanından çıkarak daha sert ve dinamik tarza evrilmiştir.” (K14)

Yönetim süreçlerine yönelik bir başka olumlu durum ise, daha önce müşterilerle yüz yüze gerçekleştirilen kredi kullandırımının online olarak gerçekleştirilmesidir.

“Yönetim süreçleri bu dönemde faizsiz kredi imkânları sundu ve internet bankacılığı sistemi ile uzaktan kredi kullandırım faaliyetleri gerçekleştirdi.” (K13)

Yönetim süreçlerine ilişkin kazanımlar olarak belirtilebilecek bir başka durum ise, personel yönetimi ile ilgili olan değişimlerdir. Yöneticilerin pandemi döneminde personele karşı yaklaşımlarının değiştiği, çalışanların makine olmayıp birey oldukları nazara alınarak personele yaklaşımlarda dikkat edilmesi gerektiği ve yönetici olarak insan ilişkilerinin önemi gibi konularda değişiklikler yaşandığı dile

getirilmiştir. Pandemiyle personelde motivasyon eksikliklerinin yaşandığı gözlenmiş ve çözüm için yöneticilerin etkin insan kaynakları politikalarını uygulamaları gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

“Makine profilinde gördüğümüz çalışanlarımızın aileleri, etrafı ve bizler için ne kadar değerli olduğunu anlamış olduk. Artık düşünüp kırmadan incitmeden verimlilik sağlamayı ön plana çıkardık. Aslında biz iş yerlerinde sadece evrak, bilgisayar, amir-memur ilişkisi değil, insanların duyguları olduğunu anladık. Bu değişikliğin bende yaratmış olduğu etkiyi seviyorum.” (K1)

“...Böyle bir süreçte temel konularda büyük aksamalar olmadan sürecin ilerleyebildiğini, yüz yüze iletişimin minimum olduğu dönemlerde farklı yönetsel yöntemler oluşturulabildiğini ve bu yöntemlerin artıları eksileri anlamda deneyimlerin becerilerimi geliştirdiğini düşünüyorum.” (K3)

“Bu gibi durumlarda; personelin moral ve motivasyonunu yöneticiye bağlı olarak negatif veya pozitif etkilendiğini bilerek kontrolü elden bırakmamak, salgın sürecinde sağlık endişesi, ölüm korkusu ve tedirginlik hisseden personele daha candan daha ilgili davranmak...Gerektiği durumlarda konuşma ve sohbet ortamları oluşturarak sosyal bağlılığı artırmak.” (K8)

“Personel sağlığının ne denli önemli olduğunu ve yönetim süreci içerisindeki etkisini öğrendik. Yönetim süreçleri bu çerçevede yenilenerek personel sağlığı konusunda yeni bir döneme girdi.” (K10)

3.2.4. Pandemi Döneminde Yönetim Süreçlerine Yönelik Yönetici Beklentileri

Banka yönetim süreçlerine yönelik, pandemi süresince yöneticilerin farklı olmalarını düşündükleri durumlar söz konusudur. Gerek devlet yönetimi gerek bankacılık üst yönetimi tarafından belirlenen pandemi dönemine ait kurallar ve uygulamaların sahada çalışan ve durumu gözlemleyen yöneticiler tarafından nasıl gerçekleştirilmesi gerektiği konusundaki katılımcıların fikirleri alınmıştır. Yöneticiler, pandemi döneminde bankacılık yönetim süreçlerinde yapılması gereken konuları ve beklentilerini ifade etmiştir. Elde edilen bulgular aşağıda paylaşılmıştır.

“Bu süreçte Covid veya temaslı olabilecek personelin zorunlu olarak kullandıkları izinlerin çalışmıyor olarak ücretlendirilmesini istemezdim, mental ve fiziksel olarak çalışan aynı zamanda çevresel etkenleri kollayan çalışanların maaş, ikramiye, temettü gibi ödemelerinden izinli sürelerince ücretin kesilmesini kesinlikle istemezdim...Son olarak kurumların ayakta durması için personelin ne kadar önemli olduğunu hissettirecek reklam ve organizasyonlara daha sık destek verirdim, reklam ve hizmet yönünde her zaman müşterinin olduğu finans hizmeti sektöründe personelimi reklamlarda oynatır, personelim olmadan bu hizmetin olmayacağını açıkça belirtmek isterdim.” (K1)

“Satış kadrolarındaki çalışanlarımıza, evden çalışma süreleri boyunca, bilgisayar ve internet temini yapılması isterdim. Bu konuda hareket alanımız kısıtlı olmamalıydı.” (K2)

“Teknolojinin daha verimli olarak kullanılabilirliğini arttırmak adına personelin bilinç düzeyinin ve teknolojik okuryazarlığının artırılması, ilerleyen zamanlarda oluşabilecek olumsuz durumlara karşı daha hazırlıklı olmayı sağlar...” (K5)

“Bu özel süreçte insanların yakınlarını kaybettiği, kendilerinin ve ailelerinin sağlığının tehlike altında olduğu bir dönemde hedef ve satış pazarlama baskısının askıya alınması, personeli daha motive edici maddi ve manevi girişimlerde bulunulması gerekmekteydi.” (K6)

“...uzaktan çalışmayla teknik donanımlara ilaveten online çalışan dijital bir takdirname ve ödül puan sistemi oluşturup, başarılı olan çalışanları bankamıza ait sosyal ortamlarda takdir edip, ödüllendirme sistemini oluşturdum...” (K17)

Personele yönelik yapılması gerekenlerin ifade edildiği bulgulara ek olarak, yöneticilere yönelik sürecin daha iyi işleyebilmesi adına eğitimlerin ve deneyimlerin paylaşılması gerektiği de belirtilmiştir.

“Yöneticilere uzaktan çalışma modeli ile ilgili daha yoğun eğitimler verilmelidir. Dünya globalleşiyor, bununla birlikte banka çalışanları uzaktan, belki başka illerden bile çalışabilecek, o yüzden bu süreçlerin yönetimi önemli ve kritik. Dolayısıyla yöneticiler için iyi bir eğitim şarttır.” (K7)

“Bazı süreçler yönetilirken bulunulan bölgeye, fiziki duruma, demografik yapıya ve personel özelliklerine göre yöneticiye daha fazla yetki ve inisiyatif alanı tanınması gerektiğini düşünüyorum. İlk kez tecrübe ettiğimiz etkin bir salgın sürecinde yapılması gerekenlerin büyük ölçüde yapıldığını düşünüyorum, bununla beraber bu gibi durumlarda hızlı ve etkin karar alıp teşkilatı en iyi şekilde yönlendirecek şekilde yöneticilere destek verecek çalışma grupların ve bu gibi senaryolar üzerinde çalışan ekiplerin hazır bulunmasını önemli buluyorum.” (K8)

“Teknolojik ve örgütsel altyapının yenilenmesi, çalışanların krizlere hazır hale getirilmesi.” (K15)

Bankacılık sektörünün pandemi döneminde sürekli bir çalışma halinde olduğu ve kendilerine değer verildiğini gösteren bir uygulamanın devlet tarafından gerçekleştirilmesi gerektiği ifade edilmiştir.

“Devlet tarafından finans sektörü çalışanlarına maddi anlamda destek yapılmalıydı. Sağlık sektörü çalışanları kadar bizler de çalıştık. Böylece süreç daha iyi yönetilebilirdi.” (K9)

Pandemi döneminde neredeyse tüm sektörlerde uygulanan hibrit çalışma sistemin benimsenmesi ve salgından sonra da uygulanabileceği konusunda çalışmaların yapılması gerektiği ifade edilmiştir.

“Pandemi sonrası günümüzde de hibrit çalışma modeli geliştirilerek dönemsel olarak da olsa bu uygulama yapılmalıdır... kurumsal açıdan birçok konuda tasarruf sağlayacağı göz önünde bulundurularak bu modeli belirli dönemlerde de olsa uygulamaya koyardım.” (K10)

“Pandemi bitmiş olsa dahi tüm insanlar üzerinde olumsuz etkisi devam etmektedir. Bu nedenle personel motivasyonunun daha çok gündeme alınması, yeni dönemde yüksek önem arz etmektedir. Personel motivasyonu ile birlikte yeni dünya düzeni dediğimiz her alandaki yeniliklerin önce çalışanlara benimsetilmesi, bunun kurum kültürü bilinciyle müşterilere aktarımının sağlanması gerekmektedir. Bankalar için en kritik olan Müşteri İlişkileri Yönetimidir. Bu konuda araştırma ve çalışmaların artırılması, yeniliklerin takip edilip hızlı bir şekilde müşterilere ulaştırılması gerekmektedir.” (K12)

“Sektörde evden çalışma imkânlarının geliştirilmesi ve mesai kavramının ofisler, şubeler ve belli saat aralıklarıyla sınırlandırılmaması gerektiğine inanıyorum. Günümüz teknoloji imkânları bu kadar gelişmişken, yani kısa sürede daha fazla iş yapabilme imkânı varken, insanların sosyal hayatlarına ve kendilerini geliştirmelerine daha fazla zaman ayırma imkânı bulabilmelerini diliyorum.” (K14)

“Teknoloji ve altyapı yatırımları arttırılarak metaverse kişisel bankacılık ve mobil bankacılık alanlarında müşterinin operasyonel işlemlerinin alternatif kanallardan yapılmasını, şubelerin aktif satış ve pazarlamaya odaklanmasını sağladım.” (K16)

Ancak, katılımcılardan bazıları (K3, K11, K13 ve K17) pandemi döneminde yönetici olarak farklı tutum, davranış ve politika uygulayacağını, mevcut uygulamaların yeterli olduğunu ifade etmiştir.

3.2.5. Pandeminin Yönetim Süreçlerine Yönelik Gelecekteki Olası Etkileri

Pandemi süreci, bankacılık faaliyetlerinde zorunlu değişikliklerin yapılmasını gerektirmiştir. Bunun sonucunda ise, yeni düzene alışan personelin, gelecek dönemlerde de aynı uygulamaları yapmaları, pandemi döneminde alışılan uygulamaların daha sonra da devam ettirilebileceği konularında hemfikir oldukları dile getirilebilir. Bu yönüyle, pandemi döneminde bankacılık faaliyetlerinde ve yönetim süreçlerinde yaşanan değişimlerin gelecek dönemlerde de uygulanmasına yönelik beklentiler konusunda yöneticilerin vermiş oldukları cevaplar aşağıda sunulmuştur.

“Pandeminin en büyük katkısı, ülkemizde bankacılık anlayışının dijitalleşme sürecine belki 10 yılda ulaşılabilecek süreyi 3 ay kadar kısa bir süreye indirmesi konusunda tartışılmaz bir fark yaratmasıdır. Toplumun ısrarla teknolojiye direnen kesimi bu süre zarfında yoğunlukla dijital kanalları kullanma olanağıyla karşı karşıya kalmış ve bu kapsamda kullanımın aslında basit, erişimin daha kolay, zaman ve masraf konusunda tasarrufa hâkim olmuştur. Bunun kendileri için daha verimli bir hizmet

olduğunu, kendi kullanımları neticesinde fark ettikleri için kısa sürede adapte olmuş ve aktif kullanmaya başlamışlardır. Bu süreç bankacılıkta büyük bir atılımdır. Çünkü dijitalleşme kolaylıklar sağlayarak kâğıt israfını, operasyonel giderleri ve iş yükünü minimum seviyeye indirgeyen bir farklılıktır.” (K1)

“Satış kadroları dışındaki banka operasyon personelinin uzaktan çalışmalarında koordinasyon daha kolaydır. Müşterilerin gişe işlemlerini mobil bankacılıktan yapmaya başlamalarıyla, mobil kanalında daha önemli bankacılık faaliyetleri müşteri kullanımına sunulacaktır.” (K2)

“Pandemi döneminde yaşananların bankacılık sektörüne direkt etkisi, personelin ve müşterilerin şubeye gelmeden işlemlerini yapabileceği nedeniyle, ileride çoğu işlemlerin dijital ortamda yapılabilecek olması teknolojik altyapılara daha fazla önem verilmesi gerektiği ortaya çıkmıştır.” (K4)

“Pandemi döneminde müşterilerin zorunlu olarak dijital ürünleri çok kullanması, rekabette öne çıkmak için sektörün dijital uygulamalara ve ürünlere daha çok önem vermesi şart olmuştur.” (K10)

“...dijitalleşme ve buna bağlı güvenlik tedbirlerinin yoğun olduğu modeller ortaya çıkacak, minimum risk prensibiyle hareket edilecek.” (K17)

Pandemi döneminde uygulanan en önemli politika bankacılık faaliyetlerinin dijitalleşmesidir. Dijitalleşme hem çalışan hem de müşteri açısından kolaylıklar sağlamıştır. Dijitalleşmenin ilerleyen dönemlerde de devam edeceği dile getirilmektedir. Ayrıca alternatif dağıtım kanallarının (ADK) daha fazla kullanıldığı, bu durumun ise hem müşteri sayısını artırdığı ve hem de kalıcı müşteriler kazandığı ifade edilmiştir. Son olarak pandemi ile büyük bir tecrübe kazanıldığı ve gelecekte karşılaşılabilecek muhtemel benzer durumlarda hazır politikalara sahip oldukları belirtilmiştir.

“Olağanüstü dönemler için stratejiler belirlenecek, pandemi ve doğal afetler için özel planlamalar uygulamaya konulacağını düşünüyorum. Analiz yeteneğinin öne çıkacağı ve giderek artacağı bir süreç olacaktır.” (K5)

“Bankamızda ADK yöntemlerini kullanan müşteri sayımız artmış ve kalıcı olmuştur. ADK kanalları geliştirilmiş ve ürünlere işlevsellik kazandırılmıştır. Bankamız olası benzer durumlara karşı daha hazırlıklı ve daha tecrübeli hale gelmiştir” (K8)

“Pandemi döneminde yaşanan olağandışı süreçler yönetimin daha katı, daha keskin aynı zamanda daha dinamik olmasına neden olmuştur. Beklenmedik durumlarda aksiyon alınabilmesi için acil durum planlarının önemi ortaya çıkmıştır. Çalışma alanının daha sağlıklı bir ortama dönüştürülmesi ihtiyacı oluşmuştur.” (K14)

Bankacılık faaliyetlerinin dijitalleşmesi, personel açısından bazı sorunlar oluşturabileceği belirtilmiştir. Gelecek dönemlere, dijitalleşmenin personel sayısını azaltabileceği, dijital kanallar ile müşterilerin kendi işlemlerini gerçekleştirebileceği nedeniyle personel sayısında azalmaların olabileceği ifade edilmiştir.

“Pandemi döneminin bankacılık sektöründeki en büyük etkisi uzaktan çalışma modeli oldu. Uzaktan çalışarak da işlerin yapılabileceğini öğrendik. Bankanın gelecek dönemlerde uzaktan çalışma modelini daha da yaygınlaştıracığını düşünüyorum” (K7)

“Negatif etkileri olmasına rağmen dijitalleşme hızının yükselmesi bankacılığı bir sonraki yüzyıla hazırlamaktadır. Negatif etkisi ise biz banka sektöründe çalışan personelin istihdamında azalmaya yol açabilmesidir. Dijitalleşme arttıkça bankalar artık daha az personelle daha çok iş yapacaktır. Bu sebepten dolayı sektördeki personel sayıları ve iş olanakları azalacaktır diye düşünüyorum. Daha çok dijital bir modele doğru ilerliyoruz gibi.” (K9)

“Hızlı dijitalleşme nedeniyle ileride şube ve personel ihtiyacının azalacağı, müşterilerin bankaya uğramadan işlemlerini dijital elektronik ortamda yapacakları görüşündeyim.” (K12)

“Sektör olarak dijitalleşmeye verilen önem arttığından müşteriler de dijitalleşmeye ayak uydurabilmiştir. Bu durum ileriki dönemlerde işgücüne ihtiyacın azalacağını göstermektedir. Daha az

maliyetle daha çok iş yapılabilir bir döneme girilmiştir. Sosyallik kavramı değişiklik gösterdiğinden müşteri kitlesiyle sanal platformlarda da güçlü iletişim kurulabileceği görülmüştür.” (K14)

“Büyük şubeler yerine uydu şube dediğimiz küçük ve personel sayısı az olan şubeler daha önem kazanacak.” (K17)

Pandeminin bankacılık yönetim süreçlerine ilişkin gelecek dönemlere yönelik olası etkilerine yönetimsel açıdan bakıldığında, etkin iletişim ile çevresel etmenlerin geniş bir alan bulmasının önemi ortaya çıkmıştır. Ayrıca daha aktif insan kaynakları politikalarının uygulanmasının yönetim planlamasında çok önemli olduğu görülmüş ve gelecekte bu konuda daha fazla politikalar geliştirileceği ifade edilmiştir. Ayrıca iletişim kanallarının aktif olarak kullanıldığı ve kullanılmaya devam edileceği, iş süreçlerini yönetme anlamında çok kabul gören efektif yöntemlere geçileceği belirtilmiştir.

“Yönetim kısmında pandemide etkin iletişimin çevresel faktörlerde geniş yer bulmasının önemi öne çıktı. Daha önce insan kaynaklarının değeri veya bütünsel düşüncelerde insan kaynaklarının arka planda yer aldığı hissediliyordu. Ancak pandemi, sağlık ve çevresel faktörlerin yönetim planlamasında ne denli önemli olduğu ve kilit rol oynadığı daha fazla sosyal ve personel moral yüksekliğini benimseyecek yönetim modelini ortaya çıkardı. Bu yönetim modeli yöneticiler destekledi.” (K1)

“İkinci bir etkin iletişim kanalı kullanımı açısından iletişimi yükselttiğini düşünüyorum. Uzaktan iletişim kurma ve hibrit yönetim modellerinin, iş süreçlerini yönetme anlamında çok daha kabul gördüğünü ve efektif bir hale geleceğini düşünüyorum.” (K3)

“Pandemi döneminin getirdiği en büyük değişiklik, daha önce kullanılmayan evden çalışma, işyerlerinde asgari personel ile çalışma modeli kaynak tasarrufları sağlayarak ortaya çıkmasıdır.” (K6)

Dijitalleşme ile birlikte gelecek dönemlerde bankacılık sektörünün teknoloji alanında daha fazla yatırımlar gerçekleştireceği ve dijitalleşmenin artacağı belirtilmiştir. Daha kolay ulaşılabilirliğine neden olacağı için dijitalleşmenin müşteri bulmada kullanılmasından dolayı rekabetin artacağı saptanmıştır.

“...yönetim anlamında uzaktan çalışan personeli nasıl yönetebileceğimize dair eğitimler alacağımızı düşünüyorum. Teknolojiyi yoğun kullanan sektörlerden olan finans sektörünün bu alana daha çok yatırım yapacağını, dijitalleşme sürecinin hızını daha fazla arttıracığını düşünüyorum.” (K7)

“Dijitalleşmeyle rekabetin her zamankinden daha çok arttığı, müşteri bulmanın bankalar açısından daha kolay olabileceği gibi müşterilerin istedikleri işlemlere anında tüm bankalardan ulaşabilmesi rekabeti artırmış, müşteri ilişkileri yönetimin daha etkin ve daha çeşitli olması gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Bu nedenle müşteri ihtiyaç analizlerinin iyi takip edilmesi ve müşteri ihtiyaçları doğrultusunda ürünlerin sunulması önem arz etmektedir.” (K12)

SONUÇ VE ÖNERİLER

Literatürde pandeminin bankacılık sektöründeki etkileri genellikle performans açısından ele alınmıştır. Pandeminin bankacılık yönetim süreçlerine etkisinin incelendiği sınırlı çalışma mevcuttur. Bankacılık yönetim süreçlerine pandeminin etkisinin incelendiği bu çalışmada, bankaların yönetici pozisyonundaki katılımcılar ile mülakat gerçekleştirilmiştir. Evden çalışma sonucunda yaşanan problemler, süreçten yapılan çıkarımlar, kazanımlar ve yöneticilerin beklentileri konusunda yapılan mülakattan şu sonuçlara ulaşılmıştır.

Pandemi döneminde; bankacılık faaliyetleri dışında, yöneticilerin personelin sağlığıyla ilgilenmesi gerektiği ile de karşılaşmıştır. Pandemi döneminde, yeni duruma alışma süreci zaman almış ve yeni maliyetler getirmiştir. Esnek çalışma ve online araçlarla verimli toplantılar yapma, işe gidiş ve gelişlerin ortadan kalkması nedeniyle kazanılan zaman daha verimli kullanma, uzaktan çalışmayla faaliyetlerin yürütülmesinden dolayı denetim ve yönetim alanında eksikliklerin giderilmesi için yeni uygulamalar geliştirme ve acil durum eylem planları hazırlama gibi kazanımlar pandeminin sağladığı

avantajlardır. Başaran ve Ünal (2021), pandemi ile bankacılık sektöründe personelin zaman kazanımı, esnek çalışmanın sağladığı avantajla aileye ve özel hayata daha fazla vakit ayırma gibi kazanımların olduğunu belirtmiştir. Kıcıır (2019), uzaktan çalışma uygulamasının bankacılık sektörü personeline zaman kazandırdığını ifade etmiştir. Dolayısıyla bu çalışma ile ulaşılan bulgular, literatürü desteklemektedir. Ancak, yüz yüze görüşmeyle işlem yapmaya alışkın müşteriler ve uzaktan bağlantıyla sunulamayan kredi ve ATM-gişe işlemleri için şubelerde zorunlu olarak personel bulundurulmuştur. Bireysel temasa karşı hijyen ve sıhhi koruyucular konusunda düzenlemeler yaptıklarını belirtmişler. Destek paketlerinin açıklanması ile, sektörde gerekli tedbirler alınmıştır (Sarı, 2021). Tuna'nın (2021) müşterilerin dijital araçlarla yapamadığı ya da uzaktan bağlantı ile gerçekleştirilemeyen bankacılık işlemlerinde sorunlar yaşandığı iddiası, bu çalışmanın bulguları ile örtüşmüştür.

Yeterli denetimin yapılamaması, pandemi sürecinin olumsuz yönlerinden biridir. Teknolojik iletişim araçlarının yetersiz kaldığı durumlar ile karşılaşmıştır. İyi bir uygulama olarak kabul edilen evden çalışma ve esnek çalışma, bazı personelde odaklanma ve motivasyon problemleri oluşturmuştur. Kıcıır (2019), uzaktan çalışmanın personelin iş motivasyonunda azalma meydana getirdiğini, çalışma saatlerindeki esneklik ile personel iş ve iş dışı rollerini karıştırdığını belirtmiştir. Keza Filikci (2023) çalışmasında, pandemi döneminde esnek çalışmanın banka personeline iş stresi yaşattığını, tükenmişliğin arttığını ve bunun sonucunda bazı personelde motivasyon kayıplarının yaşandığını belirtmiştir. Pandeminin bankacılık yönetim süreçlerine olan olumsuz etkileri için, çalışma hayatının bu tür riskler ile mücadele etmeye hazır olmadığı, gerekli altyapının ve eğitimin tamamlanmadığı, daha esnek ve hızlı bir müdahale anlayışının geliştirilemediği ve bürokrasi ve iş süreçlerinin azaltılamadığı belirtilebilir. Dolayısıyla "Pandemi sürecinde bankacılık sektörü yönetsel anlamda negatif bir şekilde etkilenmiş midir?" şeklindeki araştırma sorusunun yanıtı elde edilmiştir.

Pandemi sonrası ofislere geçiş döneminde, bankacılık yönetim süreçleri çok etkilenmiştir. Yöneticiler tarafından personele yönelik adaptasyon toplantıları ve görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Evden çalışma modelinin personele sunduğu rahatlığın iş disiplini etkilediği ifade edilmiştir. Bu doğrultuda "Pandemi döneminde yaşanan değişiklikler, bankalarda çalışanların ve yöneticilerin çalışma süreçlerini etkilemiş midir?" şeklindeki araştırma sorusuna yanıt alınmıştır. Ayrıca pandemi döneminde karar alma ve yönetim süreçlerinde aksaklıkların olduğu, tekrar ofise geçişle bu sorunların ortadan kalktığı, karar alma ve iş akışlarının hızlandığı dile getirilmiştir. Akar'ın (2022) ve Aslan Keleş'in (2021) çalışmalarında ifade edilen benzer bulgulara ulaşılmış olup, personelin pandemi döneminde örgütsel bağlılıklarının azaldığı, tekrar ofise geçiş süreci ile birlikte yönetim anlamında hızlı karar almaların ve iş akışların hızlandığı belirtilmiştir.

Pandemi sonrasında ofise geçiş sürecinde yönetim ve organizasyon anlamında ulaşılan diğer bir bulgu, pandemi sürecinde gerçekleştirilemeyen müşteri ziyaretlerinin ve pazarlama faaliyetlerinin tekrar yoğun bir şekilde gerçekleştirilmesidir. Pandemi döneminin bankacılık yönetim süreçlerinde bazı avantajlarının da olduğunu belirten katılımcılar, bu avantajların, sonraki dönemlerde de uygulanacağından bahsetmiştir. Buna karşılık, ofise geçiş ile birlikte tekrar eski yönetim süreçlerinin kısa zamanda gerçekleştiği ve değişiklik olmadan sistemin yeniden hızlı bir şekilde hayata geçtiği ifade edilmiştir. Pandemi döneminde bankacılık yönetim süreçlerinin en önemli kazanımı, olası kriz dönemlerine hazırlıkların test edilmesi olmuştur. Yöneticiler, salgın gibi kriz dönemlerinde, bankacılık faaliyetlerini aksatmadan nasıl yürütülebileceğini deneyimlemiştir. Özellikle müşteri ile bire bir görüşmeler şeklinde ilerleyen bankacılık faaliyetlerinin işleyiş süreçleri, bu dönemin kazanımları arasındadır. Arabacı ve Yücel (2020), Covid-19'un Türk bankacılık sektörü üzerindeki etkilerini incelediği çalışmada, Covid-19 gibi kriz dönemlerinde bankacılık faaliyetlerinde aksamalar yaşansa da, ileriye dönük kriz yönetimi anlamında kazanımların elde edildiğinden bahsetmiştir. Güngör (2020) ve Yetiz (2021), pandemi sürecinde bankacılık sektöründe kriz yönetiminin iyi yürütüldüğünü dile

getirmiştir. Elde edilen bulgular Arabacı ve Yücel (2020), Güngör (2020) ve Yetiz'in (2021) çalışmaları ile paralellik göstermektedir.

Pandemi döneminde elde edilen bir diğer kazanım, yönetim süreçlerinde hızlı ve etkin karar alma süreçlerinde gelişme olduğudur. Ayrıca evden çalışma gibi esnek çalışma saatleri ile bankacılık faaliyetlerinin eksiksiz bir şekilde yürütülebileceği ve daha düşük maliyetle faaliyetlere devam edilebileceği elde edilen kazanımlar arasındadır. Yönetim sürecinin personel boyutu ile ilgili olarak personele yönelik tutumlarda motivasyon geliştirici politikaların uygulanması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Ulaşılan bulgular, literatürde Beybur ve Çetinkaya (2020), Başaran ve Ünal (2021) ve Çakan'ın (2021) çalışmalarıyla örtüşmektedir. Çakan (2021) özellikle pandemi döneminde çalışanların motivasyon kayıpları yaşayabileceğini, fakat bunların esnek çalışma modelleri ile yeniden kazanıma dönüştüreceğini belirtirken; Beybur ve Çetinkaya (2020) ve Başaran ve Ünal (2020) yönetim süreçlerinde esnek çalışma ile hızlı karar alma ve sonuca etkin bir şekilde ulaşmanın yaşandığını belirtmiştir. Ulaşılan bulgular, "Evden çalışma süreci sonunda yeniden ofiste çalışmaya geçiş döneminde yönetim süreçlerine etkisi olmuş mudur?" araştırma sorusuna yanıt mahiyetindedir.

Pandemi döneminde bankacılık yönetim süreçlerine ilişkin yönetici beklentilerine yönelik olarak bulgular, yöneticilerin, personele yönelik daha fazla faaliyetlerde bulunulması gerektiği yönündedir. Özellikle Covid-19'dan kaynaklı işe gelememe durumlarında ücretsiz izinli sayımları konusunda bir düzenlemenin yapılması gerektiği belirtilmiştir. Katılımcılar, bu durumun personel üzerinde motivasyon kayıplarına neden olduğunu ifade etmiştir. Yetiz (2021) bu durumun bir eksiklik olduğunu, motivasyon açısından personelin çalışma arzusunu düşürdüğünü ve bu sorunun çözülmesi gerektiğini belirtmiştir. Tuna (2021) istihdam politikaları açısından durumun kabul edilemez olduğunu, ücretsiz izin uygulamalarının kaldırılması gerektiğini, bu uygulamanın mücbir bir sebebe dayandığını belirtmiştir. Dolayısıyla ulaşılan bulguların Yetiz (2021) ve Tuna'nın (2021) çalışmalarıyla örtüştüğü söylenebilir. Yönetici beklentileri ile ilgili olarak elde edilen diğer bir bulgu ise, bankacılık sektörünün pandemi döneminde eksiksiz hizmet verdiği, fakat karşılığında ne banka üst yönetimleri tarafından ne de devlet tarafından personele değer verildiğini gösteren herhangi bir tanıtım ya da reklam filmi yapılmadığı ifade edilmiştir. Bu durum, pandemi döneminde ağır şartlarda çalışan şube personelini olumsuz bir şekilde etkilemiştir. Ayrıca, satış ve pazarlama departmanlarında çalışan personele internet ve bilgisayar temini konusunda destek sağlanmamıştır. Yöneticiler, bu imkanların banka üst yönetimi tarafından sağlanması gerektiğini ifade etmiştir. Demirel (2021) pandemi döneminde yoğunlaşan dijital bankacılık hizmetlerinin dezavantajlarını sayarken bu durumdan bahsetmiş ve etkin internet sistemine ve yeterli teknik donanımına sahip olunmadığını dile getirmiştir. Esnek çalışma ve dijitalleşme ile ilk kez böyle bir durumla karşılaşan personele yönelik eğitimlerin yapılması gerektiğini, satış ve pazarlamalarda hedef tutturma baskısının normal dönemlerden farklı olması gerektiğini ve çalışanı motive edici maddi ve manevi içerikli politikaların geliştirilmesi gerektiğini belirtmiştir. Marangoz ve Özen (2021), pandemi döneminde bankacılık faaliyetlerinde dijitalleşmenin arttığını ve söz konusu artışın bir anda gerçekleştiğini, dolayısıyla personelin dijitalleşme konusunda bilgilendirilmesi ve eğitilmesi gerektiğini ifade etmiştir. Ayrıca Gültekin de (2021) pandemi sürecinde bankacılık faaliyetlerinde artan dijitalleşme ile sistemin iyi işlemesi adına personele eğitimlerin verilmesi gerektiği belirtilmiştir. Pandeminin yönetim süreçlerine yönelik olarak gelecekteki olası etkilerin en başında dijitalleşme gelmektedir. Katılımcıların neredeyse tamamı, bankacılık faaliyetlerinin pandemi ile dijitalleştiği ve bunun gelecek dönemlerde kalıcı hale geleceği konusunda hemfikirdirler. Bankacılık sektörünün gelecek dönemlerde daha fazla teknolojik yatırımlara yer vereceği de ifade edilmiştir. Dijitalleşme aracılığıyla alternatif dağıtım kanallarının çok kullanıldığı ve sonraki dönemlerde kalıcı olacağı dile getirilmektedir. Demirel (2021), bankacılık sektöründe mobil ve internet bankacılığı kullanımlarının pandemi sürecinde arttığını, Tahiroğlu ve Bozkurt (2021), kullanımın ilerleyen süreçlerde daha da artacağını belirtmiştir. Dolayısıyla elde edilen bulguların literatürdeki çalışmalarla uyumlu olduğu görülmüştür. Bankacılık sektöründeki

dijitalleşmenin müşterilere ve personele kolaylıklar sağlamasına ilaveten, dijitalleşme ile personel sayısında azalmalara gidilebileceği düşünülmektedir. Bankacılık faaliyetlerinin dijital kanallar üzerinden gerçekleştirilmesi, gelecek dönemlerde personel sayısının azalmasına neden olabilir. Demirel ve Ulusoy (2021), Karyağdı (2022) ve Tuna (2021) bankacılık sektöründe dijitalleşmenin artması sonucunda, istihdam konusunda bankaların kısıtlamaya gidebileceğini belirtmiştir.

Pandeminin yönetsel anlamda etkin iletişim ile birlikte çevresel faktörlere de dikkat edilmesi gerektiği yönünde kazanımları olmuştur. Çevresel faktörlerin gelecek dönemlerde daha fazla önem verilen bir konu olacağı belirtilmektedir. Çevresel faktörlerin yönetim süreçlerine bu denli etki etmesi, uygulanacak politikaların tercihini de şekillendirmektedir. İnsan kaynakları politikalarına yönelik, personeli daha motive edici ve moral yükseltici politikalara önem verilmesi gerektiği belirtilmekte ve sonraki dönemlerde insan kaynaklarında bu konun daha kalıcı hale geleceği dile getirilmektedir. Böylece “Pandemi döneminde bankalar tarafından alınan önlemlerin ve uygulanan politikaların, gelecek dönemlerde çalışanlar ve müşteriler üzerinde etkileri olacak mıdır?” araştırma sorusu yanıtlanmıştır.

Çalışma kapsamında elde edilen bulgular doğrultusunda bankacılık sektörüne şunlar önerilmektedir: Esnek çalışma modeline geçmekle, personelin motivasyon ve odaklanma kayıplarının önlenmesi adına etkin insan kaynakları politikalarının uygulanması gerekir. Dijital bankacılık konusunda personele bankacılık faaliyetlerine yönelik olarak eğitimlerin verilmesi ve bilgilendirmelerin yapılması ve ihtiyaç duyulan teknik ve donanımsal desteğin verilmesi gerekir. İlerleyen süreçte dijital bankacılık faaliyetlerinin daha artacağı bilincinde olarak hibrit bir sistemle söz konusu geçişin sağlanması gerektiğini kabul etmek gerekir. Oluşabilecek denetim eksikliklerine yönelik politikaların hazırlanması gerekir. Yönetimin pandemi sürecinden elde ettiği kazanımları, sonraki dönemlerde yaşanabilecek benzer krizleri en az hasarla atlatmak adına politika olarak benimsemesi gerekir.

KAYNAKÇA

- AKAR, A. (2022), Covid-19 Sürecinde Bankacılık Sektöründe Uzaktan Çalışmanın Tükenmişlik Üzerindeki Etkisi: İstanbul İlinde Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- AKÇA, M. ve TEPE KÜÇÜKOĞLU, M. (2020), Covid-19 ve İş Yaşamına Etkileri: Evden Çalışma, Journal of International Management Educational and Economics Perspectives, 8(1), 71-81.
- AKIN, F. (2020), Dijital Dönüşümün Bankacılık Sektörü Üzerindeki Etkileri, Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences (BNEJSS), 6(2), 15-27.
- ARABACI, H. ve YÜCEL, D. (2020), Covid-19 Pandemisinin Türk Bankacılık Sektörü Üzerine Etkisi, Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi, 9(3), 196-208.
- ASLAN KELEŞ, G. (2021), Covid-19 Pandemi Sürecinin İş Yaşamına Etkileri: Banka Çalışanları Üzerine Nitel Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, On dokuz Mayıs Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Samsun.
- AYDIN GÖKTEPE, E. (2020), Kriz Döneminde İş Sürdürülebilirliğine Yönelik Yönetim Uygulamaları; Covid19 Pandemi Araştırması, Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences, 6(26), 630-638.
- BAŞAR, D. (2021), Covid-19 Pandemisinin Dünya Merkez Bankalarının Eğitim ve Gelişim Faaliyetleri ile Performans Süreçleri Üzerine Etkisi, Research Journal of Business and Management, 8(4), 260-270.
- BAŞARAN, E.Y. ve ÜNAL, H.T. (2021), Covid-19 Pandemi Döneminde Özel Bankaların Çalışan Deneyimi Tasarımı, Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences, 7(39), 654-672.
- BERK, N. (2001), Bankacılıkta Pazara Yönelik Kredi Yönetimi, Beta Basım Yayın, İstanbul.
- BEYBUR, M. ve ÇETİNKAYA, M. (2020), Covid-19 Pandemisinin Türkiye’de Dijital Bankacılık Ürün ve Hizmetlerinin Kullanımı Üzerindeki Etkisi, Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, 4(2), 148-163.
- BÜYÜKÖZTÜRK, Ş., ÇAKMAK, E.K., AKGÜN, Ö.E., KARADENİZ, Ş. ve DEMİREL, F. (2014), Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Pegem Yayıncılık, Ankara.

- ÇAKAN, S. (2021), Uzaktan/Evden Çalışmanın İş Tatminine ve Örgütsel Bağlılığa Etkisi Üzerine Bir Araştırma: Bankacılık Sektörü Örneği, *International Journal of Entrepreneurship and Management Inquiries*, 5(9), 227-244.
- DEMİREL, S. (2021), Covid-19 Pandemi Sürecinin Dijital Bankacılık İşlemleri Üzerinde Etkisi, *Bankacılık ve Sermaye Piyasası Araştırmaları Dergisi*, 5(11), 49-64.
- DEMİREL, S., ve ULUSOY, A. (2021), Bankacılık Sektöründe Dijital Dönüşümün İstihdam Üzerine Etkisi, *HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 10(27), 256- 267.
- DOĞAN, E. (2013), Banka Kavramı ve Bankacılık, Beta Basım Yayın, İstanbul.
- DURMUŞ, S. ve AYAYDIN, H. (2016), Banka ve Finansal Sistemi, Ekin Basım Yayın, Bursa.
- ERDEM, E. (2010), Para Banka ve Finansal Sistem, Detay Yayıncılık, Ankara.
- FILOTTO, U. ve CARATELLI, M. (2020), Shaping the Digital Transformation of the Retail Banking Industry, *Empirical Evidence from Italy*, *European Management Journal*, 1-10.
- FİLİKÇİ, C. (2023), Covid-19 Salgın Sürecinde Banka Çalışanlarının Stres ile Tükenmişlik Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi ve Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- GEORGE, A. (2018), Perceptions of Internet Banking Users A Structural Equation Modelling (SEM) Approach, *IIMB Management Review*, 30(4), 357–368.
- GÜLTEKİN, Z. (2021), Covid-19 Pandemisi Sürecinde Bankaların İnsan Kaynakları Stratejilerinin İçerik Analizi ile Belirlenmesi, *Tarsus Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(2), 15-30.
- GÜNDÖĞDU, A. (2016), Finansal Piyasalar ve Kurumlar, Seçkin Yayınevi, Ankara.
- GÜNEY, A. (2012), Banka İşlemleri, Beta Basım Yayın, İstanbul.
- GÜNGÖR, B. (2020), Türkiye’de Covid-19 Pandemisi Süresince Alınan Önlemlerin Kriz Yönetimi Perspektifinden Değerlendirilmesi, *Uluslararası Sosyal Bilimler Akademisi Dergisi*, (4), 818-851.
- JEBARAJAKIRTHY, C. ve SHANKAR, A. (2021), Impact of Online Convenience on Mobile Banking Adoption Intention: A Moderated Mediation Approach, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58(7), 102323.
- KAMPF, G., TODT, D., PFAENDER, S. ve STEINMANN, E. (2020), Persistence of Coronaviruses on Inanimate Surfaces and their Inactivation with Biocidal Agents, *Journal of Hospital Infection*, 104(3), 246-251.
- KARYAĞDI, N.G. (2022), Bankacılık sektöründe Dijital Dönüşümün Verimliliğe Olan Etkileri: TRB2 Bölgesinde Nitel Bir Çalışma, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(2), 852-870.
- KAYA, F. (2013), Bankacılık Giriş ve İlkeleri, Beta Yayınları, İstanbul.
- KHANBOUBI, F., BOULMAKOUL, A. ve TABAA, M. (2019), Impact of Digital Trends Using IoT on Banking Processes. The 10th International Conference on Ambient Systems, Networks and Technologies (ANT 2019) / The 2nd International Conference on Emerging Data and Industry 4.0 (EDI40 2019) / Affiliated Workshops, 151, 77– 84.
- KICIR, B. (2019), Evden Çalışma: Özgürlük mü Esaret mi?, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(1), 173-196.
- KONG, X., ZHENG, K., TANG, M., KONG, F., ZHOU, J., DIAO, L. ve DONG, Y. (2020), Prevalence and Factors Associated with Depression and Anxiety of Hospitalized Patients with COVID-19, *MedRxiv*, 2020-03.
- KÖRPE, E. (2021), Dijital Dönüşüm ile Yeni Finans Çağı ve Gelecek Yaklaşımları, *Uluslararası Bankacılık Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 108-131.
- MAHASE, E. (2020), Coronavirus: Covid-19 Has Killed More People Than SARS and MERS Combined, Despite Lower Case Fatality Rate.
- MARANGOZ, M. ve ÖZEN, E.K. (2021), Covid-19 Pandemi Sürecinin Farklı Alanlarda Dijitalleşmeye Etkileri: Kavramsal Bir Değerlendirme, *Hitit Ekonomi ve Politika Dergisi*, 1(1), 54-68.
- NOREEN, U., SHAFIQUE, A., AHMED, Z. ve ASHFAQ, M. (2023), Banking 4.0: Artificial intelligence (AI) in Banking Industry and Consumer’s Perspective, *Sustainability*, 15(4), 3682.
- PATERLINI, M. (2020), On the Front Lines of Coronavirus: The Italian Response to Covid-19. *Bmj*, 368.

- QUILTY, B.J., CLIFFORD, S., FLASCHE, S. ve EGGO, R.M. (2020), Effectiveness of Airport Screening at Detecting Travellers Infected with Novel Coronavirus (2019-CoV), *Eurosurveillance*, 25(5), 2000080.
- SARI, S. (2021), Covid-19 Salgınının Türk Bankacılık Sektörüne Etkileri, *New Era International Journal of Interdisciplinary Social Researches*, 6(8), 89-106.
- SONG, H., YANG, Y., ve TAO, Z. (2020), “How Different Types of Financial Service Providers Support Small-and Medium-Enterprises under the Impact of COVID-19 Pandemic: from the Perspective of Expectancy Theory”, *Frontiers of Business Research in China*, 14(1), 1-2.
- TAHİROĞLU, A.F. ve BOZKURT, C. (2021), Dijitalleşme ve Covid-19 Pandemisi Arasındaki İlişki: Uygulamalı Bir Analiz. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 9(2), 145-154.
- TAKAN, M. ve BOYACIOĞLU, M.A. (2011), *Bankacılık Teori Uygulama ve Yönetimi*, Nobel Akademik Yayıncılık, İstanbul.
- VAN DOREMALEN, N., BUSHMAKER, T., MORRIS, D.H., HOLBROOK, M.G., GAMBLE, A., WILLIAMSON, B.N. ve MUNSTER, V.J. (2020), Aerosol and Surface Stability of SARS-CoV-2 as Compared with SARS-CoV-1, *New England journal of medicine*, 382(16), 1564-1567.
- WANG, C., PAN, R., WAN, X., TAN, Y., XU, L., HO, C.S. ve HO, R.C. (2020a), Immediate Psychological Responses and Associated Factors during the Initial Stage of the 2019 Coronavirus Disease (COVID-19) Epidemic among the General Population in China, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(5), 1729.
- WANG, V., NNAJI, H. ve JUNG, J. (2020b), Internet Banking in Nigeria: Cyber Security Breaches, Practices and Capability, *International Journal of Law, Crime and Justice*, 62(100415) 1-11.
- YAKIN, B. (2021), Türk Bankacılık Sektörünün Dijital Dönüşümüne Pandemi Sürecinin Etkisi, Editörler: Bahattin Erden ve Bora Topal, *Bankacılık ve Sermaye Piyasası Çalışmaları*, (s.153-178), Efe Akademi Yayınları, İstanbul.
- YANG, Y., LI, W., ZHANG, Q., ZHANG, L., CHEUNG, T. ve XIANG, Y.T. (2020), Mental Health Services for Older Adults in China during the COVID-19 Outbreak, *The Lancet Psychiatry*, 7(4), e19.
- YETİZ, F. (2021), Covid-19 Pandemi Sürecinin Türk Bankacılık Sektörü Çalışanlarına ve Müşterilerine Etkileri: Swot Analizi, *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (22), 109-117.
- YILDIRIM, A. ve ŞİMŞEK, H. (2018), *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- YILDIRIM, O. (2004), *Türk Bankacılık Sektöründe Yaşanan Finansal Krizler (1980-2002): Nedenleri, Sonuçları ve Ekonomik Etkileri*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- YILMAZ, A.A. (2013), Bank Efficiency Analysis in Turkish Banking System, In *WEU International Academic Conference Proceedings*, 112-121.
- YÜKSEL, A.S., YÜKSEL, A. ve YÜKSEL, Ü. (2002), *Banka Yönetimi El Kitabı*, Alfa Yayınları, İstanbul.
- YÜKSEL, A.S., YÜKSEL, A. ve YÜKSEL, Ü. (2004), *Bankacılık Hukuku ve İşletmesi*, Beta Basım Yayın, İstanbul.



SAĞLIK TURİZMİNİN ÖNCÜ SEKTÖRÜ; SAÇ EKİMİ UYGULAMALARI: BİBLİYOMETRİK BİR ANALİZ

Ferhat Onur AĞAOĞLU¹

ÖZET

Bu çalışma, saç ekimi literatürüne yönelik bir bibliyometrik analiz gerçekleştirmeyi amaçlamakta olup, alandaki akademik çalışmaların eğilimlerini, önde gelen araştırmacıları ve en çok atıf alan kaynakları belirlemeyi hedeflemektedir. Ayrıca, saç ekimi konusunda hangi bilimsel alanlarda daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulduğunu ortaya koyarak gelecekteki araştırmalara önemli bilgiler sunmayı amaçlamaktadır. Araştırma, Web of Science veri tabanından elde edilen verilerle yürütülmüştür. Analizler, VOSviewer yazılımı kullanılarak yapılmış ve anahtar kelime analizi, ortak yazarlık analizi, atıf analizi, dergi analizi ve ülke bazlı analizler gibi bibliyometrik analiz yöntemleri uygulanmıştır. Çalışma, 1980 ile 2025 yılları arasında yayımlanmış 2.409 akademik kaynaktan elde edilen verileri kapsamaktadır. Analizler sonucunda, saç ekimi alanındaki akademik çalışmaların özellikle dermatoloji ve cerrahi disiplinlerinde yoğunlaştığı belirlenmiştir. Bunun yanı sıra, hücre biyolojisi, deneysel tıp ve immünoloji gibi alanlarda da önemli bir artış gözlemlenmiştir. En çok atıf alan ülkeler arasında ABD, Japonya, Çin ve Birleşik Krallık yer almaktadır. En çok atıf alan dergiler arasında ise Dermatologic Surgery, Journal of Cosmetic Dermatology ve Journal of Dermatologic Surgery and Oncology bulunmaktadır. Ortak yazarlık analizinde, alana önemli katkılarda bulunan belirli araştırmacıların öne çıktığı tespit edilmiştir. Saç ekimi alanındaki akademik çalışmaların artan bir ivmeyle gelişmekte olduğu ve disiplinlerarası bir yaklaşımla ele alındığı görülmüştür. Gelecekteki araştırmaların daha spesifik ve disiplinlerarası yaklaşımlarla gerçekleştirilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır. Ayrıca, daha fazla klinik çalışma yapılması ve yeni teknolojik gelişmelerin incelenmesi önerilmekte, böylece saç ekimi literatürünün zenginleştirilmesi hedeflenmektedir. Bu doğrultuda, saç ekimi turizminde hizmet kalitesi standartlarının bir üst seviyeye taşınmasına katkı sağlayacak bilgiler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Saç Ekimi, Sağlık Turizmi, Bibliyometrik Analiz, Vosviewer

LEADING SECTOR OF HEALTH TOURISM; HAIR TRANSPLANTATION APPLICATIONS: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS

ABSTRACT

This study aims to perform a bibliometric analysis of the hair transplantation literature to identify the trends of academic studies in the field, the main researchers and the most cited sources. It also aims to provide important information for future research by revealing which scientific fields require more research in hair transplantation. The research was carried out with the data obtained from the Web of Science database. The analyses were performed using VOSviewer software and bibliometric analysis methods such as keyword analysis, co-authorship analysis, citation analysis, journal analysis and country-based analyses were applied. The study included data from 2,409 academic sources

¹Dr .Öğretim Üyesi, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İ.İ.B.F. Sağlık Yönetimi Bölümü, fagaoglu@erzincan.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5366-6154

Geliş Tarihi: 27.04.2025 / Kabul Tarihi: 27.06.2025 Çalışma Türü: Araştırma Makalesi

Yazarlar, herhangi bir çıkar çatışması beyan etmemiştir. Turnitin/Ithenticate/Intihal ile İntihal Kontrolünden Geçmiştir. Screened for Plagiarism by Turnitin/Ithenticate/Intihal Licenced by CC-BYNC ile lisanslıdır.

published between 1980 and 2025. As a result of the analyses, it was determined that academic studies in the field of hair transplantation are concentrated especially in dermatology and surgery disciplines. In addition, a significant increase was observed in fields such as cell biology, experimental medicine and immunology. The most cited countries are the USA, Japan, China and the UK. In addition, the most cited journals include 'Dermatologic Surgery', 'Journal of Cosmetic Dermatology' and 'Journal of Dermatologic Surgery and Oncology'. In the co-authorship analysis, it was determined that certain researchers who contributed to the development of the field came to the fore. It has been observed that academic studies in the field of hair transplantation are developing with increasing momentum and are handled with an interdisciplinary approach. It was concluded that future research should be conducted with more specific and interdisciplinary approaches. In addition, it is recommended that more clinical studies should be conducted and new technological developments should be examined to enrich the academic literature on hair transplantation. In this parallel, information has been provided to bring the standards of service quality in hair transplantation tourism to the next level.

Key Words: Hair Transplantation, Health Tourism, Bibliometric Analysis, Vosviewer.

INTRODUCTION

In today's conditions where healthcare services are globalised and rapidly developing, the medical tourism market has reached a capacity of \$24.14 billion in 2023, with an average of 14 million people receiving services annually (Fortune Business Insights, 2024). Türkiye has become an important destination in medical tourism thanks to its geographical location, advanced healthcare infrastructure, affordable and short waiting time healthcare services, and rich historical and cultural heritage; and it stands out especially in treatments such as in vitro fertilisation, cancer treatment, neurosurgery, ophthalmology, dental, cardiac and orthopedic disorders, aesthetic surgery, organ transplantation and hair transplantation (Büyük & Akkuş, 2024). With the development and medicalisation of modern medicine, surgery and pharmaceutical technologies; drugs and hair transplantation surgeries have started to be perceived as miraculous treatments (Szymczak & Conrad, 2006). Especially the advertisements of products and services for hair transplantation as a remedy for hair loss in media tools have emerged as a result of medicalisation (Sezgin, 2015). Türkiye, which stands out among health tourism destinations with its quality services and competitive prices, takes a significant share of the global market in the hair transplantation industry (İlhan & Özdoğan, 2022). Especially Istanbul as one of the leading destinations in this field is known as "Turkish Hairlines" in the world (Cengiz & Koç, 2024). Researches indicating that the first expression that comes to mind when it comes to health tourism in Türkiye is "hair transplantation" (Yıldız & Yazıcı Ayyıldız, 2024); is an indication of how popular the sector is and that it is integrated with the country's tourism. Visitors, especially from Gulf countries, also prefer Türkiye for non-essential medical operations such as hair transplantation and plastic surgery (Antalya Provincial Directorate of Culture and Tourism, 2021)

It was determined that the experiences of tourists travelling for hair transplantation consist of six main components: 'clinic and equipment quality', 'service quality', 'price-performance perception', 'transfer and accommodation services', 'meeting expectations' and 'follow-up processes' (Tanrıverdi et al., 2025). In another study conducted on a sample of tourism faculty academicians, in response to the question "What are the most preferred treatments in health tourism in Türkiye?", it was found that hair transplantation, aesthetic operations, organ transplants, surgical operations, dental and implant treatment, thermal treatments using thermal springs, especially in İçmeler, and eye treatment were the most preferred treatments; They stated that especially Arabs choose Türkiye for hair transplantation, that the country in general is good in organ transplants, especially the face transplant performed by Akdeniz University, and that Türkiye is preferred because dental treatments are cheaper compared to European countries (Gökmen et al., 2020). When the comments made by patients receiving hair transplantation services in Türkiye regarding the physician performing the procedure are analysed, it is seen that the physicians' characteristics such as being sincere, knowledgeable, competent, having time management skills, friendly, helpful, providing complete information, reducing anxiety and fear, reliable, empathising, experienced and proven, and being humble are emphasised (Güder & Yılmaz, 2023). In parallel with this, the fact that hair transplantation treatments have started to be offered at much more affordable prices and high service quality in our country compared to other countries has led to the interest in this field and the development of medical tourism (Cengiz & Koç, 2024)

Hair transplantation, which has become a very popular medical procedure for individuals suffering from hair loss, has become an important element for the tourism industry as individuals seek quality and competitive prices. Considering that hair transplantation is a rapidly growing sector that blends medical developments with travel opportunities; it can be stated as a serious possibility that the integration process into tourism with the right organisations will bring successful results. When the right policies are implemented, this field can continue to develop as a sustainable and beneficial industry for

both patients and service providers. At this point, analysing the trends of academic studies can contribute to the organisation and carrying the research on the subject to the next stage.

1. METHODOLOGY

In this part of the study, academic studies on "hair transplantation" were analysed using the Web of Science database. In this direction, the aim of the study, the analysis methods used and the details of the findings obtained are presented.

When the literature is examined, it is seen that different programmes are used in bibliometric analysis. In this study, VOSviewer software, which is considered to be more functional, was preferred and analyses were performed. VOSviewer is considered as a guiding tool for researchers who want to discover innovations and developments in the literature. In addition, thanks to its visualisation, multidimensional analysis and mapping features, it allows a more detailed examination of data sets. Choosing this database for studies such as bibliometric analysis is an important factor in increasing the reliability of the research. In addition, Web of Science contains many qualified and reliable studies from different disciplines by providing various control mechanisms that enable advanced data analyses. (Dirik et al., 2023, p. 173).

The data used in the study were taken from the Web of Science database. Within the scope of the study, on 19.02.2025, it was seen that there were 2,409 studies in the Web of Science database with the keyword "hair transplantation" by selecting "all fields". Between 1980 and 2025, 1825 articles, 289 review articles, 95 letters, 88 editorials, 76 meeting abstracts, 63 proceedings, 51 book chapters, 18 early access, 10 notes, 5 corrections, 2 reprints, 1 book review, 1 correction, addition and 1 withdrawn publication type study from different disciplines were reached. According to disciplines, most of the studies belong to the fields of dermatology (809), surgery (720), cell biology (193), experimental medicine research (166), oncology (157), transplantation (140), cell tissue engineering (134), immunology (127), hematology (96) and neuroscience (88). The data set used was analysed in terms of co-author, citation, journal, country, institution, source and citation analyses. As a result, the following research questions were reviewed in this study.

1. What is the trend in the number of publications of academic studies on hair transplantation according to years?
2. What are the most commonly used keywords in hair transplantation literature?
3. Which are the most cited sources in studies on hair transplantation?
4. According to the co-citation analyses in the hair transplantation literature, which authors are most frequently cited?
5. Who are the publishers with the most publications in hair transplantation literature?

The classification of the results obtained as a result of the bibliometric analysis in terms of the most common types of studies, the most published authors, the top 5 categories of Web of Science, the most published languages and the most published publishers and their total numbers are given in Table 1.

Table 1: Bibliometric Analysis Summary Information

Range of Publication Years	Most Common	Most Published Authors	Web Of Science Top 5 Categories	Most Published Languages	Most Broadcasting Publishers
----------------------------------	----------------	------------------------------	---------------------------------------	--------------------------------	---------------------------------

Types of Work					
1980	Article (1826)	Hu, Zhiqi (35)	Dermatology (810)	English (2,323)	Elsevier (536)
	Review Article (288)	Park, Jae Hyun (32)	Surgery (719)	German (49)	Wiley (459)
	Letter (96)	Miao, Yong (31)	Cell Biology (193)	French (14)	Springer Nature (296)
	Editorial Material (88)	Hoffman, Rober M. (28)	Experimental Medicine Research (166)	Spanish (10)	Lippincott Williams&Wilkins (252)
	Abstracts (76)	Fan, Zhexiang (20)	Oncology (157)	Korean (4)	Taylor & Francis (62)
Total Work: 2.525		Total Number of Authors: 200	Total number of Categories: 114	Total Number of Languages: 10	Total Publishers: 202

2. FINDINGS

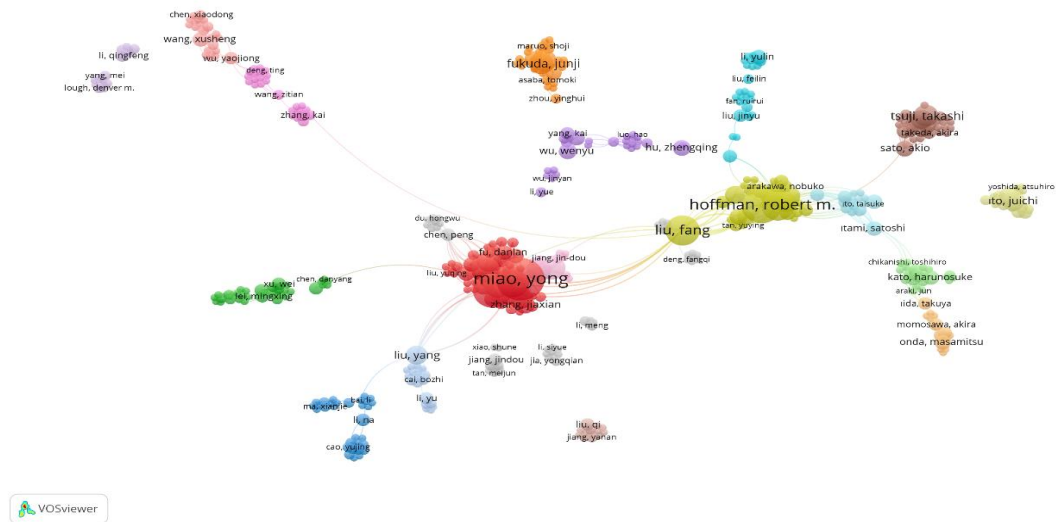
In this section, bibliometric information on the concept of hair transplantation is explained with visuals.

2.1. CO-AUTHORSHIP OF AUTHORS

Using co-authorship analysis, based on the criteria of at least one publication and at least one citation, the authors who collaborate the most and have the strongest connections with each other were identified and a network map was created. As a result of the analysis, 9681 authors and 2987 connections were identified in a single cluster among the authors with the highest number of connections. The authors with the highest number of studies were Maiao Yong (35), Park Jae Hyun (30) and Hoffman Robert M. (24). The most cited authors were Hoffman, Robert M. with 781 citations, Clevers Hans, Barker, Nick, Van Es and Johan H, Jacks Viljar, Kasper Maria, Snippert Hugo J. and Toftgard Rune with 765 citations and Amoh Yasuyuki and Katsuoka Kensei with 699 citations. It is seen that the author

with the highest number of studies is also in the first place among the most connected authors (Miao Yong).

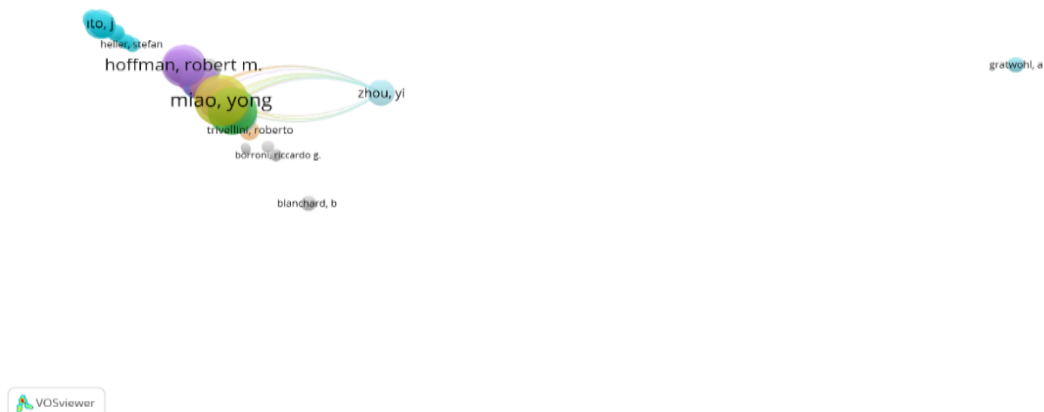
Figure 1: Author Links Indicating Author Collaborations



2. 2. CITATION ANALYSIS BY AUTHORS (CITATION OF AUTHORS)

In order to perform the author citation analysis, a network map including authors who have published at least one publication and received at least one citation was created. As a result of the analysis, a total of 31 clusters, 35,843 links and 45,206 total link strengths were identified in the analysis of 2,285 linked units. Among the most cited authors, Robert M. Hoffman ranked first with 781 citations, while Hans Clevers, Johan H. Van Es, Nick Barker, Rune Toftgard, Hugo J. Snippert, Maria Kasper and Viljar Jaks shared the second place with 765 citations. Kensei Katsuoko and Yasuyuki Amoh ranked third with 699 citations. The most cited author also topped the list in terms of total link strength.

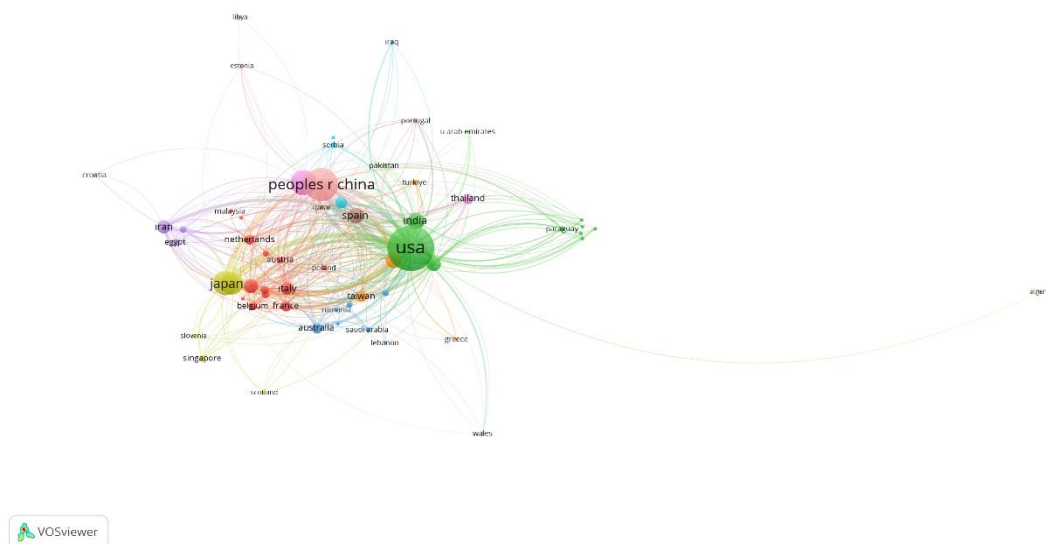
Figure 2: Authors' Citation Links



2. 3. CITATION ANALYSIS BY COUNTRIES

In order to analyse the citations of publications according to their country of origin, a network map was created by taking into account the criterion that a country publishes at least one work and receives citations. In this framework, 59 interrelated elements were analysed. 13 clusters, 435 links and 2914 total link strength were identified. The countries with the highest number of citations were USA (7056 citations) and Japan (2617 citations) China (1815 citations) and England (1483 citations) the ranking of the total linking power for these countries is USA (1479), China (698), Japan (439) and South Korea (356). The ranking of the number of publications is as follows: USA (288 publications), China (153 publications), South Korea (87 publications) and Japan (85 publications).

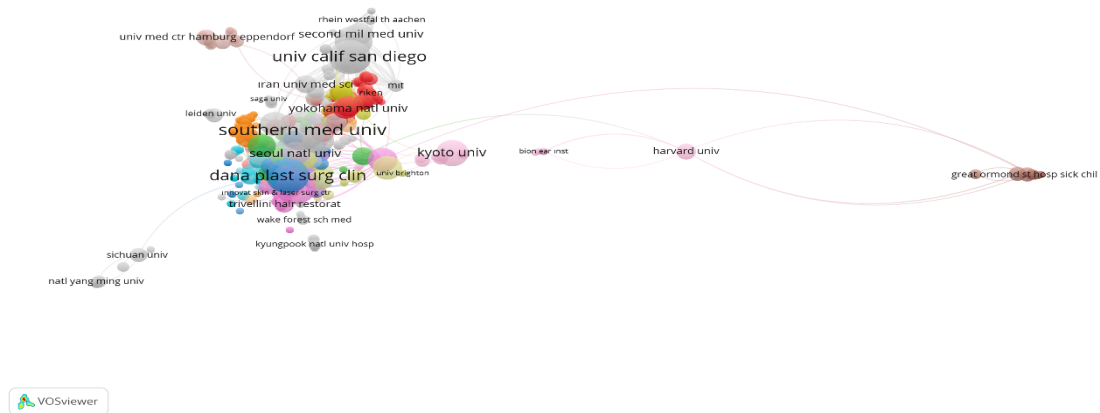
Figure 3: Citation Links by Country



2. 4. CITATION ANALYSIS BY CITATION OF ORGANISATIONS

In order to visualise the citation relationships between institutions, a network map was created including institutions that have published and cited at least one work. In this context, 26 clusters, 8,058 links and a total of 10,801 link strength were identified as a result of the analysis of 921 interconnected items. Among the institutions that produced the most publications, Southern Medical University (29 works), Dana Plastic Surgery Clinic (23 works), University of California San Diego (22 works) and University of Miami (21 works) stand out. The institutions to which the studies with the highest impact in terms of the number of citations are affiliated are Kitasato University (1,301 citations), University of California San Diego (1,114 citations) and University of Tartu, Novum, Hubrecht Institute and Estonian Biocenter (765 citations). One of the three institutions producing the most works is also in the top three of the most cited institutions.

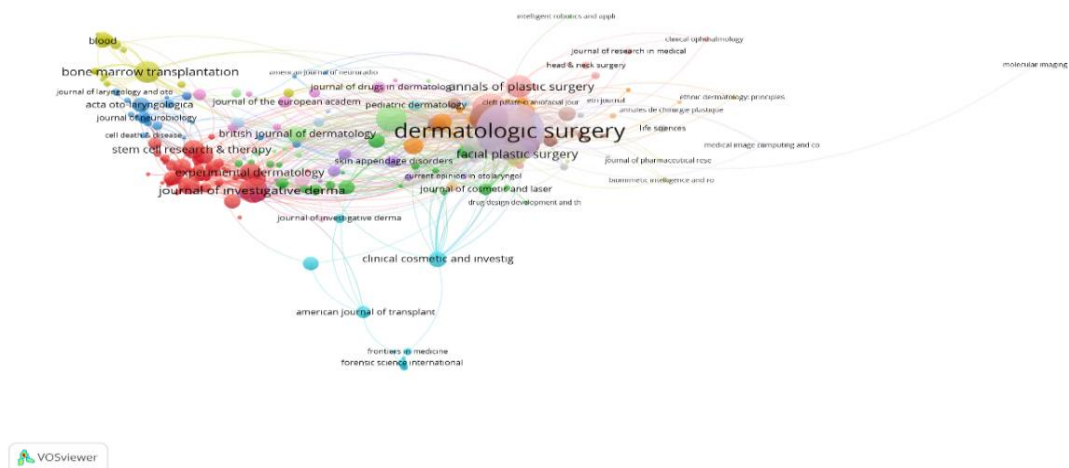
Figure 4: Citation Links by Institutions



2. 5. CITATION OF SOURCES ANALYSIS

In order to create a network map according to the citation of the sources, the analysis was carried out with 262 items under the restriction that at least 1 work was published and 1 citation was received. In the analysis, it was determined that there were 22 clusters, 1211 links and 2667 total link strength. The most cited sources were Dermatologic Surgery (199 citations), Journal of Cosmetic Dermatology (63 citations) and Journal of Dermatologic Surgery and Oncology (59 citations).

Figure 5: Most Frequently Cited Source Links

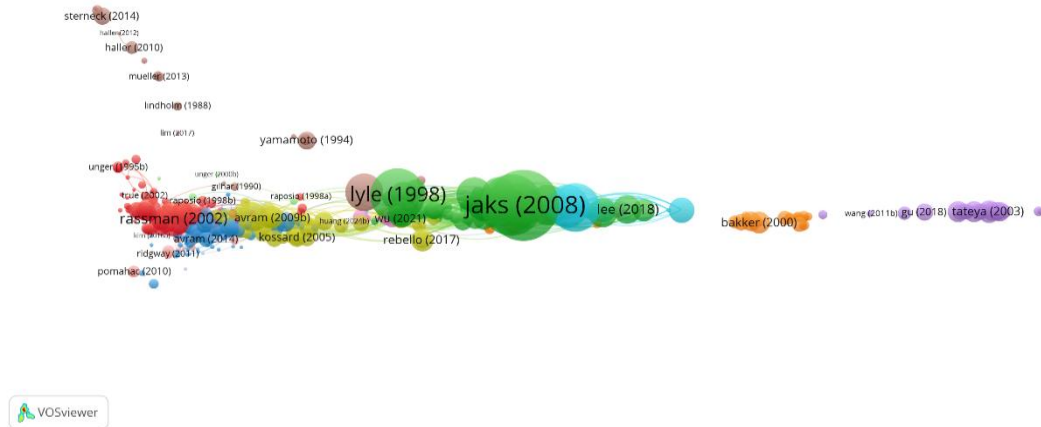


2. 6. BIBLIOGRAPHIC COUPLING OF DOCUMENTS

Bibliographic matching refers to the situation where two independent sources refer to a common work. As a result of the analysis performed on 734 items that were selected with the criterion of being cited at least once and linked to each other, 12 clusters, 24,604 links and 43,323 link strength in total were determined. The most similar studies in terms of bibliographic matching were Jaks (2008) with 765 citations, Plikus (2008) with 571 citations and Lyle (1998) with 436 citations. On the other hand,

Jimenez (2021a), Vogel (2013) and Zheng (2023) stand out among the studies with the highest total link strength.

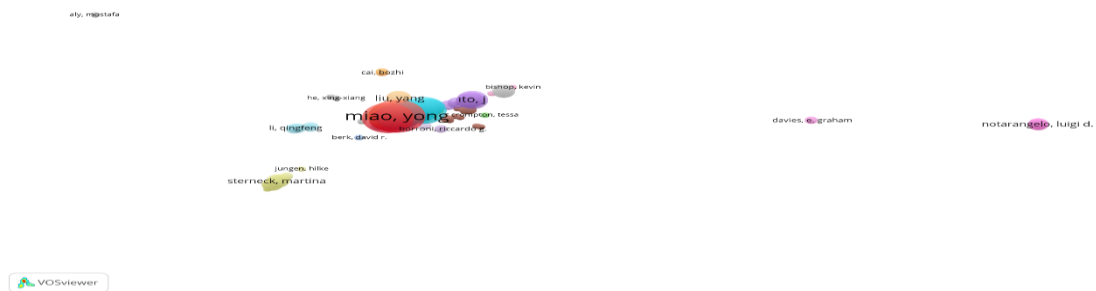
Figure 6: Bibliographic Matching Links of the Works



2.7. BIBLIOGRAPHIC COUPLING OF AUTHORS

As a result of the analysis carried out on 2,837 items that were selected according to the criteria of having published at least one work and having received at least one citation, 26 clusters, 401,659 links and a total of 1,480,706 link strength were identified. The most similar authors in terms of bibliographic matching were Miao Young (20,294 link strength) with 35 citations, Park Jae Hyun (7,422 link strength) with 30 citations and Robert M. Hoffman (22,658 link strength) with 24 citations.

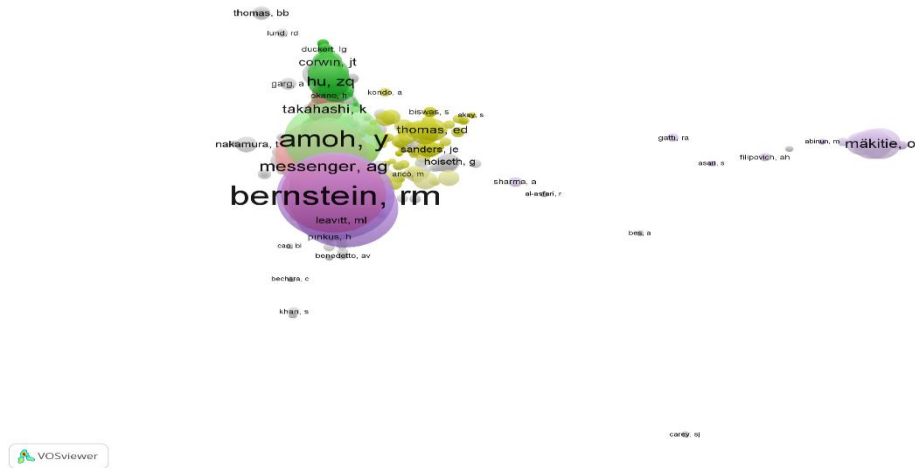
Figure 7: Authors' Bibliographic Matching Links



2. 8. CO-CITATION OF CO-AUTHORS

Different sources cited together in a publication are called co-citation. As a result of the analysis performed on 341 items selected with a minimum of 10 citations, a total of 6 clusters, 17,985 links and 67,173 link strengths were determined. The authors with the highest number of co-citations were Bernstein RM with 212 citations, Rassman WR with 168 citations and Unger WP with 168 citations.

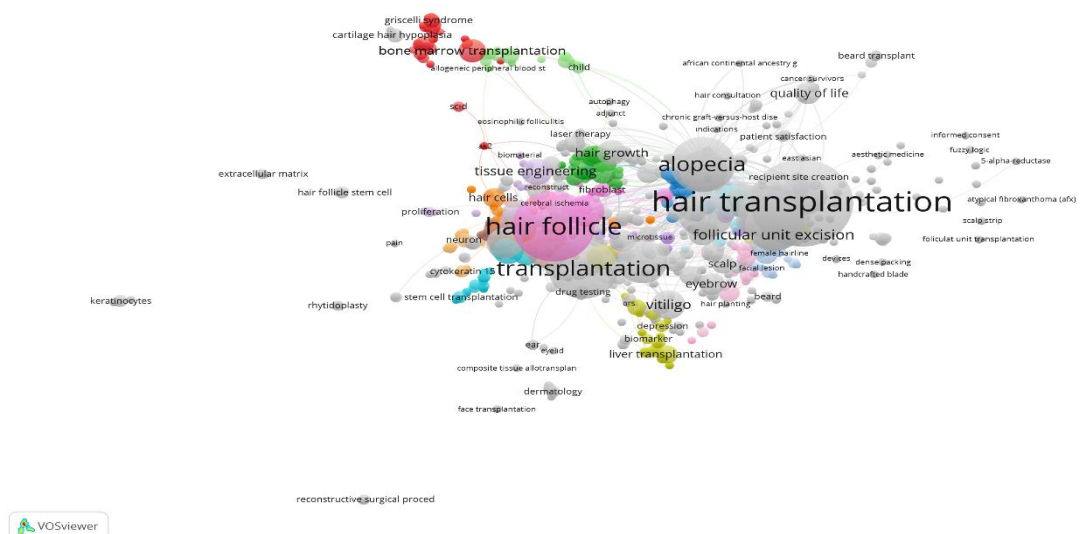
Figure 8: Links Between Co-Cited Authors



2. 9. KEYWORD ANALYSIS (CO-CITATION OF CO-AUTHORS)

When the most frequently used keywords in the publications related to the concept of hair transplantation are examined, it is seen that the concepts of hair transplantation with 142 repetitions, hair follicle with 91 repetitions, tranplantation with 65 repetitions, alopecia with 57 repetitions and hair transplant with 48 repetitions are predominantly used. The most frequently used keywords in terms of total link strength were hair transplantation, hair follicle, tranplantation and alopecia.

Figure 9: Most Frequently Used Keyword Links



3. DISCUSSION AND CONCLUSION

This study presents a bibliometric analysis of the hair transplantation literature, aiming to identify the general trends, main actors and most cited sources of academic studies in this field. The analyses conducted using the Web of Science database have shown that academic studies on hair transplantation are increasing with a growing momentum and are addressed in different fields of science with an interdisciplinary approach.

As a result of the analyses, it was determined that academic studies in the field of hair transplantation are concentrated especially in dermatology and surgery disciplines. In addition to these disciplines, it has been determined that studies in areas such as cell biology, experimental medicine and immunology have also increased. Patwardhan and Mysore (2008) also described hair transplantation as a surgical method used in hair restoration. They stated that the doctor who will perform this application should be a specialist who has completed postgraduate education in the field of dermatology and has sufficient theoretical knowledge about dermo-surgery in a center providing dermatosurgery training. The findings obtained reveal that academic studies on hair transplantation have increased over the years and that there has been a great accumulation in the literature from the 1980s to the present day. Avram and Rogers (2009) also stated that the hair transplantation field has evolved and developed gradually in the last quarter century and that hair loss has started to be prevented in patients. Rassman (2015), in his study discussing the future of hair transplantation, emphasised the continuous development of the field. He also stated that the 1990s witnessed great changes in hair transplantation; moreover, the use of a large number of small grafts and the acceptance of follicular unit transplantation as the new "gold standard" in this period were among the important developments in the field of hair transplantation.

Co-authorship analysis showed that there is an intensive collaboration network among academics publishing in the field of hair transplantation. When the most published and cited authors were analysed, it was determined that certain researchers made significant contributions to the academic development of the field. Citation analyses revealed that the main researchers who have an impact in this field have a significant impact on other studies.

Analyses on the basis of countries showed that the countries with the highest number of publications and citations are "USA, Japan, China and UK". This finding reveals that academic studies on hair transplantation are largely carried out by developed countries and that research centers and academic institutions in these countries are effective in this field. Inter-institutional citation analyses showed that institutions such as "Southern Medical University", "Dana Plastic Surgery Clinic", "University of California San Diego" and "University of Miami" have significant number of publications and citations in the field of hair transplantation.

When the source citation analyses were examined, it was seen that journals such as "Dermatologic Surgery", "Journal of Cosmetic Dermatology" and "Journal of Dermatologic Surgery and Oncology" were among the most cited sources in this field. This shows that academic publications on hair transplantation are concentrated around certain journals and that these journals provide important sources of information for the literature.

Keyword analyses revealed that academic studies on hair transplantation are mostly shaped around concepts such as "hair transplantation", "hair follicle", "alopecia" and "transplantation". This finding is important for understanding the basic conceptual framework of the studies published in the hair transplantation literature.

In general, bibliometric analyses in the field of hair transplantation have systematically examined the publication distribution of academic studies in this field, citation rates, academic collaborations between countries and institutions, and the main sources in the literature. These findings serve as a guide

for academics who want to conduct studies on hair transplantation and provide important reference points for future research. At the same time, these analyses provide important information for researchers who will work in this field by revealing in which directions the academic development in the field of hair transplantation is progressing and which areas and topics in the literature require further research.

In conclusion, the bibliometric analysis of hair transplantation literature reveals that this field has become a growing academic research area that is integrated with different disciplines. This study also provides important information for the development of future academic studies in a way that will allow them to be carried out with more specific and interdisciplinary approaches.

4. THEORETICAL AND PRACTICAL IMPLICATIONS

This study provides comprehensive insights into the existing literature on hair transplantation through a comprehensive bibliometric analysis. Theoretically, the findings aim to contribute to academic discourse by mapping the intellectual structure, influential authors and key research topics in the field. The identification of the most cited authors, journals and institutions improves the understanding of the process of knowledge production and dissemination in hair transplant research. Furthermore, the analysis of co-authorship networks and bibliographic links reveals collaborative patterns, highlighting the interdisciplinary nature of this field, encompassing dermatology, surgery, cell biology and immunology. The current findings may guide future researchers to identify gaps in the literature and explore less explored areas for more comprehensive research.

From a practical perspective, the results of the study have important implications for medical practitioners, health policy makers and organisations interested in hair transplantation. Understanding the most productive countries, institutions and authors in the field can facilitate international collaborations and strengthen global research networks. In addition, current results can also improve the quality of clinical practice. The identification of leading journals and important publications is also expected to provide practitioners with reliable sources for evidence-based practice and the latest advances in hair transplantation techniques. In addition, the recognition of the most frequently cited topics and keywords may also help practitioners to be informed about emerging trends and innovative approaches in this field.

Overall, the current research not only enriches the theoretical foundations of hair transplantation studies, but also offers practical implications for academics, clinicians and healthcare industry professionals seeking to improve knowledge, collaborations and clinical practice in the evolving field.

5. ASSUMPTIONS AND LIMITATIONS

Certain assumptions were taken into consideration while conducting bibliometric analysis of the academic literature in the field of hair transplantation. Firstly, Web of Science database was used as the main data source of the study. Although this choice was made in order to provide access to high quality and peer-reviewed publications in the literature, it led to the exclusion of relevant studies in other databases. Therefore, the current situation constitutes a limitation in terms of generalising the results of the analysis.

The VOSviewer software used in the study is widely accepted as a preferred and reliable tool in bibliometric analyses (Van Eck & Waltman, 2009). However, the limited visualisation capabilities of the software and the limitations in the application of certain analysis techniques caused limitations in performing more in-depth analyses. In addition, the data analysed in this study only focused on publications published in English. This may cause studies in other languages to be ignored and may limit the universality of the literature analysed. In addition, only publications in a certain date range

(1980-2025) were considered in the study and studies outside this date range were excluded from the scope of the analysis. The date limitation may lead to deficiencies in providing a comprehensive overview of the historical development of hair transplantation literature.

Finally, the research was based on citation analyses only. Although the number of citations is an important indicator in measuring the academic impact of studies, it may not always be considered as an absolute measure of scientific quality (Ioannidis et al., 2016). In particular, low citation rates of new publications do not mean that these studies are worthless.

REFERENCES

- Amoh, Y., Kanoh, M., Niiyama, S., Hamada, Y., Kawahara, K., Sato, Y., & Katsuoka, K. (2009). Human Hair Follicle Pluripotent Stem (Hfps) Cells Promote Regeneration of Peripheral-Nerve Injury: An Advantageous Alternative to ES and iPS Cells. *Journal of Cellular Biochemistry*, 107(5), 1016-1020.
- Antalya Provincial Directorate of Culture and Tourism. (2021). Health Tourism, Access Address: <https://antalya.ktb.gov.tr/TR-175451/saglik-turizmi.html>, Access Date: 14.12.2024.
- Avram, M., & Rogers, N. (2009). Contemporary Hair Transplantation. *Dermatologic surgery*, 35(11), 1705-1719.
- Büyük, Ö., & Akkuş, G. (2024). Medical Tourism Data and Statistics: The Rise of Developing Countries and Türkiye (Medical Tourism Data and Statistics: The Rise of Developing Countries and Türkiye). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 12(2), 1105-1124.
- Cengiz, E., & Koç, A. (2024). Hair Transplantation in Türkiye in The Scope Of Medical Tourism. *International Journal of Social And Humanities Sciences*, 8(1), 201-214.
- Dirik, D., Eryılmaz, İ., Erhan, T. (2023). Bibliometric Analysis of Studies on Post-Truth Concept with Vosviewer. *Sosyal Mucit Academic Review*, 4(2),
- Fan, Z. X., Gan, Y., Qu, Q., Wang, J., Lunan, Y., Liu, B., & Miao, Y. (2021). The Effect of Hyperbaric Oxygen Therapy Combined with Hair Transplantation Surgery for The Treatment of Alopecia. *Journal of Cosmetic Dermatology*, 20(3), 917-921.
- Fortune Business Insights (2024). Market Research Report. <https://www.fortunebusinessinsights.com/industryreports/medical-tourism-market-100681>. (24.11.2024).
- Gökmen, B., Şapçılar, M. C., & Büyükşalvarcı, A. (2020). Evaluation of tourism faculty academicians' awareness of health tourism. *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(2), 1180-1198.
- Güder, M., & Yılmaz, N. (2023). Hair Transplantation as a Medicalised Field: Netnographic Analysis of Medical Patient Experiences, *International Journal of Health Sociology (IJHESO)* Y., C.3, S.1, pp.205-221.
- Hoffman, R. M. (2006). The Pluripotency of Hair Follicle Stem Cells. *Cell Cycle*, 5(3), 232-233.
- Ioannidis, J., Klavans, R., & Boyack, K. (2016). Multiple Citation Indicators and Their Composite across Scientific Disciplines. *PLoS Biology*, 14. <https://doi.org/10.1371/journal.pbio.1002501>.
- İlhan, C. F., & Özdoğan, O. N. (2022). Hair Transplantation Treatment in The Scope of Health Tourism; Türkiye and Poland Comparison. *Pamukkale University Journal of Institute of Social Sciences*, (53), 265-276.
- Jaks, V., Barker, N., Kasper, M., Van Es, J. H., Snippert, H. J., Clevers, H., & Toftgård, R. (2008). Lgr5 Marks Cycling, Yet Long-Lived, Hair Follicle Stem Cells. *Nature Genetics*, 40(11), 1291-1299.
- Jimenez, F., Alam, M., Vogel, J. E., & Avram, M. (2021a). Hair Transplantation: Basic Overview. *Journal of The American Academy of Dermatology*, 85(4), 803-814.
- Liu, Z., Zhou, Y., Fan, Z., Zhang, J., Xiao, C., Xian, H., & Miao, Y. (2024). Follicular Unit Excision Hair Removal of Unwanted Facial Terminal Hair in Five Facial Areas: A Retrospective Multicentre Cohort Study. *Aesthetic Plastic Surgery*, 1-8.
- Lyle, S., Christofidou-Solomidou, M., Liu, Y., Elder, D. E., Albelda, S., & Cotsarelis, G. (1998). The C8/144B Monoclonal Antibody Recognises Cytokeratin 15 and Defines The Location of Human Hair Follicle Stem Cells. *Journal Of Cell Science*, 111(21), 3179-3188.

- Park, J. H., Kim, N., & You, S. H. (2024). Hair Transplantation Versus Scalp Micropigmentation: A Retrospective Study of Treatment Selection in Persons with Female Pattern Hair Loss. *Journal of Cosmetic Dermatology*, 23(10), 3347-3355.
- Patwardhan, N., & Mysore, V. (2008). Hair Transplantation: Standard Guidelines of Care. *Indian Journal of Dermatology, Venereology and Leprology*, 74 Suppl, S46-53 .
- Plikus, M. V., Mayer, J. A., de La Cruz, D., Baker, R. E., Maini, P. K., Maxson, R., & Chuong, C. M. (2008). Cyclic Dermal BMP Signalling Regulates Stem Cell Activation During Hair Regeneration. *Nature*, 451(7176), 340-344.
- Rassman, W. (2015). The Future of Hair Transplantation. *International Society of Hair Restoration Surgery*, 25, 198 - 199. <https://doi.org/10.33589/25.5.0198>.
- Rassman, W. R., Bernstein, R. M., McClellan, R., Jones, R., Worton, E., & Uyttendaele, H. (2002). Follicular Unit Extraction: Minimally Invasive Surgery for Hair Transplantation. *Dermatologic Surgery*, 28(8), 720-728.
- Sato, T., Vries, R. G., Snippert, H. J., Van De Wetering, M., Barker, N., Stange, D. E., & Clevers, H. (2009). Single Lgr5 Stem Cells Build Crypt-Villus Structures in Vitro Without A Mesenchymal Niche. *Nature*, 459(7244), 262-265.
- Sezgin, D. (2015). Health and Tıbbileştirme in the Perspective of Gender, Hasta Toplum: Sexism, Tıbbileştirme ve Tüketime Dair Sağlık Çözümlmeleri, (Ed.) D. Alptekin, 55-79, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık
- Snippert, H. J., Haegebarth, A., Kasper, M., Jaks, V., Van Es, J. H., Barker, N., & Clevers, H. (2010). Lgr6 Marks Stem Cells in The Hair Follicle That Generate All Cell Lineages of The Skin. *Science*, 327(5971), 1385-1389.
- Szymczak, J. E., & Conrad, P. (2006). Medicalising The Aging Male Body: Andropause and Baldness. *Medicalised masculinities*, 89-111.
- Takaoka, N., Yamane, M., Hasegawa, A., Obara, K., Shirai, K., Aki, R., & Amoh, Y. (2024). Rat Hair-Follicle-Associated Pluripotent (HAP) Stem Cells Can Differentiate Into Atrial or Ventricular Cardiomyocytes in Culture Controlled by Specific Supplementation. *Plos One*, 19(1), e0297443.
- Tanriverdi, H., Çiki, K. D., Uygun, N., & Çiki, S. (2025). Narratives of Medical Tourists Travelling for Hair Transplant: A Case of Türkiye. *Tourism Recreation Research*, 1-13.
- Unger, W. P. (2005). Hair Transplantation: Current Concepts and Techniques in *Journal of Investigative Dermatology Symposium Proceedings* (Vol. 10, No. 3, pp. 225-229). Elsevier.
- Van Eck, N., & Waltman, L. (2009). Software survey: VOSviewer, A Computer Programme for Bibliometric Mapping. *Scientometrics*, 84, 523-538. <https://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3>.
- Vogel, J. E., Jimenez, F., Cole, J., Keene, S. A., Harris, J. A., Barrera, A., & Rose, P. T. (2013). Hair Restoration Surgery: The State of The Art. *Aesthetic Surgery Journal*, 33(1), 128-151.
- Yıldız, N., & Yazıcı Ayyıldız, A. (2024). Evaluation of Current Health Tourism Activities from the Perspective of Tourism Students. *Safran Journal of Culture and Tourism Research*, 7(1): 69-86.
- Yun, D., Kim, D., Juhyun, C., Yeom, K., Kim, M. H., Choi, M. S., & Park, B. C. (2024). Clinical Features of Patients Treated With Hair Transplants in Female Pattern Hair Loss. *Annals of Dermatology*, 36(6), 341.
- Zheng, W., & Xu, C. H. (2023). Innovative Approaches and Advances for Hair Follicle Regeneration. *ACS Biomaterials Science & Engineering*, 9(5), 2251-2276. tıflar metin içinde aşağıdaki örnekler gibi yapılmalıdır.



FINANSAL TABLOLARIN DÜZELTME ÖNCESİ VE SONRASI VERİLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI İLE KREDİ TALEPLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ¹

Celal KAYA²

Mehmet DEMİR³

ÖZET

Kredi tahsis sürecinde kredi kurumları için önemli olan konu, firmalara aktarılan kredinin belirtilen şartlarda ve sürelerde sorunsuz bir şekilde geri alınabilmesidir. Kredi tahsis kararının isabetli olması hem bankacılık sisteminin hem de ekonomik büyümenin sağlıklı olması açısından önemlidir.

Kredi taleplerinin değerlendirilmesinde hem nitel hem de nicel faktörler göz önünde bulundurulmaktadır. Kredi tahsisinde nicel faktörlerin nitel faktörlere kıyasla daha çok önemsendiği; ancak örneğin firma sahibinin kişiliği, yeteneği, iş çevresinde bıraktığı izlenim, risk iştahı, girişimcilik ruhu, iş yapma becerisi gibi nitel faktörlerin de dikkate alındığı söylenebilir.

Kredi talepleri, nicel yöntemlerden biri olan finansal analiz teknikleri kullanılarak değerlendirilmektedir. Bu analizlerde kredi talebinde bulunan firmanın finansal tablolarındaki son dönem ve bir önceki dönem kalemlerinin karşılaştırılması olarak kıyas edilmesi ön plana çıkmaktadır. Kredi taleplerinde özellikle finansal tablolarda yer alan kalemlerle ilgili düzeltme (aktarma-arındırma) işleminde her bir firma için muhtemel kötü senaryolar çizilerek klasik anlayışın dışında bir değerlendirme yapılmaktadır. Bu çalışmada öncelikle kredi talebinde bulunan firmanın orijinal mali verilerinin yer aldığı finansal tablolar, bankaya özgü aktarma-arındırma işlemiyle tekrar ele alınmış; bu işlem sonucunda düzeltilmiş mali verilere ulaşılmış ve bu yeni veriler temelinde kredi talepleri değerlendirilmiştir. Çalışmada, 2 farklı firmanın kredi taleplerinin hangi gerekçelerle kabul ve ret edildiği örnek finansal tablolar üzerinde yapılan aktarma-arındırma işlemleriyle anlatılmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kredi Taleplerinin Değerlendirilmesi, Aktarma-Arındırma İşlemleri, Finansal Tablolar, Finansal Analiz

JEL Sınıflandırması: M40, M41

EVALUATION OF CREDIT REQUESTS THROUGH THE COMPARISON OF FINANCIAL STATEMENTS BEFORE AND AFTER ADJUSTMENTS

ABSTRACT

The important issue for credit institutions in the credit allocation process is that the credit transferred to the companies can be taken back without any problems under the specified conditions and periods. The accuracy of the credit allocation decision is important for the health of both the banking system and economic growth.

¹ Bu çalışma, Prof. Dr. Mehmet DEMİR'in danışmanlığında Celal KAYA tarafından yazılan aynı adlı yüksek lisans tezinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

² Bilim Uzmanı, celalkaya04@gmail.com, ORCID ID: 0000-00028561-5367

³ Prof. Dr., Sivas CÜ., İİBF, mehmet_demir01@hotmail.com, ORCID ID: 0000-0003-1796-7974

Geliş Tarihi: 14.05.2025 / Kabul Tarihi: 28.06.2025 Çalışma Türü: Araştırma Makalesi

Yazarlar, herhangi bir çıkar çatışması beyan etmemiştir. Turnitin/Ithenticate/İntihal ile İntihal Kontrolünden Geçmiştir. Screened for Plagiarism by Turnitin/Ithenticate/İntihal Licenced by CC-BYNC ile lisanslıdır.

Both qualitative and quantitative factors are taken into consideration in the evaluation of credit requests. It can be said that quantitative factors are more important than qualitative factors in credit allocation; however, qualitative factors such as the personality, talent, impression left in the business environment, risk appetite, entrepreneurial spirit, and business skills of the company owner are also taken into consideration.

Credit requests are evaluated using financial analysis techniques, which are one of the quantitative methods. In these analyses, the comparative comparison of the latest and previous period items of the company requesting the credit comes to the forefront. In credit requests, especially in the adjustment (transfer-refinement) process related to the items in the financial statements, possible bad scenarios are drawn for each company and an evaluation is made outside the classical understanding. In this study, first of all, the financial statements containing the original financial data of the company requesting the credit were re-examined with the bank-specific transfer-purification process; As a result of this process, corrected financial data were obtained and credit requests were evaluated based on these new data. In the study, the reasons for the acceptance and rejection of credit requests of 2 different companies were tried to be explained by transfer-purification processes performed on sample financial statements.

Keywords: Evaluation of Loan Requests, Transfer-Refinement Operations, Financial Statements, Financial Analysis

JEL Classification: M40, M41

GİRİŞ

Muhasebe, firmaların yakın ve uzak çevresine bilgiler sunan bir araçtır. Muhasebeden beklenen en önemli işlevlerden biri; firmada meydana gelen finansal olayları belirli dönemlerde firma sahiplerine, kredi verenlere ve diğer ilgililere sunmaktır. Bu ise, muhasebe bilgi sisteminin çıktısı niteliğinde olan finansal tablolar aracılığıyla yapılmaktadır.

Muhasebe bilgisi ekonomik değeri olan ve birbirinden farklı amaçlar için kullanıcısı bulunan ekonomik sistemi ve kullanıcıların davranışlarını etkileyen çok değişik süreçlerin bir araya gelerek oluşturduğu sistemli bir bütündür (Kısakürek ve Pekcan 2005).

Finansal (mali) tablolarda yer alan bilgilerin işletmenin gerçek finansal ve faaliyet durumunu tam olarak yansıttığını söylemek birçok sebepten dolayı mümkün değildir. Zira her meslekte olduğu gibi muhasebe mesleğinde de hata ve hilelerin varlığı kaçınılmazdır. Bunun temelinde insan faktörünün önemli olduğu söylenebilir. Her ne kadar günümüzde muhasebe mesleğinde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanım yoğunluğu artsa da mesleği icra eden insan faktörü hala önemini korumaktadır (Şenel ve Yıldırım 2022). Dolayısıyla finansal tablolardaki verilerin dikkatlice incelenmesi ve hata ve hile konusunda daha şüpheci yaklaşım sergilenmesi alınacak kararların isabet derecesi açısından önem taşımaktadır.

Kredi taleplerinin değerlendirilmesinde hem firmanın sahiplerine hem de firmanın mali verilerine ait analizler yapılmaktadır. Kısaca firma hem nitel hem de nicel yönde incelenmektedir. Kredi taleplerinin değerlendirilmesinde finansal analiz tekniklerinden önemli derecede faydalanılmaktadır. Özellikle son dönem ve bir önceki dönem kalemlerinin karşılaştırılmalı olarak kıyas edilmesi ön plana çıkmaktadır.

Kredi tahsis sürecinde bankalar; bağımsız denetim raporu, ekran (memzuç, ortakların KKB raporları, kurumsal KKB, Findeks raporu, KKB online çek istihbarat raporu) istihbaratı ve SWOT analizinden önemli derecede faydalanılmaktadırlar. Resmi evrak ve ekran sorgulamalarının dışında piyasa istihbaratı çok kritik bir husus olarak karşımıza çıkmaktadır. Firmanın mali verilerinde ve ekran istihbaratlarında herhangi bir bozulma olmadığında erken uyarı sinyalleri kapsamında piyasa istihbaratı değerli ipuçları vermektedir.

Kredi yetkilileri, kredi taleplerini firmanın en kötü şartlar altında olduğu düşüncesiyle değerlendirmektedir. Bu tür değerlendirme için finansal tablolarda yer alan mali veriler, aktarma-arındırma işlemlerine tabi tutulmakta ve ardından arındırılmış yeni veriler ışığında değerlendirmeye devam edilmektedir.

Bu çalışmada firmaya ait mali verilerin finansal analiz teknikleri kapsamında değerlendirilmesi, orijinal mali verilerin aktarma-arındırma işlemine tabi tutulması ve nihayet kredi talebi için olumlu veya olumsuz görüş bildirilmesi aşamaları üzerinde durulmuştur.

1. FİNANSAL TABLOLARDA YAPILAN DÜZELTME (AKTARMA-ARINDIRMA) İŞLEMLERİ

Kredi tahsis sürecinde temel finansal tablolardan biri olan bilanço değerlendirilirken özellikle son dönemine ait varlıklarına ve bunların nasıl finanse edildiğini açıklayan öz kaynağına ve borcuna bakılır. Bir diğer finansal tablo olan gelir tablosu değerlendirilirken ise yine son dönemindeki net satışlarına, faaliyet kârına ve dönem net kârına bakılır. Mesela firma, esas faaliyetinden zarar etmiş ancak olağan dışı gelirlerden dolayı dönem net kârına ulaşmış ise olağan dışı gelir hesabının sonraki dönem kâr bakiyesi oluşturup oluşturmayacağına şüphe ile bakılmakta ve bu durum firmanın kredi değerliliğine olumsuz yansıtılmaktadır.

1.1. BİLANÇODA YAPILAN DÜZELTME (AKTARMA-ARINDIRMA) İŞLEMLERİ

Bilançada yapılan düzeltme işlemleri aktif ve pasif yapı temelinde ana hatlarıyla aşağıdaki gibidir.

1.1.1. Aktif Hesaplar Açısından

Aktif hesaplarla ilgili düzeltme işlemleri ana hatlarıyla aşağıdaki gibidir:

- Kasa hesabına yönelik yapılan aktarma-arındırma işlemleri; firma likiditesinin doğru ölçülmesi, net firma sermayesinin ve özellikle gelir tablosu ile ilişkilendirilen bakiyelerde kâr marjlarının doğru hesaplanması için büyük önem taşımaktadır.

- Çekler Türk Ticaret Kanunu'na (TTK) göre görüldüğünde ya da keşide gününden önce ibraz edildiği takdirde ibraz gününde ödenmesi gereken kıymetli bir evraktır. Fakat Türkiye'de piyasa şartlarında ve işleyişte çekler vadeli bir ödeme aracı olarak kullanıldığından likit olarak kabul edilmemekle birlikte hazır değerler içerisinde değerlendirilemez. Vadeli olarak düzenlenen çeklerin aslında birer senet görevi görmesi sonucunda firmanın likiditesinin doğru ölçülmesi ve alacak tahsil süresinin ve dolayısıyla faaliyet döngüsü açığının doğru hesaplanması adına 101 Alınan Çekler dönem sonunda, "121 Senetli Alacaklar" hesabına aktarılmaktadır.

- Alınan Çekler hesabının alt kırılımları incelenerek içeriğinde karşılıksız çek bulunuyor ise öz sermayeden tenzil edilmektedir. Ayrıca çekler ortaklar kaynaklı ise öz varlıklardan tenzil edilmektedir. Alınan çekler hesabının içeriğinde konsolideye dâhil grup firmaları kaynaklı bakiye bulunuyor ise ilgili bakiye 133 Bağlı Ortaklardan Alacaklar kalemine aktarılmaktadır.

- Banka mevduatları içerisinde kredi teminatı olarak blokeli tutar bulunup bulunmadığı sorgulanmalı; blokeli tutar olması halinde bloke vadesi 1 yıldan kısa mevduatlar bankalar hesabında bırakılmalı ve 1 yıldan uzun vadeli mevduatlar ise diğer çeşitli duran varlıklar hesabına aktarılmalıdır. Banka mevduatları içerisinde duran varlık yatırımlarına aktarılan/aktarılabilecek tutar bulunmakta ise ilgili bakiyeler diğer çeşitli duran varlıklar hesabına aktarılmaktadır. Bankalar hesabına kayıtlı kredi kartlı satışlar kaynaklı pos bakiyeleri, diğer ticari alacaklar hesabına aktarılmalıdır. Yatırım amaçlı alınan kredinin tamamının banka hesabına konulup, kısım kısım çekildiği durum göz önüne alındığında, bu bakiye de niteliği gereği hazır değerler içinde bulunmamalıdır ve diğer çeşitli duran varlıklar hesabında izlenmelidir. Verilen Çekler ve Ödeme Emirleri hesabı, çekin keşide edilmesi, ödeme, virman ve havale emri verilmesi, envanterde ödenmemiş çeklerin ya da henüz yerine getirilmemiş ödeme, virman ve havale emirleri tutarlarının bankalar hesabından çıkarılması dolayısıyla alacaklandırılıp, bankanın ödeme yapmasıyla borçlanarak kapanan hesaptır (Sevilengül 1993).

- Verilen çekler ve ödeme emirleri hesap bakiyesi, firmanın borç ödeme süresinin (BÖS) ve faaliyet döngüsü süresinin doğru hesaplanması açısından 321 Borç Senetleri hesabına aktarılarak bu hesapta değerlendirilmelidir.

- Senetli alacakların detayı temin edilmeli ve yüksek tutarlı izlenen bakiyeler için sistem araştırması yapılmalıdır. Dahası, yüksek tutarlı izlenen firmalarla ilgili tahsilât sorunu yaşanıp yaşanmadığı ve güncel alacak bakiyeleri sorgulanmalıdır.

Alacak senetleri içerisinde şüpheli duruma düşmüş, kanuni takibe intikal etmiş, icra aşamasına gelinmiş alacak kayıtları kayıtlı olmadığına dikkat edilmelidir. Bankalar aracılığıyla Kredi Kayıt Bürosu (KKB) internet sitesinden firmaların çek/senet bilgileri sorgulanabilmekte ve bu sayede son bir yılda arkası yazılan ve halen ödenmemiş çeklerin tutarları öğrenilebilmektedir. Arkası yazılmış ve halen ödenmemiş çek tutarları öz sermayeden tenzil edilmelidir.

Ayrıca konsolideye dâhil olan grup firmalarından alacak ya da ortaklardan alacak bakiyeleri bulunuyorsa, bu tutarlar ilgili hesaplara aktarılmalıdır.

- Senetli alacaklar içerisinde izlenen avans nitelikli bakiyeler vadesine göre kısa veya uzun vadeli diğer çeşitli alacaklar hesabına aktarılmalıdır. Firmanın esas faaliyetleri dışında (duran varlık satışı gibi) elde ettiği izlenen çek/senet bakiyeleri de diğer çeşitli alacaklar hesabında izlenmelidir.

- Gerçekleştirilen nakdi sermaye artışları kapsamında ortaklardan sermaye taahhüdü tutarında çek/senet alınmış ise; bakiye alacak senetlerinden çıkılmalı ve ödenmemiş sermaye hesabına aktarılmalıdır.

- Firmaların teminat amacı ile müşterilerinden aldıkları çekleri bilançolarına yansıttıkları görülmektedir. Bu durumda konu çekli/senetli alacak pasifteki karşılığı ile mahsup edilmelidir. Eğer pasifteki karşılığı tespit edilemiyor ise konu alacak diğer çeşitli alacaklara aktarılmalıdır. Firmaların kredi teminatı olarak verdikleri çeklerin yetersiz kalması halinde ilave teminat olarak ticari faaliyetlerden kaynaklanmayan fiktif-financeman-hatır çek/senetleri verdiklerine rastlanmaktadır. Konu

fiktif alacağın karşılığında bilançonun dengelenmesi için genellikle pasifte borç senetleri hesabı çalıştırılmaktadır. Fiktif nitelikli alacaklar ve tespit edilebilen karşı hesabı mahsuplaştırılmalıdır. Eğer karşı hesabı tespit edilemiyor ise söz konusu alacaklar diğer çeşitli alacaklara aktarılmalıdır.

- Verilen depozito ve teminatlar bir işin tamamlanması karşılığı verilmiş olmakla birlikte, o işin yerine getirilmesi durumunda iade alınacak tutarlardır. Eğer verilen depozito ve teminatlardaki bakiyeler incelenen dönemler boyunca aynı ya da artış eğiliminde ise uzun vadede değerlendirilebilirler.

Uygulamada sıklıkla karşılaşılan bir durum olmamakla birlikte, verilen depozito ve teminatlar çek/senet karşılığı verilmiş ise 340 Alınan Avanslar ve 126 Verilen Depozito ve Teminatlar hesaplarından karşılıklı mahsuplaşmak gerekmektedir.

- Bazı firmalar şüpheli ticari alacaklar hesabında şüpheli hale gelen alacaklarını kayıtlayıp buna karşılık ayırmazlar. Bu durumda 129 karşılıklar hesabına şüpheli ticari alacaklar hesabında kayıtlanan tutar kadar bakiye kayıtlanıp öz sermayeden tenzil edilmelidir.

- Yüksek tutarlı izlenen alacaklar sorgulanmalı ve alacağın nasıl oluştuğu irdelenip mahiyetine göre gerekli aktarma-arındırma işlemleri yapılmalıdır.

- Donuk alacak olarak nitelendirilebilecek bakiye bulunmakta ise, ilgili dönemlerde öz sermayeden tenzil edilmelidir.

- Sipariş avansları içerisinde kanuni takibe alınmış, icra aşamasında olan, şüpheli duruma düşmüş firmalara ilişkin bakiye bulunuyor ise, konu bakiyeler ihtiyaten öz sermayeden tenzil edilmelidir. Hesap içerisinde belirli müşterilerde yoğunlaşma varsa, konu firmalar ile ilgili ticari ilişkiler ve verilen avansın mahiyeti sorgulanmalıdır.

- Gelecek aylara ait giderler hesabı içerisinde yaygın olarak; faiz giderlerinin kayıtlandığı görülmektedir. Kayıtlanan faiz giderlerinin karşılığı “381 Gider Tahakkukları” hesabında kayıtlanmış ise 180 ve 381 hesapları karşılıklı mahsuplaşır. Gider Tahakkukları hesabında bakiye izlenmiyor ise; kısa vadeli banka kredileri anapara+faiz şeklinde kayıtlanmış olabilir ve bu durumda 180-300 hesapları karşılıklı mahsuplaşmalıdır.

- Devreden KDV hesabı yıllar itibariyle artış gösteriyorsa firmadan bir yıl içinde eritilebilecek KDV tutarı öğrenilmeli ve eritilemeyecek kısımlar uzun vadeye (291 Gelecek Yıllarda İndirilecek KDV) aktarılmalıdır. Şayet firmadan konu hakkında bilgi temin edilemiyor ise; bir yıl içinde eritilebilecek KDV tutarı analist tarafından aşağıdaki formül ile hesaplanabilmektedir.

$$(Net\ Satışlar \times 0.18) - (SMM \times 0.8 \times 0.18) - (Faaliyet\ Giderleri \times 0.8 \times 0.18)$$

Bu formül üretim firmaları için kabul edilmekte olup; 0.18 KDV yüzdesini gösterirken, 0.8 ise; uygulamada genel kabul görmüş yüzde olarak kabul edilmiştir. Bu formül ile bir üretim firmasında bir yıl içinde eritilebilecek KDV tutarı hesaplanarak, 191 hesabında kayıtlanmış fazla tutar 291 hesabına aktarılır. Böylece firmanın net firma sermayesi daha sağlıklı hesaplanabilir. Personel veya iş avansları içerisinde ortak alacağı bulunup bulunmadığı kontrol edilmeli ve eğer bulunuyorsa ilgili bakiye öz sermayeden tenzil edilmelidir.

- İştiraklerin ödenmemiş kısmı bulunmakta ve pasifte de aynı bakiye taahhüt olarak izlenmekte ise; iştiraklerin ödenmemiş bakiyesi ile pasifteki taahhüt bakiyesi karşılıklı arındırılmalıdır.

- Aktife kayıtlı arsa/arazi üzerinde yap-sat projesi gerçekleştiriliyor ve ilgili projeye ilişkin maliyetler yarı mamuller hesabında izleniyor ise projeye konu arsa ve arazi bakiyesi de, proje niteliği arz ettiğinden, yarı mamuller hesabına aktarılmalıdır.

- Firmaların binaları üzerinde değerlendirme artışı yaparak kayıtlaması da arsa ve araziler kaleminde bahsedildiği gibi uygulamada sıklıkla karşılaşılan durumlardandır.

- Tesis Makine ve Cihazlar hesap kaleminin değerlemesinde göz önüne alınacak ilk şart, anılan makine ve tesislerin firma amacına uygun üretim faaliyetine katılmış olmalarıdır. Bu temel şarta göre, henüz imal edilmekte olan, montajı bitmemiş veya hurdaya ayrılmış makine ve tesislerin bu hesap kaleminde yer almaması gerekir. İncelenen dönemler itibariyle tesis makine ve cihazlar bakiyesi artış

ya da azalış gösteriyorsa bunun sebebi sorgulanmalı ve artış izlenmesi durumunda ciroya etkisi irdelenmelidir.

- Taşıtların maliyet bedellerinin değerlendirilmesi ile ilgili değer artışları konusunda 253 no.lu hesap için yapılan açıklamaların göz önünde bulundurulması gerekir. İncelenen dönemler itibariyle taşıtlar bakiyesi artış ya da azalış gösteriyorsa bunun sebebi sorgulanmalı ve artış izlenmesi durumunda ciroya etkisi irdelenmelidir.

- Firmaların bilançolarında izlenen yapılmakta olan yatırımların detayları sorgulanmalıdır. Yatırımın içeriği, ne zaman başladığı ve biteceği, toplam yatırım tutarı, tamamlanma oranı, nasıl finanse edildiği ve tahmini olarak ciroya etkisi bilgileri önem arz etmektedir.

- Şerefiye bedelleri genel itibariyle öz sermayeden tenzil edilmekte olup, analistin inisiyatifine bağlı olarak tenzil edilmeyebilmektedir. Şerefiyenin içeriğine dair firmadan bilgi temin edilerek ve küresel/güçlü markaları temsil eden şerefiye bedelleri için herhangi bir işlem yapılmayabilmektedir.

1.1.2. Pasif Hesaplar Açısından

Pasif hesaplarla ilgili düzeltme işlemleri ana hatlarıyla aşağıdaki gibidir:

- Firmanın faaliyet konusu dışında kullandığı kredilerden ayrıca takip edilmek amacı ile karşılığında bir mal alımını içeren krediler diğer mali borçlar içerisinde izlenir. Taşıt kredisi, GSM, Leasing, Faktoring vb. mali borçlar banka kredileri hesabından çıkarılarak diğer mali borçlar hesabına aktarılır.

- Öncelikle firmadan borç senetlerinin detayı temin edilmeli ve içerisinde grup firmalarına veya ortaklara ait bakiye bulunup bulunmadığı kontrol edilmelidir. Grup firmalarına ya da ortaklara verilen çek/senetler bulunmakta ise, konu bakiyeler “333 Bağlı Ortaklıklara Borçlar / 331 Ortaklara Borçlar” hesaplarına aktarılmalıdır. Borç senetlerinin detayında kusuratsız bakiyeler izleniyor ise, konu bakiyeler sorgulanmalı ve bağlantı/hatır çeki olabileceği hususu göz önünde bulundurulmalıdır. Konu hesabın yüksek olması firmanın teminatlı mal alımı yaptığını göstermektedir. Her ne kadar teminatlı alım yapıyormuş gibi görünse de firma kendi çekini keşide ettiği için, konu durum müşteri çeki ile mal alımı yapan firmalara göre firmanın sektörde kredibilitesinin daha yüksek olduğuna işaret eder. Mal alımı için kullanılmayan ve malın maliyetini etkilemeyen borç senetleri ile avans çeki amacıyla tedarikçiye verilen ve henüz mal maliyeti ile ilişkisi bulunmayan borç senetleri, “321 Borç Senetleri” hesabından çıkarılarak “336 Diğer Çeşitli Borçlar” hesabına aktarılmalıdır (Yardımcıoğlu 2013).

- Grup firmalarından kaynaklı ve ticari nitelik arz eden bakiyeler “329 Diğer Ticari Borçlar” hesabında, finansal nitelik arz eden bakiyeler ise “333 Bağlı Ortaklıklara Borçlar” hesabında takip edilmelidir.

- Ortaklara Borçlar hesabı ortakların firmaya olan fon desteğini yansıttığından pasif hesaplar içerisindeki en mühim hesaplardan biridir. Bu sebeple de ortak borçlarının kaynağı iyice sorgulanmalıdır. Ortak borçlarının kaynağı sistem dışı satışlar olabilmektedir. Bu gibi bir durum tespitinde ortak borçları ile karşılıklı çalışan fiktif stok bakiyesi karşılıklı mahsuplaşmalıdır. Nakit fon niteliğinde olan ortak borçlarının ise geri ödenip ödenmeyeceği ve sermayeye ilave edilip edilmeyeceği sorgulanmalıdır. Geri ödenecek olan ortak borçları vadesine göre kısa ya da uzun vadede değerlendirilmelidir. Firma, ortak borçlarının sermayeye ilave edileceğini beyan etmekte ise ortak borçları uzun vadede değerlendirilmelidir (Lazol 2003). Ortak borçları incelenen dönemler itibariyle süreklilik arz edip artış seyrinde izlenmekte ise, yıllar itibariyle kapanmayan kısımlar uzun vadeli “Ortaklara Borçlar” hesabında değerlendirilmelidir.

- Ortaklardan Alacaklar hesabında izlenen bakiye ile “Ortaklara Borçlar” hesabında izlenen bakiye aynı ortak kaynaklı ise karşılıklı mahsuplaşmalıdır.

- Yap-sat alanında faaliyet gösteren firmalarda ortak borçlarının yap-sat faaliyeti için kullanıldığı düşünülmekte olup ihtiyaten kısa vadede değerlendirilmelidir. Sınırsız sorumlu firmalarda ortak borçları (komandit firmalarda komandite ortağa, kollektif firmada ortaklara, şahıs firmalarında firma sahibine, adi ortaklıklarda ortaklara) ilgili hesaptan çıkarılarak öz sermayeye eklenmelidir.

- Personele Borçla hesabının yüksek seviyede olması firmanın çalışanlarının ücretlerini ödeyememe durumu ile karşı karşıya olduğunu gösterebilir. Bu sebeple bu hesapta izlenen yüksek bakiyeler hakkında firmadan bilgi alınmalıdır.

Bazı durumlarda firmaların personele borçlar hesabında ortakları kaydettikleri görülmekte olup, konu bakiyeler personele borçlar hesabından çıkarılarak ortak borçları hesabına aktarılmalı ve bu hesapta değerlendirilmelidir.

- Firmanın memzuç verilerinde kırdırılamayan akreditif riski izlenmekte ve firmanın bu riski bilançosunda kayıtlamadığı tespit ediliyor ise; aynı zamanda akreditife konu malın gümrük yüklemesi yapılmamışsa tespit edilen tutar diğer çeşitli borçlar ve verilen sipariş avansları hesaplarına karşılıklı eklenmelidir.

- Yüklenilen iş veya hizmetin 1 yılı aşması durumunda alınan avanslar ilgili hesaptan çıkarılarak uzun vadeli alınan avanslar hesabına aktarılmalıdır.

- Firmaların bazı müşterileri ile hem vadeli hem de avanslı/peşin çalışabildiği görülmekte olup, konu durumda karşılıklı borç-alacak bakiyeleri üzerinde arındırma işlemi yapılmalıdır.

- Ödenecek Vergi ve Diğer Yükümlülükler hesap kaleminin yüksekliği firmanın vergi borcunu ödemekte güçlük çektiğine dair işaret olabilir. Borcu var ve taksitlendirme yapılmış ise ilgili belgeler temin edilmeli ve sebebi sorgulanmalıdır. Bir yıldan uzun sürede ödenecek şekilde ertelenmiş ve taksitide bağlanmış tutarların “Kamuya Olan Ertelenmiş veya Taksitlendirilmiş Borçlar” hesabına aktarılması gerekmektedir.

- Uygulamada genelde faiz ve kira gelirlerinin izlendiği hesapta, akaryakıt firmalarında firmanın arsası üzerine inşa edilen akaryakıt istasyonlarının kullanım haklarına ait gelirlerin peşin tahsil edilmesi durumunda konu hesap kullanılmaktadır. Bu hesapta kaydedilen gelirlerin bilanço dönemine ait olduğu tespit edilirse, konu bakiyelerin bu hesaptan çıkarılarak gelir tablosuna aktarılması gerekmektedir.

- Gider Tahakkukları hesabına konu olan giderler işletme için kendiliğinden oluşan bir finansman kaynağı niteliğinde olup firmanın öz sermayenin, gerçek borç yükünün saptanması açısından olduğu kadar hesap dönemi kar/zararının reel olarak görülebilmesi açısından da önemlidir. “381 Gider Tahakkukları” hesabında izlenen kredi faiz tahakkuklarının karşılığı “181 Gelir Tahakkukları” hesabında bulunuyor ise faizler karşılıklı mahsuplaşmalıdır. Fakat karşılığında aktifte herhangi bir faiz tahakkuku bulunmuyorsa konu bakiyenin bu hesaptan çıkarılarak banka kredileri hesabına aktarılması gerekmektedir (Lazol, 2003).

- Hesaplanan KDV hesabı, mal ve hizmet satışlarında bedel üzerinden hesaplanan KDV tutarının kaydedildiği hesaptır. 391 Hesaplanan KDV hesabı karşılığında 190 Devreden KDV ya da 191 İndirilecek KDV hesaplarında bakiye bulunuyorsa aktif ve pasifte yer alan KDV’ler karşılıklı mahsuplaşmalıdır. Diğer KDV hesabında, teşvikli yatırım mallarının ithalatından doğan ve ertelenen KDV ile ihraç kaydıyla yapılan satışlarda ihracatçıdan alınmayarak ertelenen ve ihracatın 3 ay içinde yapılması halinde terkin edilecek KDV tutarları takip edilir (Lazol, 2003).

- Sermaye taahhütlerinin ödenmesi konusunda, henüz ortaklara apel çağrısı yapılmamış ve aktifte bir karşılık kalemi (kasa, ortaklardan alacaklar, diğer alacaklar vb.) oluşturulmak suretiyle ödenmemiş sermayenin tamamı veya bir bölümü kapatılmış ise aktifteki karşılığının tespit edilerek arındırılması ve “Ödenmemiş Sermaye” hesabına ilave edilmesi gerekmektedir. Sermaye taahhütlerinin kapatılmasında ortaklara apel çağrısının yapılmış olması durumunda, pasifte “Ödenmemiş Sermaye” hesabında herhangi bir düzeltme işlemi yapılmaz. Zira sermaye taahhüdü, firma için bir alacak niteliğine dönüşmüştür. Aktif kalemlerde bulunduğu hesap tespit edilerek “Ortaklardan Alacaklar” hesabında izlenmesi gerekmektedir (Şakar, 2002).

- 529 Diğer Sermaye Yedekleri içerisinde firma ortakları tarafından sermaye artışlarında kullanılmak üzere aktarılan fonların sermaye artırım avansı şeklinde kayıtlayabildikleri gözlenmekte olup, ilgili kayıtlamanın bulunması durumunda konu hakkında alınmış yönetim kurulu karar tutanağı temin edilmelidir. Tutanağın temin edilmesi durumunda “Diğer Sermaye Yedekleri” içerisinde takibine devam edilmeli, aksi durumlarda ise “Ortaklara Borçlar” hesabına aktarılması gerekmektedir. “Kayda

Alınan Emtia Karşılığı” hesabı, son yıllarda çıkan torba yasalar ile fiktif tutarların kayda alındığı görülmekte olup, firmalar kayıtlarında olmayan stokları bu yasa ile bilançolarına kaydedebilme olanağı bulunmaktadır. Bu tutarları bilançoğa kaydederken de “Stoklar” ve “Kayda Alınan Emtia Karşılığı” hesapları karşılıklı çalışmaktadır. “525 Kayda Alınan Emtia Karşılığı” hesabı izlenen bilançolarda önemli olan nokta stokların realitesini sorgulamaktır. Geçmiş yıllarda elde edilerek dağıtılmamasına karar verilmiş kâr ya da birikmiş ve yedeklerden karşılanmamış zararların gösterildiği hesaplardır. Geçmiş Yıl Kâr ya da Zararlarının net bakiyesi öz sermayeye dâhil edilir. Geçmiş yıl kârlarında izlenen tutarın bir kısmının ya da tamamının ortaklara dağıtıldığı tespit ediliyor ise konu tutarlar ortaklara borçlar hesabına aktarılmalıdır. Cari dönemde ortaklara dağıtılacak tutar firma tarafından beyan ediliyor ise konu tutar ile işlem gerçekleştirilmeli, fakat dönemler boyunca temettü dağıtılıyor ve cari dönemde dağıtılacak tutar temin edilemiyor ise geçmiş yıllarda dağıtılan temettülerin ortalaması alınarak cari dönemde de işlem devam ettirilebilmektedir (Şakar, 2002).

1.2. GELİR TABLOSUNDA YAPILAN DÜZELTME (AKTARMA-ARINDIRMA) İŞLEMLERİ

Gelir tablosunda yapılan düzeltme işlemleri ana hatlarıyla aşağıdaki gibidir:

- Aşağıdaki formül kullanılarak hesaplanan tutar diğer grup firmasının grup içine yaptığı satış rakamı ile uyumlu ise fiktif kâr hesaplanabilmektedir.

$$\text{Dönem Sonu Stok} - \text{Dönem Başı Stok} + \text{Dönemin Satılan Mamul Maliyeti}$$

Fiktif kâr tutarı ise satış yapan firma için aşağıdaki formül kullanılarak hesaplanabilmektedir:

$$\text{Dönemin Stok Bakiyesi} \times \text{Brüt Kâr Marjı}$$

Böylece hesaplanan fiktif kâr tutarı gelir tablosundan çıkarılmalı ve reel kâr hesaplanmalıdır.

- Yurtdışı Satışlar hesabında dikkat edilmesi gereken en önemli husus transit ticaret kaynaklı bakiyelerdir. Firmanın “Yurtdışı Satışlar” hesabının alt kırılımında transit ticaret kaynaklı bakiye izlenmekte ise firmadan transit ticaret satış ve maliyet tutarları temin edilerek aktarma-arındırma işlemleri yapılmalıdır.

• Gelir tablosunda transit ticaret sebebiyle oluşan satış ve maliyet karşılık tenzil edilmeli ve aradaki fark olan kâr rakamı ise komisyon gelirlerine aktarılmalıdır. Aynı zamanda bilançoda transit ticaret kaynaklı borç ve alacaklar firmanın ticari faaliyet döngüsünü etkilememesi açısından diğer çeşitli borçlar ve alacaklar hesabına aktarılmalıdır. Transit ticaret işlemlerinde dikkat edilmesi gereken husus işlemin niteliğidir. Eğer gelir tablosunda yer alan transit ticaret satışları yurtdışında üretilen/temin edilen malın yine yurtdışına direkt olarak satılmasını kapsıyorsa bakiyeler transit ticaret olarak değerlendirilip gerekli aktarma-arındırma işlemler yapılmalıdır. Şayet gelir tablosunda yer alan transit ticaret satışları yurtdışında üretilen/temin edilen malın Türkiye’de gümrüksüz depo/antrepoya çekilmesi, malın yurtiçinde bir alıcısının olması durumunda yurtiçine satılması ya da yurtdışından bir talep olması halinde yurtdışına transit ticaret şeklinde gönderilmesi işleminden kaynaklanıyorsa bu işlem kaynaklı gelirler transit ticaret kapsamında değerlendirilmeyip yurtdışı satışlar hesabında izlenebilmektedir. Bazı firmalar serbest bölgelere yapılan satışları “Yurtdışı Satışlar” kaleminde takip etmektedir. Fakat işlemin niteliği gereği konu bakiyeler “Yurtiçi Satışlar” hesabına aktarılıp bu hesapta takip edilmelidir.

• Satışların maliyetleri içerisinde finansman giderlerine ait tutarların izlenmesi uygulamada sıkça rastlanılan bir işlemdir. Söz konusu finansman giderleri satışların maliyetlerinden çıkarılarak “660 Finansman Giderleri” hesabına aktarılmalıdır. Satışların maliyetlerinde finansman gideri tespit edilen firmaların stokları üzerinde de aktifleştirilmiş finansman giderleri izlenme olasılığı yüksek olup ilgili firmalarda stoklar hesabının içeriği de kontrol edilmelidir. Stoklar içerisinde aktifleştirilmiş finansman giderleri bulunuyor ise ilgili stok tutarları arındırılarak dönem kârından düşülmeli ve gelir tablosunda finansman gideri olarak kaydedilmelidir (Sağlam, 2005).

• Ortak alacakları, kasa gibi hesaplara işletilen adet faiz gelirlerinin iptal edilmesi gerekmektedir. Konu bakiye kasadan/ortaklardan alacaklardan ve faiz gelirlerinden düşülmelidir.

• Dönemin kur değişimleri ve faiz oranları dikkate alınarak firmanın yaklaşık olarak kur+faiz giderlerinden oluşan finansman gideri hesaplanabilmektedir. Hesaplanan bu tutar ile firmanın kaydettiği

finansman gideri arasında fark bulunmakta ise sebebi sorgulanmalıdır. Firmalar finansman giderlerini satışların maliyeti kalemlerinde kaydedebilmektedir. Eğer tespit edilebiliyor ise konu tutar finansman giderleri hesabına aktarılmalıdır. Uygulamada sıklıkla karşılaşılan bir diğer durum ise firmaların nakdi risklerine ilişkin kur giderlerini kambiyo zararları hesabında izlemeleridir. Bu durumda konu tutar tespit edilebiliyorsa finansman giderlerine aktarılmalıdır (Sevilengül, 1996).

- İşletmenin olağan faaliyetlerinden bağımsız olan ve bu sebeple sık ve düzenli olarak ortaya çıkması beklenmeyen işlem ve olaylardan kaynaklanan gelir ve kârlar “Diğer Olağandışı Gelir ve Kârlar” hesabında yer almaktadır. “Diğer Olağandışı Gelir ve Kârlar” hesabında çoğunlukla grup içi duran varlık satış kârlarının izlendiği görülmektedir. Grup içi duran varlık satışlarının tespit edilmesi durumunda konsolide bazda; söz konusu kâr arındırılmalı, dönem kârı azaltılmalı ve duran varlık hesabında izlenen satışa konu varlık tutarı düşülmeli ve böylece grup içi fiktiflik arz eden kâr ortadan kaldırılmalıdır. Uygulamada sıklıkla karşılaşılan bir diğer örnek ise duran varlık değerlendirme kârlarının “Diğer Olağandışı Gelir ve Kârlar” hesabında takip edilmesidir. Konu değerlemeye ilişkin mahkeme kararı bulunmakta ise değerlendirme kabul edilerek; “Diğer Olağandışı Gelir ve Kârlar” hesabından çıkarılır ve öz sermayelerde yer alan “Maddi Duran Varlık Değerleme Artışları” kalemine aktarılır. Fakat konu değerlemeye ilişkin mahkeme kararı bulunmuyor ise değerlendirme iptal edilerek; “Diğer Olağandışı Gelir ve Kârlar” hesabından çıkarılıp dönem kârı düşürülmeli ve aktifte hangi duran varlık hesabı değerlemeye konu edildiyse o hesaptan değerlemeye ilişkin tutar düşülmelidir (Sevilengül, 1996).

- İşletmenin olağan faaliyetlerinden bağımsız olan ve bu sebeple sık ve düzenli olarak ortaya çıkması beklenmeyen işlem ve olaylardan kaynaklanan gider ve zararlar bu başlık altında toplanmaktadır. “689 Diğer Olağandışı Gider ve Zararlar” hesabında çoğunlukla torba yasa kapsamında oluşan giderlerin izlendiği görülmektedir. Torba yasalar kapsamında firmaların ilgili yıl kayıtlarında özellikle geçmiş yıllardan gelen ortak alacakları/kasa bakiyelerini vb. giderleştirdiği izlenmektedir. Söz konusu işlem dolayısıyla ortaklardan alacaklar/kasa vb. hesaplarda bakiye kalmamakta veya bakiyeleri azalmakta olup alacakların tahsil edildiği gibi yanlış bir algıya yol açabilmektedir. Bu durumda torba yasa kaynaklı giderin “Diğer Olağandışı Gider ve Zararlar” hesabından çıkılması ve dolayısıyla dönem kârının artırılması ve öz sermayeden tenzil edilmesi gerekmektedir (Sevilengül, 1996).

2. ÖRNEK UYGULAMALAR

Bu çalışmada, finansal tablolardaki veriler öncelikle aktarma-arındırma işlemine tabi tutulmuş ve elde edilen yeni veriler aşağıdaki 2 farklı senaryo temelinde değerlendirilmiştir.

1. Kredi talebinin **ret** edilmesi
2. Kredi talebinin **kabul** edilmesi

Analizde firmalara ait 2018, 2019, 2020 ve 2021 yıllarına ait bilanço ve gelir tablolarından yararlanılmıştır.

Firmaların değerlendirmeleri sektör bazında analiz edilmiştir. Uygulamalarda sırasıyla maden, gıda sektörlerine değinilmiştir. Her sektörün kendi dinamikleri içerisinde değerlendirilmesi; firmanın gerçek potansiyeline ulaşılması noktasında ne kadar etkin olduğunun görülmesini sağlamaktadır.

2.1. UYGULAMA-1

Uygulama 1’de madencilik sektöründe faaliyet gösteren bir (X) firmanın kredi talebinin değerlendirilmesi hakkında bilgiler yer almaktadır. Bu örnek uygulamada firmanın kredi talebinin niçin reddedildiği açıklanmıştır. Önce firma hakkında özet bilgiler verilmiş ardından uygulamaya geçilmiştir.

Madencilik sektöründe faaliyet gösteren firmalar, sektörü itibarıyla uzun vadede ürün temin edebilmektedir. Bu sebepten finansman tercihleri de uzun vadede olmaktadır. Tedbir açısından kredi taleplerinin değerlendirilmesinde en kötü şartlar göz önüne alınması suretiyle firmanın uzun vadeli borcu kısa vadeli gibi düşünülmüştür. Bu şekilde yapılan aktarma işleminin firma rasyolarında oluşturduğu değişiklik neticesinde kredi talebi değerlendirilmesi üzerine olan etkisi analiz edilmiştir.

X firmasının 2018, 2019, 2020 ve 2021 2. Çeyrek dönemlerine ait bilanço ve gelir tabloları yer almaktadır.

Tablo 1: X Firmasının Düzeltilmiş Mali Veriler Sonrası Oluşan Bilançosu

	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2020	30.06.2021
AKTİF	20.437.503,76	25.891.041,17	28.438.528,31	36.813.735,69
DÖNEN VARLIKLAR	20.019.697,59	25.154.311,9	27461214,05	35.665.584,69
Hazır Değerler	5.323.780,3	10.694.782,99	1.417.506,64	4.288.993,69
Menkul Kıymetler	449.999,52	0		
Senetsiz Ticari Alacaklar	5.807.465,49	9.848.236,87	15.588.203,48	15.819.171,00
Senetli Ticari Alacaklar				
Ort. ve Grup Firmalarından Alacaklar				
Stoklar	6.103.544,87	2848491,49	8458672,8	13.440.718
Diğer Dönen Varlıklar	2.334.907,41	1.762.800,55	1.996.831,13	2.116.702,00
DURAN VARLIKLAR	417.806,17	736.729,27	977.314,26	1.148.151,00
Ticari Alacaklar				
Diğer Alacaklar				
Yapılmakta Olan Yatırımlar				
Ort. ve Grup Firmalarından Alacaklar				
Mali Duran Varlıklar				
Yıll. Yaygın İnş. ve Onarım Maliyetleri				
Maddi Duran Varlıklar	578.264,17	964.783,71	1.325.752,44	1.597.751,00
Birikmiş Amortismanlar (-)	164.770,36	228.054,44	348.438,18	449.600,00
Diğer Duran Varlıklar	4.312,36	0		
PASİF	20.437.503,76	25.891.041,17	28.438.528,31	36.813.735,69
KISA VADELİ YABANCI KAYN.	16.832.767,39	17.698.967,67	19.407.695,48	30.152.244,00
Mali Borçlar	8.581.030,00	6.318.070,00	9.574.602,00	23.293.738,00
Alınan Sipariş Avansları	2.007.480,29	925.742,57	1.114.321,35	3.048.089,00
Senetsiz Ticari Borçlar	6.149.266,91	10.396.878,85	7.391.575,72	3.795.910,00
Senetli Ticari Borçlar				
Ortaklar ve Grup Firmalarından Borçlar			1.241.293,82	0,00
Diğer Borçlar	94.990,19	58.276,25	85.902,59	14.507,00
UZUN VADELİ YABANCI KAYN.	262.169,14	4.439.284,58	2.928.765,00	4.805.956,00
Mali Borçlar		3.243.405,38	2.635.286,00	4.512.477,00
Alınan Sipariş Avansları				
Senetsiz Ticari Borçlar				
Senetli Ticari Borçlar				
Ortaklar ve Grup Firmalarından Borçlar	262.169,14	1.195.879,20	293.479,00	293.479,00
Yıll. Yaygın İnş. ve Onarım Hakedişleri				
Diğer Borçlar				
ÖZ KAYNAKLAR	3.342.567,23	3.752.788,92	6.102.067,83	1.855.535,69
Ödenmiş Sermaye	3.000.000,00	3.000.000,00	5.000.000,00	5.000.000,00
Sermaye Yedekleri				
Kâr Yedekleri	30.149,66	30.149,66	110.859,29	100.769,00
Dönem Net Kârı (Zararı)	336.951,57	385.687,69	379.860,22	4.012,69
Geçmiş Yıl Kârları		336.951,57	722.639,26	1.102.499,00
AKTİF DÜZELTME TUTARI (-)	24.534,00	0,00	24.534,00	0,00

Tablo 2: X Firmasının Düzeltilmiş Mali Veriler Sonrası Oluşan Gelir Tablosu

Gelir Tablosu	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2020	30.06.2021
Net Satışlar	30.214.184,48	39.561.898,63	40.937.263,39	24.244.585,50
Satışların Maliyeti (-)	24.023.747,26	29.896.290,35	33.557.728,65	19.614.015,04
Brüt Satış Kârı veya Zararı	6.190.437,22	9.665.608,28	7.379.534,74	4.630.570,46
Faaliyet Giderleri (-)	4.765.192,92	8.653.995,97	7.310.287,88	4.301.792,55
Faaliyet Kârı veya Zararı	1.425.244,30	1.011.612,31	69.246,86	328.777,91
Finansman Giderleri (-)	344.601,36	271.583,83	161.139,36	135.732,36
Kambiyo Kârları	9.911.785,40	3.307.290,97	5.420.182,82	4.595.490,26
Kambiyo Zararları	10.630.429,87	3.642.765,22	4.896.320,79	4.842.511,46
Diğer Faal.Olağan Gelir ve Kârlar	67.489,46	82.636,57	11.349,76	11.114,74
Diğer Faa. Olağan Gid/Zararlar (-)				
Olağan Kâr veya Zarar	429.487,93	487.190,80	443.319,29	-42.860,91
Olağanüstü Gelir ve Gider Farkı	8.662,16	9.652,68	62.885,73	46.873,60
Dönem Kârı veya Zararı	438.150,09	496.843,48	506.205,02	4.012,69
Dön. Kârı ve Diğ. Ysl Yük. Krs (-)	101.198,52	111.155,79	126.344,80	0,00
Net Dönem Kârı veya Zararı	336.951,57	385.687,69	379.860,22	4.012,69
Amortisman Gideri				

Tablo 3: X Firmasının Düzeltilmiş Mali Veriler Sonrası Oluşan Rasyoları

Oranlar	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2020	30.06.2021
LİKİDİTE ORANLARI				
Net İşletme Sermayesi	3.186.930,20	7.455.344,23	8.053.518,57	5.513.340,69
Cari Oran	1,19	1,42	1,41	1,18
Likidite Oranı	0,83	1,26	0,98	0,74
Nakit Oran	0,34	0,6	0,07	0,14
FAALİYET SÜRELERİ (GÜN)				
Ticari Alacak Tahsil Süresi	34,60	71,23	111,84	116,59
Stok Devir Süresi	91,46	53,90	60,65	100,49
Ticari Borç Ödeme Süresi	92,15	99,62	95,42	51,33
Faaliyet Süresi	33,91	25,51	77,08	165,74
Aktif Devir Hızı	121,76	117,8	125,04	136,66
BORCLULUK ORANLARI				
Toplam Boçlar/Aktif Toplamı	0,84	0,86	0,79	0,95
Kısa Vadeli Borçlar/Net Satışlar	0,56	0,45	0,47	1,24
Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar/Aktif Toplamı	0,82	0,68	0,68	0,82
Ebit/Finansman Gideri	1,29	1,41	1,78	1,00
Net Finansal Borçlar/EBİTDA	3,59	-1,47	16,17	168,29
Finansal Borçlar / Öz Kaynaklar	2,57	2,55	2,00	14,99
Toplam Borçlar / Öz Kaynaklar	5,11	5,9	3,66	18,84
Kısa Vadeli Finansal Borçlar/Net Satışlar	0,28	0,16	0,23	0,48
MALİ BÜNYE ORANLARI				
Maddi Duran Varlıklar/Öz Kaynak	0,12	0,20	0,16	0,62

Öz Kaynak/Aktif Toplamı	0,16	0,14	0,21	0,05
Dönen Varlıklar/Aktif Toplamı	0,98	0,97	0,97	0,97
Duran Varlıklar/Aktif Toplamı	0,02	0,03	0,03	0,03
KÂRLILIK ORANLARI				
Net Kâr/Öz Kaynak	0,1	0,1	0,06	0,00
Net Kâr/Aktif Toplamı	0,02	0,01	0,01	0,00
Faaliyet Kârı/Net Satışlar	0,05	0,03	0,00	0,01
Favök (Ebitda)	782.751,45	768.427,31	667.344,38	139.745,05
Favök (Ebitda)/Net Satışlar	0,01	0,01	0,01	0,01
Satışlardaki Reel Büyüme		0,22	-0,17	0,00
İhracat Oranı	1,00	1,00	1,00	0,99

Tablo 4: X Firmasının Düzeltilen Kalemlerinin Detayları

Kalem Adı	İşaret	Tutar
Dönem: 2021-2-Geçiçi		
Açıklama: Ortaklara borçlarda vadelendirme yapılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (1191348)		
331-Ortaklara Borçlar	- (Çıkar)	293.479,00
431-Ortaklara Borçlar	+ (Topla)	293.479,00
Açıklama: Memzuç kayıtlarına göre bilanço vade uyumlaştırması yapılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (1191349)		
400-Banka Kredileri	- (Çıkar)	16.821.015,00
300-Banka Kredileri	+ (Topla)	16.821.015,00
Açıklama: Firmadan alınan bilgiye göre ortaklara verilen tutar kadar düşürülmüştür. (159,01,099 DİĞER ÇEŞİTLİ AVANSLAR yardımcı kaleminden) (1191444)		
159-Verilen Sipariş Avansları	- (Çıkar)	4.351.745,00
131-Ortaklardan Alacaklar	- (Çıkar)	4.351.745,00
131-Ortaklardan Alacaklar	+ (Topla)	4.351.745,00
563-Öz Kaynak Tenzil Hesabı	+ (Topla)	4.351.745,00
Dönem: 2021-1-Geçiçi		
Açıklama: Satışların Maliyeti Stoktan Düşülmüştür. (1149613)		
153-Ticari Mallar	- (Çıkar)	10.736.725,21
d-Aktif/Pasif Düzenleme Hesabı	+ (Topla)	1,00
Açıklama: Ortaklara borçlarda vadelendirme yapılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (1150529)		
331-Ortaklara Borçlar	- (Çıkar)	364.716,00
431-Ortaklara Borçlar	+ (Topla)	364.716,00
Açıklama: Memzuç kayıtlarına göre bilanço vade uyumlaştırması yapılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (1150530)		
400-Banka Kredileri	- (Çıkar)	12.659.878,00
300-Banka Kredileri	+ (Topla)	12.659.878,00
Dönem: 2020-4-Kesin		
Açıklama: Ortaklara borçlarda vadelendirme yapılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (1191347)		
431-Ortaklara Borçlar	- (Çıkar)	71.237,00
331-Ortaklara Borçlar	+ (Topla)	71.237,00
Açıklama: Ortaklara borçlarda vadelendirme yapılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (1150527)		
431-Ortaklara Borçlar	- (Çıkar)	1.170.056,82
331-Ortaklara Borçlar	+ (Topla)	1.170.056,82
Açıklama: Ortaklara borçlarda vadelendirme yapılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (1149620)		
331-Ortaklara Borçlar	- (Çıkar)	1.534.772,82

431-Ortaklara Borçlar	+ (Topla)	1.534.772,82
Açıklama: Memzuç kayıtlarına göre bilanço vade uyumlaştırması yapılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (1149622)		
400-Banka Kredileri	- (Çıkar)	6.869.035,86
300-Banka Kredileri	+ (Topla)	6.869.035,86
Açıklama: Memzuç kayıtlarına göre bilanço uyumlaştırması yapılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (1149621)		
300-Banka Kredileri	+ (Topla)	111.290,94
563-Öz Kaynak Tenzil Hesabı	+ (Topla)	111.290,94
Dönem: 2019-4-Kesin		
Açıklama: Ortaklara borçlarda vadelendirme yapılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (707105)		
331-Ortaklara Borçlar	- (Çıkar)	1.195.879,20
431-Ortaklara Borçlar	+ (Topla)	1.195.879,20
Dönem: 2018-4-Kesin		
Açıklama: Ortaklara borçlarda vadelendirme yapılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (707104)		
331-Ortaklara Borçlar	- (Çıkar)	262.169,14
431-Ortaklara Borçlar	+ (Topla)	262.169,14
Açıklama: Memzuç kayıtlarına göre bilanço uyumlaştırması yapılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (707109)		
300-Banka Kredileri	+ (Topla)	24.534,00
563-Öz Kaynak Tenzil Hesabı	+ (Topla)	24.534,00
Açıklama: Bilanço / Gelir Tablosu Kâr Zarar Eşitsizliği (300142)		
691-Dönem Kârı Vergi ve Diğ. Yasal Yük. Karş. (-)	+ (Topla)	101.198,52
d-Aktif/Pasif Düzenleme Hesabı	+ (Topla)	1,00

Yapılan aktarma-arındırma işlemlerinde dönemler itibarıyla yatay ve dikey analizde firma görünümünün nasıl değiştiğini ve kredi sonucuna nasıl etki ettiğini görmek mümkündür. Sektör itibari ile uzun vadede nakde dönebilen firma dinamikleri gereği uzun vade ve dahi ödemesiz dönemler şeklinde borçlanmalı. Finansman kaynaklarının ödemesiz dönem şeklinde olması firmanın belirli bir likidite seviyesine ulaşması açısından fırsat sunmaktadır. Düzeltilen bir diğer hesap kalemi 159-Verilen Sipariş Avansları hesabıdır. Bu hesap özelinde firma ile görüşmenin ardından; gerçekte var olmayan siparişlerin avans şeklinde giriş yapıldığı bilgisi alınmıştır. Bu durum aslında firmanın ilgili döneminin detay mizanında belirtilmemiş (yardımcı hesapları belirtilmemiş/kapalı mizan) olması üzerine sorgulanmaya ve netice alınmaya çalışılmıştır. Araştırma neticesinde mali mesuliyet görevlisinin; kredi veren kuruluşlarca 131-Ortaklardan Alacaklar hesap kaydının tutulması halinde direkt olarak öz kaynaklar hesabından tenzil edileceğini bildiğinden dikkat çekmeyecek hesap olan 159-Verilen Sipariş Avanslarında kayıt tuttuğu görünmektedir. Bu bilgiler ışığında firmanın düzeltme öncesi ve sonrası mali veriler ile kredi talebinin değerlendirilmesi sonucuna olan etkisini görmek mümkündür.

Orijinal Mali Veri

Orijinal mali verilerde firma 30.06.2021 tarihinde kullandığı 16.821.015 TL tutarındaki finansmanı 400-Banka Kredileri hesabında göstermiştir. 331-Ortaklara Borçlar hesabında ise 293.479 TL bakiye mevcuttur. Yukarıda bulunan bilançoda dönen varlıkların orijinal bakiyesi (herhangi bir değişiklik olmadığından) 35.665.584,69 TL dir. Orijinal mali verilerde kısa vadeli yabancı kaynaklar hesabında ise 13.624.708 TL (30.152.244 TL – 16.821.015 TL + 293.479 TL) bakiye mevcuttur. Bu durumda orijinal mali verilere göre net firma sermayesi 22.040.876,69 TL (35.665.584,69 TL – 13.624.708 TL) dir. Yine orijinal mali verilere göre cari oran 2,61 (35.665.584,69 TL/13.624.708 TL) dir.

Düzeltilmiş Mali Veri

Firmanın 30.06.2021 tarihi itibarıyla 16.821.015 TL bakiyenin 400-Banka Kredileri hesabından 300-Banka Kredileri hesabına yapılan aktarma işleminin ve 331-Ortaklara Borçlar hesabından 293.479

TL bakiyenin 431-Ortaklara Borçlar hesabına yapılan aktarma işleminin net firma sermayesini 5.513.340,69 TL cari oranı ise 1,18 seviyesine çekmiştir.

Firmanın 30.06.2021 tarihinde 159-Verilen Sipariş Avansları kaleminin orijinal hesap bakiyesi 4.351.745 TL dir. 159-Verilen Sipariş Avansları kaleminin yardımcı hesaplarında firmanın yaptığı bağlantılar ile ilgili herhangi bir bilgiye ulaşamadığından firma ortaklarına nakit çıkışı olabileceğini akla getirmektedir. Bu sebeple 159-Verilen Sipariş Avanslarından 4.351.745 TL bakiye 131-Ortaklardan Alacaklar hesabına aktarılmıştır. 131-Ortaklardan Alacaklar hesabında olan 4.351.745 TL tutarındaki bakiyenin firmaya getirisi olmadan yapılan bir çıkış olarak görüldüğünden direkt olarak 563-Öz Kaynak Tenzil Hesabına aktarılmıştır. Böyle bir durumda firmanın öz kaynaklarında önemli (hatırı sayılır) bir tutar azalarak kredibilitede sorun teşkil edebilmektedir.

Finansal Tabloların Düzeltme Öncesi ve Sonrası Verilerinin Karşılaştırmalı Analiziyle Kredi Taleplerinin Değerlendirilmesi

Firmanın orijinal mali verilerinde uzun vadede bulunan yabancı kaynak bakiyesine göre net firma sermayesi 22.040.876,69 TL ve cari oran ise 2,61 dir. Yapılan aktarma işlemleri neticesinde net firma sermayesi düzeltilmiş mali verilerinde ise 5.513.340,69 TL ve cari oran ise 1,18 dir. Bilindiği üzere dönen varlıklarla kısa vadeli yükümlülüklerin karşılaştırılması yöntemiyle yapılan oran analizi firmanın kısa vadeli borçlarını ödeyebilme kabiliyeti hakkında fikir vermek ve sonuçlara ulaşmak açısından önem arz etmektedir.

Orijinal ve düzeltilmiş veri sonrası firmanın net firma sermayesi ve cari oran değerleri aşağıdaki tablodaki gibidir.

Tablo 5: X Firmasının Aktarma-Arındırma Öncesi ve Sonrası Veriler

	Düzeltme Öncesi	Düzeltme Sonrası
Net İşletme Sermayesi	22.040.876,69	5.513.340,69
Cari Oran	2,61	1,18

Firmanın orijinal mali verilerindeki öz kaynaklar hesabının bakiyesi 6.207.280,69 TL iken, 159-Verilen Sipariş Avansları hesabında bulunan 4.351.745 TL bakiyeyi 131-Ortaklardan Alacaklar hesabına ve buradan da 563-Öz Kaynak Tenzil Hesabına aktarılması işleminin ardından 1.855.535,69 TL olmuştur.

Normalde firmanın mali verilerinde düzeltme öncesi kredi talebinin iyi şartlarda olmak üzere limit tahsisi yapılabilirdi; çünkü kısa vadede borçlarını karşılayacak varlıkları söz konusuydu ve rasyoları standartların çok üzerindeydi. Yine öz kaynaklar hesabının düzeltme öncesi bakiyesinin yedek akçe olarak manevra kabiliyetinin yüksek olması da göz önünde bulundurularak talep edilen limitin teminat şartlarının daha da esnek olabileceği yönünde bir karar alınması mümkün olabilirdi. Ancak düzeltme sonrası net firma sermayesindeki azalma ve cari orandaki düşüşün; firmanın ödemeler dengesini sağlayamaması, firmaya kredi tahsis edilmesi halinde mali verinin sağlıklı bir hale gelmesi ve akabinde firmayı batma tehlikesiyle karşı karşıya bırakılması senaryosuna istinaden kredi talebinin reddedilmesi uygun görülecektir. Bu durumda yapılan aktarma ve arındırma işlemlerinin ardından kredi talebi **ret edilmiştir**.

2.2. UYGULAMA-2

Uygulama 2’de gıda sektöründe faaliyet gösteren bir firmanın kredi talebinin değerlendirilmesi hakkında bilgiler yer almaktadır. Bu örnek uygulamada firmanın kredi talebinin niçin kabul edildiği açıklanmaya çalışılacaktır. Önce firma hakkında özet bilgiler verilip ardından uygulamaya geçilecektir.

Gıda sektöründe faaliyet gösteren firmanın muhasebe kayıtlarında stokların şişkin olması akabinde yapılan analiz neticesinde kayıt dışı verilerin olduğu tespit edilmiştir. Muhasebe kayıtları, gereğinin yapılabilmesi amacıyla 3726 sayılı Kanun gereği stok affından faydalanılarak kayıt altına alınmıştır. Araştırılmaya konu olarak başlangıç noktası olan ve geçmiş dönemde (2020 4.Kesin Dönem) ilk defa 2.445.000 TL bakiye veren ortaklardan alacaklar hesabı olmuştur. Firmaya ait öz kaynakların ortakların şahsi işlerinde kullanılması durumu göz önüne alınarak tenzil edilmesi uygun görülmüştür. Ancak bu

söz konusu ortaklardan alacaklar hesabının ilk defa bakiye vermiş olması ve firmanın da gıda sektöründe faaliyet göstermesi ve de alacaklarında hareketsiz yani donuk alacağı olduğu tespiti bütünleştirilince kayıt dışı olduğu kanaatine varılmıştır. Bu durumun ardından yapılan aktarma-arındırma işlemlerinin kredi talebi değerlendirilmesi açısından etkisi ele alınmıştır.

Y Firmasının 2018, 2019, 2020 ve 2021 3. Çeyrek dönemlerine ait bilanço ve gelir tabloları yer almaktadır.

Tablo 6: Y Firmasının Düzeltilmiş Mali Veriler Sonrası Oluşan Bilançosu

	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2020	30.09.2021
AKTİF	5.435.022,66	6.424.407,73	5.251.794,98	7.188.802,27
DÖNEN VARLIKLAR	4.854.380,07	5.895.389,83	3.970.362,13	4.445.090,08
Hazır Değerler	115.644,39	1.540.030,05	1.395.469,82	436.747,10
Menkul Kıymetler				
Senetsiz Ticari Alacaklar	889.189,11	1.278.793,40	1.073.783,74	1.012.880,15
Senetli Ticari Alacaklar	920.589,00	1.429.485,00	1.411.985,00	888.985,00
Ort. ve Grup Firmalarından Alacaklar				
Stoklar	2.675.732,94	1.585.523,67	21.732,00	2.065.798,45
Diğer Dönen Varlıklar	253.224,63	61.557,71	67.391,57	40.679,38
DURAN VARLIKLAR	580.642,59	529.017,90	1.281.432,85	2.743.712,19
Ticari Alacaklar				
Diğer Alacaklar				
Yapılmakta Olan Yatırımlar				
Ort. ve Grup Firmalarından Alacaklar				1.772.642,18
Mali Duran Varlıklar				
Yıll. Yaygın İnş. ve Onarım Maliyetleri				
Maddi Duran Varlıklar	1.292.158,39	887.426,22	1.646.218,47	1.333.228,04
Birikmiş Amortismanlar (-)	711.515,80	358.408,32	364.785,62	362.158,03
Diğer Duran Varlıklar				

	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2020	30.09.2021
PASİF	5.435.022,66	6.424.407,73	5.251.794,98	7.188.802,27
KISA VADELİ YABANCI KAYNAKLAR	2.535.997,23	2.006.537,62	1.599.096,34	2.913.448,03
Mali Borçlar	1.166.592,00	1.310.394,00	657.799,00	1.276.122,67
Alınan Sipariş Avansları	4.600,16	60.179,52	0,00	41.982,77
Senetsiz Ticari Borçlar	22.037,00	584.741,56	776.887,70	1.505.394,01
Senetli Ticari Borçlar	1.281.350,00	0,00	62.500,00	30.000,02
Ortaklar ve Grup Firmalarına Borçlar				
Diğer Borçlar	61.418,07	51.222,54	101.909,64	59.948,56
UZUN VADELİ YABANCI KAYNAKLAR	307.012,00	1.297.965,00	2.431.254,00	2.189.679,55
Mali Borçlar	307.012,00	1.297.965,00	2.431.254,00	2.189.679,55
Alınan Sipariş Avansları				
Senetsiz Ticari Borçlar				
Senetli Ticari Borçlar				
Ortaklar ve Grup Firmalarına Borçlar				
Yıll. Yaygın İnş. ve Onarım Hakedişleri				
Diğer Borçlar				
ÖZ KAYNAKLAR	2.592.013,43	3.119.905,11	1.221.444,64	2.085.674,69
Ödenmiş Sermaye	2.083.774,79	2.083.774,79	2.083.774,79	2.083.774,79

Sermaye Yedekleri				200.079,50
Kar Yedekleri	47.758,53	161.792,25	348.560,51	531.483,94
Dönem Net Kârı (Zararı)	58.323,05	234.615,31	448.051,95	-2.008.285,60
Geçmiş Yıl Kârları	584.315,86	639.722,76	859.298,63	1.278.622,06
AKTİF DÜZELTME TUTARI (-)	182.158,80	0,00	2.518.241,24	0,00

Tablo 7: Y Firmasının Düzeltilmiş Mali Veriler Sonrası Oluşan Gelir Tablosu

Gelir Tablosu	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2020	30.09.2021
Net Satışlar	14.923.801,90	16.483.168,62	14.906.503,09	12.228.837,59
Satışların Maliyeti (-)	13.195.001,37	13.983.333,37	12.311.204,21	10.549.569,16
Brüt Satış Kârı veya Zararı	1.728.800,53	2.499.835,25	2.595.298,88	1.679.268,43
Faaliyet Giderleri (-)	1.489.235,28	1.575.516,90	1.653.166,34	1.298.517,27
Faaliyet Kârı veya Zararı	239.565,25	924.318,35	942.132,54	380.751,16
Finansman Giderleri (-)	267.154,78	623.753,09	381.174,06	370.845,17
Kambiyo Kârları				
Kambiyo Zararları				
Diğer Faaliyetlerden Olağan Gelir ve Kârlar		224,83	0,00	43.861,39
Diğer Faaliyetlerden Olağan Gider ve Zararlar (-)				
Olağan Kâr veya Zarar	-27.589,53	300.790,09	560.958,48	53.767,38
Olağanüstü Gelir ve Gider Farkı	102.362,67	-1,23	13.611,86	-2.062.052,98
Dönem Kârı veya Zararı	74.773,14	300.788,86	574.570,34	-2.008.285,60
Dönem Kârı ve Diğer Yasal Yük. Karşılığı (-)	16.450,09	66.173,55	126.518,39	0,00
Net Dönem Kârı veya Zararı	58.323,05	234.615,31	448.051,95	-2.008.285,60
Amortisman Gideri				

Tablo 8: Y Firmasının Düzeltilmiş Mali Veriler Sonrası Oluşan Rasyoları

Oranlar	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2020	30.09.2021
LİKİDİTE ORANLARI				
Net İşletme Sermayesi	2.318.382,84	3.888.852,21	2.371.265,79	1.531.642,05
Cari Oran	1,91	2,94	2,48	1,53
Likidite Oranı	0,86	2,15	2,47	0,82
Nakit Oran	0,05	0,77	0,87	0,15
FAALİYET SÜRELERİ (GÜN)				
Ticari Alacak Tahsil Süresi	21,83	49,34	62,72	48,44
Stok Devir Süresi	73,00	54,85	23,50	26,71
Ticari Borç Ödeme Süresi	35,56	24,30	20,82	30,39
Faaliyet Süresi	59,27	79,89	65,40	44,76
Aktif Devir Hızı	65,55	70,16	63,42	79,36
BORÇLULUK ORANLARI				
Toplam Borçlar/Aktif Toplamı	0,52	0,51	0,77	0,71
Kısa Vadeli Borçlar/Net Satışlar	0,17	0,12	0,11	0,24
Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar/Aktif Toplamı	0,47	0,31	0,30	0,41
Ebit/Finansman Gideri	1,06	1,11	1,33	1,00
Net Finansal Borçlar/EBİTDA	3,97	1,16	1,77	0,00
Finansal Borçlar / Öz Kaynaklar	0,57	0,84	2,53	1,66
Toplam Borçlar / Öz Kaynaklar	1,10	1,06	3,30	2,45
Kısa Vadeli Finansal Borçlar/Net Satışlar	0,08	0,08	0,04	0,08
MALİ BÜNYE ORANLARI				
Maddi Duran Varlıklar/Öz Kaynak	0,22	0,17	1,05	0,47
Öz Kaynak/Aktif Toplamı	0,48	0,49	0,23	0,29

Dönen Varlıklar/Aktif Toplamı	0,89	0,92	0,76	0,62
Duran Varlıklar/Aktif Toplamı	0,11	0,08	0,24	0,38
KÂRLILIK ORANLARI				
Net Kâr/Öz Kaynak	0,02	0,08	0,37	-0,96
Net Kâr/Aktif Toplamı	0,01	0,04	0,09	-0,28
Faaliyet Kârı/Net Satışlar	0,02	0,06	0,06	0,03
Favök (Ebitda)	341.927,92	924.541,95	955.744,4	-1.637.440,43
Favök (Ebitda)/Net Satışlar	0,02	0,04	0,03	0,03
Satışlardaki Reel Büyüme		0,03	-0,28	0,00
İhracat Oranı				

Tablo 9: Y Firmasının Düzeltilen Kalemlerinin Detayları

Kalem Adı	İşaret	Tutar
Dönem: 2021-3-Geçişi		
Açıklama: Alınan çekler, alacak senetlerine; verilen çekler, borç senetlerine aktarılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (1345783)		
101-Alınan Çekler	- (Çıkar)	888.985,00
121-Alacak Senetleri	+ (Topla)	888.985,00
Dönem: 2021-2-Geçişi		
Açıklama: Ortaklardan Alacaklar Hesabının Öz Varlıklardan İndirimi (1294510)		
231-Ortaklardan Alacaklar	- (Çıkar)	3.772.642,00
563- Öz Kaynak Tenzil Hesabı**	+ (Topla)	3.772.642,00
Açıklama: Memzuç kayıtlarına göre bilanço vade uyumlaştırması yapılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (1277667)		
400-Banka Kredileri	- (Çıkar)	263.707,00
300-Banka Kredileri	+ (Topla)	263.707,00
Açıklama: Memzuç kayıtlarına göre bilanço uyumlaştırması yapılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (1277664)		
300-Banka Kredileri	+ (Topla)	58.131,00
563- Öz Kaynak Tenzil Hesabı**	+ (Topla)	58.131,00
Açıklama: Alınan çekler, alacak senetlerine; verilen çekler, borç senetlerine aktarılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (1277662)		
101-Alınan Çekler	- (Çıkar)	1.361.485,00
121-Alacak Senetleri	+ (Topla)	1.361.485,00
Dönem: 2020-4-Kesin		
Açıklama: Ortaklardan Alacaklar Hesabının Öz Varlıklardan İndirimi (1294516)		
231-Ortaklardan Alacaklar	- (Çıkar)	2.445.000,00
563- Öz Kaynak Tenzil Hesabı**	+ (Topla)	2.445.000,00
Açıklama: Memzuç kayıtlarına göre bilanço vade uyumlaştırması yapılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (1277666)		
400-Banka Kredileri	- (Çıkar)	21.610,33
300-Banka Kredileri	+ (Topla)	21.610,33
Açıklama: Memzuç kayıtlarına göre bilanço uyumlaştırması yapılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (1277663)		
300-Banka Kredileri	+ (Topla)	73.241,24
563- Öz Kaynak Tenzil Hesabı**	+ (Topla)	73.241,24
Dönem: 2019-4-Kesin		
Açıklama: Memzuç kayıtlarına göre bilanço vade uyumlaştırması yapılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (1277665)		
400-Banka Kredileri	- (Çıkar)	197.048,77
300-Banka Kredileri	+ (Topla)	197.048,77
Açıklama: Alınan çekler, alacak senetlerine; verilen çekler, borç senetlerine aktarılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (1277661)		
101-Alınan Çekler	- (Çıkar)	1.429.485,00
121-Alacak Senetleri	+ (Topla)	1.429.485,00
Dönem: 2019-4-Geçişi		
Açıklama: Memzuç kayıtlarına göre bilanço vade uyumlaştırması yapılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (475840)		

400-Banka Kredileri	- (Çıkar)	332.420,00
300-Banka Kredileri	+ (Topla)	332.420,00

Açıklama: Alınan çekler, alacak senetlerine; verilen çekler, borç senetlerine aktarılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (475834)		
101-Alınan Çekler	- (Çıkar)	906.385,00
121-Alacak Senetleri	+ (Topla)	906.385,00
Dönem: 2018-4-Kesin		
Açıklama: Memzuç kayıtlarına göre leasing uyumlaştırması yapılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (475841)		
301-Fin. Kir. İşlemlerinden Borçlar	+ (Topla)	29.008,00
265-Leasing Yatırımları	+ (Topla)	29.008,00
Açıklama: Memzuç kayıtlarına göre bilanço vade uyumlaştırması yapılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (475839)		
400-Banka Kredileri	- (Çıkar)	491.687,25
300-Banka Kredileri	+ (Topla)	491.687,25
Açıklama: Memzuç kayıtlarına göre bilanço uyumlaştırması yapılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (475837)		
300-Banka Kredileri	+ (Topla)	182.158,80
563- Öz Kaynak Tenzil Hesabı**	+ (Topla)	182.158,80
Dönem: 2017-4-Kesin		
Açıklama: Ortaklara borçlarda vadelendirme yapılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (475831)		
431-Ortaklara Borçlar	- (Çıkar)	859.485,77
331-Ortaklara Borçlar	+ (Topla)	859.485,77
Açıklama: Memzuç kayıtlarına göre bilanço uyumlaştırması yapılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (475836)		
300-Banka Kredileri	+ (Topla)	1.183.525,77
563-Öz Kaynak Tenzil Hesabı**	+ (Topla)	1.183.525,77
Açıklama: Alınan çekler, alacak senetlerine; verilen çekler, borç senetlerine aktarılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (475833)		
101-Alınan Çekler	- (Çıkar)	1.548.586,99
121-Alacak Senetleri	+ (Topla)	1.548.586,99
Dönem: 2016-4-Kesin		
Açıklama: Memzuç kayıtlarına göre bilanço vade uyumlaştırması yapılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (475838)		
400-Banka Kredileri	- (Çıkar)	70.873,59
300-Banka Kredileri	+ (Topla)	70.873,59
Açıklama: Memzuç kayıtlarına göre bilanço uyumlaştırması yapılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (475835)		
300-Banka Kredileri	+ (Topla)	840.327,41
563- Öz Kaynak Tenzil Hesabı**	+ (Topla)	840.327,41
Açıklama: Alınan çekler, alacak senetlerine; verilen çekler, borç senetlerine aktarılmıştır. (Otomatik aktarma-arındırma) (475832)		
101-Alınan Çekler	- (Çıkar)	998.235,00
121-Alacak Senetleri	+ (Topla)	998.235,00
** 563- Öz Kaynak Tenzil hesabı muhasebeye gerçekte var olmayan hesaptır ve sadece böylesi durumlarda tenzil etmek için kullanılmaktadır.		

Bu firma özelinde yapılan aktarma-arındırma işlemlerinin neticesinde geçmiş tarihli düzeltilmiş bakiyeler üzerinden takipler söz konusu olmuştur. Aktarma-arındırmaya konu bakiyelerin gerçek manada bilanço ve gelir tablosunda tekabül ettiği kalemler tespit edilmeye çalışılmıştır. Yapılan aktarma-arındırma işlemlerinde dönemler itibarıyla yatay ve dikey analizde firma görünümünün nasıl değiştiğini ve kredi sonucuna nasıl etki ettiğini görmek mümkündür.

Finansal Tabloların Düzeltme Öncesi ve Sonrası Verilerinin Karşılaştırmalı Analiziyle Kredi Taleplerinin Değerlendirilmesi

Firmanın kesin olan 2020 4.Döneminden itibaren ortaklardan alacaklar hesabı bakiyesi öz kaynaklar hesabından dönemler itibariyle tenzil edilmiştir. Firmanın 2020 kesin döneminde 231-Ortaklardan Alacaklar hesabında 2.445.000 TL bakiye oluşmuştur. Önceki dönemlerde bu kalemden herhangi bir bakiye olmadığından dikkat çekmektedir. Bu rakam firmanın 2021-2.Geçici döneminde 3.772.642 TL ye kadar çıkmıştır. 231-Ortaklardan Alacaklar hesabı kendi özelinde şu şekilde yorumlanabilmektedir:

- ✓ Ortaklar firmanın içini boşaltmaktadır ki SWOT analizinde firmanın tehditler kısmında kredibilitenin nitel kısımları için bu durumun cevap bulması gerekmektedir.
- ✓ Firmada kayıt dışının olduğu ve son raddeye geldikten sonra dış denetimlerden sıyrılmanın bir yolu olarak tercih edilebilir ki bu durumda firmanın SWOT analizi temelinde tehdit arz etmekte ve envanter vs. kayıt altında takip edilecek altyapı sistemlerinin olmaması söz konusu olabilmektedir.

Firmanın 2020 kesin döneminde ve 2021-2.Döneminde 231-Ortaklardan Alacaklar hesabının bakiye vermesi ve yukarıdaki gerekçelerden ötürü 563- Öz Kaynak Tenzil hesabına aktarıldığından dolayı firmanın öz kaynaklarında azalma meydana gelmiş ve kredi talepleri uygun görülmemiştir.

Firmanın 2021-3.Geçici dönemde 231-Ortaklardan Alacaklar hesabı bakiye vermediğinden yapılan kredi talebinin değerlendirilmesine olumlu yaklaşmıştır. Ancak yatay ve dikey olarak yapılan diğer analizlerde bilançoda Dönem Net Kârı (Zararı) kalemi ve gelir tablosunda Dönem Kârı ve Diğer Yasal Yük. Karşılığı (-) bakiyelerin **-2.008.285,6 TL** olduğu dikkat çekmektedir. İlgili bakiyelerin önceki dönemlerde bulunan 231-Ortaklardan Alacaklar hesabı bakiyesi ile yakın olduğundan ilişkili oldukları düşünülmüş ve detayını öğrenmek için firmanın mali mesuliyeti olan kişiden bilgi talep edilmiştir. Bu bilgiye göre 3726 sayılı Kanun gereği stok affından faydalanılarak ilgili tutar kayıt altına alınmıştır. Ayrıca; ortaklardan alacaklar cari hesabından af ile 689 Diğer Olağan Dışı Gider/Zararlar hesabına aktarılmıştır. Gerçek bir zarar olmadığı 7326 sayılı Kanun kapsamında oluşan KKEG(Kanunen Kabul Edilmeyen Gider) olarak 2021-4. Dönem beyannamede ve detay mizan nazım hesaplarında görülmektedir. Bu durumda firmanın basiretli bir tüccar edasıyla davranması ve arka planda ortakların firmanın içini boşaltmıyor olması yani firmanın yanında yer alarak gelecek vaat etmesi ve de ilerleyen dönemler de fiktif olan zararın dahi düzeleceği de ön görülerek kredi talebi **kabul edilmiştir**.

SONUÇ

Bu çalışma kapsamında 2 farklı firmanın kredi talepleri değerlendirilmiştir. Birinci örnekte bulunan firma; maden sektöründe faaliyet göstermektedir. Maden sektörü, doğası gereği uzun soluklu uğraş sonucu ürünlerini ortaya koyabilmektedir. Ürünün meydana gelmesi uzun vadeli olması hasebiyle; finansman ihtiyacının da uzun vadeli olması gerekmektedir. Maden sektöründe faaliyet gösteren firma örneğinde; uzun vadeli ihracat finansmanlarını, kısa vadeli yabancı kaynaklar hesabına aktarılması neticesinde; örneğin cari rasyo oranı 2.61'den 1.18'e düşmüştür. Bu değer ise olması gereken düzeyin epey altındadır.

Bu firmada; çizilmek istenen kötü şartlar çerçevesinde cari rasyo/firma sermayesinden ziyade, sektör gereği uzun vadeli üretimde yaşanabilecek aksaklıklar göz önünde bulundurulmuştur. Bu sebeple firmanın kısa vadede finansal refleksleri ölçümlenmiş olup kredi talebi **ret** edilmiştir.

İkinci örnekteki firma; gıda sektöründe faaliyet göstermektedir. Gıda sektörü; doğası gereği sirkülasyonun yoğun olduğu bir sektördür. Bu sektörde kayıt dışı işlemlerin de fazlalıkla yer aldığı söylenebilir. Bu örnekte, özellikle 231 Ortaklardan Alacaklar hesabında bir önceki dönemde bulunan 2.445.000 TL bakiyesinin son dönemde, 3.772.642 TL'ye kadar çıkması dikkat çekici olmuştur. Ortaklardan alacaklar hesabı kendi özelinde çeşitli şekillerde yorumlanabilmektedir. Bu hesap için

örneğin ortakların firmanın içini boşalttığı düşüncesiyle hareket edilebilmektedir. Dolayısıyla SWOT analizinde firmaya özgü tehditler bölümündeki kredibilitenin nitel kısımları için bu durumun cevap bulması gerekmektedir. Bir başka yorum ise firmada sektörün yapısı gereği kayıt dışının olduğu ve son raddeye geldikten sonra dış denetimlerden sıyrılmanın bir yolu olarak Ortaklardan Alacaklar hesabının tercih edildiği şeklinde olabilmektedir. Bu durum da firmanın SWOT analizi temelinde tehdit arz etmekte ve envanter vs. kayıt altında takip edilecek altyapı sistemlerinin olmaması söz konusu olabilmektedir. Ayrıca; aktarma-arındırma işlemlerinin temel amacı; firmayı en kötü şartlara göre değerlendirmek olduğundan; Ortaklardan Alacaklar hesabı, Öz kaynaklar hesabından tenzil işlemi uygulanmıştır. Burada gerçek bir alacak bakiyesi olmadığı düşünülerek mali tablolarda ayrıntılı olarak analiz edilmiştir. Bu analiz neticesinde; 3726 sayılı Kanun gereği stok affından faydalanılarak ilgili tutar kayıt altına alınmış ve bu durum ayrıca 689 Diğer Olağan Dışı Gider/Zararlar hesabı detayında kanunen kabul edilmeyen giderler olarak belirtilmiştir. Gerçek bir zarar olmadığı 7326 sayılı Kanun kapsamında olduğu beyannamede ve detay mizan nazım hesaplarında görülmektedir. Bu durumda firmanın basiretli bir tüccar sıfatıyla davranması ve arka planda ortakların, firmanın içini boşaltmıyor olması; yani firmanın yanında yer alarak gelecek vadetmesi ve de ilerleyen dönemlerde fiktif olan zararın dahi düzeltilmesi de yapılacağı ön görülerek kredi talebi **kabul** edilmiştir.

KAYNAKLAR

- KISAKÜREK, M. Mustafa ve PEKCAN, Ahmet (2005), *Muhasebenin Ürettiği Bilgiye Farklı Açılardan Bakışlar*, C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt 6, Sayı 2, 107–125.
- LAZOL, İbrahim (2003). *Genel Muhasebe*. Bursa: Ekin Kitabevi.
- SAĞLAM, Necdet (2005). *Tek Düzen Muhasebe Sistemi ve Uygulaması*. Ankara: Maliye ve Hukuk Yayınları
- SEVİLENGÜL, Orhan (1993). *Kredi Müşterilerinin Finansal Tablolarının Analizi ve Türkiye Uygulamasının Değerlendirilmesi*, Ankara.
- SEVİLENGÜL, Orhan (1996). *Genel Muhasebe*. (5. Baskı), Gazi Kitabevi Yayınları Ankara.
- ŞAKAR, Hakan (2002). *Bankalarda Kredilendirme Teknikleri*, 2.Baskı, Akdeniz Yayıncılık, İstanbul.
- ŞENEL, S. Alpagut ve YILDIRIM, Hesna (2023). *Muhasebe Hilelerinin Küresel Maliyeti ve Önlenmesine Yönelik Proaktif Bir Yaklaşım: Adli Muhasebe*. Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 26(1), 83-118.
- YARDIMCIOĞLU, Mahmut (2013). *Finansal Muhasebe*. (1. Baskı), Fatih Basımevi, Kahramanmaraş.



**TÜKETİCİ SINIZMİNİ FİYAT FARKLILAŞTIRMASIYLA BERTARAF ETMEK
MÜMKÜN MÜ? PERAKENDE SEKTÖRÜNDE BOYKOT ÜRÜNLERİ ÖZELİNDE
BETİMSSEL BİR ARAŞTIRMA**

Çetin MAYDA¹

Hilal Saadet AKTEPE²

ÖZET

Bu çalışma, perakende sektöründe boykot edilen ürünler özelinde tüketici sinizminin fiyat farklılaştırması stratejileriyle bertaraf edilip edilemeyeceğini incelemektedir. Tüketici sinizmi, bireylerin işletmelere ve pazarlama uygulamalarına karşı geliştirdiği şüphecî ve güvensiz tutumları ifade eder ve genellikle manipülatif veya etik dışı davranış algısıyla tetiklenmektedir. Özellikle son dönemlerde yaşanan İsrail-Filistin çatışması gibi sosyo-politik krizler, Türkiye’de İsrail menşeli ürünlere yönelik tüketici boykotlarının artmasına ve satın alma davranışlarının değişmesine neden olmuştur. Bu betimsel araştırmada, A101, BİM, ŞOK gibi büyük perakende zincirlerinin tüketici boykotlarına verdikleri tepkiler ve fiyat temelli pazarlama taktiklerinin tüketici kararlarını ne ölçüde etkilediği incelenmiştir. Bulgular, etik, milli veya dini gerekçelerle gerçekleşen boykotların marka sadakati ve imajını ciddi şekilde etkilediğini; ancak stratejik olarak uygulanan fiyat farklılaştırmasının (örneğin, indirimler, “1 alana 1 bedava” kampanyaları) kısa vadede olumsuz tüketici algısını kısmen azaltabildiğini göstermektedir. Bununla birlikte, çalışmada uzun vadeli güvenin ve sadakatin sağlanabilmesi için şeffaf, değer odaklı bir iletişim ve etik kurumsal davranışın gerekliliği vurgulanmaktadır. Elde edilen bulgular, yalnızca ekonomik değil; kültürel ve ahlaki değişkenleri de dikkate alan, tüketici merkezli pazarlama yaklaşımlarının önemini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Tüketici Sinizmi, Fiyat Farklılaştırması, Boykot, Perakende Pazarlaması, Tüketici Davranışı.

**IS IT POSSIBLE TO ELIMINATE CONSUMER CYNICISM THROUGH PRICE
DIFFERENTIATION? A DESCRIPTIVE STUDY ON BOYCOTT PRODUCTS IN THE
RETAIL SECTOR**

ABSTRACT

This study investigates whether price differentiation strategies can mitigate consumer cynicism in the context of boycotted products within the retail sector. Consumer cynicism refers to the skeptical and distrustful attitudes individuals develop toward firms and marketing practices, often triggered by perceived manipulative or unethical behaviors. In particular, during sociopolitical crises, such as the recent Israel-Palestine conflict, consumer boycotts against Israeli-origin products have significantly influenced purchasing behaviors in Turkey. This descriptive research examines the responses of major

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, EBYÜ, İşletme Bölümü, [Cetinmyd@gmail.com](mailto: Cetinmyd@gmail.com), ORCID: [0009-0007-6897-2067](https://orcid.org/0009-0007-6897-2067)

² Dr. Öğr. Üyesi, EBYÜ, İşletme Bölümü, [hilal.ciftci@erzincan.edu.tr](mailto: hilal.ciftci@erzincan.edu.tr), ORCID: [0000-0003-0017-8426](https://orcid.org/0000-0003-0017-8426)

Geliş Tarihi: 09.05.2025 / Kabul Tarihi: 27.06.2025 Çalışma Türü: Araştırma Makalesi

Yazarlar, herhangi bir çıkar çatışması beyan etmemiştir. Turnitin/Ithenticate/İntihal ile İntihal Kontrolünden Geçmiştir. Screened for Plagiarism by Turnitin/Ithenticate/İntihal Licenced by CC-BYNC ile lisanslıdır.

retail chains (e.g., A101, BİM, ŞOK) to consumer boycotts and evaluates the extent to which price-based marketing tactics can alter consumer decisions. Findings reveal that while boycotts driven by ethical, nationalistic, or religious motivations can strongly affect consumer loyalty and brand perception, strategically applied price differentiation (e.g., discounts, “buy-one-get-one” offers) may partially offset negative consumer sentiments in the short term. However, the study highlights that long-term trust and loyalty depend on transparent, value-oriented communication and ethical corporate behavior. The results underscore the importance of consumer-centered marketing approaches that account not only for economic but also cultural and moral considerations in decision-making processes.

Key Words: Consumer cynicism, Price differentiation, Boycott, Retail Marketing, Consumer Behavior.

GİRİŞ

Tüketim kavramı tarihsel olarak olumsuz anlamlar taşıyan bir olgu olarak ortaya çıkmış, zaman içinde bireylerin ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik doğal bir faaliyet olarak kabul görmeye başlamıştır (Ritzer, 2000: 56). Günümüzde tüketiciler, yalnızca ekonomik aktörler olarak değil, aynı zamanda toplumsal, kültürel ve psikolojik değişkenlerin etkisi altında karar veren bireyler olarak da ele alınmaktadır (Ramya ve Mohamed Ali, 2016: 76). Bu bağlamda, tüketici davranışlarını anlamak, işletmelerin pazarlama stratejilerini oluştururken dikkate almaları gereken temel unsurlardan biri haline gelmiştir. Ancak modern pazarlama anlayışının giderek daha agresif ve çıkar odaklı hale gelmesi, tüketicilerde işletmelere ve markalara karşı bir tür güvensizlik ve şüphecilik doğurmuştur (Akçay ve Özdemir, 2021: 858). Bu durum, literatürde “tüketici sinizmi” olarak tanımlanan olgunun yaygınlaşmasına zemin hazırlamaktadır.

Tüketici sinizmi, bireylerin firmaların etik dışı pazarlama stratejilerine ve samimiyetsiz yaklaşımlarına karşı geliştirdiği savunmacı bir tutumdur (Akçay ve Özdemir, 2021: 858). Bu tutum, özellikle sosyal, etik veya politik hassasiyetlerin öne çıktığı kriz dönemlerinde boykot davranışına dönüşebilmektedir. Özellikle son dönemde yaşanan İsrail-Filistin çatışması gibi uluslararası olaylar, birçok ülkede olduğu gibi Türkiye’de de tüketici boykotlarını artırmış ve bu bağlamda perakende sektöründe belirli ürünlerin satışları ciddi şekilde etkilenmiştir.

Bu çalışmada, tüketici sinizminin perakende sektöründe boykot ürünlerine yönelik etkileri ve işletmelerin bu duruma karşı uyguladığı fiyat farklılaştırması stratejilerinin tüketici davranışlarını nasıl şekillendirdiği ele alınmaktadır. Betimsel bir yaklaşımla gerçekleştirilen araştırma, İsrail menşeli ürünler özelinde yapılan boykotlar ve bu süreçte perakende firmalarının (örneğin A101, BİM, ŞOK vb.) uyguladığı kampanya ve fiyat stratejileri üzerinden değerlendirilmiştir.

1. TÜKETİCİ

“Consume - Tüketim” sözcüğünün temeli 14. yy.’a dayanmaktadır. İlk kullanımlarında, yıkmak, talan etmek, içini boşaltmak, yiyip bitirmek, telef etmek ve israf etmek gibi olumsuz anlamlar içermektedir. Bu eylemi gerçekleştiren özneye karşılık gelen ve benzer olumsuz anlam yüklerini içeren “Consumer – Tüketici” sözcüğü ise 16. yy.’da kullanılmaya başlandığı anlaşılmaktadır. Ayrıca, 15. yy.’dan itibaren tedarikçiyle belirli bir süreklilik içerisinde yürütülen kişisel ilişkiyi tanımlayan “müşteri” kavramı, küresel pazarda zaman ile yerini daha soyut olan “tüketici” kavramına bırakmaktadır (Ritzer, 2000: 56).

Tüketici, hizmet ve ürünlerin başka hizmet ve ürünlerin üretimi için değil tamamen ailevi veya bireysel ihtiyaçları için kullanan kişidir. Müşteri ise, başkaları için etkin bir şekilde satın alma veya yakın zaman içerisinde alabilme ihtimali olan kişi olarak tanımlanmaktadır (Durmaz, Bahar, Kurtlar, 2011: 115). Müşteri, bir başkasının ihtiyaç ve isteklerini karşılamak amacıyla pazara çıkmaktadır. Bu duruma göre, dağıtım kanalları (perakendeci ve toptancı) sanayi, yerel idareler, kamu işletmeleri, tarım ve hizmet işletmeleri, kar amaçsız kurumlar ve kamu işletmeleri birer örgütsel müşteri olmaktadır (Durmaz, 2006: 256).

Genel olarak değerlendirildiğinde tüketici, ortaya çıktığı yıldan günümüze kadar negatif anlam yüklerinden kısmen de olsa kurtularak, bir hizmet veya ürünü kullanan, seçen, satın alan kişi olarak tanımlamak mümkündür.

1.1. TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI

Hemen her bireyin bir tüketici olduğu düşünüldüğünde, tüketim faaliyetinin günlük yaşamda ne kadar önemli bir yer tuttuğu anlaşılmaktadır. Tüketim, bir hizmeti veya malı, belirli bir gereksinimi karşılamak amacıyla kullanma süreci olarak tanımlanmaktadır. Pazarlama alanında, tüketim eylemini gerçekleştiren bireyleri inceleyen disiplin ise “tüketici davranışı” olarak adlandırılmaktadır (Allen, 2000: 390).

Tüketici davranışı, satış ve satın alma faaliyetlerinin gerçekleştirildiği bölgede tüketicilerin davranışlarını gözlemleyen ve bu davranışların nedenlerini araştıran uygulamalı bir bilim dalı olarak ifade edilmektedir. Tüketici davranışı, tüketicilerin neyi, neden ve nereden satın aldıklarına ilişkin sorulara yanıt aramaktadır. Tüketici davranışının bu konuyla neden ilgilendiği üç başlık altında açıklanabilmektedir (Ergezer, 2018):

- Kuruluşların pazarlama yöntemlerine tüketicilerin verdiği tepki, başarısızlık veya başarının göstergesi olabilmektedir.
- Modern pazarlama anlayışı, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik pazarlama yöntemleri geliştirmeyi gerekli hale getirmektedir.
- Tüketicilerin pazarlama stratejilerine gösterebilecekleri tepkileri daha önceden anlayabilme olanağı sağlamaktadır.

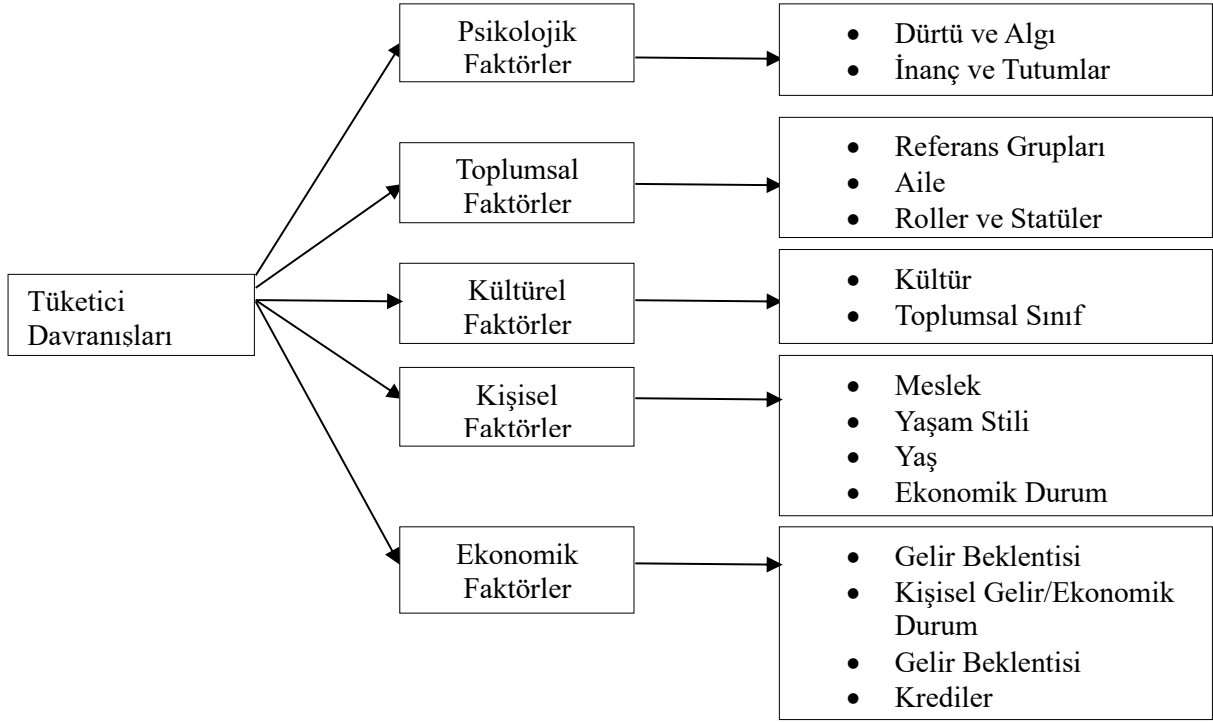
Pazarlama stratejilerinde işletmeler, olumsuz kamuoyu algısı ve toplumsal değerlerin istismarı gibi ince bir hat üzerinde ilerlemektedir. Örneğin, Türkiye’de bazı market zincirlerinin kendi çıkarlarını gözeterek tüketicilerin maddi değerlerin istismarı; temel gıda ürünlerinde aşırı fiyat artışına gittikten sonra indirim algısı yaratıp aynı ürünü daha pahalıya satması olarak ifade edilebilmektedir. Bazı giyim mağazalarının ise manevi değerlerin istismarı; “Kadınlar Günü” ve “Anneler Günü” gibi özel günleri yalnızca satış aracı olarak kullanmaları olarak ifade edilebilmektedir. Bu durum karşısında, işletmelerin kurumsal imajı ve işletme motivasyonu ile ilgili şüphe oluşabilmektedir. Tüketiciler ise, bu stratejiler karşısında karşı çıkma çabalarının sonuç vermeyeceği düşüncesiyle boykot etme motivasyonlarını düşürebilmektedirler. Sonuç olarak, tüketici davranışlarını etkileyen faktörleri dikkate alarak pazarlamanın daha dikkatli planlanması ve uygulanması gerekmektedir.

1.2. TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Tüketici davranışları üzerine yapılan çalışmalar, kişinin elde edilebilir kaynakları (enerji, zaman, para vd.) harcarken nasıl karar verdikleri konusunda araştırma yapmaktadır. Aynı zamanda, bireylerin ne sıklıkta, nereden, ne zaman, nasıl, niçin ve ne satın aldıklarını incelemektedir (Yağcı, İlarslan, 2010: 138).

Tüketici bir ürün veya hizmeti satın alırken alıp almamayı, hangi satıcıdan ya da hangi kaynaktan alacağını göz önünde bulundurmaktadır. Bu nedenle, işletmeler tüketici satın alma davranışlarını etkileyebilmek için ürün veya hizmet fiyatlarında indirim ve promosyon yöntemiyle etkilemek istemektedirler (Ramya ve Mohamed Ali, 2016: 76). Pazar araştırmasının avantajlarını ve ekonomik kazançlarını ön planda tutmak amacıyla tüketici davranışlarını etkileyen faktörler üzerine yapılan araştırmalar sonucu birçok firma kendi sektöründe tüketicinin davranışlarını dikkate alarak bu davranışlara özgü gerek psikolojik gerekse fiziksel pazarlama stratejileri geliştirmektedirler (Ittner, Larcker ve Taylor, 2009: 830). Günümüzde, bu tür stratejilerin ülkemizde de yaygın olarak kullanılmaya başlandığı ifade edilebilir. Örneğin, belirli bir miktar alışveriş üzeri yapılan indirimler vd. kampanyalar pazarlama stratejilerinin önemli bir parçası haline gelmektedir.

Tüketiciler birey olarak veya sosyal açılarından (statü, rol, referans grupları, aile, çevre vb.) birçok faktörün etkisi altında kalmaktadır. Bu faktörlerin tüketicinin satın alma davranış tercihlerini farklı biçimlerde etkilediği görülmektedir (Ünlüönen ve Tayfun, 2003: 135). Tüketici davranışları, kişinin içerisinde bulunduğu toplumda, sosyal sınıf, aile, kültür ve referans grubu gibi faktörlerin etkisiyle; tüketicinin bireysel olarak, öğrenme sürecinin, tutum ve inançlarının, ihtiyaçlarının ve güdülerinin, algılamalarının etkisiyle ortaya çıkmaktadır. Şekil 1’de gösterildiği üzere, tüketici davranışlarına etki eden faktörler genel olarak psikolojik faktörler, toplumsal faktörler, kültürel faktörler, kişisel faktörler ve ekonomik faktörler olmak üzere beş ana faktör grubuna dayanmaktadır (Ramya ve Mohamed Ali, 2016: 76):

Şekil 1. Tüketici Davranışlarını Etkileyen Faktörler

Kaynak: Ramya ve Mohamed Ali, 2016: 76

2. TÜKETİCİ SINIZMI

Sinizm, diğerlerine güvenmeme ve diğerlerinden hoşlanmama, kurumlara ve otoriteye karşı güvensiz ve olumsuz tutumlar, hayal kırıklığı ve umutsuzluk, engelleme, grup ya da ideoloji olarak kurumlara veya toplumsal geleneklere karşı olumsuz duygular ve güvensizlik, insanların başkalarının niyet ve davranışlarının samimiyetine şüpheyile yaklaşma eğilimi göstermesi olarak tanımlanmaktadır (Arslan, 2012: 13).

Kavram olarak sinizm savunucularına göre kişiler genel olarak sahtekâr ve bencil kabul edilmekte, bu inancı yaşam stili olarak benimsemiş olanların dürüst, saf, kanaatkâr ve erdemli bir yaşam devam ettirmeyi amaç edindikleri tabir edilmektedir (Indibara ve Varshney, 2021: 78). Tüketici bakımından sinizm kavramını ilk kez ele alanlardan Chu ve Chylinski (2006: 1) tüketici sinizmini “kuruluşların kendi çıkarlarına göre hareket ettiği düşüncesine dayalı pazara yönelik kuşku durumu” olarak tanımlamaktadır.

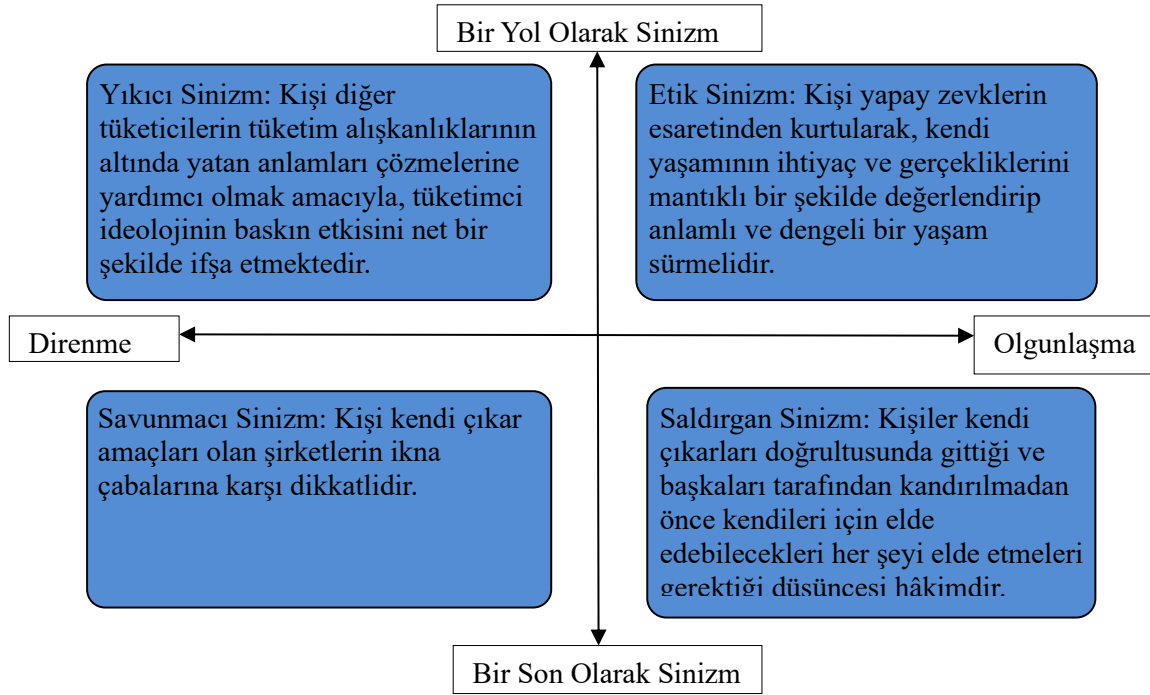
Pazarlama bakış açısıyla sinizm, tüketicilerin işletmelerden, markalardan veya reklamcılardan gelebilecek olumsuz niyetlerden korunmak amacıyla, savunma mekanizmaları geliştirdikleri bir süreç olarak tanımlanmaktadır. Bir diğer ifadeyle, sinizm tüketicilerin işletmelere karşı şüphecî ve eleştirel bir tutum geliştirmesi olarak görülmektedir (Bertilsson, 2015: 454).

Tüketici sinizmi, hedefe ulaşmak için etik değerleri ikinci plana atan ve stratejik pazarlama taktikleri ile rakiplerini saf dışı bırakmaya çalışan Makyavelist Pazarlama anlayışına tepki olarak, yaşamı kontrol edebilme isteği, savunma mekanizması geliştirme ihtiyacı, reklam mesajlarının aldatıcılığı, karşılanmamış beklentiler, firma tarafından kullanılma algısı ve olumsuz tüketim deneyimleri gibi birçok faktörden kaynaklı olarak ortaya çıkabilmektedir (Güven, 2016: 163).

Tüketimde sinizm olgusuna ve tüketicilerde bu tür eğilimlerin varlığına işaret eden çeşitli çalışmalar, tüketicilerin zaman zaman sinik duygulara kapılabildiklerini ortaya koymaktadır. Bireyler, yaşadıkları olumsuz deneyimleri etrafındaki kişilerle paylaşabilirler ya da daha ileri giderek somut ve

aktif bir şekilde tepki eylemleri (örneğin, protestolar veya kampanyalar gibi) olarak gösterebilmektedirler.

Şekil 2. Tüketici Sinizminin Dört Tipi



Kaynak: Odou ve Pechpeyrou, 2011: 1802

Bu sürece sistematik bir yaklaşım sunan Odou ve Pechpeyrou (2011:1802) gerçekleştirdikleri çalışmalarında Şekil 2'deki gibi tüketici sinizmini dört farklı kategori grubuna ayırmışlardır:

Savunmacı Sinizm, tüketicilerin şirketlerin çıkar odaklı ve manipülatif yaklaşımlarına karşı kendilerini koruma eğilimi olduğunu ifade etmektedir. Bu yaklaşımda, tüketiciler şirketlerin iyiliksever (özgecil) niyetlerine güven duymamaktadır ve buna benzer girişimlere karşı daha temkinli bir tutum sergilemektedir (Odou ve Pechpeyrou, 2011: 1801). Savunmacı sinizmde şüphecilik, şüphe, itimatsızlık ve güvensizlik, şirketlerin veya markaların manipülatif ya da yanıltıcı ikna çabalarına karşı bir tür zihinsel savunma mekanizması işlevi görmektedir (Bertilsson, 2015: 8).

Aldatıcı bir reklam insanlarda genel olarak bir güvensizlik oluştururken, bu durum diğer reklam verenlerin de güvenilirliğini zedeleyebilmektedir. Örneğin, 1980'lerde Pepsi'nin "Pepsi Challenge" isimli kampanyasına karşı Coca-Cola'nın orijinal tarifini değiştirerek "New Coke" isimli yeni bir ürün ortaya çıkarmıştır. 1985'de bu ürün satışa sunulduğunda, tüketiciler tarafından büyük bir tepki ile karşılanmıştır. Kolanın orijinalliği bozulmasından dolayı Coca-Cola tüketmeyi seven milyonlarca kişi tarafından şikayet almıştır. Bunun üzerine Coca-Cola tekrar orijinal tarifi ile "Coca-Cola Classic" ismiyle yeni bir ürün piyasaya çıkarmak zorunda kalmıştır.

Saldırgan Sinizm, tüketicilerin ilk önce kendi çıkarlarını koruma ve başkalarının kendisini aldatmasından önce harekete geçme eğilimi göstermektedir. Tüketicilerin kendi faydalarını en üst seviyeye çıkarmaya çalışırken, çevresindeki kişilerin veya kurumların niyetlerine karşı daha stratejik ve şüpheli davranmasını ifade etmektedir. Saldırgan sinizmde, bireyler kişisel çıkarlarını korumak için özgürleşmeyi ve eleştirel bir şekilde mevcut sistemleri sorgulamayı veya yıkmayı amaç olarak kullanmaktadırlar (Odou ve Pechpeyrou, 2011: 1801-1802).

Tüketiciler, şirketlerin aldatıcı yöntemlerine karşı kendilerini savunmak yerine, benzer aldatıcı yöntemler kullanarak karşılık verebilmektedir. Örneğin, 1992'de Pepsi, Filipinler'de "Pepsi Bumber Fever" adında ilgi çekici bir kampanya başlatmıştı. Şişe kapakları içindeki numaralarla büyük ödüller dağıtmak amaçlanmaktaydı. Kampanya bitiminde "349" numaralı kapak en büyük ödül olarak açıklandı. Ancak, üretim esnasında büyük bir yanlışlık yapılarak 800.000 adet aynı numaralı kapak üretilmişti.

Yüz binlerce kişi kazandığını sanarak Pepsi'ye başvurdu. Şirketin sadece bir kişiye büyük ödül vereceğini duyurması sonucunda binlerce öfkeli kişi protesto gösterileri düzenledi ve Pepsi araçlarını ateşe vererek insanların yaralanması ve hayatını kaybetmesine neden olmuştur. Firmaya açılan binlerce dava sonucunda Pepsi büyük bir itibar kaybına uğrarken ve Filipinler'deki pazar payı pazardan çekilme derecesine gelecek kadar küçülmüştür.

Yıkıcı Sinizm, tüketicinin tüketim anlayışının hakimiyetine açıkça karşı çıkarak, bu yapının ardındaki gizli tüketim kodlarını ve motivasyonları açığa çıkarmayı amaçlamaktadır. Tüketim kültürüne yönelik güçlü bir eleştiriyi ve bu kültürün aldatıcı yönlerini ifşa etme çabasıyla şekillenmektedir (Oudou ve Pechpeyrou, 2011: 1801).

Yıkıcı ve etik sinizmde tüketim anlayışı sorgulanırken, tüketim karşıtlığı ön plana çıktığı görülmektedir. Yıkıcı sinizm, daha çok kışkırtıcı söylem ve eylemleri içerirken, etik sinizm bireyin doğal benliğine ulaşmak için toplumsal ticarileşmeden uzaklaşarak sade bir yaşam tarzını benimsemesini hedeflemektedir. Örneğin, Mutfakta cinsiyet eşitliğini vurgulamak için Burger King tarafından tasarlanan 2021'deki "Kadınlar Mutfaka Aittir" twitter paylaşımıdır. Fakat insanlar tarafından cinsiyetçi tutum olarak algılandığı için büyük tepkiler almıştır. Sonuç olarak, Burger King paylaşımı silmek ve özür dilemek durumunda kalmıştır. Marka ciddi şekilde itibar kaybı yaşamıştır.

Etik Sinizm, bireyin doğal olmayan haz ve arzuların etkisinden sıyrılıp daha mantıklı, bilinçli ve gerçekçi bir yaşam tarzı benimsemesini ifade etmektedir. Bu yaklaşım, tüketicinin hayatı üzerinde daha fazla kontrol sağlamasını, tüketim davranışlarında daha bilinçli ve sorumlu bir davranış sergilemesini amaçlamaktadır (Oudou ve Pechpeyrou, 2011: 1801). Literatürde doğal olmayan zevkler ve arzular, bireylerin toplumda statü kazanma veya dikkatleri üstüne çekme amacıyla gereksiz yere tanınmış ve pahalı (lüks) markaları tüketmesi olarak tanımlanmaktadır (Bertilsson, 2015: 11).

Etik sinizmde tüketici kendi kişisel inançlarına ve ahlaki değerlerine dayanarak, dış etkenlerden veya başkalarının değerlerinden bağımsız olarak hareket etmektedirler. Örneğin, Patagonia giyim markası 2011 yılında "Bu Ceketini Satın Almayın" konulu bir reklam yayımlamıştır. Amaç, gereksiz tüketim anlayışının çevreye olan etkileri konusunda farkındalık oluşturmaktır. Bu durum insanlar tarafından takdir toplamış ve marka satışlarında artış görülmüştür. Kendisini çevre dostu olarak tanıtan marka, etik sinizmin etkili bir pazarlama stratejisi olabileceğini göstermektedir.

Sinizm kavramı her ne kadar olumsuz anlamlar içeriyor olsa da, işletmelerin rekabet ortamında bu durumu fırsata çevirmek için Tablo 1'deki kategorilerde uygulaması gereken dört strateji bulunmaktadır (Riskybrand Mindvoice, 2008-2018):

Tablo 1: İşletmelerin Sinizm Karşısında Uygulayabilecekleri Stratejiler

Kategori	Açıklama
Empati odaklı tanıtım yerine eşsiz çekicilik	Marka iletişimde çok fazla tercih edilen empati kavramı artık yeteri kadar etkili olmamaktadır. Tüketiciler, bireysel özelliklere (diğerlerinden farklı kılan) sahip markalar "iyi" özellikler yerine "farklı" özellikleri göz önüne almaktadırlar.
Daha güçlü kanıtlar ve hikayeler	Şüpheli bakış açısına sahip tüketiciler, geleneksel satış yöntemlerinden sıkılmış durumdadır ve kendilerine sunulan verileri sorgulamaktadır. Pazarlamacılar kanıtlarını sağlam istatistiksel verileriyle desteklemeli, tüketicilere kendini yakın ilişki kurabileceği bir hikaye sunması gerekmektedir.
Sağlam kurumsal etik yapısı	Pazarlama politikalarına karşı inancını kaybetmiş ve güvenirlilik arayan tüketicilerle işletmelerin yeniden iletişim kurmasını sağlayarak sinizm olgusuna karşı bir çözüm olarak görülmektedir. Tüketicilerin giderek bir işletmenin ne sattığına değil, varlık sebeplerine odaklanmaya başladıkları görülmektedir. Bu noktada etkili adımlar atabilen işletme, rekabet avantajı elde etmiş olmaktadır.

Yeni lüks kavramı

Küresel dünyada etkili olan ekonomik eşitsizliğin sonucunda, yeni sosyal sınıfın lükse yönelik tüketici davranışları değişmekte ve ekonomik bir başarı olarak algılanması zayıflamaktadır. Bu değişime karşı markaların, sosyal statü vurgusu yerine öznel bir lüks kavramı olarak tanımlayan yöntemleri dikkate alması önemli olmaktadır. Tüketicilere sadece bir hizmet veya ürün sunmaktan öte, markanın değerlerine, geçmişi ve misyonuna odaklanan hikayeler aracılığıyla marka bağlılığını güçlendirmede önemli rol oynamaktadır.

Kaynak: Riskybrand Mindvoice, 2008-2018'den Yararlanılarak Oluşturulmuştur.

3. FİYAT FARKLILAŞTIRMASI

Fiyat, pazarlama bileşenleri içerisinde tüketici ve işletmeleri etkileyen en önemli faktör olmaktadır. Fiyatların belli olmadığı bir pazarın düşünülmesi imkansız görülmektedir. Tüketiciler karar verme süreçlerini fiyatlar üzerinden değerlendirerek tamamlayabilmektedirler. Fiyat kavramı, tüketicilerin ve müşterilerin pazara sunulan hizmet veya ürünü satın almak amacıyla ödemeleri gereken para olarak tanımlanmaktadır. Ürün ve fiyat değeri dengeli olmalıdır, aksi takdirde satınalma niyeti olan kişiler diğer daha uygun olan rakipleri tercih edebilmektedir (Kotler, 1997: 93).

Fiyat farklılaştırması, aynı ürünün zamana, tüketici kitlelerine ya da koşullara göre farklı şekillerde fiyatlandırılması stratejisidir (Elegido, 2011: 633). İşletmeler çeşitli yöntemlerle gerçekleştirdikleri fiyat farklılaştırmaları sonucu satışlarını ve karlarını belli bir süreliğine de olsa arttırmayı amaçlamaktadırlar.

Belirsizliklerle dolu günümüz küresel ekonomik savaş döneminde, fiyatların aşırı şekilde inişli ve çıkışlı olduğu uluslararası pazarda, firmaların artan maliyetler karşısında rakip firmaların fiyat artışına gitmemesinden dolayı tüketici kaybedecekleri endişesi oluşmaktadır. Bu nedenle, ürünlerin miktarını, boyutunu ve gramajını daha az hale getirerek efektif fiyatı düşürmeyi çözüm olarak görebilmektedirler (Imai ve Watanabe, 2014: 2). Bir diğer yöntem ise ürün veya hizmet fiyatını piyasa değerinin üstünde gösterip boykot zamanı veya rakip firmaların (Örneğin yerli marka ürünleri gibi) fiyat farklılaştırması karşısında %50'ye varan indirim gibi aldatıcı kampanyalar yapabilmektedirler.

Selvi ve Cavlak (2022) çalışmalarında, fiyat farklılaştırmasının tüketicinin ürün veya hizmetin fiyatına tepki göstermesi üzerinde önemli etkisi bulunan psikolojik bir etken olduğu görülmektedir. Ürün veya hizmet için belirlenen gerçek dışı bir fiyatı ödeme konusunda razı olmayan tüketici tepkilerini daha az satın alma ya da satın almama davranışı ile gösterebilmektedirler. Atılğan vd. (2017) çalışmalarında, tüketicinin bir ürün ve hizmetin fiyatının gerçekçi ve adil olduğuna inanması satın alma memnuniyetini arttırdığı görülmektedir. Bunun yanında, tüketiciler fiyatlar nedeniyle boykot faaliyetinde bulunabileceğinden dolayı boykot konusu bir sonraki başlıkta irdelenmektedir.

Bu çalışma kapsamında fiyat farklılaştırılması kavramının kapsamı belirli zamanlarda ve belirli koşullara göre ürün fiyatlarında yapılan indirimler olarak irdelenmektedir.

4. BOYKOT

Boykotlar, toplumsal duyarlılık ve tepkilerin bir yansıması olarak hızla yayılan ve çeşitli etki potansiyeline sahip protesto araçlarıdır. Boykot faaliyetleri genellikle etik olmayan veya haksız görülen uygulamalara girişen işletmelere karşı kullanılan en etkili tüketin karşıtı taktiklerden biridir. Tüketici boykotları, çevre, siyasi, etik veya sosyal konulardaki sorunlar nedeniyle belirli hizmet ve ürünlerin satın alınmasından ve tüketilmesinden vazgeçmeye dönük tüketicilerin haklarını savunan kişiler tarafından sergilenen bir tür "anti-tüketim" davranışdır (Makarem ve Jae, 2016: 193-194).

Literatürde yapılan çalışmalarda, tüketici sinizminin önemli düzeyde tüketici boykotlarına sebep olacağı kanıtlarla desteklenmektedir. Tüketici sinizmi ve tüketicilerin boykot eylemini gerçekleştirmeye yönelik tutumları arasındaki bağlantının önemli olduğu görülmektedir (Atılğan vd., 2017: 40). Tüketicilerin tepkilerinin şikayet ve uyarının ilerisine giderek etkin davranışlara, kültürel karşı durma eylemine dönüştüğü ve son olarak boykot eylemi ile sonuçlanabilmektedir (Chu ve Chylinski, 2006: 1).

Sinik tüketiciler marka ve işletmelere karşı genel olarak kızgın ve tepkili olmaktadır. Bu nedenle marka ve işletmelere karşı tepki olarak toplumsal bir hareket gösterebilmektedirler. Bu durumu

yaşayan tüketiciler, hoşuna gitmedikleri marka ve işletmeleri boykot edebilmektedirler ya da diğer insanları bu işletmelerin ürünlerini satın almamaları için tavsiyede bulunabilmektedirler (Chylinski ve Chu, 2010: 796). Hatta aşırı sinizm durumu yaşayan tüketiciler firmaların imajlarını zedelemek, bu firmaları kötü olarak lanse etmek ve diğer insanları boykot etmeye yönlendirmek amacıyla insanlara gerçek dışı fikirler söyleyebilmektedirler (Amezcuca ve Quintanilla, 2016: 294).

Savaşlar, politik gerilimler ve kültürel farklılıklar belirli ülke ve işletme ürünlerinin boykot edilmesine ve bu boykotların yaygınlaşmasına neden olabilmektedir. Bu nedenle tüketiciler, işletme ve markaların etik, sosyal ve çevresel sorumluluklarına daha fazla dikkat eder duruma gelmiştir. İsrail'in Gazze'ye saldırıları sonrasında belirli markaların tüketiminde %30-40'lara varan azalmalar olduğuna dair bulgulara rastlanmaktadır (rapor edilmiştir) (www.ekonomi.haber7.com). Bu süreçte tüketiciler, yerli marka ürünlerine yönelediklerinden yerli işletmelerin pazar paylarında artış görülmüştür.

5. PERAKENDE SEKTÖRÜNDE BOYKOT ÜRÜNLERİ ÖZELİNDE FİYAT FARKLILAŞTIRMASI

Küresel ve yerel düzeyde iletişim teknolojilerinin, tüketici etkinliğinin ve toplumsal farkındalığın artmasıyla boykot eylemleri yaygınlaşmaya başlamıştır. Boykotun perakende sektörüne doğrudan ve dolaylı etkileri olabilmektedir. Boykot edilen ürünlerin tüketici davranışları, perakende sektörünün bu durumlar karşısında verdikleri tepkiler ve fiyatlama stratejileri üzerinde etkili olduğu anlaşılmaktadır. İşletmeler, boykot sürecinde bazı stratejik fiyatlandırma yöntemleri kullanabilmektedirler. Kaybedilen imaj ve tüketiciyi geri kazanmak amaçlanmaktadır. Çünkü, marka bağımlılığı ve tüketici sadakati işletmeler için en önemli kriterlerden biri olduğu söylenilebilir.

5.1. DAHA ÖNCE YAPILAN ÇALIŞMALAR

Uluyol ve Duruk (2016) çalışmalarında, sivil toplum örgütlerinin yurtdışı menşei ürünleri boykot etme duyuruları ve bu duyuruların tüketici davranışlarını ne yönde etkilediği incelenmektedir. Yapılan çalışma sonucunda, tüketicilerin sivil toplum kuruluşlarının boykot çağrısına uydukları ve satın alma davranışlarını bu kapsamda değiştirdikleri anlaşılmaktadır. Ayrıca, tüketicilerin milli duygularının etkisinin boykot kararını almasında büyük etken olduğu ve sivil toplum kuruluşlarının boykot çağrısını olumlu karşıladıkları ifade edilmektedir.

Atılğan vd. (2017) çalışmalarında, tüketici sinizmi açısından bireylerin boykota yönelme tutumları ve satın alma niyetleri arasındaki ilişki incelenmektedir. Araştırma bulgularına göre tüketici sinizmi ile boykot davranışına yönelme eğilimi arasında pozitif yönde bir ilişki varken, sinizm ile satın alma niyeti arasında ters yönde bir ilişki ortaya çıkardıkları görülmektedir. Yani, tüketici güvenin azaldığı durumlarda boykot eğilimi artmakta, aynı zamanda satın alma motivasyonunun da zayıfladığı anlaşılmaktadır.

Memiş ve Cesur (2019) çalışmalarında, çevreci olmayan ürün üreten firmalara karşı gerçekleştirilen tüketici boykot eylemi ve bu eylemin boyutları incelenmektedir. Yapılan çalışma sonucunda, tüketici boykotu yönteminin dört boyutlu bileşimi anlaşılmaktadır. Daha önceki zamanlarda boykot deneyimi olan tüketiciler, deneyimi olmayan tüketicilere karşın tüketici boykotu boyutları açısından algılamaları daha olumlu olduğu ifade edilmektedir.

Dal ve Toros (2022) çalışmalarında, boykota katılım eylemini etkileyen faktörlerden etnosentrizm (milliyetçilik ve dindarlık gibi) yönünden önemli anlayışlar ile boykota katılım arasındaki bağlantı Türkiye çerçevesinde incelenmektedir. Anket verileri ile gerçekleştirilen analizde, “dindarlık”, “tam zamanlı bir işte çalışma”, “eğitim seviyesi” ve “milliyetçilik” durumları ve boykot yoğunluğu arasında sayısal veriye dayalı önemli bir ilişki ortaya koymaktadırlar. Ayrıca, Türkiye’de dindarlık düzeyinin milliyetçilik düzeyine istinaden boykot eylemine katılımda daha etkin rol oynadığı anlaşılmaktadır.

Keser ve Söğütü (2023) çalışmalarında, tüketici sinizminin tüketici boykot davranışı üzerindeki etkisi incelenmektedir. Sonuçlar, tüketici sinizminin boykota katılma motivasyonları ve boykot davranışları üzerinde önemli bir aracılık etkisi olduğunu göstermektedir. Bu durum, sinik tüketicilerin boykot eylemine katılmayı düşündükleri anlamına gelmektedir. Tüketicilerin tüketici sinizmi, tüketici boykot davranışı ve tüketici boykot katılım güdülerinin yüksek düzeyde olduğu ifade edilmektedir.

Duğan vd. (2024) çalışmalarında, tüketicilerin İsrail menşeli ürünler için boykot davranışları üzerinde tüketici sinizminin etkili olup olmadığı incelenmektedir. Yapılan çalışma sonucunda katılımcıların yüksek düzeyde bir tüketici boykotu davranışına ve katılım güdüsüne sahip oldukları anlaşılmaktadır. Ayrıca, tüketicilerin İsrail menşeli ürünlere ilişkin düşmanlık düzeyleri arttıkça o ülkeye ait ürünlere yönelik boykot tutumlarının da arttığı sonucu ifade edilmektedir.

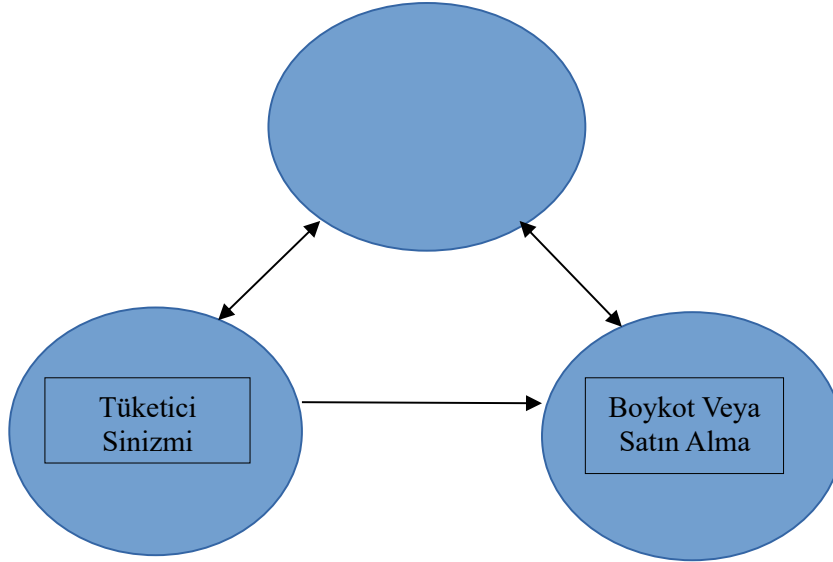
Sezgin ve Hoşgör (2024) çalışmalarında, tüketicilerin İsrail menşeli ürün ve hizmetlere ilişkin e-boykot söylemleri incelenmektedir. Yapılan çalışma sonucunda, şikayete en fazla konu olan sektörün perakende sektörü olduğu anlaşılmaktadır. Şikayete en çok konu olan e-boykot söyleminin “İsrail menşeli ürünlerin satışına devam edilmesi” olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca, e-boykot söylemlerinde şaşkınlık temalarının perakende sektöründe daha etkin rol oynadığı ifade edilmektedir.

Eser ve Duran Tekoğlu (2021) çalışmalarında, Kara Cuma ritüelinin Türkiye’deki tüketiciler tarafından nasıl algılandığını ve bu algının satın alma davranışlarına nasıl yansıdığı incelenmektedir. Yapılan çalışma sonucunda, tüketicilerin genel olarak Kara Cuma’ya yönelik olumsuz tutumlar sergilediği; bu olumsuz tutumların özellikle psikolojik, dini ve kültürel gerekçelere dayandığı anlaşılmaktadır. Ancak araştırma bulgularına göre, bu olumsuz tutumlara rağmen birçok tüketicinin Kara Cuma indirimlerinden faydalanarak satın alma davranışında bulunduğunu da göstermektedir. Bu çelişkili eylem, bilişsel uyumsuzluk kuramı ile açıklanmakta; tüketicilerin bu durumu ihtiyaçlara uygunluk, fiyat avantajı vb. gerekçelerle rasyonelleştirmeye çalıştıkları görülmektedir.

5.2. PERAKENDE SEKTÖRÜ ÖZELİNDE BETİMSSEL BİR ARAŞTIRMA

Bu araştırma, perakende sektörü özelinde tüketici davranışları ve firma stratejilerini incelemek amacıyla betimsel bir yöntemle gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında gerçekleşmiş olaylar gözlem yoluyla incelenmiş ve mevcut durum olduğu gibi ortaya konulmuştur. Tüketici davranışları, kamuoyu yansımaları ve firmaların pazarlama stratejileri çeşitli kaynaklardan (haber içerikleri, sosyal medya vb.) gözlemlenerek yorumlanmıştır. Bu çalışmada, boykot ürünlerine yönelik tüketici davranışlarının nasıl değiştiği ve diğer çalışmalardan farklı olarak perakende (A101, BİM, ŞOK vd.) firmaların buna karşı aldığı aksiyonlar incelenmiştir. Şekil 3’deki değerlendirmeler, araştırmacılar tarafından gerçekleştirilen gözlemlere ve yorumlara dayanmaktadır.

Şekil 3: Sinizm, Boykot Ve Fiyat Farklılaştırması Arasındaki İlişki



7 Ekim 2023 tarihinde Hamas’ın İsrail’e karşı saldırı başlatmıştır. Bu olay karşısında İsrail tarafından şiddetli bir şekilde karşılık verilmesine sebep olurken, saldırılar sonrası çok sayıda sivil insan hayatını kaybetmiştir. Bu durum, hem Gazze hem de Dünya’da insani krize yol açmıştır. İsrail-Filistin (Gazze) Savaşı ile birlikte tekrar Dünya’da İsrail menşeli ürünlere (perakende sektöründe yaklaşık %21 pay) karşı etkili bir şekilde varlığını gösteren tüketici sinizminin ve boykot eylemlerinin arttığı gözlemlenmiştir. 2022-2023 yılları arasında İsrail’den ithal edilen ürünlerin değeri yaklaşık %36 azaldığı ifade edilmiştir (www.trademap.org).

Sivil toplum kuruluşları ve sosyal medya çalışmaları ile yapılan boykotlar sonucu olarak, İsrail menşeli veya Türkiye’de kurulmuş İsrail şirketlerine ait ürünlerin satın alınmasının doğru ve etik olmadığı anlayışı hızla yayılmaya başlanmıştır. Bunun sonucunda, İsrail menşeli ürünlerin satışında yaklaşık %30-40’lara varan oranda düşüş yaşandığı gözlemlenmiştir. Tüketiciler bu ürünlerden vazgeçerek yerli ürünlere yöneldiği ve bu yönde yaklaşık iki kat oranında bir artışın gözlemlendiği tespit edilmiştir. Yerli ürün bulunmaması durumunda ise tüketiciler, İsrail menşeli olmayan diğer ülke menşeli ürünleri tercih etmeye başladığı ifade edilmiştir (www.star.com.tr). Satış potansiyelini kaybetmeye başlayan marka ve işletmeler fiyat farklılaştırması ve ürün adı veya ambalaj değişikliği ile tüketici kaybını önlemeye çalıştıkları görülmektedir.

Ekonomi ve politika alanında gerçekleşen küreselleşme yönelimi ve tüketici davranışlarındaki değişen durumlar günümüz yenilikçi pazarlama faaliyetlerini etkilemektedir. Modern iş dünyasında marka değeri ve kurumsal itibar gibi kavramların önemi artıyorken, işletmelerin tüketici davranışlarını karar aşamalarında dikkate alması gerekli hale gelmiştir. İşletmeler, Şekil 3’den anlaşılabileceği üzere ürün fiyatlandırma politikalarında ekonomik faktörlerden ziyade, tüketici davranışları ve tüketicilerin fiyat algıları dikkate alınarak değerlendirildiğinde daha doğru bir yöntem uygulanmış olunacaktır. İşletmeler, tüketici sinizmi ve boykot tutumlarına karşı tüketici bağlılığını korumak ve yeni tüketiciler kazanmak için bazı fiyatlandırma araçlarını kullandığı görülmektedir.

İşletmelerin fiyat farklılaştırması olarak gördüğü araçlardan biri Görsel 1’de görüldüğü bir ürünün ambalaj ve fiyatının aynı kalması ve içeriğinin değiştirilmesi veya miktarının azaltılması ya da fiyat aynı ve ambalaj boyutunun doğrudan küçültülmesi ile kendini göstermektedir. Genellikle temizlik ürünlerinde ve kişisel bakım ürünlerinde görülen bu durum ile işletmeler ürüne zam yapmayarak rakipler karşısında avantaj elde etmeye çalışmakta olduğu görülmüştür. Bu durum İsrail-Filistin Savaşı sonrası İsrail ürünlerine boykot zamanı daha sık görülmeye başlanmıştır. Literatür çalışmaları ve perakende sektöründe sahada insanların satın alma davranışları gözlemlenerek, boykot sonrası bu tür farklılaştırmalar ile tüketicilerin satın alma davranışlarını devam ettirdikleri gözlemlenmiştir.

Görsel 1: Deterjan Grubunda Farklılaştırma Örneği



Kaynak: www.a101.com.tr

Geleneksel iktisadi metotlara göre tüketiciler ekonomik durumlarına göre satın alma davranışlarına karar vermektedirler. Ancak, satın alma davranışında tüketicilerin milliyetçi ve dini algıları büyük önem taşımaktadır. Tüketiciler boykot sonucunda İsrail ürünlerine yönelik satın almaktan kaçınabildikleri gözlemlenmiştir. Bu durum, pazarlama stratejileri açısından “ tüketici merkezli” bir yaklaşımı ifade etmektedir. Yani, tüketicinin yalnızca ekonomik durumu değil, aynı zamanda kültürel ve sosyal değerleri de göz önünde bulundurularak uygun fiyatlandırma ve pazarlama kararları etkili

olmaktadır. Boykot sonrası perakende sektöründeki işletmelerin mevcut tüketicilerin bağlılığını koruması ve yeni tüketici kazanmak için birtakım pazarlama stratejisi kullanmaktadır:

- Haftanın yıldızları kampanyası
- Mağaza kart ve dijital uygulama indirimleri
- Kartın aynı zamanda banka veya kredi kartı olarak kullanılması
- 1 alana 1 bedava kampanyası
- 10 TL üzeri alışveriş indirim kampanyası
- 25 TL üzeri alışveriş indirim kampanyası
- Nakit iade veya indirimi
- Belirli miktar alışveriş üzeri yapılan diğer indirimler
- Aktüel günleri yapılan indirimler veya uygun fiyatlı ürünler

Tablo 2: A101 1 Alana 1 Bedava, A101 10 TL Üzeri Alışveriş, BİM Salı Aktüel Günü Kampanyaları

A101 HARCA HARCA BİTMEZ
1-7 HAZİRAN CUMARTESİ-CUMA

10 TL ve üzeri alışverişlerinizde

Pril Sıvı Bulaşık Deterjanı 2,5 KG
145.90 TL
79.90 TL

Gazlı İçecek Çeşitleri 6x250ml
136.95 TL
75.00 TL Adet

13.000 MARKET EN BÜYÜK MARKET ZİNCİRİ

1 ALANA 1 BEDAVA!

Finish Quantum Max Karbonat Etkili Bulaşık Makinesi Kapsülü 62'li
558.50 TL

Finish Quantum Özel Seri Bulaşık Makinesi Kapsülü 60'li
338.90 TL

Finish Ultimate Plus Bulaşık Makinesi Kapsülü 60'li
530.00 TL

Finish Quantum Max Bulaşık Makinesi Kapsülü 22'li
224.90 TL

Finish Quantum Bulaşık Makinesi Kapsülü 30'li
219.90 TL

Pril Excellence Bulaşık Makinesi Kapsülü 40'li
377.90 TL

Fairy Hepsini Bir Arada Bulaşık Makinesi Kapsülü 60'li
445.00 TL

Fairy Hepsini Bir Arada Bulaşık Makinesi Kapsülü 50'li
429.00 TL

Fairy Platinum Plus Bulaşık Makinesi Kapsülü 40'li
459.90 TL

Fairy Platinum Plus Ultra Bulaşık Makinesi Kapsülü 32'li
455.50 TL

13.000 MARKET EN BÜYÜK MARKET ZİNCİRİ

ŞOK Market'in 25 TL üzeri alışverişlerde özellikle İsrail menşeli ürünlere indirim kampanyası başlatması, İsrail ürünlerini teşvik ettiği düşünüldüğü eleştirildi ve duyarsızlık veya yanlış zamanlama olarak yorumlanmıştır. Fakat firma tarafından Görsel 2'deki gibi yapılan fiyat farklılaştırması %50'ye varan indirimler sonucunda tekrar satın alma davranışlarına yöneldiği gözlemlenmiştir.

Perakende sektöründeki işletmeler eğer boykot eylemi olan kişilerin duyarlılığını göz önünde bulundursaydı, İsrail menşeli ürünleri satıştan çıkarabilirlerdi veya boykot döneminde çeşitli kampanyalarla bu ürünleri satışa sunabilirlerdi. İşletmelerin boykot döneminde daha çok kampanya yapıp bu ürünlerin satış verilerini artırmayı tercih ettikleri görülmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde, boykot eylemlerine rağmen farklı fiyat seçeneklerinin sunulmasıyla tüketicilerin boykot ürünlerini satın almaya devam ettiği görülmektedir. Bu fiyat farklılaştırmaları sonucunda, tüketicilerin satın alma davranışlarının olumlu yönde etkilendiği ve boykot ürünlerine talebin arttığını söylemek mümkündür.

SONUÇ

Bu çalışma, tüketici sinizminin boykot ürünlerine yönelik tutumlar üzerindeki etkisini ve bu tepkinin perakende sektöründe fiyat farklılaştırması stratejileriyle ne ölçüde yönetilebileceğini betimsel yöntemle inceleyerek önemli bir güncel sorunsala ışık tutmayı amaçlamaktadır. Özellikle sosyo-politik krizlerin tetiklediği toplumsal hassasiyetlerin tüketici davranışları üzerindeki yansımaları, pazarlama stratejilerinin yalnızca ekonomik rasyonaliteyle açıklanamayacağını ortaya koymaktadır. Türkiye örneğinde, İsrail-Filistin çatışması bağlamında gelişen boykot hareketleri, tüketici sinizminin ne kadar derinleşebileceğini ve bu sinizmin yalnızca bireysel değil, aynı zamanda kolektif bir tepki biçimi olarak nasıl şekillendiğini göstermektedir.

Araştırma, tüketici sinizminin yüksek olduğu dönemlerde markalara duyulan güvenin önemli ölçüde azaldığını ve bunun da doğrudan satın alma kararlarına yansıyabileceğini göstermektedir. Özellikle etik, dini ve milli duyarlılıkların ön planda olduğu dönemlerde, tüketiciler yalnızca ürün veya hizmete değil, aynı zamanda markanın temsil ettiği değerlere odaklanmaktadır. Bu nedenle, fiyat farklılaştırması gibi ekonomik temelli stratejilerin tek başına yeterli olmadığı; hatta bazı durumlarda tüketici nezdinde olumsuz algıya neden olabileceği gözlenmektedir. Promosyonlar, indirim kampanyaları veya en yaygın yöntem olan cazip fiyat uygulamaları, özellikle ekonomik gerekçelerle hareket eden tüketici gruplarında geçici bir etki yaratabilirken, değer odaklı ve bilinçli tüketici segmentlerinde bu tür stratejiler yetersiz ya da samimiyetsiz bulunabilmektedir.

Öte yandan, araştırma kapsamında, fiyat farklılaştırmasının belirli koşullarda sınırlı bir etki yaratabildiği gözlemlenmiştir. Ekonomik kaygıların belirleyici olduğu tüketici grupları için indirimler ve kampanyalar, boykot davranışından vazgeçme eğilimini artırabilmektedir. Ancak bu tür tepkiler çoğunlukla kısa sürelidir ve kalıcı güven inşası için yeterli değildir. Dolayısıyla, fiyat farklılaştırması stratejileri, tüketici sinizminin etkilerini azaltmak için ancak diğer pazarlama unsurlarıyla bütünleşik bir şekilde ele alındığında anlamlı hale gelmektedir. Bu noktada, kurumsal iletişim politikalarının şeffaflık, samimiyet ve sosyal sorumluluk ilkeleriyle uyumlu olması; tüketiciyle duygusal bağ kurmayı önceleyen stratejilerin öncelik kazanması gerektiğini söylemek mümkündür.

Sonuçlar göstermektedir ki, günümüz tüketicisi yalnızca fiyat odaklı kararlar vermemekte; markaların toplumsal olaylar karşısındaki duruşunu, etik değerlere olan bağlılığını ve sosyal sorumluluk düzeyini de dikkate almaktadır. Bu bağlamda, pazarlama disiplini "değer temelli tüketim", "etik marka algısı" ve "kurumsal vatandaşlık" gibi kavramların daha fazla önem kazandığı bir dönüşüm yaşanmaktadır. İşletmelerin yalnızca satış hacmini artırmaya odaklanan kısa vadeli taktikler yerine, uzun vadede güven ve sadakati inşa eden, şeffaf ve bütüncül pazarlama yaklaşımlarına yönelmesi artık kaçınılmazdır. Bu kapsamda etik ilkelere dayalı kurumsal tutum, yalnızca itibar yönetimi açısından değil, aynı zamanda kriz zamanlarında marka dayanıklılığını artırma açısından da stratejik bir öneme sahiptir.

Bu araştırma, literatürde tüketici sinizmi, boykot davranışı ve fiyat farklılaştırması ilişkisini perakende sektörü özelinde ele alarak teorik açıdan özgün katkılar sunmayı hedeflemektedir. Uygulamada ise, perakende işletmelerine kriz dönemlerinde nasıl bir iletişim ve fiyatlandırma stratejisi geliştirmeleri gerektiğine dair somut ipuçları sunmaktadır. Ancak bu bulgular, bazı sınırlılıklar da içermektedir. Örneğin, araştırma yalnızca Türkiye bağlamında ve belirli market zincirleri üzerinden

yürütülmüştür; dolayısıyla sonuçların farklı kültürel veya sektörel bağlamlarda genellenmesi dikkatle yapılmalıdır.

Bu doğrultuda, **gelecek akademik araştırmalar için bazı öneriler** sunulabilir. Öncelikle, farklı sektörlerde örneğin teknoloji, gıda dışı perakende, e-ticaret veya hizmet sektörü gibi alanlarda tüketici sinizminin boykot davranışları üzerindeki etkisi derinlemesine incelenebilir. Ayrıca, yalnızca fiyat farklılaştırması değil; ürün çeşitlendirmesi, etik sertifikasyon, yerli üretim vurgusu gibi diğer pazarlama stratejilerinin bu süreçteki etkileri karşılaştırmalı olarak ele alınabilir. Nitel araştırmalar yoluyla, tüketicilerin bu tür stratejilere yönelik algıları ve değer yargıları daha derinlemesine analiz edilebilir. Son olarak, çapraz kültürel çalışmalar yoluyla farklı ülkelerdeki tüketicilerin etik krizlere verdikleri tepkiler kıyaslanarak, pazarlama stratejilerinde kültürel farklılıkların rolü daha açık biçimde ortaya konabilir.

Sonuç olarak, tüketici sinizmi çağdaş pazarlamanın en kritik sorun alanlarından biri olarak varlığını sürdürmektedir. Bu nedenle, hem akademik çevreler hem de uygulayıcılar için konuya bütüncül, etik ve kültürel hassasiyet taşıyan bir perspektifle yaklaşmak, sürdürülebilir marka yönetimi açısından stratejik bir gereklilik haline gelmiştir.

KAYNAKÇA

- AKÇAY, G., ÖZDEMİR, E. (2021), Hizmet Sektörüne Yönelik Tüketici Sinizmi: Demografik Özellikler Açısından Bir Araştırma, *Business And Economics Research Journal*, 12(4), 855-870.
- ALLEN, E. G., DOUGLAS, E. (2000), Hedonic Investment, *Financial Services Review*, North-Holland, Elsevier Science, Inc. Vol. 9; 389-403.
- AMEZCUA, B., QUINTANILLA, C (2016), When eWOM Becomes Cynical, *International Journal Of Consumer Studies*, 40(3); 290-298.
- ARSLAN, E. T. (2012), Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Akademik Personelinin Genel Ve Örgütsel Sinizm Düzeyi, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 13(1); 12-27.
- ATILGAN, K. Ö., İNCE, T., YILMAZ, S. (2017), Tüketicilerin Satın Alma Niyetleri Ve Boykota Yönelik Tutumlarının Tüketici Sinizmi, Fiyat Şeffaflığı Ve Fiyat Adaleti Bağlamında İncelenmesi, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(3); 34-44.
- BERTILSSON, J. (2015), The Cynicism Of Consumer Morality, *Consumption Markets & Culture*, 18(5); 447-467.
- CHU, A., CHYLİNSKI, M. (2006), A Model Of Consumer Cynicism-Antecedents And Consequences, *Proceedings Of The Australian And New Zealand Marketing Academy*, 1 (9); 1-42.
- CHYLİNSKI, M., CHU, A. (2010), Consumer Cynicism: Antecedents And Consequences, *European Journal Of Marketing*, 44(6); 796-837.
- DAL, A., TOROS, S. (2022), Türkiye’de Siyasal Tüketiciliği Anlamak: Etnosentrizm Ve Boykot Katılımı Arasındaki İlişki, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (39); 44-68.
- DUĞAN, Ö., HOŞGÖR, H., KAYA, M., DEMİREL, M., vd. (2024), İsrail-Filistin Savaşı Kapsamında Tüketici Düşmanlığının Boykot Tutumuna Etkisi, *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 13(25); 1-28.
- DURMAZ, Y. (2006), Modern Pazarlamada Tüketici Memnuniyeti Ve Evrensel Tüketici Hakları, *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, Cilt 1, Sayı 3; 255-266.
- DURMAZ, Y., KURTLAR, M. & BAHAR (ORUÇ), R. (2011), Kişisel Faktörlerin Tüketici Satın Alma Davranışlarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma, *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, Cilt 2, Sayı 1; 114-133.
- ELEGIDO, J. M. (2011), The Ethics Of Price Discrimination, *Business Ethics Quarterly*, 21(4); 633-660.
- ERGEZER, Çağrı (2018), “Tüketici Davranışı Nedir?”, İnternet Adresi: <https://www.ergezer.net/tuketici-davranisi.html>, Erişim Tarihi: 6.12.2024.

- ESER, Z., DURAN TEKOĞLU, A. (2021), Transfer Edilen Ritüel İle Tüketici Tutumu Ve Satın Alma Davranışları Arasındaki İlişki: Kara Cuma Örneği, Pazarlama Ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, 4(3), 453-491.
- GÜVEN, E. (2016), Tüketimde Sinik Tutum: Tüketici Sinizminin Sebep Ve Sonuçları, İşletme Araştırma Dergisi, Sayı 2; 152-174.
- HOŞGÖR, H., K., SEZGİN, M. (2024), İsrail Menşeli Ürün Ve Hizmetlere Yönelik E-Boycot Söylemlerinin Çevrimiçi Bir Şikayet Portalı Üzerinden İncelenmesi, R&S- Research Studies Anatolia Journal, 7(1). 97-122.
- IMAİ, S., WATANABE, T. (2014), Product Downsizing And Hidden Price Increases: Evidence From Japan's Deflationary Period, Asian Economic Policy Review, 9(1); 69-89.
- INDİBARA, I., VARSAHEY, S. (2021), Cynical Consumer, How Social Cynicism Impacts Consumer Attitude, Journal of Consumer Marketing, 38(1); 78-90.
- ITTNER, C., LARCKER, D. TAYLOR, D. (2009), Commentary-The Stock Amrket's Pricing of Customer Satisfaction, Marketing Science, Vol. 28, No. 5, September-October; 826-835.
- KESER, E., SÖĞÜTLÜ, R. (2023), Investigation Of The Mediating Role Of Consumer Boycott Particippation Motives İn The Effect Of Consumer Cynicisn On Consumer Boycott Behavior, Curr Res Soc Sci, 9(1); 69-91.
- KOTLER, P. (1997), Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control, New Jersey: Prentice-Hall; 93-95.
- MAKAREM, S. C., JAE, H. (2016), Consumer Boycott Behavior: An Exploratory Analysis Of Twitter Feeds, Journal Of Business Research, 68(3); 92-109.
- MEMİŞ, S., CESUR, Z. (2019), Tüketici Boykotunun Çevresel Hassasiyetlerinin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma, Balkan & Near Eastern Journal Of Social Sciences (BNEJSS), 5(4); 25-33.
- ODOU, P., PECHPEYROU, P. (2011), Consumer Cynicism: From Resistance To Anti-Consumption İn A Disenchanted World?, Europen Journal Of Marketing, 45 (11/12); 1799-1808.
- RAMYA, N., MOHAMED ALİ, S. (2016), Factors Affecting Consumer Behavior, International Journal Of Applied Research, 2(10); 76-80.
- RITZER, G. (2000), Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek, Çev. Şen Süer Kaya, 1. Baskı, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- RİSKYBRAND MINDVOICE (2008-2018), "The Rise Of Cynicism İn Japan", İnternet Adresi: https://www.riskybrand.com/en/research/mindvoice_180717-en/, Erişim Tarihi: 5.12.2024.
- SELVİ, M., S., CAVLAK, N. (2022), Tüketicilere Yönelik Etik Dışı Fiyatlama Uygulamaları, Doğuş Üniversitesi Dergisi, 23(2), 363-378.
- ULUYOL, O., DURUK, C. (2016), Sivil Toplum Kuruluşlarının Boykot Çağrısının Tüketici Davranışlarına Etkisi, Journal Of Mehmet Akif Ersoy University Social Science Institute, 8(17); 11-33.
- ÜNLÜÖNEN, K., TAYFUN, A. (2003), Turistlerin Yerli Halkın Tüketim Davranışlarına Etkileri Üzerine Ampirik Bir Araştırma, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 10; 133-150.
- YAĞCI, M. İ., İLASRLAN, N. (2010), Reklamların Ve Cinsiyet Kimliği Rolünün Tüketicilerin Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisi, Doğuş Üniversitesi Dergisi, 11(1); 138-155.
- <https://aktuelkatalogu.com/katalog/a101-1-7-haziran-2024-indirim-katalogu/> Erişim Tarihi: 10.12.2024.
- https://www.a101.com.tr/market/ariel-renkliler-sivi-deterjan-1565-ml_p-22002271 Erişim Tarihi: 10.12.2024.

https://ekonomi.haber7.com/ekonomi/haber/3485877-kimse-bunu-beklemiyordu-israil-boykotu-satislari-3-kat-artirdi?utm_source=chatgpt.com Erişim Tarihi: 12.01.2025.

https://www.instagram.com/a101iletisim/p/DDhcUNbODOX/?img_index=2 Erişim Tarihi: 10.12.2024.

<https://www.kocatepegazetesi.com/a-101-marketler-boykot-ediliyor/348354/> Erişim Tarihi: 10.12.2024.

<https://www.sikayetvar.com/bim/bim-market-israil-urunlerini-satma-artik> Erişim Tarihi: 10.12.2024.

<https://www.sokmarket.com.tr/25-tl-ve-uzeri-alisveriste-75-00-tl-prm-a3d4c57d-e16f-4601-83d2-2dc2f5d408b4> Erişim Tarihi: 10.12.2024.

<https://www.star.com.tr/ekonomi/israil-boykotu-sonrasi-yerli-urunlere-ilgide-buyuk-artis-yasaniyor-haber-1910587/> Erişim Tarihi: 21.04.2025.

https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=1%7c376%7c%7c%7c%7cTOTA L%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c%7c2%7c1%7c1%7c1 Erişim Tarihi: 21.04.2025.