

E-ISSN: 2651-3307

ISSN: 2651-3234



# BİNGÖL ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

*Bingöl University  
Journal of Economics and Administrative Sciences*

Türkçe ve İngilizce Yayınlanan  
ULUSLARARASI HAKEMLİ DERGİDİR

*INTERNATIONAL PEER-REVIEWED JOURNAL  
Published in Turkish and English*

Yıl/Year: 3

Cilt/Volume: 3

Sayı/Issue: 1

Ağustos/August: 2019



**T.C.  
BİNGÖL ÜNİVERSİTESİ  
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ  
DERGİSİ**

**Journal of Economics  
and Administrative Sciences**

*Yıl/Year: 3 Cilt/Volume: 3 Sayı/Issue: 1 Ağustos/August: 2019*

*Türkçe ve İngilizce Yayımlanan Uluslararası Hakemli Dergi  
International Peer-Reviewed Journal Published in Turkish and English*



T.C.  
**BİNGÖL ÜNİVERSİTESİ**  
**İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ**

Yıl/Year: 2019 Sayı/Issue: 1

ISSN: 2651-3234

E-ISSN: 2651-3307

**YAYIN SAHİBİ / PUBLISHER**

Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Adına /  
*On Behalf of Bingol University Faculty of Economics and Administrative Sciences*  
Prof. Dr. | Prof. Abdullah TAŞKESEN (V. Dekan / A. Dean)

**BAŞ EDİTÖR / EDITOR IN CHIEF**

Doç. Dr. | Assoc. Prof. Halim TATLI

**YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ / EDITORIAL MANAGER**

Arş. Gör. | Res. Ass. Doğan BARAK

**ALAN EDİTÖRLERİ / ASSOCIATE EDITORS**

Prof. Dr. | Prof. Ersin ERKAN

(Siyaset Bilimleri ve Uluslararası İlişkiler / *Political Science and International Relations*)

Doç. Dr. | Assoc. Prof. Halim TATLI (Ekonometri / *Econometrics*)

Dr. Öğr. Üyesi | Asst. Prof. Beşir KOÇ (Tarım Ekonomisi / *Agricultural Economics*)

Dr. Öğr. Üyesi | Asst. Prof. Yavuz TÜRKAN (İşletme / *Management*)

Dr. Öğr. Üyesi | Asst. Prof. Zeki AKBAKAY

(İktisadi Bilimler / *Economics Sciences*)

Dr. Öğr. Üyesi | Asst. Prof. M. Barış ARSLAN

(İktisadi Bilimler / *Economics Sciences*)

Dr. Öğr. Üyesi | Asst. Prof. Fevzi KAÇER

(Kamu Yönetimi / *Public Administration*)

Dr. Öğr. Üyesi | Asst. Prof. Melek HALİFEOĞLU

(Kamu Yönetimi / *Public Administration*)

**İNGİLİZCE DİL EDİTÖRÜ / ENGLISH LANGUAGE EDITOR**

Dr. Öğr. Üyesi | Asst. Prof. E. Yeşim BEDLEK

**REDAKTÖRLER / REDACTORS**

Arş. Gör. | Res. Ass. Tolga UCAR (Türkçe)

Arş. Gör. | Res. Ass Doğan BARAK (Türkçe & English)

**SEKRETERYA / SECRETARIAT**

Arş. Gör. | Res. Ass. Tolga UCAR

Arş. Gör. | Res. Ass Doğan BARAK

**GRAFİK TASARIM / GRAPHIC DESIGN**

Şemal Medya Tasarım Ofisi

## **BASKI YERİ VE TARİHİ / PUBLICATION PLACE AND DATE**

İstanbul, Ağustos 2019

### **BASKI / PRINTING**

Berdan Matbaacılık-Sadık Daşdöğen, Davutpaşa Cad.  
Güven San. Sit. C Blok, No: 215-216, Topkapı/İstanbul  
Sertifika No: 12491 **Tel:** 0212-613-1211 **Faks:** 0212-613-1211

### **YAZIŞMA ADRESİ / CORRESPONDING ADDRESS**

Selahaddin-i Eyyübi Mah. Aydınlık Cad. No: 1, Bingöl Üniversitesi, İktisadi  
ve İdari Bilimler Fakültesi, 12000, Merkez/Bingöl **Tel:** +90 (426) - 216 00  
12/13-14-15 / 1720 **Faks:** +90 (426) - 216 00 18

### **WEB SAYFASI / WEB PAGE**

<http://dergipark.gov.tr/biibfad>

### **E- POSTA / E-MAIL:**

[biibfad@bingol.edu.tr](mailto:biibfad@bingol.edu.tr) / [biibfad@gmail.com](mailto:biibfad@gmail.com)

### **YAYIN KURULU / EDITORIAL BOARD**

- Prof. Dr. | Prof. Mehmet Dalar (Abant İzzet Baysal University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Sait Patır (Bingöl University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. İbrahim Ethem TAŞ (Kahramanmaraş Sütçü İmam University-TURKEY)
- Doç. Dr. | Assoc. Prof. Abdulvahap Baydaş (Düzce University-TURKEY)
- Doç. Dr. | Assoc. Prof. Halim TATLI (Bingöl University-TURKEY)
- Doç. Dr. | Assoc. Prof. Hasan Murat Ertuğrul (Undersecretariat of Treasury, Republic of TURKEY)
- Doç. Dr. | Assoc. Prof. Çağlar Yurtseven (Bahçeşehir University-TURKEY)
- Dr. Öğr. Üyesi | Asst. Prof. Fevzi Kaçer (Bingöl University-TURKEY)
- Dr. Öğr. Üyesi | Asst. Prof. İsmail Narin (Bingöl University-TURKEY)
- Dr. Öğr. Üyesi | Asst. Prof. Jean Paul Rabanal (Dolby College -USA)
- Dr. Öğr. Üyesi | Asst. Prof. Mehmet Barış Aslan (Bingöl University-TURKEY)
- Dr. Öğr. Üyesi | Asst. Prof. Ren Wang (Hunan University - CHINA)
- Dr. Öğr. Üyesi | Asst. Prof. Sylvain Benoit (Université Paris-Dauphine - FRANCE)
- Dr. Öğr. Üyesi | Asst. Prof. Aadil Nakhoda (IBA Karachi-PAKISTAN)
- Senior Treasury Specialist Hüsni Tekin (The Turkish Treasury - TURKEY)
- Dr. | Dr. Mohd Nor Hakim Bin Yusoff (University of Malaysia Kelantan-MALAYSIA)
- Dr. | Dr. Mohd Rafi Yaacob (University of Malaysia Kelantan-MALAYSIA )

BİİBFAD, yılda iki sayı olarak Aralık ve Ağustos aylarında çıkarılmaktadır. Her hakkı saklıdır.

Yayınlar için ücret talep edilmez. Derginin adı belirtilmeden hiçbir alıntı yapılamaz.

*BiİBFAD is published biannually, in December and August, respectively. Publication is free of charge. No quotation may be made without an explicit reference to the magazine.*

## YAYIN DANIŞMA KURULU / EDITORIAL ADVISORY BOARD

- Prof. Dr. | Prof. Barry Eichengreen (UC Berkeley - USA)
- Prof. Dr. | Prof. Kenneth Kletzer (UCSC - USA)
- Prof. Dr. | Prof. Francisco L. Rivera-Batiz (Columbia University - USA)
- Prof. Dr. | Prof. Mehmet Asutay (Durham University-UNITED KINGDOM)
- Prof. Dr. | Prof. Mehmet Barca (Social Sciences University of Ankara-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Burç Ülengin (İstanbul Technical University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Ahmet Faruk Aysan (İstanbul Şehir University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. İsmail Bakan (Sütçü İmam University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Remzi Altunışık (Sakarya University- TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Erkan Oktay (Atatürk University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Seyfettin Erdoğan (İstanbul Medeniyet University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Mikail Erol (Çanakkale 18 Mart University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Ahmet Gürbüz (Bingöl University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Fazıl Hüsnü Erdem (Dicle University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Ahmet Yatkin (Fırat University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Yakup Bulut (Mustafa Kemal University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Vasile Dogaru (West University of Timisoara- ROMANIA)
- Prof. Dr. | Prof. Jorge Eduardo Carrera (University of La Plata - ITALY)
- Prof. Dr. | Prof. Rafal Matera (University of Lodz - POLAND)
- Prof. Dr. | Prof. Muammer Erdoğan (Bingöl University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Sait Patır (Bingöl University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Muhittin Kaplan (İstanbul University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Hüseyin Özer (Atatürk University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. E. Muhsin Doğan (Ondokuz Mayıs University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Doğan Uysal (Celal Bayar University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Tuncay Çelik (Erciyes Üniversitesi-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Rouhia Noomene (Universitat Autònoma de Barcelona-SPAIN)
- Prof. Dr. | Prof. Ahmet Tabakoğlu (Marmara University -TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Servet Bayındır (İstanbul University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Fatma Doğruel (Marmara University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Ester Ruben (Yıldız Technical University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Fehim Bakırcı (Atatürk University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Murat Çokgezen (Marmara University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Birol Mercan (Necmettin Erbakan University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Metin Karadağ (Ege University-TURKEY)
- Doç. Dr. | Assoc. Prof. Abdulvahap Baydaş (Düzce University-TURKEY)
- Doç. Dr. | Assoc. Prof. Ferit İzci (Van Yüzyüncü Yıl University-TURKEY)
- Doç. Dr. | Assoc. Prof. Claudette May Datuin (University of Phillipines, PHILIPPINES)
- Doç. Dr. | Assoc. Prof. Said Büherava [Bouheraoua] (ISRA Kuala Lumpur-MALAYSIA)
- Doç. Dr. | Assoc. Prof. Ahcene (Ahsen) Lahsasna (INCEIF Kuala Lumpur - MALAYSIA)
- Doç. Dr. | Assoc. Prof. Buerhan Saiti (Malaysia Islam University-MALAYSIA)
- Dr. | Dr. Mohd Nor Hakim Bin Yusoff (University of Malaysia Kelantan-MALAYSIA)
- Dr. | Dr. Mohd Rafi Yaacob (University of Malaysia Kelantan-MALAYSIA)

## BU SAYININ HAKEMLERİ / REFEREES OF THIS ISSUE

- Abdulvahap Baydaş (Düzce Üniversitesi)
- Alper Sönmez (Konya Selçuk Üniversitesi)
- Bilal Özel (Bingöl Üniversitesi)
- Burçak Gündal (Muş Alparslan Üniversitesi)
- Cenay Babaoğlu (Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi)
- Çetin Bektaş (Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi)
- Erdiç Koç (Bingöl Üniversitesi)
- Hüdayı Sayın (İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi)
- Hüseyin Özer (Erzurum Atatürk Üniversitesi)
- İbrahim Halil Sugözü (Şırnak Üniversitesi)
- İsmail Kavaz (Bingöl Üniversitesi)
- Leyla Kahraman (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)
- Özgür Uysal (Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi)
- Öznur Bozkurt (Düzce Üniversitesi)
- Süleyman Gürbüz (Yozgat Bozok Üniversitesi)
- Vedat Baydar (Muş Alparslan Üniversitesi)

Dergimizin bu sayısına (Cilt 3, Sayı 1, Ağustos 2019) gönderilen makaleleri değerlendiren tüm hakemlerimize teşekkür ederiz.

*We gratefully acknowledge the referees who kindly helped us review the articles sent for the current issue (Volume 3, Issue 1, August 2019).*

## AMAÇ VE KAPSAM

Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi bünyesinde yayımlanan dergimiz; ekonomi ve finans, beşeri ve sosyal bilimler, işletme ve yönetim, İslam iktisadı ve hukuku ile kamu yönetimi gibi başlıkların oluşturduğu geniş bir alanda bilimsel çalışmaları desteklemeyi ve yayımlamayı amaçlayan uluslararası hakemli bir dergidir. Dergi kapsamında, araştırmacılar ve akademisyenler için küresel ölçekte kabul edilebilir bir bilgi üretimi ve paylaşımı ortamının sağlanması, toplumun bilimsel ve entelektüel birikimine ulusal ve uluslararası düzeyde müspet katkı sağlanması hedeflenmektedir. Dergi, özgün makalelerin yanı sıra, editöre mektuplar, toplantı ve konferans raporları, kitap kritiği ve yayın kurulunun kararıyla özel sayılarının da yayımlandığı uluslararası bir iktisat, işletme, finans, İslam iktisadı ve finansı ile kamu yönetimi dergisi olma özelliği taşımaktadır. Tüm makalelerin Türkçe ya da İngilizce yayımlanabildiği dergi, yayın etiğinin en yüksek standartlarını benimsemeyi taahhüt etmekte ve herhangi bir etik dışı tutuma karşı olası tüm önlemleri almaktadır.

Bingöl İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, yılda iki sayı olarak çıkarılmaktadır. Aralık sayısı için makale son gönderim tarihi, 30 Eylül; Temmuz sayısı için son gönderim tarihi 31 Mayıs'tır. Her hakkı saklıdır. Yayınlar için ücret talep edilmez. Derginin adı belirtilmeden hiçbir alıntı yapılamaz.

## AIMS AND SCOPE

*This journal of Bingol University Faculty of Economics and Administrative Sciences is an international peer-reviewed economics, business management, finance, Islamic economics and finance, and public administration journal that aims to focus on publication of high quality scholarly articles on economics and finance, humanities and social sciences, business and management sciences, Islamic economics and finance and public administration. In addition to advanced and original papers, the journal publishes special volumes, promotional articles, editorial letters, meeting and conference reports and book reviews. It aims to promote, provide and share scientifically acceptable articles with a world-wide scholarly acceptable intellectual base for researchers and academics, without any restrictions. It undertakes to adopt the highest standards of publication where all articles can be written in Turkish and English, and takes all possible precautions against any publication malpractice.*

*The journal is published twice a year. The deadline for submission to the December issue is September 30th; and the deadline for August issues is May 31st. All rights reserved. Publication is free of charge. No quotation may be made without an explicit reference to the journal.*

## İçerik / Content

- Ekonomi ve Finans / *Economics and Finance,*
- Beşeri ve Sosyal Bilimler / *Humanities and social sciences,*
- Kamu Yönetimi / *Public Administ.*
- İşletme ve Yönetim Bilimleri / *Business and Management Sciences,*
- İslam İktisadı ve Finansı / *Islamic Economics and Finance,*
- Kamu Maliye / *Public Finance,*

Dergimizde yayımlanan yazıların her türlü sorumluluğu (bilimsel, mesleki, hukuki, etik v.b.) yazarlara aittir. Yayımlanan yazıların telif hakkı dergiye aittir ve referans gösterilmeden aktarılamaz. / *All responsibilities (scientific, professional, legal, ethical, etc.) of the articles published in this journal belong to the authors. Copyright of the published texts belongs to the journal and can not be transferred without an explicit reference.*



## EDİTÖRDEN

---

Yeni Sayımızla Merhaba,

2019 yılının birinci sayısı ile yeniden karşınızda olmaktan mutluluk duyuyoruz. Yayın hayatına Aralık 2017'de başladığımız tarihten bugüne Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi (BİİBFAD)'nin niteliğini arttırmak için çalışmalarımız hızla devam etmektedir. Dergimizi sürekli yenilemek ve güncelliğini muhafaza etmek amacıyla alan editörleri ve editor kurulu ile dinamik ve aktif bir çalışma içinde çalışmaktayız. Daha önce Ideonline ve Google Scholar indeksleri tarafından taranan dergimiz son yapılan girişimler sonucunda farklı indeks ve platformlar tarafından kabul edilmiştir. Son eklenen RePEc, EconPaper, IDEAS, Index Copernicus, CiteFactor, ROAD, DRJI, Eurasian Scientific Journal Index, CrossRef, ResearchBible (Academic Resource Index), Scientific Indexing Services indeksleri ile dergimiz uluslararası 13 indeks tarafından taranır hale gelmiştir. Dergimizin farklı indeks ve platformlar tarafından kabulü yönünde yapılan girişimler devam etmektedir ve dergimiz bazı indeksler tarafından da takibe alınmıştır.

BİİBFAD, ülkemizin tarih içindeki akademik birikiminin, kültür ve değerlerinin izlerini taşıyarak geleceğe ışık tutacak bir bilimsel dergi olmayı amaçlamaktadır. Bu amaçla akademik olarak ulusal ve uluslararası çalışmalara açık olan, yurt içinde ve yurt dışında çok geniş bir danışma ve editor kurulunun denetiminde çıkan BİİBFAD, yayın ilkelerine sadık kalarak önemli bilimsel çalışmalar yapmayı hedeflemektedir. Benimsediği açık erişim politikası ile dergimizde yayınlanan tüm çalışmalara ücretsiz ve engelsiz bir biçimde herkes tarafından ulaşılmaktadır.

Yeni sayımızda hakemlik yapmayı kabul eden tüm hakemlerimize teşekkür ederiz. Ayrıca dergimizin yayın ve danışma kuruluna üye olmayı kabul eden değerli bilim insanlarına da teşekkür ediyorum.

Okuyucularına büyük fayda sağlayacağını düşündüğümüz dergimizin hazırlanmasında yardımcı olan tüm ekibimize teşekkür ediyorum.

**Editör / Editor in Chief**

**Doç. Dr. Halim TATLI**





# İÇİNDEKİLER

<b>Editörden .....</b>	<b>7</b>
Jamshid YOLCHI ve Haroon HAZEM .....	11
<b>AN ANALYSIS OF VOTING BEHAVIOR OF AFGHAN VOTERS IN 2014 PRESIDENTIAL ELECTIONS</b>	
Afgan Seçmenlerinin 2014 Yılı Cumhurbaşkanlığı Seçimlerindeki Davranışlarının Analizi	
<hr/>	
Fevzi KAÇER .....	29
<b>KAMU MALİ YÖNETİMİNDE DEĞİŞİM VE SAYIŞTAY'IN PERFORMANS DENETİMİ YETKİSİNİN GELİŞİMİ</b>	
Change in Public Financial Management and the Development Turkish Court Of Accounts' Authority Of Performance Audit	
<hr/>	
Mihabad Abdulkareem Haji AL HABASH ve Yavuz TURKAN .....	49
<b>THE IMPACT OF MARKETING DECEPTION IN BUILDING A MENTAL IMAGE OF THE CONSUMER IN THE SERVICES MARKET</b>	
Hizmet Piyasasında Tüketicide Zihinsel İmajın Oluşturulmasında Pazarlama Hilesinin Etkisi	
<hr/>	
Gökçe CEREV ve Sıdık BULUT .....	75
<b>BÖLGESEL KALKINMA VE İŞGÜCÜ: BİNGÖL İLİ İŞGÜCÜ PİYASASI ÜZERİNE BİR İNCELEME</b>	
Regional Development and Labour Force: An Examination of The Labour Market in Bingöl	
<hr/>	
Bahatdin DAŞBAŞI, Doğan BARAK ve Tuncay ÇELİK .....	93
<b>TÜRKİYE İÇİN MAKROEKONOMİK PERFORMANS ENDEKSİNİN ANALİZİ (1990-2017): YAPAY SİNİR AĞI YAKLAŞIMI</b>	
Analyzing the Macroeconomic Performance Index for Turkey (1990-2017): Artificial Neural Network Approach	



# AN ANALYSIS OF VOTING BEHAVIOR OF AFGHAN VOTERS IN 2014 PRESIDENTIAL ELECTIONS

## *Afgan Seçmenlerinin 2014 Yılı Cumhurbaşkanlığı Seçimlerindeki Davranışlarının Analizi*

Jamshid YOLCHI\*  
Haroon HAZEM\*\*

*Geliş:* 01.01.2019/ *Kabul:* 08.07.2019  
*DOI:* 10.33399/biibfad.506211

### **Abstract**

Voters as customers behave rationally when they vote. They are trying to maximize their gains from this action. As Afghanistan is experiencing new era of democracy and elections, it's very important to know the behavior of the voters. This article is trying to uncover the behaviors of the voters and the degree of this action's rationality in Afghanistan's context. The main purpose of the article is to test the rational choice and ethnicity and conflict theories as opposite arguments. An online survey has been conducted and a total of 1016 sample gathered. The analysis carried out in STATA 14 and EViews soft wares. The results show that the language, ethnicity and education have a statistically significant effect on voting behavior in Afghanistan. While the gender and age do not have any statistically significant effect on voting decision of Afghan voters which is consistent with ethnic and conflict theory and inconsis-

---

\* Lecturer at Badakhshan University, Faculty of Economics, Badakhshan, Afghanistan, correspondent author, jamshidyolchi@outlook.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2710-8092>

\*\* Lecturer at Asya University, Herat, Afghanistan, haroon.hazim@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3618-0587>

tent with rational choice theory. This conclusion may be affecting the upcoming 2019 presidential elections in large scale.

**Keywords:** Rational Choice theory, Ethnicity and Conflict, Elections, Voting Behavior, Afghanistan, Asia.

**JEL Classification:** D72, H10, D70, O53.

## Öz

Seçmenler, oylarını kullanırlarken tüketiciler gibi mantıklı davranır ve bu davranıştan menfaatlerini maksimize etmeye çalışırlar. Afganistan demokrasiye ilişkin seçim tecrübelerini yeni yeni denerken, seçmenlerin davranışlarını anlamak çok önemli görünmektedir. Bu makale seçmen davranışlarını açığa çıkarmaya çalışıp bu davranışların rasyonel olup olmadığını Afganistan çapında sınamıştır. Bu çalışmanın asıl amacı iki karşıt yaklaşım olan mantıklı seçim ve etnik ve çatışma teorilerinin denemesidir. Bu amaçla online bir anket uygulaması gerçekleştirilerek 1016 gözleme ait veri toplanmıştır. Analizler STATA 14 ve EViews yazılımlarıyla yapılmıştır. Ampirik bulgulara göre, seçmen davranışları üzerinde, eğitim, dil ve etnik köken değişkenlerinin pozitif etkisi bulunmaktadır. Cinsiyet ve yaş değişkenlerinin seçmen davranışı üzerindeki etkisi ise istatistiki olarak anlamlı bulunmamıştır. Bu bulgular etnik ve çatışma teorisini doğrularken mantıklı davranış teorisini reddetmektedir. Bu bulguların 2019 yılı cumhurbaşkanlık seçimlerini de büyük oranda etkileyeceği öngörülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Mantıklı Seçim Teorisi, Etnik köken ve Çatışma, Seçimler, Seçmen Davranışları, Afganistan, Asya.

**JEL Kodları:** D72, H10, D70, O53.

## 1. Introduction

After 2001 US lead coalition forces liberated Afghanistan from the Al-Kaida and Taliban terrorist groups, from that point onward the country has gone through a tremendous change in every aspect of life. One of the biggest changes was the elections. From 2001 up to 2016 Afghanistan managed to do three presidential elections and two parliamentary and provincial councils' elections. But the parliament elections of Afghanistan dates back to 1931 from that point forward there have been 16 elections. As new constitution's compulsory article there is also provincial council elections. In post 2001 era there have been three provincial elections also (IEC, 2016). For the first time in Afghanistan's

history the power was transferred from an elected president to another elected president in 2014. That was a huge leap forward of democracy for such a newly practicing country.

This article tries to analyze the voting behavior of the voters in the last presidential election which took place in 2014 (the run-off round). In that election there were two electoral teams competing in run-off round of elections. Because in the first round there weren't any winner. The second round was between two candidates from Pashtun ethnic and Tajik ethnic and president candidates whom had the support of Uzbeks and Hazaras. The Pashtun candidate had an Uzbek leader as his first vice president and a Hazara leader as his second. The Tajik candidate had a Pashtun as his first vice president and a Hazara leader as his second. This structure has been practiced since the first elections after 2001 less or more.

The biggest characteristic of the election of Afghanistan is that ethnic leaders are trying to form teams in order to compete in elections. In the last one and half decade of practicing the democracy and elections, it was an obvious act among the candidates. The structure of the electoral teams was based on four big ethnic groups of Afghanistan which are Pashtuns, Tajiks, Uzbeks, and Hazaras.

Voting behavior is an exchange of trust and power for fulfilling the services that voters want from the candidates. In this context, every individual tries to vote for those candidate whom, they think, will maximize their gains and fulfilling their interest along with preferences (Horowitz, 1985). Based on this argument there is relationship between choosing to vote for one candidate and choosing not to vote for another one. In other words voters act based on their preferences rationally when they are voting. But the factors effecting voters behaviors in elections vary between countries. Also based on the theory of ethnicity and conflict ethnic groups act jointly in order to gain comparative advantage against rival ethnics. Which is common in Afghanistan.

In this article we are trying to analyze the ethnicity and language which affect the behaviors of voters in voting time. Based on the questionnaire which made and collected the data of 1016 observations, we are trying to use quantitative methods to analyze the voting behavior. In this case a simple t-test and logistic regression analyses have been used.

In order to do so the article is structured as follows: in second section the main theories of voting behavior are discussed, third section contains the data and empirical analysis methodology along with results. The last section contains a brief conclusion of the empirical work.

## **2. Literature Review**

In voting behavior models there are lots of theories, like, psychosocial, rational choice theories and ethnicity and conflict theory. This paper aims to analyze both the rational choice theory and ethnicity and conflict theory in Afghanistan's perspective. For this, a brief description of both theories has been added as follow.

### **2.1. Rational Choice Theory**

The rational Choice theory, dates back in (1957) with a behavioral scientist Anthony Downs, in effort to put in place an Economic explanation of voting behavior through his work "*An Economic Theory of Democracy*" and putting Political parties to competition. It marked the beginning point of the theory with the Economic work done by Kenneth Arrow in (1951) that relate economic factors thus resources, goods and technology, with political outcome of choice.

Down (1957) argues that if the assumptions of rational choice are able to explain the market, then they can explain the political functioning. He establishes a direct similarity between consumers and voters, and between enterprises and political parties. If companies seek to maximize profits and consumers act to maximize the utility, we can, then, theorize in the sense that voters seek to maximize the utility of their vote as the parties act to maximize electoral gains obtained from their political proposals.

Petracca (1991) argues that, Rational Choice Theory is an approach used by social scientists to understand human behavior. The approach has long been the dominant paradigm in economics, but in recent decades it has become more widely used in other disciplines such as Sociology, Political Science, and Anthropology. The rational choice approach to politics assumes that individual behavior is motivated by self-interest, utility maximization or more simply put goal fulfillment.

The operation of the model is based on three fundamental premises: (1) the rational decision of voters and politicians are guided by self-interest and utility maximization from the voting action. (2) The system is working in a manner which is consistent with decisions of voters and politicians and supports it. (3) Despite the consistency there is a level of uncertainty still exists, which allow various options in decision making (Antunes, 2010). Despite some criticism based on individualism approach, self-regarding interest and rationality, the theory still stands up to date (Blaise, 2000).

There is in fact some empirical works based on rational choice theory to measure the degree of accuracy of it. The very first presidential election of Afghanistan which took place in 2004 was more rational as Mr. Hamid Karzai won the election by 56% of the votes. As he got the nationwide support and became the first elected president of Afghanistan (Barfield, 2005).

Keulder (2010) in his book analyzed the voting behavior of Namibian voters. The empirical results show that the Namibians are voting based on their parties rather than ethnicity and issued-based models. In other words they are casting their votes based on rational choice theory. As he argues that, there is a possibility of turnouts from parties if they failed to meet voters' demands.

In a study undertaken by Lindberg and Morrison (2008) from 690 voters in 1996 and 2000 elections in Ghana. The results indicate that the voting behavior in more rational than ethnic and linguistic oriented.

## **2.2. Ethnicity and Conflict Theory**

Acting in collections and voting behavior in some countries are based on ethnical identities. The best theory on this special case is coming from Horowitz (1985). He in his book argues that ethnic groups are not only acting in collectives because of economic and political dominance, but they are also trying to stand against rival ethnic dominance. For this reason he argues that this behavior is kind of psychological behavior of collective actions which he refers to self-esteem. In most cases the ethnic groups sacrifice's their economic gain for that kind of comparative advantage over other ethnics (Horowitz, 1985).



When Horowitz goes further on the theory he tries to know the causes of such actions which are not for the interest of the rival groups. Because they share the same territory and they lose all, which he calls the ethnic conflicts as zero-sum game. He found out that the fear of ethnic groups for being marginalized or swamped by rivals' stands in the top of the reason for making the ethnic groups to act in such ways. These fears (which are some real and some not) lead the groups towards a collective action against rivals (Horowitz, 1985). This collective actions can be found in wide range of action from wars to elections. Which happened in Eastern Europe, Africa and Asia.

In dealing with such problem he has a six-point proposal: dispersion of the political power, arrangement that emphasize interethnic competition and conflict, elections and territorial distribution of power that create incentives for interethnic cooperation, measures that help to increase interests based on other things except ethnicity and restructuring of conflict behavior through programs of interethnic redistributions (Horowitz, 1985).

In a study by Norris and Mattes (2003) which has covered 12 countries in Sub-Saharan African Ranging from Zimbabwe to Botswana, with suing the *Afrobarometer* cross sectional data between 1999-2001 found out that ethnicity does matter in voting. Also the language and race are the significant factors for governing parties.

### 3. Methodology and Data

An online survey was conducted in July 2016 and people that already voted in the 2014 presidential election of Afghanistan are asked to fill the questionnaires. The sample size that the research could reach via online platforms is 1016 which contains 890 men and 126 women respondents. The voters were asked about the demographical characteristics such as gender, education, ethnic and language. There were also questions about the reasons of voting, to which candidate they voted and the reason of choosing that candidate. The questionnaire had been formed using the Keudler (2010) and Wantchekon (2003).

The aim of the study is to show in which context that the voter uses the rational choice theory. As human beings, we are trying to maximize

our utility or at least minimize the degree of pain. In order to examine the rational choice theory, for Afghan voters' behavior in presidential elections in the run-off round in 2014, the current paper has used the following model which is a logistic regression and applied to show which characteristics have significant effects on the voting decision.

$$V = \beta_0 + \beta_1 \text{Gender} + \beta_2 \text{Age} + \beta_3 \text{Edu} + \beta_4 \text{Ethnic} + \beta_5 \text{Lang} + \varepsilon_i \quad (1.1)$$

Where  $v$  denotes the voting, 1 if the respondents vote for candidate 1, otherwise 0. *Gender* is a dummy variable equals to 1 if the respondent is a female, otherwise 0. *Age* and *education (edu)* are in term of the years. *Ethnic* is a factor variable for all ethnicity included in the research (which 1 stands for Uzbek, 2 for Pashtun, 3 for Tajik, 4 for Hazara and 4 for others). The *lang* is a factor variable for language groups (1 stands for Uzbek, 2 for Pashtu and 3 for Dari speakers).

Based on the rational choice theory the voters will behave in rational way and will act to maximize their utility by voting the best candidate. In this regard, the ethnicity and language don't have any statistically significant impact, and based on ethnicity and conflict theory the votes will be distributed based on the ethnic borders and will have a statistically significant impact on voting behavior. According the above two theorems the following hypothesis has been formed:

$$H_0: \beta_4 \text{ and } \beta_5 = 0$$

$$H_1: \beta_4 \text{ and } \beta_5 \neq 0$$

The above hypothesis will be tested with LR- $\chi^2$ , z-test and t-test. If the null hypothesis comes true, the voting behavior of Afghan voters will be based on the rational choice theory. Otherwise the ethnicity and conflict theory will be proven. The conclusion would be that the Afghan voters voted irrational and based on their ethnicity ties.

#### 4. Empirical Findings

For the empirical findings section at first there is a summary of the demographical characteristics of the sample, after that there is the table of reasons of voting for certain candidate and in the last, the findings of the regression analysis have been summarized. Table 1 presents the information about the survey, such as sample size and their demographical

characteristics. The sample size is 1016 which contains 890 males and 126 females. The sample contains high educated and young respondents as the mean of education among the sample is 15.21 and the mean of age is 27.21. About 43.3 percent of the respondents are Tajiks that is the highest among other ethnic groups in the sample. 65.35 percent of the respondents are contains Dari (Persian) native speakers.

**Table 1:** Demographical Characteristics of Sample

Variables		Frequency	Percentage	Total %
Gender	Male	890	87.60%	100%
	Female	126	12.40%	
Mean of Education		15.21		
Mean of Age		27.21		
Ethnicity	Pashtun	306	30.12%	100%
	Tajiks	440	43.31%	
	Uzbek	108	10.73%	
	Hazara	117	11.52%	
	Other Ethnic Group	45	4.43%	
Linguistic groups	Dari (Persian)	664	65.35%	100%
	Pashtu	234	23.03%	
	Uzbek	108	10.73%	
	Other Languages	10	0.98%	
Sample size		1016	100%	

The rate of women's participation in the last elections of Afghanistan was about 37 percent. The Pashtun ethnic group contains 38 percentage of Afghanistan population while Tajiks are 27 percent. So the sample is not symmetric to entire population. The reason might be the inequalities in the access to the internet based on gender and ethnic groups. So the results would be applicable to the population whom have access to internet which were more than 2 million users at the time of online survey which accounts about 25% of the entire voters population of the country.

A structured question was employed to know why Afghans decided to vote. The findings are reported at table 2.

**Table 2:** The reason for voting (I vote because...)

Reason for voting	Gender		Ethnicity					Total	%
	Male	Female	Pashtun	Tajiks	Uzbek	Hazara	Other		
... It is my democratic right.	208	18	79	71	29	36	11	226	22,244
... voting is a national duty	245	44	57	153	40	24	15	289	28,444
... I want to improve or change matters.	397	55	167	195	20	51	19	452	44,488
... I am under pressure from others.	1	9	0	10	0	0	0	10	0,984
... I want my party to win/to support them.	9	0	0	0	9	0	0	9	0,886
... I want my ethnic leader to win the election.	8	0	0	6	2	0	0	8	0,787
... I want to prevent others Political rivals from winning.	5	0	0	0	0	5	0	5	0,492
... I trust my party.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Other	17	0	3	5	8	1	0	17	1,673
Total	890	126	306	440	108	117	45	1016	100

Most of Afghans (44.48%) are voting because they want to improve or change matters. 28.44 percent of Afghans are voting because they think that voting is a national duty and another considerable reason for voting is that they consider voting as their democratic right. Less than 5% percent of respondents are voting for all other reasons consisting to support their party or ethnic leader. Looking to the table 2 based on gender composition, the first three question domination is clear among Afghans while voting. The biggest different between male in female is that, 9 of them indicated that they are under pressure from some others. The voting based on ethnicity is not very different among the Afghan voters as shown in table 2, just 9 of Uzbek ethnic voters indicated that they wanted to support their party.

The second round of presidential elections were held in Afghanistan on 14 June 2014 among two candidates. The participants were asked about to whom they vote and also they asked that what the key factor of choosing that candidate was. The responses to the structured question of “*what was the most important reason that you decided to vote to the desired candidate*” are reported at table 3.

The most important factor of the candidate whom has been chosen was political and economic programs of candidate (51.37%), which the majority of female voters selected this reason comparing to male counterparts. Also the mentioned reason is scattered among all ethnic groups in some variation, which the Pashtun and Tajik ethnic group are in big proportion comparing to other reasons. Another most important factor is the candidate’s personality such as candidate’s knowledge and leadership skills (22.14%) and political background of candidate (6.79%). The gender composition of knowledge and personality of the candidate is more male dominated comparing to political and economic programs of the candidate. Tribal leaders support has voters among Tajik and Hazara voters. Alongside that the Tajiks have voted based on religious interest and under pressure from family members. Less than 6 percent of the respondents chose the candidates because of the religious, ethnic and language interests. As a result of tables 2 and 3 we can conclude that Afghans voting behavior is rational behavior based on governance theories.

**Table 3: Reason for choosing the Certain Candidate**

Reason	Gender		Ethnicity					Total	%
	Male	Female	Pashtun	Tajiks	Uzbek	Hazara	Other		
Candidates knowledge and leadership skills	209	16	51	126	30	18	0	225	22,146
Political and economic programs of candidate	422	100	245	143	64	68	2	522	51,378
Political Background of candidate	69	0	10	0	0	17	42	69	6,791
The candidate team represents my ethnic or language group.	27	0	0	19	8	0	0	27	2,658
Our tribal elders supported the candidate	27	0	0	12	0	14	1	27	1,673
Religious interests	10	0	0	10	0	0	0	10	0,984
Under pressure from family.	43	10	0	53	0	0	0	53	5,217
Others	83	0	0	77	6	0	0	83	9,154
Total	890	126	306	440	108	117	45	1016	100

Sometime respondents in survey providing untrue or incorrect information that is called respondent error. Misunderstanding of the questions leads to the respondent error as well as social desirability bias can lead a respondent to respond in a fashion that he or she thinks is correct or better or less embarrassing.

Table 4 presents the distribution of votes among two candidates based on ethnic and language. 91.18% of Pashtuns, 75.23% of Uzbek, 92.74% of Pashtu native speakers and 75.93% of Uzbek native speakers voted for candidate one. On the other side 75.68% of Tajiks, 90.60% of Hazara and 71.69% of Dari native speakers are voted for the second candidate. The first candidate belongs to Pashtun ethnic and he is a Pashtu native speaker. The first vice president of him belongs to Uzbek ethnic and his second vice president is a Hazara. The second candidate is Dari native speaker and belongs to Tajiks while his first vice president is Pashtun and the second one is Hazara. The result of Table 4 shows that the most of ethnic groups and linguistic groups voted to the election team that their ethnic or language holder represents their language group and ethnicity more than that of other election team.

**Table 4:** Votes Based on Ethnic and Linguistic Groups

Ethnic groups	Candidate 1		Candidate 2		Total
	Frequency	Percentage	Frequency	Percentage	
Pashtun	279	91.18	27	8.82	306
Tajik	107	24.32	333	75.68	440
Uzbek	82	75.23	27	24.77	108
Hazara	11	9.40	106	90.60	117
Other ethnic groups	19	43.18	25	56.82	45
<b>Linguistic groups</b>					
Pashtu	217	92.74	17	7.26	234
Dari	188	28.31	476	71.69	664
Uzbek	82	75.93	26	24.07	108
Other languages	9	90.00	1	10.00	10

If sociological theory of voting behavior is valid then we expect that Pashtuns and Uzbeks votes for candidate one while the Tajiks votes for candidate two. Pashtu and Uzbek linguistic groups are also have been expected to vote for candidate one and the Dari speakers are expected to vote for candidate two. We generate the dummy variables for ethnic and language that is take value of 1 when the respondents voted as expected, otherwise zero. Table 5 present Comparison of voter's characteristics between two election teams.

**Table 5:** Comparison of Voter's Characteristics among Two Election Teams

Characteristics	Candidate 1		Candidate 2		t-stat
	Mean	Standard Deviation	Mean	Standard Deviation	
Gender	0.145	0.353	0.103	0.305	1.147
Education	15.168	3.862	15.241	1.547	0.401
Age	27.346	4.237	27.084	5.073	-0.890
Ethnicity	0.728	0.445	0.637	0.481	-3.119
Linguistic groups	0.601	0.490	0.913	0.281	12.554

t-statistics for gender, education and age are not significant even in 90% confidence level, so the voters of candidate 1 are not statistically different from voters of candidate 2 in gender, education and age char-

acteristics. The ethnic and language dummy mean is higher than 0.5 (because of dummy variable nature, this threshold has been set) and it shows that most respondents voted to the candidate whom represents more of their ethnic and language characteristics.

The model 1.1 was estimated in STATA14 with logistic regression method and the results are reported in Table 6.

**Table 6:** Results of the Logistic Regression Analysis

Variables	Coefficient	SE	z-statistics	P value
Gender	0.351519	0.319529	1.10	0.271
Age	0.015399	0.018186	0.85	0.397
Education	0.065008	0.036582	1.78*	0.076
Ethnic (Reference Uzbek)				
Pashtun	2.123949	0.563800	3.77**	0.000
Tajik	-0.560701	0.513371	-1.09	0.275
Hazara	-1.935953	0.585502	-3.31**	0.000
Other	-1.822432	0.494659	-3.68**	0.000
Language (Reference Uzbek)				
Pashtun	-0.725311	0.632069	-1.15	0.251
Dari	-2.054254	0.516827	-3.97**	0.000
Other language	2.401635	1.153283	2.08**	0.037
Constant	0.010995	0.757968	0.01	0.988

\*  $p < 0.1$ ; \*\*  $p < 0.05$ ; \*\*\*  $p < 0.01$

LR  $\chi^2(9) = 530.52$ , Prob >  $\chi^2 = 0.0000$ , Pseudo  $R^2 = 0.3804$

The small p-value ( $< 0.0000$ ) of LR chi-squared statistic indicates that one or more of the five variables have a significant impact on voting behavior. With this result the null hypothesis which supports the no relationship between voting behavior and ethnicity and language, has been rejected in 1% significance level. The results in Table 6 show that age and gender does not statistically significantly affect the voting decision of Afghans, while the education, ethnicity and language characteristics have significant effects on the voting decision. As in constructing dummy, the Pashtun candidate is 1 and 0 for Tajik candidates, the positive parameter of Pashtun ethnics are as we expected. The coefficient of Pashtun ethnic is converted to 8.364102 in terms of odds ratios, which indicates



that Pashtuns are voting to candidate one 8 times greater than Uzbeks. The odds ratio for Tajiks, Hazaras and others are 0.570810, 0.144286 and 0.161632 respectively. The odds ratio of Tajiks can't be interpreted as it's not statistically significant even in 10% significance level, but odds ratio of Hazaras indicates taking other variable constant 1/7 of hazaras and 1/6 of other ethnic groups tend to vote for candidate 1 comparing to Uzbeks. In language variable the odds of Pashtu speakers is 0.484174 and not statistically significant, which means that Pashtu speakers are voting the same as Uzbek speakers to candidate one. But Dari speakers with 0.128188 odds ratio with statistically significant in 1% significance level reveals that only 1/9 of voters of this language category is likely to cast their vote for candidate one comparing to Uzbek speakers. Other language groups coefficient in terms of odds ratio is 11.04 which means that, they are voting for candidate one 11 times greater comparing to Uzbek speakers. To be precise and visualize more, the likelihood of voting a Tajik women age 25 with 16 years of schooling to Pashtun candidate is 0.00038 or 0.038%. Comparing with likelihood of voting of a Pashtun women age 35 with 10 years of schooling to for Pashtun candidate is 0.9819 or 98.19%. The odds of other variable are nearly slightly above 1 which means that there are no difference in voting behavior based on gender, age and education between two candidates' voters. The odds ratios for gender, age and education are 1.421225, 1.015519 and 1.067168 respectively. But just, the education is statistically significant in 10% significance level, which means that if the voters with more years of education participates in elections the likelihood of increase in vote of candidate one will be 6.7%.

As it's shown in table 7, every increase in women participation will increase the vote of candidate one by 4.92% but that is not statistically significant and the same in applicable about age variable. But in case of education increase, every increment change will increase the cast of vote to candidate one by 0.86%. The participation increase in Pashtuns will have 38.6% increase effect in voting to candidate one in 1% significance level. The increase in participation of Tajiks, Hazaras and others will decrease voting to candidate one by 11.42%, 32.96% and 31.68% respectively, but just the two latter's coefficients are statistically significant in 1% level. In the language variable there is no significance difference between Pashtu speakers with those of Uzbeks in terms of change in

election participation, but the increase in participation of Dari speakers will decrease the vote for candidate one by 34.92% in 1% significance level. But the increase in participation of other linguistic groups in the election will increase the vote for candidate one by 21.19% in 1% statistically significance level.

**Table 7: Results of the Marginal Effect Analysis**

Variables	Delta-method			
	dy/dx	SE	z-statistics	P value
Gender	0.049176	0.042633	1.15	0.249
Age	0.002145	0.002430	0.88	0.378
Education	0.008674	0.004874	1.78*	0.075
Ethnic (Reference Uzbek)				
Pashtun	0.386436	0.107560	3.59***	0.000
Tajik	-0.114204	0.112711	-1.01	0.311
Hazara	-0.329643	0.115089	-2.86***	0.004
Other	-0.316873	0.090592	-3.50***	0.000
Language (Reference Uzbek)				
Pashtun	-0.121043	0.101204	-1.20	0.232
Dari	-0.349236	0.079557	-4.39***	0.000
Other language	0.211987	0.070958	2.99***	0.003

\*  $p < 0.1$ ; \*\*  $p < 0.05$ ; \*\*\*  $p < 0.01$

This findings reveals that the voters in Afghanistan are voting based on their ethnic group leaders. These results somehow empirically clarify the theory of ethnicity and conflict of Horowitz (1985). In his book he argues that ethnic groups in order to defend their interests they act in groups. The findings reported in table 6 concludes the rejection of null hypothesis in 1% significance level. As a result of the findings the conclusion is that in Afghanistan ethnic groups are acting based on their ethnic's interests nothing more or less.

## 5. Conclusion

Afghanistan is newly practicing elections and democratic actions which are coming as consequence of the elections. One decade of Russian invasion and one decade of civil war devastated the country's economic,

cultural, military and political infrastructure. The civil war made the ethnic groups to practice the ethnicity based preferences which lots of them are against national interests. This behavior is leading the country through a wrong pathway which is hurting the country for every angle.

The ethnicity based preferences of voting which has been analyzed in this article is tries to show that this problem is really there. The results from empirical analysis show that ethnicity and belonging to certain language groups affect the voting behavior. There is a statistically significant relationship between voting and ethnicity and language.

The gender, education and age do not have any significant effect on voting behavior which show that there is no any differences between male and females of different ethnicity. They are voting for their ethnic group interest not for their own gender interest. The age also indicates that that there is no difference between age groups in voting preferences. Although the biggest problem comes from the results of education and its effects on voting behavior. It shows even educated young voters (which forms the bulk of the sample) don't have any different preferences and choice in election.

Comparing the results with rational choice theory it seems that there is no any rational choice taking place. Every ethnic is voting for its own leader even they are the worst among the candidates. This behavior is hurting the country and national interests. Which day by day weakening the governmental services and over all country problems are rising.

In other hand the voters think that if they vote for another ethnic's leader they will be worse off from what they are now. This vicious circle pushing the country toward an unknown future which is not clear for every one living in the country.

With a brief comparison of the results with ethnicity and conflict theory of Horowitz (1985) that is clear why there a division of votes based on the ethnicity. Afghanistan had gone through several decades of war which deepened the conflict between the ethnics whom live in the country. Nowadays the ethnics have the fear of being marginalized and subordinated by other rivals if they didn't have their own leader on the top in the country. Which lead the voters to being used by the corrupted ethnic leaders. So they have two choice (1) to vote for the corrupted their own ethnic leader or (2) to vote for others with the fear

of being marginalized. In Afghanistan the voters have been choosing the first one since there are elections. In upcoming elections, parliamentary and presidential elections, the votes will be divided highly by ethnicity and language ties. This conclusion is revealing a very dark future for the country which has an unstable security situation and economic conditions. If we add inter ethnicity problems with above conditions, we are standing on the edge of a knife.

The policy recommendation for political elites to participate in elections with less ethnicity side pressure. The biggest problem is that to have ethnicity on the top comes after Bonn conference on Afghanistan (2001). The elections law must change to overcome this problem with preventing the ethnicity based candidates and empower the national parties with national ideas not just ethnic and tribal based views.

## References

- Antunes, R. (2010). *Theoretical models of voting behaviour*, Coimbra: University of Coimbra.
- Barfield, T. J. (2005). "First Steps: The Afghan Elections". *Current History*, 104(680), 125-130.
- Blaise, A. (2000). *Vote of Not to Vote, The Merits and Limits of Rational Choice Theory*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press.
- Downs, A. (1957). "An Economic Theory of Political Action in a Democracy". *Journal of Political Economy*, 65(2), 135-150.
- Horowitz, D. L. (1985). *Ethnic Groups in Conflict*. California: University of California Press.
- IEC. (2016). Independent Election Commission of Afghanistan. Retrieved from Independent Election Commission of Afghanistan's Web site: <http://www.iec.org.af/>
- Keulder, C. (2010). "Voting Behaviour in Namibia". *State, Society and Democracy*, 264-296.
- Lindberg, I., & Morrison, C. (2008). "Are African Voters Really Ethnic of Clientelistic? Survey Evidence From Ghana". *Political Science Quarterly*, 123(1), 95-122.

- Norris, P., & Mattes, R. (2003). *Does Ethnicity Determine Support for the Governing Party?*. Cape Town: University of Cape Town.
- Ogu, M. I. (2013). "Rational Choice Theory: Assumptions, Strengths, and Greatest Weaknesses in Application Outside the Western Milieu Context". *Nigerian Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, 62(1087), 1-10.
- Petracca, P. (1991). "The Rational Choice Approach to Politics: A Challenge to Democratic Theory". *Review of Politics*, 53(2), 289-319.
- Wantchekon, L. (2003). "Clientelism and Voting Behavior Evidence from a Field Experiment in Benin". *World Politics*, 55(3), 399-422.

# KAMU MALİ YÖNETİMİNDE DEĞİŞİM VE SAYIŞTAY'IN PERFORMANS DENETİMİ YETKİSİNİN GELİŞİMİ

## *Change in Public Financial Management and the Development Turkish Court of Accounts' Authority of Performance Audit*

Fevzi KAÇER\*

*Geliş:* 22.01.2019/ *Kabul:* 05.07.2019

*DOI:* 10.33399/biibfad.516336

### Öz

Kamu kurum ve kuruluşlarının, kamu kaynaklarını kullanırken, gerçekleştirmiş oldukları iş ve işlemlerinin sadece mevzuata uygunluk, doğruluk ve düzenlilik yönlerinden denetlenmesi günümüzde artık yeterli görülmemektedir. Aynı zamanda bu kaynakların verimli, etkili ve tutumlu bir şekilde hesap verme sorumluluğu kapsamında kullanılması, sadece girdilere değil, çıktı ve sonuçlara odaklanan bir denetimi gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından kamu mali yönetimi reformları kapsamında performans denetimi gündeme gelmiştir. Ülkemizde de kamu mali yönetimi alanında yapılan reformlar sonucunda Sayıştay Başkanlığı dış denetim kapsamında kamu idarelerine yönelik performans denetimi yapma yetkisine sahip olmuştur.

Bu çalışmada; kamu mali yönetimi alanındaki değişim ve dönüşümlere kısaca değinilmiş ve performans denetimi incelenmiştir. Bu kapsamda Sayıştay'ın performans denetim yetkisi tarihsel süreç içinde ele alınmıştır. Ayrıca yapılan yasal düzenlemeler ve bu düzenlemelerde

---

\* Dr. Öğr. Üyesi, Bingöl Üniversitesi, İİBF, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, fkacer@bingöl.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6272-5125>

Sayıştay'ın performans denetimi yetkisinin gelişimi ele alınmıştır. Sayıştay'ın yapmış olduğu performans denetimi kapsamında verimlilik, etkililik ve tutumluluk (VET) denetimi yapamadığı sadece performans bilgisi denetimi yaptığı tartışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Performans denetimi, Sayıştay, Kamu mali yönetimi, Dış denetim, VET

**Jel Kodları:** H83, H11,E69, M42

### **Abstract**

The auditing of the public institutions and organization regarding to the compliance with the legislation, accuracy and regularity is no longer sufficient, for using public resources, completed work and transactions. Besides, the use of these resources in an efficient, effective and frugal way of accountability requires an audit that focuses not only on inputs but on output and results. As a result of the reforms carried out in the field of public financial management in our country, Turkish Court of Accounts (TCA) has the authority to conduct performance audits for public administrations within the scope of external audit.

In this study; changes and transformations in the field of public financial management are briefly mentioned and performance audit is examined. In this context, the audit authority of the TCA has been dealt with in the historical process. In addition, the legal arrangements and the development of the audit power of the TCA in these regulations are discussed. It is concluded that Turkish Court of Accounts (TCA) has not been able to conduct an audit of economic, efficiency and effectiveness (3E) within the scope of performance audits; but only audit of performance information.

**Keywords:** Performance audit, , Turkish Court of Accounts, Public financial management, External audit, 3E

**Jel Codes:** H83, H11,E69, M42

## **1. Giriş**

1980'lerden sonra dünyanın birçok ülkesi, kamu mali yönetim yapılarında bir reform yapma çabası içine girmişlerdir. Bunun en önemli nedeni yaşanan büyük ekonomik krizler ve bu krizlerin meydana getirdiği yıkımlardır. Kıt olan kamu kaynaklarının verimsiz bir şekilde kullanılması, devletin başarısızlığı temellinde yapılan eleştiriler, geleneksel kamu yönetimi yerine yeni kamu işletmeciliği (New Public Mana-

gement) yaklaşımı kapsamında bir paradigma değişimine yol açmıştır. Kamu yönetiminde bu paradigma deyimi ile birlikte, geleneksel kamu yönetimi anlayışından özel sektör lehine bir kopuş meydana gelmiştir. Daha çok özel sektör alanında kullanılan birçok kavram ve pratik kamu yönetimi alanında kullanılmaya başlanmıştır. Hesap verebilirlik, saydamlık, verimlilik, etkililik, ekonomik, stratejik yönetim, performans denetimi gibi konular giderek kamu yönetimi içinde önem kazanmaya başlamıştır. Özellikle Dünya Bankası, Uluslararası Para Fonu (IMF), Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) gibi kuruluşların çabalarıyla birçok ülke bu anlayış çerçevesinde kamu yönetimi alanında yeniden yapılanma içine girmiştir.

Kamu yönetimi alanındaki bu değişim ve dönüşümler, kamu mali yönetimi alanında da önemli değişikliklere yol açmıştır. Bu değişim hem bütçe sistemleri hem de denetim ile ilgili alanlarda özellikle gelişmiş ülkelerde uygulamaya konulan performans esaslı bütçeleme, performans denetimi gibi konularda meydana gelmiştir. Daha sonra diğer gelişmekte olan ülkeler bu ülke uygulamalarını takip etmişlerdir. Bu uygulamaları iyi uygulama örnekleri kapsamında kendi içyapılarına aktarmışlardır.

Kamu mali yönetimi alanındaki bu gelişmeler, Türkiye’de özellikle 1990’lı yıllar ile birlikte ivme kazanmış, bu dönemde yaşanan ekonomik krizler, bu alanda reform yapma ihtiyacını daha kaçınılmaz kılmıştır. Bu kapsamda denetim ile ilgili, denetimin kapsamı, Sayıştay’ın görev ve yetkileri, performans denetimi konuları çeşitli raporlarda gündeme gelmiş ve daha sonra yasa metinlerine konu olmuştur. 1996 yılında Sayıştay Kanunu’nda yapılan ekleme ile Sayıştay’a performans denetimi yetkisi verilmiştir. 2003 yılında çıkarılan 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu ile hem denetim hem de kamu mali yönetimi alanında çok önemli değişikliklere gidilmiştir. 2010 yılında ise yeni bir Sayıştay kanunu kabul edilmiş ve bu kanunda Sayıştay’ın performans yetkisi yeniden tanımlanmıştır.

Bu çalışmada kamu mali yönetimi alanında yaşanan değişim ve performans denetimi ele alınmış, daha sonra bir yüksek denetim organı olan Sayıştay’ın gelişimi tarihsel süreç içinde ele alınmıştır. Bu bağlamda Sayıştay’ın performans denetimi yetkisi yapılan yasal düzenlemeler açısından değerlendirilmiştir. Böylece kamu mali yönetimi alanında



yaşanan gelişmeler ışığında Sayıştay'ın performans denetiminin kapsamı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Performans denetiminin etkinliği, performans denetiminde ne anlaşıldığı ile yakın ilişkilidir. Sayıştay, 2013 yılından itibaren düzenli olarak performans denetimi yapmakla birlikte, yapılan denetimlerin kapsamı üzerinde tartışmalar devam etmektedir. Bu çalışma, bu tartışmalara katkı sunmayı amaçlamaktadır.

## 2. Kamu Mali Yönetimi İle İlgili Gelişmeler

Kamu Mali Yönetimi (KMY) sistemleri, bir değişim ve dönüşüm geçirmektedir. Bu değişim ve dönüşümün odağında kıt olan kaynakların verimli kullanımını en üst düzeye çıkarmak, devlet maliyesinde şeffaflığı ve hesap verebilirliği artırmak ve uzun vadeli ekonomik başarıyı sağlamak bulunmaktadır (Pretorius ve . Pretorius, 2009: vii)

Kamu mali yönetimi alanındaki değişimler, Yeni Kamu İşletmeciliği (YKİ) temelinde genel olarak, kamu yönetimi alanındaki paradigma değişiminin bir uzantısıdır (Mury, 2018: 45). YKİ, sadece geleneksel yönetim anlayışını değil mali yönetim ve denetim anlayışını da değiştirmiştir. Çünkü YKİ'nin savunduğu temel ilkelerden, özel sektör yönetim usullerinin kamuda uygulanması, kaynak kullanımında sıkı disiplin, az kaynakla çok iş yapma, süreç yerine sonuçlara odaklanma gibi temel ilkeler (Hood, 1991: 4-5) doğrudan doğruya mali yönetim ve denetim ile ilgilidir. Bu yeni yönetim yaklaşımı doğrultusunda, 1980'lerden itibaren kamu mali yönetiminin verimlilik, etkililik ve ekonomiklik ekseninde yeniden şekillendirilmesi ve yapılandırılması çalışmaları ivme kazanmıştır (Ergen, 2016: 97).

Kamu hizmet sunumunu iyileştirmek, kalkınma planları hedeflerine ulaşmak, bütçe açıklarını azaltmak, yolsuzluğu önlemek, kamu kaynaklarını etkili ve verimli kullanmak, şeffaflığı ve etkin bir hesap verilebilirliği sağlamak, uzun vadeli ekonomik başarıya katkıda bulunacak etkin bir kamu mali yönetimi reformu, bu arayışların özünü oluşturmaktadır. Tek bir faaliyet alanından ziyade, bütçe döngüsünün hazırlanması ve uygulanması, bütçe gözetim ve denetimi, vergi ve borç yönetimi, satın almadan, kaynak ve gelir dağılımına kadar geniş bir faaliyet alanı içinde birbiriyle ilişkili örgütsel ve siyasi kültürle bağlantılı bir reform alanı söz konusu olmuştur (Pretorius ve . Pretorius, 2009: iii, Kaçer, 2017: 1).

Kamu mali yönetimi reformlarının bir diğer odak noktası, kamu kaynaklarının kullanımında, saydamlık, hesapverebilirlik, verimlilik, etkinlik, ekonomiklik gibi ilkelerin uygulamaya geçirilmesidir. Bu bağlamda performans esaslı bütçeleme, çok yıllık bütçeleme, stratejik planlama, performans programları faaliyet raporları ve performans denetimi gibi kavram ve uygulamalar yaygınlık kazanmıştır.

Geride bıraktığımız 20, 30 yıllık süreçte, gelişmiş veya gelişmekte olan birçok ülke yeni kamu yönetimi anlayışının etkisiyle kamu mali yapılarında reformlar gerçekleştirmişlerdir. Türkiye de bu kapsamda özellikle 2000'lerin başında yoğun bir reform gündemini hayatta geçirmeye çalışmıştır. Bu reformlar kapsamında kamu mali yönetimi ile ilgili en temel değişiklik 2003 yılında yasalaşan 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu'yla yapılmıştır. Konumuz açısından bakıldığında, bu yasal düzenlemede denetim ile ilgili kapsamlı değişiklikler yapıldığı görülmektedir. Performans denetimi, hesap verebilirlik ve saydamlık gibi kavramlar bu kanun kapsamında tanımlanmıştır. Daha sonra 2010 yılında 6085 sayılı Sayıştay Kanunu kabul edilmiştir. Yapılan reformların içeriklerine bakıldığında, Türkiye'de kamu mali yönetimi alanında yapılan reformlar diğer ülkelerdeki reform hareketlerinden bağımsız ve ayrıksı değildir.

### **3. Denetimin Kavramı, Kapsamı ve Sınıflandırılması**

Denetimin kökenlerini eski Mısır, Yunan ve Roma medeniyetlerine kadar götüren çeşitli kanıtlar bulunmaktadır (Khan, 1995: 15). Bununla birlikte, günümüzdeki anlamıyla siyasal, sosyal ve ekonomik boyutları olan kamusal denetim, ancak mutlak iktidarların sınırlandırılması için verilen mücadelelerle mümkün olmuştur (Köse, 2007: 20). Devletin üstelendiği görev ve işlevler artıkça kamu harcamalarında sürekli bir artış söz konusu olmuştur. Bu harcamaları vergileriyle karşılayan halkın, katlandığı yük artmıştır. Bu durum devlet tarafından toplanan vergilerin azaltılması ve harcamaların denetim altına alınmasına yönelik toplumsal beklentileri ve baskıları artırmıştır. Tarihte ilk kez İngiltere'de Parlamento kurumunun ortaya çıkmasına öncülük eden bu süreç, kamu harcamalarının denetlenmesi ihtiyacının da ortaya çıkmasının bir sonucu olarak denetim işlevinin giderek artan bir önem kazanmasını sağlamıştır (Akyel ve Köse, 2010: 11). Zira oluşturulan Parla-

önemli işlevlerinde biri, halktan toplanan vergilerin denetim altına alınmasını ve daha sonraki süreçte de, kamu giderlerinin sınırlandırılmasını sağlamak olmuştur (Köse, 2007: 20). Parlamento, yapısı gereği, gelir ve giderler üzerinde ayrıntılı incelemeler yapamayacağından, uzman bir kuruluşa ihtiyaç duymuştur. Sayıştaylar, bu ihtiyacın sonucu olarak ortaya çıkmıştır (Kubalı, 1998:10).

Denetimin niteliği, gelişimini yıllar boyunca sürdürmekle birlikte, modern kamu denetimi kavramı demokratik kurumların yerleşmesine yol açan sanayi devrimi sonrasında, bugünkü niteliğine kavuşmuştur (Kubalı, 1998:9).

### 3.1. Denetim Kavramı

Denetim geniş kapsamlı bir kavramdır. Denetim, gerçekleşmiş sonuçları, önceden belirlenen amaçlar, ölçütler ve standartlara göre tarafsız olarak analiz etmek ve ölçmek suretiyle kanıtlara dayanarak değerlendirmek, gelecekteki olası hata ve yanlışların önlenmesine yardımcı olmak, kurumların ve kişilerin gelişmesine, mali yönetim ve kontrol sistemlerinin güvenilir ve tutarlı hale gelmesine, verimlilik, etkinlik ve tutumluluğun sağlanmasına kılavuzluk etmek, ulaşılan sonuç ve bulguları ilgililere duyurmak amacıyla uygulanan, sistemli planlı ve programlı bir süreçtir (Polat, 2006: 49).

DPT'nin raporunda ise Denetim, "ekonomik faaliyet ve olaylarla ilgili olarak gerçekleşmiş sonuçları, önceden belirlenmiş amaçlar, kriterler ve standartlara göre tarafsız olarak analiz etmek ve ölçmek suretiyle kanıtlara dayanarak değerlendirmek, gelecekteki hataların önlenmesine yardımcı olmak, kişi ve kuruluşların gelişmesine, mali yönetim ve kontrol sistemlerinin geçerli, güvenilir ve tutarlı hale gelmesine, verimlilik, tutumluluk ve etkinliğin iyileştirilmesine rehberlik etmek ve elde edilen sonuç ve bulguları ilgililere duyurmak için uygulanan sistemli, planlı ve programlı bir süreç" şeklinde tanımlanmaktadır (DPT, 200:97).

Başka bir tanımlamaya göre de denetim, "bir kişinin, kurumun veya surecin önceden belirlenmiş bulunan mevzuat, kural ve değerler gibi kıstaslar itibariyle izlenmesi, ölçülmesi, kıyaslanması ve bu kıstaslar çerçevesinde gözlenen kişi, kurum ve süreçlerin tutarlılık, çelişki veya eksiklik gösterip göstermediğinin sözlü veya yazılı olarak ortaya konulmasına yönelik bir çalışma"dır (Falay, 1997: 18).

Yukarıda yapılan tanımlardan da anlaşılabilceği gibi denetim; sistemli, planlı, programlı, hedefli ve sürekli bir faaliyettir. Denetim faaliyetini, uzmanlık becerisine sahip, kurum, kuruluş, birim ve kişiler tarafından yerine getirilmektedir. Çağdaş denetim, stratejik önceliklere göre, yıllık programlara bağlanan, sürekli, sistemli ve kendi kendini geliştirici bir işlev gören bir faaliyettir. Sağlıklı mali yapının sürdürülmesi, saydamlık ve hesap verme sorumluluğunun yerleşmesi, yolsuzlukların önlenmesi denetim faaliyetine önem kazandırmaktadır (Polat, 2006:49).

### 3.2. Denetimin Kapsamı

Tarihsel gelişim süreci içerisinde kamusal denetimin kapsamı, belli bir döneme bağlı olarak veya ülkeden ülkeye büyük farklılıklar göstermiştir. İlk başlarda devletin merkezdeki kuruluşlarının mali işlemlerinin incelenmesi ile başlayan kamusal denetim faaliyeti, sonraki dönemlerde devletin görev ve işlevlerinde meydana gelen gelişmelerle birlikte daha geniş bir kapsam ve nitelik kazanmıştır. Başka bir deyişle, ilk başlarda denetim faaliyetlerinin tamamını düzenlilik ve uygunluk denetimleri oluştururken, zamanla yeni denetim yöntem ve teknikleri uygulamaya konulmuştur. Buna bağlı olarak denetimin kapsamı kadar amaç ve niteliği de değişmiştir. Bu değişime koşut bir biçimde devletin kısa veya uzun dönemli planları, programları ve projeleri günümüz denetiminin öncelikli konuları arasında yer almaya başlamıştır (Köse, 2007: 6-7)..

Kamu hizmeti alanında yaşanan gelişmeler, vatandaşların beklentileri, hizmetlerin çeşitlenmesi, yeni hizmet alanlarının ve buna bağlı olarak yeni kurumsal yapıların ortaya çıkması da denetimin kapsamını ve niteliğini genişletmiştir. Kamu yönetimi alanında yaşanan paradigma değişimi, kısıtlı kamu kaynaklarının kullanımının verimlilik, etkililik ve tutumluluk ilkeleri açısından incelenmesinin yanı sıra, bunların sonuçlarının da değerlendirme konusu yapılmasını gündeme getirmiştir.

Kamusal hizmetlerinin sonuçlarının, örneğin çevresel sonuçlarının, toplumsal refaha etkilerinin, uzun vadeli ulusal çıkarlar açısından etkilerinin saptanması, çevresel sürdürülebilirlik, alternatif tercihler geliştirilmesi, iyi yönetim uygulamalarının yaygınlaştırılması gibi birçok yeni işlev, günümüzdeki kamusal denetim faaliyetlerinin kapsamını önceki dönemlerle karşılaştırılamayacak derecede genişletmiş ve farklılaştırmıştır (Köse, 2007: 7)

### 3.3. Denetimin Sınıflandırılması

Denetim ile ilgili olarak, literatürde çok farklı ölçütlere göre yapılan çok çeşitli sınıflandırmalar bulunmaktadır. Denetimin, öncelikle denetimi yapan organlar, denetleyenin denetlenenle ilişkisi ve konumu, denetimin özel sektörde veya kamuda yapılması, denetimin yapıldığı zaman, safha, denetlenen konu, uygulama alanı, kullanılan yöntem ve teknikler, benimsenen yaklaşım bakımından sınıflandırılması mümkündür (Candan, 2007: 43).

Denetimin kurumsal yapısı bakımında yüksek denetim, dış denetim ve iç denetim türlerinden söz edilebilir. Yüksek denetim, hemen her ülkede bağımsız ve uzman kuruluşlarca genellikle Parlamento adına yapılan denetimler için kullanılmaktadır. İç ve dış denetim ayrımı ise hem de özel sektör hem de kamu için geçerlidir.

Denetimin niteliği bakımından düzenlilik ve performans denetimi şeklinde bir sınıflandırma yapmak mümkündür. Klasik veya geleneksel denetim olarak nitelendirilen düzenlilik denetimleri maddi doğruluk ve yasalara uygunluk denetimlerini kapsamaktadır (Köse, 2007: 8). Burada bu denetim türleri içinden sadece performans denetimi üzerinde durulacaktır.

### 3.4. Performans Denetimi

Performans denetimi kaynakların verimlilik, etkinlik ve tutumluluk ilkeleri açısından kullanılıp kullanılmadığını ve mali sorumluluğun gereklerinin makul ölçüde karşılanıp karşılanmadığını görmek için bir kurumun iş ve işlemlerinin değerlendirilmesi olarak tanımlanmaktadır (Özer, 1992: 33). Performans denetiminde, kurumların faaliyet ve işlemleri ilgili kurallara, yasal düzenlemelere uygunluğu ve doğruluğu yerine faaliyet ve işlemlerin sonuçları üzerinde durulmaktadır. Kaynak kullanımında verimlilik, etkinlik ve tutumluluk ilkelerine riayet edilip edilmediği incelenmektedir (Candan, 2007: 47).

Uluslararası Sayıştaylar Birliği'nin (INTOSAI- International Organizations of Supreme Audit Institutions) performans denetimini, devlet teşebbüslerinin, sistemlerinin, işlemlerinin, programlarının, faaliyetlerinin veya kuruluşlarının tutumluluk, verimlilik ve etkinlik ilkelerine uygun olarak faaliyet gösterip göstermediğinin ve iyileştirme alanlarının

olup olmadığının bağımsız, objektif ve güvenilir bir incelemesi olarak tanımlamaktadır (INTOSAI, 2013: 2).

Tanımda geçen tutumluluk, verimlilik ve etkinlik ilkeleri şu şekilde açıklanmaktadır (INTOSAI, 2013,2):

a) *Tutumluluk*, kaynak maliyetlerini en aza indirmek anlamına gelir. Kullanılan kaynaklar uygun zamanda, uygun miktarda ve kalitede ve en uygun fiyata bulunmalıdır.

b) *Verimlilik*, mevcut kaynaklardan en iyi şekilde yararlanmak anlamına gelir. Kullanılan kaynaklar ile nicelik, kalite ve zamanlama açısından elde edilen çıktılar arasındaki ilişkiyle ilgilidir.

c) *Etkililik*, belirlenen hedeflere ve istenen sonuçlara ulaşma ile ilgilidir.

INTOSAI'nın Ekim 1977'de Lima (Peru)'da düzenlenen dokuzuncu kongresinde kabul edilen Lima Deklarasyonu Denetim Usulleri Rehberi'nde; mali yönetimin hukuka uygunluğu, düzenliliği, tutumluluğu, verimliliği ve etkinliği temelde eşit öneme sahip olduğu belirtilmiştir. INTOSAI, düzenlilik denetimi ile performans denetiminin eşit öneme sahip olduğunu kabul etmiştir. Ayrıca performans denetiminin sadece belirli mali işlemleri değil aynı zamanda kurumsal ve idari sistemleri içeren kamusal faaliyetin tamamını kapsadığı belirtilmiştir (INTOSAI, 1997).

Performans denetimi yerine farklı kavramlaştırmalar da söz konusudur. Bunlar; verimlilik-etkinlik tutumluluk denetimi, yönetimin denetimi, yönelimli denetim, işlemsel denetim, faaliyet denetimi, program denetimi, paranın karşılığı denetimi, etkinlik denetimi olarak sayılabilir (Kubalı, 1998: 30, Candan, 2007:55)

Bu farklı kullanımlarına rağmen performans denetimi tanımlarının ortak özelliği; denetime tabi tutulan kurum, program veya projede kaynakların elde edilmesi ve kullanımında ve faaliyetlerin yürütülmesinde verimlilik, etkinlik ve tutumluluk ilkelerine uyulup uyulmadığının, öngörülen amaç ve hedeflere ulaşıp ulaşılmadığının incelenmesidir (Candan, 2007: 55). Başka bir anlatımla performans denetimi, başarı veya başarısızlığın ölçülmesi, başarı veya başarısızlığın nedenlerinin belirlenmesi ve gelişme önerilerine yer verilmesi olarak tanımlanabilir (Kubalı, 1998: 30).

Performans denetimi, bir hükümet programının veya faaliyetinin başarısını veya bu program ve faaliyetlerin verimliliğini, etkinliğini ve ekonomikliğini belirlemek amacıyla yapılan sistematik ve objektif bir değerlendirmedir. Bu değerlendirme, iyileştirme önerileri ile birlikte, bu önerilerin yürürlüğe girmesinden veya düzeltici faaliyet için hesap verebilirliğin sağlanmasından sorumlu olan yöneticilere, bakanlara ve parlamentoya rapor edilir. Performans denetimi bu açıdan, kamu kaynaklarının kullanımında, hesap verme sorumluluğunu geliştirmek için önemli bir yapı taşıdır (Waring ve Morgan, 2007: 323).

#### 4. Türkiye’de Yüksek Denetim Organı Olarak Sayıştay

Osmanlı devletinde Tanzimat’la beraber başlayan devlette yenileşme hareketleri çerçevesinde mali alanda devlet harcamalarının denetimini sağlayacak bir kurumun gerekliliği ortaya çıkmış ve 29 Mayıs 1862 yılında Sultan Abdülaziz döneminde Divan-ı Muhasebat kurulmuştur. Daha sonra 1876 Kanunu Esasi’nin 105-107’nci maddelerinde yer alarak anayasal kuruluş niteliğini kazanmıştır (Sayıştay, 2012: X).

Ankara’da TBMM açıldıktan sonra 1920-1923 yılları arasında Sayıştay tarafından yerine getirilen bazı görevler meclis üyeleri arasından seçilen bütçe denetimi görevini yerine getiren geçici bir komisyon eliyle yürütülmüştür. Cumhuriyet ilan edildikten sonra 24 Kasım 1923 yılında 374 sayılı “Divan-ı Muhasebatın Sureti İntihabına Dair Kanun” çıkarılarak Cumhuriyet döneminde Sayıştay yeniden kurulmuştur. Cumhuriyet döneminde çıkarılan bu kanunla bağımsız bir kuruluş niteliği kazanan Sayıştay, 1924 Anayasasının 100 ve 101’nci maddelerinden yer alarak yeniden bir anayasal kuruluş olma vasfına kavuşmuştur (Akgündüz, 1997: 143-144). Anayasanın bu maddelerinde Sayıştay’ın Türkiye Büyük Millet Meclisine bağlı olduğu ve devletin bütün gelir ve giderlerini denetlemekle görevlendirildiği açıkça belirtilmiştir.

Sonraki süreçte 2005 yılında kadar yürürlükte kalan kamu mali yönetiminin anayasası olarak nitelenen 1927 yılında çıkarılan 1050 sayılı Muhasebe-i Umumiye Kanunu’nda Sayıştay ile ilgili yeni düzenlemelere gidilmiştir. Kamu mali yönetimi alanında yapılan reformlar denetim alanını dolayısıyla Sayıştay’ın görev ve yetkilerini de kapsamıştır. Cumhuriyetin ilanından sonra çıkarılan 374 sayılı kanun 1934 yılında kaldırılmış ve 2514 sayılı Divan-ı Muhasebat Kanunu çıkarılarak Sayıştay’ın kuruluş ve işleyişi yeniden düzenlenmiştir (Akgündüz, 1997: 145).

2514 sayılı Divan-ı Muhasebat Kanunu 1967 yılına kadar yürürlükte kalmış, 1967 yılında 832 sayılı Sayıştay kanunun çıkarılması ile 2517 sayılı kanun yürürlükten kalkmıştır. Özellikle 1961 Anayasasında Sayıştay ile ilgili yeni düzenleme ve 127'nci maddesindeki hüküm uyarınca çıkarılan bu kanunla Sayıştay yeni bir kuruluş ve işleyişe kavuşmuştur (Akgündüz, 1997: 148-150).

Sayıştay günümüze kadar anayasal bir kuruluş olma özelliğini kurumuştur. Sayıştay bir anayasal kuruluş olarak 1982 Anayasası'nda da yer almıştır. Özellikle 2003 yılında kamu mali yönetiminde önemli bir reform gerçekleştirilmiş ve 1927 yılından bu yana yaklaşık 78 yıl yürürlükte kalan 1050 sayılı Muhasebe-i Umumiye Kanunu yerine 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu çıkarılmış ve Sayıştay ile ilgili önemli düzenlemeler yapılmıştır.

Kamu mali yönetimi alanında yapılan yeni düzenleme ile birlikte yeni bir Sayıştay kanunu da çıkarılmak istenmiş 2005 yılında TBMM'ye bir kanun teklifi sunulmuş ancak bu teklif hükümsüz kalmıştır. Aynı teklif 2010 yılında tekrardan meclise sunulmuş bazı değişikliklerle 6085 sayılı kanun olarak yasallaşmış ve 1967 yılından beri yürürlükte bulunan 832 sayılı Sayıştay Kanunu yürürlükten kaldırılmıştır.

Kısaca değinilmeye çalışılan Sayıştay'ın tarihi içinde, konumuzla ilgili değinilmesi gereken önemli bir düzenleme 1996 yılında 4149 sayılı kanunun ek 10'uncu maddesi ile 832 sayılı kanuna yapılan eklemesidir. Bu düzenleme ile Sayıştay'a ilk defa performans denetimi yetkisi verilmiştir. Daha sonra hem 5018 sayılı kanunda hem de 6085 sayılı Sayıştay Kanunu'nda performans denetimi ile ilgili düzenlemelere gidilmiştir.

Aşağıda Sayıştay'ın performans denetimi yetkisinin tarihsel süreçteki seyri daha ayrıntılı bir şekilde ele alınacaktır.

#### **4.1. Sayıştay Performans Denetimi Yetkisinin Gelişimi**

Türkiye'de Kamu mali yönetiminde reform girişimleri 1980'lerden sonra yoğunlaşmakla birlikte, Dünya Bankası'yla 21 Aralık 1995 yılında yapılan Kamu Mali Yönetimi Projesi (Public Finance Management Project) ile hız kazanmıştır. Bu proje kamu mali yönetimi alanında yapılan reformların başlangıcını oluşturmuş, yapılan reformların ilk dayanağı ve kaynağı olmuştur. Sayıştay'a performans denetimi yapma



görevi bu kredi anlaşmasından yaklaşık bir yıl sonra 26 Haziran 1996 tarihinde kabul edilen ve 4 Temmuz 1996 tarih ve 22686 sayılı Resmi Gazete 'de yayımlanan 4149 sayılı "832 Sayılı Sayıştay Kanununun Bazı Maddelerinin ve Bazı Kanuna Bazı Maddeler Eklenmesine Dair Kanun" ile, 832 Sayılı Kanuna yapılan eklemeye verilmiştir. "Verimlilik ve Etkinlik Değerlendirmesi" başlıklı Ek Madde 10'da "Sayıştay, denetimine tabi kurum ve kuruluşların kaynakları ne ölçüde verimli, etkin ve tutumlu kullandıklarını incelemeye yetkilidir" denmiştir. Bu düzenleme ile Sayıştay'a geniş manada performans denetimi yetkisi verilmekle birlikte, kamu kurumlarını performans yönetimi sistemine geçirecek ve denetlenecek performans bilgisi üretecek bir düzenlemeye gidilmemiştir. Bununla birlikte Sayıştay performans denetimi yapma yetkisine sahip olmuştur. Sayıştay performans denetimi yetkisine sahip olmakla birlikte 2011 yılına kadar 16 yılda ancak yirmi iki tane kurum ve alanda performans denetimi yapabilmıştır (Sayıştay, 2010: 45).

Sayıştay'a performans denetimi yetkisi 1996 yılında verilmiş olmasına rağmen özellikle kamu mali yönetimi alanında yeni bir düzenlemeye gidilemediği için hem bütçe hem de denetim ile ilgili reform söylemi devam etmiştir. Sekizinci Beş yıllık Kalkınma Planı kapsamında kurulan Kamu Mali Yönetiminin Yeniden Yapılandırılması ve Mali Saydamlık Özel İhtisas Komisyonu Raporu buna bir örnektir. Rapor'da "Denetim Sisteminin Etkinliğinin Artırılması ve Performans Denetiminin Sağlanması" başlığı altında performans denetimi uygulamalarına en kısa zamanda geçilmesi ve bunun için iyi uygulama örnekleri kapsamında diğer ülke uygulamalarının incelenmesi önerilmiştir (DPT, 2000: 137).

İhtisas komisyonu raporu Sayıştay'ın performans denetimi yetkisi olmasına rağmen performans denetimi uygulamalarına geçilmesi yönündeki önerisi, Sayıştay'a verilen performans denetimi yetkisinin sınırlı veya eksik olduğundan kaynaklanmamaktadır. Rapor'da bu yönde herhangi bir tespit söz konusu değil. Ancak Sayıştay'ın performans denetimi kapsamında meclise sunması gereken raporları sunmadığı yönündeki değerlendirme ile kamu mali yönetim sisteminin performans denetimi gibi temel ilke ve anlayışların uzağında işlediği yönündeki tespit bu öneriye kaynaklık etmiştir denilebilir (DPT, 2000: 96-98).

Rapor'da INTOSAI tarafından yapılan performans denetimi tanımına yer verilmiş (DPT, 2000: 104), performans denetimine geçilmesi öneril-

miş fakat Sayıştay performans denetimi yetkisinin kapsamı, yeterliliği veya eksikliği üzerinde durulmamıştır.

Sayıştay'ın performans yetkisinin gelişimine dair önemli bir gelişme 2003 yılında çıkarılan ve 2006 yılında tamamen yürürlüğe giren 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu'dur. Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu (KMYKK) kamu kurum ve kuruluşları için stratejik planlamaya dayalı performans esaslı bütçelemeyi öngören yeni bir kamu mali yönetimi yapısı ortaya çıkarmıştır. Ayrıca kamudaki denetime ilişkin köklü değişiklikler getirmiştir.

Kanunun Dış Denetim başlıklı 68. maddesinde "Dış denetim, genel kabul görmüş uluslararası denetim standartları dikkate alınarak;

a) Kamu idaresi hesapları ve bunlara ilişkin belgeler esas alınarak, malî tabloların güvenilirliği ve doğruluğuna ilişkin malî denetimi ile kamu idarelerinin gelir, gider ve mallarına ilişkin malî işlemlerinin kanunlara ve diğer hukuki düzenlemelere uygun olup olmadığının tespiti,

b) Kamu kaynaklarının etkili, ekonomik ve verimli olarak kullanılıp kullanılmadığının belirlenmesi, faaliyet sonuçlarının ölçülmesi ve performans bakımından değerlendirilmesi, suretiyle gerçekleştirilir." denmiştir.

Sayıştay'ın yukarıda değinildiği gibi 1996 yılındaki değişiklikle birlikte performans denetimi yetkisi vardır. KMYKK ile birlikte mali saydamlık, hesap verebilirlik, stratejik plan, performans programı ve faaliyet raporu gibi yeni düzenlemeler getirilerek Sayıştay'ın performans denetimi yapabileceği kurumsal bir alt yapı ortaya çıkarılmıştır. Bu yeni yapıya göre Sayıştay'ın görev ve yetkilerinin yeniden düzenlenmesi için 2005 yılında TBMM'ye kanun teklifi verilmiş ancak verilen kanun teklifi komisyonlardan Genel Kurula getirilmemiş ve yasallaşmamıştır. Bu kanun teklifinin genel gerekçesinde Sayıştay'ın "düzenlilik denetimi ve performans denetimi tekniklerini eşit ağırlıkta uygulayabileceği" ne yer verilmiştir. Tanımlar kısmında performans denetimi tanımı "Hesap verme sorumluluğu çerçevesinde, kamu idarelerinin iyi yönetim ilkeleri esas alınarak kaynaklarının ekonomik ve verimli kullanımı ile faaliyetlerinin kurum hedeflerine ulaşmada etkililiğinin değerlendirilmesi" şeklinde yapılmıştır. Teklifin Sayıştay Denetimi başlıklı 36. Maddesinde, Sayıştay denetimi, düzenlilik denetimi ve performans denetimini kapsar denilmekte ve performans denetimi; kamu idarelerinin faaliyetlerini ve kamu kaynaklarını etkililik, ekonomiklik ve verimlilik açısından değerlendirmek suretiyle gerçekleştirileceği belirtilmektedir.

Bu yasa teklifinde düzenlenen performans denetiminin kapsamı KMYKK ile de uyumludur. Ancak bu kanun teklifi hükümsüz kalmış ve ancak bundan beş yıl sonra 2010 yılında bu teklif tekrardan meclise sunulmuş ve özellikle performans denetimi ile ilgili ciddi değişikliklere uğrayarak kabul edilmiş ve yasallaşmıştır. 6085 sayılı Sayıştay Kanunu 19 Aralık 2010 tarihli 27790 sayılı Resmi Gazete 'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Kanun'da performans denetimi; "hesap verme sorumluluğu çerçevesinde idarelerce belirlenen hedef ve göstergeler ile ilgili olarak faaliyet sonuçlarının ölçülmesi" olarak tanımlanmıştır. Kanunun denetimin genel esasları başlıklı 35. maddesinde denetim şu şekilde tanımlanmıştır; "kamu idarelerinin hesap, mali işlem ve faaliyetleri ile iç kontrol sistemlerinin incelenmesi ve kaynakların etkili, ekonomik, verimli ve hukuka uygun olarak kullanılmasının değerlendirilmesidir". Burada denetimin genel esasları kapsamında denetim, kaynakların etkili, ekonomik ve verimli kullanımını içermektedir. Ancak denetim ile ilgili kanunda geçen bu esaslar, ne düzenlilik denetimi ne de performans denetimi tanımlarından geçmemektedir. Kanunun Sayıştay Denetimi başlıklı 36. maddesinde Sayıştay denetimi, düzenlilik denetimi ve performans denetimini kapsar denilmektedir. Aynı maddenin üçüncü fıkrasında Performans denetimi; hesap verme sorumluluğu çerçevesinde idarelerce belirlenen hedef ve göstergelerle ilgili olarak faaliyet sonuçlarının ölçülmesi suretiyle gerçekleştirileceği belirtilmiştir. Performans denetimi tanımına baktığımızda 2005 yılında sunulan teklifte göre dar bir performans denetimi söz konusudur. Sayıştay'ın performans denetimi, etkililik, ekonomiklik ve verimlilik kavramlarına yer verilmeden tanımlanmıştır. Daha da önemlisi, 2012 yılında kanunda yapılan bir değişiklik, "Kamu idarelerinin gelir, gider ve malları ile bunlara ilişkin mali nitelikteki tüm hesap ve işlemlerinin denetiminde; ... alınan karar veya yapılan iş ve işlemlerin yönetsel bakımdan gerekliliği, ölçülülüğü, etkililiği, ekonomikliği, verimliliği ve benzeri gerekçelerle uygun bulunmadığı yönünde görüş ve öneri içeren yerindelik denetimi sayılabilecek denetim raporu düzenlenemez." hükmü eklenmiştir. Yapılan bu değişiklik performans denetimi amacı ve mantığı ile uyuşmayan bir düzenleme olmuştur. Ancak Anayasa Mahkemesi'nde açılan iptal davası ile bu değişiklik Anayasa Mahkemesi tarafından iptal edilmiştir. <sup>1</sup>

1 Anayasa Mahkemesi'nin 27.12.2012 tarih, 2012/102 Esas ve 2012/217 sayılı kararı

Günümüzde Sayıştay tarafından parlamento adına yapılan dış denetim kapsamında düzenlilik denetimi önemini korumaktadır. Bununla birlikte performans denetimi, diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de yüksek denetim organı olan Sayıştay tarafından uzun bir süredir uygulanmaktadır. Yukarıda gelişim süreci konusunda değinildiği gibi, Türkiye'de performans denetiminin kapsamı konusunda giderek daha tutucu bir yaklaşım sergilenmektedir. Özellikle verimlilik, etkililik ve tutumluluk denetimi konusunda Sayıştay'ın yerindelik denetimi yapabileceğine yönelik kuşkular, hem kanun metinlerine hem de söylemlere yansımaktadır. Sayıştay denetimleri açısından, performans denetimi olarak adlandırılmamış olmakla birlikte içerik olarak performans denetimi olan ve 1996 yılında Sayıştay Kanunu'na eklenen düzenlemeden başlayarak 2005 yılındaki Sayıştay Kanun teklifine kadar bu teklif dahil performans denetimi konusunda INTOSAI tanımına uygun bir anlayış hakim olmuştur. Ancak 2010 yılında çıkarılan 6085 sayılı kanun ve daha sonra 2012 yılında bu kanunda yapılan değişiklik gösteriyor ki performans denetiminin kapsamı daha dar tutulmaya çalışılmaktadır.

Verimlilik, etkililik ve tutumluluk, yönünden yapılan incelemeler uluslararası uygulamalarda performans denetiminin ayrılmaz bir parçası olarak kabul edilmektedir. Avrupa Birliği Sayıştay'ı ve ABD Sayıştay'ı performans denetiminin amacını verimlilik, etkililik ve tutumluluk olduğunu kabul etmektedir. Yasal düzenlemeler de bu yöndedir (ECA, 2017: 7, GAO, 2011: 17-18) . 6085 sayılı Sayıştay Kanunu'nda performans denetimi ile ilgili yapılan değişiklik ile birlikte kamu idarelerinin performans denetimi tartışmalı hale gelmiş ve takip eden yıllardaki uygulama, performans denetiminin tanımındaki bu değişiklikten önemli ölçüde etkilenmiştir (Balyemez, 2017: 106).

Bu değişikliğin etkileri Sayıştay Denetim Yönetmeliği'nde de göze çarpmaktadır. Yönetmelikte, performans denetiminin tanımı Kanun'daki tanıma göre yapılmış ancak yönetmeliğin 4. maddesinin e bendinde, Sayıştay Kanununda yer almayan 'etkililik, ekonomiklik ve verimlilik denetimi' adında yeni bir denetim türünün tanımı yapılmıştır (md.4/e). Dolayısıyla, Kanun'da (md.36) olmayan bir denetim türü Yönetmelikle ihdas edilmiştir. Yönetmeliğin ikinci bölümü 'düzenlilik denetimine', üçüncü bölümü 'performans denetimine', dördüncü bölümü ise 'etkililik, ekonomiklik ve verimlilik denetimine' ayrılmıştır. Ancak Sayıştay tarafından 2014 yılında 'düzenlilik denetim rehberi' ve 'performans

denetim rehberi' yayımlanmasına rağmen etkililik, ekonomiklik ve verimlilik denetim konusunda bir rehber yayımlanmamıştır. Sayıştay raporları da düzenlilik ve performans denetimi şeklinde iki bölüm halinde yayımlanmış, raporlarda 'etkililik, ekonomiklik ve verimlilik denetimi' başlığı altında herhangi bir bölüme yer verilmemiştir (Bal-yemez, 2018: 285).

Sayıştay performans denetimini kurumların üretmiş olduğu performans bilgisi üzerinde yapmaktadır. Stratejik planlar, performans programları ve faaliyet raporları üzerinde yapılan denetim bir VET denetimi değil, ancak performans bilgisinin denetimi olarak görülebilir. Ancak yasal zorunluk olmasına rağmen bazı kurumların stratejik plan hazırlamadığı, bazı kurumların faaliyet raporlarını Sayıştay'a göndermediği veya zamanında göndermediği (Kaçer, 2018: 129-132) bir ortamda, Sayıştay performans bilgisi denetimi yapması bile zorlaşmaktadır.

## 5. Sonuç

Kamu yönetimi alanında meydana gelen değişimler, kamu mali yönetimi alanını da etkilemiştir. Özellikle yeni kamu işletmeciliği kapsamında ön plana çıkan, kamu kaynaklarının, verimli, etkin ve tutumlu kullanılması, süreçlerden ziyade sonuçlara odaklanma, stratejik yönetim, performans yönetim ve denetimi, saydamlık, hesapverebilirlik gibi kavramlar kamu mali yönetimi alanındaki reform çalışmalarını büyük ölçüde etkilemiştir. Önceleri gelişmiş ülkelerde uygulamaya konulan reformlar, diğer gelişmekte olan ülkelere de yayılmıştır. Bu reform çalışmaları kapsamında yüksek denetim organı olarak Sayıştayların görevlerinde ve yaptıkları denetimin kapsamı ve içeriği değişmiştir. Türkiye'de bir yüksek denetim organı olarak Sayıştay, varlığını Osmanlı Devleti'nden bu yana sürdürmektedir. Denetim anlayışından meydana gelen değişimlere paralel olarak Sayıştay'ın yapmış olduğu denetim faaliyetinin alanı genişlemiştir. Düzenlilik denetimi yanında performans denetimi ile de yetkilendirilmiştir.

Ancak performans denetimi ile ilgili yapılan yasal düzenlemelerde Sayıştay'ın performans denetim yetkisinin kapsamı tartışmalı hale gelmiştir. Bunun temel nedeni 2010 yılında çıkarılan Sayıştay kanununda performans denetiminin kapsamının 5018 sayılı kanuna göre daha daraltılmış olmasıdır. VET denetimini içermeyen bu düzenleme

aynı zamanda INTOSAI performans denetimi kapsamına da uygun düşmemektedir. Kamu kaynaklarının kullanımında saydamlığın ve hesapverebilirliğin sağlanması, ayrıca kaynakların verimli, etkili ve tutumlu kullanılmasının bir değerlendirmeye tabi tutulması açısından Sayıştay, VET denetimi yapabilmelidir. Sadece kurumların ürettikleri performans bilgisinin denetimi bu amaca hizmet etmekte yetersiz kalmaktadır.

Özellikle ABD Sayıştay'ı yapmış olduğu performans denetimi sonucunda ne kadar ekonomik fayda sağlandığı ile ilgili bir bilgi paylaşmaktadır. Sayıştay'ın benzer bir bilgiyi üretip paylaşabilmesi performans denetiminin etkinliği açısından faydalı olacaktır.

Son olarak Sayıştay'ın hali hazırda yapmış olduğu performans denetiminin idareleri geliştirici bir sonuç doğurabilmesi için kamuoyunun ilgisi ve farkındalığı artırılmalıdır. Bunun için raporların hem parlamento gündemine taşınması, hem de basın yayın organlarında haber yapılması, her yıl bu raporları konu alan akademik faaliyet ve yayınların çoğalmasına bağlıdır.

## Kaynakça

- Akgündüz, A. (1997). *Arşiv Belgeleri Işığında Sayıştay Tarihi*, Sayıştay Yayınları, Ankara.
- Akyel, R. ve Köse, H. Ö. (2010). "Kamu Yönetiminde Etkinlik Arayışı: Etkin Kamu Yönetimi İçin Etkin Denetimin Gerekliliği". *Türk İdare Dergisi*, 466, s. 9-45.
- Balyemez, A. S. (2017). "Türkiye'de Neoliberal Dönüşüm Kapsamında Yapılan Düzenlemeler Çerçevesinde Kamu İdareleri ve Özel Sektör İşletmelerinin Bağımsız Dış Denetimi". *LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), s. 92-132.
- Balyemez, A. S. (2018). "Sayıştay Performans Denetimlerinin Uygulama ve Sonuçları Üzerine Bir Tartışma". *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(2), s. 276-311.
- Candan, E. (2007). *Türk Bütçe Sisteminde Performans Denetimi*, T.C. Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı Yayını, Ankara.

- DPT (2000). *Kamu Mali Yönetiminin Yeniden Yapılandırılması ve Mali Saydamlık Özel İhtisas Komisyonu Raporu*, Ankara.
- ECA (2017). "Performance Audit Manual", [https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/PERF\\_AUDIT\\_MANUAL/PERF\\_AUDIT\\_MANUAL\\_EN.PDF](https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/PERF_AUDIT_MANUAL/PERF_AUDIT_MANUAL_EN.PDF), (Erişim: 20.03.2019)
- Ergen, Z. (2016). "Kamu Mali Yönetiminde Yeniden Yapılanma: Muhasabe-İ Umumiye Kanunundan 5018 Sayılı Kanuna Bütçe ve Harcama Usullerinde Dönüşüm". *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 8(1), s. 93-115.
- Hood, C. (1991). "A Public Management For All Seasons?". *Public Administration*, 69(1), s. 3-19.
- Falay, N.(1997). "Denetim, Verimlik/Etkinlik/Tutumluluk (VET) ve Sayıştay". *Sayıştay Dergisi*, 25, s. 18-30.
- GAO (2011). "Government Auditing Standards: 2011 Revising", <https://www.gao.gov/assets/590/587281.pdf>, (Erişim: 20.03.2019)
- INTOSAI (1977). ISSAI 1: The Lima Declaration, Austria.
- INTOSAI (2013). ISSAI 300: Fundamental Principles of Performance Auditing, Austria.
- Kaçer, F. (2017). *Politika Transferi Bağlamında Türkiye’de Stratejik Planlama ve Performans Esaslı Bütçeleme*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Kaçer, F. (2018). "Politika Transferi Bağlamında Türkiye’de Kamu Mali Yönetimi Reformunun Başarısının Değerlendirilmesi". *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32, s. 121-134.
- Khan, M.A. (1995). "Yeni Başlayanlar İçin Denetime Giriş". (Çeviren Faruk Eroğlu), *Sayıştay Dergisi*, 19, s. 15-30.
- Köse, H.Ö. (2007). *Dünyada ve Türkiye’de Yüksek Denetim*, Sayıştay Yayınları, Ankara.
- Kubalı, D. (1998). *Performans Denetimi: Kavramlar, İlkeler, Metodoloji ve Uygulamalar*, Sayıştay Yayınları, Ankara.
- Mury, L. G. (2018). "Performance Audits Focused on the Principle of Effectiveness: An Overview of Public Audit Agencies". *Applied Finance and Accounting*, 4(2), s. 45-54.

- Özer, H. (1997). *Kamu Kesiminde Performans Denetimi ve Türkiye Açısından Değerlendirilmesi*, Sayıştay Yayını, Ankara.
- Polat, N.(2006). *Saydamlık, Hesap Verme Sorumluluğu ve Denetim*, Coşkun Can Aktan (Ed.). Kamu Mali Yönetiminde Stratejik Planlama ve Performans Esaslı Bütçeleme, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Pretorius, C. ve Pretorius, N.(2009). *Public Financial Management Reform Literature Review*, Department For International Development, London,
- Sayıştay Başkanlığı (2010). T.C. Sayıştay Başkanlığı 2009 Yılı Faaliyet Raporu, Ankara.
- Sayıştay Başkanlığı (2012). *Kuruluşundan Cumhuriyet'e Sayıştay Tarihi*, T.C. Sayıştay Başkanlığı 150. Kuruluş Yıl Dönümü Yayınları (No:4), Ankara,
- Waring, C. G., ve Morgan, S. L. (2007). *Public Sector Performance Auditing in Developing Countries*. Public Sector Governance and Accountability Series: Performance Accountability and Combating Corruption. Washington, DC, USA: The International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank.





# THE IMPACT OF MARKETING DECEPTION IN BUILDING A MENTAL IMAGE OF THE CONSUMER IN THE SERVICES MARKET\*

## *Hizmet Piyasasında Tüketicide Zihinsel İmajın Oluşturulmasında Pazarlama Hilesinin Etkisi*

Mihabad Abdulkareem Haji AL HABASH\*\*  
Yavuz TURKAN\*\*\*

*Geliş:* 01.01.2019/*Kabul:* 16.08.2019

*DOI:* 10.33399/biibfad.492611

### **Abstract**

Our aim in this study is to shed light to the marketing deception by introducing the deception through the subjects related to the services product such a physical environment, distribution, promotional information and prices in the service sector. Preliminary data were collected through a questionnaire distributed to the working community of the customers of the private sector companies in Duhok. A return from 110 questionnaires of 150 pieces and distributed to the working community was provided. We used statistical analysis methods to calculate arithmetic averages, standard deviations, regression coefficients, repeats and percentage ratios of data. In this study, it was determined that there were marketing

- 
- \* Bu çalışma Dr. Öğr. Üyesi Yavuz TÜRKAN danışmanlığında hazırlanan "The Impact of Marketing Deception in Building a Mental Image of the Consumer in the Services Market" başlıklı yüksek lisans tezinden yararlanılarak hazırlanmıştır.
- \*\* Master Student, Bingol University, Business Administration Department, mahabadabdulkareem@gmail.com.
- \*\* Assist. Prof. Dr., Bingol University, Business Administration Department, Accounted and Finance, yturkan@bingol.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0227-9346>

deceptions in different sizes and negative effects on the customers in Duhok province. These tricks have a negative impact on the mental image of customers. In the same way, companies are also among the determinants of marketing tricks at high levels and in different sizes. The reason for the widespread use of marketing deception is the fact that the legislative organs are insufficient in this regard and the legal procedures in this field are gradually carried out by the working organizations. In order to provide consumers with effective protection against deception and misinformation, a series of recommendations were presented, most notably the need to enable cooperation between interested parties and consumer protection organizations and consumers. Finally, this study suggests that it is necessary to apply to Islamic law. Because of the prohibited sales transactions, the Islamic law has made extensive statements.

**Keywords:** Marketing Deception, Mental Image, Consumer Protection, Services Market, Duhok.

**Jel Codes:** G10, L10, M30.

## Öz

Bu çalışmadaki amacımız hizmet sektöründe ki; uygulamalar, prosedürler, fiziki çevre, dağıtım, tanıtım bilgileri ve fiyatlar üzerinden hileyi tanıtarak pazarlama hilesine ışık tutmaktır. Veriler, Duhok ilinde özel sektörde faaliyet gösteren şirketlerin müşterilerinin oluşturduğu çalışma topluluğuna dağıtılan bir anketle toplanmıştır. 150 adetten oluşan ve çalışma topluluğuna dağıtılan anket çalışma örnekleminin 110 adedinden geri dönüş sağlanmıştır. İstatistiki analiz yapılırken verilerin aritmetik ortalamalarından, standart sapmalarından, regresyon katsayılarından, tekrarlar ve yüzdelik oranlardan yararlanılmıştır. Çalışmada, özel hizmet sektöründe farklı boyutlarda pazarlama hilelerinin varlığı ve Duhok ilindeki müşterilere olumsuz etkilerinin olduğu tespit edilmiştir. Bu hileler, müşterilerin zihinsel imajında olumsuz yansımalar yapmaktadır. Aynı şekilde hizmet şirketlerinin yüksek düzeyde ve farklı boyutlarda hile yaptıkları da tespitler arasında yer almaktadır. Pazarlama hilesinin yaygınlaşmasının nedeni ise yasa organlarının bu hususta yetersiz kalmaları ve bu alandaki yasal prosedürlerin yavaş yavaş çalışma örgütleri tarafından yerine getirilmesidir. Çalışmada, tüketicilere hile ve yanlış bilgilendirme noktasında etkili bir koruma sağlamak amacıyla, ilgili taraflar ile tüketici koruma kuruluşları ve tüketiciler arasındaki işbirliğini etkinleştirme ihtiyacının en önemlileri olan bir dizi öneri sunulmuştur. Son olarak çalışmada, İslam hukukuna başvurmanın gerekli olduğu görülmektedir. Çünkü

yasaklı satış işlemleriyle ilgili olarak İslam hukukunda geniş açıklamalar yapılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Pazarlama Hilesi, Zihinsel İmaj, Tüketicinin Korunması, Hizmet Piyasası, Duhok.

**Jel Kodları:** G10, L10, M30.

## 1. Introduction

The marketing, it is accepted as a basic activity by working organism. At the same time the marketing, it's one of these basic activities and main event the most important for organism's targets and to perform their successes. The marketing events are showed a perceived progress in recently. Even this progress, orient to get working organism for achieve their numeric and other targets. Nevertheless, some working organisms (without morality of marketing) are front to cheat marketing area. These behaviours are caused to application marketing negatives. Also, to cause loss customer and to finish the retention by clients who they have negative opinions (Al-Khatib, 2011: 2).

Sometimes negative meanings reflection occurs from marketing concept that one of things mind manipulation and cheating. Unfortunately those reflections of cheats causes problems for consumers. Seemingly the marketing provides services to customers and meets their desire and need. But in reality it is target to achieve the greatest possible profit and exploiting the customer. This distressed situation takes attention for customers exploiting, material and spiritual damages to a lot of people, formal and informal establishment.

The subject of marketing is one of the most important topics and takes attention by a lot of researches. Finally, it attaches importance to marketing with scientific works by a lot of countries and relevant persons. Also, this relevant persons and countries try to make ethical rules for about the cheating profession. All of these are for protecting the consumer from lies and cheating. At the same time, the cheat reality of marketing, negative appearance provide on the special services sectors. Because, in this sector it is target to cheat about cost of service or exaggerated information services with advertisements, right here, consumer protection concept is to get the foreground the consumer rights attempted by the related persons.

Problem of the study and difficulties encountered in working; the culture of marketing tricks is grow up to in service industry for many person who they are believe that the market difficult without marketing tricks and possible the success with the tricks. This evaluation is giving increase to this faith and culture for many people who concerned with marketing tricks. Service, information-contact-price and advertising are some of the types of tricks and the people share the news more day after day about marketing tricks and deception. We can say that there is a reality what everyday growing and developing. This reality is warning us about being a mature the culture of marketing tricks.

The purpose of this study is to examine process of the keeping light to customer's mental image about (high education, hospitals, telecommunication, hotels, banks and contracting) marketing tricks in private sector. The purposes are as follows: Attention customer views about scam or unethical the elements of mixed marketing services (product, price, promotion, concrete frame, distribution, workers and application). Explicate with all variant (service-oriented products, the information of promotion, prices, concrete frame, distribution, workers and application) the marketing tricks in the special service. Explicate with all variant (service-oriented products, the information of promotion, prices, concrete frame, distribution, workers and application) the effect of marketing tricks about the formation a mental image on customer. The reasons of why it is less importance to consumer protection association and other association.

The importance of this study is that we will describe the importance of scientific plan and application plan. We will try to correlate between mental image and marketing tricks as theory and application. And we will research and detect for reveal to marketing tricks. We will take each of mixed marketing which located within the marketing tricks. The information will be offer about applied of kind of tricks (and the role of customer awareness). We will offer those to contribute customer awareness, immoral and to increase consciousness a case out of civilization. Stimulate to marketers a positive consciousness and how dangerous the tricks. This study, examined to the marketing tricks with the Islam law. Description of banned situations made about the marketing tricks based on concrete examples by Islam Law. This is also a importing to importance for this study.

## 2. Data and Methodology

### Procedural Definitions of Study Variables

**Marketing Tricks:** Initiatives wrong decision of marketers in marketing places. How it affects consumers to force buy products in wrong environment bring back to us later on bigger problems for our society (Mouloud, 2016: 6).

**Manipulating of The Service Quality:** According to your agreement with customers and provide inappropriate and poor service quality without declaring the negatives in the service. Hospitals, public transport and hotels are expected to be deny that they have been doing good service to their customers can be one of the example for it. In the telecommunication services, the situation services were continued for a while (Shimp, 2007: 77).

**Price Tricks:** After making the commercial of goods that makes consumers to feel comfortable then makes people thinks that they're having good discount than other products that they will be buying from other companies' goods it makes consumer its normal for them but in fact company has been charging additional to consumers that they should not be doing it a side from this if the producer will charge this expense to consumer they should be charging after they sold it (Mauloud, 2016: 6).

**Promotion Tricks:** Providing services is just exaggerating that knowledge might be useful for marketers but gives wrong marketing product to consumer.

**Fraud In Distribution:** The distribution of product's place is far way to reach by consumers. It means consumer has to spend a physical and psychological effort to meet the needs and demands for these products (Muhammed etc., 2016: 7).

**Deception of Perceptible Frame:** Presented furniture, construction and design physical image (They might be presenting it) might also be recognize by people that this is a high quality products in this study what we mean is in domestic marketing organization limited tangible objects. This realized by consumers. These are things that you can smell in service organization environment or its visible that you can see or touch it.

## **Dependent variable**

**Mental image:** It is the sum of the masses' own impressions about the organization. This is actually mental impression of person but depends on person how they will be going to react that. Presented goods, are the emotions created by the organization with the production and administrative view that they have revealed with the social relations and relations established with the masses (Sarsour, 2010: 42), this individual impressions are including organization general image aside from this they become combine to form mental image of the commercial in organization. In this study, we try to explain the image of the customers in their minds related to a product or a service, while the brand-oriented buying behaviour will mention as positive or negative trends.

## **Methodology**

In the design of this study, the researcher used a descriptive approach, referring to the literature published and related to the subject of the study of books, articles and studies to prepare the theoretical aspect of research, and the analytical approach to analyze the variables of the study statistically to analyze the data and reveal the nature of the existing relationship Among the variables of the study.

## **Study Community**

The working community in the private sector and in Duhok city (universities, health, banks, hotels, contracting, and the Internet).

## **Working Sampling**

In the working sample, randomly sampling was used to take the working community into layers. The formation of these layers is not intertwined. A few units were chosen from each layer.

And (150) questionnaire was distributed to the working community. As shown in Table (1), the working community is divided into some groups. The survey distribution was made people who are already age (18) years old and above. Included in this study sample in the public areas mentioned in Table (1). The feedbacks that should be provided and also have collected by survey team. The same team made statements to the citizens on the objectives of the study. After the final distributions for the survey were conducted, the researcher re-

ceived a total of (122) questionnaire. It is also known that (12) questionnaires are excluded then we analyzed (110) questionnaires and Table (1) shows the details due to the random response of the questionnaire.

**Table 1:** Shows The Distribution of Questionnaires to Customers Sample Study

Service Sector Name	Place of Distribution	Number of Questionnaires Distributed	Number of Questionnaires Recovered
Tourism Sector	Zhian Hotel-Nobel Hotel	25	18
Contracting Sector	The questionnaires were distributed to the apartment owners in the following areas: Dabin Group-Avro City	30	25
Internet Sector	Nawroz 4G	20	6
Education Sector	Jihan University-Nawroz University	20	17
Banking Sector	Middle East Bank-Jihan Bank	30	26
Health Sector	Zhian Hospital-Dalal Hospital	25	20
<b>Total</b>		150	122

### Reliability of Working Material

The questionnaire was submitted to the refereeing of a group of faculty members with a total of (8) expert in business management at Bingol University, Duhok University and Zakho University. This presentation was conducted to examine the questionnaire and make sure that the items were compatible with each other and to ensure that they were healthy to examine the questionnaires. The researcher responded to the opinions of the arbitrators and carried out the necessary deletion and also replacement procedures in the light of the proposals submitted the questionnaire was finalized.



## Stages Process of the Survey

The researcher after applying to the theories about marketing fraud and mental image, the researcher will serve the objectives of the study and has the opportunity to develop the style of expression and the topics to be used in the survey. Finally, the questionnaire has taken its final form as shown in Annex (2). Accordingly, the survey consists of the following sections like;

Part I: Deals with individual factors that collecting customer-specific identification data. As a matter of fact, four expressions are included in this section (gender, age, education level and income).

Part II: This section covers (47) dimensions are including this frauds (cheating in services, cheating in advertising, cheating in distribution, cheating in the physical environment and tricks about employees and practices).

Part III: Includes the variability of the mental image and (10) statements based on it. 5-dimensional Likert Scale was adopted. Accordingly, grade 1: "Very suitable". For the analysis and Table (2), the 5-item scale was subjected to analysis and 5-grade pricing for the purposes of Table (2). The table is as follows.

**Table 2:** Assessment of The Study Scale

Category	Level of Evaluation
Very High	4.20 - 5
High	3.40 - 4.19
Medium	2.60 - 3.39
Low	1.80 - 2.59
Very low	1 - 1.79

## Stability of Working Material

In order to ensure the stability of the measurement tool used in the study, Alpha Kronbach was calculated. The results of the statistical analysis reveal that the scale is high in stability and conforms to the known statistical scales. Table (3) shows them clearly.

**Table 3:** Alpha Kreuznbach Values For Study Variables

Variable	Number of Paragraphs	Alpha Value
Deception in The Service Product	9	0.890
Deception in Price	9	0.905
Deception in Promotion	16	0.952
Deception in Distribution	5	0.753
Deception in The Physical Environment	3	0.732
Deception in Personnel and Operations	5	0.805
Mental Image	10	0.826

### **3. Analysis of Hypotheses, Findings and Recommendations**

#### **The First Main Premise**

When it comes to the private service sectors in Duhok City, it is stated that there are no marketing fraud events (service products, service prices, promotional information, distribution, physical environment, employees and service companies in terms of procedures).

Standard arithmetic and standard averages were calculated to test this hypothesis. These transactions are applied to the responses of the individuals of the working sample in the plane of each of the marketing tricks applied by the private service companies. In addition, "One Sample t-Test" was applied. Table (4) describes the arithmetic and standard averages.

**Table 4:** Arithmetic Averages, Standard Deviations, and Test Values (t) of The Sample Answers to The Marketing Deception of its Types

No	Phrases	Arithmetic Mean	Standard Deviation	Value (t)	Statistical Significance
1	The company invite that its services are of high quality other than what is actual	3.79	1.076	36.952	0.000
2	The company provides services to its customers other than those promised	3.42	1.237	28.984	0.000
3	Companies offer promotional information other than those that are actually offered when they get the service	3.59	1.199	31.422	0.000
4	The company suggests that available services are limited to motivate customers to buy	3.82	1.077	37.192	0.000
5	The company defaults on its promises with customers	3.22	1.237	27.288	0.000
6	The company provides information about the services that adopt a positive image and when dealing effectively with the service the order is otherwise	3.56	1.071	34.894	0.000
7	The company enters contracts with the customers and upon execution does not fulfilled it	3.34	1.206	29.013	0.000
8	The service is offered in an attractive and elegant way to hide its flaws	3.75	1.145	34.311	0.000
9	A lot of marketers are practiced deception and misinformation	3.62	1.149	33.020	0.000
<b>General Arithmetic Mean of Deception For The Service Product</b>		<b>3.56</b>	—	—	0.000
10	The company stimulates free subscription in some offers and then begins to deduct part of the balance	3.60	1.127	33.508	0.000
11	Advertised prices do not suggest quality of service	3.79	0.978	40.667	0.000

12	The company offers services at a high price to suspicion the customer's have the high quality services	3.71	1.176	33.085	0.000
13	The customer participates in the service for a limited period and then upon expired the subscription continues without asking the service	3.43	1.169	30.753	0.000
14	The company uses price announcements with discounts that do not match the reality when purchasing	3.48	1.139	32.055	0.000
15	The price is advertised when you subscribe to the service at a lower price, whereas in fact it is higher	3.27	1.292	26.577	0.000
16	The marketer offers a low quality service at a high price, being sold in upscale stores	3.72	1.158	33.664	0.000
17	The company provides unclear and accurate information about the real costs of the services provided	3.58	1.160	32.375	0.000
18	High price is the exploitation of the consumer's need often	3.87	1.205	33.713	0.000
<b>General Arithmetic Average of The Pricing Deception</b>		<b>3.60</b>	—	—	0.000
19	The company announces the fake discounts for a specific subscription for the purpose of luring customers	3.75	1.267	31.014	0.000
20	The company is announcing fake and unreal contests	3.29	1.350	25.564	0.000
21	Sales people deceives the customers with misleading information display methods to conceal defects and push customers to buy	3.55	1.282	29.078	0.000
22	The company provides misleading advertising information to customers	3.45	1.122	32.212	0.000

23	Having subscribed to the services provided by the companies, he discovered that many of the benefits promised by them had not materialized	3.59	1.183	31.831	0.000
24	Sales men are interested in the service marketing without paying attention to the accuracy of the information provided	3.43	1.192	30.151	0.000
25	The information contained in the advertisements is characterized by exaggeration and description of the reality of the service without what it is	3.55	1.162	32.083	0.000
26	The company informs you that you won an award and then discovers that the profit is accompanied by an unspoken requirement to subscribe to the service	3.36	1.304	27.046	0.000
27	The company uses misleading promotional methods of information in order to conceal defects and to pay customers to participate	3.69	1.147	33.739	0.000
28	Sales representatives in the company deal in a manner that suggests that the service provided is of high quality and the reality is not	3.55	1.162	32.083	0.000
29	The company is exaggerating the advantages of the service for its marketing regardless of its real quality	3.75	1.079	36.411	0.000
30	The company uses price announcements with discounts that do not match the reality when subscribing	3.58	1.112	33.785	0.000
31	The company offers non-sincere promotional advertising information to customers such as change in prices, services and conditions	3.38	1.211	29.279	0.000

32	The company is trying to promote its services in various ways in order to attract new customers regardless of the honesty in the transaction or the advertising tool used	3.61	1.118	33.864	0.000
33	The company highlights some of the services so that they look distinct from others and they are not	3.73	1.172	33.344	0.000
34	The company promotes the service as the best in comparison to the services of competing companies and it is not so	3.70	1.193	32.532	0.000
<b>The General Arithmetic Mean of The Promotional Deception</b>		<b>3.56</b>	—	—	0.000
35	The company has branches for support services and enquiries, but the quality of the service may vary from one branch to another	3.71	1.095	35.527	0.000
36	The company is called quickly to provide the service and the reality is not	3.49	1.171	31.264	0.000
37	The company offers a service in an attractive environment in terms of colours and designs to offer the services offered distinctive	3.87	0.910	44.646	0.000
38	The marketer highlights some of the features of the service in order to look attractive and it's not	3.70	1.122	34.601	0.000
39	The branches of the company cover all declared areas	3.50	1.047	35.059	0.000
<b>General Arithmetic Mean of Distributive Deception</b>		<b>3.65</b>	—	—	0.000
40	The company is interested in the appearance of employees to show that the services offered are distinct	3.89	1.103	36.986	0.000

41	Provide a distinct environment in terms of lighting and air conditioning to suggest quality and the service provided otherwise	3.77	1.020	38.807	0.000
42	The company is interested in decorating the exterior of the building to suggest that the services provided are distinct	4.12	0.916	47.151	0.000
<b>General Arithmetic Mean of The Physical Environment</b>		<b>3.92</b>	—	—	0.000
43	Employees of the company resort to communicating with the consumer in a comfortable language in order to mislead him	3.75	1.151	34.216	0.000
44	The marketer deliberately does not provide sufficient information on alternative services to guide the consumer to a specific option	3.68	1.031	37.454	0.000
45	Business owners resort to specific actions to earn many profits	4.00	0.938	44.703	0.000
46	Business owners use certain procedures to reduce the cost of services provided by them without taking into account the quality of services	3.89	0.961	42.459	0.000
47	The actions of business owners are inaccurate, clear and probative	3.66	1.016	37.813	0.000
<b>General Arithmetic Average of Workers' Deception and Operations</b>		<b>3.796</b>	—	—	0.000

As we can see in Table (4), the arithmetic average and responses of the people in this study sample ranged between (3.22 - 4.12). With standard deviations, these figures are between (0.910-1.350). The highest evaluation average is revealed in question (42) and (4.12). Article (42) of the survey states that "the company attaches importance to the fact that the exterior of the building is decorated to aware the perception that services it also offers at highest level". The next (45)th item is (4.00). Article (45) states that "owners of commercial enterprises seek

to establish certain practices in order to make more profits". The lowest arithmetic average item is (5) and (3.22). This article "don't consider company's commitments with the customers". The arithmetic average of the items related to marketing fraud reaches to (3.681). It means a high level of rating. It also complies with the criteria used here, as shown in Table (3.2). values are statistically traded for all survey items. The average value of all types of marketing fraud is statistically significant at ( $\alpha \leq 0.05$ ) level. This shows that the marketing fraud practices of the companies in the marketing of services are high. It therefore leads to the rejection of the first hypothesis and the adoption of the alternative hypothesis that confirms the existence of all cases in marketing fraud (service, publicity, price, distribution, physical environment, employees and practices) in the special service sector in Duhok City.

**Table 5:** Arithmetic Averages and Standard Deviation Show all the Frauds about Private Companies' Marketing

Sector/ Average Arithmetic	Service Deception	Pricing Deception	Promo Deception	Distributive Deception	Deception in the Physical environment	Deception in Personnel and Operations
Banks	3.76	3.9777	3.935	3.88	4.266	4.168
Hotels	3.2811	3.1966	3.17625	3.742	4.0433	3.588
Internet	3.7844	3.7555	3.8075	3.656	4.0433	3.668
Health	3.1577	3.1877	3.0625	3.382	3.93	3.704
Universities	3.5066	3.592	3.563125	3.49	3.6233	3.574
Contracting	3.872	3.808	3.719375	3.7	3.52	3.888
<b>General Arithmetic Average</b>	3.5603	3.58625	3.5439	3.6416	3.9043	3.765

To the Table (5) show us that the arithmetic average in the service deceit of individuals varies between (3.158 - 3.870). But deception at rates (3.187 - 3.978); deception by presentation (3.0625 - 3.935); cheating in distribution (3.379 - 3.88); cheating in the physical environment (3.519 - 4.266); cheating to employees and practices is between 3.575 and 4.168. The overall average for all of these types of fraud is as explained in the upper part of the table. Shows that arithmetic means according to the responses of the individuals in the study sample.



**Table 6:** Arithmetic Averages, Standard Deviations, and Test Values (t)  
For Deception in the Marketing Mix Elements

Hypothesis	Arithmetic mean	Standard deviation	Value (t)	Sig*	Rejected
H01	3.5677	1.155222	32.564	0.000	Rejected
H02	3.6055	1.156	32.933	0.000	Rejected
H03	3.56	1.191	31.501	0.000	Rejected
H04	3.654	1.069	36.2194	0.000	Rejected
H05	3.926	1.013	40.98133	0.000	Rejected
H06	3.796	1.0194	39.329	0.000	Rejected

**Hypothesis test results:** Below is a review of the results of the study hypotheses test.

The following decision base has been relied upon to test hypotheses at 95% confidence level and 5% significance level, which then accepts the existence of relationships between the variables of the study and based on the following decision rule accept the Zero hypothesis (H0) if the value (Sig) is greater than (0.05) and reject the zero hypothesis (H0) if the value (Sig) is less than (0.05). The alternative hypothesis is therefore accepted.

**H01: There are no marketing deception cases practiced in service products in the private sector.**

To test this hypothesis (T) test sample was used and note in Table (6) has reached the value of The test (t) of the general arithmetic mean of Service deception (32.564) is a statistically significant value ( $\alpha \leq 0.05$ ). This demonstrates the existence of deception in service products by companies, which leads to the rejection of the first sub-hypothesis and acceptance of the alternative hypothesis there are cases of marketing deception practiced in service products in the private sector.

**H02: There are no marketing fraud cases practiced in the prices by the private services sector.**

To test this hypothesis (T) test sample was used and note in Table (6) has reached the test value (t) of the general arithmetic average of the pricing deception (32.933) is also of a statistically significant value ( $\alpha \leq 0.05$ ). This indicates the existence of pricing deception by companies, which leads to the rejection of the second sub-hypothesis and acceptance of the alternative hypothesis that confirms the existence of marketing deception in prices in the private service sector.

**H03: There are no marketing fraud cases practiced in the promotion of services in the private sector.**

To test this hypothesis (T) test sample was used and note in Table (6) has reached the test value (t) of the general arithmetic average of the promotional deception, which is statistically significant at the level of ( $\alpha \leq 0.05$ ). This demonstrates the existence of deception by companies in the promotion of services, leading to the rejection of the third sub-hypothesis, and acceptance of the alternative hypothesis that confirms the existence of marketing deception cases in the promotional information of the private sector.

**H04: There are no cases of marketing deception practiced in the distribution in the private service sector.**

To test this hypothesis (T) test sample was used and note in Table (6) has reached the test value (t) of the general arithmetic mean of the distributive deception (36.2194), a statistically significant value ( $\leq 0.05$ ), was also reached. This shows the existence of deception distribution of services by companies, leading to the rejection of the fourth sub-hypothesis and acceptance of the alternative hypothesis that confirms the existence of marketing deception cases in the distribution in the private service sector.

**H05: There are no cases of marketing deception practiced in the physical environment of the private service sector.**

To test this hypothesis (T) test sample was used and note in Table (6) has reached and the test (T) of the general arithmetic mean of the physical environment was statistically significant at ( $\alpha \leq 0.05$ ) level. This shows that there is deception by the companies in the physical environment, which leads to the rejection of the fifth sub-hypothesis, acceptance of the alternative hypothesis i.e. the existence of marketing deception cases in the physical environment in the private service sector.

**H06: There are no cases of marketing deception practiced in the procedures, processes and employees of the private sector.**

To test this hypothesis test (t) was used for sample study and note in Table (6) that the test (T) of the general arithmetic average of the deception of procedures, processes and workers statistical significance at the level ( $\alpha \leq 0.05$ ). This shows that there is deception by companies

of procedures, processes and employees, which leads to the rejection of the sixth sub-hypothesis, acceptance of the alternative hypothesis i.e. the existence of marketing fraud cases in the procedures and operations and employees in the private sector.

### Second Main Hypothesis

There is no statistically significant effect of the marketing deception that is practiced in (service products, services prices, promotional information, distribution, physical environment, procedures and operations, employees of service companies) from the point of view of customers in the private sector. In the province of Duhok in the construction of a mental image.

**Table 7:** Simple Regression and Contrast (Anova) of The Impact of The Marketing Deception in The Building of The Mental Image

( R ) Link	( R2) Selection Coefficient	F Calculated	B Gradient Coefficient	DF Degrees of Freedom	Sig* Level of Indication
0.364	0.132	16.471	0.132	1	0.000
				108	
				109	

### Statistically Significant at Level ( $\alpha \leq 0.05$ ).

To test the second key hypothesis and then answer the second major study question the simple regression analysis was used Table (7), as the results of the statistical analysis showed a statistically significant effect of the marketing deception (service products, prices, promotional information, distribution, physical environment, personnel and processes) in the construction of a particular mental image of customers, if the correlation coefficient (R) (0.364) at ( $\alpha$ ) level ( $\alpha \leq 0.05$ ), the selection coefficient (R2) is (0.132), that is, the value (0.364) of building a mental image resulting from a change in the types of marketing deception and Effect ( $\beta$ ) (0.364), which means that a single increase in the types of marketing deception leads to the construction of a more negative mental image (0.364), and this effect confirms the value (F) of the moral and is statistically significant at the level ( $\alpha \leq 0.05$ ).

**Table 8:** Mental Image Measurement Phrases Used in The Study

No	Phrases	Arithmetic Mean	Standard Deviation
1	I hesitate to buy a product if my friends have a bad experience with the company	3.97	1.184
2	Marketing deception affects the extent to which the product is accepted and convinced	3.75	1.094
3	I don't repeat the purchase if I displayed any kind of deception	4.15	1.091
4	I accept deception from the marketer if there is a facility to pay	2.91	1.310
5	I accept deception from the marketer if the quality of the product is high compared to other goods	3.27	1.180
6	I accept deception from the marketer if there are no substitutes or options for the products required	3.15	1.203
7	I accept deception from the marketer if the price of the product is less than the competitive products	3.07	1.179
8	I accept the deception from the marketer if there are free samples of the product or invitation for a contest or trip	3.22	1.207
9	The marketer resorts to raising consumer worries and concerns through commercial advertising for a purchase payment	3.40	1.085
10	I accept deception from the marketer if the shopping place is close and convenient for me	3.15	1.363
	<b>Total Arithmetic Average</b>	3.404	

Table (8) indicates that the arithmetic averages of the terms used to measure the second major hypothesis concerning the impact of the marketing deception in the building of the mental image of the customers, where the overall arithmetic average of those paragraphs (3.404) refers to a high-level assessment by standard Approved for the study referred to in Table (2) means that the marketing deception contributes to the building of a negative mental image of the customers, knowing that the phrase (3) stating "I do not repeat the purchase if it suffered any kind of deception" where the arithmetic mean in this term (4.15), and below was for paragraph (4) stating "Before the deception of the marketer if there is a facility to pay" average arithmetic (2.91).

**Table 9:** Simple Regression and Contrast (Anova) of The Impact of The Marketing Deception in The Building of The Mental Image

Hypothesis	F Calculated	( R ) Link	( R2) Selection Coefficient	Sig* Level of Indication	Hypothesis result
H01	4.522	0.200	0.040	0.036	Rejected
H02	11.187	0.306	0.094	0.001	Rejected
H03	13.351	0.332	0.110	0.000	Rejected
H04	17.687	0.375	0.141	0.000	Rejected
H05	21.361	0.406	0.165	0.000	Rejected
H06	19.036	0.387	0.150	0.000	Rejected

**Statistically Significant at Level ( $\alpha \leq 0.05$ ).**

**H01: There is no statistically significant effect of the cases of marketing deception practiced in service products in the services sector in Duhok Governorate in the construction of a specific mental image of customers.**

To test this hypothesis a test (variance) was used Table (9). the results showed a statistically significant effect of deception in service products in the private services sector in Duhok Governorate, and this effect confirms the moral value (F) at a level ( $\alpha \leq 0.05$ ) which confirms the negative effects of marketing deception in service products in the negative mental image of the customers, thus rejecting the useless hypothesis and accepting the alternative hypothesis there is a trace of deception in Service products in building a mental image of customers.

**H02: There is no statistically significant effect of the marketing deception in the services sector in Duhok in the building of the mental image.**

To test this hypothesis a test (variance) was used Table (9). Which showed a statistically significant effect of price deception in the private services sector in Duhok Governorate, and what this effect confirms the moral value (F) at the level of ( $\alpha \leq 0.05$ ), confirming the negative effects of marketing deception at the price level of the client's mental image, thus rejecting the useless hypothesis and accepting the alternative hypothesis there is a price deception effect in building a particular mental image of Customers.

**H03: There is no statistically significant effect in the promotional information in the services sector in Duhok Governorate in the building of the mental image.**

To test this hypothesis a test (variance) was used Table (9). Where the results showed a statistically significant effect of the deception in the promotional information in the private services sector in Duhok Governorate, and this effect confirms the moral value (F) at the level of ( $\alpha \leq 0.05$ ), confirming the negative effects of marketing deception on the level of promotional information in the mental image of customers, thus rejecting the useless hypothesis and accepting the alternative hypothesis there is a trace of deception in promotional information in building a particular mental image of customers.

**H04: There is no statistically significant effect of the cases of marketing deception practiced in the distribution in the services sector in Duhok Governorate in the building of the mental image.**

To test this hypothesis a test (variance) was used Table (9), as the results showed a statistically significant effect of the deception in the distribution in the private services sector in Duhok Governorate, and what this effect confirms the moral value (F) at the level of ( $\alpha \leq 0.05$ ), which confirms the negative effects of marketing deception on the level of distribution in the mental image of the customers, thus rejecting the useless hypothesis and accepting the alternative hypothesis there is a trace of deception in the distribution in the building of a particular mental image of Customers.

**H05: There is no statistically significant effect of the cases of marketing deception practiced in the physical environment in the services sector in Duhok Governorate in the building of the mental image.**

To test this hypothesis a test (variance) was used Table (9), where the results showed a statistically significant effect of the deception of the physical environment in the private services sector in Duhok Governorate, this effect confirms the moral value (F) at the level ( $\alpha \leq 0.05$ ), confirming the negative effects of the cases of marketing deception at the level of the physical environment in the mental image of the customers, thus rejecting the useless hypothesis and accepting the alternative hypothesis there is a trace of the deception of the physical environment in the building A mental image of customers.

**H06: There is no statistically significant effect of the cases of marketing deception practiced in the ease of procedures and workers in the services sector in Duhok in the building of the mental image.**

To test this hypothesis a test (variance) was used Table (9), where the results showed a statistically significant effect of deception in the ease of procedures and employees in the private service sector in Duhok Governorate, which confirms the moral value (F) at the level ( $\alpha \leq 0.05$ ), confirming the negative effects of marketing deception on the level of ease of procedures and workers in the mental image of customers, thus rejecting the useless hypothesis and accepting the hypothesis Alternative there is a trace of easy deception of procedures and workers in building a mental image of customers.

#### **4. Conclusion**

As a result of the study, the following results are achieved. It is clear that there is a deception applied to the customer but in cases when the customer need service then customer accepts deception. There are many unethical marketing practices in mixed marketing elements through various purchases made by the consumer. The legal procedures in this area are gradually carried out by business organizations, although the legislative bodies are among the reasons for the wide range use of marketing fraud.

The importance of mental image in the realization of the goals for companies but aside from this, for some companies, public satisfaction comes first. In order to ensure the satisfaction of the public, companies try to provide their products and services while at the same time trying to ensure the continuity of this satisfaction. In relation to the company, the public should not know only the impression and image but also they should develop the image of the company. The consumer complaints violation his legitimate rights by merchants and organizations. Because, traders and organizations fight only among themselves to achieve the biggest gain. Therefore, they need a protection from consumer protection associations to protect consumers from the phenomenon of marketing fraud.

The results of statistical analysis, as seen in the study sample, service companies in the private service sector resort to a high level of

marketing fraud in the context of product, price, distribution, promotion, physical environment, practices and employees. The study reveals that there is a high level of conviction in organizations working with marketing role based on deception methods. There is a statistical effect at the 0,05 indicator level in the significance between the truth of the service provided and the marketing trick applied by commercial companies in the private companies and creating a negative mental image. This means that the greater degree of marketing fraud in service delivery, the greater impact on creating a negative mind image. There is a statistical effect on marketing tricks applied in determining pricing and the negative mental image of the customers and also private service companies. This shows that the impact on the negative mind image increases as the degree of marketing fraud increases.

The marketing fraud implemented by service companies in the private companies in Duhok City has a statistical effect on the 0,05 indicator level. This leads to a negative image in the minds of customers about companies. There is a statistically significant effect on the 0.05 indicator level between the marketing frauds implemented in the service delivery and the negative mental image fiction of the private customer's service companies. That is the impact of the distribution on the negative mental image fiction increases and also marketing fraud increases. There is a statistically significant effect on the 0.05 indicator level between the marketing frauds implemented in the physical environment and the negative mental image fiction of the customers service companies in the private sector. This means that the impact of negative mental image fiction increases and also marketing fraud increases in physical environment. The service fraud and the marketing fraud implemented in relation to the employees and the service companies in the private sector have a statistically significant effect on the 0.05 indicator level among the negative mental image fictions of their customers. This shows that the effect on the service delivery process and the increase of the marketing fraud.

It is also revealed through the statistical analysis method that the highest result appears in the physical environment. An arithmetic mean is 3,926. The lowest result is 3.56 which is arithmetical average information about the trick. The highest level of deception is in the banking sector as it emerges from the results of statistical analysis. The



lowest level of fraud, as it arises from the results of the statistical analysis, is related to the health sector. As it is revealed from the results of the statistical analysis, companies concentrate only on realizing their own benefits regardless of the benefit of the customer.

As a recommendation of the study, when customers are exposed to any fraud or deceit, they should be encouraged to communicate. Customer awareness should be increased by means of the press and publication, and how to relate to companies providing services for protection from negative deception. Researchers should be encouraged to further work on marketing fraud. Return to the Islamic law there are a lot of comment about the cheat. The consumer protection associations, the relevant public units. Consumers should be making functional protection and guarantee from fraud and deception. Whether the catalogues are correct and whether the catalogues contain the things that are promised to the customers. The community and the customer population should be continuously monitored by the companies in terms of the material damage caused by the society and customers. People who do marketing tricks through marketing initiatives should be protected from fraud, be informed, presented to them various claims and the danger of resorting to fraud should be explained clearly. In order to explain the danger of marketing fraud to marketing entrepreneurs, this study suggests that it is mandatory to apply training courses for marketers in companies.

## References

- Al-Bakri, T. (2011). *Marketing Department, Enrichment For Publishing and Distribution*, Amman.
- Mouloud, S. J. (2016). *Marketing Deception*, Baghdad University, Faculty of Administration and Economics, Research Presented to Baghdad University, Iraq.
- Muhammed, I. A. S., Ali, A. A., Muhammed, A. M. A., Bashir, L. M. T., Salim, T. S. M.(2016). *Marketing Deception and its Impact on The Mental Image*, Sudan University of Science and Technology, Faculty of Business Studies, Research Bachelor, Sudan.

- Sarsour, A. S. H. (2010). *The Mental Image of The Council of Islamic Students*, Islamic University, Faculty of Arts, Research Bachelor, Gaza.
- Shump, T. A. (2007). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*, Library of Congress, Thomson South Western, USA.
- Al-Khatib, A. M. (2011). *The Impact of Marketing Deception in Building The Mental Image of Consumers in The Jordanian Services Market*, Middle East University, College of Business, Master's Thesis, Jordan.



# BÖLGESEL KALKINMA VE İŞGÜCÜ: BİNGÖL İLİ İŞGÜCÜ PİYASASI ÜZERİNE BİR İNCELEME

*Regional Development and Labour Force: An  
Examination of The Labour Market in Bingöl*

Gökçe CEREV\*  
Sıdık BULUT\*\*

*Geliş: 21.02.2019/ Kabul: 04.07.2019*

*DOI: 10.33399/biibfad.530198*

## Öz

Bölgelerarası dengesizliklerin ortadan kaldırılması gelişmekte olan ülkelerin çözmesi gereken önemli bir sorundur. Bölgesel kalkınma politikalarının temelinde de bölgeler arası sosyo ekonomik farkların giderilmesi vardır. Geri kalmış bölgelerin temel sorunlarının başında gelen işsizlik beraberinde diğer ekonomik ve iktisadi sorunları ortaya çıkarmakta ve bölgesel geri kalmışlığın önemli bir nedeni olmaktadır. Gelişmekte olan bir ülke konumunda bulunan Türkiye’de de bölgesel dengesizlikler bulunmaktadır. Bingöl de mevcut durumu doğrultusunda geri kalmış bir il konumundadır. Bu çalışmada öncelikle bölgesel kalkınma ve bölgesel kalkınmada işgücünün önemi açıklanmış, TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) verileri doğrultusunda Bingöl ilinin işgücü piyasalarının mevcut durumu incelenerek, bölgesel kalkınma açısından önemi ve geleceğe yönelik planlaması değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Türkiye, Bingöl, Kalkınma, Bölgesel Kalkınma, İşgücü Piyasası

\* Doç. Dr., Fırat Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çal. Ek. ve End. İlş. Böl., gcerev@frat.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9908-343X>

\*\* Fırat Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, sbulut@frat.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7941-2950>

**Jel Kodları:** E2, E24

**Abstract**

The elimination of inter-regional imbalances is an important problem for developing countries to solve. At the basis of regional development policies is the elimination of socioeconomic differences between regions. Unemployment, which is one of the main problems of underdeveloped regions, also brings other financial and economic problems and is an important cause of regional backwardness. Developing a country in which there are regional imbalances in Turkey. Bingöl is a backward province as to its current situation. In this study, primarily regional development and the importance of the labour force in regional development are explained, the current status of the labour markets in the Bingöl province is examined and its importance in terms of regional development and future planning is evaluated according to TSI (Turkey Statistical Institute) data.

**Keywords:** Turkey, Bingöl, Development, Regional Development, Labour Market,

**Jel Codes:** E2, E24

## 1. Giriş

Gelişmişlik düzeyi hangi seviyede olursa olsun iktisadi kalkınma ve ekonomik büyüme tüm ülkelerin temel hedefleri arasındadır. Dünyada sosyal ve ekonomik kalkınmada geri kalmış ülkeler olduğu gibi her ülkenin kendi sınırları içinde kalkınma açısından geri kalmış bölgeler de bulunmaktadır. Bölgesel olarak ortaya çıkan bu geri kalmışlık bölgesel kalkınma planları ile çözülmeye çalışılmakta ve ülke genelinde dengeli bir kalkınma sağlanması hedeflenmektedir. Bölgesel kalkınma ekonomik ve iktisadi kalkınmanın bir parçası olarak düşünülürken, aynı zamanda toplumsal açıdan sosyal ve kültürel dengenin de sağlanabilmesinin önemli bir aracı olarak algılanmaktadır. Ülkelerin bazı bölgeleri farklı sebeplerden dolayı hızlı bir şekilde gelişirken bazı bölgeleri ise aynı hızla gelişmemekte ve bu durum bölgesel geri kalmışlığı ortaya çıkarmaktadır. Bölgesel olarak ülkenin diğer bölgelerine göre daha geri kalmış yerler için bölgesel kalkınma planları öne çıkmaktadır.

Türkiye de gelişmekte olan bir ülke olarak iktisadi kalkınma ve ekonomik büyümeyi gerçekleştirmeyi hedeflemektedir. Ülke genelinde

uygulanan makro ekonomik politikalar gibi bölgesel olarak uygulanan mikro politikalar da öne çıkmaktadır. Türkiye'nin bazı bölgeleri diğer bölgelere göre daha geri kalmış durumdadır. Uygulanan bölgesel kalkınma planları ile bu bölgelerin dezavantajlı durumları ortadan kaldırılmaya çalışılmaktadır. Bölgesel kalkınmada önemli bir etken de bölgede bulunan işgücünün üretim faktörleri içerisinde dahil edilmesidir. İşgücünün üretim faktörleri içinde bulunması ve bir sonraki süreçte kalitesinin ve verimliliğinin artırılması bölgesel kalkınmayı hızlandıracak bir etki göstermektedir. Bingöl ili kalkınmada öncelikli iller arasında bulunmaktadır. Bingöl ilinin iktisadi ve ekonomik kalkınmasının tam olarak sağlanabilmesi için bölgesel işgücünün üretim faktörleri içinde tam olarak kullanılabilmesi önemlidir. Çalışmanın amacı Bingöl ilinin kalkınmasının etkin bir şekilde gerçekleşebilmesi için işgücü piyasalarının genel durumunun incelenmesi ve geleceğe dönük planlamasına katkı sağlanabilmesidir. Bu çalışmada ilk olarak bölgesel kalkınma kavramı açıklanmış, ikinci bölümde bölgesel kalkınmada işgücünün önemi irdelenmiş ve son bölümde Bingöl ilinin bölgesel kalkınma bağlamında işgücü piyasası analizi yapılmıştır.

## 2. Bölgesel Kalkınma Kavramı

Bölgesel kalkınma genel olarak tüm ülkeler açısından ekonomik ve iktisadi kalkınmanın önemli bir parçası olarak kabul edilir. Bir ülkede meydana gelen bölgesel farklılıklar zamanla bölgesel yoksulluk, eşitsizlik, sosyal dışlanma, emek piyasalarında enformelleşme gibi farklı sorunları da ortaya çıkarır (Förster vd., 2003:52). Bu durumlarda bölgesel kalkınma politikaları ile bölgeler arasındaki fark, minimuma indirgenmeye çalışılmakta ve ülkenin dengeli bir şekilde topyekûn gelişmesi hedeflenmektedir.

Ekonomik, sosyal ve iktisadi açıdan geri kalmış bölgeler ile gelişmiş bölgeler arasındaki farklılıkları ortadan kaldırmak için uygulanan politikalara bölgesel kalkınma politikaları denir. Bölgesel kalkınma politikalarının dünya genelinde uygulanması sanayi devrimi ile birlikte olmuştur. Özellikle 1929 ekonomik buhranı ile ortaya çıkan bölgesel dengesizliklerin giderilmesi ve yoksulluğun azaltılması yönünde izlenen politikalarda bölgesel kalkınma politikaları öne çıkmaktadır (Anselmo ve Cascio, 2011:467). Sanayi devrimi sonucu ortaya çıkan

bölgesel kalkınma politikaları günümüzde önemini yitirmemiş ve ülkelerin önemli kalkınma politikaları içinde yer almaya devam etmiştir.

Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin başlıca problemi olan iktisadi ve ekonomik kalkınma sorununun temelinde ülke genelinde dengeli bir şekilde kurumsal ve yapısal gelişmenin nasıl sağlanacağı sorusu bulunmaktadır. Bu bağlamda iktisadi kalkınmanın alt boyutları olan nüfus, sanayi, ticaret, eğitim, sağlık, iş gücü gibi farklı alanlardaki politikalarda önemli bir konuma gelmiştir. Bölgesel kalkınma sorunu özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından yapısal bir sorun şekline dönüşmüştür. Büyükşehirlerin gelişmenin odak noktası durumuna gelmesi nedeni ile emek ve sosyal piyasaların hareketliliği yükselmiş, bu gelişmenin sonucunda geri kalmış bölgelerde emek ve sermaye piyasaları ciddi eksiklikler yaşamaya başlamıştır. Bu yapısal sorunu ortadan kaldırmak için klasik bölgesel kalkınma politikaları başarı sağlasa da istenilen sonuca tam olarak ulaşamamıştır. Sorunun temelinde geri kalmış bölgelerden merkeze doğru olan kaynak aktarımının fazla olması, bölgenin kaynaklarının tam olarak kullanılmaması ve özellikle küresel boyutta ortaya çıkan zamanla da ulusal piyasaları da etkileyen ekonomik krizler bulunmaktadır (Kargı, 2009:22).

### 3. Bölgesel Kalkınmada İşgücünün Önemi

Bir ülke de bölgeler arası farklılıkların ortaya çıkmasının birden çok nedeni bulunmaktadır. Bu nedenler bölgenin coğrafi şartları, üretim potansiyeli, sermaye yetersizliği, iş gücünün yapısı, yoksullaşma oranları, yaşam standartlarının geri kalması şeklinde sıralanabilir. Bölgelerin sosyal ve ekonomik yapısının gelişmişlik düzeyini belirleyen başlıca etkenler, demografik yapı, üretim düzeyi, işgücü ve istihdamın genel durumu, eğitim, sağlık ve yaşam standartları gibi değişkenler olduğu kabul edilmektedir (Erkan vd., 2012:112). Bir bölgenin sosyo ekonomik düzeyi hesaplanırken aynı zamanda ülke içindeki ekonomik ağırlığı, sosyal gelişmişlik düzeyi, milli gelire katkısı, refah düzeyi gibi makro iktisadi etkileri de değerlendirmede bulunulur.

Bölgesel kalkınmanın başarılı olabilmesi için bazı temel yaklaşımlar ile ele alınması gerekir. Bu temel yaklaşımlar;

- Bölgelerde uygulanan programlarla merkezi hükümete fon akışı bağlılığının en düşük seviyede olması,

- Bölgede özel sermayenin etkinliği artırılması
- Bölgesel aktörlerin üstlendiği rollerin daha etkin bir şekilde getirilmesi
- Yapılan planlama ile bölgesel kaynaklardan kapasite ve değer elde edilmesi, uzun süreli fayda sağlamanın hedeflenmesi şeklindedir (Walburn ve Saublens, 2011:480).

Bölgesel kalkınma politikaları yapılırken ilk olarak dışsal ekonomilerin varlığı da dikkate alınmalı ve uygulanacak politikaların diğer etkileri de hesaplanmalıdır. Bölgesel politikaların yan etkileri göz ardı edilemez. Özellikle iktisadi gelişme eğiliminin bölgesel dağılımı, ülke genelindeki üretim faktörlerinin etkinliği ile ilişkili çıkmaktadır. Bir bölgede iktisadi gelişmenin ne kadar sağlanacağı bölgesel olmayan politikaların da etkisine açık bir durumdur. Bu duruma örnek olarak ülke genelinde uygulanan işsizlikle mücadele politikaların bölgesel etkilerinin birbirinden farklı olması gösterilebilir. Bu durum makro ekonomik politikaların uygulanmasında ortaya çıkan Lucas Eleştirisi olarak ta ifade edilmektedir (Ottaviano, 2003:665). Lucas Eleştirisi 1976 yılında Robert Lucas tarafından ele alınan bir makale ile ortaya atılan görüşü ifade etmektedir. Bu yaklaşım, rasyonel bekleyişler teorisinin belkemiğini oluşturmakta ve esasında geçmiş verilere dayandırılan sonuçların gelecek planlamasında her zaman aynı hedefe götürmeyeceği varsayımını açıklamaktaydı (Lucas, 1976).

Bölgesel kalkınma politikalarında temel yöntem planlamadır. Bölgesel politikalar planlı bir esasa göre yapılır ve denetlenir. Planların ana yaklaşımında bölgesel kaynaklar ile talebi artırmak, artan talebi sürdürülebilir bölgesel ekonomi ile karşılama ve devletin bu sistemsel yaklaşıma öncülük etmesi vardır. Bir ülkede ortaya çıkan bölgesel dengesizliklerin aşırı boyutta olması ekonomik sistemin yapısal sorununa işaret eder. Bölgesel olarak ortaya çıkan iş gücü piyasası dengesizlikleri diğer sorunları da tetikleyecek bir sebep olabilir. Sosyal politikanın temel sorunlarından işsizlik sorunu (Tokol ve Alper; 2018:128) bölgesel olarak ele alındığında üretim faktörleri içinde en önemli yerlerden birine sahip olan bölgesel emeğin israf edildiği sonucunu ortaya çıkardığı gibi dengeli istihdam noktasında da eksikliklerin yaşanmasına neden olmaktadır (Zaim, 1990:111-114).

Bölgesel politikaların şekillenmesinde uygulanacak politik araçların önemi büyüktür. Armstrong ve Taylor (2000:74) bölgesel politik araçları



makro politikalar, mikro politikalar ve eşgüdüm politikaları başlığı altında açıklamıştır. Makro politikaların esasında bölgesel gelir ve harcamalara yönelim yaklaşımlar bulunmaktadır. Bölgesel yönetimlere dış ticaret, para ve mali politikaları bölgesel düzeyde belirleyebilmek için yetki verilmesi öne çıkmaktadır. Mikro politikalarda ise üretim girdilerinin bölgesel kaynaklar ile karşılanması ve sermaye ile emeğin bölge içi yeniden dağılımının sağlanabilmesi bulunmaktadır. Eşgüdüm politikaları diğer bölgeler ile denge içeren politikaları ifade etmekte olup bölgesel gelişmenin ülke geneli ile dengeli olmasının önemine vurgu yapmaktadır. Bölgesel kalkınmada kalkınma politikasının temelinde bölgeye dışarıdan kaynak çekme kadar yerel kaynaklı büyüme yaklaşımı da önemlidir. Bu durum bölgede bulunan işletmelerin desteklenmesi gerekliliğini de ortaya çıkarır (Armstrong ve Taylor; 2000:74).

İşgücü piyasaları toplumun temel dinamikleri arasındadır. Üretim sistemleri içinde işgücü piyasalarında bulunan emek faktörü toplumsal gelişimin sağlanabilmesi açısından önemlidir. Bir toplumun iktisadi, ekonomik, sosyal, kültürel ve diğer etkenler içinde gelişebilmesi için işgücü piyasalarının azami ve verimli bir şekilde kullanılması gerekliliktir. Bu bağlamda bölgesel kalkınmanın ana unsurlarından biriside işgücü piyasalarıdır.

Bölgesel kalkınmanın planlı bir şekilde gerçekleşebilmesi için bölgesel işgücü önemli bir araçtır. Bölgesel işgücünün etkin ve verimli bir şekilde bölgesel üretime dahil edilmesi bölgesel refah seviyesini de olumlu şekilde etkileyecektir. Bölgesel işgücü piyasalarının verilerinin iyi değerlendirilmesi, izlenecek olan politikaların esaslarının belirlenmesi yönünden gereklidir. İşgücü verilerinin içinde yer alan iş gücüne katılma oranı bölgenin potansiyel emek faktörünü ortaya koyarken, asıl hedef istihdam oranlarında en yüksek seviyeye ulaşmaktır (Lordoğlu vd., 1999:43). Kalkınma açısından mevcut işgücünün iyi planlanması ve üretim faktörleri içinde etkin bir şekilde değerlendirilmesi önemlidir. Kalkınma işgücüne yönelik politikalar göz ardı edilerek gerçekleştirilemez. İşgücüne yönelik ulusal politikalar gibi her bölgenin kendisine yönelik değerler ile bölgesel işgücü piyasaları politikaları bölgesel kalkınmada önemli bir yere sahiptir (Han ve Kaya, 2004:120-125). Yapılacak olan planlamalarda politika ve programların doğru seçilmesi, değerlendirilmesi ve aksaklıkların giderilmesi yeni politika ve programların geliştirilmesi açısından önemlidir (İslamoğlu vd., 2014:27).

#### 4. Bölgesel Kalkınma Açısından Bingöl İlinin Genel Durumu

Bingöl ili Doğu Anadolu Bölgesi'nin Yukarı Fırat bölümünde yer almaktadır. Doğusu Muş, kuzeyi Erzurum ve Erzincan, Batısı Tunceli ve Elâzığ, Güneyi ise Diyarbakır illeri ile çevrilidir. İlin Merkez dışında Adaklı, Genç, Karlıova, Kiğı, Solhan, Yayladere ve Yedisu olmak üzere toplam 7 ilçesi bulunmaktadır (www.bingöl.gov.tr). Bingöl yüzölçümü olarak 8254 km<sup>2</sup>'lik bir alan üzerinde yer almakta ve Türkiye'nin %1,05'ni oluşturmaktadır.

Bingöl ili kalkınma hedefleri doğrultusunda bölgesel kalkınma planı olan "Doğu Anadolu Projesi" içinde yer almaktadır (DAP,2000:15). Doğu Anadolu Projesi ile ülke geneline göre geri kalmış düzeyde olan 14 il proje kapsamına alınmıştır. Bingöl İline komşu olan Erzurum, Erzincan, Muş, Elazığ ve Tunceli illeri de bu proje kapsamında desteklenmektedir. Bu durum geri kalmışlığın sadece Bingöl'e özgü bir olay olmadığını, bölgenin genel sorunu olduğunu göstermektedir. Dikkatle irdelenmesi gereken durum ise Bingöl'ün bölge içindeki genel durumudur (DAP, 2000:16-17). Doğu Anadolu Projesi içinde bulunan iller özellikle iklim durumu, coğrafi şartlar ve sosyo ekonomik yapı nedeni ile Türkiye'nin diğer illerine göre dezavantajlı bir durumdadır. Gelişmiş bölgelerde ortaya çıkan yatırımların üretime dönük ekonomi yaratması ve nüfusun eğitim, kültür, sağlık, yol, enerji gibi farklı faktörlerde ülke ortalaması üzerinde olan göstergeleri gelişmemiş bölgelerde bulunmamaktadır. Az gelişmiş bölgelerin gelişme potansiyelinin düşük olması bu bölgelerin farklı projeler ile desteklenmesini zorunlu kılmıştır. Bingöl İli de genel göstergeleri ile az gelişmiş bir bölge konumundadır. Bingöl bu bağlamda incelendiğinde az gelişmişliğin sosyo kültürel, ekonomik ve demografik niteliklerini taşımaktadır. Bu nitelikler ekonomik ve sosyal açıdan, kişi başına gelirin ülke ortalaması altında olması, gelir dağılımında eşitsizlik, istihdamın niteliksel bozukluğu, verimsiz üretim, yetersiz sanayi, yetersiz eğitim, kadınların toplum içindeki konumu, yüksek kayıt dışılık, yetersiz altyapı ve kalitesiz bir yaşam olarak toplumsal hayatı derinden etkilemektedir (Dinler, 2001:28-30).

Bingöl ilinin hem bölgesel hem de ulusal seviyede sosyal ve ekonomik düzeyde gelişmişliğini en son 2011 yılında Kalkınma Bakanlığı tarafından yapılan SEGE-2011 İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Araştırmasına göre değerlendirdiğimizde (SEGE:2013), en alt düzeyde düşük gelişmişlik grubunda yer aldığı sonucuna ulaşmaktayız.

Raporda illerin gelişmişlik düzeyi 2012 tarihli ve 3305 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı doğrultusunda 6 kademe altında değerlendirilmiştir. Değerlendirme sonucunda en yüksek gelişmişlik verisi 4.51 ile İstanbul'dan elde edilmiş, en düşük veri ise -1,73 ile Muş'tan elde edilmiştir. Bingöl ise -1,1920 sonucu ile 81 il içinde 72'nci sırada yer almıştır. Veriler bölgesel olarak ele alındığında Bingöl'ün komşu illerinden Muş 81. Sıra ile Türkiye'nin en geri kalmış ili olurken, Diyarbakır 67, Erzurum 59, Tunceli 58, Erzincan 45, Elazığ 39'ncü sırada yer almıştır. Genel olarak bölge illeri Türkiye ortalamasının altında sosyo ekonomik verilere sahipken Bingöl bölgesinin en geri kalmış illeri arasında yer almaktadır.

**Şekil 1:** Altı Temel Düzeye Göre Bölgelerin Gelişmişlik Seviyesi



Kaynak: SEGE-2011 Raporu (SEGE, 2013:52)

Raporda iller aynı zamanda istatistikî bölge birimleri sınıflarına göre sosyo-ekonomik düzeyde sıralanmıştır. 26 seviyede sıralanmış bölgeler içinde Bingöl TRB1 Bölgesinde Malatya, Elazığ ve Tunceli illeri ile birlikte 20'nci sırada yer almıştır (SEGE,2013:74). Genel olarak değerlendirildiğinde Bingöl ili hem ulusal hem de bölgesel göstergelere göre geri kalmış bir seviyededir. Bu durum Bingöl'ün kalkınmasının bölge için önemli olduğunu ortaya koymakta ve Bingöl'ün işgücü piyasalarının ilin kalkınmasında önemli bir rolü olduğunu göstermektedir.

## 5. Bingöl İli İşgücü Piyasalarının Mevcut Durumu

İşgücü piyasası, emeğini arz edenler ile bu emeği talep edenlerin belirli bir fiyat ve üretim miktarı üzerinden karşı karşıya geldikleri

ve anlaştıkları piyasadır (Gündoğan ve Biçerli,2003:4). İşgücü, mevcut piyasaların ayırt edici olan ve potansiyel durumunun veri analizi yapılmasında doğru sonuçların elde edilmesi için tanımlayıcıdır (ILO, 1990:2). Bingöl ilinin kalkınması için mevcut işgücü piyasalarının tanımlanması ve geleceğe yönelik planlamasının yapılması önemlidir. Bingöl'ün işgücü piyasalarının potansiyelini ortaya koyan ilk aşama nüfus ve nüfusun genel yapısıdır.

### 5.1. Bingöl İl Nüfusunun Genel Yapısı

Bir bölgenin nüfusu ve nüfusunun yapısı işgücü piyasalarının potansiyelini ortaya koymaktadır. Nüfusun nicel ve nitel yapısı ile geleceğe yönelik yapılacak işgücü planlamaları yatırımların şekli belirlenmekte, ekonomik ve iktisadi gelişmenin önü açılmaktadır.

Bingöl ilinde merkez dahil 8 ilçe 11 belde ve 315 köy bulunmaktadır. Bingöl ilinin il ve ilçe nüfus bilgileri 2018 yılı adrese dayalı nüfus verilerine göre Tablo 1'de verilmiştir. Tablo 1 verilerine göre 2018 yılında Bingöl'ün toplam nüfusu 281.205 kişidir. Nüfus açısından en büyük ilçeler Merkez ile birlikte Genç ve Solhan ilçeleridir. Nüfusun %59,61'i il ve ilçe merkezlerinde yaşarken, %40,39'u ise belde ve köylerde yaşamaktadır. Toplam nüfusun %56,95'i merkez ilçede yaşamaktadır. Bingöl ili genel yapısı ile merkezde ilçe nüfusunun yoğunlaştığı merkez dışında genel olarak kırsal kesimde nüfusun bulunduğu bir il görünümü sergilemektedir.

**Tablo 1:** Bingöl İlinin İlçe ve Toplam Nüfus Sayısı (2018)

İl ve İlçe	Toplam	İl ve İlçe Merkezi	Belde ve Köyler	Nüfus Yüzdesi
<b>BINGÖL</b>	<b>281.205</b>	<b>168.180</b>	<b>113.025</b>	<b>---</b>
Merkez	160.165	117.556	42.609	%56.96
Adaklı	9.315	3.566	5.749	%3.31
Genç	3.428	16.565	21.863	%13.67
Karlıova	29.650	7.551	22.099	%10.54
Kığı	5.013	2.832	2.181	%1.78
Solhan	33.618	17.756	15.862	%11.95
Yayladere	2.139	959	1.180	%0.76
Yedisu	2.877	1.395	1.482	%1.02

**Kaynak:** www.tuik.gov.tr, Erişim Tarihi: 07.02.2019

Bingöl ili nüfusunun cinsiyet ve yaş dağılımı TÜİK verilerine göre Tablo 2’de verilmiştir. Bingöl’ün nüfusunun %51,04’ü erkek (143.524 kişi), %48,96’sı kadın (137.681 kişi) nüfusundan meydana gelmektedir. İl ve ilçe merkezlerinde yaşayan erkek nüfus 84.834 kişi, kadın nüfus 83.346 kişiden oluşmaktadır. Belde ve köylerde yaşayan kadın nüfusu 54.335 kişi, erkek nüfusu 58.690 kişiden oluşmaktadır. Bingöl ilinde kadın ve erkek nüfusu birbirine yakın rakamlar sergilemektedir. Bu durum özellikle kadın istihdamı açısından önemli bir faktördür. Bingöl ilinin nüfusun yaş dağılımı incelendiğinde 96.842 kişi 0-14 yaş aralığında, 165.606 kişi 15-64 yaş aralığında ve 18.757 kişi 65 yaş ve üstü grubunda yer almaktadır. Nüfusun %58,89’u çalışma çağındaki nüfustan meydana gelmektedir. Çalışma çağındaki nüfusun oranı Bingöl’ün işgücü potansiyelini ortaya koyarken yapılacak istihdam yaratan doğru yatırımların bölgenin kalkınması açısından ne kadar önemli olduğunu destekleyen bir veri durumundadır.

**Tablo 2.** Bingöl İli Nüfusunun Cinsiyet ve Yaş Gruplarına Göre Dağılımı (2018)

<b>Nüfus Dağılımı (Cinsiyet-Yaş)</b>	<b>Bingöl İli</b>
<b>Toplam</b>	<b>281.205</b>
<b>Cinsiyet</b>	
Kadın	137.681
Erkek	143.524
İl ve İlçe Merkezi (Kadın)	83.346
İl ve İlçe Merkezi (Erkek)	84.834
Belde ve Köyler (Kadın)	54.335
Belde ve Köyler (Erkek)	58.690
<b>Toplam</b>	
<b>Yaş</b>	
0-14 Yaş	96.842
15-64 Yaş	165.606
65+ Yaş	18.757
<b>Toplam</b>	<b>281.205</b>

**Kaynak:** www.tuik.gov.tr, Erişim Tarihi: 07.02.2019

Bingöl ilinin nüfusunun genel özellikleri TÜİK verilerine göre Tablo 3’de verilmiştir. Tablo 3 verilerine göre Bingöl ilinin nüfus artış hızı

binde 2.87 düzeyinde meydana gelirken, nüfus yoğunluğu kilometrekareye 34 kişi olarak ortaya çıkmıştır. Bingöl ilinin hane halkı büyüklüğü Türkiye ortalamasının üzerinde 3.9 kişi olarak meydana gelmiştir. Nüfus bağımlılık oranı %50.6 olan Bingöl’de genç bağımlılığı %40.5, yaşlı bağımlılığı %10 düzeyinde gerçekleşmiştir. Net iç göç hızı ise %0.1 olarak meydana gelmiştir. Bu durum Bingöl’ün nüfus artış potansiyeli olan genç bir nüfusa sahip olduğunu göstermektedir. Hane halkı büyüklüğü bölge ortalamasına yakın düzeyde olan Bingöl için genç nüfus yapısı kalkınma için önemli bir fırsattır.

**Tablo 3.** Bingöl Nüfusu Genel Özellikleri (2018)

	<b>Bingöl</b>	<b>Türkiye</b>
Nüfus Artış Oranı	%0.287	%12.4
Nüfus Yoğunluğu	34 kişi	107 kişi
Hane Halkı Büyüklüğü	3.9 kişi	3.4 kişi
Nüfus Bağımlılık Oranı	%50.6	%47.4
Genç Bağımlılık Oranı	%40.5	%34.5
Yaşlı Bağımlılık Oranı	%10.0	%12.9
Net Göç Hızı (İç Göç)	%0.1	--

**Kaynak:** www.tuik.gov.tr, Erişim Tarihi: 07.02.2019

Bingöl ilinin genel ekonomik göstergeleri TÜİK verilerine göre Tablo 4’de verilmiştir. Bingöl ekonomik olarak kişi başına düşen gayri safi yurt içi hasıla bakımından hem dolar hem de Türk lirası cinsinden Türkiye ortalamasının oldukça altında bir görünüm sergilemektedir. Türkiye’deki ihracatın %0.01’ni gerçekleştiren Bingöl ithalatın ise %0.07’sini gerçekleştirmektedir. Bingöl’de yaklaşık,6 kilometrekare olan tarım alanı ilin genel yüzölçümünün dörtte birinin tarım amaçlı kullanıldığını göstermektedir. İlin genel büyüklüğüne göre iyi bir küçükbaş hayvan potansiyeline sahip Bingöl’ün bu veriler ile tarım ve hayvancılığın il genelinde önemli bir sektör olduğunu göstermektedir.

**Tablo 4.** Bingöl Ekonomisi Genel Özellikleri (2018)

	<b>Bingöl</b>	<b>Türkiye</b>
Kişi Başına GSYH (TL)	19.205	38.681
Kişi Başına GSYH (Dolar)	5.264	10.602
Toplam İhracat (Bin Dolar)	156.992.940	1.688
Toplam İthalat (Bin Dolar)	233.799.651	16.555
Toplam İşlenen Tarım Alanı (m2)	20.036.992	26.494
Küçük Baş Hayvan Sayısı (Adet)	44.312.308	504.732

**Kaynak:** www.tuik.gov.tr, Erişim Tarihi: 07.02.2019

## 5.2. Bingöl İli İşgücü Piyasalarının Genel Analizi

Bingöl ilinin işgücü piyasasının 2008 ile 2013 yılları arasında il düzeyinde gerçekleşen genel göstergeleri Tablo 5’de TÜİK verileri üzerinden ayrıntılı olarak verilmiştir. Genel göstergelerin içeriğinde işgücüne katılma oranı, işsizlik oranı ve istihdam oranı göstergeleri il düzeyinde bulunmaktadır.

Tablo 5 verilerine göre Bingöl ilinin işgücüne katılma oranı yıllar itibari ile artış göstermiştir. 2008 yılında %39.1 düzeyinde olan işgücüne katılma oranı 2013 yılında %54.6 düzeyine yükselmiştir. Bingöl ilinin işgücüne katılma oranları Türkiye ortalamasının üzerinde bir görünüm sergilemiş 2013 yılı itibari ile Türkiye genelinde %48.3 olan İşgücüne Katılma Oranı Bingöl’de ortalama 6 puan fazla gerçekleşmiştir. Bingöl ilinin işsizlik göstergeleri yıllar itibari ile olumlu gelişme göstermiş 2008 yılında %1.8 ile Türkiye ortalaması üzerinde gerçekleşen işsizlik oranı yıllar itibari ile düşüş göstermiş ve 2013 yılında %9’luk Türkiye ortalamasının 2 puan altında %7 ile gerçekleşmiştir. Bingöl ilinin istihdam oranları da olumlu bir görünüm sergilemiş ve 2008 yılında Türkiye ortalamasının altında %33.3 ile gerçekleşen istihdam artarak 2013 yılında %43.9’luk Türkiye ortalamasının ortalama 7 puan üstünde %50.8 gerçekleşmiştir. 2008 ile 2013 yılları arasında Bingöl’ün işgücü piyasaları olumlu yönde gerçekleşmiş, işgücüne katılma ve istihdam oranları artarken işsizlik oranları düşüş eğilimi göstermiştir.

**Tablo 5.** Bingöl İli İşgücü Göstergeleri (2008-2013/15-64 Yaş)

Yıl	İşgücüne Katılma Oranı (%)		İşsizlik Oranı (%)		İstihdam Oranı (%)	
	Bingöl	Türkiye	Bingöl	Türkiye	Bingöl	Türkiye
2008	39.1	44.9	14.8	10.0	33.3	40.4
2009	43.3	45.7	17.8	13.1	35.6	39.8
2010	46.3	46.5	12.5	11.1	40.5	41.3
2011	51.2	47.4	9.6	9.1	46.3	43.1
2012	50.7	47.6	8.3	8.4	46.5	43.6
2013	54.6	48.3	7.0	9.0	50.8	43.9

**Kaynak:** www.tuik.gov.tr, Erişim Tarihi: 07.02.2019

TÜİK İl düzeyinde iş gücü piyasası göstergelerini 2013 yılına kadar yayınlamış, 2013 yılından sonra göstergeleri bölgesel düzeyde açıklamıştır. TÜİK 26 bölgede verdiği göstergelerde Bingöl ili Malatya, Tunceli ve Elâzığ illeri ile TRB1 bölgesinde yer almıştır. Bingöl ilinin 2013 ile 2017 yılları arasında işgücü piyasası göstergeleri bölgesel olarak ele alınacaktır.

TRB 1 Bölgesinin işgücü göstergeleri Tablo 6'da ayrıntılı olarak verilmiştir. Tablo 6 verilerine göre bölgenin işgücü yıllar itibari ile artış göstererek 619 bin kişi seviyesine ulaşmıştır. İşgücü içinde özellikle bölge açısından öne çıkan durum kadın işgücündeki artış olmuştur. 2014 yılında toplam işgücü içinde %29.89'luk paya sahip kadın işgücü 2017 yılında toplam işgücü içinde %33.44'lük düzeye ulaşmıştır. Bölge açısından kadın iş gücüne katılma oranı dönemsel olarak artış göstermiş 2014 yılında kadınlarda %29.6, erkeklerde %72 olan oran 2017 yılında kadınlarda %36.9, erkeklerde %76.1 düzeyine yükselmiştir. Bölge açısından kadın işsizliği 2014 yılında %10.2 düzeyinde bulunurken 2017 yılında %12 düzeyine yükselmiş, erkek işsizlik oranları ise 2014 yılında %6.8 düzeyinde görünüm sergilerken 2017 yılında %5 seviyesinde gerçekleşmiştir. Bölgenin istihdam oranları da yıllar itibari ile artış göstermiş 2014 yılında %26.6 olan kadın istihdamı 2017 yılında %32.5 düzeyine yükselmiştir. Bölgenin erkek istihdamı ise 2014 yılında %67.1 düzeyinde gerçekleşirken 2017 yılında %72.3 düzeyine yükselmiştir. Bölgenin genel



işgücü göstergeleri olumlu yönde gelişme göstermektedir. Artan iş gücüne katılım oranı ve istihdam oranı ile birlikte olumlu bir seyir ortaya koyan işsizlik rakamları bu durumun önemli bir göstergesidir. Bölge işgücü piyasaları açısından öne çıkan önemli bir unsur da kadın işgücünün piyasa içerisinde kendisine giderek daha fazla yer bulmasıdır.

**Tablo 6.** TRB1 Bölgesi İşgücü Göstergeleri (2004-2018/15-64 Yaş)

Gösterge	2014		2015		2016		2017	
	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
İşgücü (1000)	168	394	170	410	187	407	207	412
İKO (%)	29.6	72	30.4	72.5	32.9	75.3	36.9	76.1
İşsizlik O. (%)	10.2	6.8	9.4	7.9	12.2	8	12	5
İstihdam O. (%)	26.6	67.1	27.6	66.8	28.9	69.3	32.5	72.3

**Kaynak:** www.tuik.gov.tr, Erişim Tarihi: 07.02.2019

TRB 1 Bölgesinde istihdamın sektörel dağılımı Tablo 7’de verilmiştir. İstihdamın sektörel dağılımında öne çıkan ilk nokta sanayi istihdamının yıllar içinde düşüş eğiliminde olduğudur. 2014 yılında toplam %18.1 olan sanayi istihdamının 2017 yılında %17 düzeyine gerilemiştir. Sanayi istihdamı içinde kadın istihdamı %8.5’lik düzeyle düşük bir düzeyde ortaya çıkmıştır. Bölgede istihdamın yapısı ağırlıklı olarak hizmet sektöründe meydana gelmektedir. Hizmet sektörünün toplam istihdamı 2014 yılında %50.4 düzeyinden 2017 yılında %48.8 düzeyine gerilemiş, hizmet sektörü içinde kadın istihdam oranı %39.9 düzeyinden %41.7 düzeyine yükselirken, erkek istihdam oranı ise %54.7 düzeyinden %52.1 düzeyine gerilemiştir. Hizmet sektöründeki istihdam kadın işgücü açısından olumlu bir görünüm sergilemiştir. Bölgenin tarım istihdam oranları yatay bir seyir trendi gösterirken özellikle 2017 yılında %34.2’lik istihdam düzeyine yükselmesi bölgesel göstergeler lehine tarım politikalarının önemini ortaya koymaktadır. Bölgenin tarım istihdamı içerisinde kadın istihdamı %49.8 düzeyinde gerçekleşmiştir. Bölgenin istihdam yapısı genel olarak değerlendirildiğinde sanayi yatırımlarının yetersiz olması

istihdamın hizmet ve tarım sektörü yönünde yoğunlaşmasını ortaya çıkarmıştır.

**Tablo 7.** TRB1 Bölgesi İstihdamın Sektörel Dağılımı (2004-2018/15-64 Yaş)

Yıl	Tarım			Sanayi			Hizmet		
	Kadın	Erk.	Top.	Kadın	Erk.	Top.	Kadın	Erk.	Top.
2014	51.9	23.2	31.5	8.2	22.1	18.1	39.9	54.7	50.4
2015	49.1	21.1	29.3	6.7	22.7	18.0	44.2	56.7	52.7
2016	42.9	23.3	29.4	7.6	19.3	15.7	49.5	57.3	54.9
2017	49.8	26.9	34.2	8.5	21.0	17.0	41.7	52.1	48.8

**Kaynak:** www.tuik.gov.tr, Erişim Tarihi: 07.02.2019

## 6. Sonuç ve Değerlendirme

Bölgeler arası farklılıklar hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde önemli bir sorundur. Gelişmekte olan ülkeler açısından bölgesel farklılıkların giderilmesi ve bölgeler arası gelişmişlik düzeyinin birbirine yakın düzeye getirilmesi sürdürülebilir ekonomik ve iktisadi kalkınma ile sosyal ve toplumsal adaletin sağlanması açısından önemlidir. Bölgeler arası farklılıkların giderilmesi için uygulanan önemli bir yöntem ise bölgesel kalkınma politikalarıdır. Bölgesel kalkınma politikaları ile bir ülkede geri kalmış bölgelerin dezavantajlı yönlerinin giderilerek ülke içindeki gelişmiş bölgelere yakın sosyo ekonomik düzeye ulaşılması hedeflenir. Bölgesel kalkınma politikalarının bu hedefe ulaşmasında önemli bir araçta geri kalmış bölgenin potansiyel işgücü ve işgücü piyasalarının genel durumudur.

Bingöl ili mevcut durumu ile bölgesel kalkınma politikaları içinde yer alan ve kalkınmada öncelikli konuma sahip bir ildir. Bingöl ilinin işgücü piyasalarının güçlü ve istikrarlı olması ilin kalkınması açısından önemli bir avantajdır. Bu yaklaşım ile Bingöl ilinin işgücü piyasalarının genel yapısı değerlendirildiğinde;

Bingöl ilinin genç ve çalışma çağında bir nüfusa sahip olması, işgücü potansiyelini yükseltmektedir. Bingöl ilinin son yıllar için artan işgücüne katılma oranı ve istihdam düzeyi ile yatay bir seyir gösteren işsizlik oranı bölgesel yatırımların işgücü piyasalarına olumlu yansıdığını göster-

mektedir. Özellikle kadın işgücünün artan potansiyeli bölge açısından iktisadi değer yaratmakta ve kalkınmanın önemli bir aracı olmaktadır. İstihdamın sektörel dağılımı içinde sanayi yatırımlarının zayıf yönü son dönemde hayvancılık ve tarım yatırımlarının desteklenmesi ile giderilmeye çalışılmıştır. Bölgenin coğrafi ve iklimsel şartları göz önünde bulundurulduğunda doğru tarım ve hayvancılık yatırımları işgücüne önemli girdiler sağlayacaktır. İşgücü piyasaları açısından artan istihdam oranları ile bölge halkının gelir ve refah seviyesi artmakta ve bu durum bölgesel kalkınmaya olumlu yansımaktadır.

Bingöl'ün işgücü piyasalarının olumlu yapısının, gelecek dönemler içinde sürdürülebilmesi, bölgesel kalkınma açısından önemlidir. Mevcut durum içinde başta işgücü piyasalarına yeni girecek genç nüfusun piyasa ile entegrasyonun sağlanması ve gençlere yönelik işgücü uyum programlarının yapılması gereklidir. Bölgenin işgücü potansiyeli açısından önemli bir konumda bulunan kadın işgücünün dönemsel olarak olumlu gelişen yapısının, müteakip dönemler içinde sürdürebilmesi için kadınlara yönelik desteklerin artırılması önemli bir konudur. İstihdamın sektörel dağılımını göz önünde bulundurarak istihdam dışında kalan işgücünün piyasaya çekilmesi için gerekli projelerin planlanması bölge açısından önemlidir.

Bingöl ili bulunduğu coğrafi konum açısından bölgesel kalkınma içinde önemli bir yere sahiptir. Bingöl ilinin işgücünün olumlu gelişen mevcut yapısının sürdürülmesi hem Bingöl'ün kalkınmasında hem de bölgenin kalkınmasında önemli bir etken olacaktır. Bingöl ilinin gelişmesi ve kalkınması için ilin işgücü piyasaları stratejik bir konumdadır. Ortaya konulan olumlu işgücü politikalarının müteakip dönemlerde sürdürülmesi Bingöl'ün hızlı ve istikrarlı bir şekilde kalkınmasını sağlayacaktır.

## Kaynakça

- Anselmo, A. D., ve Cascio, L. L. (2011). "Towards a New Era for Regional Development: Investing in Leadership". *Local Economy*, 26(6-7), 467-472.
- Armstrong, H. J. ve Taylor (2000). *Regional Economics and Policy*, Blackwell, Publishers, Oxford.
- DAP (2000). Doğu Anadolu Projesi Ana Planı, T.C. Başbakanlık DPT Müsteşarlığı, <http://www.dap.gov.tr>
- Dinler, Z. (2001). *Bölgesel İktisat*, Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa.
- Erkan, B. Şentürk, M. ve Akbaş, Y. E. (2012). "Bingöl İlinin Türkiye'nin İhracat ve GSYH'ına Katkısının Alt Sektörler İtibarıyla İncelenmesi". *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (21), 107-126.
- Förster, M. Jesuit, D. ve Smeeding, T. (2003). *Regional Poverty And Income Inequality In Central And Eastern Europe Evidence From The Luxembourg Income Study*, United Nations University Discussion Paper, No. 2003/65.
- Gündoğan, N. ve Biçerli, M. K. (2003). *Çalışma Ekonomisi*, AÜ Yayınları: 1461, Eskişehir
- Han E., ve Kaya A. E. (2004). *İktisadi Kalkınma ve Büyüme*, Anadolu Üniversitesi Yayınları No:831, Eskişehir
- <http://www.bingol.gov.tr/cografi-yapi>; Erişim Tarihi: 04.02.2019
- [http://www.tuik.gov.tr/Start.do;jsessionid=IWwVck2pD4JjfR0TcNt-YGPhh\\_xvGSDh1nML12M0SbnG6LQH6XJLVt!2129963349](http://www.tuik.gov.tr/Start.do;jsessionid=IWwVck2pD4JjfR0TcNt-YGPhh_xvGSDh1nML12M0SbnG6LQH6XJLVt!2129963349), Erişim Tarihi: 07.02.2019.
- ILO (1990). "Surveys of Economically Active Population, Employment, Unemployment And Underemployment". *Journal of the Royal Statistical Society: Series D (The Statistician)*, 41(2), 249-250
- İslamoğlu, E. Namal, M.K. ve Köleoğlu, Y. (2014). "Bir Aktif İstihdam Politikası Aracı Olarak Girişimcilik Programlarının Etkinliği. KOSGEB Yeni Girişimcilik Destek Programı Örneği. *Kafkas Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt: 5, Sayı :8, Sayfa: 25-44
- Kargı, N. (2009). "Bölgesel Kalkınma Yaklaşımlarındaki Gelişmeler ve AB Perspektifi Altında Türkiye'nin Bölgesel Politika Analizi". *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 1 (3): 19-39

- Lordoğlu, K. Özkaplan N. ve Törüner M. (1999). *Çalışma İktisadı*, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.
- Lucas, R. E. (1976). "Econometric Policy Evaluation: A critique". In *Carnegie-Rochester conference series on public policy* (Vol. 1, No. 1, pp. 19-46).
- Ottaviano, G. (2003). "Regional Policy in the Global Economy: Insights from New Economic Geography". *Regional Studies*, 37(6-7), 665-673.
- SEGE (2013). İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması 2011, Kalkınma Bakanlığı Bölgesel Gelişme ve Yapısal Uyum Genel Müdürlüğü, Ankara
- Tokol, A. ve Alper Y. (2018). *Sosyal Politika*, 9. Baskı, Dora Basımevi, Bursa
- Walburn, D. ve Saublens, C. (2011). "Regional Economic Development Policy İn Europe: Where Next". *Local Economy*, 26 (6-7): 473-485.
- Zaim S. (1990). *Çalışma Ekonomisi*, 8. Baskı, Filiz Kitapevi, İstanbul

# TÜRKİYE İÇİN MAKROEKONOMİK PERFORMANS ENDEKSİNİN ANALİZİ (1990-2017): YAPAY SİNİR AğI YAKLAşIMI

*Analyzing the Macroeconomic Performance Index for Turkey (1990-2017): Artificial Neural Network Approach*

**Bahatdin DAŞBAŞI\***  
**Doğın BARAK\*\***  
**Tuncay ÇELİK\*\*\***

*Geliş:* 09.07.2019/ *Kabul:* 15.08.2019

*DOI:* 10.33399/biibfad.589206

## Öz

Son yıllarda ölkelerin makroekonomik performansları OECD tarafından geliştirilen Makroekonomik Performans Endeksi ile değerlendirilmektedir. Bu endeks içinde 5 farklı makro değişken yer almaktadır, değişkenlerin belli oralaradaki ağırlıkları toplamına 100 eklenmesiyle elde edilmektedir. OECD üyesi tüm ölkelerin homojen bir ekonomik yapı sergilemediği dikkate alındığında, makroekonomik performans endeksi içinde yer alan 5 değişkene ait sabit ağırlıklar problem oluş-

\* Dr. Öğr. Üyesi, Kayseri Üniversitesi, Uygulamalı Bil. Fak., Muhasebe ve Finans Bölümü, Kayseri, bdasbasi@erciyes.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8201-7495>

\*\* Arş. Gör., Bingöl Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bil. Fak., İktisat Bölümü, Bingöl, dbarak@bingol.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8812-7668>

\*\*\* Prof. Dr., Kayseri Üniversitesi, Uygulamalı Bil. Fak., Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, Kayseri, tcelik@erciyes.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2667-4786>

turmaktadır. Bu değişkenlerden biri olan ve dış denge göstergesi kabul edilen cari açığın GSYİH'a oranı dış ticaret yapısına göre iki üye ülkede farklı makroekonomik etkiye sahip olabilecektir. İşte bu çalışmada Türkiye'de 1990-2017 döneminde makroekonomik performans endeksi OECD yönteminde kullanılan 5 değişkene ait verilerle Yapay Sinir Ağı (YSA) yöntemiyle tahmin edilmiştir. Bu tahmin endeks içinde yer alan değişkenlerin ağırlıklarını kendi içinde belirlemiştir. Yapılan tahminde OECD hesaplamasında işsizlik oranının %20 olan ağırlığının değişmediği, ekonomik büyümenin endeks içi ağırlığının %30'dan yaklaşık %27'ye ve enflasyonun %20 olan ağırlığının %17'ye gerilediği, bütçe ve cari açık değişkenlerinin ağırlıklarının da %15'den sırasıyla %20 ve %17'ye yükseldiği görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Büyüme, işsizlik, bütçe açığı, cari açık, makroekonomik performans endeksi, yapay sinir ağları

**Jel Kodları:** B22; E24; O47.

#### **Abstract**

In recent years, macroeconomic performances of countries have been evaluated with the Macroeconomic Performance Index developed by OECD. There are 5 different macro variables in this index, which are obtained by adding 100 to the total weight of these variables at certain points. Considering that not all OECD member countries exhibit a homogeneous economic structure, the fixed weights of the 5 variables in the macroeconomic performance index are problematic. The ratio of the current account deficit to GDP, which is one of these variables and is considered as an external balance indicator, may have different macroeconomic effects in the two member countries depending on the foreign trade structure. In this study, Turkey's macroeconomic performance index in the period 1990-2017 was estimated using by artificial neural network (ANN) method based on OECD method. This estimate determined the weights of the variables within the index. According to the OECD calculation, the weight of the unemployment rate, which is 20%, did not change, the economic growth decreased from 30% to about 27% and the inflation rate decreased to 17% from 20%, while the weight of budget and current account deficit variables were 15% respectively. 20% and 17% respectively.

**Keywords:** Growth, unemployment, budget deficit, current account deficit, macroeconomic performance index, artificial neural networks

**Jel Codes:** B22; E24; O47.

## 1. Giriş

Ülkelerin makroekonomik performansları uzun yıllar işsizlik, enflasyon ve ekonomik büyüme rakamları üzerinden değerlendirilmiştir. Hatta bu üç değişken “makroekonomik performans kriterleri” olarak adlandırılmıştır. Ülkelerarası ticaretin gelişmesi, küreselleşmenin yarattığı etkilere bağlı harcama artışları, enerji fiyatlarındaki dalgalanmalar ve daha pek çok sebep bu üç faktör yanında dış ve iç ekonomik denge göstergelerinin de makroekonomik performans kriteri olmasına sebep olmuştur. OECD ilk defa 1987 yılında “World Economic Outlook” ta ülkelerin makroekonomik performanslarını ekonomik büyüme, işsizlik, enflasyon ve cari açığın gayri safi yurt içi hasılaya oranının belli oranlarda ağırlıklarından oluşan bir endeks ile değerlendirmiştir. Daha sonraki yıllarda bu endekse kamu bütçe açığının gayri safi yurt içi hasılaya oranı da ilave edilmiş ve son yıllarda ülkelerin makroekonomik performansları bu endeksle değerlendirilir olmuştur.

Hane halkının makroekonomi ile ilgili odaklandığı iki değişken işsizlik ve enflasyondur. Ekonomik büyüme makroekonomik performans göstergeleri arasında en önemli gösterge olmakla birlikte hane halkından ziyade kamu otoritesi, üretici ve finans sektörlerinin daha çok ilgilendiği bir değişkendir. Makroekonomik performans endeksi içinde yer alan cari açık göstergesi dış dengeyi temsil ederken, bütçe açığı da iç dengeyi temsil etmektedir. Bu beş değişkenin belli oranlarda ağırlıkları toplamından oluşan endeks değerindeki artış ekonomide iyileşme, azalış ise kötüleşmeyi ifade etmektedir.

Günümüz bilgisayar teknolojisi ve yazılımlarında yaşanan gelişmelere bağlı olarak, matematiksel ve istatistiksel tahmin ve hesaplama yöntemlerinde de önemli değişiklikler yaşanmıştır. Özellikle yapay zeka algoritmalarının ekonomik tahminlerde kullanılması araştırmacılara yeni bir yol açmıştır. Veri kaynağının geçmiş değerlerini ve bu dönemdeki değişimleri öğrenerek geleceğe yönelik bir tahminde bulunan bu yöntemler iktisat literatüründe de sıkça kullanılır olmaya başlamıştır. İlk kez OECD tarafından geliştirilmiş olan makroekonomik performans endeksi (MPE), bir önceki paragrafta bahsettiğimiz 5 ekonomik değişkenin belirlenmiş yüzde ağırlıklarının toplamına 100 değerinin ilave edilmesi ile elde edilmektedir. İşte bu çalışma ülkelerin sahip oldukları farklı ekonomik yapıların performans endeksinde yer alan değişkenlerin önceden belirlenmiş sabit ağırlıklarının da farklı olması



gerektiğini ortaya koymaktadır. Sürekli dış fazla veren ve sürekli dış açık veren farklı iki ülkede cari açığın endeks içindeki ağırlıkları yani önemi de farklı olmalıdır.

Bu çalışmada Türkiye'nin 1990 yılı sonrası makroekonomik performansı, yapay sinir ağı algoritması yöntemi ile hesaplanan makroekonomik performans endeksi ile yorumlamak amaçlanmıştır. Bu hesaplama endeks içinde yer alan değişkenlerin ağırlıklarının ne olması gerektiğini yine kendi içinde hesapladığı gibi, verilerin geçmişine bağlı olarak ülkelerin ekonomik yapısını da aslında dikkate almakta ve doğal olarak da elde edilen makroekonomik performans endeksi daha sağlıklı bir sonuç vermektedir. Bu motivasyonla çalışmamızın giriş bölümünü takiben ikinci bölümde makroekonomik performans endeksi tanımlanmış, üçüncü bölümde Türkiye'de 1990 sonrası makroekonomik gelişmeler özetlenmiş, dördüncü bölümde MPE ölçülmesine yönelik ilgili literatür sunulmuş ve beşinci bölümde çalışmada kullanılan yapay sinir ağı modeli verilmiş ve elde edilen makroekonomik performans endeksi verilerek yorumlanmıştır, genel bir değerlendirmenin yapıldığı sonuç bölümüyle çalışma tamamlanmıştır.

## 2. Makroekonomik Performans Endeksi (MPE)

İktisat teorisinde işsizlik, enflasyon ve ekonomik büyümenin 3 temel makroekonomik performans ölçütü olduğu vurgulanmaktadır. Ülkeler için yapılan makroekonomik performans değerlendirmeleri 1990'lı yıllara kadar bu üç ölçüt baz alınarak yapılmıştır. İlk defa 1987 yılında yayımladığı "World Economic Outlook" ta OECD, adı "magic diamond (sihirli elmas)" olarak adlandırılan yeni bir makroekonomi değerlendirme endeksi oluşturmuştur. İlk kullanımında 4 değişkenden oluşan bu endeks, zamanla 5 değişkenin belli oranda ağırlıkları toplamına 100 değerinin eklenmesi ile elde edilmiş ve literatürde "makroekonomik performans endeksi (MPE)" olarak yerini almıştır. Buna göre bir ülkenin makroekonomik performansını değerlendirmek üzere oluşturulacak bir MPE:

$$\begin{aligned} MPE = & \Delta GSYİH(\text{büyüme}) * \frac{30}{100} - \Delta T\ddot{U}FE(\text{enflasyon}) * \frac{20}{100} \\ & - \Delta \text{İşsizlik miktarı}(\text{işsizlik}) * \frac{20}{100} + \text{Bütçe açığı}/GSYİH * \frac{15}{100} \quad (1) \\ & + \text{Cari açık}/GSYİH * \frac{15}{100} + 100 \end{aligned}$$

ile elde edilmektedir<sup>1</sup>. MPE’de yer alan değişkenlerin endeks içindeki işaretlerine bakıldığında ekonomik büyümenin makroekonomide toplam üretim artışı anlamına gelmesinden dolayı pozitif olduğu ve endekse olumlu katkı yaptığı görülmektedir. Enflasyon, ekonomide hayat pahalılığına bağlı olarak talep daralmasına yol açacağı için endeks içindeki katkısı negatif olup, enflasyon oranının artması endeksin azalmasına neden olmaktadır. Benzer şekilde işsizliğin MPE’ye etkisi de negatiftir. İşsizlik beraberinde gelir ve satın alma gücü kaybına yol açacağı için endekste işsizliğin artması endekse olumsuz etki yapmaktadır. Aslında kamu harcama-gelir dengesinin yani iç ekonomik dengenin bir göstergesi olan bütçe açığının GSYİH’ya oranının da endekse etkisi negatiftir. Kamu açıklarındaki artış, MPE’nin azalmasına neden olmaktadır. Endeksin son değişkeni olan cari açığın GSYİH’ya oranı ülke ekonomisinin dış dengesini temsil ederken, bu oranın artmasının da MPE’ye etkisi negatiftir. Cari açık bir taraftan ülkelerin dövizle olan ihtiyaçlarını gösterirken bir taraftan da dışa bağımlılığın kapatılmadığını göstermekte ve bu oranın artmasının makroekonomik performansa olumsuz etki yapmasına sebep olmaktadır.

OECD tarafından geliştirilmiş olan ve sabit oranda ağırlıklardan oluşan MPE değerindeki artış, endeks içinde yer alan 5 değişkenin tümü ya da bir kısmında önemli iyileşmeler olduğunu ve bu nedenle de makroekonomik performansın iyi olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte MPE’de bir azalma ise, endeks içinde yer alan 5 değişkenin tümü ya da bir kısmında ciddi bozulmalara bağlı olarak makroekonomik performansın kötü olduğunu işaret etmektedir.

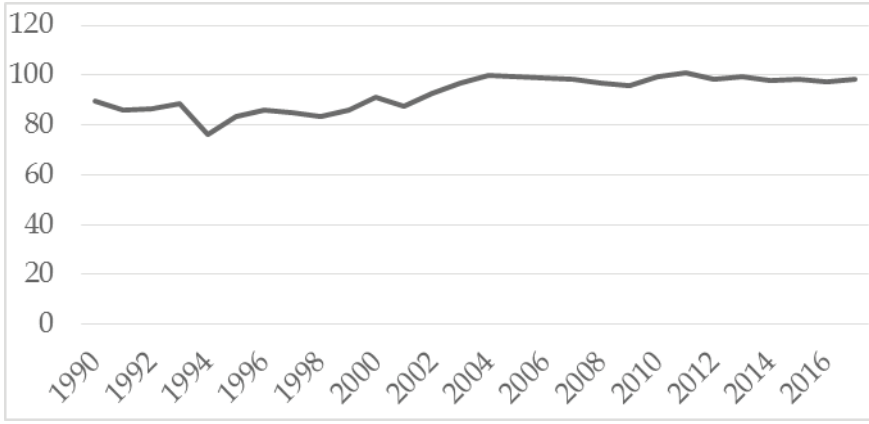
### 3. 1990 Sonrası Türkiye’nin Makroekonomik Performansı

Türkiye ekonomisi, ülkenin dışa açılma sürecinin başlangıcı olarak kabul edilen 24 Ocak 1980 Kararlarının ardından makroekonomik olarak son derece çalkantılı bir süreç yaşamıştır. Türkiye bu kararların ardından yıllardır sürdürdüğü “ithal ikameci” üretim politikasını bir tarafa bırakarak “ihracata yönelik büyüme” politikasını benimsemiştir. Türkiye’nin dışa açılma süreci beraberinde Türkiye’nin bir takım

1 1 nolu denklemde bütçe açığı ve cari açık değerleri negatif olduğu için denklem toplamına etkileri de negatiftir.

ekonomik krizler yaşamasına da neden olmuş, yaşanan bu krizler ekonominin hızlı yükselişini zaman zaman sekteye uğratmıştır. Aşağıda Türkiye'nin 1990 sonrası makroekonomik performansını görmek üzere OECD'nin geliştirdiği standart yöntemle hesapladığımız MPE endeksi grafik olarak verilmiştir<sup>2</sup>.

**Grafik 1:** Türkiye'nin Makroekonomik Performansı (OECD Yöntemi)



Grafik 1'den de görüldüğü üzere Türkiye ekonomisi 1990-2017 yılları arasında beş önemli kriz ile karşı karşıya kalmıştır. Türkiye'nin makroekonomik performansı 1991, 1994, 1998, 2001 ve 2009 yıllarında dip yapmıştır. 1991'de yaşanan finansal kriz ile cari açık 2.6 milyar dolar, enflasyon oranı %52.4, büyüme hızı ise %0.3 olarak gerçekleşmiştir. 1994'te yaşanan diğer bir finansal krizde 1 milyar dolar olan cari açık 6.4 milyar dolara, enflasyon oranı %106'ya işsizlik oranı ise %20'ye yükselmiştir. 1998 yılında Asya ve Rusya'da başlayan krizin etkileri Türkiye'ye de yansımıştır. 1998-1999 krizi ile beraber GSMH'da %6.4 düşüş meydana gelirken, 1999 yılında yaşanan Marmara depremi ile iç ve dış borç stokunda hızlı bir artış yaşanmıştır. 2000-2001 krizi ile cari işlemler açığı 9.8 milyar dolara çıkarken, kriz ile birlikte %6.5 olan işsizlik oranı 2002 yılında %10.3'e yükselmiştir. Susam ve Bakkal (2008) Türkiye ekonomisinin 2000-2001 döneminde yaşadığı ekonomik kriz ile bir durgunluk süreci yaşadığını ancak uygulanan sıkı para ve maliye politikaları ile yeniden ekonominin toparlanma sürecine

2 MPE hesaplamasında kullanılan veriler TÜİK veri bankasından elde edilmiştir.

girdiğini belirtmişlerdir. Yaşanan bu toparlanma süreci, her ne kadar Türkiye kaynaklı bir kriz olmasa da 2008 yılında ABD merkezli Global Finans Krizi ile küresel bazda ve AB ülkelerinde yaşanan gelişmeler, Türkiye'yi de olumsuz etkilemiştir. 2008 krizi sonucunda Türkiye'nin cari açığında ve işsizlik oranlarında artış yaşanmış ve büyümede düşüş meydana gelmiştir. Sancak ve Demirbaş (2011), 2002 sonrası dönemden 2007 yılına kadar Türkiye ekonomisinin birçok Avrupa ülkesi ile karşılaştırıldığında yüksek bir büyüme oranı yakaladığını belirtirken, 2008 krizi ile birlikte hem tüm dünyada hem de Türkiye'de yaşanan belirsizlik bir yandan talebi düşürürken diğer yandan üretimin daralmasına neden olduğunu ifade etmişlerdir. Görüldüğü gibi 1990 sonrası yaşanan dönemde Türkiye ekonomisi makroekonomik açıdan dalgalı bir performans sergilerken, bu dönemde sadece 2011 yılında MPE 100 değerini geçebilmiştir.

#### 4. Literatür

Literatürde farklı dönemlerde ve farklı değişkenler kullanılarak ülkelerin makroekonomik performansı değerlendirilmiştir (Moesen ve Cherchye, 1998; Hutton vd. 1998; Aiginger, 2011; Chattopadhyay ve Bose, 2015; Lovell vd. 2015). Demireli ve Özdemir (2013) 2005-2011 dönemi verileri kullanarak Veri Zarflama Analizi (VZA) yöntemi ile 13 Avrupa ülkesinin makroekonomik performansını değerlendirmişlerdir. Çalışmanın bulgularına göre 2005 ve 2006 döneminde makroekonomik performans açısından etkin ülkeler Almanya, İrlanda, İngiltere ve Norveç iken 2007 ve sonrası dönemde sadece Almanya ve Norveç'in performans olarak etkin olduğu görülmüştür. Kowalski (2013) iki farklı dönem için (1990-2012 ve 2008-2009) Polonya ekonomisi ile Macaristan, Çekya, Slovakya ve Ukrayna'nın makroekonomik göstergelerini karşılaştırmıştır. Elde edilen sonuçlara göre Polonya ve Macaristan'ın merkezi bir ekonomiden piyasa ekonomisine geçiş için en iyi durumdaki ülkeler olduğunu ortaya koymuştur. Teixeira (2014) 1997-2012 dönemi için bazı seçilmiş ülkelerin makroekonomik performansını sihirli elmas yöntemini kullanarak değerlendirmiştir. Sonuçlar Çin ve Asya ülkelerinin iyi bir performans sergilediğini göstermiştir. Wang ve Le (2018) gelişmiş ülkelerdeki ve Asya'daki gelişmekte olan ülkelerdeki makroekonomik performansı 2013-2016 ve 2017-2020 arasındaki dö-

nemlerde tahmin etmişlerdir. VZA yönteminin kullanıldığı çalışmada makroekonomik gösterge olarak kamu borcu, reel GSYİH büyümesi, enflasyon oranı ve işsizlik oranı kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlar İsviçre, Singapur ve ABD'nin zaman içinde en başarılı makroekonomik performansı sergileyen ülkeler olduğunu ortaya koymuştur.

Türkiye'nin içinde yer aldığı çalışmalardan Güran ve Tosun (2005) 1951-2003 dönemi verilerini kullanarak Türkiye'nin makroekonomik performansını ekonomik büyüme, enflasyon oranı, işsizlik oranı ve cari işlemler açığı temelinde VZA yöntemi ile incelemişlerdir. Elde ettikleri sonuca göre söz konusu tarih aralığında Türkiye ekonomisinin makroekonomik performansı düşmüştür ve makroekonomik performans açısından en kötü yılların kriz yılları olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Eleren ve Karagül (2008), TOPSİS (Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution) yöntemi ile 1986-2006 dönemi için Türkiye ekonomisinin performansını değerlendirmişlerdir. Elde ettikleri sonuca göre ekonomik performans açısından Türkiye 1986 yılında en iyi performans göstermiştir. Karabulut vd. (2008) Türkiye ve Avrupa Birliği'ne üye ülkelerin makroekonomik performanslarını karşılaştırmışlardır. 2001-2005 dönemi verileri kullanılarak VZA yöntemi ile yapılan analizde etkinlik açısından tüm ülkeler içinde Türkiye'nin en iyi beşinci, toplam faktör verimliliğindeki değişime açısından ise Türkiye'nin yirmi birinci ülke olduğu hesaplanmıştır. Önder vd. (2015) Brezilya, Türkiye, Hindistan, Endonezya ve Güney Afrika ülkelerinin makroekonomik performanslarını 2001-2013 dönemi verilerini kullanarak Analytical Network Process (ANP) ve TOPSİS yöntemleri ile incelemişlerdir. Elde edilen bulgular Türkiye'nin 2008-2009 döneminde en kırılgan ekonomiye sahip olmasına rağmen, sonrasında Türkiye ekonomisinin nispeten yüksek olduğunu göstermiştir. Eyüboğlu (2016) 2003-2013 dönemi verilerini, ANP ve TOPSİS yöntemlerini kullanarak Türkiye, Polonya, Meksika, Şili, Malezya, Macaristan, Endonezya, Çin, Arjantin ve Brezilya ülkelerinin makroekonomik performanslarını incelemiştir. Elde edilen sonuca göre makroekonomik performans açısından en iyi olan ülkelerin Malezya ve Çin olduğu tespit edilmiştir. Gür (2017) büyüme oranı, enflasyon oranı, işsizlik oranı ve cari açık göstergelerini dikkate alarak 2002-2016 dönemi için Türkiye'nin makroekonomik performansı değerlendirmiştir. Elde edilen sonuca göre makroekonomik performans açısından Türkiye ekonomisinin en kırılgan olduğu göstergeler işsiz-

lik ve cari açık sorunu olmuştur. Akın (2017) on bir makroekonomik gösterge kullanarak seçilmiş bazı İslam ülkelerinin makroekonomik performanslarını 2007-2016 dönemi için değerlendirmiştir. Yapılan değerlendirme sonucunda on iki İslam ülkesi içinde Türkiye ekonomisi büyümede, bütçe dengesinde, kamu borcunda, enflasyonda ve cari dengede sırasıyla beşinci, yedinci, sekizinci, dokuzuncu ve on ikinci sırada yer almıştır. Altay Topçu ve Oralhan (2017) karar verme yöntemleri olan TOPSIS ve ELECTRE yöntemlerini kullanarak OECD ülkelerinin ekonomik performansını 2010-2015 dönemi için değerlendirmişlerdir. TOPSIS ve ELECTRE yöntemlerinden elde edilen sonuca göre Türkiye'nin OECD ülkeleri içinde makroekonomik performans sıralaması 29 olarak bulunmuştur. Ekren vd. (2017) Türkiye, Brezilya ve Polonya'nın makroekonomik performansını 2001-2014 dönemi verilerini kullanarak threshold otoregresyon (TAR) modeli ile değerlendirmişlerdir. Her üç ülkede de herhangi bir şokun uzun süreli bir etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Yükseler (2018) Türkiye ve 15 ülkenin makroekonomik göstergelerini 2003-2016 dönemi verilerini kullanarak karşılaştırmıştır. Söz konusu dönemde Türkiye'nin MEP'i 96,7 olarak tahmin edilmiş ve 15 ülke içinde Brezilya ile birlikte son sıralarda yer almıştır. Al ve Baday Yıldız (2019) sihirli elmas yöntemini kullanarak 2006-2017 dönemi için Türkiye'nin makroekonomik performansını incelemişlerdir. Çalışmada Türkiye ekonomisinin en iyi ve en kötü performans gösterdiği yıllar sırasıyla 2012 ve 2009 olarak tespit edilmiştir.

## **5. Yapay Sinir Ağı Yöntemi (YSA) ile MPE'nin Hesaplanması**

Yapay sinir ağları veri setindeki veriler arasındaki ilişkiyi gösteren denklem yapısı net olarak belli olmadığı durumlarda insan beyninin biyolojik sinir yapısını taklit ederek sinirsel algılayıcılar yardımı ile önceden öğrenilmiş ya da sınıflandırılmış bilgileri kullanan böylece veriler arasında ilişki ağı kurarak tahminler yapabilen bir bilgisayar öğrenmesine dayalı program olarak ifade edilebilir. İlk ilkel yapay sinir ağı modeli Warren McCulloch ve Walter Pitts tarafından 1943 yılında geliştirilmiş olup günümüze kadar bilgisayar ve teknoloji bilimlerindeki gelişim ile doğru orantılı olarak güncelliğini sürdürmektedir. Özellikle son yıllarda bilimin hemen her alanında tahmin süreçlerinde sıklıkla başvurulan bir yöntem olarak dikkati çekmektedir.

YSA yöntemi kullanılarak MPE hesaplaması için çalışmanın 3. bölüm başlığı altında MPE hesaplamasında 1990-2017 dönemi için kullanılan verilerinden yararlanılmıştır. Bu bağlamda Türkiye İstatistik Kurumu veri bankasından elde edilen veriler ve (1) numaralı denklemden elde edilen MPE aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

**Tablo 1:** Türkiye'nin 1990-2017 Yıllarındaki MPE ile İlgili Verileri

Yıl	$\Delta$ İşsizlik miktarı (işsizlik)	$\Delta$ GSYİH (büyüme)	$\Delta$ TÜFE (enflasyon)	Bütçe açığı/GSYİH	Cari açık/GSYİH	MPE-100	MPE
1990	8.015	9.2661	60.3038	-3.01	-0.2613	-11.3746	88.6253
1991	8.21	0.7202	65.9785	-5.28	0.0249	-15.4099	84.5901
1992	8.509	5.0356	70.0761	-4.3	-0.0922	-14.8652	85.1348
1993	8.962	7.6512	66.0938	-6.67	-0.5355	-13.7966	86.2033
1994	8.577	-4.6681	105.215	-3.91	0.3019	-24.7	75.2999
1995	7.644	7.8782	89.1133	-4.02	-0.2069	-17.622	82.3779
1996	6.629	7.3796	80.4121	-8.26	-0.2014	-16.4635	83.5364
1997	6.841	7.5776	85.6693	-7.62	-0.2084	-17.403	82.5969
1998	6.888	2.3081	84.6413	-5.3	0.1087	-18.3921	81.6078
1999	7.687	-3.3892	64.8674	-8.5	-0.0542	-16.8108	83.1891
2000	6.495	6.6401	54.9153	-7.8	-0.5451	-11.5418	88.4582
2001	8.381	-5.9623	54.4001	-11.8	0.2816	-16.0727	83.9273
2002	10.358	6.4301	44.9641	-11.2	-0.0393	-10.8213	89.1787
2003	10.542	5.6083	21.6024	-8.6	-0.3633	-6.0908	93.9091
2004	10.838	9.6442	8.5982	-5.3	-0.5261	-1.8679	98.1321
2005	10.636	9.0099	8.1791	-1.2	-0.6276	-1.3342	98.6657
2006	8.7183	7.1097	9.5972	-0.7	-0.8462	-1.7621	98.2378
2007	8.8683	5.0304	8.7561	-1.6	-0.8201	-2.3787	97.6212
2008	9.7099	0.8452	10.4441	-1.8	-0.7737	-4.1633	95.8367
2009	12.5522	-4.7044	6.2509	-5.3	-0.2642	-6.0066	93.9933
2010	10.6597	8.4873	8.5664	-3.6	-0.867	-1.9690	98.0309
2011	8.7959	11.1135	6.4718	-1.4	-1.3405	-0.1305	99.8694

2012	8.1495	4.7899	8.8915	-1.9	-0.8231	-2.3797	97.6202
2013	8.7319	8.4913	7.4930	-1.1	-1.0042	-1.013	98.9867
2014	9.8798	5.1666	8.8545	-1.1	-0.7007	-2.4669	97.5330
2015	10.236	6.0858	7.6708	-1.1	-0.5601	-2.0046	97.9953
2016	10.8386	3.1838	7.7751	-1.3	-0.5754	-3.0489	96.9510
2017	10.8192	7.4412	11.1443	-1.6	-0.8341	-2.5254	97.4745

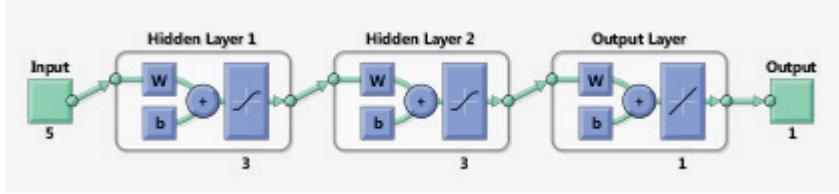
İlk olarak YSA modeli ile MPE-100 değeri tahmin edilmiş daha sonra tahmin değerlerinden bazıları yardımıyla (1) lineer denkleminin katsayıları belirlenmeye çalışılmıştır.<sup>3</sup>

Tablo 1'in yedinci sütunundaki MPE değeri (1) de ifade edilen formüle göre hesaplanmıştır. Bu kısımda MATLAB programındaki Artificial Neural Network (Yapay Sinir Ağı)'den yararlanarak bilgisayar öğrenmesine dayalı olarak işlemler yapılmıştır. Bu doğrultuda yapay sinir ağı modeli için Tablo 1'deki *Δİşsizlik miktarı*, *ΔGSYİH*, *ΔTÜFE*, *Bütçe açığı/GSYİH* ve *Cari açık/GSYİH* sütunundaki değerler girdileri ve MPE-100 sütunundaki değer ise çıktıyı ifade edecek şekilde matlab kodları yazılarak ileri beslemeli bir model oluşturulmuştur. Dolayısıyla 5 tane girdi 1 tane çıktı ve daha iyi performanslı bir öğrenme olabilmesi için 2 tane gizli tabaka (Hidden Layer) ve her bir gizli tabakada 3'er tane farklı fonksiyon tipleri olacak biçimde bilgisayar öğrenmesi amaçlanmıştır. Gerekli gizli katman sayısından az gizli katmana sahip yapay sinir ağları komplike fonksiyonların çözümünde yetersiz kalırken, çok fazla gizli katmana sahip yapay sinir ağları ise istenmeyen kararsızlıklarla karşılaşmaktadır (Ataseven, 2013). Dolayısıyla modelde 2 tane gizli katman ile çalışılması planlanmıştır.

3 (1) denkleminde MPE hesaplaması içerisinde sabit 100 değeri eklenmektedir. Bu değer sabit olmasından ve (1) denklemindeki parametreler arasındaki ilişkinin tasarlandığı YSA modelinde hatayı minimize edebilmek için MPE-100 parametresi kullanılarak optimizasyon yapılmıştır.

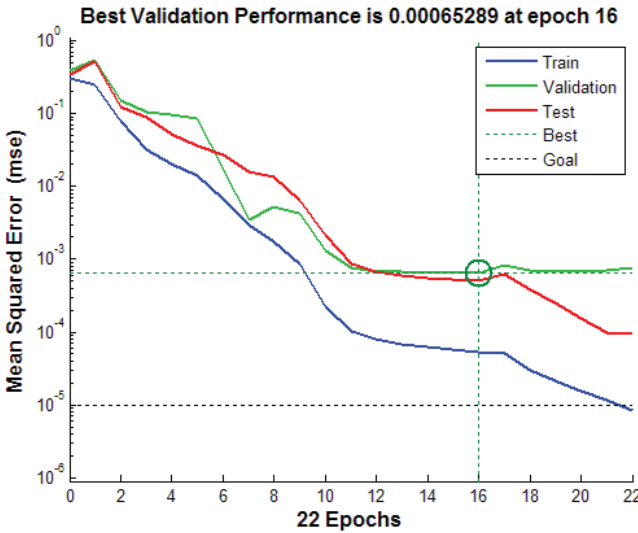


Şekil 1: YSA öğrenme modeli



Bilgisayar öğrenmesi için Levenberg-Marquardt öğrenme biçimi ve modelin performansı için ise Mean Squared Error (MSE)'den faydalanılmıştır. Tablo 1'deki 28 satırlık yukarıda bahsedilen girdi ve çıktılara ait verilerin %80'i eğitime (ilk 22 satır) %20 si ise teste (son 6 satır) ayrılmıştır. Bilgisayarın öğrenme işlemine ise testte en az %90'lık bir öğrenme oranı (learning rate) yakalayana kadar devam edilmiştir.

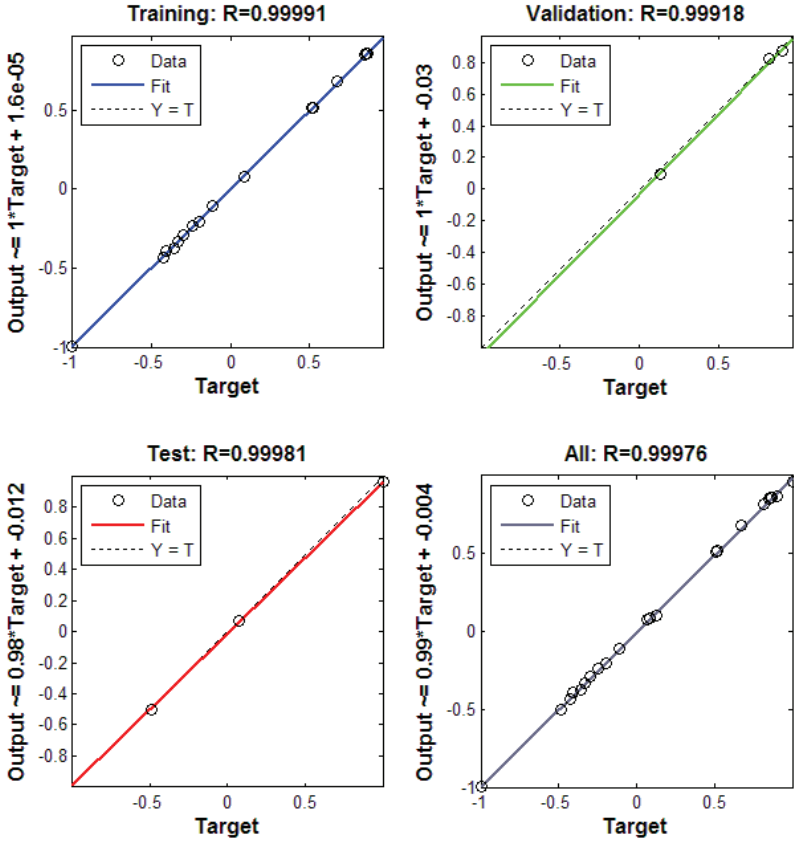
Şekil 2: YSA modelinin hata performansı



YSA'nın test sürecinde hata kareler ortalamasının  $10^{-3}$  den küçük olması planlanmıştır. Şekil 2'de bu değer 16. döngüde  $0.00065289 < 10^{-3}$  olarak bulunmuştur. Bu değer olabildiğince 0'a yaklaşması tahmin sürecinde YSA modelinin en iyi performansı sergilediğini göstermektedir.

YSA, MPE-100 değeri çıktıları (Output) bağımlı değişken ve Tablo 1'deki MPE-100 değerleri (Target) bağımsız değişken olacak şekilde regresyon doğruları Şekil 3'te verilmiştir.

Şekil 3: MPE-100 değerleri için YSA modelinin sonuçları ile formülden hesaplanan veriler arasındaki regresyon doğruları



Şekil 3'den de görüleceği üzere regresyon katsayısı 0,9764 olacak şekilde

$$Output = 0,99 * Target + 0,004 \quad (2)$$

olarak ifade edilen bir regresyon doğru denklemi elde edilmiştir. Böylece aşağıdaki tabloya ulaşılabilir.

**Tablo 2: MPE – 100MPE – 100 değeri için elde edilen değerler**

Yıl	MPE-100 (Hesaplanan değer)	MPE-100 (YSA tahmini değer)
1990	-11.3746	-11.4058
1991	-15.4099	-15.2904
1992	-14.8652	-14.9128
1993	-13.7966	-13.7392
1994	-24.7	-24.6717
1995	-17.622	-17.7298
1996	-16.4635	-16.5080
1997	-17.403	-17.2466
1998	-18.3921	-18.56240
1999	-16.8108	-16.9833
2000	-11.5418	-11.5102
2001	-16.0727	-16.0148
2002	-10.8213	-11.1897
2003	-6.0908	-6.1275
2004	-1.8679	-1.8191
2005	-1.3342	-1.7338
2006	-1.7621	-1.8516
2007	-2.3787	-2.3679
2008	-4.1633	-4.0214
2009	-6.0066	-6.0570
2010	-1.9690	-2.0012
2011	-0.1305	-0.5778
2012	-2.3797	-2.2578
2013	-1.0132	-1.3015
2014	-2.4669	-2.6091
2015	-2.0046	-2.3141
2016	-3.0489	-3.3074
2017	-2.5254	-2.5528

Burada tekrar bir optimizasyon yapılmıştır. Denklem (1)'deki değişkenlerin ağırlıkları % cinsinden a, b, c, d, ve e olmak üzere

$$\begin{aligned} MPE - 100 = & \Delta GSYİH(\text{büyüme}) * \frac{a}{100} - \Delta T\ddot{U}FE(\text{enflasyon}) * \frac{b}{100} \\ & - \Delta \text{İşsizlik miktarı}(\text{işsizlik}) * \frac{c}{100} + \text{Bütçe açığı}/GSYİH * \frac{d}{100} \quad (3) \\ & + \text{Cari açık}/GSYİH * \frac{e}{100} \end{aligned}$$

şeklinde. Bu denklemde 5 tane ağırlık olduğu için Tablo 2’de formülden hesaplanan  $MPE - 100MPE - 100$  değeri için rasgele olan 5 tahmin değeri seçilmiştir. Burada amaç Türkiye için en uygun a, b, c, d, ve e ağırlıklarını bulmaktır. Böylece aşağıdaki tablo elde edilir.

**Tablo 3:** Türkiye’nin Bazı Yıllara Ait Tahmini MPE-100 Değeri ve Bu Yıllara Ait Parametreler

Yıl	$\Delta GSYİH$ (büyüme)	$\Delta TÜFE$ (enflasyon)	$\Delta$ İşsizlik miktarı (işsizlik)	Bütçe açığı/GSYİH	Cari açık/GSYİH	MPE-100 (YSA tahmini değer)
2003	5.6083	21.6024	10.542	-8.6	-0.3633	-6.1275
2007	5.0304	8.7561	8.8683	-1.6	-0.8201	-2.3679
2008	0.8452	10.4441	9.7099	-1.8	-0.7737	-4.0214
2009	-4.7044	6.2509	12.5522	-5.3	-0.2642	-6.0570
2017	7.4412	11.1443	10.8192	-1.6	-0.8341	-2.5528

Tablo 3’ de 2003,2007-2009 ve 2017 yıllarının seçilmesinin nedenleri aşağıdaki gibi verilebilir;

- 1990-2002 yılları arası değerler YSA modelinde kullanıldı. Ancak ekonomik parametrelerin değişkenliği yüzünden Türkiye’ nin özellikle tek parti iktidarı sürecindeki performansı için parametre ağırlıklarının araştırılması amaçlanmıştır.
- Tablo 2’ de görüleceği üzere MPE-100 değeri için hesaplanan değer ile YSA’ nın tahmin değerinin matematiksel olarak olabildiğince birbirine yakın olması istenmiştir.
- 2009 kriz dönemi ve bu dönemin öncesiyle düşünüldüğünde özellikle bu yıllardaki (2007-2009) Türkiye’ nin performansı için parametre ağırlıklarının araştırılması amaçlanmıştır.

(3) nolu denklem ve Tablo 3 birlikte düşünüldüğünde aşağıdaki denklem sistemi elde edilir.

$$\begin{aligned} 5.6083 * \frac{a}{100} - 21.6024 * \frac{b}{100} - 10.5420 * \frac{c}{100} - 8.6 * \frac{d}{100} - 0.3633 * \frac{e}{100} &= -6.1275 \\ 5.0304 * \frac{a}{100} - 8.7561 * \frac{b}{100} - 8.8683 * \frac{c}{100} - 1.6 * \frac{d}{100} - 0.8201 * \frac{e}{100} &= -2.3679 \\ 0.8452 * \frac{a}{100} - 10.4441 * \frac{b}{100} - 9.7099 * \frac{c}{100} - 1.8 * \frac{d}{100} - 0.77371 * \frac{e}{100} &= -4.0214 \quad (4) \\ -4.7044 * \frac{a}{100} - 6.2509 * \frac{b}{100} - 12.5522 * \frac{c}{100} - 5.3 * \frac{d}{100} - 0.2642 * \frac{e}{100} &= -6.0570 \\ 7.4412 * \frac{a}{100} - 11.1443 * \frac{b}{100} - 10.8192 * \frac{c}{100} - 1.6 * \frac{d}{100} - 0.8341 * \frac{e}{100} &= -2.5528 \end{aligned}$$

(4) nolu lineer denklem sisteminin çözülmesiyle Türkiye için parametrelere ait aşağıdaki ağırlıklar elde edilir.

**Tablo 4.** Türkiye için MPE Değeriyle İlgili Parametrelerin Hesap Edilen Yaklaşık Ağırlıkları

$\Delta GSYİH$ (büyüme)	$\Delta TÜFE$ (enflasyon)	$\Delta$ İşsizlik miktarı (işsizlik)	Bütçe açığı/GSYİH	Cari açık/GSYİH
% 27.4629	% 17.2575	% 20.2079	% 19.8985	% 16.9135

Tablo 4'te görüldüğü gibi YSA yöntemi kullanılarak yapılan analiz MPE içinde yer alan 5 değişkenin ağırlıklarını kendi çözümü içinde belirlemiştir. OECD tarafından geliştirilen standart yöntemde ise bu değişkenlerin endeks içindeki ağırlıkları önceden belirlenmiş ve sabittir. Bu durumda sabit ağırlıklar, OECD üyesi ülkelerin ekonomik yapılarının ancak homojen olması durumunda bir anlam ifade edecektir ki, üye ülkelerin ekonomik yapıları homojen de değildir. Tablo 4'te görüldüğü gibi YSA çözümü sonucu MPE standart hesaplaması içinde %30 ağırlığı bulunan ekonomik büyüme oranı 1990-2017 dönemi Türkiye için %-2.5 oranında daha az çıkmıştır. YSA yöntemi ile yapılan tahminde işsizlik oranının endeks içindeki ağırlığı değişmemiş ve %20 oranında sabit kalmıştır. Standart MPE hesaplamasında endeks içindeki ağırlığı %20 olan enflasyon ise YSA tahmininde %-2.75 oranında azalmıştır. YSA tahmininde endeks hesaplaması içinde azalma gösteren büyüme ve enflasyon ağırlıkları kendilerini bütçe ve cari açıkta artan ağırlık oranları olarak göstermişlerdir. Standart MPE hesaplamasında endeks içi ağırlıkları %15'er olan bütçe ve cari açık değişkenlerinin ağırlıkları Türkiye için 1990-2017 döneminde artarak sırasıyla yaklaşık %20 ve %17'ye yükselmişlerdir.

Sonuç olarak kısaca özetlemek gerekirse, YSA yöntemine göre yapılan MPE içinde yer alan değişkenlerin ağırlık tahminine göre Türkiye’de 1990-2017 döneminde makroekonomik performansın belirlenmesinde ekonomik büyüme ilk önemli makro değişken, işsizlik ikinci, bütçe açığı üçüncü, enflasyon dördüncü ve cari açık da beşinci değişken olarak karşımıza çıkmıştır. Bununla birlikte standart OECD MPE hesaplaması ile YSA ile tahmin edilen değişken ağırlıklarıyla elde edilecek bir MPE hesaplaması arasında ciddi bir fark ortaya çıkmayacaktır. Bunun nedeni ise, her ne kadar YSA ile yapılan MPE içinde yer alan değişkenlere ait ağırlıklar standart ağırlıklara göre değişiklik göstermişse de aradaki farkın yorumlamayı değiştirecek kadar yüksek olmamasıdır. Çalışmada yapılan tahminler aslında OECD’nin MPE içinde değişkenlere ait ağırlık oranlarını neredeyse ideale yakın olarak belirlediğini de ortaya çıkarmıştır.

## 6. Sonuç

Uzun yıllardır, özellikle II. Dünya Savaşı sonrası ortaya çıkan uluslararası ekonomik kuruluşlar, ülkelere ait ekonomik verileri tuttukları gibi bu verilerden hareketle ülke ekonomileri hakkında yorumlar içeren raporlar da yayımlamaktadırlar. Ülke ekonomileri makroekonomik açıdan değerlendirilmek istendiğinde büyüme, işsizlik ve enflasyon oranları önemli birer gösterge olarak kabul edilmektedir. Bu değişkenlerdeki iyileşmeler ekonominin iyi yolda olduğu anlamına gelirken, kötüleşmeler de gidişatın iyi olmadığı şeklinde yorumlanmıştır. Hükümetler için de bu endeks, uyguladıkları ekonomi politikalarının başarısını değerlendirmede önemli bir gösterge niteliği taşımaktadır. İlk defa 1987 yılında OECD tarafından kullanılan “sihirli elmas” yönteminde ülke ekonomilerinin makroekonomik performansları, içerisinde 5 makro değişkenin belirlenmiş ağırlık oranları toplamına 100 eklenmesiyle elde edilmiştir. OECD tarafından yayımlanan birçok ülke raporu ve birçok bilimsel çalışmada ülkelerin makroekonomik performansları zamanla, “Makro Ekonomik Performans Endeksi” olarak bilinen bu endeks ile değerlendirilmeye başlamıştır. Bu çalışmada Türkiye’nin 1990-2017 dönemi makroekonomik performans endeksi “sihirli elmas” yöntemi ile hesaplanmış ve yorumlanmış, aynı zamanda standart MPE’de yer alan 5 makroekonomik değişkenin yeni bir endeks oluşturmada göre-

ce daha yeni bir yaklaşım olan “Yapay Sınır Ağı” yöntemi ile endeks içindeki ağırlıklarının ne olacağı tahmin edilmiştir. Yapılan tahminde standart MPE hesaplamasında işsizlik oranının %20 olan ağırlığı değişmemiş, ekonomik büyümenin endeks içi ağırlığı %30’dan yaklaşık %27’ye ve enflasyonun %20 olan ağırlığı %17’ye gerilemiş, bütçe ve cari açık değişkenlerinin ağırlıkları da %15’den sırasıyla %20 ve %17’ye yükselmiştir. Yapılan tahminler, makroekonomik performans değerlendirmesinde önemli bir gösterge niteliği taşıyan 5 makro değişkenin, ülke ekonomilerinin gösterdikleri yapıya bağlı olarak ekonomi içindeki önem ağırlıklarının farklı olabileceğini göstermiştir. Bu nedenle özellikle ülkemiz açısından değerlendirildiğinde elde edilen değişken ağırlıkları neticesine göre ekonomi yönetimlerinin makroekonomide başarı için öncelikle ekonomik büyüme, enflasyon, bütçe açığı, işsizlik ve cari açığa odaklanmaları gerektiği söylenebilir.

### Kaynakça

- Aiginger, K. (2011). “Why Performance Differed Across Countries in the Recent Crisis: How Country Performance in the Recent Crisis Depended on Pre-crisis Conditions”. *WIFO Working Papers*, 387: 1-23.
- Akın, F. (2017). “Türkiye ve Seçilmiş İslam Ülkelerinin Makroekonomik Göstergelerinin Karşılaştırılması”. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(4), 60-73.
- Al, İ., ve Baday Yıldız, E. (2019). “Türkiye’nin 2006-2017 Dönemi Makroekonomik Performansı: Sihirli Kare Yaklaşımı”. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 33(1), 303-320.
- Altay Topçu, B., ve Oralhan, B. (2017). “Türkiye ve OECD Ülkeleri’nin Temel Makroekonomik Göstergeler Açısından Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri İle Karşılaştırılması”. *International Journal of Academic Value Studies*, 3(14), 260-277.
- Ataseven, B., (2013). “Yapay Sınır Ağları ile Öngörü Modellemesi”. *Öneri Dergisi*, 10(39), 101-115.
- Chattopadhyay, S. ve Bose, S. (2015). “Global Macroeconomic Performance: A Comparative Study Based on Composite Scores”. *Journal of Reviews on Global Economics*, 4, 51-68.

- Demireli, E., & Özdemir, A. Y. (2013). "Seçilmiş Avrupa Ülkelerinde Makroekonomik Performans Ölçümü: Şans Kısıtlı Veri Zarflama Analizi İle Bir Uygulama". *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (37), 303-320.
- Ekren, N., Aykaç Alp, E., & Yağmur, M. H. (2017). "Macroeconomic Performance Index: A New Approach to Calculation of Economic Wellbeing". *Applied Economics*, 49(53), 5462-5476.
- Eleren, A. & Karagül, M. (2008). "1986-2006 Türkiye Ekonomisinin Performans Değerlendirmesi". *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, Cilt 15, Sayı 1: 1-14.
- Eyüboğlu, K. (2016). "Comparison of Developing Countries' Macro Performances With AHP and TOPSIS Methods". *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1), 131-146.
- Gür, B. (2017). "Türkiye'nin Makroekonomik Performansı Üzerine Bir Değerlendirme: 2002-2016 Dönemi". *Social Sciences Studies Journal*, 3(5), 726-737.
- Güran, M., ve Tosun, M. (2005). "Türkiye Ekonomisinin Makro Ekonomik Performansı: 1951-2003 Dönemi İçin Parametrik Olmayan Bir Ölçüm". *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 60(4), 89-115.
- Hutton, A., Dow, A. ve Deeney, T. (1988). "Meaning and Measurement of National Economic Success: UK Relative Economic Performance in the 1980s". *Economic Issues*, 3(2): 73-86.
- Karabulut, K., Ersungur, Ş. M., & Polat, Ö. (2008). "Avrupa Birliği Ülkeleri Ve Türkiye'nin Ekonomik Performanslarının Karşılaştırılması: Veri Zarflama Analizi". *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22(1), 1-11.
- Kowalski, T. (2013). "Poland's Long-term Macroeconomic Performance and Recent Trends: A Comparative Analysis". In *CESifo Forum* (Vol. 14, No. 1, pp. 41-56). München: ifo Institut-Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München.
- Lovell, C.A.K., Pastor, J.T. and Turner, J.A. (1995). "Measuring Macroeconomic Performance in the OECD: A Comparison of European and Non-European Countries". *European Journal of Operational Research*, 87, 507-518.



- McCulloch, W. S., & Pitts, W. (1943), "A Logical Calculus of Ideas Immanent in Nervous Activity". *Bulletin of Mathematical Biophysics*, 5:115-133. Reprinted in *Neurocomputing: Foundations of Research*. Edited by James A. Anderson and Edward Rosenfeld. MIT Press, 1988. 15-27.
- Moesen, W. and Cherchye, L. (1998). "The Macroeconomic Performance of Nations Measurement and Perception". *Centre for Economic Studies Catholic University of Leuven Discussion Paper Series*, 98.22: 1-29.
- OECD (1987), *World Economic Outlook*, Published in Paris/FRANSA.
- Önder, E., Taş, N., ve Hepsen, A. (2015). "Economic Performance Evaluation of Fragile 5 Countries after the Great Recession of 2008-2009 using Analytic Network Process and Topsis Methods". *Journal of Applied Finance & Banking*, 5(1), 1-17.
- Sancak, E., ve Demirbaş, E. (2011). "Küresel Ekonomik Kriz Ve Türkiye Konut Sektörüne Etkileri". *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(3), 171-190.
- Susam, N., ve Bakkal, U. (2008). "Kriz Süreci Makro Değişkenleri ve 2009 Bütçe Büyüklüklerini Nasıl Etkileyecek?". *Maliye dergisi*, 155, 72-88.
- Teixeira, J. R. (2014). "Index of Macroeconomic Performance for a Subset of Countries: A Kaldorian Analysis from the Magic Square Approach Focusing on Brazilian Economy in the Period 1997-2012". *Panoeconomicus*, 61(5), 527-542.
- TÜİK, (2019), *Temel İstatistikler*, www.tuik.gov.tr.
- Wang, C. N., and Le, A. (2018). "Measuring the Macroeconomic Performance among Developed Countries and Asian Developing Countries: Past, Present, and Future". *Sustainability*, 10(10), 1-18.
- Yükseler, Z. (2018). Türkiye'nin Görelî Makroekonomik Performansı-2003-2016 Dönemi Ülke Karşılaştırması. Teknik rapor, [https://www.researchgate.net/publication/318497727\\_Turkiye\\_nin\\_Makroekonomik\\_Performansi\\_2003-2016\\_Donemi\\_Ulke\\_Karsilastirmasi](https://www.researchgate.net/publication/318497727_Turkiye_nin_Makroekonomik_Performansi_2003-2016_Donemi_Ulke_Karsilastirmasi) (Erişim tarihi:27.06.2019).

## Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi

### Yayın İlkeleri

1. *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, yılda iki defa (Ağustos-Aralık) yayımlanan uluslararası hakemli bir dergidir.
2. Yayınlar için ücret talep edilmez.
3. *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, ulusal ve uluslararası düzeyde bilimsel niteliklere sahip çalışmalarını yayımlayarak; ekonomi ve finans, beşerî ve sosyal bilimler, işletme ve yönetim, İslâm iktisadı ve hukuku ile kamu yönetimi alanlarında bilgi birikimine katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.
4. Derginin yayın dili Türkçe ve İngilizce'dir. Diğer dillerdeki çalışmalara ise Yayın Kurulu karar verir.
5. Dergide yayımlanacak makaleler, öncelikle kendi alanlarına uygun araştırma yöntemleri kullanılarak hazırlanmış özgün ve akademik çalışmalar olmalıdır. Ayrıca bilimsel alana katkı niteliğindeki tercüme, saha araştırmaları, araştırma notu, tebliğ ve konferans metinleri, kongre, sempozyum, panel vb. tanıtımları, kitap değerlendirmeleri, editöre mektuplar ve literatür incelemeleri vb. yazılar yayımlanır.
6. Yayımlanması istenen yazılar, "http://dergipark.gov.tr/biibfad" uzantılı Dergipark sayfası üzerinden gönderilmelidir.
7. Dergipark sayfası üzerinden ilk etapta yollanacak makalelerden **yazar isimleri mutlaka çıkarılmalıdır**. Makale yazarlarının isimlerinin sonraki aşamalarda eklenmesi istenecektir.
8. Dergiye gönderilen çalışmalar başka bir yerde yayımlanmış ya da yayımlanmak üzere gönderilmiş olmamalıdır.
9. Yazılar öncelikle, alan editörleri tarafından, şekil açısından incelenir. Yayın ve yazım ilkelerine uyulmadığı görülen yazılar, içerik incelemesine tabi tutulmadan gerekli düzeltmelerin yapılması için yazara iade edilir.
10. Yayımlanmak üzere gönderilen makaleler, intihal tespitinde kullanılan özel bir program aracılığıyla intihal kontrolünden geçirilir.
11. Yayımlanmayan yazıların dergi arşivinde saklanma hakkı mahfuzdur.
12. Makaleler, ön incelemesi yapıldıktan sonra alan editörü tarafından belirlenen konunun uzmanı en az iki hakeme gönderilir.

Yazının gönderildiği her iki hakemden olumlu rapor gelmesi durumunda yazının yayımlanmasına karar verilir ve hangi sayıda yayımlanacağı çalışma sahibine bildirilir. İki hakemin olumsuz görüş belirtmesi halinde ise yazı yayımlanmaz. İki hakemden birinin olumsuz değerlendirmede bulunması halinde makale üçüncü hakeme son karar için gönderilir.

13. Yayımlanmasına karar verilen yazıların hakem raporlarında “düzeltilmelerden sonra yayımlanabilir” görüşü belirtilmişse yazı, gerekli düzeltmelerin yapılması için yazarına iade edilir. Yazar düzeltmeleri farklı bir renkle yapar. Düzeltmelerden sonra hakem uyarılarının dikkate alınıp alınmadığı kontrol edilerek yazı alan editörü tarafından yeniden değerlendirilir.
14. Dergiye gönderilen yazıların yayımlanıp yayımlanmayacağı konusunda en geç iki ay içerisinde karar verilir ve çalışma sahibi bilgilendirilir.
15. Sayı hakemlerinin isimleri, ilgili makalelerin yayımlanacağı veya reddedildiği derginin sayısında yer alır.
16. Bir sayıda aynı yazara ait (telif veya çeviri) en fazla bir tek yazarlı çalışma yayımlanabilir. Tek yazarlı makalelerin dışındakiler bu kısıt içerisine dahil değildir.
17. Yayımlanan makaleler için yazara telif ücreti ödenmez. Yazara ait makalenin bulunduğu dergiden üç adet gönderilir.
18. Yayımlanan çalışmaların bilimsel ve hukuki her türlü sorumluluğu yazarlarına aittir.
19. Yayımlanmak üzere kabul edilen yazıların bütün yayın hakları Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'ne aittir.
20. Burada belirtilmeyen hususlarda karar yetkisi, *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* editörüne aittir.

### **Yazım Kuralları**

1. Makalenin Türkçe ve diğer dillerdeki başlığı; yazının kapsamıyla uyumlu; yazının konusunu kısa, açık ve yeterli ölçüde yansıtmalıdır.
2. Özler; yazının amacını, kapsamını ve sonuçlarını ihtiva etmelidir. Türkçe makalelerin başına Türkçe ve İngilizce; İngilizce makalelerin başına İngilizce ve Türkçe öz eklenmelidir.
3. Makaleler, dil ve ifade bakımından dilbilgisi kurallarına uygun olmalı; çalışmalarda TDK'nin imlâ kuralları esas alınmalıdır. İs-

lâm iktisadı ve hukuku alanına ait kavramlar, şahıs ve eser adları ise Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisinin (*DİA*) kullanımı veya imlâ kuralları esas alınarak yazılmalıdır.

4. Makalenin hazırlanmasında bilinen bilimsel yöntemlere uyulmalı, çalışmanın konusu, amacı, kapsamı, hazırlanma gerekçesi vb. bilgiler yeterli ölçüde ve belirli bir düzen içinde verilmelidir. Makalede kullanılan şekil, tablo, fotoğraf ve diğer belgeler, bilimsel kurallara uygun olarak hazırlanmalı, yazının amacına ve kapsamına uygun olarak seçilmelidir.
5. Makalede kullanılan şekil, tablo, fotoğraf ve diğer belgelerin altında kolayca anlaşılacak biçimde yalın ve yeterli bir açıklama bulunmalıdır.
6. Makalede kullanılan kaynaklar yazım kurallarına uygun olarak düzenlenmeli, değinilen her belge kaynaklar kısmında yer almalı, ayrıca çalışmanın sonuna kaynak gösterimine uygun olarak kaynakça eklenmelidir.
7. Sonuçlar, araştırmanın amaç ve kapsamına uygun olmalı, ana çizgileriyle ve öz olarak verilmelidir.
8. Dergide yayımlanması için hazırlanan yazılar Microsoft Office Word programında kağıt boyutu 16x24 ebadında ve içerişi "Book Antiqua" yazı sitilinde "11 punto" ve "Tam: 14,5 nk" satır aralıklı olarak yazılmalıdır. Yazılar kâğıdın bir yüzüne 12x19 cm boyutunda basılır. Kenar boşlukları üstten 2,7cm, alttan 2,3cm, iç kenar 2cm ve dış kenar 2cm olmalıdır. Ayrıca ilk sayfada üstten 2 satır boşluk bırakılmalıdır.
9. Her makalenin başına, yazar adından sonra **12 nk** boşluk bırakılarak Türkçe ve İngilizce özetleri konulmalıdır. Özler 150-200 kelime arasında olmalı, öz ve abstract ibareleri sola yaslı ve özetler 9 punto "Book Antiqua" ile yazılmalı; en az 5 ve en çok 7 ifadeyi geçmeyecek şekilde anahtar kelimeler ve JEL kodları verilmelidir.
10. Makalenin ismi büyük harflerle ilk sayfanın başına bold 12 punto ile yazılıp sayfa ortalanır. Türkçe başlığın altına İngilizce başlık 12 punto ile italik-bold ve ilk harfleri büyük, diğerleri küçük olarak yazılmalıdır.  
Makale İngilizce ise altına Türkçe başlık eklenmelidir. Ana başlıklardan sonra satır aralıkları 23 punto olur. Metin içindeki başlıklar öncesinde 12 nk, sonrasında 6 nk boşluk bırakılmalıdır.
11. Başlıktan sonra **12 nk** aralık verilerek yazar ad(lar)ı unvansız, italik ve bold olarak sağa yazılmalı; unvan, çalıştığı kurum, ORCID

numarası ve e-mail adresi dipnot olarak belirtilmelidir.

12. Dipnotlar, 9 punto “Book Antiqua” yazı stili ile yazılmalıdır.
13. Çalışma herhangi bir kurumun desteği ile gerçekleşmiş ise; kurumun adı ilk sayfada dipnotta belirtilmelidir.
14. Dergiye gönderilen yazıların uzunluğu 30 sayfayı ve 7000 kelimeyi geçmemelidir. Yazıların boyutunun bu üst sınırı aşması durumunda editörün kararı geçerlidir. Şekil, tablo ve fotoğraflar bilgisayar ortamında hazırlanıp metin içinde ya da sonunda sayfa boyutlarını aşmayacak şekilde yerleştirilir.
15. Tablo, şekil, fotoğraf başlıkları ile altlarındaki tablo, fotoğraf veya şekil arasında **6 nk** aralık bulunmalıdır. Tablo, şekil ve fotoğraf başlıkları bold, 1 cm içeriden sola yaslı, “Book Antiqua” sitilinde ve 9 punto ile ve “Tablo 1:” şeklinde olmalıdır. Tablo içi kayıtlar da aynı şekilde 9 punto ile yazılacaktır. Ancak, Tablo, Şekil ve Grafiklerde bütünlüğü sağlamak için, kapsamlı olan çalışmalarda 7-8 punto yazı stili de kullanılabilir.
16. Bütün tablo ve şekiller aynı formatta olmalıdır. Tabloların kenarlıkları tüm kenarlıklar seçilerek hazırlanmalıdır. Tabloların kenarlık stilleri tek düz çizgi ve  $\frac{1}{2}$  nk olmalıdır. Metinde yer alacak matematiksel denklemlere sıra numarası verilmeli, sıra numaraları parantez içerisinde sayfanın sağına yaslı olarak yazılmalıdır.

**Tablo 3:** Birim Kök Testi

Değişkenler	ADF Test İstatistiği	PP Test İstatistiği
$\ln GDP$	0.5409 (0.9848)	0.6052 (0.9869)
$\ln AE$	-4.1678 (0.0046) <sup>a</sup>	-3.8012 (0.0084) <sup>a</sup>

17. Referanslar APA sistemine göre metin içinde gösterilir. Buna göre alıntılar parantez içinde yazarın soyadı, birden fazla yazar varsa soyadları, atıfta bulunulan çalışmanın yayım tarihi, alıntı yapılan sayfanın ya da sayfaların numarası (**Say ve Krugman, 2012: 15**) şeklinde yazılır. Aynı yazarın aynı yıl içerisinde yayımlanan birden fazla çalışmasına göndermede bulunulmuşsa yayım tarihinde sonra bu durum (**Friedman, 2014a**), (**Friedman, 2014b**) şeklinde küçük a, b, c vb. harflerle belirtilir. Çok yazarlı çalışmalarda metin içinde kaynak gösterimi (Kotler, vd. 2015, 155) şeklinde gösterilir. Detaylı bilgi için APA'nın web sitesine (<http://www.apastyle.org>) bakılabilir.

**18. Makalede kaynakça aşağıdaki gibi gösterilir:**

**a) Tek yazarlı makale;**

Kotler, P. (1973). "Atmospherics As A Marketing Tool". *Journal of Retailing*, 49(4), s. 50.

**b) İki yazarlı makale;**

Milgrom, Paul R. and Weber, Robert J. (1982). "A Theory of Auctions and Competitive Bidding". *Econometrica*, 48 (50), s. 1089-1122.

**c) Üç ve daha fazla yazarlı makale;**

Stephenson M.L.; Russel, K.A ve Edgar, D. (2010). "Islamic Hospitality in the UAE: Indegenization of Products and Human Capital". *Journal of Islamic Marketing*, 1(1), s. 9-24.

**d) İnternet - İnternette Yayımlanan Dergi Makalesi**

Wade, L. (2000). International Business Management. *Journal of Management* 12.2: 187-223. [Çevrimiçi kaynak]. <http://www.texshare.edu7ovidweb/ovidweb.cgi> [Erişim tarihi: 2 Mart 2017].

**19. Kitapta kaynakça aşağıdaki gibi gösterilir:**

**a) Tek Yazarlı Kitap**

Kotler, P. (2001). *Marketing Management*, Millenium Edition, Prentice-Hall, Inc.

**b) İki Yazarlı Kitap**

Tabachnick, B.G. ve Fidel, L.S. (2001). *Using Multivariate Statistics*, International Student Edition, 4th Edition, USA: Ally and Bacon, A Pearson Education Company.

**c) Tek Editörlü Kitap**

Theberge, J. (Ed.). *Economics of Trade and Development*. New York: John Wiley.

**d) İki Editörlü Kitap**

Stodgill, M. R. ve A. E. Coons (Ed.). (1957). *Leader Behaviour:Its Description and Measurement*. Columbus: Ohio State University.

**e) Editörlü Kitaptan Bölüm**

Can, A. H. (2002). *Bacasız Sektör Kültür Turizmi*. K. Hayat (Ed.). Türkiye'nin Turizm Sektörü. Ankara: Gazi Yayıncılık, 2002, 65-98.

**20. Kongrede Sunulan Yayınlar**

Babahan, R. ve Davutoğlu, A. (2017). "Corruption in Auctions of LandUse Rights: Empirical Assessment of Seven Chinese Cities", *Second World Congress of Comparative Economics Abstract Book*, March 25, 2017 / St. Petersburg-Russia.

## Bingol University Journal of Economics and Administrative Sciences

### Publication Principles

1. *Bingol University Journal of Economics and Administrative Sciences* (hereafter) is an internationally refereed journal published twice a year (August-December).
2. There is no charge for publications.
3. *Bingol University Journal of Economics and Administrative Sciences* aims to contribute to the accumulation of knowledge in economics and finance, humanities and social sciences, business and management, Islamic economics and law and public administration by publishing studies with high scientific qualities at national and international level.
4. Publication languages are Turkish and English. However, articles written in other languages may also be taken into consideration by the Editorial Board.
5. The articles to be published in the journal should be original and academic works prepared primarily by using appropriate research methods in their fields. In addition, translations, field surveys, research notes, proceedings and conference texts, congresses, symposiums, panel etc. introductions, book evaluations, editorial letters and literature reviews etc. type writings are published.
6. Manuscript must be sent to Dergipark page with the extension <http://dergipark.gov.tr/biibfad>.
7. **Author names and info should definitely be removed** from the article initially submitted over the Dergipark webpage. Author info will be added to the manuscripts later on.
8. The manuscripts submitted to journal must not have been published or be under consideration for publication in any other media at the time of being submitted into the system.
9. Articles are first examined, by the field editors, in terms of the format. Articles that do not comply with the publication and editorial principles are returned to the author for necessary corrections without subjecting to the content review.
10. Articles are passed through plagiarism control by a special program used to detect plagiarism.
11. Unpublished articles are kept in the journal archive.

12. After making the preliminary examination, the articles are sent to at least two referees that are experts of the subject determined by the field editor. In the event of a positive report from both referees, the article will be published. The authors are then informed of the issue the article will be published. If both of the referees express negative views, the article will not be published. The articles receiving just one positive view are forwarded to a third referee for the final decision.
13. If the referees ask for any corrections, as in “can be published after corrections”, the article will be returned to the author for necessary corrections. The author has to make corrections with a different color. After the corrections, it is checked whether the referee warnings are taken into consideration. The text will then be re-evaluated by the field editor.
14. The evaluation period of the articles by the referees may take up to two months, at most.
15. Board of the referees of each of the journal issue is listed on each of the issue published and printed.
16. Each author may publish ‘only one single-authored work’ (article or translation) on each issue. The articles with more than one author are out of this principle.
17. No fee of copyright or royalties are paid for the published articles. However, the authors will have three free copies of the issue in which their articles are published.
18. All scientific and legal responsibilities of the published works belong to their authors.
19. All publishing rights of the papers accepted for publication belong to Bingöl University Faculty of Economics and Administrative Sciences.
20. The decision authority on matters not mentioned here belongs to the Editor of the *Bingöl University Journal of Economics and Administrative Sciences*.

### **Writing Rules**

1. Titles in Turkish and the other foreign languages must be compatible with the scope of the article, and be short, clear and adequate.
2. Turkish and English abstracts must be added into the articles just below the title. Abstracts must reflect the purpose, scope and outcomes of the writing. Turkish and English abstracts must be



added into the Turkish articles; meanwhile, English and Turkish abstracts must also be added into the English articles.

3. The articles should be in accordance with the grammar rules in terms of language and expression. For spelling and punctuation, the dictionary of spelling by the Turkish Language Association will be used as a source. The concepts of Islamic economics and law, and the names of individuals and works should be written on the basis of the use of the Islamic Encyclopedia of Islamic Foundation of Turkey (DİA) or the writing rules.
4. The known scientific methods must be used in preparation of the articles; the subject, purpose, scope and reason for the preparation of the study must be given in a satisfying and certain order. Figures, tables, photographs and the other documents used in the article must be prepared in accordance with the scientific rules, be selected according to the purpose and scope of the article.
5. There must be a simple and sufficient explanation that can be easily understood under the figures, tables, pictures and other documents used in the article.
6. There must be a bibliography at the end of the study in accordance with the system of reference presentation. The references used in the work must be arranged in accordance with the writing rules; they must also be added to the bibliography at the end of the study in accordance with the system of reference presentation.
7. The results must be in accordance with the purpose and scope of the study, must be given with all of its outlines and in summary.
8. The articles should be written in Microsoft Office Word program with a paper size of 16x24 and a "Book Antiqua" style "11 point" and "Full: 14.5 nk" line spacing. The articles are printed on one side of the paper in a size of 12x19 cm. The margins should be 2.7cm from the top, 2.3cm below, 2cm from the inside edge and 2cm from the outside edge. In addition, a space of 2 lines from the top should be left on the first page.
9. Abstracts must be about 150-200 words, and written leaving 12 pt. space after the author names. They must be written leftward in 9 pt with "Book Antiqua"; the keywords (at least 5 and at most 7 expressions) and JEL codes should be given below the abstract.
10. The name of the article is written with bold 12 pt on the first page and the page should be centered. Under the Turkish title, the English title must be in italic-bold with 12 points and the first letters should be large and the others small. If the article is in

English, a Turkish title should be added to the bottom. The line spacing after the main headings is 23 points. Headings in the text should be preceded by 12 nk and followed by 6 nk.

11. After the title, the author name (s) should be written by giving 12 pt. space to rightward in the way of untitled, italic and bold. The title, institution and e-mail address are specified as footnotes.
12. Footnotes should be written in 9 pt with "Book Antiqua" style.
13. If the study was carried out with support of any institution; name of the institution should be indicated as a footnote on the first page.
14. The length of the articles sent to the journal should not exceed 30 pages and 7000 words. If the size of the text exceeds this limit, the editor may ask for shortening. Figures, tables and photographs should be prepared in a digital platform and placed so as not to exceed the page size in the text or at the end.
15. There will be 6 nk space between titles of the table, figure, photo and the table, photograph or figure below the titles. Table, figure and photo titles will be in bold, 1 cm from inside to right, with "Book Antiqua" writing style and 9 pt and "Table 1:" style. The records in the table will be written in the same format with 9 points. However, to ensure integrity of the Tables, Figures and Graphics, a 7 to 8 font style can also be used in extensive studies.
16. All tables and figures should be in the same format. Borders of tables should be prepared by selecting all borders. Border styles of tables should be a single straight line and ½ nk. Mathematical equations should be numbered consecutively, the equation numbers should be written in parentheses at the right margin.

**Table 3:** Unit Root Test

Variables	ADF Test Statistic	PP Test Statistic
$\ln GDP$	0.5409 (0.9848)	0.6052 (0.9869)
$\ln AE$	-4.1678 (0.0046)	-3.8012 (0.0084)

17. References are shown in text according to the APA system. According to this, citations should be written in parentheses as the surname of the author, surnames if there is more than one author, the publication date of the work found in the reference, the number of pages cited or pages (**Say and Krugman, 2012: 15**).

If the referenced author has more than one work published in the same year, then small a, b, c, etc. should be used adjacent to the year (**Friedman, 2014a**), (**Friedman, 2014b**). Citation of the articles with more than one author in the text should be done as (Kotler, vd. 2015, 155). Detailed information can be found on the APA website (<http://www.apastyle.org>).

**18. The reference list should be written as follows:**

**a) Single-authored article;**

Kotler, P. (1973). "Atmospherics As A Marketing Tool". *Journal of Retailing*, 49(4), s. 50.

**b) Two-authored article;**

Milgrom, Paul R. and Weber, Robert J. (1982). "A Theory of Auctions and Competitive Bidding". *Econometrica*, 48 (50), s. 1089-1122.

**c) Three or more authored article;**

Stephenson M.L.; Russel, K.A ve Edgar, D. (2010). "Islamic Hospitality in the UAE: Indegenization of Products and Human Capital". *Journal of Islamic Marketing*, 1(1), s. 9-24.

**d) Internet – Article Published on the Internet Journal**

Wade, L. (2000). International Business Management. *Journal of Management* 12.2: 187-223. [Çevrimiçi kaynak]. <http://www.texshare.edu7ovidweb/ovidweb.cgi> [Erişim tarihi: 2 Mart 2017].

**19. The reference format for the books is as follows:**

**a) Single-authored Book**

Kotler, P. (2001). *Marketing Management*, Millenium Edition, Prentice-Hall, Inc.

**b) Two-authored Book**

Tabachnick, B.G. ve Fidel, L.S. (2001). *Using Multivariate Statistics*, International Student Edition, 4th Edition, USA: Ally and Bacon, A Pearson Education Company.

**c) Single-edited Book**

Theberge, J. (Ed.). *Economics of Trade and Development*. New York: John Wiley.

**d) Two-edited Book**

Stodgill, M. R. ve A. E. Coons (Ed.). (1957). *Leader Behaviour:Its Description and Measurement*. Colombus: Ohio State University.

**e) Articles inside an edited Book**

Can, A. H. (2002). *Bacasız Sektör Kültür Turizmi*. K. Hayat (Ed.). Türkiye'nin Turizm Sektörü. Ankara: Gazi Yayıncılık, 2002, 65-98.

**20. Publications Presented at the Congress**

Babahan, R. ve Davutoğlu, A. (2017). "Corruption in Auctions of LandUse Rights: Empirical Assessment of Seven Chinese Cities", *Second World Congress of Comparative Economics Abstract Book*, March 25, 2017 / St. Petersburg-Russia.



# BİNGÖL ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

*Bingöl University  
Journal of Economics and Administrative Sciences*

**İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İçin Adres:**

Selahaddin-i Eyyubi Mah. Aydınlık Cad. No:1

Bingöl Üniversitesi, İİBF

12000 Merkez/BİNGÖL

Tel: +90(426) 216 00 17 Faks:+90(426) 216 00 18

biibfad@bingol.edu.tr



ISSN: 2651-3234