

ISSN 1302-6739
e-ISSN 1308-6979

DOĞUŞ
D O Ğ U Ş
ÜNİVERSİTESİ
U N İ V E R S İ T Y
DERGİSİ
J O U R N A L

CİLT / VOLUME : 22

SAYI / NUMBER : 2

2021
TEMMUZ
JULY

DOĞUŞ ÜNİVERSİTESİ DERGİSİ

DOĞUŞ UNIVERSITY JOURNAL

| Altı ayda bir yayımlanır | Published bi-annually | ISSN 1302-6739; e-ISSN 1308-6979 |

Sahibi / Owner Doğuş Üniversitesi Adına Rektör Turgut ÖZKAN	
Yayın Kurulu Başkanı / Editor in Chief Prof. Dr. Bahaddin SİNSOYSAL, Doğuş Üniversitesi	
Editörler / Editors Prof. Dr. Bahaddin SİNSOYSAL, bsinsoysal@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Doç. Dr. Muhterem Şebnem ENSARİ, sensari@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Sekreter / Secretary Dr. Öğr. Üyesi Anıl Zekiye GÖKER, agoker@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Alan Editörleri / Field Editors Dr. Öğr. Üyesi Ayşe İLGÜN KAMANLI, ailgun@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Dr. Öğr. Üyesi Hülya YILMAZ, hulyayilmaz@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Dr. Öğr. Üyesi Nurcan Gücüyenen KAYMAK, nkaymak@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Dr. Öğr. Üyesi Eray ÖZTÜRK, erayozturk@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi	Editör Yardımcıları / Editorial Assistants Ar. Gör. Ezgi DEMİRAL, edemiral@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Ar. Gör. Azade Safiye ERYİĞİT, aeryigit@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Ar. Gör. Gökhan DÜZÜ, gduzu@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi İstatistik Editörü / Statistics Editor Prof. Dr. Bahaddin SİNSOYSAL, bsinsoysal@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Yazım ve Dil Editörü / Spelling and Language Editor Ar. Gör. Yağmur RENÇBER, yrencber@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Mizanpaj Editörü / Layout Editor Ar. Gör. Semih EVCİMAN, sevciman@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Son Okuyucu / Proofreader Ar. Gör. Oğuzhan ARI, oari@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi
Danışma Kurulu / Advisory Board Prof. Dr. Turgut ÖZKAN, tozkan@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Prof. Dr. Cevat GERNİ, cevatgerni@beykent.edu.tr, Beykent Üniversitesi Prof. Dr. Cemal ZEHRİ, czehir@yildiz.edu.tr, Yıldız Teknik Üniversitesi Prof. Dr. Muhittin KAPLAN, muhittin.kaplan@istanbul.edu.tr, İstanbul Üniversitesi Prof. Dr. Salih Zeki İMAMOĞLU, imamoglu@gtu.edu.tr, Gebze Teknik Üniversitesi Prof. Dr. Sahure Gonca TELLİ, gtelli@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Prof. Dr. Emine Serra YURTKORU, syurtkoru@marmara.edu.tr, Marmara Üniversitesi Prof. Dr. Taner BERKSOY, tberksay@pirires.edu.tr, Piri Reis Üniversitesi Prof. Dr. Nüket SARACEL, nsaracel@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Prof. Dr. Cemal YÜKSELEN, cemalyukselen@beykent.edu.tr, Beykent Üniversitesi Prof. Dr. Mehmet Erdal BALABAN, mebalaban@gelisim.edu.tr, İstanbul Gelişim Üniversitesi Prof. Dr. Halit Targan ÜNAL, tunal@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Prof. Dr. Hüseyin İNCE, h.ince@gtu.edu.tr, Gebze Teknik Üniversitesi Prof. Dr. Seyfettin ERDOĞAN, seyfettin.erdogan@medeniyet.edu.tr, Medeniyet Üniversitesi Prof. Dr. Özlem TAŞSEVEN, otasseven@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Prof. Dr. Türkan Benan ORBAY, benan.orbay@bilgi.edu.tr, İstanbul Bilgi Üniversitesi Prof. Dr. Özgür Ömer ERSİN, ozgurersin@beykent.edu.tr, Beykent Üniversitesi Prof. Dr. Perran AKAN, pakan@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Prof. Dr. Emine Aysen GENCER, aysengencer@beykent.edu.tr, Beykent Üniversitesi Prof. Dr. Kamil USLU, kuslu@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Prof. Dr. Nuri Gökhan TORLAK, ntorlak@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Doç. Dr. Mine AFACAN FINDIKLI, minefindikli@beykent.edu.tr, Beykent Üniversitesi Doç. Dr. Melisa ERDİLEK KARABAY, merdilek@marmara.edu.tr, Marmara Üniversitesi Doç. Dr. Erkut ALTINDAĞ, erkutaltindag@beykent.edu.tr, Beykent Üniversitesi Doç. Dr. Erkan TAŞKIRAN, erkantaskiran@duzce.edu.tr, Düzce Üniversitesi Doç. Dr. Ayşe GÜNSEL, ayse.gunsel@kocaeli.edu.tr, Kocaeli Üniversitesi Doç. Dr. Elif YOLBULAN OKAN, elif.okan@eas.bau.edu.tr, Bahçeşehir Üniversitesi	

Sayı Hakem Listesi/Issue Referee List

Prof. Dr. Deniz Parlak, Doğu Üniversitesi
Prof. Dr. Ethem Duygulu, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Aksaraylı, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Özgür Ömer Ersin, Beykent Üniversitesi
Prof. Dr. Özlem Taşseven, Doğu Üniversitesi
Prof. Dr. Erdiñ Altay, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Halit Targan Ünal, Doğu Üniversitesi
Prof. Dr. Sefer Şener, İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Çiğdem Kaya, İstanbul Kültür Üniversitesi
Doç. Dr. Erdem Kirkbeşoğlu, Başkent Üniversitesi
Doç. Dr. Gaye Özçelik, İstanbul Bilgi Üniversitesi
Doç. Dr. İclal Ünüvar, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi
Doç. Dr. Kemal Vatansver, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi
Doç. Dr. Sevinç Yaraşır Tülümce, Pamukkale Üniversitesi
Doç. Dr. Zeki Uçar, Bitlis Eren Üniversitesi
Doç. Dr. Aydanur Gacener Atış, Ege Üniversitesi
Doç. Dr. Emrah Tokgöz, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Doç. Dr. Melisa Erdilek Karabay, Marmara Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Esra Tahmaz, Okan Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Ilgün Kamanlı, Doğu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Dilek Işılay Üçok, Doğu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Esra Tahmaz, Okan Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Fatma Özge Baruönü, Doğu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi İlkay Turan, Bahçeşehir Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Meltem Kıyğı Çallı, Kadir Has Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Naci Yılmaz, Doğu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Özlem Sanrı, Yeditepe Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Petek Tosun, MEF Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sefer Uçak, Balıkesir Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sonat Bayram, Trakya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Vasfi Kahya, Dumlupınar Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Beynaz Uysal, Okan Üniversitesi
Dr Öğr. Üyesi. Pınar Acar, Beykoz Üniversitesi
Ar. Gör. Dr. Osman Pala, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi

İndeks ve Abstrakt Bilgisi

EconLit (Journal of Economic Literature), 2007-
Türkiye Makaleler Bibliyografyası, 2000-2013)
DOAJ (Directory of Open Access Journals), 2000-
ULAKBİM Sosyal ve Beşeri Bilimler Veri Tabanı, 2002-
ASOS (Sosyal Bilimler İndeksi), 2006-
Open Academic Journals Index (OAJI) 2015-

Listeleyen Diğer Kaynaklar ve Servisler

EBSCOhost Academic Search Complete, 2010-
OpenAIRE, 2000-
BASE, 2000-
Global eJournal Library (J-Gate), 2000-
Doğu Üniversitesi Makale Veri Tabanı, 2000-
Doğu Üniversitesi Akademik Arşiv Sistemi, 2000-

Indexing and Abstracting

EconLit (Journal of Economic Literature) 2007-
Bibliography of Articles in Turkish Periodicals, 2000-2013.
DOAJ (Directory of Open Access Journals), 2000-
ULAKBİM Social Sciences and Humanities Database, 2002-
Akademia Social Sciences Index (ASOS Index), 2006-
Open Academic Journals Index (OAJI)

Other Sources and Services

EBSCOhost Academic Search Complete, 2010-
OpenAIRE, 2000-
BASE, 2000-
Global eJournal Library (J-Gate), 2000-
Doğu University Article Database, 2000-
Doğu University Academic Archive System, 2000-

Doğu Üniversitesi Dergisi (ISSN 1302-6739; e-ISSN 1308-6979), Doğu Üniversitesi'nin yayın organıdır. Dergi; iktisat, işletme ve finans konularında özgün Türkçe ve İngilizce bilimsel makaleler yayımlar. Diğer disiplinlerden bu alanlarla ilgili çalışmalar da değerlendirmeye alınır. *Doğu Üniversitesi Dergisi* hakemli bir dergidir ve 2000 yılından itibaren yılda iki kez, Ocak ve Temmuz aylarında yayımlanır. Derginin Ocak 2013 (cilt 14, sayı 1) sayısından itibaren basılı (ISSN 1302-6739) sürümü durdurulmuştur. Yayımlanan yazılarda belirtilen düşünce ve görüşlerden yazar(lar)ı sorumludur.

Dogus University Journal (ISSN 1302-6739; e-ISSN 1308-6979) is published by Doğu University, which is a referred bi-annual and blind peer-review. It has been published since the year of 2000 (only e-journal as of January 2013). The journal publishes original Turkish or English articles on the subjects of economics, business and finance. The submissions, which are in other disciplines but related to these fields, are also accepted for review. The author(s) is (are) the sole responsible for the opinions and views stated in the articles.

Yönetim Yeri / Head Office: Bahçelievler, Bosna Blv No: 140, 34680 Üsküdar/İstanbul

<https://dergipark.org.tr/pub/doujournal>

Telefon / Telephone: +90 216 444 79 97

E-Posta / E-mail: journal@dogus.edu.tr

ISSN 1302-6739
e-ISSN 1308-6979

DOĞUŞ
D O Ğ U Ş
ÜNİVERSİTESİ
U N İ V E R S İ T Y
DERGİSİ
J O U R N A L

CİLT / VOLUME : 22

SAYI / NUMBER : 2

2021
TEMMUZ
JULY

DOĞUŞ ÜNİVERSİTESİ DERGİSİ

DOĞUŞ UNIVERSITY JOURNAL

Yayımlayan / Publisher: Doğuş Üniversitesi

Cilt / Volume: 22

Sayı / Number: 2

Temmuz / July 2021

İçindekiler / Contents

Türkiye’de Kamu Harcamaları ve Ekonomik Büyüme Arasındaki

Asimetrik İlişkinin Analizi/

Asymmetric Relationship Between Public Expenditures and Economic Growth in Turkey

Hüseyin İÇEN..... 1-18

Bireylerin Demografik Özellikleri ile Kariyer Tercihlerini Etkileyen

Kriterler Arasındaki İlişkinin İncelenmesi/

Investigation of the Relationship Between Demographic Characteristics and Criteria Affecting Career Preferences of Individuals

Köpük Serra KARTAL, Selçuk ALP..... 19-34

Göreve Yönelik Liderlik Davranışları ve Yaşam Doyumunun İşyeri

Arkadaşlığı Üzerindeki Etkisi/

The Effects of Job-Centered Leadership Behaviors and Life Satisfaction on Workplace Friendship

Dilek Işılay ÜÇOK 35-52

Tüketmeme: Neden Bazı Tüketiciler Finansal Güce Sahipken, Bilinçli

Bir Şekilde Marka Kaçınması Çerçevesinde Tüketmeme Eğilimi

Gösterirler?/

Anticonsumption: Despite Their Purchasing Power, Why Some Consumers Intentionally Do Not Prefer to Consume in The Frame of Brand Avoidance?

Müge İRFANOĞLU 53-71

Sigorta Sektörünün Yarattığı Kamusal Dışsallıklar/

Public Externalities Caused by Insurance Sector

Hakan ÖZCAN, Nuriye Zeynep ÖKTEN,

İbrahim UZPEDER..... 73-88

Örgütsel Davranış Literatüründe Yeni Bir Perspektif: Nörobilim/

A New Perspective in the Organizational Behavior Literature: Neuroscience

Salih Zeki İMAMOĞLU, Neslihan LATİFOĞLU,

Hüseyin İNCE..... 89-105

Türkiye Devlet Tahvil Piyasasının Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi/

Impact on Economic Growth of Turkey Government Bond Market

Asef YELGHİ, Aref YELGHİ 107-120

Mantar Yönetim Tarzı ve Örgütsel Dedikodunun Bilgi Paylaşımına Etkisi/

The Effect of Mushroom Management and Organizational Gossip on Knowledge Sharing

İlkay ÖZTÜRK, Mehtap ARAS 121-134

Şirket Birleşme ve Satın Alma Müzakerelerinin Başarısızlık Nedenleri: Firma ve Müzakere Yapısının Etkileri/

Failure Reasons of Merger and Acquisition Negotiations: Affects of Firm and Negotiation Structure

Yener ALTUNBAŞ, Ümit TOKUL,
Ozan KALAYCIOĞLU 135-149

Predictive Factors of Employees Satisfaction in Telecommunication Call Centre Sector in Turkey: A Case Study with Structural Equation Model/

Türkiye'de Telekomünikasyon Çağrı Merkezi Sektöründe Çalışan Memnuniyetinin Belirleyici Faktörleri: Yapısal Eşitlik Modeli ile İncelenmesi

Rıdvan KESKİN, Sadullah LUDERS,
Artun TOPAÇ 151-166

Türkiye Ekonomisinde Finansallaşma ve Fiyat İstikrarı İlişkisinin Analizi: 2003-2019 Dönemi /

The Analysis of Relationship Between Financialization and Price Stability in the Turkish Economy: 2003-2019 Period

Mehriban HEYDAROVA, Oytun MEÇİK 167-184

İşveren Markası Algısı ile Örgütsel Sessizlik Arasındaki İlişkide Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Rolü /

The Role of Organizational Citizenship Behavior Between Employer Brand Perception and Organizational Silence

Ayla Zehra ÖNCER, Esra AVCI 185-199

Kapsayıcı Liderlik Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması/

Adaptation of Inclusive Leadership Scale into Turkish: The Validity and Reliability Study

Lütfi SÜRÜCÜ, Ahmet MASLAKÇI 201-215

**Sovereign-Bank Nexus of Turkey: An Analysis of Sovereign Risk and
Banking Industry Performance Indicators Based on Camels
Rating System/**

*Türkiye'nin Ülke Riski ve Bankacılık Bağlantısı: Ülke Riski ve Bankacılık Sektör
Performans İndikatörlerinin Camels Derecelendirme Sistemine Göre Analizi*

Osman ALTAY.....217-235

**Tüketim ve Mutluluk İlişisine Dair Bir Araştırma Gündemi
Çerçevesi/**

A Research Agenda Framework on Consumption and Happiness

Ezgi MERDİN-UYGUR.....237-252

TÜRKİYE'DE KAMU HARCAMALARI VE EKONOMİK BÜYÜME ARASINDAKİ ASİMETRİK İLİŞKİNİN ANALİZİ

ASYMMETRIC RELATIONSHIP BETWEEN PUBLIC EXPENDITURES AND ECONOMIC GROWTH IN TURKEY

Hüseyin İÇEN⁽¹⁾

Öz: Bu çalışmada Türkiye’de kamu harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki Wagner Yasası çerçevesinde 2006Q1 – 2020Q4 dönemi için ARDL ve Doğrusal Olmayan ARDL (NARDL) yöntemleri ile araştırılmaktadır. NARDL yöntemi ile ekonomik büyümedeki pozitif ve negatif değişimlerin kamu harcamalarındaki etkisi ayrıştırılabilmektedir. ARDL yönteminden elde edilen bulgulara göre kamu harcamaları ile ekonomik büyüme arasında uzun dönemli bir ilişki bulunamamıştır. NARDL yöntemine göre ise ekonominin genişleme ve daralma dönemlerinde kamu harcamaları asimetrik bir davranış sergilemektedir.

Anahtar Kelimeler: Wagner Yasası, NARDL, Asimetrik İlişki

Abstract: *This study examines the relationship between public expenditures and economic growth of Turkey within the framework of Wagner Law by the way of ARDL and Nonlinear ARDL (NARDL) approaches over the period 2006Q1 – 2020Q4. The effect of positive and negative changes in economic growth with NARDL method can be differentiated on public expenditures. According to the findings of ARDL method, there is no long-term relationship between public expenditures and economic growth. According to the NARDL method, the public expenditures are asymmetrical in the periods of expansion and contraction of the economy.*

Keywords: *Wagner Laws, NARDL, Asymmetric Relationship*

JEL: C22, H54, O40

1. Giriş

Kamu harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki yerli ve yabancı literatürde pek çok çalışmaya konu olmuştur. Tarihsel süreçte ekonomik büyümeyle birlikte kamu harcamaları tüm ülkelerde genel olarak sürekli bir artış eğilimi göstermektedir. Alman iktisatçı Adolph Wagner (1885-1917) 1880 yılında İngiltere, Almanya, İsviçre ve ABD gibi döneminin sanayide ilerlemiş ülkelerini inceleyerek, bu ülkelerde sanayileşme dolayısıyla milli gelir yükselirken kamu harcamalarının da arttığını saptamıştır. Buradan hareketle devletin mali ihtiyaçları ile milli geliri arasında bir ilişki olduğu sonucuna varmıştır (Edizdoğan vd., 2012: 4). Bu konuda teorik olarak iki temel yaklaşım bulunmaktadır. Bu yaklaşımlardan ilki ekonomik büyümenin kamu harcamalarındaki artışa neden olacağını savunan ve literatürde Wagner Yasası olarak bilinen yaklaşımdır. Bu yaklaşımda ekonomik büyümeyle birlikte devletin ekonomideki payının ve faaliyetlerinin artması sonucunda doğal olarak kamu harcamalarının da artması söz konusudur. İkincisi ise Keynes ve Keynes’in görüşünü kabul eden iktisatçılara göre kamu harcamaları, ekonomik büyümeyi etkilemek ve

⁽¹⁾ İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Ekonometri Bölümü; huseyin.icen@istanbul.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8982-8386

Geliş/Received: 08-07-2019; Kabul/Accepted: 09-05-2021

kısa dönem dalgalanmaları düzeltmek için tasarlanmış bir politika aracı olarak kullanılabilir dışsal bir faktördür (Arısoy, 2005: 64). Ayrıca Keynes yaklaşımında kamu harcamaları çarpan mekanizması yoluyla geliri artıran bir unsur olarak görülmektedir.

Wagner bir ekonomide devletin rolünün zaman içerisinde artmasını üç temel nedene dayandırmaktadır (Arısoy, 2005: 65). İlk olarak devletin ekonomide aktivitesinin artması, koruma ve yönetme fonksiyonunun genişleme gerekliliğinden ortaya çıkmaktadır. Artan nüfus ve kentleşme ile birlikte gerek sosyo-ekonomik gerekse kamu düzeninin sağlanmasına yönelik harcamalar devletin ekonomideki rolünün artmasına neden olmaktadır (Ulutürk, 1997: 47) İkinci neden ise, devletin faaliyet göstermiş olduğu kamusal alanlarda (eğitim, sağlık, savunma vb.) talebin gelir elastikiyetinin 1'den yüksek olmasıdır. Diğer bir ifade ile gelirin artmasıyla bu mallara olan talep gelirden daha fazladır. Sonuncusu, sanayileşen bir toplumun artan teknolojik ihtiyaçları özel sektör tarafından karşılanamayacak büyüklükteki alt yapı yatırımlarını gerektirmesidir (Mann, 1980: 189). Dolayısıyla büyük ölçekli yatırımları devlet ya da devletin desteklemekte olduğu kurum ve kuruluşlar üstlenmektedir.

Wagner'in çalışmasının net olmayan doğası göz önüne alındığında, "ekonomik gelişme" ile "devlet aktivitelerinin büyümesi" arasındaki ilişkinin ampirik biçimini tam olarak tanımlamak zordur. Wagner Yasası'nın ampirik olarak araştırılmış en az altı farklı versiyonu bulunmaktadır (Mann, 1980: 190). Mann (1980) çalışmasında Wagner Yasası'nın ampirik olarak test edildiği aşağıdaki modelleri¹ sunmuştur:

$KH = f(GSYH)$	Peacock – Wiseman (1967)	(1)
$KTH = f(GSYH)$	Pryor (1968)	(2)
$KH = f(GSYH/N)$	Goffman (1968)	(3)
$KH/GSYH = f(GSYH/N)$	Musgrave (1969)	(4)
$KH/N = f(GSYH/N)$	Gupta (1967) ve Michas (1975)	(5)
$KH/GSYH = f(GSYH)$	Mann (1980)	(6)

Burada KH, kamunun toplam harcamalarını; GSYH, Gayri Safi Yurtiçi Hasılayı; KTH, kamunun tüketim harcamalarını; N, nüfusu ifade etmektedir. Wagner Yasası'nın geçerliliğinin test edilmesinde literatürde çeşitli modeller kullanıldığı görülmektedir. Peacock ve Wiseman (1967), kamu harcamaları ve Gayri Safi Yurtiçi Hasıla arasındaki ilişkiyi sıçrama tezi altında dört farklı model ile açıklamışlardır. Model 1 ile açıklanan Peacock ve Wiseman modelinde, toplam kamu harcamalarındaki artış oranının büyümeden daha fazla olduğunu ifade edilmektedir. Bu modele göre kamu harcamalarının gelir elastikiyetinin 1'den büyük olması gerekmektedir (Çelik, 2010: 101). Model 2 ile kamunun tüketim harcamaları gelirin bir fonksiyonu olarak ifade edilmiştir. Goffman (1968)'in çalışmasına konu olan Model 3 ile kamu harcamaları, kişi başına düşen gelirin bir fonksiyonudur. Goffman ve Mahar (1971), ekonomik gelişme ve kalkınma içerisinde olan bir ülkenin kamu kesiminin faaliyetlerinde bir artış olacağını ve bu artışın kişi başına üretimdeki artıştan büyük olacağını ifade etmişlerdir. Musgrave (1969), kamu harcamalarının milli gelir içerisindeki payı ile kişi başına düşen milli gelir arasında ilişki kurmuşlardır. Michas (1975) modelinde kişi başına düşen reel kamu harcamaları ile kişi başına düşen Gayri Safi Milli Hasıla arasında ilişki kurmuşlardır ve gelir elastikiyetinin birden yüksek olması durumunda Wagner Yasası'nın geçerli olduğunu ifade etmiştir. Mann (1980)

¹ Modellerin hepsi logaritmik formda ampirik analize konu olmaktadır.

ise, bağımlı değişken olarak kamu harcamalarının gelir içerisindeki payını kullanarak Peacock-Wiseman modelinin modifiye edilmiş versiyonunu kullanmıştır.

Wagner Yasası'nı çeşitli formlarda çeşitli ülkeler için ampirik olarak test eden pek çok çalışma bulunmaktadır. Farklı ülke grupları ve zaman aralıkları için yapılan çalışmaların pek çoğunda uzun dönem asimetrik etkinin dikkate alınmadığı görülmektedir. Çeşitli ülkeler için asimetrik nedensellik testleri kullanarak kamu harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki nedenselliğin yönünü inceleyen çalışmalar bulunmaktadır (Tülümce ve Zeren, 2017; Altınar, 2019; Gövdeli, 2019 ve Özmen vd. 2020). Ancak Türkiye için ekonomik büyümedeki pozitif ve negatif değişimlerin kamu harcamaları üzerindeki uzun dönem asimetrik etkisini analiz eden bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmada, Peacock ve Wiseman modeli çerçevesinde Wagner Yasasının geçerliliği doğrusal ve doğrusal olmayan ARDL yöntemleri ile araştırılmaktadır. NARDL modeli değişkenlerin $I(0)$ ve $I(1)$ olmalarına izin vererek aynı dereceden bütünleşik olmaları gerektiği varsayımını genişleten daha esnek bir yaklaşımdır (Bildirici ve Türkmen, 2015: 205). Ayrıca, asimetrik ARDL spesifikasyonu ile kısıtsız hata düzeltme kapsamında durağan olmama ve doğrusal dışılık birlikte analiz edilmektedir (Katrakilidis ve Trachanas, 2012: 1066). Çalışma ile NARDL yönteminin avantajları kullanılarak kamu harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki asimetrik ilişkinin ortaya koyulması amaçlanmaktadır. Çalışmanın bu yönüyle literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışmanın giriş bölümünde kamu harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiye yer verilmiştir ve Wagner Yasasının ampirik olarak test edilmesinde kullanılan modellere değinilmiştir. İkinci bölüm literatüre ayrılmıştır ve çeşitli ülkeler için Wagner ve Keynes yasalarını farklı yöntemlerle ampirik olarak analiz eden çalışmalara yer verilmiştir. Üçüncü bölümde kullanılan veri ve ekonometrik metodoloji hakkında bilgi verilmiştir. Çalışma sonuç ve öneriler bölümüyle sonlandırılmıştır.

2. Literatür

Kamu harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki literatürde pek çok ampirik çalışmaya konu olmuştur. Wagner Yasasının çeşitli spesifikasyonlarının geçerliliğini analiz eden çalışmalara bakıldığında incelenen dönem, ülke ve yönteme göre farklı sonuçlar elde edilmiş olduğu görülmektedir. Konuyla ilgili yapılan ampirik çalışmalar aşağıda özetlenmektedir.

Tablo 1: Ampirik Literatür Özeti

Yazar (Yıl)	Ülke	Dönem	Yöntem	Model	Bulgular
Ahsan vd. (1996)	Kanada	1953 – 1988	Engle – Granger Eşbütünleşme	Peacock – Wiseman, Musgrave	Peacock – Wiseman ve Musgrave modelinde değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişki bulunmaktadır. Dolayısıyla Wagner Yasası geçerlidir.
Ansari vd. (1997)	Ghana, Kenya, Güney Afrika	Ghana (1963-88), Kenya (1964-1989), G. Afrika (1957-1990)	Engle – Granger Eşbütünleşme, Granger Nedensellik, Holmes – Hutton Nedensellik	Keynes ve Wagner yaklaşımları	G. Afrika için kamu harcamaları ve milli gelir arasında bir nedensellik ilişkisi bulunamamıştır. Ghana için her iki nedensellik testi Wagner Yasasını desteklerken, ele alınan üç Afrika ülkesi için Keynesyen yaklaşımı destekleyen bir bulguya rastlanamamıştır.
Iyare ve Lorde (2004)	Antigua, Barbados, Belize, Grenada, Guyana, Jamaika, St. Kitts ve Nevis, St. Lucia, Trinidad ve Tobago	Sırasıyla başlangıç yılı (1977, 1960, 1980, 1977, 1950, 1950, 1953, 1977, 1980, 1950 ve bitiş tarihi 2000)	Engle – Granger Eşbütünleşme, Granger Nedensellik	Peacock – Wiseman, Pryor, Goffman, Musgrave, Gupta ve Mann	Pryor modelinde Grenada, Guyana ve Jamaika dışında tüm modellerde gelir ve kamu harcamaları arasında bir ilişki bulunamamıştır. Granger Nedensellik testi göre ele alınan ülkelerin en az bir modelinde Keynes Yasasını destekleyen bulgular elde edilmiştir.
Chang vd. (2004)	Güney Kore, Tayvan, Tayland Avustralya, Kanada, Japonya, Yeni Zelanda, ABD, Birleşik Krallık, Güney Afrika	1951-1996	Johansen – Juselius Eşbütünleşme, Granger Nedensellik	Mann (1980)'in önermiş olduğu beş model	Güney Kore, Tayvan, Japonya, Birleşik Krallık ve Birleşik Devletler için Wagner Yasası desteklenmektedir. Ele alınan diğer ülkeler için gelir ve kamu harcamaları arasında herhangi bir nedensellik ilişkisine rastlanmamıştır.
Narayan vd. (2008)	Çin'in 24 eyaleti	1952 – 2003	Panel Eşbütünleşme, Granger Nedensellik	Peacock – Wiseman, Gupta	Genel panel sonuçları Wagner Yasası'nı desteklemektedir. Göreli olarak düşük gelirli merkez ve batı bölgelerinden oluşturulan panellerde sonuçlar farklılaşmaktadır.

Babatunde (2011)	Nijerya	1970 – 2006	ARDL Sınır Testi, Toda – Yamamoto Nedensellik Testi	Peacock- Wiseman, Goffman, Gupta, Musgrave, Mann	Ampirik bulgulara göre ele alınan tüm modellerde eşbütünleşme ilişkisi bulunamamıştır. Toda Yamamoto nedensellik testi bulgularına göre de Nijerya ekonomisinde Wagner Yasası'nın geçerli olduğuna dair kanıt bulunmamaktadır.
Kumar vd. (2012)	Yeni Zelanda	1960 – 2007	ARDL Sınır Testi Engle – Granger, Johansen Eşbütünleşme, Phillip Hansen FMOLS,	Ahsan vd. (1996), Burney (2002), Chow vd. (2002), Chang vd. (2004), Sideris (2007)	Kişi başına düşen gelir ile kamu harcamalarının gelire oranı arasında bir eşbütünleşme ilişkisi elde edilmiştir. Dolayısıyla Wagner Yasası ele alınan dönem için Yeni Zelanda'da geçerlidir.
Aworinde ve Onakoya (2015)	Nijerya	1961 – 2013	Diks – Panchenko, Hacker ve Hatemi J Nedensellik	Peacock- Wiseman, Goffman, Gupta, Musgrave, Mann	Milli gelirden kamu harcamalarına doğrusal ve doğrusal olmayan tek yönlü nedensellik bulunmaktadır.
Wang vd. (2016)	Romanya	1991 – 2014	ARDL Sınır Testi	Wagner ve Keynes Yaklaşımlarına ilişkin 10 farklı model kullanılmıştır.	Ampirik bulgulara göre 2 model haricinde uzun dönemli ilişki elde edilirken, Keynes yaklaşımında verilen modellerin ikisinde katsayılar anlamlı bulunamamıştır.
Cavicchioli ve Pistoresi (2016)	İtalya	1862 – 2009	Hansen – Seo Doğrusal Olmayan Eşbütünleşme	Musgrave	Ele alınan değişkenler arasında eşik değerli bir eşbütünleşme ilişkisi bulunmaktadır. Ancak savaş boyunca savunma harcamalarındaki geçici artış dolayısıyla kamu harcamalarında anormal tepkiler görülmektedir. Dolayısıyla doğrusal olmama durumunun geçici olduğu sonucu elde edilmektedir.

Keho (2017)	Cameroon, Cote d'Ivoire, Ghana, Kenya, Senegal	1965 – 2013	Enders Siklos Doğrusal Olmayan Eşbütünleşme	Wagner ve Keynes yaklaşımları	Benin, Cameroon ve Cote d'Ivoire ülkelerinde Keynes yaklaşımı geçerli iken Kenya ve Senegal ülkelerinde Wagner yaklaşımı geçerlidir.
Halicioğlu (2003)	Türkiye	1960 – 2000	Johansen Eşbütünleşme	Murthy (1994)	Kamu harcamaları ile ekonomik büyüme arasında uzun dönemli bir ilişki bulamamıştır. Ancak Wagner Yasasının düzeltilmiş formunda, kamu harcamaları ile ekonomik büyüme arasında pozitif bir ilişkinin olduğu sonucuna ulaşmıştır
Arısoy (2005)	Türkiye	1950-2003	Engle – Granger ve Johansen Eşbütünleme testleri ve Granger Nedensellik	Wagner ve Keynes Yaklaşımları	Çalışmada kamu harcamalarının ekonomik sınıflandırılmasıyla ekonomik büyüme arasındaki ilişki detaylı olarak ele alınmıştır. Elde ettiği bulgular sonucunda ekonomik tasnife göre gruplandırılmış kamu harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin Wagner yaklaşımını destekleyen nitelikte olduğunu ifade etmiştir.
Işık ve Alagöz (2005)	Türkiye	1985 – 2003	Johansen Eşbütünleşme	Gupta, Goffman, Musgrave	Wagner Yasasının geçerli olduğuna dair bulgular elde etmişlerdir. Ayrıca yapmış oldukları nedensellik analizi sonuçlarına göre Gupta (1967), Goffman (1968) ve Musgrave (1969)'un önermiş olduğu modellerde çift yönlü nedensellik bulmuşlardır.
Mohammadi vd, (2008)	Türkiye	1951 -2005	ARDL Sınır Testi	Peacock- Wiseman, Düzeltilmiş Peacock- Wiseman Goffman, Gupta, Musgrave, Pryor	Wagner Yasasının çeşitli spesifikasyonlarını test etmişler ve Wagner Yasasının geçerli olduğuna dair bulgular elde etmişlerdir.

Bağdıçen ve Beşer (2009)	Türkiye	1950 – 2005	Granger, Todo-Yamamoto ve Hasio Nedensellik	Peacock- Wiseman, Düzeltilmiş Peacock-Wiseman Gupta-Michas, Musgrave	Wagner Yasasının çeşitli versiyonlarını analiz ettikleri çalışmada yalnızca tek bir modelde (Gupta ve Michas modeli) Granger nedenselliğin bulunduğunu ifade etmişlerdir.
Selen ve Eryiğit (2009)	Türkiye	1923 – 2006	Johansen Eşbütünleşme	Gupta, Goffman, Musgrave, Peacock ve Wiseman, Mann	Wagner Yasasının beş farklı versiyonunu yapısal kırılmayı dikkate alan birim kök ve eşbütünleşme testleri ile incelemişlerdir. Çalışmalarında yapısal kırılmaların varlığında da Wagner Yasasını destekleyen bulgular elde etmişlerdir.
Altunç (2011)	Türkiye	1960 – 2009	ARDL Sınır Testi	Barro (1990)	Kamu yatırımlarının payı ile ekonomik büyüme arasında pozitif, kamu tüketim harcamalarının payı ile ekonomik büyüme arasında negatif bir ilişki bulunmaktadır.
Taşseven (2011)	Türkiye	1960 – 2006	Toda – Yamamoto Granger Nedensellik	Peacock- Wiseman, Pryor, Goffman, Musgrave, Gupta	Florio ve Colautti (2005)'nin önerdiği elastikiyet ölçütlerine göre yapmış olduğu analizde beş farklı modelden ikisinde Wagner Yasasının geçerli olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca yapmış olduğu nedensellik analizi sonucunda kamu harcamaları ve ekonomik büyüme arasında çift yönlü nedenselliğin olduğuna dair bulgular elde etmiştir.

Oktayer ve Oktayer (2013)	Türkiye	1950 – 2010	ARDL Sınır Testi	Peacock- Wiseman, Mann Pryor, Goffman, Musgrave, Gupta	Analizde kullanılan tüm modellere enflasyon oranı açıklayıcı değişken olarak dahil edilmiştir. Reel gelirin faiz dışı kamu harcamaları üzerinde pozitif bir etkisi varken, enflasyon oranının negatif bir etkisi olduğu ifade etmişlerdir.
Diler (2016)	Türkiye	1998 – 2010	ARDL Sınır Testi, Toda-Yamamoto Nedensellik	Wagner ve Keynes Yaklaşımı	Kamu harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi araştırdığı çalışmada değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkinin bulunduğu dair kanıtlar elde etmiştir. Ancak her iki yönde de bir nedensellik ilişkisi bulunamamıştır.
Güder vd., (2016)	Türkiye	2006 – 2015	Granger Nedensellik	Keynes ve Wagner yaklaşımları	Analiz sonucunda ilgili değişkenler arasında çift yönlü bir nedenselliğin bulunduğunu ifade etmişlerdir.
Telek ve Telek (2016)	Türkiye	1998 – 2015	VAR Analizi, Granger Nedensellik	Keynes ve Wagner yaklaşımları	Wagner yaklaşımı desteklenmezken, Keynes yaklaşımını destekleyen nedensellik bulguları elde edilmiştir.
Uzuner vd., (2017)	Türkiye	1975-2014	Johansen Eşbütünleşme, Granger Nedensellik	Wagner Yaklaşımı	Kamu harcamalarını; cari harcamalar, yatırım ve transfer harcamaları olarak sınıflandırarak ve ekonomik büyüme ile arasındaki ilişkiyi Johansen eşbütünleşme testi ile sınımlar ve değişkenler arasında bir uzun dönem ilişkisi olduğuna dair bulgular elde etmişlerdir.
Ulucak ve Ulucak (2014)	Türkiye	1950 – 2011	Hacker – Hatemi J Nedensellik Analizi	Keynes ve Wagner yaklaşımları	HH-J nedensellik testine göre her iki yaklaşımı da destekleyen kanıtlar elde edilememiştir.
Gövdeli (2019)	Türkiye	1930 – 2014	Maki Eşbütünleşme, Hatemi J Asimetrik Nedensellik	Wagner ve Keynes Yaklaşımları	Wagner Yasası'nın geçerliliğine dair kanıt bulunamamıştır. Ancak Keynes Yasası'nı destekleyen nedensellik ilişkisi elde edilmiştir.

Genel olarak literatüre bakıldığında eşbütünleşme ve nedensellik testleri sonucunda hem Wagner hem de Keynes yaklaşımını destekleyen çalışmalar bulunmaktadır. Ancak çalışmalar incelendiğinde Türkiye için Wagner Yasası çerçevesinde ekonomik büyümedeki pozitif ve negatif değişimlerin kamu harcamaları üzerindeki etkisini inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmada, ekonomik büyümenin kısa ve uzun dönemde kamu harcamaları üzerindeki asimetrik etkisi doğrusal olmayan ARDL çerçevesinde analiz edilerek literatüre katkı sağlamaya çalışılmaktadır.

3. Veri ve Ekonometrik Metodoloji

Bu çalışmada kamu harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki Peacock ve Wiseman çerçevesinde ele alınmıştır. Ekonomik büyüme olarak Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'nın zincirlenmiş hacim endeksi ile hesaplanmış üçer aylık verileri kullanılmıştır. Kamu harcamaları ise genel bütçe harcamaları kalemine ait üçer aylık verilerden oluşmaktadır. Gözlem değerleri mevsim etkisi taşıyan serilerden oluştuğu için Census X-12 yöntemi ile mevsimsellikten arındırılmıştır. Ayrıca enflasyon etkisini gidermek için seriler TÜFE endeksine bölünerek reelleştirilmiştir. Analizin yapıldığı veri dönemi 2006Q1 – 2020Q4 yıllarını kapsamaktadır. Tüm veriler Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Elektronik Veri Dağıtım Sistemi'nden (EVDS) elde edilmiştir. Analizde Wagner Yasasının geçerliliğinin test edilmesinde kullanılan model aşağıdaki şekilde ifade edilmektedir:

$$\ln KH_t = \beta_0 + \beta_1 \ln GSYH_t + u_t \quad (7)$$

Burada $\ln KH_t$, reel kamu harcamalarının mevsimsellikten arındırılmış logaritmik değerini, $\ln GSYH_t$ reel Gayri Safi Yurtiçi Hasılanın mevsimsellikten arındırılmış logaritmik değerini ifade etmektedir. Çalışmada hem doğrusal hem de doğrusal olmayan ARDL yaklaşımı ile kamu harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki araştırılmıştır. ARDL yönteminin geleneksel doğrusal eşbütünleşme yöntemlerine göre pek çok avantajı bulunmaktadır. Bu yöntemde değişkenlerin $I(0)$ ve $I(1)$ olmalarına izin verilmektedir. Ayrıca ARDL sınır testi yaklaşımı küçük örneklemelerde daha etkin sonuçlar vermektedir. NARDL yönteminde ise bunlara ek olarak değişkenlerin negatif ve pozitif değişimlerinin uzun ve kısa dönem etkilerinin analiz edilmesi mümkün olmaktadır. Dolayısıyla değişkenlerin doğrusal olmayan davranışlarının modellenmesinde NARDL yöntemi oldukça esneklik sağlamaktadır. Analizde kullanılan ARDL ve NARDL yöntemleri kısaca aşağıda açıklanmaktadır.

3.1. ARDL Sınır Testi Yaklaşımı

Değişkenlerin $I(0)$ ve $I(1)$ olması durumunda eşbütünleşme ilişkisinin araştırılmasına izin veren Pesaran, Shin ve Smith (2001) tarafından önerilen ARDL sınır testi yaklaşımı Denklem (1) ile verilmiş olan modele aşağıdaki şekilde uyarlanmıştır:

$$\Delta \ln KH_t = \alpha_0 + \theta_1 \ln KH_{t-1} + \theta_2 \ln GSYH_{t-1} + \sum_{i=1}^p \beta_i \Delta \ln KH_{t-i} + \sum_{i=0}^p \gamma_i \Delta \ln GSYH_{t-i} + \varepsilon_t \quad (8)$$

Sınır testini uygulamak için öncelikle VAR modelinden hareketle Akaike, Schwartz ya da Hannan-Quinn gibi bilgi kriterleri kullanarak uygun gecikme uzunluğunun belirlenmesi gerekmektedir. Denklem (8) ile verilen spesifikasyon hata terimlerinin otokorelasyonsuz olduğu varsayımına dayanmaktadır (Pesaran vd., 2001:308). Uzun dönem ilişkisinin tespit edilmesinin ardından uzun ve kısa dönem ilişkilerin belirlenmesi için model gecikme uzunlukları serbest bırakılarak yeniden tahmin edilmektedir. Uzun dönem katsayıları aşağıdaki ARDL modeli kullanılarak tahmin edilebilmektedir:

$$\ln KH_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^p \varphi_i \ln KH_{t-i} + \sum_{i=0}^q \gamma_i \ln GSYH_{t-i} + v_t \quad (9)$$

Değişkenler arasındaki kısa dönem dinamiklerinin incelenmesinde ise ARDL modelinin hata düzeltme gösterimi aşağıdaki şekilde oluşturulmaktadır:

$$\Delta \ln KH_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^p \varphi_i \Delta \ln KH_{t-i} + \sum_{i=0}^q \gamma_i \Delta \ln GSYH_{t-i} + \rho(ec_{t-1}) + e_t \quad (10)$$

Burada ec_{t-1} uzun döneme uyumu ifade etmekte olup katsayısının negatif ve istatistiksel olarak anlamlı olması beklenmektedir.

3.2. Doğrusal Olmayan ARDL (NARDL) Yaklaşımı

Asimetrik eşbütünleşme ilişkisine ARDL sınır testi yaklaşımı Shin vd. (2014) tarafından geliştirilmiş olup doğrusal olmayan modellerin tahmin edilmesinde literatürde yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu kapsamda doğrusal modeller ile yapılan çalışmaların uzun dönem ilişkisini durağan olmayan stokastik değişkenlerin simetrik doğrusal bir kombinasyonu olarak temsil etmesinden dolayı oldukça kısıtlayıcı olarak görülmektedir. NARDL yaklaşımı Granger ve Yoon (2002) tarafından saklı eşbütünleşme (hidden cointegration) olarak ifade edilen asimetrik eşbütünleşme yaklaşımına Pesaran vd. (2001)'in önermiş olduğu ARDL sınır testinin uyarlanmış halidir. NARDL yaklaşımının diğer modelleme tekniklerine göre (eşik değerli hata düzeltme modeli, yumuşak geçişli hata düzeltme modeli ve Markov-Switching) pek çok üstün yönü bulunmaktadır (Apergis, 2015: 952). Bu yöntemle geleneksel eşbütünleşme testlerinin bazı varsayımları genişletilerek esneklik sağlanmaktadır. Değişkenlerin $I(0)$ ve $I(1)$ olmalarına izin verilmesinin yanı sıra değişkenlerin altında yatan pozitif ve negatif bileşenlerin arasındaki eşbütünleşme ilişkisinin araştırılmasına da imkan tanınmıştır.

Kamu harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin araştırılmasında kullanılan asimetrik eşbütünleşme regresyonu aşağıdaki gibidir:

$$\ln KH_t = \beta^+ \ln GSYH_t^+ + \beta^- \ln GSYH_t^- + u_t \quad (11)$$

Burada β^+ ve β^- uzun dönem parametreleri ifade etmektedir ve GSYH'deki pozitif ve negatif değişimlerin kısmi toplam süreçleri şu şekilde ayrıştırılmaktadır:

$$\begin{aligned} \ln GSYH_t^+ &= \sum_{j=1}^t \Delta \ln GSYH_j^+ = \sum_{j=1}^t \max(\Delta \ln GSYH_j, 0) \\ \ln GSYH_t^- &= \sum_{j=1}^t \Delta \ln GSYH_j^- = \sum_{j=1}^t \max(\Delta \ln GSYH_j, 0) \end{aligned} \quad (12)$$

Denklem (11)'de yer alan asimetrik eşbütünleşme denklemi asimetrik hata düzeltme formunda;

$$\begin{aligned} \Delta \ln KH_t &= a + \rho \ln KH_{t-1} + \theta^+ \ln GSYH_{t-1}^+ + \theta^- \ln GSYH_{t-1}^- + \sum_{j=1}^{p-1} \gamma_j \Delta \ln KH_{t-j} \\ &+ \sum_{j=1}^{q-1} (\varphi_j^+ \Delta \ln GSYH_{t-j}^+ + \varphi_j^- \Delta \ln GSYH_{t-j}^-) + \varepsilon_t \end{aligned} \quad (13)$$

olarak ifade edilmektedir. Burada Denklem (13)'den hareketle asimetrik uzun dönem ilişkisi $\rho = \theta^+ = \theta^- = 0$ kısıtının test edilmesiyle araştırılmaktadır. Uzun dönem ilişkinin tespit edilmesinden sonra asimetrik uzun dönem parametrelerinin (β^+, β^-) $-\theta^+/\rho, -\theta^-/\rho$ birbirine eşit olup olmadığı sınanmaktadır. Kısa dönem asimetri güçlü ve zayıf form olmak üzere iki şekilde test edilmektedir. Güçlü asimetri için aynı gecikme uzunluğuna sahip pozitif ve negatif kısa dönem parametrelerinin birbirine eşitliği ($\phi_j^+ = \phi_j^-$) Wald testi ile sınanmaktadır. Zayıf asimetri ise pozitif kısa dönem parametrelerinin toplamının negatif olanların toplamına eşitliğinin ($\sum_{j=1}^{q-1} \phi_j^+ = \sum_{j=1}^{q-1} \phi_j^-$) Wald testi ile sınanmasına dayanmaktadır.

4. Ampirik Bulgular

Değişkenlerin $I(0)$ ya da $I(1)$ olma durumunda kullanılabilen doğrusal ARDL eşbütünleşme yöntemi $I(2)$ düzeyinde değişkenlerin olması durumunda geçerli olmamaktadır (Katrakilidis ve Trachanas, 2012: 1066). Bu nedenle analizin ilk aşamasında değişkenlerin durağanlık mertebeleri belirlenmektedir. Durağanlığın araştırılmasında Augmented Dickey Fuller (ADF) ve Phillips Perron (PP) birim kök testlerinden yararlanılmıştır ve sonuçlar Tablo 2'de özetlenmektedir.

Tablo 2: ADF ve PP Birim Kök Testi Sonuçları

	ADF							
	Model A			Model B			Model C	
	<i>l</i>	<i>t</i>	ϕ	<i>l</i>	<i>t</i>	ϕ_l	<i>l</i>	<i>t</i>
<i>lnKH</i>	1	-0.80	1.49	1	1.42	27.18**	1	7.25
$\Delta \ln KH$	1	-7.60*	28.96*	0	-14.97*	112.05*	8	0.65
<i>lnGSYH</i>	0	-2.98	5.10*	1	-0.19	3.03***	1	3.00
$\Delta \ln GSYH$	0	-10.17*	51.69*	0	-10.25*	52.49*	0	-9.17*

	PP					
	Model A		Model B		Model C	
	<i>p</i>	<i>t</i>	<i>p</i>	<i>t</i>	<i>p</i>	<i>T</i>
<i>lnKH</i>	3	-2.83	14	1.08	14	8.91
$\Delta \ln KH$	10	-20.86*	5	-16.81*	5	-9.43*
<i>lnGSYH</i>	3	-2.91	4	-0.33	4	3.30
$\Delta \ln GSYH$	2	-10.28*	2	-10.36*	3	-9.08*

Model A, B ve C sırasıyla sabitli & trendli, sabitli ve sabitsiz & trendsiz durumu ifade etmektedir. ADF testinde (*) %1, (**) %5 ve (***) %10 kritik değerler sırasıyla Model A için; -4.12, -3.48 ve -3.17; Model B için -3.55, -2.91 ve -2.59; Model C için ise -2.60, -1.95 ve -1.61 şeklindedir. *l*, ADF testi için AIC kriteri kullanılarak seçilen gecikme uzunluğudur. ϕ_l ve ϕ sırasıyla birim kök varsayımı altında, sabit ve trendin anlamlılığını test eden bileşik hipotez testleridir. *p* ise PP testi için Bartlett – Kernel kullanılarak seçilen gecikme uzunluğudur. PP testinde kritik değerler (*) %1, (**) %5 ve (***) %10 kritik değerler sırasıyla Model A için; -4.16, -3.50 ve -3.18; Model B için; -3.57, -2.92, -2.60; Model C için; -2.61, -1.94, -1.61'dir.

ADF ve PP birim kök testi sonuçlarına göre kamu harcamaları değişkeninin düzey değerlerinde ($I(0)$), GSYH değişkeninin ise ilk farkında ($I(1)$) durağan hale geldiği görülmektedir. Değişkenlerin durağanlık mertebesi $I(2)$ düzeyinde olmadığından ARDL sınır testinin uygulanmasında herhangi bir sorun görülmektedir. Sınır testinde öncelikle uygun gecikme uzunluğu VAR modelinden hareketle SIC bilgi

kriteri dikkate alınarak belirlenmiştir². Belirlenen gecikme uzunluğunda otokorelasyon problemi bulunmamaktadır. Elde edilen bulgular Tablo 3’de özetlenmektedir.

Tablo 3: ARDL Sınır Testi Sonuçları

a	K	F-istatistiği	Alt Sınır I(0)			Üst Sınır I(1)		
			%10	%5	%1	%10	%5	%1
	1	1.34	3.02	3.62	4.94	3.51	4.16	5.58
b								
	$\chi^2_{LM}(1)$	1.4834 [0.2286]	$\chi^2_{JB}(2)$			1.9438 [0.3784]		
	$\chi^2_{LM}(4)$	2.3551 [0.0663]	$\chi^2_{BPG}(3)$			1.8864 [0.1428]		
	χ^2_R	1.6118 [0.1129]						

k, açıklayıcı değişken sayısını ifade etmektedir. χ^2_{LM} , χ^2_R , χ^2_{JB} ve χ^2_{BPG} sırasıyla otokorelasyon, spesifikasyon hatası, normallik ve değişen varyans testleri için Ki-Kare test istatistiklerini ifade etmektedir.

Tablo 3a’da uzun dönem ilişkinin test edildiği F istatistiği ve kritik değerler yer almaktadır. Tablo 3b’de ise 1. ve 4. mertebeden otokorelasyon için Breusch – Pagan LM testi ile sınanmış ve otokorelasyona rastlanmamıştır. Modelde spesifikasyon hatasının ve değişen varyansın test edilmesinde sırasıyla Ramsey-Reset ve Breusch – Pagan – Godfrey testi kullanılmıştır. Ayrıca hata teriminin normalliğinin test edilmesinde Jarque- Berra Normallik testinden yararlanılmıştır. Tahmin edilen modelde herhangi bir ekonometrik sorun olmadığı görülmektedir. Bu aşamada model sabit gecikme uzunluğunda tahmin edilerek eşbütünleşme ilişkisinin araştırılmasında kısıtlı F testinden yararlanılmıştır. Hesaplanan F istatistiğinin değeri alt sınır değerlerinin altında olmasından dolayı eşbütünleşme ilişkisinin varlığından söz edilememektedir. Bu noktada, ARDL sınır testi ile Türkiye için benzer çalışmalar yapan Diler (2016) ile aynı yönde, Mohammadi vd. (2008), Oktayer ve Oktayer (2013) ile farklı yönde bulgular elde edilmiştir.

Shin vd. (2014) çerçevesinde Wagner Yasasının test edilmesinde asimetrik hata düzeltme modeli tahmin edilmiş ve uzun dönem katsayılar hesaplanmıştır. Değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin test edilmesinde kullanılan t_{BDM} ve F_{PSS} test istatistikleri ve katsayılara ilişkin tahmin sonuçları aşağıda verilmiştir.

Tablo 4: Asimetrik Eşbütünleşmeye Sınır Testi Yaklaşımı Sonuçları

a	Katsayı	Standart Hata	t- ist. [olasılık değ.]
c	2.1537	0.9776	2.2031 [0.0330]
$\ln KH_{t-1}$	-0.1215	0.0561	-2.1642 [0.0360]
$\ln GSYH_{t-1}^+$	0.2370	0.0939	-2.5256 [0.0153]
$\ln GSYH_{t-1}^-$	-0.2658	0.1479	1.7968 [0.0794]
$\Delta \ln KH_{t-1}$	-0.7955	0.0884	-9.0036

² Uygun gecikme uzunluğu “1” olarak belirlenmiş olup ARDL sınır testinde uzun dönem ilişkinin test edilmesinde ARDL(1,1) modeli kullanılmıştır.

$\Delta \ln KH_{t-2}$	-0.3591	0.1155	-3.1108
$\Delta \ln KH_{t-4}$	-0.1604	0.0894	-1.7950
$\Delta \ln GSYH_t^+$	-1.1562	0.2497	-4.6297
$\Delta \ln GSYH_{t-1}^-$	-1.9244	0.2400	-8.0190
$\Delta \ln GSYH_{t-4}^-$	1.0946	0.2150	5.0917
$\Delta \ln GSYH_{t-5}^-$	-1.3928	0.3484	-3.9981

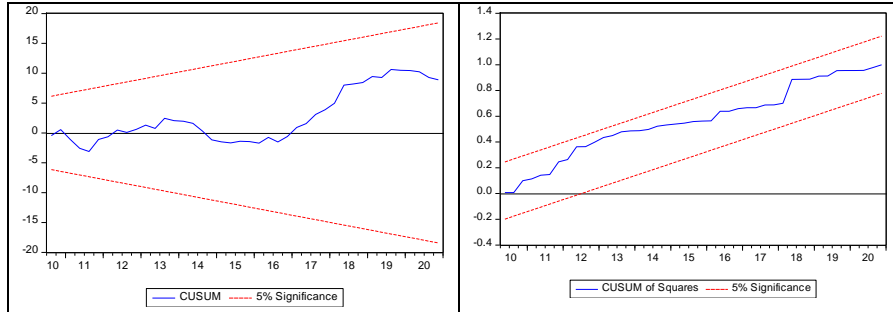
b

$$L_{\ln GSYH^+} = 1.9512 \quad L_{\ln GSYH^-} = -2.1883$$

c

$R^2 = 0.7706$	$\bar{R}^2 = 0.7173$	$\chi_{LM(1)}^2$	0.0109 [0.9166]
$t_{BDM} = -2.0209$ [0.0360]		$\chi_{LM(4)}^2$	1.8334 [0.7664]
$F_{PSS} = 8.1621$ [0.0000]		χ_{JB}^2	0.3860 [0.8245]
$W_{LR} = 9.5289$ [0.0020]		χ_{BPG}^2	9.2392 [0.5096]

" Δ " ilgili değişkenin birinci farkını; [.] olasılık değeri; L_{GSYH^+} ve L_{GSYH^-} uzun dönem katsayıları; χ_{LM}^2 , χ_{JB}^2 ve χ_{BPG}^2 sırasıyla otokorelasyon, normallik ve değişen varyans testi için Ki-Kare test istatistiği sonuçlarını ifade etmektedir. W_{LR} uzun dönem katsayıların birbirine eşitliğinin testinde kullanılan Wald istatistik değeridir.



Şekil 1: Cusum ve Cusum Sq Grafikleri

Uzun dönem katsayıların dinamik kararlılığı ve yapısal kırılma olup olmadığı Cusum ve Cusum-sq grafikleriyle incelenmektedir. Şekil 1'de verilen grafiklerden görüldüğü üzere NARDL modelinden elde edilen uzun dönem katsayılar dinamik olarak kararlı olup herhangi bir yapısal kırılma bulunmamaktadır.

Doğrusal olmayan asimetrik eşbütünleşmeye sınır testi yaklaşımının uygulanmasıyla kısıtsız hata düzeltme modelinden elde tahmin sonuçları Tablo 4a'da özetlenmektedir. Tablo 4c'de tahmin edilen modele ilişkin test sonuçları ve belirginlik katsayısı yer almaktadır. $\chi_{LM(1)}^2$ ve $\chi_{LM(4)}^2$ test istatistiklerine bakıldığında modelde 1. ve 4. mertebeden otokorelasyon bulunmadığı görülmektedir. χ_{BPG}^2 test istatistiği de değişen varyans probleminin olmadığına işaret etmektedir. χ_{JB}^2 değeri ise hata terimlerinin

normal dağıldığını ifade etmektedir. Pozitif ve negatif uzun dönem katsayıların birbirine eşitliği test eden Wald istatistiği anlamlıdır. Dolayısıyla GSYH'deki artış ve azalışlar kamu harcamaları üzerinde asimetrik bir etkiye sahiptir. Asimetrik eşbütünleşme ilişkisinin test edilmesinde kullanılan F_{PSS} ve t_{BDM} sonuçlarına bakıldığında her iki testin de anlamlı olduğu görülmektedir. Hesaplanan uzun dönem katsayılar Tablo 4b'de yer almaktadır. GSYH'deki %1'lik artış kamu harcamalarında %1.95'lik bir artışa neden olurken, GSYH'deki %1'lik bir azalış kamu harcamalarında %2.19'luk bir artışa neden olmaktadır. Literatürde Türkiye için yapılan çalışmalarda Işık & Alagöz (2005), Mohammadi vd. (2008) ve Selen & Eryiğit (2009) tarafından uzun dönem parametreler sırasıyla 2.157, 1.503, 1.430 olarak elde edilmiştir. Yapılan bu çalışmaların ortak noktası elde edilen gelir esnekliği katsayısının simetrik olduğu varsayımına dayanmasıdır. Dolayısıyla gelirin arttığı ve azaldığı dönemlerde kamu harcamalarını aynı oranda tepki vermektedir. Bu çalışmada elde ise kamu harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin asimetrik olduğu sonucuna varılmıştır. Şanlısoy ve Ekinci (2019) Peacock – Wiseman modeli çerçevesinde NARDL yöntemiyle Kazakistan için yapmış oldukları analiz sonuçları bu çalışma ile Türkiye için elde edilen bulgularla paralellik göstermektedir. Literatürde asimetrik nedensellik testleri ile Wagner Yasasını test eden çalışmalar da bulunmaktadır. (Gövdeli, 2019; Aworinde ve Onakoya, 2015; Ulucak ve Ulucak, 2014). Ancak bu çalışmalar da nedenselliğin yönü hakkında bilgi vermekte olup, büyüklüğü ve işareti hakkında herhangi bir bilgi içermemektedir. Bu çalışma GSYH'deki pozitif ve negatif değişimlerin kamu harcamaları üzerindeki asimetrik bir etkiye sahip olduğuna dair kanıtlar sunmaktadır.

5. Sonuç

Bu çalışmada Türkiye'de kamu harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki uzun dönem ilişkisi Wagner Yasası çerçevesinde ele alınmıştır. Ampirik analizde ARDL ve NARDL yöntemlerinden yararlanılmıştır. Makro iktisadi değişkenlerin yapısı incelenirken birbirleriyle olan ilişkilerinin doğrusal olduğunu varsaymak oldukça kısıtlayıcı bir varsayım olmaktadır. Keynes (1936) genişleme ve daralma dönemlerinde reel değişkenlerin iktisadi şoklara verdiği tepkinin farklı olacağını ifade etmiştir. Ekonominin genişleme dönemlerine göre daralma dönemlerinde reel değişkenlerdeki değişim daha sert ve ani olabilmektedir.

Çalışma kapsamında Peacock-Wiseman modeli çerçevesinde Wagner Yasasının geçerliliğini 2006Q1 – 2020Q4 döneminde Türkiye için test edilmiş ve elde edilen bulgulara göre ekonomik büyüme hızı oransal olarak artarken kamu harcamaları artarken, ekonomik büyüme hızının oransal olarak azalırken de kamu harcamaları artmaktadır. Dolayısıyla ekonomik büyüme hızı artarken de azalırken de kamu harcamaları artmaktadır. Ekonomik büyümenin artarken kamu harcamalarının artması Wagner Yasası gelir artarken kamu harcamalarının artacağını ancak bu artışın gelir esnekliğinin 1'den yüksek olacağını ifade etmektedir. Elde edilen bulgulara göre kamu harcamalarının gelir esnekliği 1'den yüksek olduğu için Wagner Yasası'nın geçerlidir. Ancak ekonomik büyüme hızı düşerken kamu harcamalarının artması çeşitli nedenlerle ortaya çıkabilmektedir. İlk olarak ekonomik büyümenin hızının düştüğü dönemlerde transfer harcamalarındaki artış kamu harcamalarını artırabilmektedir. Ekonomik büyüme hızının düştüğü dönemlerde kamu harcamalarındaki artışın ikinci sebebi de ekonomik büyümeyi sağlayıcı maliye politikalarıdır. Özellikle kriz dönemlerinde gelirdeki azalışı elimine etmek amacıyla hükümetler genellikle mali politika araçlarına başvurumaktadırlar. Güngör (2017)

çalışmasında da belirttiği üzere 2009 Küresel Finansal Kriz döneminde hükümetler kamu harcamalarına ağırlık verdiklerinden vergi gelirlerinin azalmasından ziyade kamu harcamalarında artış yaşanmıştır. Söz konusu durum, kamu harcamalarının ekonomik istikrarın sağlanmasında otomatik stabilizatör görevi üstlenmesiyle de açıklanabilir. Bu yaklaşımda duraklama ve daralma aşamalarında kamu harcamaları artan bir yapıya sahiptir. Çalışmanın veri dönemi ve kullanılan yöntem kapsamında elde edilen bulgulara göre ekonomik büyümedeki negatif değişimlerin pozitif değişimlere göre kamu harcamalarında oldukça yüksek bir artışa neden olduğu görülmektedir. Ekonomik büyümedeki negatif değişimler kamu harcamalarındaki artışlar nedeniyle bütçe dengesinde bozulmalara ve beraberinde çeşitli ekonomik sorunlara yol açabilecektir. Buradan kamu harcamalarının gelirdeki (özellikle negatif) değişimlere oldukça duyarlı olduğu görülmektedir. Dolayısıyla ekonomik büyümedeki olası düşüşlere karşı hükümetlerin maliye politikalarını ekonomik istikrarı sağlayıcı şekilde önceden belirlemesi ve ihtiyatlı olması yararlı olacaktır.

Referanslar

- Ahsan, S. M., Kwan, A. C. & Sahni, B. S. (1996). Cointegration and Wagner's hypothesis: time series evidence for Canada. *Applied Economics*, 28(8), 1055-1058.
- Altunç, Ö. F. (2011). Kamu harcamaları ve ekonomik büyüme ilişkisi: Türkiye'ye ilişkin ampirik kanıtlar. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2), 145-157.
- Ansari, M. I., Gordon, D. V. & Akuamoah, C. (1997). Keynes versus Wagner: public expenditure and national income for three African countries. *Applied Economics*, 29(4), 543-550.
- Apergis, N. (2015). Asymmetric real exchange rate pass-through and poverty in China: evidence from a nonlinear model. *Applied Economics Letters*, 22(12), 951-954.
- Arısoy, İ. (2005). Wagner ve Keynes hipotezleri çerçevesinde Türkiye'de kamu harcamaları ve ekonomik büyüme ilişkisi. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(2), 63-80.
- Aworinde, O. B. & Onakoya, A. B. (2015). Testing the validity of Wagner's law in Nigeria: evidence from nonlinear causality. *Ago-Iwoye Journal of Social and Behavioural Sciences*, 217-231.
- Babatunde, M. A. (2011). A bound testing analysis of Wagner's law in Nigeria: 1970-2006. *Applied Economics*, 43(21), 2843-2850.
- Bağdıçen, M. & Beşer, B. (2009). Ekonomik büyüme ile kamu harcamaları arasındaki nedensellik ilişkisinin Wagner tezi kapsamında bir analizi: Türkiye örneği. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(9), 1-17.
- Barro, R. J. (1990). Government spending in a simple model of endogenous growth. *Journal of Political Economy*, 98(5-Part 2), 103-125.
- Bildirici, M. E. & Turkmen, C. (2015). Nonlinear causality between oil and precious metals. *Resources Policy*, 46, 202-211.

- Cavicchioli, M. & Pistorresi, B. (2016). Testing threshold cointegration in Wagner's law: the role of military spending. *Economic Modelling*, 59, 23-31.
- Chang, T., Liu, W. & Caudill, S. B. (2004). A re-examination of Wagner's law for ten countries based on cointegration and error-correction modelling techniques. *Applied Financial Economics*, 14(8), 577-589.
- Çelik, A. A. (2010). *Ekonomik büyüme ile kamu harcamalarının nedensellik analizi: Suudi Arabistan, B. A. Emirlikleri ve Kuveyt Uygulaması* (Yayımlanmamış doktora tezi) Marmara Üniversitesi Ortadoğu Araştırmaları Enstitüsü, İstanbul.
- Diler, H. G. (2016). Kamu harcamaları – ekonomik büyüme: Türkiye üzerine bir uygulama. *İktisat Politikası Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 21–36.
- Edizdoğan, N., Çetinkaya, Ö. ve Gümüş, E. (2012). *Kamu maliyesi* (4. Baskı). Bursa: Ekin Yayınevi.
- Florio, M. & Colautti, S. (2005). A logistic growth theory of public expenditures : a study of five countries over 100 years. *Public Choice*, 122, 355–393.
- Goffman, I. J. (1968). On the empirical testing of Wagner's law: a technical note. *Public Finance*, 23, 359-364.
- Goffman, J. J. and Mahar, D. J. (1971). The growth of public expenditures in selected developing nations: six Caribbean countries. *Public Finance/Finances Publiques*, 26(1), 57–74.
- Gövdeli, T. (2019). Kamu harcamaları ve ekonomik büyüme: Türkiye'de Wagner yasası ve Keynesyen hipotezin ampirik analizi. *Ataturk University Journal of Economics & Administrative Sciences*, 33(3).
- Granger, C. W. J. & Yoon, G. (2002). Hidden cointegration (No. 2). *Economics Working Paper Series*. San Diego: University of California.
- Gupta, S. P. (1967). Public expenditure and economic growth: a time series analysis. *Public Finance/Finances Publiques*, 22(4), 423–461.
- Güder, F., Yücekaya, P. & Şenyurt, A. (2016). Kamu harcamaları ile ekonomik büyüme ilişkisi: Türkiye için Keynesyen görüş mü? Wagner kanunu mu geçerli? (2006-2015 Dönemi). *ÇOMÜ Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 47–60.
- Güngör, K. (2017). Avrupa Birliği ülkelerinde kamu harcamaları ve refah devleti bağlamında küresel krizin analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(2), 267-285.
- Halicioğlu, F. (2003). Testing Wagner's law for Turkey, 1960-2000. *Review of Middle East Economics and Finance*, 1(2), 129–140.
- Işık, N. & Alagöz, M. (2005). Kamu harcamaları ve büyüme arasındaki ilişki. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (24), 63–75.
- Iyare, S. O. & Lorde, T. (2004). Co-integration, causality and Wagner's law: tests for selected Caribbean countries. *Applied Economics Letters*, 11(13), 815-825.

- Katrakilidis, C. & Trachanas, E. (2012). What drives housing price dynamics in Greece: new evidence from asymmetric ARDL cointegration. *Economic Modelling*, 29(4), 1064–1069.
- Keynes, J. M. (1936). *The general theory of employment, interest and money*. Cambridge: *Cambridge University Press*
- Kumar, S., Webber, D. J. & Fargher, S. (2012). Wagner's law revisited: cointegration and causality tests for New Zealand. *Applied Economics*, 44(5), 607-616.
- Keho, Y. (2017). Threshold cointegration, asymmetric causality and Wagner's law: the African experience revisited. *International Journal of Economics and Finance*, 9(5), 171-180.
- Mann, A. J. (1980). Wagner's law: econometric test for Mexico, 1925-1976, *National Tax Journal*, 33, 189-201.
- Michas, N. A. (1975). Wagner's law of public expenditures: what is appropriate measure- ment for a valid test. *Public Finance/Finances Publiques*, 30(1), 77–84.
- Mohammadi, H., Cak, M. & Cak, D. (2008). Wagner's hypothesis: new evidence from Turkey using the bounds testing approach. *Journal of Economic Studies*, 35(1), 94–106.
- Murthy, N. R. V. (1994). Wagner's law, spurious in Mexico or misspecification: a reply. *Public Finance/Finances Publiques*, 49(2), pp. 295-303
- Musgrave, R. A. (1969). *Fiscal systems*. New Haven and London: Yale University Press.
- Narayan, P. K., Nielsen, I. & Smyth, R. (2008). Panel Data, cointegration, causality and Wagner's law: empirical evidence from Chinese provinces. *China Economic Review*, 19(2), 297-307.
- Oktayer, A. & Oktayer, N. (2013). Testing Wagner's law for Turkey: evidence from a trivariate causality Analysis. *Prague Economic Papers*, 2, 284-301.
- Peacock, A. T. & Wiseman, J. (1967). *The growth of public expenditure in the United Kingdom* (Vol. 1). Crows Nest: Allen & Unwin.
- Peacock, A.T. and Wiseman, J. (1979). Approaches to the analysis of government expenditure growth. *Public Finance Quarterly*, 7(1), pp. 3-23.
- Pesaran, M. H., Shin, Y. & Smith, R. J. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of Applied Econometrics*, 16(3), 289–326.
- Pryor, Frederic L. (1968). *Public expenditures in communist and capitalist nations*. London: George Allen & Unwin.
- Selen, U. & Eryiğit, K. (2009). Yapısal kırılmaların varlığında, Wagner kanunu Türkiye için geçerli mi? *Maliye Dergisi*, 156, 177–198.
- Shin, Y., Yu, B. & Greenwood-Nimmo, M. (2014). Modelling asymmetric cointegration and dynamic multipliers in a nonlinear ARDL framework. In R. C.

- Sickles & W. C. Horrace (Eds.), *Econometric Methods and Applications (Festschrift in Honor of Peter Schmidt)*. New York: Springer.
- Şanlısoy, S. & Ekinci, R. (2019). Wagner yasasının testi: Kazakistan ekonomisi bulguları. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 7(19), 428-451.
- Taşseven, Ö. (2011). The Wagner's law: time series evidence for Turkey, 1960-2006. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 12(2), 304-316.
- Telek, C. & Telek, A. (2016). Kamu harcamaları ve ekonomik büyüme ilişkisinin Wagner ve Keynes hipotezi çerçevesinde incelenmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, ICMEB17 ÖZ, 628-642.
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS). (2021, 14 Mayıs). Erişim adresi <https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?evds/serieMarket>.
- Ulucak, R. & Şentürk Ulucak, Z. (2014). Kamu harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki nedensellik: Türkiye örneği. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(23), 81-98.
- Ulutürk, S. (1997). *Kamu harcamalarının rolü, gelişimi ve etkileşimde bulunduğu değişkenler açısından kuramsal ve ampirik bir değerlendirmesi: Türkiye, 1963-1993* (Yayımlanmamış doktora tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Uzuner, G., Bekun, F. V. & Akadiri, S. S. (2017). Public expenditures and economic growth: was Wagner right? Evidence from Turkey. *Academic Journal of Economic Studies*, 3(2), 36-40.
- Wang, L., Peculea, A. D. & Xu, H. (2016). The relationship between public expenditure and economic growth in Romania: Does it obey Wagner's or Keynes's Law? *Theoretical & Applied Economics*, 3(608), 41-52.

BİREYLERİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ İLE KARIYER TERCİHLERİNİ ETKİLEYEN KRİTERLER ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS AND CRITERIA AFFECTING CAREER PREFERENCES OF INDIVIDUALS

Köpük Serra KARTAL⁽¹⁾, Selçuk ALP⁽²⁾

Öz: Meslek seçimi ve kariyer tercihi bireylerin hayatını etkileyen önemli kararlardan biridir. Meslek seçimi ve kariyer planlama sürecinde birçok farklı değişkenin etkisi söz konusudur. Bu çalışmanın amacı bireylerin kariyer planlamasında önem verdiği kriterlerle meslek seçim sürecinde etkisi altında kaldığı değişkenlerin birbirleriyle olan ilişkilerinin incelenmesidir. Kriterlerin ağırlıkları Bulanık AHP ile bulunurken, ilişkilerin analizi için Korelasyon Analizi, bağımsız örneklem t-testi ve ANOVA istatistiksel analizlerinden yararlanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda kriter ağırlıklarının değişkenlerle ilişkileri ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kariyer Tercihi, Bulanık AHP, İstatistiksel Analiz

Abstract: Career choice and career planning is one of the important decisions that affect the lives of individuals. Many different variables have an effect on career choice and career planning. The aim of this study is to investigate the relationships between the variables under which the individual is influenced in the career choice process and the criteria that individuals importance to career planning. The weights of the criteria were determined by Fuzzy AHP, to analyze relationships Correlation Analysis, independent sample t-test and ANOVA statistical analysis were used. As a result of the analyzes, the relationship between the criterion weights and the variables was revealed.

Keywords: Career Choice, Fuzzy AHP, Statistical Analysis

JEL: C12

1.Giriş

Meslek, eğitim ve deneyim ile kazanılan, yararlı mal üretmek insanlara hizmet vermek ve bunun karşılığında maddi kazanç sağlamak için yapılan sistemli bilgi ve becerilere dayalı iş olarak ifade edilmektedir (Kuzgun, 2014: 4). Meslek, bireyin hayatı boyunca devam ettirdiği, hayatını etkileyen bir olgudur. Bu sebeple, meslek seçim süreci bireyin karar vermek zorunda olduğu önemli bir süreçtir.

Dilimize Fransızcadan geçen *kariyer (carrière) kavramı* ise bir ömür boyu yaşanan olaylar dizisi, bireyin meslek ve diğer yaşam rollerinin birbirini etkilemesi ve izlemesi sonucu oluşan genel örüntü ve gelişim çizgisinde, özellikle iş ve mesleğe ilişkin rollerinde ilerleme, duraklama ve gerilemeleri de içeren bir süreçtir. Kariyer

⁽¹⁾ Yıldız Teknik Üniversitesi, Makine Fakültesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü; kopukkartal@gmail.com, ORCID: 0000-0001-6104-374X

⁽²⁾ Yıldız Teknik Üniversitesi, Makine Fakültesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü; alp@yildiz.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6545-4287

Geliş/Received: 20-09-2019; Kabul/Accepted: 30-04-2021

kavramı bireylerin sadece mesleki faaliyetleri değil yaşamları boyunca yaptıkları işleri ve yaşamdaki rollerini içerdiğinden meslek kavramından daha kapsamlıdır (Çavuş ve Kaya, 2015: 102-103).

Karar verme süreci, karar verilmesi gereken bir durumun ortaya çıkması ile başlar. Karar verilecek konu belirlendikten sonra kararı etkileyecek faktörler belirlenir. Bu faktörlere göre alternatifler değerlendirilerek karar verilir. Özetle karar verme, hedef ve amaçların gerçekleştirilmesi alanında seçeneklerden birinin kabul edilmesidir (Kuruüzüm ve Atsan, 2001: 84). Meslek seçim süreci, bir karar verme süreci olarak ele alınabilir. Meslek seçimini etkileyen birçok değişken bulunmaktadır. Bu değişkenlerden bazıları, bireyin demografik özellikleri, ailesi veya çevreden gelen dış etkenlerdir. Meslek seçim sürecinde ve sonrasında, bireyler kariyer planlaması yapar. Kariyer planlama sürecinde farklı alternatifler ve bu alternatifleri değerlendirirken önceliklendirilen farklı kriterler söz konusudur. Her bireyin kariyer tercih süreci farklıdır ve birey önceliklerine göre bu süreci yönetir.

Literatürde meslek seçim süreci ve kariyer planlama/tercihi ile ilgili çalışmalar iki farklı alanda çalışılmıştır. Meslek seçim sürecinin incelendiği çalışmalarda, bireyin meslek seçimini etkileyen değişkenlerle ilgili analizler yapılmış ve bireylerin kişisel özelliklerinin meslek seçimine etkisi olup olmadığı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Kariyer planlama alanında ise bireylerin kariyerlerine yön verirken değerlendirdiği alternatifler ve bu alternatifleri değerlendirirken göz önüne aldığı kriterler değerlendirilmiştir. Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde, iki alanın birlikte ele alındığı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu sebeple, bu çalışmada demografik ve sosyal özellikler ile bireyin kariyer tercihi sürecinde dikkate aldığı kriterler arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu amaca yönelik çalışma kapsamında İstanbul ilinde yaşayan 670 bireye anket uygulanmıştır. Her bir birey için ayrı ayrı kriter ağırlıkları Bulanık AHP yöntemi kullanılarak belirlenmiştir. 498 anket kullanılarak analizler gerçekleştirilmiştir. Meslek seçim sürecindeki değişkenlerin, kariyer tercih sürecinde dikkat edilen kriterlerle ilişkisinin analizinde ise korelasyon analizi, bağımsız örneklem t testi ve ANOVA testi kullanılmıştır.

2. Literatür Araştırması

Literatür araştırması yapılırken bireyin hangi mesleği seçeceği ve seçim sürecinde etkili olan değişkenleri konu alan çalışmalar meslek seçim süreci ile ilgili çalışmalar olarak incelenmiştir. Bireyin seçtiği mesleği nelere göre değerlendirdiği ve nasıl icra etmek istediğini konu alan çalışmalar ise kariyer tercihi süreci ile ilgili çalışmalar olarak incelenmiştir.

Meslek seçimini etkileyen değişkenlerin araştırıldığı çalışmalar incelendiğinde literatürde farklı değişkenlere yer verildiği görülmüştür. Tezcan (2018), öğrencilerin meslek seçiminde dikkate aldıkları değişkenleri ve gelecek beklentilerini ele aldığı çalışmasında meslek seçiminde ilkeli, plansız ve edilgenliğin söz konusu olduğunu ve gelecekle ilgili temel gereksinimlerin doyumuna ve kendini geliştirmeye dayalı beklentilerin olduğunu tespit etmiştir. Değirmenci (2018) toplumsal cinsiyet algısının meslek seçimine etkisini araştırdığı çalışmasında cinsiyetin yanı sıra öğrencinin ailesi, ilgi ve yetenekleri, çevresi, iş sahibi olma gibi değişkenlerin de etkili olduğu sonucuna varmıştır. Ensari ve Alay (2017) yaptıkları çalışmada bireylerin meslek seçiminde mesleki bilgi ve beceri kazanma, yüksek kazanç ve

sorumluluk beklentisi, statü beklentisi, aile ve eğitim çevresi ve mesleğin yapısal özellikleri kriterlerinde cinsiyet, yaş, medeni durum değişkenlerine göre farklılık gözlenmiştir. Bozgedik (2017) yaptığı çalışmada öğrencilerin meslek seçim sürecinde en fazla aile beklentisi, iş bulma olanağı ve arkadaş görüşleri değişkenlerinden etkilendikleri sonucuna ulaşmıştır. Omar vd. (2015) muhasebe öğrencilerinin meslek seçiminde maaş, çalışma ortamı, cinsiyet ve işveren itibarı değişkenlerinin etkisini incelemiştir. t testi ve Pearson korelasyon analizleri sonucunda başlangıç maaşı, itibar ve çalışma ortamı değişkenlerinin meslek seçimi ile arasında anlamlı ilişki olduğu ve çalışma ortamı değişkeninin en fazla etkiye sahip olduğunu belirtmiştir. Çalışmada cinsiyet değişkenine göre yapılan inceleme sonucunda kız ve erkek öğrencilerin arasında meslek seçimi açısından anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. Köroğlu (2014) çalışmasında meslek seçimi ile kişilik özelliklerinin pozitif yönde zayıf düzeyde ilişkili olduğunu belirlemiştir. Yılmaz vd. (2012) öğrencilerin demografik özelliklerinin kariyer tercihlerindeki etkisini ele aldıkları çalışmalarında kariyer tercihi için Holland'ın kişilik tiplerini kullanarak meslek seçiminin demografik özelliklerden etkilendiği sonucuna ulaşmışlardır. Gezer (2010) lise son sınıf öğrencilerinin cinsiyet, oturdukları yer ve aylık gelirleri gibi özniteliklerini de içeren çalışması sonucunda özniteliklerin meslek seçiminde etkili olduğunu belirlemiştir. Sarıkaya ve Khorshid (2009) çalışmalarında meslek seçiminde etkili olan öncelikli değişkenler olarak anne ve babalarının eğitim durumu, bitirdikleri lise türü, yaşadıkları yer ve ailenin kültürel düzeyleri olduğunu belirlemiştir. Aytekin (2005) meslek seçimini etkileyen sosyo-ekonomik ve kültürel değişkenleri incelemek amacıyla lise son sınıf öğrencilerine anket uygulayarak değişkenler arasındaki nedenselliği incelediği çalışmasında; demografik özellikler, ailenin gelir düzeyi ve anne-baba eğitim durumu gibi değişkenleri incelemiş ve bireyin ailesinin isteği, işin ilgi ve yeteneklere uygunluğu, işin prestijinin yüksek olması, iş olanaklarının çokluğu ve bireyin meslekte çalışan yakınlarının teşviki değişkenlerinin önemli olduğunu belirlemiştir.

Kariyer tercihlerini araştıran çalışmalar incelendiğinde literatürde farklı alternatiflere ve kriterlere yer verildiği görülmüştür. Alhomoud vd. (2019) eczacılık fakültesi öğrencilerinin meslek seçimlerinde etkili olan maaş, iş teşviki, coğrafik lokasyon, iş çevresi, esnek çalışma saatleri, eğitim deneyimi, kişisel ilgi, örgütsel itibar gibi kriterlerin etkisinin incelemiştir. Analizler sonucunda en çok hastane eczanelerinin tercih edildiğini ve bu tercihe etki eden kriterlerden birinin ücret kriteri olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca bu çalışma sonucunda maaş ve iş fırsatları kriterlerinin meslek seçiminde en etkili kriterler olduğu görülmüştür. Aydemir (2018) çalışmasında iş avantajları yüksek, toplumsal saygınlığı olan meslekleri tercih ettikleri görülmüştür. Özkoç vd. (2018) çalışmalarında AHP yöntemlerini kullanarak öğrencilerin kariyer alternatiflerini etkileyen kriterleri ve girişimcilik kavramını incelemişler ve kariyer tercihinde ana kriterin iş güvencesi olduğunu belirtmişlerdir. Akın ve Akyıldız (2018) lise öğrencilerinin meslek seçimini etkileyen kriterleri ve meslek tercihlerini araştırdığı çalışmasında Bulanık TOPSIS yöntemini kullanmıştır. Akın (2017) çalışmasında öğrencilerin meslek seçiminde etkili olan kriterleri incelerken Bulanık DEMATEL yöntemini kullanmıştır. Oh vd. (2016) işletme öğrencilerine yönelik yaptıkları çalışmalarında endüstri türü, başlangıç maaşı, 5 yıllık maaş, eğitim, sosyal haklar ve iş yaşam dengesi kriterlerinin iş seçimindeki etkisini incelenmiştir. Konjoint analizi ile iş profilleri oluşturulmuş ve endüstri türü, 5 yıllık maaş, eğitim ve iş yaşam dengesi kriterlerinin en önemli kriterler olduğu sonucuna varılmıştır. Pala (2016), meslek seçiminde etkin olan faktörlerin belirlenmesi ve alternatiflerle olan ilişkilerinin ortaya konulması amacı ile 9 Eylül

Üniversitesi İİBF Ekonometri Bölümü özelinde mezun olacak öğrenciler ile bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Çalışmadaki analizler AHP ve Bulanık AHP yöntemiyle gerçekleştirilmiş ve elde edilen sonuçlar karşılaştırılmıştır. Alp ve Özkan (2015) ücret seviyesi, iş güvenliği, iş yeri, kazanılmış haklar, saygınlık işin zorluk düzeyi, esnek çalışma fırsatları kriterlerinin meslek seçimindeki etkisini çok ölçütlü karar verme problemi olarak ele aldıkları çalışmaları sonucunda en önemli kriterlerin işin toplumdaki saygınlığı ve ücret düzeyi olduğu görülmüş ve en fazla tercih edilen meslek türünün yabancı sermayeli şirketler ve kişinin kendi işi (girişimci) olduğu sonucuna varılmıştır. Pekaya ve Çolak, (2013) üniversite öğrencilerinin meslek seçimini etkileyen kriterlerin AHP ile belirledikleri çalışmalarında iş güvencesi, meslek kazançları ve kariyer imkânı etkenlerinin en fazla önem verilen kriterler olduğu belirlemişlerdir. Göktolga ve Gökalp (2012) çalışmalarında AHP yöntemi ile iş seçimini etkileyen kriterlerin ve alternatiflerin ağırlıklarını analiz etmişlerdir. Çalışmanın sonucuna göre en fazla ağırlığa sahip kriter işin garantisi ve en fazla tercih edilen alternatif akademisyenlik olarak gözlenmiştir. Kılıç ve Çevikkan (2011) çalışmalarında, iş seçiminde rol oynayan faktörleri incelemişlerdir. Bu amaçla İTÜ İşletme Fakültesi'nden mezun olacak üniversite öğrencileri arasında araştırma yapmışlardır. Kriterlerin tüm analizleri ve alternatiflerin değerlendirilmesi için Bulanık AHP yöntemini kullanmışlardır.

Sonuç olarak literatürde meslek seçimini etkileyen değişkenleri ele alan çalışmalarda, demografik özellikler, anne-baba eğitim durumu, öğrenim durumu gibi değişkenlerin ele alındığı görülmüştür ve bu sebeple bu çalışmada anket sorularında bu değişkenlere yer verilmiştir. Literatürde kariyer tercih sürecini araştıran çalışmalar incelendiğinde, birçok çalışmada alternatifler ve kriterler kullanıldığı görülmektedir. Uzman görüşü ve literatür taramasıyla kriterler belirlenmiştir. Genelde kriter ağırlıkları Çok Kriterli Karar Verme yöntemleri ile hesaplanmıştır. Bu çalışmada da kriter ağırlıkları Bulanık AHP yöntemi ile hesaplanmıştır. Literatür incelemeleri sonucunda hem meslek seçim sürecini etkileyen değişkenler hem de kariyer tercihinde önem verilen kriterlerin birlikte ele alındığı bir çalışmanın mevcut olmadığı görülmüştür. Bu sebeple bu çalışmanın kariyer tercih sürecini iki boyutta ele alması sonucu literatürdeki boşluğun giderilmesine katkıda bulunulacağı düşünülmektedir.

3. Metodoloji

Bu çalışmada kariyer tercihinde etkili kriterlerin ağırlıklarının bulunması için Bulanık AHP kullanılmıştır. Ankete katılan her birey için kriter ağırlıkları Bulanık AHP ile ayrı ayrı belirlenmiştir.

Kriterlere verilen ağırlıklar ile bireylerin kariyer tercih sürecinde etkisi altında kaldığı kriterlerin birbirleriyle ilişkilerinin ortaya konulması için istatistiksel testlerden yararlanılmıştır. İstatistiksel testlerde bağımsız örneklem t Testi, bağımsız iki grubun ortalamaları arasındaki farkların anlamlılığını incelemek amacıyla; ANOVA ise 3 ve daha fazla grubun ortalamaları arasındaki farkın anlamlılığını incelemek amacıyla kullanılmıştır.

3.1 Bulanık AHP

İlk kez Lotfi A. Zadeh tarafından ortaya konulan Bulanık Mantık, bulanık küme teorisine dayanmaktadır. Bulanık küme teorisinde klasik kümeden farklı olarak bir elemanın bir kümeye üyelik derecesi (μ) 0 ile 1 arasında değişen üyelik değeri ile

ifade edilmektedir. Eğer eleman kümeye kesin olarak ait ise $\mu=1$; kesin olarak ait değilse $\mu=0$ değerini almaktadır (Başlıgil, 2005:24). Bulanık AHP ile AHP'den daha başarılı sonuçlar elde edildiğini gösteren bazı durumlar söz konusudur. Bu durumlara örnek olarak AHP'nin belirsizlikleri dikkate alınması fakat Bulanık AHP'de belirsizliklerin dikkate alınması, AHP'de kullanılan gerçek değerler yerine Bulanık AHP'de dilsel değişkenlerin veya bulanık sayıların kullanılması verilebilmektedir (Alp ve Gündoğdu, 2012: 12). Bulanık AHP'de üçgensel bulanık sayılar kullanılabilir. Üçgensel (triangular) bulanık sayılar en küçük değer "l", en çok beklenen değer "m", en büyük değer "u" olmak üzere 3 parametre ile ifade edilmektedir (Çanlı ve Kandakoğlu, 2007: 73). Üçgensel bulanık sayılar Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Üçgensel (Triangular) Bulanık Sayılar

Açıklama	Önem Derecesi	Önem Derecesi Eşleniği
Eşit Önemli	(1,1,1)	(1,1,1)
Biraz Önemli	(2/3, 1, 3/2)	(2/3, 1, 3/2)
Önemli	(3/2, 2, 5/2)	(2/5, 1/2, 2/3)
Çok Önemli	(5/2, 3, 7/2)	(2/7, 1/3, 2/5)
Mutlak Önemli	(7/2, 4, 9/2)	(2/9, 1/4, 2/7)

Chang (1996) tarafından önerilen genişletilmiş bulanık AHP yönteminin adımları aşağıdaki gibidir:

Adım 1: i. nesneye göre bulanık sentetik boyut değeri aşağıdaki gibi hesaplanır.

$$S_i = \sum_{j=1}^m M_{g_i}^j \otimes \left[\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m M_{g_i}^j \right]^{-1} \quad (1)$$

$\sum_{j=1}^m M_{g_i}^j$ matrisinin m adet boyut analizinin bulanık toplamı aşağıdaki 2 numaralı formül yardımıyla hesaplanmaktadır.

$$\sum_{j=1}^m M_{g_i}^j = \sum_{j=1}^m l_j \sum_{j=1}^m m_j \sum_{j=1}^m u_j \quad (2)$$

$\left[\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m M_{g_i}^j \right]^{-1}$ ifadesini hesaplamak için $M_{g_i}^j (j = 1, 2, \dots, m)$ değerleri üzerinde bulanık toplama işlemi gerçekleştirilir. Bu adımın en son aşaması 3 numaralı formül yardımıyla vektörün tersinin hesaplanmasıdır.

$$\left[\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m M_{g_i}^j \right]^{-1} = \frac{1}{\sum_{j=1}^n u_j}, \frac{1}{\sum_{j=1}^n m_j}, \frac{1}{\sum_{j=1}^n l_j} \quad (3)$$

Adım 2: $M_2(l_2, m_2, u_2) \geq M_1(l_1, m_1, u_1)$ olasılık değeri aşağıda verilen 4 numaralı formüldeki gibi tanımlanmıştır.

$$V(M_2 \geq M_1) = \sup_{y \geq x} [\min(\mu_{M_1}(x), \mu_{M_2}(y))] \quad (4)$$

$M_1(l_1, m_1, u_1)$ ve $M_2(l_2, m_2, u_2)$ üçgensel bulanık sayılar olmak üzere $V(M_2 \geq M_1)$;

$$V(M_2 \geq M_1) = \text{hgt}(M_1 \cap M_2) = \mu_{M_2}(d) \quad (5)$$

$$V(M_2 \geq M_1) = \begin{cases} 1 & ; m_2 \geq m_1 \\ 0 & ; l_1 \geq u_2 \\ \frac{(l_1 - u_2)}{(m_2 - u_2) - (m_1 - l_1)} & ; \text{diğer durumlarda} \end{cases} \quad (6)$$

şeklinde hesaplanır.

Adım 3: Konveks bir bulanık sayının olasılık derecesinin k tane konveks sayıdan M_i ($i=1,2,\dots,k$) daha büyük olma olasılığı,

$$V(M \geq M_1, M_2, \dots, M_k) = \min V(M \geq M_i) \quad (i=1,2,\dots,k) \quad (7)$$

şeklinde hesaplanır. ($i=1,2,\dots,k$) ve $k \neq i$ için $d'(A_i) = \min(V(S_i \geq S_k))$ olduğu kabul edilir ve böylece ağırlık vektörü, $W' = (d'(A_1), d'(A_2), \dots, d'(A_n))^T$ şeklinde hesaplanır. Burada A_i ($i=1,2,\dots,n$) n elemandan oluşmaktadır.

Adım 4: Yukarıda 7 numaralı formülde verilen ağırlık vektörü, normalizasyon işleminden sonra normalize ağırlık vektörü; $W = (d(A_1), d(A_2), \dots, d(A_n))^T$ adını alır. Hesaplanan W ağırlık vektörü artık bulanık bir sayı değildir (Özdağoğlu, 2008: 18-29; Çanlı ve Kandakoğlu, 2007: 73-75; Başlıgil, 2005: 25-26).

3.2 İstatistiksel Analiz

İstatistiksel yöntemler veri analizinde sıklıkla kullanılmaktadır. Anket sonuçlarının analiz edilmesinde örneklem boyutu, homojenlik gibi durumlarına göre farklı testler kullanılmaktadır. Değişkenler arasındaki ilişkinin yönünü, derecesini ve önemini hesaplamak için korelasyon analizi kullanılmakta ve elde edilen değere korelasyon katsayısı adı verilmektedir. Korelasyon katsayısı, 0 ile 1 arasında değer almaktadır. Bu değer 0 olması değişkenler arasında ilişki olmadığını, 1 olması ise değişkenler arasında kuvvetli ilişki olduğunu ifade etmektedir. Yaygın olarak kullanılan korelasyon analizlerinden biri Pearson korelasyon analizidir. Oransal veya aralıklı ölçükle elde edilmiş değişkenler normal dağılıma uyuyorsa Pearson korelasyon analizi kullanılmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2016: 264). Normal dağılıma uyan iki bağımsız grubun ortalamaları arasındaki farkların anlamlı olup olmadığını test etmek amacıyla bağımsız örneklem t-testi kullanılmaktadır (Özdemir, 2010: 241). ANOVA analizi bir diğer adıyla varyans analizi ile normal dağılıma uyan 3 veya daha fazla bağımsız ortalamalar arasındaki farkın anlamlılığı incelenmektedir (Özdemir, 2010: 249).

4. Uygulama

Çalışmanın bu bölümünde araştırma hipotezlerinden ve bu hipotezleri test etmek için kullanılan verilerden, analiz için kullanılan yöntemler ve analiz sonuçlarından bahsedilmiştir.

4.1 Çalışmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı bireylerin kariyer tercihlerinde önem verdikleri kriterlerin ağırlıkları ile bireyin meslek seçim sürecinde etkisi altında kaldığı değişkenlerin birbirleriyle ilişkisinin olup olmadığını belirlemektir. Bunun için oluşturulan hipotezler Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Hipotezler

Hipotez No	Hipotez
1	H₀: Kariyeri etkileyen kriterler (İş Garantisi, Ücret, İşin Toplumda Gördüğü İtibar, Çalışma Koşulları, Gelişim Fırsatları) ile cinsiyet ve medeni durum değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık yoktur.
	H₁: Kariyeri etkileyen kriterler ile cinsiyet ve medeni durum değişkenleri arasında anlamlı bir fark vardır.
2	H₀: Kariyeri etkileyen kriterler ile bireyin öğrenim durumu, yaş ve çalışma durumu değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık yoktur.
	H₁: Kariyeri etkileyen kriterler ile bireyin öğrenim durumu, yaş ve çalışma durumu değişkenleri arasında anlamlı bir fark vardır.
3	H₀: Kariyeri etkileyen kriterler ile Bireyin Anne ve Babasının Eğitim ve Çalışma Durumları değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık yoktur.
	H₁: Kariyeri etkileyen kriterler ile Bireyin Anne ve Babasının Eğitim ve Çalışma Durumları değişkenleri arasında anlamlı bir fark vardır.

4.2 Çalışmada Kullanılan Veriler

Araştırmanın hedef evreni İstanbul’da yaşayan meslek seçim sürecini tamamlayan 20-50 yaş arası bireylerden oluşmaktadır. Araştırma evreninin büyüklüğü bu yaş aralığında tüm bireylere ulaşmaya imkan tanımadığından, örneklem belirlenirken maliyet ve zaman göstergeleri dikkate alınmıştır. Çalışmada 0,05 örnekleme hatası dikkate alınmıştır. Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004) çalışmalarında 0,05 örnekleme hatası ile yaklaşık 10 milyon evren büyüklüğü için örneklem büyüklüğü 384 olarak hesaplamışlardır. Örneklem grubunun seçiminde basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılarak araştırmaya katılmayı kabul eden bireylere anket iletilmiştir.

Hazırlanan anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde demografik ve sosyal özellikler sorulmuştur. Bu bölümde sorulan sorular literatürde sıklıkla yer alan ve meslek seçimini etkileyen değişkenlerdir. Anketin ikinci bölümünde ise kariyer planlama sürecinde önem verilen kriterlerin ağırlıklarının hesaplanması için kullanılan soru seti yer almıştır. Anket İstanbul ilinde yaşayan 670 kişi tarafından doldurulmuştur. Anketlerde yer alan yanıtların tutarlılığı ve kriterlerin ağırlıkları Bulanık AHP yöntemiyle hesaplanmıştır. Tutarlılık oranı 0.10’dan yüksek çıkan bireylerin yanıtları analiz dışı tutulmuştur. Bu sebeple 498 anket sonucu ile analizler yapılmıştır. Araştırma kapsamında yaklaşık 10 milyon kişi bulunmaktadır. Fakat %95 güven seviyesinde 384 kişi evreni temsil etmek için yeterli olduğundan 498 kişiden oluşan örneklem evreni temsil edebilmektedir.

4.3 Verilerin Analizi

Bu çalışmada öncelikle kariyer tercihinde etkili kriterlerin ağırlıkları Bulanık AHP yöntemi kullanılarak hesaplanmıştır. Her bir birey için ayrı hesaplama gerçekleştirilmiş ve her bir birey için kriterlerin önem ağırlıkları ayrı ayrı bulunmuştur. Kriterler karşılaştırılırken kullanılan dilsel ifadeler, üçgensel bulanık sayılara dönüştürülmüştür. Kriterler için bulanık karşılaştırma matrisleri oluşturulmuştur. Anketi yanıtlayan bireylerden birine ait karşılaştırma matrisi Tablo 3'te gösterilmiştir

Tablo 3. Karşılaştırma Matrisi

	İş Garantisi	Ücret	İtibar	Çalışma	Gelişim
İş Garantisi	(1,00;1,00;1,00)	(0,67;1,00;1,50)	(0,40;0,50;0,67)	(0,40;0,50;0,67)	(0,40;0,50;0,67)
Ücret	(0,67;1,00;1,50)	(1,00;1,00;1,00)	(0,67;1,00;1,50)	(0,67;1,00;1,50)	(0,67;1,00;1,50)
İtibar	(1,50;2,00;2,50)	(0,67;1,00;1,50)	(1,00;1,00;1,00)	(0,67;1,00;1,50)	(1,50;2,00;2,50)
Çalışma	(1,50;2,00;2,50)	(0,67;1,00;1,50)	(0,67;1,00;1,50)	(1,00;1,00;1,00)	(0,67;1,00;1,50)
Gelişim	(1,50;2,00;2,50)	(0,67;1,00;1,50)	(0,40;0,50;0,67)	(0,67;1,00;1,50)	(1,00;1,00;1,00)

Karşılaştırma matrisi ile yöntemin adımları (Eşitlik 1 ve Eşitlik 7 arasındaki adımlar) gerçekleştirilmiştir. Adımların tamamlanması ile Tablo 3'teki karşılaştırma matrisinin ilgili olduğu birey için elde edilen kriter ağırlıkları Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Karşılaştırma Matrisi

Kriter	Ağırlık
İş Garantisi	0,1068
Ücret	0,1910
İşin Toplumda Gördüğü İtibar	0,2653
Çalışma Koşulları	0,2297
Kariyer ve Gelişim Fırsatları	0,2073

Bulanık AHP sonrasında tutarsız çıkan anket sonuçları çıkarılarak SPSS yazılımında istatistiksel analizler yapılmıştır. İstatistiksel analiz kapsamında ankete katılanların demografik dağılımları frekans tablosu oluşturularak incelenmiştir. Sonraki adımda kariyer tercihinde önem verilen kriterler ile meslek seçiminde etkili olan değişkenler arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını incelemek için SPSS yazılımı kullanılarak Pearson Korelasyon Analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre aralarında korelasyon olan kriterler ve değişkenler saptanmıştır. Kriter ağırlıklarının meslek seçiminde etkisi olan değişkenlere göre değişip değişmediğini belirlemek için varyans analizi (ANOVA) ve bağımsız örneklem t Testi yapılmıştır. Kriter ağırlıklarının cinsiyet ve medeni durum değişkenlerine göre değişimi bağımsız örneklem t Testi ile incelenirken yaş, öğrenim durumu, çalışma durumu, anne eğitim durumu, anne çalışma durumu, baba eğitim durumu ve baba çalışma durumu değişkenlerine göre değişimi ANOVA ile incelenmiş ve $\alpha=0,05$ değerine göre yorumlanmıştır.

4.3.1 Anket Katılımcılarının Demografik ve Sosyal Özelliklerin Analizi

Tablo 5'te anket katılımcılarının demografik ve sosyal özelliklerine ilişkin bilgiler verilmiştir. Tablo 5 incelendiğinde ankete katılanların %60,4'ünün kadın %39,6'nın erkek olduğu; bu katılımcılarının %59'unun 25-40 yaş aralığında olduğu ve %66,9'unun bekar %33,1'inin evli olduğu görülmektedir. Tablo 5'te katılımcılar öğrenim durumu açısından incelendiğinde anket katılımcılarının %48,2'sinin lisans mezunu olmasının yanı sıra katılımcılar arasında yüzdelik dilim açısından az da olsa önlisans mezunu ve doktora mezunu bireylerin bulunduğu söylenebilmektedir.

Tablo 5. Katılımcıların Demografik ve Sosyal Durumlarına Göre Frekans Tablosu

	Frekans	Yüzde
Cinsiyet		
Kadın	301	60,4
Erkek	197	39,6
Öğrenim Durumu		
Lise	14	2,8
Önlisans - Mezun	13	2,6
Lisans - Öğrenci	99	19,9
Lisans - Mezun	240	48,2
Yüksek Lisans - Öğrenci	56	11,2
Yüksek Lisans - Mezun	40	8
Doktora - Öğrenci	23	4,6
Doktora - Mezun	13	2,6
Medeni Durum		
Bekâr	333	66,9
Evli	165	33,1
Yaş		
25 yaş altı	154	30,9
25 - 40	294	59
40 yaş üstü	50	10
Çalışma Durumu		
Öğrenci	123	24,7
Akademisyen	17	3,4
Özel Sektör	244	49
Kamu Kuruluşu	60	12
Çalışmıyor	40	8
Emekli	8	1,6
Diğer	6	1,2
Toplam	498	100

Tablo 6'da anket katılımcılarının anne ve baba eğitim ve çalışma durumlarına göre frekans tablosu oluşturulmuştur. Tablo 6 incelendiğinde katılımcıların anne eğitim durumu %55,8 diğer kategorisinde, %25,1 lise mezunu; anne çalışma durumunun %60 çalışmıyor %24,1 emekli; baba eğitim durumunun %38,6 diğer kategorisinde %29,5 lisans mezunu; baba çalışma durumunun %51,8 emekli %25,7 özel sektör olduğu görülmektedir.

Tablo 6. Anket Katılımcılarının Anne-Baba Eğitim ve Çalışma Durumuna Yönelik Frekans Tablosu

	Frekans	Yüzde
Anne Eğitim Durumu		
Lise	125	25,1
Lisans	87	17,5
Doktora/Yüksek Lisans	8	1,6
Diğer	278	55,8
Anne Çalışma Durumu		
Akademisyenlik	1	0,2
Özel Sektör	45	9
Kamu Kuruluşu	28	5,6
Çalışmıyor	299	60,0
Emekli	120	24,1
Diğer	5	1,0
Baba Eğitim Durumu		
Lise	134	26,9
Lisans	147	29,5
Doktora/Yüksek Lisans	25	5
Diğer	192	38,6
Baba Çalışma Durumu		
Akademisyenlik	3	0,6
Özel Sektör	128	25,7
Kamu Kuruluşu	57	11,4
Çalışmıyor	12	2,4
Emekli	258	51,8
Diğer	40	8
Toplam	498	100

4.3.2 Korelasyon Analizi

Tablo 7’te meslek tercihinde etki eden değişkenler ve kariyer tercihinde önem verilen kriterler arasında istatistiksel olarak anlamlı bulunan ilişkilerin yönü ve ilişki derecesi verilmiştir.

Tablo 7. Kriterler ve Değişkenler Arasındaki İlişkiler

Değişkenler	İlişki Yönü	İlişki Derecesi
Toplumda İtibar – Çalışma Durumu	Negatif	($r=-.089$; $p<.05$)
Gelişim Fırsatı - Yaş	Negatif	($r=-.105$; $p<.05$)
Gelişim Fırsatı – Medeni Durum	Negatif	($r=-.152$; $p<.01$)
Çalışma Koşulları - Cinsiyet	Negatif	($r=-.121$; $p<.01$)
Çalışma Koşulları – Baba Eğitim Durumu	Negatif	($r=-.124$; $p<.01$)
Çalışma Koşulları – Anne Eğitim Durumu	Negatif	($r=-.107$; $p<.05$)
İş Garantisi – Yaş	Pozitif	($r=.161$; $p<.01$)
İş Garantisi – Medeni Durum	Pozitif	($r=.175$; $p<.01$)
İş Garantisi – Çalışma Durumu	Pozitif	($r=.145$; $p<.01$)
İş Garantisi – Anne Eğitim Durumu	Pozitif	($r=.117$; $p<.01$)
İş Garantisi – Baba çalışma Durumu	Pozitif	($r=.120$; $p<.01$)
Ücret – Cinsiyet	Pozitif	($r=.189$; $p<.01$)
Ücret – Medeni Durum	Pozitif	($r=.102$; $p<.05$)

4.3.3 T-Testi ve ANOVA

Kriterlere verilen ağırlıkların cinsiyet ve medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek için t testi kullanılmıştır. Çalışmanın devamında her bir kriter ağırlığının yaş, öğrenim durumu, çalışma durumu, anne eğitim durumu, anne çalışma durumu, baba eğitim durumu ve baba çalışma durumu değişkenlerine göre değişim gösterip göstermediğini incelemek için ANOVA analizi yapılmıştır. ANOVA analizlerinde anne çalışma durumunda akademisyenlik mesleği diğer kategorisine dahil edilerek analizler gerçekleştirilmiştir.

Tablo 8. Cinsiyet ve Medeni Durum Değişkenlerine Göre T Testi Sonuçları

	Cinsiyet		Medeni Durum	
	t	p	t	p
İş Garantisi	0,525	0,600	-3,627	0,000
Ücret	-3,970	0,000	-2,287	0,023
İtibar	-0,729	0,466	-0,950	0,343
Çalışma Koşulları	2,794	0,005	1,705	0,089
Gelişim Fırsatı	0,809	0,419	3,597	0,000

1 numaralı hipotezin test sonuçları Tablo 8'de (bireylerin kriter ağırlıklarının cinsiyet ve medeni durum değişkenlerine göre t testi sonuçları) verilmiştir. İş garantisi kriter ağırlığının bireyin medeni durumuna göre anlamlı fark gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t_{0,05;263,293}=-3,627$; $p<.05$). Ücret kriter ağırlığının bireyin medeni durumuna göre anlamlı fark gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t_{0,05;496}=-2,287$; $p<.05$). Ücret kriter ağırlığının bireyin cinsiyetine göre anlamlı fark gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Çalışma koşulları kriter ağırlığının bireyin cinsiyetine göre anlamlı fark gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t testi sonucunda grupların aritmetik

ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t_{0,05;457,689}=2,794$; $p<.05$). Gelişim fırsatları kriter ağırlığının bireyin medeni durumuna göre anlamlı fark gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t_{0,05;369,858}=3,597$; $p<.05$).

Tablo 9. Bireyin Öğrenim Durumu, Yaş ve Çalışma Durumu Değişkenlerine Göre ANOVA Sonuçları

	Öğrenim Durumu		Yaş		Çalışma Durumu	
	F	p	F	p	F	p
İş Garantisi	1,980	0,056	7,726	0,000	5,941	0,000
Ücret	0,324	0,943	1,528	0,218	1,251	0,279
İtibar	1,119	0,350	0,770	0,464	2,152	0,046
Çalışma Koşulları	0,908	0,500	2,142	0,119	5,067	0,000
Gelişim Fırsatı	0,228	0,979	2,933	0,054	2,916	0,008

2 numaralı hipotezin test sonuçları Tablo 9'da (bireylerin kriter ağırlıklarının öğrenim durumu, yaş ve çalışma durumu değişkenlerine göre ANOVA testi sonuçları) verilmiştir. Farklı yaş aralığındaki bireylerin iş garantisi kriter ağırlığı ortalamaları arasındaki farkı belirlemek için yapılan varyans analizi (ANOVA) sonucunda farklı yaş aralığındaki bireylerin iş garantisi kriter ağırlığı ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı fark olduğu söylenebilmektedir ($F_{0,05;2;495}=7,726$; $p<.05$). Çalışma durumu farklı olan bireylerin iş garantisi kriter ağırlığı ortalamaları arasındaki farkı belirlemek için yapılan varyans analizi (ANOVA) sonucunda farklı çalışma durumundaki bireylerin iş garantisi kriter ağırlığı ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı fark olduğu söylenebilmektedir ($F_{0,05;6;491}=5,941$; $p<.05$). Çalışma durumu farklı olan bireylerin işin toplumda gördüğü itibar kriter ağırlığı ortalamaları arasındaki farkı belirlemek için yapılan varyans analizi (ANOVA) sonucunda farklı çalışma durumundaki bireylerin işin toplumda gördüğü itibar kriter ağırlığı ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı fark olduğu söylenebilmektedir ($F_{0,05;6;491}=2,152$; $p<.05$). Çalışma durumu farklı olan bireylerin çalışma koşulları kriter ağırlığı ortalamaları arasındaki farkı belirlemek için yapılan varyans analizi (ANOVA) sonucunda farklı çalışma durumundaki bireylerin çalışma koşulları kriter ağırlığı ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı fark olduğu söylenebilmektedir ($F_{0,05;6;491}=5,067$; $p<.05$). Çalışma durumu farklı olan bireylerin kariyer ve gelişim fırsatları kriter ağırlığı ortalamaları arasındaki farkı belirlemek için yapılan varyans analizi (ANOVA) sonucunda farklı çalışma durumundaki bireylerin kariyer ve gelişim fırsatları kriter ağırlığı ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı fark olduğu söylenebilmektedir ($F_{0,05;6;491}=2,916$; $p<.05$).

Tablo 10. Bireyin Anne ve Babasının Eğitim ve Çalışma Durumları Değişkenlerine Göre ANOVA Sonuçları

	Anne Eğitim Durumu		Anne Çalışma Durumu		Baba Eğitim Durumu		Baba Çalışma Durumu	
	F	p	F	p	F	p	F	p
İş Garantisi	3,072	0,027	1,656	0,159	1,936	0,123	2,287	0,045
Ücret	1,353	0,256	0,992	0,412	0,605	0,612	0,269	0,930
İtibar	0,242	0,867	1,195	0,312	1,253	0,29	0,639	0,67
Çalışma Koşulları	2,157	0,092	1,276	0,278	3,278	0,021	1,177	0,32
Gelişim Fırsatı	1,007	0,389	1,6	0,173	1,114	0,343	0,862	0,506

3 numaralı hipotezin test sonuçları Tablo 10'da (bireylerin kriter ağırlıklarının anne eğitim durumu, anne çalışma durumu, baba eğitim durumu ve baba çalışma durumu değişkenlerine göre ANOVA testi sonuçları) verilmiştir. Anne eğitim durumu farklı olan bireylerin iş garantisi kriter ağırlığı ortalamaları arasındaki farkı belirlemek için yapılan varyans analizi (ANOVA) sonucunda anne eğitim durumu farklı olan bireylerin iş garantisi kriter ağırlığı ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı fark olduğu söylenebilmektedir ($F_{0,05;3;494}=3,072$; $p<.05$). Baba çalışma durumu farklı olan bireylerin iş garantisi kriter ağırlığı ortalamaları arasındaki farkı belirlemek için yapılan varyans analizi (ANOVA) sonucunda baba çalışma durumu farklı olan bireylerin iş garantisi kriter ağırlığı ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı fark olduğu söylenebilmektedir ($F_{0,05;5;492}=2,287$; $p<.05$). Baba eğitim durumu farklı olan bireylerin çalışma koşulları kriter ağırlığı ortalamaları arasındaki farkı belirlemek için yapılan varyans analizi (ANOVA) sonucunda baba eğitim durumu farklı olan bireylerin çalışma koşulları kriter ağırlığı ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı fark olduğu söylenebilmektedir ($F_{0,05;3;494}=3,278$; $p<.05$).

5. Sonuç ve Öneriler

Meslek, birey tarafından hayatını devam ettirebilmek ve geçimini sağlayabilmek için seçilen ve bilgi beceri sahibi olmayı gerektiren uğraşdır (Özgüven,2001:57). Kariyer ise yaşam boyunca yapılan işleri içeren bir süreç olarak ifade edilmektedir (Akyıldız, 2017:5). Meslek seçimi kararı bireylerin kariyer hayatını etkileyen önemli bir karardır. Bireylerin meslek seçim sürecinde pek çok faktörün etkisi söz konusudur. Literatür incelemesi yapılırken meslek seçim sürecinin araştırıldığı çalışmalar ve kariyer tercih kriterlerini araştıran çalışmalar ayrı ayrı ele alınmıştır. Fakat bu iki alanın kesiştirilerek birlikte ele alındığı çalışma bulunmadığından bu çalışma gerçekleştirilmiştir.

Bu çalışmada meslek seçim sürecini etkileyen değişkenler ile kariyer tercih aşamasında dikkate alınan kriterler arasındaki ilişki ortaya konulmuştur. Bulanık AHP ile kriter ağırlıkları hesaplanmıştır. Korelasyon analizi, bağımsız örneklem t testi ve ANOVA ile kriter ağırlıklarının demografik özelliklerle ilişkisi incelenmiştir. İstanbul ilinde yapılan uygulamada korelasyon analizinin sonuçlarına göre işin toplumda gördüğü itibar-çalışma durumu, gelişim fırsatları-yaş, gelişim fırsatları-medeni durum, çalışma koşulları-cinsiyet, çalışma koşulları-anne eğitim durumu, çalışma koşulları-baba eğitim durumu, iş garantisi-yaş, iş garantisi-medeni durum, iş garantisi-çalışma durumu, iş garantisi-anne eğitim durumu, iş garantisi-baba çalışma

durumu ve ücret-cinsiyet, ücret- medeni durum kriter ve değişkenleri arasında ilişki olduğu saptanmıştır. ANOVA ve t Testi sonucunda ise kariyer tercihinde önem verilen kriterlerin, bazı değişkenlere göre farklılık gösterirken, bazı değişkenlere göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. İş garantisi kriteri yaş, medeni durum, çalışma durumu, anne eğitim durumu ve baba çalışma durumu değişkenlerine göre; ücret kriteri cinsiyet ve medeni durum değişkenlerine göre; işin toplumda gördüğü itibar kriteri sadece çalışma durumu değişkenine göre; çalışma koşulları kriteri cinsiyet, çalışma durumu ve baba eğitim durumu değişkenlerine göre; gelişim fırsatları kriteri medeni durum ve çalışma durumu değişkenlerine göre anlamlı fark göstermektedir.

Bu konu ile ilgili kariyer tercihinde önem verilen kriterlerin sayısı artırılarak ve uygulamaya İstanbul dışındaki illerde dâhil edilerek örneklem boyutu genişletilmesi ile daha kapsamlı araştırmalar yapılabilir. Yanı sıra mezun olunan bölüm ve üniversite temelinde küçük ölçekli daha detaylı incelemeler yapılabilecektir.

Referanslar

- Akın, N. G. (2017). İşletme bölümü öğrencilerinin meslek seçimini etkileyen faktörlerin bulanık DEMATEL yöntemi ile değerlendirilmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 13(4), 873-890.
- Akın, N. G. ve Akyıldız, M. (2018). Fen lisesi öğrencilerinin meslek seçimini etkileyen faktörlerin bulanık TOPSIS yöntemi ile analizi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 16(1), 77-97.
- Akyıldız, M. (2017). *Fen lisesi öğrencilerinin meslek seçimini etkileyen faktörlerin ve meslek tercihlerinin bulanık topsis yöntemi ile incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Bozok Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yozgat.
- Alhomoud, F. K., AlGhalawin, L., AlGofari, G., Al Dajani, W., Ameer, A. ve Alhomoud F. (2019). Career choices and preferences of Saudi pharmacyundergraduates: A cross sectional study. *Saudi Pharmaceutical Journal*, 27(4), 467-474.
- Alp, S. ve Özkan, T. K. (2015). Job choice with multi-criteria decision making approach in a fuzzy environment. *International Review of Management and Marketing*, 5(3), 165-172.
- Alp, S. ve Gündoğdu, C. E. (2012). Kuruluş yeri seçiminde analitik hiyerarşi prosesi ve bulanık analitik hiyerarşi prosesi uygulaması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(1),7-25.
- Aydemir, L. (2018). Üniversite öğrencilerinin meslek tercihlerini belirleyen faktörlere yönelik bir inceleme. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(5), 713-723.
- Aytekin, A. (2005). *Meslek seçimini etkileyen sosyo-ekonomik ve kültürel faktörler Isparta örneği*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Başlıgil, H. (2005). Bulanık AHP ile yazılım seçimi. *Sigma Mühendislik ve Fen Bilimleri Dergisi*, 23(3), 24-33.
- Bozgedik, A. (2017). *Eğitimde yeni bir model olan temel lise öğrencilerinin üniversite ve meslek seçimini etkileyen faktörler*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Chang, D. Y. (1996). Applications of the extent analysis method on fuzzy AHP. *European Journal of Operational Research*, 95(3), 649-655.

- Çanlı, H. ve Kandakoğlu, A. (2007). Hava gücü mukayesesi için bulanık AHP modeli. *Havacılık ve Uzay Teknolojileri Dergisi*, 3(1), 71-82.
- Çavuş, Ş. ve Kaya, A. (2015). Turizm lisans eğitimi alan öğrencilerin kariyer planları ve turizm sektörüne yönelik tutumu. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(5), 101-116.
- Değirmenci, B. (2018). *Toplumsal cinsiyet algısının meslek seçimine etkisi üzerine bir uygulama*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Ensari, M. Ş. ve Alay, H. K. (2017). Meslek seçimini etkileyen faktörlerin demografik değişkenler ile ilişkisinin araştırılması: İstanbul ilinde bir uygulama. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi (Humanitas)*, 5(10), 409-422.
- Gezer, M. (2010). *Kariyer planlamasında meslek seçiminin önemi: meslek lisesi son sınıf öğrencileri üzerine bir araştırma*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Göktolga, Z. G. ve Gökalp, B. (2012). İş seçimini etkileyen kriterlerin ve alternatiflerin ahp metodu ile belirlenmesi. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 13(2), 71- 86.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2016). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri* (3. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Kılıç, H. S. ve Çevikcan, E. (2011). Job selection based on Fuzzy AHP: An investigation including the students of İstanbul Technical University Management Faculty. *International Journal of Business and Management Studies*, 3(1), 173-182.
- Koroğlu, Ö. (2014). Meslek seçimi ile kişilik özellikleri arasında ilişkinin belirlenmesi: Turizm rehberliği öğrencileri üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(2), 137-157.
- Kuruüzüm, A. ve Atsan, N. (2001). Analitik hiyerarşi yöntemi ve işletmecilik alanındaki uygulamaları. *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 1, 83-105.
- Kuzgun, Y. (2014). *Meslek rehberliği ve danışmanlığına giriş* (6. Basım). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Oh, H., Weitz, B. ve Lim, J. (2016). Retail career attractiveness to college students: Connecting individual characteristics to the trade-off of the job attribute. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 31, 345-354.
- Omar, M. K., Zakaria, A., Ismail, S., Sin, J. S. L. ve Selvakumar, V. (2015). Job selection preferences of accounting students in Malaysian Private Universities. *Procedia Economics and Finance*, 31, 91-100.
- Özdağoğlu, A. (2008). Bulanık analitik hiyerarşi süreci yönteminde duyarlılık analizler: yeni bir alternatifin eklenmesi-enerji kaynağının seçimi üzerinde bir uygulama. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 14(2), 15-34.
- Özdemir, A. (2010). *Yönetim biliminde ileri araştırma yöntemleri ve uygulamalar* (2. Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Özgüven, İ. E. (2001). *Çağdaş eğitimde psikolojik danışma ve rehberlik*. Ankara: PDREM Yayınları.
- Özkoç, H. H., Marangoz, M. ve Aydın, A. E. (2018). Öğrencilerin kariyer alternatiflerini etkileyen faktörler ve girişimcilik eğitimi. *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(1), 98-119.
- Pala, O. (2016). Bulanık analitik hiyerarşi prosesi ve meslek seçiminde uygulanması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(3), 427-445.
- Pekkaya, M. ve Çolak, N. (2013). Üniversite öğrencilerinin meslek seçimini etkileyen

- faktörlerin önem derecelerinin AHP ile belirlenmesi. *International Journal of Social Science*, 6(2), 797-818.
- Sarıkaya, T. ve Khorshid, L. (2009). Üniversite öğrencilerinin meslek seçimini etkileyen etmenlerin incelenmesi: Üniversite öğrencilerinin meslek seçimi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(2), 393-423.
- Tezcan, F. (2018). Üniversite gençliğinin meslek seçimi ve gelecek beklentileri: Akdeniz Üniversitesi Edebiyat Fakültesi örneği. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 27-57.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yılmaz, İ. A., Dursun, B., Pektaş K. ve Altay, A. (2012). Üniversite öğrencilerinin kariyer seçimlerinin demografik özellikler açısından incelenmesi: Pınarhisar MYO örneği. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 2(2), 9-21.

GÖREVE YÖNELİK LİDERLİK DAVRANIŞLARI VE YAŞAM DOYUMUNUN İŞYERİ ARKADAŞLIĞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

THE EFFECTS OF JOB-CENTERED LEADERSHIP BEHAVIORS AND LIFE SATISFACTION ON WORKPLACE FRIENDSHIP

Dilek Işıluy ÜÇOK⁽¹⁾

Öz: İşyeri arkadaşlığı, aynı örgütte çalışan kişilerin birbirlerine karşı duymuş oldukları karşılıklı güven, bağlılık, beğeni ve bunun sonucunda paylaşmış oldukları ilgi alanlarını ve değerleri içeren işyeri ilişkileri olarak tanımlanmaktadır. Bu çalışmada, yöneticilerin göreve yönelik liderlik davranışlarının ve çalışanların yaşam doyumu düzeylerinin, işyerindeki arkadaşlık ilişkileri üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmanın örneklem tespitinde kolayda örneklem yöntemi kullanılmış olup, çalışma hayatında 312 kişiye anket dağıtılmıştır. Araştırma sonuçları, yöneticilerdeki göreve yönelik liderlik davranışlarının ve çalışanların yaşam doyumu düzeylerinin işyeri arkadaşlığı üzerinde pozitif yönlü etkisinin olduğunu göstermiştir. Daha önce ulusal yazında bu ilişkiyi inceleyen bir çalışmanın bulunmaması nedeniyle, bu çalışmada elde edilen bulguların hem yöneticilere hem de konuyla ilgili çalışan diğer araştırmacılara yol göstereceğine ve ilgili yazına katkı sağlayacağına inanılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İşyeri Arkadaşlığı, Göreve Yönelik Liderlik Davranışları, Yaşam Doyumu

Abstract: Workplace friendship is described as voluntary relationships that exist for enjoyment and satisfaction rather than for the fulfillment of a particular function or role and it can enhance employee involvement and participation in organizational setting. The aim of this study is to explore the role of job-centered leadership behaviors and employees' life satisfaction on workplace friendship. Data were collected through convenience sampling method from 312 employees working in organizations. Results of the study revealed that job-centered leadership behaviors and life satisfaction have significantly positive contributions on workplace friendship. The findings of the study should provide a contribution to the national literature and help managers/researchers to become more aware of the antecedents of workplace friendship.

Keywords: Workplace Friendship, Job-centered Leadership Behaviors, Life Satisfaction

JEL: M00, M12

1. Giriş

1.1. Göreve Yönelik Liderlik Davranışları

Liderlik sürecini ve bu sürecin çalışanlar üzerindeki etkilerini açıklamaya yönelik yapılan çalışmalara bakıldığında, bu konuda birden fazla teori ve yaklaşımın ele alındığı göze çarpmaktadır. Bunların başında, liderin sahip olduğu birtakım özelliklerin onu etkin bir lider yapabileceği yönündeki görüşü destekleyen *özellikler teorisi* (Cowley, 1931); liderin başarısının arkasında yatan temel unsurun sahip olduğu özelliklerden ziyade liderlik yaparken sergilemiş oldukları davranış kalıpları olduğunu öne süren *davranışsal liderlik teorisi* (Hemphill ve Coons, 1957) ve liderin

⁽¹⁾ Doğuş Üniversitesi, İktisadî ve İdarî Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü (İngilizce); disilay@dogus.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6849-0531

Geliş/Received: 05-03-2020; Kabul/Accepted: 15-06-2021

davranışının çalışanların yeteneklerine, içinde bulunulan örgütün özelliklerine ve yapılacak işin yapısına göre şekillendiğini belirten *durumsal liderlik* yaklaşımıdır. Bu çalışmanın konusunu oluşturan davranışsal liderlik yaklaşımı çerçevesinde yapılan çalışmalara bakıldığında ise, *Ohio State & Michigan Üniversitesi araştırmaları, Yönetim Tarzı Matriksi ve Sistem 4 Modeli* göze çarpmaktadır. Bu çalışmalarda liderin astlarıyla kurmuş olduğu iletişimin şekli, sahip olunan yetkiyi devretme biçimi, iş süreçleri üzerindeki kontrol/karar mekanizmasını yönetme tarzı vb. davranışların, bu araştırmalara konu olan temel unsurlar olduğu bilinmektedir (Koçel, 2011). Bu çalışmalar sonucunda ortaya çıkan liderlik tarzlarına bakıldığında ise, kişilerin bu süreçte sergilemiş oldukları iki tür davranış kalıbının açığa çıktığı görülmektedir. Bu davranış kalıpları aşağıda ele alınmaktadır;

Michigan Üniversitesinde Katz, Maccoby ve Morse (1950) tarafından, çalışanların verimliliğini en yüksek düzeye çıkartacak liderlik davranışlarını belirlemek amacıyla yapılan araştırma sonucunda elde edilen bulgular yorumlanmış ve iki tür liderlik davranışının göze çarptığı ifade edilmiştir. Bunlardan ilki; liderin, çalışanlarını yakından gözlemlediği, belirlenen görevlerin önceden hazırlanan prosedürler doğrultusunda yapıldığı ve çalışan davranışlarının, liderin ödüllendirme/cezalandırma yetkisiyle şekillendiği “*göreve yönelik (job-centered)*” liderlik davranışlarıdır. Bu liderlik tarzını sergileyen kişilerin düşünce biçimine yakından bakıldığında ise, bu kişilerin belirtilen görevlerin istenilen zamanda/performans düzeyinde yerine getirilmesi gerektiğini sıklıkla vurguladıkları ve çalışma programının esnetilmemesine yönelik açıklamaları tekrarladıkları bilinmektedir (Daft, 2007: 48). Bir diğeri ise; liderin çalışanlarına emir vermekten ziyade onlarla beraber hareket ettiği, belirlenen görevlerin yapılmasında insan ilişkilerinin merkeze alındığı ve çalışan davranışlarının liderin destekleyici tutumundan etkilendiği “*kişiyeye yönelik (employee-centered)*” liderlik davranışlarıdır. Bu liderlik tarzını benimseyen yöneticilerin, çalışanların ihtiyaçlarını önemseyen bir anlayışa sahip oldukları, yaşanan olumsuz durumlarda onları cezalandırmaktan ziyade destekleyici tutumlar sergiledikleri ve dayanışma kültürünün ön plana çıktığı bir çalışma ortamı yaratma konusunda istekli oldukları bilinmektedir.

Ohio State üniversitesinde ise 1940’lı yılların sonunda yapılan benzer çalışmanın sonucunda; kişilerin liderlik davranışlarını sergilerken birbirinden bağımsız iki tür davranış kalıbını benimsedikleri ifade edilmiştir. Bunlardan ilki; yapılacak işlerin lider tarafından planlanıp organize edildiği, kurum içindeki rollerin/iletişim kanallarının açık bir şekilde belirlendiği ve iş yapış biçimi/süresinin net olarak tanımlandığı “*harekete geçirme (initiating)*” boyutu; bir diğeri ise; liderin çalışanların fikirlerinin/duygu durumlarının önemseydiği ve kurumdaki sosyal ilişkilerin karşılıklı güven, saygı ve dostluk zeminine oturtulmasının hedeflendiği “*kişiyi dikkate alma (consideration)*” boyutu olarak tanımlanmaktadır (Northouse, 2007). Kişiyi dikkate alma boyutunun özelliklerine bakıldığında; sadece kurumda çalışan kişiler arasındaki ilişkinin geliştirilmesi değil, aynı zamanda, liderin, çalışanların istek ve beklentileri doğrultusunda hareket etmesinin amaçlandığı göze çarpmaktadır. Bunun yanında, bu tür bir liderlik boyutunun, çalışanları, belirtilen hedeflere yönlendirmede daha etkili olacağına ve devamsızlık/işten ayrılma gibi olumsuz iş davranışlarının önüne geçebileceğine inanılmaktadır. Harekete geçirme boyutunda ise; liderlik davranışlarının çalışanların beklentilerinden ziyade işin tamamlanmasına yönelik olarak şekillendiği ve uygulama-kontrol süreçlerinin harekete geçirilerek çalışanların göstermiş oldukları performansın önem kazandığı görülmektedir. Bu nedenle, liderin bütün dikkatinin yapılan işin ve iş sonuçlarının üzerinde odaklanmasının, çalışanlarda

performans artışına neden olması beklenmektedir (Çekmecelioğlu, 2014; Koçel, 2011; Yukl, 2012).

Blake ve Mouton'un etkili liderlik davranışlarını belirlemek amacıyla 1964 yılında önerdikleri yönetim tarzları matrisi, “*üretime yönelik olma (concern for production)*” ve “*kişilerarası ilişkilere yönelik olma (concern for people)*” boyutlarını birlikte gösteren bir yapı oluşturmakta ve en etkin liderlik tarzının ancak bu iki boyutun birlikte değerlendirilebildiği noktalarda mümkün olabileceğini ifade etmektedir. Bu amaçla matris üzerinde farklı boyutların birleşme noktalarından oluşan lider davranışları belirlenmekte ve sergilenen bu davranışların kavramsallaştırılmasına imkân sağlanmaktadır. *Görev Yönetimi* tarzını benimseyen bir liderin üretim miktarına son derece önem verdiği fakat astlarına aynı düzeyde önem vermediği göze çarpmaktadır. Bunun yanı sıra, liderin yönetim tarzının ve düşüncelerinin eleştirilmesinin, lider tarafından “itaatsizlik” olarak kabul edilen bir kurum yapısının olduğu görülmektedir. *Taşra Kulübü* tarzını sergileyen liderin astlarının memnuniyeti konusunda son derece duyarlı olduğu, insan ihtiyaçlarını merkeze alan bir yaklaşım içinde olduğu bilinmektedir. Bu tür liderlik davranışlarının hâkim olduğu kurumlarda çalışanlarda birlik ve beraberlik duygularının yoğun bir biçimde gözlemlendiği ifade edilmektedir. *Yolun Ortası* tarzını benimseyen liderin hem üretim miktarına hem de çalışanların beklentilerine önem veren bir davranış kalıbı içinde olduğu görülmektedir. Bu tarzı kullanan lider, bir yönüyle çalışanları üretim miktarıyla ilgili baskı altına almakta diğer taraftan ise, çalışanların beklentilerine sırt çevirmeden adil ve kararlı olmaya çalışmaktadır. Bu matrikse göre en ideal liderlik tarzının, aynı anda hem ilişkilere hem de üretime yönelik davranış kalıplarının lider tarafından benimsendiği; liderin bir taraftan çalışanların moral ve motivasyonlarını artırıcı uygulamaları hayata geçirirken bir yandan da üretimin kalitesiyle ilgilendiği bir yönetim anlayışını benimsemesiyle mümkün olacağı düşünülmektedir (Saruhan ve Yıldız, 2013; Yılmaz, 2011).

Davranışsal liderlik yaklaşımı çerçevesinde kabul edilen bir diğer çalışma ise, Michigan Üniversitesi çalışmalarının devamı niteliğinde kabul edilen Likert Sistem 4 Liderlik Modelidir. Bu yaklaşıma göre lider davranışları 4 grup altında toplanmakta ve bu davranışların kişiye ve işe yönelik olarak isimlendirildiği bir doğru üzerinde farklılık göstermektedir. *Sistem 1 (İstismarcı-Otokratik)* boyutunda liderle astlar arasında biçimsel bir yapının söz konusu olduğu ve karşılıklı güven duygusunun en alt düzeyde hissedildiği kontrole dayalı bir yapı göze çarpmaktadır. *Sistem 2 (Yardımsaver-Otokratik)* boyutunda ise; kararların çoğunlukla üst yöneticiler tarafından alındığı, ödül-ceza sistemlerinin kullanıldığı fakat prosedürlerle ilgili konularda ise bazı alt kademe çalışanlara yetki verildiği görülmektedir. *Sistem 3 (Katılımcı)* boyutunda liderin çalışanlarına daha fazla güvendiği ama yine de kontrolü elinden bırakmadığı dikkati çekmektedir ve *Sistem 4 (Demokratik)* boyutunda ise liderin astlarına karşı tam bir güven duygusu içinde olduğu, iletişim kanallarının ve öneri sistemlerinin açık olduğu organik bir yapının içinde hareket ettiği bilinmektedir. En ideal liderlik türünün iş odaklı Sistem 1 boyutundan, çalışanı dikkate alan Sistem 4 boyutuna yaklaştıkça elde edilebileceği ve çalışanlardaki verimlilik düzeyinin de bu doğrultuda artış göstereceği vurgulanmaktadır (Likert, 1961).

1.2. Yaşam Doyumu

Kişilerin çalıştıkları kurumdaki tutum ve davranışlarının altında yatan en önemli nedenlerden biri olan öznel iyi oluş, içinde birtakım duygusal ve bilişsel bileşenlerden oluşmaktadır. Duygusal bileşenlerin olumlu (hoşa giden) ve olumsuz (hoşa gitmeyen) duygulanım olarak tanımlandığı bu sürecin bilişsel yapısı incelendiğinde ise “yaşam doyumu (life satisfaction)” kavramı dikkati çekmektedir (Diener ve Diener, 1996). Kişinin içinde bulunduğu durumu kendisi için daha önceden koymuş olduğu standartlarla karşılaştırması sonucunda yapmış oldukları bilişsel değerlendirme (Pavot ve Diener, 1993) olarak tanımlanan yaşam doyumunun, kişilerin belirlemiş oldukları sübjektif kriterler doğrultusunda ulaştıkları bir yargıya dayandığı bilinmektedir (Diener, Sandvik, Seidlitz ve Diener, 1993). Kişinin kendi yaşamıyla ilgili yapmış olduğu değerlendirmeler doğrultusunda ulaşılan bir yargı olması nedeniyle dinamik bir yapısı olduğu ve kişiden kişiye değişkenlik göstereceği ifade edilmektedir (Diener, 1984). Yaşam doyumunun, kişinin kendi hayatının bütünüyle ilgili yapmış olduğu özet bir değerlendirme (Heller, Judge ve Watson, 2002) olduğu düşünüldüğünde; bu kavramın yaşamın bir bölümünden ziyade bütününe yönelik olarak verilen bir duygusal tepkiyi içinde barındırdığı ifade edilmektedir. Bu nedenle, ilgili yazın incelendiğinde, yaşam doyumunu etkileyen birden fazla unsurun göz önünde bulundurulduğu göze çarpmaktadır. Bunlardan ilki, kişinin iş hayatıyla ilgili olan faktörlerdir. Bu kategoriye; yapılan işin özellikleri, ücret düzeyi, yaşanan rol çatışması, kariyer/egitim imkânları, sorumluluk düzeyi ve iş stresi gibi etmenler dâhil edilmektedir (Polatçı, 2015). İkinci kategoriye bakıldığında ise kişinin kendisiyle ilgili faktörler göze çarpmaktadır. Bu aşamada yaş, cinsiyet, eğitim/medeni durumu, kişilik özellikleri gibi faktörler sıralanabilir. Üçüncü kategori de ise kişinin alternatif iş imkânlarına sahip olma düzeyinin ve ekonomik güvenlik algısının da içinde bulunduğu çevresel faktörler yer almaktadır (Özdevecioğlu ve Aktaş, 2007). Bunun yanı sıra, kişinin toplumdaki statüsünün, içinde bulunduğu sosyal ilişkilerin, kendisini sağlıklı hissetmesinin ve yaşamını anlamlı bulmasının, yaşam doyumlarıyla bağlantılı olduğu bilinmektedir (Keser, 2005). İlk kez psikoloji alanında kullanılmaya başlanan bu kavram (Neugarten, Havighurst ve Tobin, 1961), işletme yöneticileri tarafından fark edilmiş ve çalışanların daha verimli hale getirilmesinin ardında yatan psikolojik/bilişsel faktörler irdelenmeye başlanmıştır. Kişilerin yaşamlarıyla ilgili beklentilerine ne oranda ulaştıklarına yönelik olarak yapmış oldukları bilişsel karşılaştırmanın sonucunda ortaya çıkan yaşam doyumunu kavramı, örgütsel açıdan değerlendirildiğinde ise, yaşam doyumunun çalışanların algı, tutum, niyet ve davranışlarının önemli bir belirleyicisi olabileceği sıklıkla vurgulanmaktadır (Dedeoğlu, Özdevecioğlu ve Oflazer, 2016).

1.3. İşyeri Arkadaşlığı

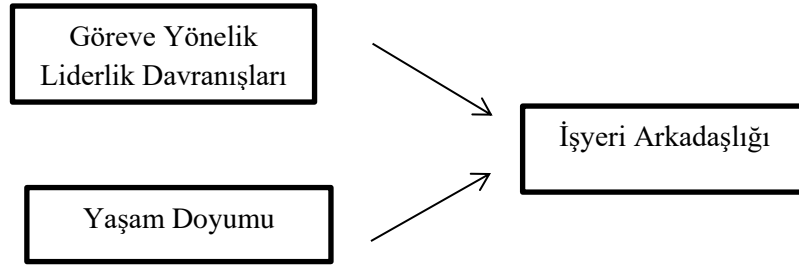
Günümüzün çalışma koşulları göz önünde bulundurulduğunda, çalışanların zamanlarının büyük bir kısmını çalışma ortamında geçirdikleri bilinen bir gerçektir. Bu nedenle işyerinde kişilerin birbirleriyle iletişim içinde olması ve ortak özellikleri çerçevesinde (yaş, öğrenim düzeyi, dünya görüşü, tutum, değerler, ilgi alanları vb.) etkileşime girmeleri beklenen bir durumdur. Berman, West ve Richter (2002), işyerleri arkadaşlığı kavramını "aynı iş yerindeki bireylerin arasında oluşan karşılıklı bağ, güven, ortak değer ve ilgi alanlarını kapsayan, tanıdıklıktan öte fakat romantizm barındırmayan ilişkiler" şeklinde tanımlamaktadır (Şahinbaş, 2018: 41). Kram ve Isabella (1985) ise, iş yerinde kurulan arkadaşlıkların, bir açıdan bakıldığında, çalışanların işyerinde karşılaştıkları problemlerin üstesinden gelebilmek için

başvurabilecekleri duygusal bir destek mekanizması olduğunu ifade etmektedirler. İş yeri ortamındaki formel ilişkilerin katı kurallar çerçevesinde oluşturulmuş olması, çalışanlar arasındaki rekabeti tetikleyen yönetim uygulamalarının baskısı ve gün geçtikçe kişilerde artış gösteren ekonomik kaygılar, çalışma ortamında gergin bir psikolojik iklimin oluşmasına zemin oluşturmaktadır. Bu nedenle gönüllülük esasına dayalı olarak geliştirilen iş yeri arkadaşlığının çalışma ortamını rutin iş ilişkilerinden kurtararak sosyal paylaşımlara imkân veren bir zemine taşıdığı ifade edilmektedir. Bunun yanında, kurulan iş yeri arkadaşlıkları sonucunda, çalışanlar arasındaki bilgi & kaynak paylaşımının arttığı, moral & motivasyon düzeylerinin pekiştiği ve işyerine karşı duyulan bağlılık seviyesinin de bir üst düzeye taşıdığı bilinen bir gerçektir (Sias, 2004: 322).

Çalışanlar arasında geliştirilen işyeri arkadaşlıklarının yapısı incelendiğinde, bu ilişkilerin zorunlu bir birliktelik esasına dayanmadığı, önceden oluşturulan iş ilişkilerinin dışında çalışanların kendi tercih ve istekleri doğrultusunda geliştiği ve çalışma ortamını sosyal yapısını oluşturan en temel unsurlardan birini oluşturduğu göze çarpmaktadır (Alpaslan, Çiçek ve Soydemir, 2015). Bu yapının üç aşamalı bir süreç sonucunda oluşturulduğu düşünüldüğünde; ilk aşamada kişilerin birbirleriyle “tanışma”sından, fark edilen ortaklıklar doğrultusunda “arkadaşlığa” geçiş; ikinci aşamada, “arkadaş”lıktan ortak paylaşımların artmasıyla ilişkinin “yakın arkadaşlığa” evrilmesi ve son olarak da “yakın arkadaşlık”tan uzun süreli ve sağlam bir “dostluğa” dönüşmesi olarak ifade edilmektedir (Sias, Smith ve Avdeyeva, 2003: 323-324). İşyeri arkadaşlığının ortaya çıkmasına neden olan faktörlere bakıldığında ise, kişilerin kendilerine benzeyen kişilere karşı hissettikleri yakınlık göze çarpmaktadır. Özellikle kültürel & demografik öykülerin benzerliği ve paylaşılan değerlerin & dünya görüşünün ortaklığı, çalışanlar arasında arkadaşlık ilişkinin oluşmasını sağlayan bireysel faktörlerin başında gelmektedir. Kişilerin birbirleriyle yakın ilişki kurmasının altında yatan bir diğer faktör de kişilik özelliklerinin benzerlik göstermesidir. Örneğin kişilik özelliği içe dönük olan bir çalışanın yine içe dönük kişilerle arkadaşlık geliştirerek onlara daha yakın olma istekleri beklenen bir durumdur. Bunun yanında, kişiliği baskın ve girişken yapıdaki bir çalışanın, daha çekimser yapıdaki bir başka çalışanla yakın bir ilişki içine girmesi de olası bir durumdur. Bu nedenle işyeri arkadaşlığına zemin oluşturulan benzerliklerin (çekim) ve farklılıkların (tamamlayıcılık) tespit edilmesi, iş ortamında kurulan yakın arkadaşlıkların yapısını anlamak açısından önemli bir unsurdur (Şahinbaş, 2018). Kişilerin aynı departmanda, ortak bir projede ya da eğitim programında hiyerarşik olarak görevlendirilmeleri nedeniyle fiziksel olarak bir arada geçirdikleri zamanın artış göstermesi de işyeri arkadaşlığına zemin oluşturması bakımından kayda değerdir. Aynı zamanda kişilerin iş dışında birlikte zaman geçirmeleri (öğle yemeğine çıkmak, kahve içmek vb.), sosyal aktivitelere katılmaları (sinema, tiyatro, maç, konser vb. etkinlikler), ortak yaşam deneyimlerine sahip olmaları (boşanma, hastalık, hamilelik vb.), bu ilişki yapısını güçlendirerek işyeri arkadaşlığına dönüşmesine imkân tanıyabilmektedir. Bunun yanı sıra, işyeri arkadaşlığına zemin oluşturabilecek bir takım örgütsel faktörlerin varlığı da azımsanmayacak derecede önemlidir. Çalışma ortamındaki yöneticilerin tutum ve davranışları ile kurumun içinde olduğu örgüt kültürünün bu tür arkadaşlıkların yapısı üzerindeki etkisi incelendiğinde; adil ve destekleyici olmayan yönetici davranışlarının, çalışanların kendi aralarında daha yakın bir ilişki tarzını geliştirmelerine imkân tanıdığı bilinmektedir. Aynı zamanda çalışanlar arasında iletişimi ve bilgi paylaşımı destekleyici bir örgüt kültürünün işyeri arkadaşlığını

pekiştiren bir yapısı olduğu da göz ardı edilemeyecek bir gerçektir (Kram ve Isabella, 1985; Odden ve Sias, 1997; Sias ve Cahill, 1998).

Bu bilgiler ışığında, yukarıda tanımlanan değişkenlerin ilişkisini incelemeye yönelik olarak bir araştırma modeli oluşturulmuştur. Modelde, Göreve Yönelik Liderlik Davranışları ve Yaşam Doyumu bağımsız değişkenleri; İşyeri Arkadaşlığı ise, bağımlı değişkeni temsil etmektedir.



Şekil 1: Araştırmanın Modeli

1.4. Göreve Yönelik Liderlik Davranışları ile İşyeri Arkadaşlığı Arasındaki İlişki

İşyerinde görülen hiyerarşik ilişkilerin bir adım ötesinde gelişen ve kişilerin birbirlerine karşı hissettikleri güven duygusu doğrultusunda ilerleyen iş yeri arkadaşlığının arkasında yatan etkenlere bakıldığında, sosyal mübadele kuramının (Blau, 1964) önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Çalışma ortamında, çalışanların, karşı tarafla kuracağı ilişkinin niteliğinin, bazı beklentiler doğrultusunda şekillendiği ve sergilenen tutum/davranışlarda, yapılan bu bilişsel değerlendirmenin rolü olduğu bilinmektedir (Cropanzano ve Mitchell, 2005). Çalışanların beklentilerinin karşılandığı oranda ilişkiyi devam ettirmeye gönüllü olduklarını varsayan teori, çalışan-yönetici ilişkilerini açıklama noktasında literatüre ışık tutmaktadır (Lambe, Wittmann ve Spekman, 2001). Bu bağlamda, çalışanların iş ortamında belirlenen ortak amaçlara ulaşmak amacıyla sahip oldukları bilgi, beceri ve deneyimlerini sergilemeleri karşılığında belirli konularda (terfi, adil uygulamalar, saygınlık, kararlara katılım, bilgi paylaşımı vb.) ödüllendirileceklerine yönelik bir beklenti içinde olmaları, sosyal paylaşım sürecinin doğal bir unsuru olarak kabul edilmektedir. Bu teorisinin diğer bir varsayımı ise; bu ilişki biçiminin karşılıklı kazanımlar devam ettikçe süreceği ve taraflar nezdinde korunacağı varsayımdır. Bu beklentinin karşılanmaması durumunda çalışanların beklentilerini daha kolay iletişim/ paylaşım içinde oldukları eş-düzey çalışma arkadaşlarına yöneltmeleri beklenen bir durumdur. Daha açık bir ifadeyle, yöneticilerin, çalışanların beklentilerini ve duygu durumlarını göz ardı eden, sadece iş sonuçlarına odaklanan yönetim uygulamalarının içinde olmaları, çalışanların birbirlerine daha fazla kenetlenmelerine ve iş dışındaki konularla ilgili etkileşime girmelerine imkân sağlayabilmektedir. Bunun yanı sıra, iş sonuçları ve verimlilik temelli belirlenen ceza/ödül sistemlerinin çalışanlar üzerinde yaratacağı psikolojik baskı düzeyinin, çalışanların kendi aralarında kurmuş oldukları sosyal etkileşim, iletişim ve paylaşımlarla bir miktar azaltılabileceği düşünülebilir. Nitekim, Thibaut ve Kelley (1959)'nin sosyal bir ortamda ulaşmak istedikleri hedeflere ulaşamayan kişilerin birlikte hareket ettiklerini ve beklentilerinin karşılanması amacıyla iş birliği yaptıklarına yönelik açıklamaları, sosyal mübadele kuramının işyeri arkadaşlığına zemin oluşturabilecek olan kolektif yapısının da altını

çizmektedir. Sias ve Jablin tarafından 1995 yılından yapılan bir araştırmada da benzer bir sonuca ulaşılmış; yöneticilerin sergilemiş oldukları adaletsiz tutum/davranışlar sonucunda çalışanların sıklıkla bir araya geldikleri, iletişim biçimlerini daha “samimi” biçimde devam ettirdikleri ve bu yakınlaşmanın sonucunda aralarındaki birliktelik duygusunun artış gösterdiği ortaya çıkmıştır. Bu noktada, çalışanların, görmeyi umdukları yönetici davranışlarına ilişkin beklentilerinin karşılanmaması sonucunda çalışma arkadaşlarıyla daha yakın ilişkiler kurarak olumsuz duygu durumlarının üstesinden gelmeye çalıştıkları düşünülmektedir. Bu konuda yapılan bir diğer çalışmada ise Odden ve Sias (1997), çalışanların isteklerine karşı duyarsız davranan yönetici uygulamalarının, çalışma arkadaşlarının birbirleriyle daha yakın bir ilişki biçimi geliştirmelerine zemin oluşturduğu ifade edilmektedir. Bu bakış açısından hareketle; görev odaklı yönetici davranışlarının iş yeri arkadaşlığına pozitif yönlü katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

H₁: Görev odaklı yönetici davranışları işyeri arkadaşlığı üzerinde pozitif yönlü bir katkı sağlamaktadır.

1.5. Yaşam Doymu ile İşyeri Arkadaşlığı Arasındaki İlişki

Kişilerin kendi hayatlarıyla ilgili olarak yapmış oldukları bütüncül bir değerlendirme olarak tanımlanan yaşam doyumunun (Pavot ve Diener, 1993), çalışma ortamında şekillenen arkadaşlık ilişkilerine zemin oluşturabileceği düşünülmektedir. İnsanın en temel ihtiyaçlarından birisi olan ait olma duygusu, çalışanlarda sosyalleşme ve uzun süreli/anlamli ilişkiler kurma beklentisini de beraberinde getirmektedir. Karşılıklı güven, ortak değer paylaşımı ve gönüllülük (Berman ve diğerleri, 2002) esasına göre gelişen işyeri arkadaşlığının etkinliği ise tarafların birlikte geçirdikleri zamanın kalitesi, paylaşımların duygusal yoğunluğu ve samimiyetiyle doğru orantılıdır (Granovetter, 1973). Seligman (2011)'in pozitif psikoloji alanına sunduğu katkılardan biri olan PERMA yaklaşımı, kişilerin yaşamlarıyla ilgili tatmin düzeylerinin artmasıyla işyerinde daha samimi, güven odaklı ve uzun süreli arkadaşlık ilişkilerine yönelebileceğine dair öngörüyü destekleyici niteliktedir. Yaklaşımın ilk boyutu olan olumlu duyguların kişilerin kendi sosyal çevreleriyle ilgili farkındalıklarını artırdığı, mutluluk seviyelerini yükselttiği ve problem çözme/stresle baş etme becerilerini geliştirdiği belirtilmektedir (Frederickson, 2001). Bu noktada yaşam doymu yüksek olan bir çalışanın gerek kendi hayatına gerekse sosyal çevresine karşı sahip olduğu olumlu duyguların, çalışma ortamında arkadaşlık ilişkileri geliştirmesine yardımcı olacağı düşünülebilir. Yaklaşımın ikinci boyutu olan bağlanma (engagement) ise, kişinin, zamanın geçtiğini anlayamayacak şekilde bir amaca kendini kaptırması olarak tanımlanmakta ve içsel motivasyonu artıran bir etken olarak kabul edilmektedir (Butler ve Kern, 2016). İşyeri arkadaşlığının oluşuma katkı sağlayan amaç birliği ve ortak değerlerin bağlanma boyutuyla ilişkisi düşünüldüğünde, kişilerin kendi hayatlarında elde ettikleri başarılar sonucunda elde ettikleri yaşam doyumlarını iş ortamında da sürdürmek isteyecekleri ve kişilerle ortak değerler/hedefler paydasında birleşip, güçlü arkadaşlık ilişkileri geliştirmeleri beklenen bir durumdur. Yaklaşımın üçüncü boyutu olan olumlu ilişkilerin, kişilerin kendilerini iyi hissetmelerinde, içinde buldukları sosyal çevreyle bütünleşmelerinde ve ilişki içinde olduğu insanlardan yakın ilgi görmelerinde büyük etkisi olduğu ifade edilmektedir (Khaw ve Kern, 2014). Bu nedenle, yaşam doymu yüksek olan kişilerin çevrelerinde geliştirmiş oldukları olumlu sosyal ilişkilerin, çalışma ortamında beraber çalıştığı kişilerden değer/destek görmelerinde ve paylaşım/güvene dayalı yeni arkadaşlıklar geliştirmelerinde etkisi olacağı düşünülmektedir. Yaklaşımın anlam boyutuna bakıldığında ise; kişilerin

hayatlarıyla ilgili kendilerinden daha büyük bir amaca hizmet etme arzusunu taşıdıkları ve bu amaca ulaştıkları derecede mutlu/tatmin edici bir hayat sürecekleri ifade edilmektedir. Yaşam doyumunu etkileyen faktörlerden birinin yaşamda anlam bulma ve onun doğrultusunda hareket etme olduğu düşünüldüğünde, yaşam doyumunu yüksek olan bir çalışanın içsel motivasyonunu ve anlam duygusunu paylaşmasına olanak sağlayacak işyeri arkadaşlıkları geliştirmesi olağan gözükmemektedir (Froneman, 2014). Yaklaşımın son boyutu olan başarı ise; kişilerin belirli kriterler doğrultusunda önceden belirledikleri hedeflere ulaşma derecelerini anlatmak için kullanılan bir boyuttur. Yüksek düzeyde yaşam doyumuna sahip olan kişilerin kendi hayatlarıyla ilgili başarı hikâyelerine bakıldığında, bu hikâyelerin sayıca hiç de azımsanmayacak derecede fazla oldukları görülmektedir. Bu nedenle, yaşam doyumunu yüksek olan bir çalışanın sahip olduğu uzmanlaşma ve öz-yeterlilik seviyeleri düşünüldüğünde, çalıştıkları ortamda sahip oldukları bu birikimi (bilgi, beceri, deneyim vb.) paylaşma imkânı bulabilecekleri arkadaşlık ilişkileri geliştirmeleri beklenen bir durumdur. Bu bakış açısından hareketle, yaşam doyumunun iş yeri arkadaşlığına pozitif yönlü katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

H₂: Yaşam doyumunu işyeri arkadaşlığı üzerinde pozitif yönlü bir katkı sağlamaktadır.

2. Yöntem

2.1. Örneklem

Araştırma kapsamında özel (447 kişi) ve kamu (275 kişi) sektöründe çalışan 722 kişiye anket dağıtılmıştır. Kolay ulaşılabilir örneklem yöntemi, veri toplama aracı olarak tercih edilmiştir. Dağıtılan anketlerden %43 geri dönüşüm oranıyla araştırmaya dâhil edilebilecek nitelikte 312 anket (49 kişi kamu sektörü, 263 kişi özel sektör) tespit edilmiştir. Bu çalışmada veri toplama süreci, 2019 yılının Ekim-Kasım ayları içinde gerçekleşmiştir.

Araştırmaya katılanların yaş ortalaması 34,3 olup katılımcıların %56,1'ini kadınlar, %43,9'unu erkekler oluşturmaktadır. İş hayatındaki ortalama kıdemleri 10,1 yıl olan katılımcıların çalıştıkları kurumlardaki ortalama kıdemleri ise 5,2 yıldır. Çalışmaya katılanların en son mezun oldukları okullar incelendiğinde; %76,9'unun lisans, %19,9'unun yüksek lisans ve %3,2'sinin doktora düzeyinde eğitim aldıkları görülmüştür. Katılımcıların %60,3'ü evli, %39,7'si bekârdır. Araştırmaya katılanların %16'sı kamu sektöründe, %84'ü ise özel sektörde çalışmaktadır.

2.2. Veri toplama araçları

Göreve Yönelik Liderlik Davranışlarını ölçmek amacıyla; Stogdil (1963) tarafından geliştirilen Lider Davranışı Tanımlama Soru Formu kullanılmıştır. Bu formun içinden görev yönelimini ölçen 10 soru alınmış ve yanıtlar “Hiçbir Zaman” dan (1) “Her zaman” a (5) uzanan ölçek üzerinden değerlendirilmiştir. Ölçeğin Türkçe çevirisi Özdevecioğlu ve Kanıgür (2009) tarafından yapılmıştır. Ölçekte kullanılan ifadelerin bazıları; “Yöneticim çalışanlardan standart kural ve düzenlemeleri takip etmelerini ister”, “Yöneticim çalışanlara danışmadan hareket eder”, “Yöneticim çalışanlardan kapasiteleri üzerinde performans göstermelerini bekler” şeklindedir. Ölçeğin Cronbach alfa değeri 0,83 olarak belirtilmiştir.

İşyeri Arkadaşlığı Ölçeği; Nielsen, Jex ve Adams (2000) tarafından geliştirilmiş ve Şahinbaş (2018) tarafından uyarlanan işyerinde arkadaşlık ölçeği kullanılarak oluşturulmuştur. Ölçüm aracı 12 ifadeyi içermekte ve yanıtlar “Kesinlikle Katılmıyorum” dan (1) “Kesinlikle Katılıyorum” a (5) uzanan ölçek üzerinden değerlendirilmektedir. Ölçekte kullanılan ifadelerin bazıları; “Çalıştığım kurumda iyi dostluklar geliştirdim”, “İş arkadaşlarımla sorunları çözebilmek için birlikte çalışabilirim”, “Bu kurumda çalışma sebeplerimden birisi de mesai arkadaşlarımla geliştirdiğim dostluklardır” şeklindedir. Ölçeğin Cronbach alfa değeri 0,84 olarak belirtilmiştir.

Yaşam Doyumu düzeyini belirlemek amacıyla Diener, Emmons, Larsen ve Griffin (1985) tarafından geliştirilen Yaşam Doyumu Ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin Türkçe çevirisi Dağlı ve Baysal (2016) tarafından yapılmıştır. Ölçekte yer alan 5 ifade, “Kesinlikle Katılmıyorum” dan (1) “Kesinlikle Katılıyorum” a (5) uzanan ölçek üzerinden değerlendirilmektedir. Ölçekte kullanılan ifadelerin bazıları; “Şimdiye kadar yaşamdan istediğim önemli şeylere sahip oldum”, “Tekrar dünyaya gelsem hayatımdaki hemen hemen hiçbir şeyi değiştirmezdim” şeklindedir. Ölçeğin Cronbach alfa değeri 0,88 olarak belirtilmiştir.

2.3. Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında elde edilen veriler, SPSS programı ile incelenmiş; betimsel analizler, güvenilirlik analizi, faktör analizi, korelasyon analizi ve regresyon analizi tekniklerinden yararlanılmıştır. Araştırmadaki değişkenlerin tümünün çarpıklık basıklık değerlerinin +1,50 ve -1,50 değerleri arasında olduğu tespit edilmiş ve bu durumda, analiz sürecinin normal dağılım hipotezine uygun olacak şekilde (Tabachnick ve Fidell, 2013) parametrik testlerle devam etmesine karar verilmiştir.

3. Bulgular

3.1. Faktör ve Güvenilirlik Analizleri

Araştırma modelinde yer alan değişkenlerin alt boyutlarını belirlemek amacıyla yapılan faktör analizinde temel bileşenler yöntemi ve varimax döndürme yöntemi tercih edilmiştir. Faktörlerin oluşmasında özdeğerin 1'in üzerinde olması koşuluna bağlı kalmıştır. Verilerin faktör analize uygunluğunun belirlenmesi amacıyla KMO ve küresellik testi uygulanmış ve verilerin faktör analizine uygun olduğu belirlenmiştir. Kullanılan tüm ölçeklerin Cronbach alfa güvenilirlik katsayılarının geçerli değerler aldığı görülmüştür (Tablo 1).

Kavramsal olarak tek boyutta ve 10 maddeden oluşan *görev odaklı liderlik davranışları* ölçeği yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda “görev odaklılık” olarak adlandırılan tek faktörlü bir yapı ortaya çıkmış ve maddenin faktör yükü değerlerinin 0.862-0.891 aralığında olduğu görülmüştür. Bu faktörün toplam varyansı açıklama oranı %70,6 olarak belirlenmiştir (KMO=0,931, Kikare Bartlett test=2934,100, p=0,000).

Kavramsal olarak 2 boyutta ve 12 maddeden oluşan *işyeri arkadaşlığı* ölçeğine yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda maddelerin; “kurum desteği”, “güven” ve “dostluk” olarak adlandırılan üç faktör altında toplandığı ve maddelerin faktör yükü değerlerinin 0.745-0.812 aralığında değişim gösterdiği görülmektedir. Bu faktörlerin

toplam açıklayıcılık oranı %79,3 olarak belirlenmiştir (KMO=0,871, Kikare Bartlett test=2187,855, p=0,000).

Kavramsal olarak tek boyut ve 5 ifadeden oluşan *yaşam doyumu* ölçeği ise açıklayıcı faktör analizine tabi tutulduğunda “tatmin” olarak adlandırılan tek boyutlu yapısını korumuş ve boyutun faktör yükü değerlerinin 0.768-0.886 aralığında olduğu görülmüştür. Bu faktörün toplam açıklayıcılık oranı ise %74,4 olarak belirlenmiştir (KMO=0,860, Kikare Bartlett test=1107,755, p=0,000).

3.2. Ortalama, Standart Sapma ve Değişkenler Arası İlişkiler

Aşağıdaki tabloda araştırmadaki değişkenlere ait ortalama, standart sapma değerleri, değişkenler arası ilişkileri gösteren korelasyon analizi ve Cronbach alfa verileri görülmektedir. Tablo 1’de gösterilen değişkenler arasındaki ilişkilere bakıldığında ise; görev odaklı liderlik anlayışı ile işyeri arkadaşlığının alt boyutları olan dostluk arasında pozitif (.544); güven arasında pozitif (.309) ve kurum desteği arasında pozitif (.217) yönlü ve anlamlı ilişkiler olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra, araştırmanın bir diğer bağımsız değişkeni olan yaşam tatmini ve dostluk arasında pozitif (.413); güven arasında pozitif (.272) ve kurum desteği arasında pozitif (.151) yönlü ve anlamlı ilişkiler göze çarpmaktadır.

Demografik değişkenler olarak belirtilen yaş, kıdem ve toplam kıdem araştırma değişkenleriyle aralarındaki ilişki incelenmiş fakat istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki gözlemlenmemiştir.

Tablo 1. Ölçeklerin Cronbach alfa değerleri, ortalamalar, standart sapmalar ve değişkenler arası ilişkiler

Değ.	Ort.	SS	1	2	3	4	5	6	7	8	Cron .alfa
1.Yaş	34,3	7,3	1	.465**	.943**	-.036	-.013	.025	.070	-.006	
2.Kıdem	5,2	3,5	.465**	1	.473**	-.001	-.010	-.024	.065	.089	
3.T. Kıdem	10,1	6,7	.943**	.473**	1	-.038	-.038	.011	.055	-.016	
4.Tatmin	2,83	.68	-.036	-.001	-.038	1	.662**	.413**	.272**	.151**	(.91)
5.Görev O.	3,59	.85	-.013	-.010	-.038	.662**	1	.544**	.309**	.217**	(.95)
6.Dostluk	3,34	.83	.025	-.024	.011	.413**	.544**	1	.542**	.252**	(.93)
7.Güven	2,86	.83	.070	.065	.055	.272**	.309**	.542**	1	.222**	(.86)
8.Kurum Desteği	3,78	.68	-.006	.089	-.016	.151**	.217**	.252**	.222**	1	(.72)

** p<.001 değerinde anlamlı

3.3. Hipotez Testlerine İlişkin Analizler

Araştırma kapsamında görev odaklı liderlik davranışı ile işyeri arkadaşlığı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu varsayılmıştır (H₁). Yapılan basit regresyon analizi sonucunda; görev odaklı liderlik davranışlarının işyeri arkadaşlığı üzerinde olumlu yönde ve anlamlı katkısının (beta=0.536; p<0,001) olduğu bulunmuş ve Hipotez 1 doğrulanmıştır (Tablo 2).

Tablo 2. Görev Odaklı Liderlik ile İşyeri Arkadaşlığı Arasındaki Doğrusal Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	İşyeri Arkadaşlığı		
	Beta	t	p
→			
Görev Odaklı Liderlik	.536	11.178	.000
R^2	.287		
$DÜZ.R^2$.285		
F	124.954		
P	.000		

Araştırma kapsamında çalışanların yaşam doyumları ile işyeri arkadaşlığı arasındaki ilişkiyi test etmek amacıyla yapılan regresyon analizi sonucunda ise; yaşam doyumunun işyeri arkadaşlığı üzerinde pozitif yönde ve anlamlı katkısının (beta=0.413; $p<0,001$) olduğu tespit edilmiş ve Hipotez 2 doğrulanmıştır (Tablo 3).

Tablo 3. Yaşam Doyumu ile ve İşyeri Arkadaşlığı Arasındaki Doğrusal Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	İşyeri Arkadaşlığı		
	Beta	t	p
→			
Yaşam Doyumu	.413	7.994	.000
R^2	.171		
$DÜZ.R^2$.168		
F	63.906		
P	.000		

4. Sonuç ve Tartışma

Araştırma sonuçları doğrultusunda görev odaklı liderlik davranışlarının işyeri arkadaşlığı üzerinde olumlu yönde ve anlamlı katkısı olduğu ortaya çıkmıştır. Kişilerin, çalışma ortamında, diğer çalışanlarla geliştirmiş oldukları etkileşimin yoğunluğunu birtakım bilişsel süreçlerden geçirek değerlendirmeye tabi tutmaları, eşitlik beklentileri açısından anlaşılabilen bir durumdur. Sosyal takas teorisi (Blau, 1964) bağlamında değerlendirildiğinde ise; çalışanların, yöneticileriyle ilgili beklentilerinin tam anlamıyla karşılanmıyor oluşu, kişilerdeki güven, dayanışma, adalet vb. duyguların örselenmesine neden olmaktadır. Çalışma ortamında bu tür duyguların kişiler üzerinde yarattığı etkiler düşünüldüğünde, yöneticileriyle tatmin edici bir ilişki yaşayamayan çalışanların, bu yöndeki beklenti ve çabalarını diğer çalışma arkadaşlarına yönelmeleri anlaşılır bir durumdur. Konuyla ilgili yapılan çalışmalarda; görev odaklı liderlik davranışlarının “ilişki”den çok “iş sonuçları”na odaklanmasının ve bu tarz bir ilişki biçiminin doğası gereği “insan” unsurunu ihmal etmesinin, çalışanlarda “değersizlik” hissine neden olabileceği ifade edilmektedir. Çalışanların buna benzer bir algı durumu içinde olmaları, zamanla yaptıkları işe yabancılaşmalarını, duygusal anlamda tükenmişlik hissetmelerini ve kuruma yönelik

bağlılık duygularının yıpranmasını beraberinde getirecektir (Arnold, Connelly ve Ginis,2015; Fatima, Majeed ve Shah, 2018; Goleman, 2014; Yahaya ve Ebrahim, 2016). Hem bu olumsuz duygu durumlarının önüne geçebilmek hem de ihtiyaç duyulan sosyal etkileşimin altyapısı oluşturabilmek amacıyla çalışanların çalışma arkadaşlarıyla yakınlaşmaları ve arkadaşlık ilişkileri geliştirmeleri beklenen bir durumdur. Nitekim ilgili yazında konuyla ilgili daha önce yapılan araştırmalara bakıldığında, çalışanların yöneticileriyle kurmuş oldukları ilişkinin onların duygu ve davranışları üzerinde etkili olduğu (Domfeh, Obuobisa-Darko ve Asare, 2016; Keskes, 2014; Khuong ve Khanh, 2016) ve bu ilişkinin sadece biçimsel kurallara göre şekillendiği durumlarda ise, çalışanların yaşamış oldukları tatminsizlik duygularının üstesinden diğer çalışma arkadaşlarıyla yaklaşılarak geldikleri ifade edilmiştir (Odden ve Sias; 1997; Sias ve Jablin, 1995). Bu doğrultuda ulaşılan sonuçlar aynı zamanda bu çalışmada elde edilen bulguları destekler niteliktedir. Bunun yanı sıra, konuyla ilgili yapılan bazı çalışmalarda, yöneticisiyle güven ve paylaşım temelli bir ilişki kuramamış olan bir çalışanın, kurum iklimine karşı kuşkulu bir tavır takınabileceği ve çalışma arkadaşlarıyla yakın bir ilişkiden kaçınabileceği ifade edilmiştir. Bu durumun çalışanları olumsuz yönde etkilediği, kendilerini ortamdaki psikolojik olarak “soyutlayarak” sadece verilen “iş” yapmaya yöneldikleri fakat bir süre sonra kendilerini “yalnız” hissederek çalışma ortamıyla ilgili güvenlik duygularının zedelendiği ifade edilmektedir. Ek olarak, birbirini destekleyici ve bilgi paylaşımına dayalı lider-üye etkileşiminin, çalışanların işyeri arkadaşlığı kavramına daha sıcak bakmalarına zemin oluşturabileceği de vurgulanmıştır (Nougarou, 2017). Çalışanların yöneticileriyle iş birliği & güvene dayalı olarak geliştirdikleri iş ilişkilerinin, eş-düzyer çalışma arkadaşlarının kendi aralarında kuracağı arkadaşlık ilişkilerine yön verebileceği araştırmacılar tarafından öne sürülen bir diğer konudur (Mueller ve Lee; 2002; Tse ve Lam, 2008). Bu nedenle, bugüne kadar yapılan çalışmalarda, iş yeri arkadaşlığına zemin oluşturabilecek liderlik davranışlarıyla ilgili farklı bulguların yer alması, gelecekte konuyla ilgili yapılacak çalışmalarda bu kavram üzerinde etkisi olabilecek değişkenleri de incelemeyi gerekli hale getirmektedir. Örneğin, içinde bulunulan ülke kültürünün, çalışanların işyerindeki arkadaşlık ilişkisine yüklediği anlamı etkilemesi açısından önemli olacağı düşünülmektedir. Bireyselliğin ve rekabetin ön planda tutulduğu bir çalışma ortamında, çalışanların işyeri arkadaşlığına atfedecekleri anlam ile karşılıklı bağımlılık & beraberlik üzerine kurulmuş toplulukçu bir örgüt ikliminde çalışan bir kişinin arkadaşlık ilişkileriyle ilgili yorumu farklılık gösterecektir. Bu nedenle gelecekte konuyla ilgili yapılacak olan araştırmalarda ülke/kurum kültürünün arkadaşlık kavramı üzerindeki etkisi araştırılmaya değer görülmektedir.

Araştırma sonuçları doğrultusunda yaşam tatmininin işyeri arkadaşlığı üzerinde olumlu yönde ve anlamlı katkısı olduğu ortaya çıkmıştır. Gönüllülük ve karşılıklı paylaşım temelleri üzerine kurulan işyeri arkadaşlıklarının altyapısına bakıldığında, söz konusu ilişkilerin öncelikle güven & samimiyet duygularına dayandığı görülmektedir. Bu nedenle, çalışma ortamında yaşam doyumu yüksek olan bir kişinin uzun süreli ve ortak paylaşım dayalı arkadaşlık ilişkileri geliştirmeleri beklenen bir durumdur. Bunun yanı sıra, kişilerin kendi hayatlarıyla ilgili yaşadıkları tatmin duygularını, çalışma ortamında kurmuş oldukları arkadaşlık ilişkilerinde de devam ettirmek istemelerinin, iş yeri arkadaşlığının oluşmasında önemli bir paya sahip olacağı düşünülmektedir. Yaşam doyumu yüksek olan kişilerin yüksek motivasyon düzeyleri göz önünde bulundurulduğunda, bu kişilerin yaşamları boyunca kazandıkları başarıların, işyerinde geliştirmiş oldukları arkadaşlık ilişkilerini de

olumlu yönde etkileyeceği düşünülebilir. Yaşamlarıyla ilgili tatmin duygusu yaşayan kişilerin içinde buldukları çalışma ortamına daha kolay uyum sağladıkları ve belirtilen amaçları daha hızlı bir şekilde benimsedikleri bilinmektedir (Erdoğan, 1983). Bu nedenle çalıştığı kurumun değerleriyle uyum içinde olan, tatmin düzeyi yüksek bir çalışanın, diğer çalışma arkadaşlarına yardım etmesi ve sorunlarına katılımcı bir tutum içinde çözüm üretmeye çalışması beklenen bir durumdur (Özkalp ve Kırel, 2001). Ayrıca, günümüzün çalışma koşulları açısından değerlendirildiğinde, kişilerin yaşamlarının önemli bir bölümünü geçirdikleri çalışma ortamında, sosyal & duygusal ihtiyaçlarını tatmin etmelerine imkân sağlayacak arkadaşlık ilişkilerine yönelmeleri şaşırtıcı olmayacaktır. Kişilerin kendi hayatlarıyla ilgili yapmış oldukları pozitif değerlendirmelerin onları olumsuz duygulardan uzaklaştırarak (Diener, 2009) daha uzlaşmacı ve yardımsever bir tutuma doğru yönlendirdiği düşünüldüğünde (Spector, 1997), yaşam tatmini yüksek olan kişilerin sosyal ortamlarda daha sık bulunmak istemeleri ve kurulan yeni arkadaşlıklara kolayca uyum sağladıkları bilinen bir gerçektir. En genel anlamıyla, “kişinin kendi yaşamından duymuş olduğu memnuniyet” olarak kavramsallaştırılan kişilerdeki yaşam doyumu seviyesinin, çalışma ortamında geliştirilen arkadaşlık ilişkileri vasıtasıyla bir adım ileriye taşınması beklenen bir durumdur. Ayrıca bu durum, Festinger (1954)’ın sosyal karşılaştırma teorisi bağlamında değerlendirildiğinde; yaşamın bütününe yönelik ortak inanç ve değerlendirmelere sahip olan kişilerin çalışma ortamında bir araya gelmesiyle oluşan arkadaşlık ilişkilerinin, karşılıklı onay ve sosyal takas mekanizmalarını da açığa çıkarması bakımından önemli görülmektedir. Ortak bilişsel değerlendirmeler ve yaşanan olumlu duygu durumları zemininde kurulu bir arkadaşlık ilişkisinde, tarafların, bu etkileşimin devamını istemeleri & bu doğrultuda çaba göstermeleri yaşam tatminlerinin sürdürülebilir olması açısından ayrıca önemli görülmektedir. Bu nedenle, çalışma ortamında kişilerin geliştirmiş oldukları arkadaşlık ilişkilerinin ve olumlu bireysel kimliklerinin de yaşam tatmini artıran bir etkisi olduğu söylenebilir (Kasser ve Sheldon, 2009; Shimazu, Schaufeli, Kamiyama ve Kawakami, 2015; Özdevecioğlu, 2003). Nitekim, Peterson ve diğerleri (2005) tarafından yapılan bir araştırmada, sosyal ortamda yaşanan ve biriktirilen mutlu anların yaşam doyumu üzerinde önemli bir etkisi olduğu ifade edilmektedir. Bu nedenle, bu iki kavramın verimli çalışma ortamı yaratmada birbirini destekleyici özellikler barındırdıkları ve gelecekte konuyla ilgili yapılacak olan akademik çalışmalarda birlikte ele alındıklarında, çalışma hayatıyla ilgili birçok olumlu değişkenin önceli olabilecekleri düşünülmektedir.

Bu çalışmada, işyeri arkadaşlığına zemin oluşturabilecek öncellerin belirlenmesi amacıyla bir araştırma gerçekleştirilmiş ve elde edilen bulgular doğrultusunda görev odaklı liderlik davranışlarının ve kişilerin yaşam doyumu seviyelerinin çalışma ortamında geliştirilen arkadaşlık ilişkileri üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Günümüzde çalışanların tutum ve davranışları üzerinde birden fazla öncelin etkisi olduğu ve bu öncellerin aynı anda etkileşime girmesiyle bilinenden çok farklı sonuçlara zemin oluşturabildiği düşünüldüğünde, bu çalışmada ortaya konulan modelin, işyeri arkadaşlığı kavramını yakından tanımaya yönelik bir amaca hizmet ettiği ifade edilebilir. Bunun yanı sıra, çalışma hayatında çalışanların psikolojik & sosyal ihtiyaçlarının göz ardı edilmesi beraberinde kişilerin kariyerleri ile ilgili kaygı duymalarına neden olmakta ve sonu işten ayrılmaya kadar giden olumsuz sonuçlara neden olmaktadır. Bu nedenle, iş yeri arkadaşlığı olgusunu sadece aynı çalışma ortamını paylaşan kişilerin etkileşimi olarak görmekten ziyade “karşılıklı sosyalleşme, sorunları paylaşma ve yardımlaşma” süreci olarak adlandırmanın, bu

ortamda karşılaşılabilecek olumsuz sonuçların önüne geçebilmek adına önemli bir adım olabileceği düşünülmektedir. Çalışanlar tarafından algılanan sosyal destek mekanizmalarının kişilerin kariyer gelişimlerini olumlu yönde etkilediği ve çalışma ortamına daha kolay uyum sağladıkları düşünüldüğünde (Jiang, 2017), kurum yöneticileri tarafından hayata geçirilen yönetim uygulamalarında bu psikolojik mekanizmayı göz önünde bulundurmaları ayrıca önem taşımaktadır. Nitekim, konuyla ilgili yapılan çalışmalarda iş yeri arkadaşlığının, kurum içinde, “informal bir yapı” (Riordan ve Griffeth, 1995), “sinir sistemi” (Kahn, Nawaz ve Khan, 2013) ve “beyaz alanlar” olarak tanımlanması, bundan sonraki araştırmalarda bu kavramın neden olabileceği sonuçlar üzerinde daha derinlemesine düşünmeye ihtiyaç olduğunu vurgulamaktadır. Bu noktada, kurum yöneticilerinin, uygulamalarında ve göstermiş oldukları liderlik davranışlarında, çalışanların duygu, düşünce & isteklerini ön plana almaları, sonuçtan ziyade süreç odaklı olmaları ve biçimsel yapıdan ziyade karşılıklı etkileşime dayalı bir iletişim yöntemini tercih etmeleri, kurumlarda verimli bir örgüt iklimi yaratma noktasında önemli görülmektedir.

Referanslar

- Alparslan, A. M., Çiçek, H. ve Soydemir, S. (2015). The antecedent strengthening personorganization fit: Workplace friendship. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, (32), 175 – 194.
- Arnold, K. A., Connelly, C. E., Walsh, M. M. ve Ginis, K. A. M. (2015). Leadership styles, emotion regulation, and burnout. *Journal of Occupational Health Psychology*, 20(4), 481-490.
- Berman, E. M., West, J. P. ve Richter, M. N. (2002). Workplace relations: Friendship patterns and consequences. *Public Administration Review*, 62(2), 217–230.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and power in social life*. New York: John Wiley
- Blake, R. ve Mouton, J. (1964). *The managerial grid: The key to leadership excellence*. Houston, TX: Gulf Publishing Company.
- Butler, J. ve Kern, M. L. (2016). The PERMA-Profil: A brief multidimensional measure of flourishing. *International Journal of Wellbeing*, 6(3), 1-48.
- Cowley, W. H. (1931). The traits of face-to-face leaders. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 26(3), 304-313.
- Cropanzano, R. ve Mitchell, M. (2005). Social exchange theory: An interdisciplinary review. *Journal of Management*, 31(6), 874-900.
- Çekmecelioğlu, H. G. (2014). Göreve ve insana yönelik liderlik tarzlarının örgütsel bağlılık, iş performansı ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkileri. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 28, 21-34.
- Daft, R. L. (2007). *The leadership experience* (International Student Edition). Boston: Cengage Learning.
- Dağlı, A. ve Baysal, N. (2016). Yaşam doyumu ölçeğinin Türkçe'ye uyarlanması: geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(59), 1250-1263.
- Dedeoğlu, T., Özdevecioğlu, M. ve Oflazer, S. (2016). Örgütlerde işe gömülmüşlüğü çalışanların iş ve yaşam kalitesi üzerindeki etkisi: İyimserliğin rolü. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 47, 135-146.
- Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95, 542–575.
- Diener, E. (2009). Positive psychology: Past, present, and future. S. J. Lopez ve C.R. Snyder (Ed.), *Oxford Handbook of Positive Psychology* içinde (7-11. ss.). Oxford: Oxford University Press.

- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J. ve Griffin, S. (1985). The satisfaction with life. Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49, 71-75.
- Diener, E. ve Diener, C. (1996). Most people are happy. *Psychological Science*, 7(3), 181-185.
- Diener, E., Sandvik, E., Seidlitz, L. ve Diener, M. (1993). The relationship between income and subjective well-being: Relative or absolute? *Social Indicators Research*, 28, 195-223.
- Domfeh, K. A., Obuobisa-Darko, T. ve Asare, L. O. (2016). Leadership style and employee behaviour: A reciprocal relationship. *African Research Review*, 10, 1-15.
- Erdoğan, İ. (1983). *İşletmelerde kişi değerlemede psikoteknik*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi
- Fatima, T., Majeed, M. ve Shah, S. (2018). Jeopardies of aversive leadership: A conservation of resources theory approach. *Frontiers in psychology*, 9, 1935.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117-140.
- Fredrickson, B. L. (2001). The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions. *American Psychologist*, 56, 218-226.
- Froneman, M. (2014). *The relationship between the quality of a best friendship and well-being during emerging adulthood*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). University of Johannesburg, Johannesburg.
- Goleman, D. (2014). *Duygusal zekâ*. (Çev. O. Deniztekin, Dü., & B. S. Yüksel) İstanbul: Varlık Yayınları.
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *The American Journal of Sociology*, 78 (6), 1360-1380.
- Heller, D., Judge, T. A. ve Watson, D. (2002). The confounding role of personality and trait affectivity in the relationship between job and life satisfaction. *Journal of Organizational Behavior*, 23, 815-835.
- Hemphill, J. K. ve Coons, A. E. (1957). Development of the leader behavior description questionnaire. In R. M. Stogdill and A. E. Coons (Eds.), *Leader behavior: Its description and measurement*. Columbus: Bureau of Business Research, Ohio State University.
- Jiang, S. (2017). The role of social media use in improving cancer survivors' emotional well-being: a moderated mediation study. *Journal of Cancer Survivorship*, 11(3), 386-392.
- Kasser, T. ve Sheldon, K. (2009). Time affluence as a path toward personal happiness and ethical business practice: Empirical evidence from four studies. *Journal of Business Ethics*, 84(2), 243-255.
- Katz, D., Maccoby, N. ve Morse, N. C. (1950). *Productivity, supervision, and morale in an office situation. Part 1*. Institute for Social Research, University of Michigan.
- Keser, A. (2005). İş doyum ve yaşam doyum ilişkisi. *Çalışma ve Toplum*, 4, 77-96.
- Keskes, I. (2014). Relationship between leadership styles and dimensions of employee organizational commitment: A critical review and discussion of future directions. *Intangible Capital*, 10, 26-51.
- Khaw, D. ve Kern, M. (2014). A cross-cultural comparison of the PERMA model of well-being. *Undergraduate Journal of Psychology at Berkeley*, 8, 10-23.
- Khan, I., Nawaz, A. ve Khan, M. S. (2013). Determining the organizational commitment of Academicians in public sector universities of developing

- countries like Pakistan. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 2(1), 361-374.
- Khuong, M. N. ve Khanh, L. K. (2016). The influence of leadership styles on employee mood and job performance: A study of hotels and restaurants in Ho Chi Minh City, Vietnam. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 7(4), 140-147.
- Koçel, T. (2011). *İşletme yöneticiliği*. İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Kram, K. E. ve Isabella, L. A. (1985). Mentoring alternatives: The role of peer relationships in career development. *Academy of Management Journal*, 28(1), 110-132.
- Lambe, C. J., Wittmann, C. M. ve Spekman, R. E. (2001). Social exchange theory and research on business-to business relational exchange. *Journal of Business to Business Marketing*, 8(3), 1-36.
- Likert, R. (1961). *New patterns of management*. New York: McGraw-Hill.
- Mueller, B. H. ve Lee, J. (2002). Leader-Member exchange and organizational communication satisfaction in multiple contexts. *The Journal of Business Communication*, 39(2), 220-244.
- Nielsen, I. K., Jex, S. M. ve Adams, G. A. (2000). Development and validation of scores on a two-dimensional workplace friendship scale. *Educational and Psychological Measurement*, 60(4), 628-643.
- Neugarten, B. L., Havighurst, R. J. ve Tobin, S. S. (1961). The measurement of life satisfaction. *Journal of Gerontology*, 16, 134-143.
- Northouse, P. G. (2007). *Leadership: Theories and practices*. Thousand Oak: Sage Publications.
- Nougarou, J. C. (2017). *The effect of workplace friendship, team-member exchange and leader-member exchange on organizational citizenship behavior*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). St. Cloud State University, St. Cloud.
- Odden, C. M. ve Sias, P. M. (1997). Peer communication relationships, psychological climate, and gender. *Communication Quarterly*, 45, 153-166.
- Özdevecioğlu, M. ve Aktaş, A. (2007). Kariyer bağlılığı, mesleki bağlılık ve örgütsel bağlılığın yaşam tatmini üzerindeki etkisi: İş-aile çatışmasının rolü. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28, 1-20.
- Özdevecioğlu, M. (2003). Algılanan örgütsel adaletin bireylerarası saldırgan davranışlar üzerindeki etkilerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21, 77-96.
- Özdevecioğlu, M. ve Kanıgür, S. (2009). Çalışanların ilişki ve görev yönelimli liderlik algılamalarının performansları üzerindeki etkileri. *KMU İİBF Dergisi*, 11(16), 53-82
- Özkalp, E. ve Kirel, Ç. (2001). *Örgütsel Davranış*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları, No.111.
- Pavot, W. ve Diener, E. (1993). Review of the satisfaction with life scale. *Psychological Assessment*, 5(2), 164-172.
- Peterson, C., Park, N. ve Seligman, M. E. P. (2005). Orientations to happiness and life satisfaction: The full life versus the empty life. *Journal of Happiness Studies*, 6, 25-41.
- Polatçı, S. (2015). Örgütsel ve sosyal destek algılarının yaşam tatmini üzerindeki etkisi: İş ve evlilik tatmininin aracılık rolü. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(2), 25-44.

- Riordan, C. M. ve Griffeth, R.W. (1995). The opportunity for friendship in the workplace: An underexplored construct. *Journal of Business and Psychology*, 10(2), 141-154.
- Saruhan, Ş. C. ve Yıldız, M. G. (2013). *Çağdaş yönetim bilimi*. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Seligman, M. E. P. (2011). *Flourish: A visionary new understanding of happiness and well-being*. New York, NY, US: Free Press.
- Shimazu, A., Schaufeli, W., Kamiyama, K. ve Kawakami, N. (2015). Workaholism vs. work engagement: The two different predictors of future well-being and performance. *International Journal of Behavioral Medicine*, 22, 18-23.
- Sias, P. M. ve Jablin, F. M. (1995). Differential superior-subordinate relations, perceptions of fairness, and co-worker communication. *Human Communication Research*, 22(1), 5- 38.
- Sias, P. M., Heath, R. G., Perry, T., Silva, D. ve Fix, B. (2004). Narratives of workplace friendship deterioration. *Journal of Social and Personal Relationships*, 21, 321-340.
- Sias, P. M., Smith, G. ve Avdeyeva, T. (2003). Sex and sex-composition differences and similarities in peer workplace friendship development. *Communication Studies*, 54(3), 322-340.
- Sias, P. ve Cahill, D. J. (1998). From coworkers to friends: The development of peer friendships in the workplace. *Western Journal of Communication*, 62, 273-299.
- Spector, P. E. (1997). *Job satisfaction: Application, assessment, causes, and consequences*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
- Stogdill, R. M. (1963). *Manual for the leader behavior description questionnaire form XII*. Columbus: Bureau of Business Research, The Ohio State University.
- Şahinbaş, F. (2018). *Pozitif örgütsel davranış yaklaşımıyla işyeri arkadaşlığı ve işe adanma ilişkisi: Sağlık çalışanları üzerine bir araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics*. Boston: Pearson
- Thibaut, J. W. ve Kelley, H. H. (1959). *The social psychology of groups*. NY: John Wiley & Sons.
- Tse, H. H. M. ve Lam, W. (2008). Transformational leadership and turnover: The roles of LMX and organizational commitment. *Academy of Management Annual Meeting Proceedings*, 1, 1-6.
- Yahaya, R. ve Ebrahim, F. (2016), Leadership styles and organizational commitment: literature review. *Journal of Management Development*, 35(2), 190-216.
- Yılmaz, H. (2011). *Güçlendirici liderlik*. İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Yukl, G. (2012). Effective leadership behavior: what we know and what questions need more attention. *Academy of Management Perspectives*, 26(4), 66-85.

**TÜKETMEME:
NEDEN BAZI TÜKETİCİLER FİNANSAL GÜCE SAHİPKEN,
BİLİNÇLİ BİR ŞEKİLDE MARKA KAÇINMASI
ÇERÇEVESİNDE TÜKETMEME EĞİLİMİ GÖSTERİRLER?**

**ANTICONSUMPTION:
DESPITE THEIR PURCHASING POWER, WHY SOME CONSUMERS
INTENTIONALLY DO NOT PREFER TO CONSUME IN THE FRAME OF
BRAND AVOIDANCE?**

Müge İRFANOĞLU⁽¹⁾

Öz: Tüketici davranışları tüketim becerisine sahip bireylerin satın alma öncesi, sırası ve sonrası davranışlarını inceleyen ve bu süreçte tüketicileri motive eden unsurları ortaya çıkartmayı hedefleyen pazarlama disiplininin bir alt çalışma alanıdır. Pazarlama pratisyen ve teorisyenleri, bireylerin tüketim nedenlerini anlamaya çalışıp, onlara uygun ürün ve hizmetler sunmak için çaba sarf etmektedirler. Literatürde tüketme eğilimi ve nedenleri üzerine sıkça çalışma yapıldıysa da, yapılan bazı araştırmalarda belirli tüketici gruplarının marka kaçınması davranışı ile birlikte tüketme eğilimlerini bilinçli bir şekilde azalttıkları ortaya konmaktadır. Bu çalışmada marka kaçınması bağlamında tüketmeme eğiliminin, psikolojik ve sosyal nedenleri derin bir literatür taraması ile kavramsal olarak incelenmektedir. Çalışmanın amacı; gündün güne bilinçlenen bazı tüketicilerin finansal olarak satın alma gücüne sahip olmasına rağmen, neden tüketim eğilimlerini azalttıkları sorusunun yanıtını, literatürde yapılmış araştırmalar ışığında ortaya koymak ve pazarlama uygulayıcılarına ışık tutacak bir şekilde derleme yapmaktadır. Makalenin sonuç kısmında ise pazarlama pratisyenlerine bazı strateji önerilerinde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Tüketmeme, Marka Kaçınması, Deneysel, Ahlaksal ve Kimliksel Kaçınma, Yabancılaşma Teorisi

Abstract: Consumer behavior is a subdiscipline of marketing, which examines the behavior of individuals consumption in terms of their pre- while and post purchasing behavior and aims to reveal the factors motivating consumers during the process. Marketing practitioners and theoreticians try to understand the consumption reasons of individuals and provide suitable products and services regarding consumers needs, wants and preferences. In the literature, it is obvious that there is a tendency to study mostly on consumption and rarely on anti-consumption topics. Some studies reveal that certain consumer groups consciously reduce their consumption in terms of brand avoidance. In this study, some psychological and social reasons of anticonsumption are tried to be examined conceptually in the context of brand avoidance regarding a deep literature review. The aim of the study is to reveal some answers to the question of “why some of consumers are consciously reducing their consumption level, despite they have a financial purchasing power” in the light of previous academic studies. In the conclusion part of the article, some strategy suggestions were also developed to the marketing practitioners.

Keywords: Anticonsumption, Brand Avoidance, Experiential Avoidance, Moral Avoidance, Identity Avoidance, Alienation Theory

JEL: M3

⁽¹⁾İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Reklam Bölümü; mugeirfanoglu@aydin.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6415-455X.

Geliş/Received: 19-04-2020; Kabul/Accepted: 31-05-2021.

1. Giriş

Pazarlama pratisyen ve teorisyenleri, bireylerin tüketim nedenlerini anlamaya çalışıp, onlara uygun ürün ve hizmetler sunmak için çaba sarf etmektedirler. Pazarlama, en genel tanımıyla, tüketicilerin bireysel ve sosyal ihtiyaçlarını belirlemek ve karşılamaktır (Kotler ve Keller, 2015). Günümüz pazarlama yaklaşımı ise sosyal ve çevresel olarak sorumlu bir pazarlama anlayışı temasıyla, toplumsal pazarlama kavramı üzerine oturtulmaktadır. Bu yaklaşım tüketicilerin ve işletmelerin sosyal ve çevresel olarak sorumlu bir pazarlama yaklaşımı olan sürdürülebilir pazarlama yaklaşımı benimsemesini öncüller (Kotler ve Armstrong, 2016: 11). Yeni dönem toplumsal pazarlama anlayışının temel dinamiğini belirleyen faktör, işletmelerin sürdürülebilir üretim yapabilmesinin ön koşulu olan, doğal kaynakların günden güne yok olması gerçeğidir. Global Footprint Network'un 2019 raporuna göre doğal kaynakların mevcut tüketiminin 2019 yılı itibariyle 1,75 Dünya ile karşılanabildiğidir (Makri ve diğerleri, 2020: 177). Açıkça görülmektedir ki mevcut durumda dünya kaynakları ile tüketim arasında bir boşluk söz konusudur ve sürdürülebilir bir yaşam için doğal kaynakların kullanımı ile tüketim arasında bir denge oluşturulması hayati önem taşımaktadır.

İlgili rapora göre, insanlığın doğa üzerindeki yıllık talebinin, dünyanın bir yılda sağlayabileceği kapasiteyi aştığı gün olan Dünya Limit Aşım Günü 1 Ağustos 2018'de gerçekleşmiştir. 2018 yılından beri her yıl dünya limit aşımı gerçekleştirerek gelecek yıllardan borçlanır hale gelmektedir. Rapordaki diğer önemli bir bulgu ise yukarıda belirttiği gibi, insanlığın 2019 yılı itibariyle 1,7 dünya, Türkiye'nin ise 1,9 dünya varmış gibi tüketimine devam etmesidir (WWF-Türkiye Basın Bülteni, 2018).

Kaynakların hızla tüketildiği günümüzde, bilinçsiz bir tüketim kültürü gerek dünya gerekse de Türkiye'de varlığını devam ettirse de, bazı tüketicilerin finansal güce sahip olmasına rağmen, tüketme eğilimlerini bilinçli bir şekilde dengeledikleri, azalttıkları ve hatta tüketmeme eğilimi gösterdikleri gözlemlenmektedir (Tosun ve Gurce, 2018; Bardhi ve Eckhardt, 2012, Arslan ve diğerleri; Yuksel ve Mryteza, 2009). Dolayısıyla tüketmeme kavramı gerek teorisyen gerek pratisyenlerin 2000'li yılların başından itibaren üzerinde durduğu önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Teorik çerçevede bu konunun önemi, 2002 yılından bu yana Psychology and Marketing (2002), Journal of Business Research (2009), Consumption, Markets and Culture (2010), The Journal of Macro Marketing (2013), The Journal of Consumer Affairs (2016), The Journal of Public Policy and Marketing (2018) gibi uluslararası pek çok pazarlama dergilerinin konuyu özel sayı olarak ele almasıyla açık bir şekilde gündemdedir. Dolayısıyla literatürdeki farklı kaynakları geniş bir perspektifte derleyerek ortaya koyan bu çalışmanın, marka kaçınması bağlamında tüketmeme kavramının ne olduğunu, hangi sebeplerle ortaya çıktığını ve tüketmeme eğilimi gösteren tüketicilerin tüketici tipolojilerini anlamak yolunda gerek pazarlama teorisyenleri gerekse de pratisyenlerine fayda sağlayacak bir çalışma olması beklenmektedir.

En gelen sınıflandırılmasıyla literatürdeki tüketmeme eğilimi Cherrier ve arkadaşlarının 2010 yılında gerçekleştirdikleri sınıflandırmasında; kasti tüketmeme, tesadüfi tüketmeme ve tüketmememe olarak üç başlık altında toplanmıştır. Kasti tüketmeme, tüketicinin herhangi bir ürün veya hizmeti bilinçli bir şekilde tüketmeme kararı almasıdır. Tesadüfi tüketmeme; tüketicinin belirli alternatifler içinden bazılarını seçip, onları tüketmeme kararı almasıdır. Tüketmememe ise tüketicinin istese

de yaş, sağlık vb. durumlar nedeniyle belirli ürün veya hizmetleri tüketmemesi durumudur (Cherrier, Black ve Lee, 2010: 1757).

Bu çalışmada, tüketicilerin kasti- bilinçli tüketmeme eğilimine odaklanılacak, tüketicilerin herhangi bir kısıtlaması olmaması ve finansal satın alma güce sahip olmasına rağmen, belirli ürün veya hizmetleri marka kaçınması perspektifiyle neden tüketmeme eğilimi gösterdikleri teorik çerçevede kavramsal olarak incelenecektir.

2. Marka Kaçınması Kavramı ve Tüketmeme Eğilimi

Pazarlama literatüründe yapılan pek çok çalışma, tüketicilerin markalardan elde ettikleri pozitif fayda nedeniyle ilgili markaları satın aldıklarını ve hatta tüketicilerin satın aldıkları markalar üzerinden kendi benlik ve kimliklerini ifade ettiklerini işaret etmektedir (Levy, 1959: 117; Grubb ve Grathwohl, 1967: 22; Sirgy, 1982: 297; Belk, 1988: 160; Aaker, 1999: 55; Hogg, Cox ve Keeling, 2000: 664). Bunun yanında az sayıda araştırmada ise, hayatlarına istemedikleri yönde etki ettiği gerekçesiyle belirli tüketici gruplarının bazı markaları tüketmekten kaçındığı ifade edilmektedir (Englis ve Soloman, 1995; Holt, 2002: 88-89; Banister ve Hogg, 2004: 850; Kozinets ve Handelman, 2004: 701-703; Thompson ve Arsel, 2004: 631).

Marka kaçınması olarak adlandırılan bu durum, literatürde ilk kez Oliva ve arkadaşlarının gerçekleştirdiği çalışmada ele alınmış olup (Oliva, Oliver ve Macmillan, 1992), tüketicinin marka ile yaşadığı memnuniyetsizliğin marka kaçınması yarattığı ve bu durumun marka sadakatinin bir anti tezi olduğu incelenmiştir (Oliva, Oliver ve Macmillan, 1992). Çalışmada marka ile ilgili yaşanan memnuniyetsizlik nedeniyle tüketicinin markadan kaçınarak başka bir markaya sıçrayacağına dikkat çekilmiştir. Çalışma, marka kaçınması ve değiştirmesi kavramlarını birbirine yakın kavramlar olarak kullanmıştır. Halbuki markadan kaçınma, marka değiştirmeye nazaran kasti olarak "red" tutumu içeren bir nebze daha farklı dinamikleri barındıran bir süreçtir (Lee ve Motion, 2009: 170). Yakın dönem literatürüne bakıldığında marka kaçınması bağlamında tüketmeme eğiliminin birçok farklı etken dolayısıyla ortaya çıktığı görülmektedir. Ürün ve hizmetlerle ilgili yaşanan memnuniyetsizlik (Banister ve Hogg, 2004), karşı kültürülük algısı (Craig-Lees ve Hill, 2002; Piacentini ve Banister, 2009, tüketici boykotları (Kozinets ve Handelman, 1998; Klein, Smith ve John, 2004;), tüketici direnci (Hogg, 1998; Kozinets, 2002; Zavestoski, 2002; Cherrier, 2009), firmaların etik olmayan yaklaşımları (Sandıkçı ve Ekici, 2009), tüketicinin marka düşmanlığı (Klein, Ettenson ve Morris, 1998; Shoham, Davidow, Klein ve Ruvio, 2006; Yang ve Tso, 2007; Lee, ve Motion, 2009; Russell ve Russell, 2010, Russell ve Neijens, 2011, Kahn ve Lee, 2014); kimlik uyumsuzluğu (Ogilvie, 1987; Hogg, 1998; Hogg ve Michell, 1996, Lee ve Motion, 2009), negatif sosyal etki (Bodur ve Day, 1978; Leonard ve Barton, 1985; Lau ve Ng, 2009; Kahn ve Lee, 2014) bu nedenlerden bazılarıdır.

Khan ve Lee'nin 2014 yılında yaptıkları çalışmada tüketicilerin marka ile herhangi bir öncesi deneyimi olmasa da bilhassa negatif ağızdan ağıza iletişim sebebiyle markadan kaçınma davranışı gösterebildiklerini ortaya koymuşlardır (Khan ve Lee, 2014). Khan ve arkadaşları ise 2019 yılında yaptıkları çalışmada tüketicilerin kimlik temelli algılamalarının yabancı markalardan kaçınma davranışı üzerine etkisini araştırmış ve farklı pazarlar için bile olsa (Yeni Zelanda ve Pakistan), tüketicilerin

bireysel seviyede kimlik tanımlayıcılarının marka kaçınmasına neden olduğunu ortaya koymuşlardır (Khan ve arkadaşları, 2019). Odoom ve arkadaşları ise marka kaçınması ile ilgili geliştirdikleri ölçekle, konunun alt boyutlarını ahlaki kaçınma, kimlik kaçınması, değer-fiyat uyumsuzluğu kaçınması, deneyimsel kaçınma ve reklam yönlü kaçınma olarak sınıflandırmışlardır. Makalede satın almama niyeti ile marka kaçınması arasındaki pozitif ilişki ortaya konmuş, ölçek yüksek güvenilirlik ve geçerlilik sonuçlarına ulaşmıştır (Odoom, Kosiba, Djamgbah ve Narh, 2019).

Literatürde önemli bir yere sahip olan Lee ve Motion'ın 2009 yılında yayınlanan çalışmalarında, marka kaçınması bağlamında tüketmeme eğilimi kavramı incelenmiş ve marka kaçınması 3 farklı boyutta ele alınmıştır. Tüketici aktivisti, gönüllü sadelikten yana olan, eko-feminist ve frigan 23 farklı tüketici ile yapılan kalitatif çalışmada ilgili tüketicilerin deneyimsel, kimliksel ve ahlaki nedenlerle marka kaçınması yaşadıkları ortaya konmuştur. Deneyimsel kaçınma tüketicinin beklentilerinin marka tarafından karşılanmadığı ve markanın yarattığı olumsuz ilk el tüketim deneyiminden kaynaklandığı durumlar için geçerliken, kimliksel kaçınma, marka imajının tüketici imajıyla uyummadığı durumlarda tüketicinin yaşadığı bir durum olarak ortaya çıkmıştır. Ahlaki kaçınma ise tüketicinin ideolojik inanç ve değerlerinin marka değer ve çağrışımlarıyla örtüşmediği ve özellikle tüketicinin, markanın topluma negatif yönde bir etkisi olduğunu düşündüğü durumlarda ortaya çıkan bir kaçınma türü olarak raporlanmıştır. İlgili çalışmada marka kaçınmasına neden olan faktörler Tablo 1'deki gibi özetlenmiştir (Lee ve Motion, 2009: 172).

Tablo 1. Marka kaçınmasının temel nedenleri

Ana kategoriler	Temalar	Alt temalar
Deneyimsel Kaçınma		Zayıf Performans
		Müşteri huzursuzluğu
		Uygunsuzluk
*Karşılanmamış beklentiler	Olumsuz ürün hizmet deneyim	Mağaza Atmosferi
		Müşteri huzursuzluğu
		Uygunsuzluk
		Mağaza Atmosferi
Kimlik Kaçınması	İstenmeyen benlik	Negatif referans grupları
*Sembolik uyumsuzluk		Dürüst olamama
		Kimlik belirsizliği
Ahlaki Kaçınma	Müşteri Sinizmi	Kurumsal Sorumsuzluk
*İdeolojik	Ülke menşei etkisi	Güç eşitsizliği
*Uyumsuzluk		Finansal vatanseverlik
		Farklılıkları koruma eğilimi

Kaynak: Lee ve Motion, 2009: 172

Marka kaçınması bağlamında tüketmeme eğiliminin kavramsal olarak açıklandığı bu makalede, yaptığı geniş çatılı sınıflandırmayla literatürde önemli bir dönüm noktası yakalayan Lee ve Motion'ın (2009) çalışması temel olarak alınmış ve tüketmeme eğilimi nedenleri deneysel kaçınma, kimliksel kaçınma ve ahlaki kaçınma sınıflandırması üzerinden incelenerek ilgili başlıklar altında toplanan çalışmalar derlenmiştir.

2.1. Deneysel Kaçınma ve Teorik Temeller

Tüketicilerin yaşadığı deneysel kaçınmanın temel nedeni markanın ürün veya hizmetleri ile ilgili tüketiciye yaşattığı negatif bir deneyimden (zayıf performanslı ürün, uygunsuz ürün, kötü mağaza atmosferi vb.) kaynaklanabilmekte ve tüketicinin hissettiği tatminsizlik hissi marka kaçınmasına yol açmaktadır. Pazarlama literatüründe tüketicilerin satın alma öncesi, sırası ve sonrasındaki yaşadığı tüm süreçlerde ortaya çıkabilecek müşteri beklentisine uygun sunulmayan firma tekliflerinin yaratabileceği memnuniyetsizlik, farklı perspektiflerden incelenmekte ve bu memnuniyetsizliklerin tüketicide marka kaçınmasına yol açabileceği tartışılmaktadır (Grégoire, Tripp ve Legoux, 2009: 5; Johnson, Matear ve Thomson, 2011).

Iyer ve Muncy'e göre (2009), tüketmeme eğilimi gösteren tüketici tipleri, 4 farklı grupta toplanmaktadır. Bunların ikisi genel olarak tüketmemekten yana olanlar; küresel etkiye inanan tüketiciler ve yalnız tüketiciler iken; özel durumlar karşısında tüketmemekten yana olanlar, pazar aktivistleri ve sadık olmayan tüketicilerdir. Genel olarak tüketmemekten yana olan tüketici tipleri, tüketim alışkanlıklarını tümden azaltan tüketiciler iken, belirli durumlar karşısında özel olarak tüketmemekten yana olan tüketiciler ise, tüketmeme davranışını belirledikleri bazı markalara karşı yönelen tüketicilerdir. İlgili tüketici tipleri ayrı ayrı incelendiğinde, küresel etkiye inanan tüketicilerin, çevre kaygıları ve dünya üzerindeki maddi eşitsizliklere önem verdikleri görülürken, yalnız tüketicilerin, daha az tüketim yönlü olmayı bir yaşam tarzı olarak belirlemiş oldukları için tüketmeme eğiliminde oldukları anlaşılmaktadır. Temel tüketim eğilimleri, ahlaki olarak hep daha az harcamaya-tüketmeye yatkın olan bir grup olan yalnız tüketiciler, tükettikleri ürünleri hayatlarında kaçırdıkları bazı şeylerin ikamesi olarak görmeyen bir gruptur. Pazar aktivistleri, markaların rakiplerine karşı etik olmayan bazı uygulamaları veya işgücüne yönelik haksız tutumları nedeniyle sosyal ve toplumsal bir probleme neden olduklarını düşündükleri markaları tüketmeme eğilimi gösteren diğer bir tüketici tipidir. Sadık olmayan tüketiciler ise, marka ile yaşanan negatif bir deneyim sonucunda ilgili markanın ürün ve hizmetlerini tüketmeme kararı almış olan tüketicilerdir (Iyer ve Muncy, 2009: 160-162).

Pazar aktivistleri ve sadık olmayan şikayetçi tüketici grupları düşünüldüğünde, aktif olarak tepkilerini dile getirmekten çekinmeyen bir tüketici grubundan söz edildiği aşikardır. Bu tüketicilerin ortak özelliği, ürün veya hizmetle ilgili yaşadıkları sıkıntıları ürün boykotları şeklinde gösterebilmeleridir. Boykot, tüketicilerin ortak (kollektif) bir şekilde herhangi bir zorunluluk içermeyen bir araya gelip organize oldukları (Garrett, 1987: 47) ve sonucunda belirli ürün veya hizmetleri belirli nedenlerle tüketmeme eylemi gerçekleştirdikleri (Friedman, 1985) bir kampanyadır. Boykot, tüketicilerin kurumun uygulama ve politikalarına karşı geliştirildikleri protestolarla, pazar ortamında firmaya karşı bir farklılık yaratabilme gücüdür (Simon,

2011:145). Dolayısıyla tüketmeme eğilimi bağlamında tüketici boykotları da bir çeşit marka kaçınmasıdır ve nedenleri üzerinde durulmalıdır.

Aslan ve arkadaşlarının 2018 yılında gerçekleştirdikleri, tüketicilerin ürün tüketmeme eğiliminin nedenlerinin araştırıldığı makalede, internet üzerinden en fazla şikâyet alan 16 yiyecek markası incelenmiş ve şikâyetlerinin nedenleri gerçekleştirilen kalitatif içerik analizi ile gruplandırılmıştır. Çalışmaya göre tüketicilerin boykot durumuna geçip tüketmeme eğilimi gerçekleştirdikleri temel nedenler; 4 semantik boyutta toplanmıştır. Bunlar, ürünün kötü hijyeni (içeriğindeki tanımlanamayan madde, sağlıksız içerik, biyolojik tortu ve özellikle bunların çocuklara vereceği zarara duyulan hassasiyet), kusurlu ürün (kötü tat, kötü koku, katkı maddesi içermesi, son kullanma tarihi problemi, kullanışsız ve/veya zarar görmüş ürünler), aldatıcı ürün (ürün- hizmet veya içerikle ilgili kasten kandırmacalı bir şekilde yapılan reklam ve kampanyalar) ve kötü hizmettir (hizmet ve satış problemleri, lojistik problemleri, ilgilenmeyen veya ulaşılamayan müşteri hizmetleri, kötü insan kaynakları yaklaşımları, yerine getirilmeyen sözler) (Arslan, Yıldırım ve Türkmen, 2018: 1983). Bunun yanında ürün boykotları sadece ürün ve hizmetle ilgili yaşanan deneyimsel bir problemden ötürü değil aynı zamanda politik ve sosyal bazı nedenlerle de gerçekleşebilmektedir (Hirschman, 1970; Friedman, 1985; Kozinets ve Handelman, 2004: 694-697).

Bu bağlamda özellikle sadık olmayan tüketiciler, Cherrier ve arkadaşlarının (2010) sınıflandırmasına göre kazara tüketmeme eğilimi gösteren grup içindeyken, küresel etkiye inan ve yalın tüketimden yana olan tüketiciler kasti tüketmemeden yana olan tüketici grupları olarak adlandırılabilir. Dolayısıyla tüketicilerin, tüketmeme eğilimleri ve markadan kaçınma durumları markayla herhangi bir değişim (exchange) süreci yaşamasa da (deneyimsel kaçınma, kazara tüketmeme eğilimi gibi), tüketicide gerçekleşebilecek ahlaki ve kimliksel kaçınmayla da gerçekleşebilmektedir (Cherrier ve diğerleri, 2010: 1765). Aslında bu kaçınma türlerinin beraberinde getirdiği tüketmeme eğilimini (kasti tüketmeme) incelemek tüketici davranışları açısından ilginçtir. Çünkü marka ile herhangi bir somut deneyim yaşamadan da ilgili markanın ürün ve hizmetlerinden kaçınma durumu yaşayan tüketicilerin neden bu yönde bir karar aldıklarının sosyal ve psikolojik alt yapısını anlamaya çalışmak, tüketici fayda-faydasızlığı ve tatmin-tatminsizliği bağlamında yine tüketici davranışlarına ışık tutacaktır. Dolayısıyla sonraki iki bölümde tüketicilerin marka kaçınmasına etki eden ahlaki ve kimliksel kaçınma durumları detaylıca incelenecektir.

2.2. Ahlaki Kaçınma ve Teorik Temeller

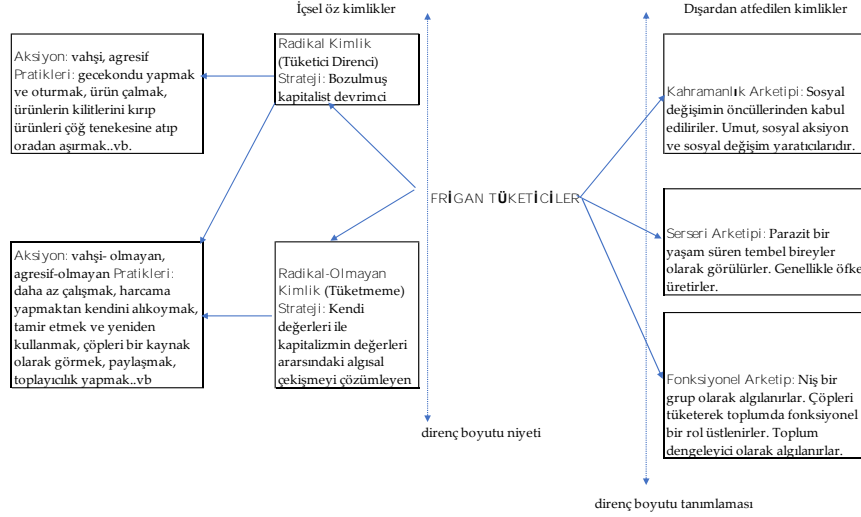
Kozinets ve Handelman (2004), tüketicilerin tüketmeme eğilimlerini tüketici ideolojisinde etik ve ahlaki yönde gerçekleşen değişime bağlamaktadırlar (Kozinets ve Handelman, 2004: 694-697). Yapılan araştırmalar ahlaki yönde gerçekleştirilen tüketmeme eğiliminin genellikle politik, kişisel ve çevresel konular etrafında toplandığını göstermektedir (Iyer ve Muncy, 2009: 160).

Detaylandırılacak olursa, kültür yozlaşması (Sandlin ve Callahan, 2009: 79), gönüllü sadelik felsefesi (Shaw ve Newholm, 2002: 167, İrge ve Karaduman, 2018:120 ; Kuanr, Pradhan, Chaudhuri; 2019) , tüketici direnci, müşteri sinizmi, ülke menşeinin negatif etkisi, egemen olan kapitalist sisteme karşıtlık- anti-hegomanya, politik

ideoloji, savaş karşıtlığı, hakim güç karşısında güç dengesi oluşturmak ve mevcut değerleri korumak güdüsü, reklam baskınlığının marka dürüstlüğüne etkisi gibi motivasyonlar, tüketicide ahlaki anlamda marka kaçınmasına neden olabilmektedir (Lee ve Motion, 2009: 173-175). Sözgelimi, tüketici direnci, tüketim kültürüne ve pazarlamanın seri üretim yaklaşımına karşı tüketicinin direnç göstermek bağlamında geliştirdiği bir tüketmeme halidir (Penaloza ve Price, 1993: 125). Bu tüketiciler birer antagonist olarak, bazen markalara (Nike'in çocuk işçi çalıştırmasına duyulan karşıtlık gibi) (Birch, 2012 ve Boggan, 2001), bazen firmalara (Pınar markasının üreticisi Yaşar holding CEO'sunun, Türk siyasetinde belirleyici bir rolü olan Nisan 2017 referandumunda gerçekleştirdiği taraflı ve ayrımcı siyasal söylemine karşı duyulan karşıtlık ve gelen tüketici boykotları gibi (Twitter, 2017, #pınarürünleriboykot) bazen de markaların yarattığı imajları, normları ve reklamlarına (kültür yozlaştırıcılığı hareketi-(culture jamming) ve marka vandallığı gibi) yönelik egemen tüketim kültürünü tiye alan bir tutum sergilemektedirler.

Tüketicilerin önemli bir bölümü de tüm dünya üzerinde hakim ve hegemonyasını sürdüren globalleşme kapsamında daha da şiddetle var olan kapitalist sisteme ve onun pompaladığı sürekli tüketim kültürüne karşı duydukları sosyo-politik tavır nedeniyle marka tüketmeme eğilimi göstermektedirler (Varman ve Belk, 2009: 686). Bu noktada frigan tüketicilerden bahsetmek yerinde olacaktır. Friganizm ücretsiz elde edilen bazı kaynaklarla (yiyecek, kıyafet veya barınma gibi), veganizm olarak adlandırılan hayvan ürünleri reddetme felsefesinin bir araya gelmesiyle oluşan bir kavramdır (Pentina ve Amos, 2010: 1769). Edwards ve Mercer'a göre (2007) friganizm, 2000'li yılların başında gönüllü sadelik hareketinden doğmuş olup, insan tüketiminin çevreye olan negatif etkisini minimize etmek üzere, atılmış (gözden çıkartılmış) ürünlerin (yiyecek, giyecek.vb) tüketilmesi esasına dayanmaktadır (Edwards ve Mercer, 2007: 281). Bir başka tanıma göre friganizm tüketicilerin daha uzun vadeli hedeflere ulaşmak için ürün ve hizmetleri elde etmede ve onları becerikli bir şekilde kullanmada ekonomik olarak kendilerini ne kadar kısıtlandığı ile karakterize edilen bir tüketici yaşam tarzı özelliğidir (Lastovicka, Bettencourt, Hughner ve Kuntze, 1999: 88). Bu tarz tüketiciler satınalma esnasında bir anlayışla uygun bir satınalma yaptıklarında ve hatta çok daha az harcadıklarında mutluluk yaşamaktadırlar (Chancellor ve Lyubomirsky, 2011). Bu nedenle, tutumlu tüketiciler için, anlamsız harcamalardan kaçınma ve bunun yerine akıllıca ve verimli bir şekilde tüketme yeteneği bir anlamda tüketim karşıtlığı; kendi imajlarını ortaya koymak açısından da önem taşımaktadır (Philip ve Nepomuceno, 2020). Ayrıca friganlar israfı azaltmak ve gelecekteki gereksiz tüketimi önlemek için mevcut ürünleri koruyarak ve eski haline getirerek bir ürünün ömrünü ve kullanımını uzatma arzusunu yaşayan bir gruptur (Lee ve Motion, 2009, Cherrier, 2010; Brosius, Fernandez ve Cherrier, 2013; Scott ve Weaver, 2018).

Pentina ve Amos'un 2010 yılında frigan tüketicilerin kimlikleri ve direnç boyutlarını ortaya koymak için yaptıkları çalışmada geliştirdikleri model, friganları bazı içsel ve dışsal kimlik motivasyonları bağlamında tanımlamak için önemli bir çalışma olarak literatürdeki yerini korumaktadır.



Kaynak: Pentina ve Amos, 2010: 1772.

Şekil 1. Frigan tüketicilerin kimlik ve direnç boyutlarının içsel ve dışsal perspektiften değerlendirilmesi

Yazarların, frigan tüketicilerin web ortamındaki söylemlerinin analizlerini yaparak gerçekleştirdikleri çalışmada, aynı zamanda friganların toplum tarafından nasıl algılandığı 56 üniversite öğrenci üzerinden kalitatif yöntemlerle ölçülmüştür. Çalışmada oluşturulan modele göre, friganların temel motivasyonlarının ikiye ayrıldığı görülmektedir (Şekil 1). Friganların bir kısmı; kendi değerleri ile kabul edilemez değer olarak gördükleri kâr, rekabet ve kişisel çıkar arasındaki algıladıkları çatışmayı çözümleyebilmek için ana-akım ekonomiden bağımsız bir şekilde yaşama stratejileri geliştiren bir gruptur. Nihai hedefleri, kapitalist sistem içinde daha az çalışarak, para harcamayarak, bir şeyleri tamir ederek ve/veya yeniden kullanarak, kendi kendine yeten topluluklardan oluşan bir toplum geliştirmek olsa da, bunun için güdülendikleri ve eyleme döktükleri bir sosyal veya politik yanları söz konusu değildir. Karşıt görüş olarak friganların diğer kısmı ise, sivil itaatsizlik ve sabotaj da dahil olmak üzere yasal ve hatta yasadışı eylemlerle kapitalizmi ortadan kaldırmak için bir frigan devrimci stratejisinin gerekli olduğunu savunmaktadır. Her iki görüş de mevcut "haksız" ekonomik sistemin yerleştirilebilir sürdürülebilir bir "eko-köy" sistemi ile değiştirilmesini savunsa da birincisi şiddet içermeyen alternatif tüketimini ve ana-akım ekonomiye daha az bağımlı olmayı önemserken, ikincisi "suçlu" kapitalist sistemi ve değerlerini baltalamanın yönünde bir eğilim göstermektedir. Dolayısıyla modeldeki radikal ve radikal olmayan kimlikler bu şekilde birbirinden ayrılmaktadır. Radikal kimliğe sahipler friganlar, şiddet ve agresif tutum ve davranışlarını; gecekondulu inşa ederek, ürün aşırma-çalma gerçekleştirerek, ürün kilitlerini kırıp çöpe atarak...vb eylemlerle gösterirken, radikal kimliğe sahip olmayan friganlar ise şiddet içermeyen ve agresif olmayan tutum ve davranışlarını; daha az çalışıp, daha az harcamayarak, belirli eskimiş nesnelere tamir ederek veya geri dönüştürerek, çöpleri bir kaynak olarak kullanarak ve paylaşarak göstermektedirler. Çalışmanın diğer bölümünde friganların toplum tarafından nasıl algılandığını analiz edilmiş ve yazarlar 56 üniversite öğrencisiyle yaptıkları çalışmanın sonucu olarak üç

tip frigan tüketici grubu algısı ortaya koymuşlardır. İlki kahraman arketipi, ikincisi serseri arketipi üçüncüsü de fonksiyonel frigan arketipidir. Toplumsal algı bağlamında kahraman arketipi, sosyal değişimi kolaylaştıran yüreklilerdir. Bu yolda aksiyon almaktan çekinmeyen ve sosyal değişim için çalışanlardır. Özellikle sürdürülebilirlik anlamında farklı bir dünya için çabalayan sosyal olarak sorumlu bir gruptur. Serseri friganlar, parazit yaşam tarzını belirlemiş tembel bireylerden oluşan, etik dışı davranan ve belirli noktalarda yasa dışı uygulamalarıyla problem yaratabilen friganlardır. Fonksiyonel friganlar ise çevresel anlamda fonksiyonel sosyal bir rol ve fayda üstlenen (çöplerin toplanması, işlenmesi, dönüştürülmesi) çevreye dost bir gruptur. Ekolojik çevre için faydalı olan bu grup özellikle anti Amerikancı ve dünya gerçeklerini kabul etmeyen politik yapısıyla da ön plandadır (Pentina ve Amos, 2010: 1768-1778)

2.3. Kimlik Kaçınması ve Teorik Temeller

Tüketici davranışları açısından “tüketme” konusu ele alındığında, literatürde ilk kez benlik kavramı ile ürün sembolizmini bir araya getiren Levy (1959) ve Tucker’a (1957) göre, tüketiciler kendi benlik ve kimliklerine uygun ürünleri tüketmektedirler. Tüketicilerin, gerçekleştirdikleri tüketim ve satın aldıkları ürünler sayesinde kendilerini tanımlama fırsatı bulduğunu ileri süren yazarlar, konuyu James’in 1890 yılında geliştirdiği çoklu benlik yaklaşımından maddesel benlik (material self) kavramı ile örtüştürmektedir. Buna göre, tüketim davranışları kapsamında tüketiciler kendi benlik ve sosyal statülerini tükettikleri üründe görmek ve göstermek istemektedir. James’in çoklu benlik ve ürün sembolizmi perspektifinden farklılaşan ve tüketicinin mülk edinme dürtüsünü, benlik genişletme-geliştirme çabası olarak gören Belk (1988) ise, tüketicinin sahip olduğu ürünlerin, kimliğinin temel yansıması olduğunu düşünür. Belk’e göre kişiler tükettiği şeylerdir. Dolayısıyla kişiler elde edindikleri mal ve mülkü kendi kimliklerinin bir parçası olarak anlamlandırmaktadır.

Bu nedenle tüketicinin satın aldığı ürünün imajı ile kendi benlik imajının uyum içinde olması son derece önemlidir (Belk, 1988). Literatürde tüketimin bir kimlik formülasyonu olduğunu ileten çok sayıda çalışma bulunmaktadır (Levy, 1959: 124; Belk, 1988: 139; Hogg ve Michell, 1996).

Peki bu noktada kimlik doğrulaması gibi görülen tüketme eğilimi, neden bazı tüketicilerde tersi yönünde işleyerek “tüketmeme” davranışı olarak kendini gösterir?

Yapılan çalışmaların bazılarında tüketicilerin benlik kavramı ile uyuşmadığını düşündükleri markaları tercih etmedikleri ve kendi yaşamlarına istenmeyen bir anlam yükleyeceğine inandıkları bu markalardan kaçındıkları görülmektedir (Grathwohl, 1967: 22; Graeff, 1997: 49; Heath ve Scott, 1998: 1119-1120; Hogg, Cox ve Keeling, 2000: 641; Patrick, McInnis ve Folkes, 2002: 274; Banister ve Hogg, 2004: 850). Kimlik uyuşmazlığı nedeniyle tüketmeme eğilimi gösteren tüketicilerin temelde 3 farklı nedenle tüketmeme eğilimi gösterdikleri incelenmiştir. İlki istenmeyen benlik olarak adlandırılan (undisired self) tüketicinin hoşnut olmadığı kişilerle çağırışma korkusu nedeniyle tüketmeme eğilimi göstermedisir (Charmley, Garry ve Ballantine, 2002: 468; Bosnjak ve Rudolph, 2008: 710). İkincisi, negatif referans grup etkisi (negative reference groups) ise tüketicinin o ürün veya hizmeti satın alan kişilerin oluşturduğu grup içinde olmak istememe durumu nedeniyle tüketmemesidir (White

ve Dahl, 2007; Giles ve Giles, 2013; Kim, Ratneshwar ve Roesler, 2014). Kimlik belirsizliği etkisi ise (Deindividuation) tüketicilerin kimliğini kaybetme korkusu nedeniyle tüketmeme eğilimi gösterdikleri diğer bir nedendir (Lee, 2007; Lee, Motion ve Convoy, 2009a, b).

Literatürde kimlik uyumsuzluğu yarattığı gerekçesiyle; konuyu tüketmeme bağlamında negatif temelde ilk kez ele alan Zavestoki'e göre (2002) günümüz tüketim toplumunda artan sayıda bazı tüketici tipleri, sosyal ve psikolojik bazı nedenlerle bilinçli ve gönüllü bir biçimde tüketim eğilimlerini azaltmaktadır. Zavestoki'ye göre tüketme kavramı psikolojik bağlamda tüketicinin benlik değeri (self-esteem), benlik yeterliliği (self-efficacy) ve benlik doğruluğu (self authenticity) üzerinden incelenmelidir. Yazar, tüketicilerin benlik değeri ve benlik yeterliliğine tüketimle ulaşabileceğini ancak benlik doğruluğuna (özgünlüğüne) tüketimle ulaşamayacağını ortaya koymuştur. Bu nedenle bazı tüketicilerin gerçekleştirdikleri satın almalarla benlik değeri ve yeterliliklerini tatmin etseler bile, benlik özgünlüğüne-doğruluğuna ulaşamıyor olmaları, onların sadece belirli markaları tüketirken değil, aynı zamanda genel anlamda tüketme eylemlerini gözden geçirmelerine neden olmakta ve tüketim düzeylerini bilinçli bir şekilde azaltmaya yönlendikleri görülmektedir (Zavestoki, 2002: 149).

Bu noktada tüketicilerin kimlik uyumsuzluğu nedeniyle tüketmeme kararı almaları, Sosyalist düşüncenin kurucu felsefecisi Karl Marx'ın yabancılaşma teorisini önemini hatırlatmaktadır. Marx'ın yabancılaşma teorisi somut olarak yabancılaşmış emek kavramı üzerine oturmaktadır. Burada esas olan bireyin ürettiği ürüne yani kendi emeğine yabancılaşmasıdır. Marx yabancılaşmayı iki temelde esaslandırır. Bunlardan ilki, insanın doğadan kopuşu anlamındaki doğaya olan yabancılaşmasıdır. İnsan, doğadan koparak kültürel-toplumsal alanda kendine ikinci bir doğa kurmak anlamında (kentselleşme vb.) doğaya yabancılaşmaktadır. Bu bireyin "insan" oluşu niteliğiyle açıklanabilen ve olumlu karşılanan bir yabancılaşma çeşididir ve zorunlu bir süreçtir. İkincisi ise, bizzat kapitalist pazarların ve kapitalist toplumsal ve ekonomik sistem bireyde yarattığı yabancılaşmadır. Bunun sonucu olarak insan kendi özüne ve doğasına yabancılaşır. Böylece insan kendine, kendi emeğine, ilişkilerine, dünyaya ve yaşama da yabancılaşır ve kapitalist düzenin bir unsuru olarak işleyen çarklardan biri haline gelir. Değersizleşir (Marx, 1844: 61-77). Bireylerin iş gücü, bir çeşit kendini gerçekleştirmesidir. Sistemde bu şekilde ortaya çıkmayan kapitalist üretim biçimi, bireyi ürettiği şeyden kopartır ve kişinin kendini ürettiği şey ile ifade edemez ve gerçekleştiremez hale dönüşmesine sebep olur (Pepper, 1993: 85).

Sol Hegel'ci kanattan etkilenmiş bir düşünür olan Karl Marx, yabancılaşma teorisini geliştirirken Alman filozof Hegel'in, yabancılaşma felsefesinden esinlenmiş ve bireyin dünyadaki nesnelleşme ve kendine yabancılaşma felsefesini, iktisadi ve sosyal anlamda kapitalist toplumlardaki üretim-tüketim ilişkileri çerçevesinde yeniden yapılandırmıştır (Kiraz, 2011: 76).

Hegel ve Marks'ın görüşleri arasında çıktısız olarak temel bir fark bulunur. Hegel, yabancılaşmayı bilinç düzeyinde ya da "mutlak'a" dair kavrayışı içerisinde anlamlandırırken, Marx yabancılaşmayı materyalist bir düşünce sistemi ile iktisat bağlamında sonuçlandırır (Aydoğan, 2015: 273). Hegel'in mutlak idea diyalektiği ile çözmüş bulunduğu özne ile nesnenin özdeşlik sorununu (tin) Marx, somut olarak

materyalizm ile çözer ve somut bir diyalektik geliştirir. Marx yabancılaşmanın kökenini insanın üretici etkinliğinde kavrar ve Hegel'den farklı olarak onu "mutlak" içinde kavrama yoluna gitmez. Somut çözüm olarak; Marx'a göre, insanın yaşadığı yabancılaşmayı ortadan kaldırmanın temel yolu, özel mülkiyetin olumlu olarak kaldırılmasıyla mümkün olacaktır. Çünkü özel mülkiyet insanın nesnel belirtisinin yabancılaşmış belirti durumuna dönüşümünün adeta bir dışa vurumudur (Marx, 1844: 65-68). Kendi kendine yabancılaşmış insan, kapitalist düzende, kendinde var olan özsel güçlerle değil, para ile kişilik ve erklğini kazanır. Halbuki özel mülkiyetin olmadığı durumda bireylerin yaratmış bulunduğu zenginlik dünyası, artık başka insanın mülkiyeti olmayacağı için, insan insanla barışacak ve insanlar arası ilişkiler karşılık ve rekabet düzeyinde kurulmayacaktır böylece insan doğasını yeniden bulacaktır. Dönüştürülmüş insanal kılınmış bu dünyada birey ürettikleriyle özdeşleşecek, barışacak ve o dünyayı kendi dünyası olarak benimseyecektir. Bu dünya onun özgür güçlerinin, özlemlerinin etkinlik alanı ve iç zenginliğinin açılıp serpiildiği yer olacaktır. Kısaca, insan özünü sahiplendiği için doğa ile barışacak ve doğa onun için insanal bir alan olacaktır (Marx, 1844: 60).

Günümüzde bireylerin kendini gerçekleştirme ve ifade etmesi üretimden ziyade maddesel tüketimle gerçekleşmektedir (Slatter, 1998). Fransız düşünür Debord, Gösteri Toplumu isimli eserinde, benzer bir şekilde kapitalist sistemlerde insanın temel ihtiyaçlarının karşılanması yerine sadece kendi hakimiyetini sürdürmek isteyen sistemin, sahte ihtiyaca indirgenen kesintisiz üretiminin insan doğasına ne denli zarar verdiği açıkça bahsetmektedir. Debord'a göre, yüksek miktarda ihtiyaç fazlası üretilen metaların, tüketilebilmesi için tüketicilerin metanın egemen özgürlüğüne dinsel bir sevgi duyması gerekir. Bütün iletişim araçları tarafından desteklenen metaya yönelik heyecan dalgaları hızla yayılır ve gösteri toplumunda "şeyleşmiş" insan, gösterinin bir parçası olan büyüleyici metaları tüketir ve hatta meta ile fetişizm boyutunda bir bağ kurar. Bununla birlikte gösteride büyüleyici olan nesne, tüketicisinin ve diğer tüketicilerin evine girer girmez bayağılaşır. Fakat o ana kadar sistemin doğrulanması ve devamlılığını başka bir meta- nesne üstlenmiştir bile. (Debord, 2016: 54- 65)

Anlaşıldığı üzere, bireylerin emeklerini değersizleştiren ve kendi ürettiğinden ziyade tükettiğini daha değerli kılan sistem içindeki bireyler hem doğalarına uygun üretmemek hem de ihtiyacının çok ötesinde tüketim gerçekleştirmek nedeniyle mutsuzlaşmaktadır.

Buradan hareketle, bazı tüketiciler, refah ve meta sahipliğinin; stres, mutsuzluk ve değersizlik gibi hislerin üstesinden gelmediğini fark etmişlerdir. Gönüllü sadelikten yana olan bu tüketiciler yaşam tarzlarını anti materyalist bazı değerlerin sosyalleşmesiyle oluşturmaktadırlar. Tüketicileri gönüllü sadeliğe iten nedenler, kişisel-ailesel yaşanan bir krizin sonucu ortaya çıkmış olabileceği gibi, yıllarca yaşadığı stres, sıkıntı, tatminsizlik ve mutsuzluk hissi veya kişisel imajını yaratabilmenin meta tüketmek üzerinden gerçekleşebileceği fikrinden uzaklaşması da olabilmektedir. Dolayısıyla tüketicilerin gönüllü sadeliği tercih etmeleri aslında tüketimin benliklerinde yarattığı negatif çıktıların doğal bir sonucudur (Zavestoki, 2002: 154).

Gönüllü sadelik, hayatın tüketici olmayan yönlerine bağlanmanın bireyde yarattığı mutluluk ve kişisel tatmin fikrinin tüm inanç ve pratik uygulamalar olarak vuku

bulmasıyla gerçekleşmektedir. Gönüllü sadelik kavramına literatürde ilk kez Gregg tarafından 1936 yılında yazılan makalede değinilmiş ve gönüllü sadelik yaşam biçiminin ruhsal ve manevi yönünü ön plana çıkaracak şekilde; Hz. İsa, Musa, Muhammed, Buda gibi dini liderlerin yanında, bilge kişi olarak bilinen; St Francis, John Woolman, Hindustlerin, Müslüman Sufilerin ve insanlığa ışık tutmuş bazı Lenin, Gandhi gibi siyasi liderlerin bu akımın uygulayıcıları olduğundan bahsedilmiştir. Gregg, sadelik kavramının iklim, gelenek, kültür ve bireyin öznel özellikleriyle ilintili olduğunu belirtmekle birlikte; sadelik için, “bireylerin yaşamında anlamlı olmayan tüketim objeler yığını yok ederek, daha dürüst, sade, samimi bir hayat felsefesini kabul etme yaklaşımı” tanımlaması yapmıştır (Gregg, 1936: 1).

Elgin ve Mitchell’in gönüllük sadelik tanımına göre, gönüllü sadeliğin temeli, dış doğru basit ama içe doğru zengin bir yaşam sürmektir. Bu çeşit bir yaşam tarzı tüketim tutumluluğunu, çevresel hassasiyetlerle ilgili güçlü duyguları, insansal ölçekte iş ve yaşam ortamlarına geri dönmeyi ve insan olarak psikolojik ve ruhsal potansiyelimizi toplumun diğer üyeleriyle birlikte gerçekleştirmeyi hedefler (Elgin ve Mitchell: 207).

Leonard-Barton'a (1981) göre, gönüllü sadelik, günlük tüketim faaliyetleri üzerinde doğrudan kontrolü en üst düzeye çıkarmak ve tüketimi ve bağımlılığı en aza indirmek amacıyla gönüllü bir şekilde basitlikten yana bir yaşam tarzını seçme derecesidir. Iwata (1997) ise, gönüllü sadelik yaşam tarzını, düşük materyal bağımlılığı içeren düşük tüketim yaşam tarzı olarak tanımlamıştır (Iwata, 1997: 233).

Kraisornsuthasinee ve Swierczek’in 2018 yılında yayınladıkları makaledeki yaptıkları sınıflandırmada gönüllü sadelik yaşayan tüketicileri 3 grup altında toplanmaktadır. Bunlar yeni başlayanlar, aşamalı ve kapsamlı gönüllü sadelikten yana olan tüketicilerdir (Kraisornsuthasinee ve Swierczek, 2018: 81). Yeni başlayanlar esas olarak sürdürülebilirlik ve başkalarına fayda sağlamak açısından değil de bazı kişisel, ailesel ve sağlık çıkarları nedeniyle bu felsefeye yönelmiş olan bir gruptur (Shaw ve Newtholm, 2002: 174). Aşamalı sadelikten yana olanlar, satın alma isteklerini ve çıkarlarını diğer kişilerle dengeleyebilmek için ürünleri daha çok faydacı ve fonksiyonel amaçla ve hatta çevresel nedenler bağlamında bilinçli olarak tüketmeyi tercih ederler. Aşamalı gönüllü sadeler aynı zamanda bilinçli tüketici olarak da adlandırılabilir (Szmigin ve Carrigan, 2009). Kapsamlı gönüllü sadelikten yana olan tüketiciler ise güçlü bir şekilde aşırı tüketimi ve materyalistik bir yaşam tarzını reddeden tüketicilerdir. Kendi iyilikleri ve toplumun bütüncül sürdürülebilirlikleri için mümkün olduğunca doğal yaşamaya çalışırlar. Bu tüketicilerin sadeleşmeye duydukları bağlılık, çevresel ve sosyal adalet konusundaki güçlü kaygılarından kaynaklanmaktadır (Huneke, 2005: 529; McGouran ve Prothero, 2016: 206-208).

3. Sonuç

Bu çalışmada “Neden bazı tüketiciler finansal güce sahipken, bilinçli bir şekilde tüketmeme eğilimi gösteriler?” sorusuyla tüketmeme eğilimi konusu, marka kaçınması kavramı doğrultusunda derin bir literatür analizi ile açıklanmaya çalışılmış olsa da, konu hala pazarlama literatürdeki tazeliğini koruyan bir yere sahiptir.

Marka kaçınması bağlamında ele alınan tüketicilerin tüketmeme eğilimlerinin altında yatan nedenlerin psikolojik ve sosyolojik olduğu görülmektedir. Tüketicilerin,

deneyimsel, kimliksel ve ahlaki açıdan markaya yönelik yaşadıkları kaçınma durumunun, tüketicilerde tüketmeme eğilimine dönüştüğü anlaşılmaktadır. Deneyimsel kaçınma, tüketicinin marka ile yaşadığı her türlü negatif deneyim sebebiyle ortaya çıkan ve tüketicilerin bireysel olarak markadan kaçınmanın ötesine geçerek, ürün boykotları gibi aktivist ve agresif bir tutum sergilemesiyle sonuçlanabilen zarar verici bir marka kaçınması türüdür. Ahlaki kaçınma, tüketicinin etik ve ahlaki değerlendirme sistemiyle doğrudan alakalı olup, tüketicinin markaya karşı geliştirdiği kaçınma durumunun kültür yozlaşması, ülke menşei etkisi, mevcut siyasal ve ekonomik düzene karşı gösterilen anti hegemonyacı politik-ekonomik tavır veya işletmelerin reklam baskınlığına karşı geliştirilen alaycı üslup gibi temellere oturduğu görülmektedir. Günümüz tüketim toplumunda bu felsefeden beslenerek yaşayan ve daha az tüketen; friganlar veya gönüllü sadeler gibi bazı tüketici gruplarının varlığı bilinmekte ve bu grupların tüketim davranışları ve tüketici kimlikleri araştırmalara konu olmaktadır. Bununla birlikte bazı tüketici gruplarının benlik kavramı ile uyumadığı gerekçesiyle (kimliksel kaçınma) belirli ürün veya hizmet gruplarını tercih etmedikleri de ortaya çıkmaktadır. Kendi yaşamlarına istenmeyen bir anlam yükleyeceğine inandıkları belirli markalardan kaçınan tüketiciler, gerçekleştirdikleri tüketim davranışları üzerinden kimlik doğrulmasını reddeden tüketicilerdir. Bu tarz tüketiciler, refah ve meta sahipliğinin; stres, mutsuzluk ve değersizlik gibi hislerin üstesinden gelmediğini kısaca tüketmenin kendilerini mutlu etmediğini fark etmiş bireylerdir.

Genel ekonomik ve politik dünya düzeni düşünüldüğünde, bilinçli tüketmeme eğiliminde olan insan sayısı, bilinçsiz tüketme eğiliminde olan insan sayısına nazaran azınlıkta kaldığından, bu konunun pazarlama ve iş dünyasına olan etkisi, şimdilerde yüksek tartışma konusu yaratmayacak önem düzeyinde gibi görünse de uzun vadede stratejik bir yaklaşımla üzerinde düşünülmesi gereken bir husustur. Konunun önem arz etmesinin en temel nedeni tüm insanlığın, içinde bulunduğu topluma ve toplum refahının uzun dönemli devam ettirilebilmesi için ihtiyaç duyduğu çevresel, kültürel ve ekonomik sürdürülebilirliğine olan sorumluluğundan kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda 2000'li yıllarla birlikte sürdürülebilirlik ve toplumsal pazarlama kavramlarının literatürdeki hâlihazırda parlayan yerine binaen, tüm işletmelerin yönetsel ve iş stratejilerini salt kâr amaçlı olmaktan kurtarıp, insan amaçlı olmaya dönüştürmeleri adeta bir zorunluluk haline gelmiştir.

Bunun ötesinde konunun önem arz etmesinin bir diğer nedeni de iş etiği kapsamında, ihtiyaç tatmininin ötesine geçecek şekilde, gereğinden fazla tüketmeye özendirildiği eleştirisi altında olan pazarlama disiplini ve bu disiplinin uygulayıcılarına yönlendirilen etik eleştirilerdir. Etik açıdan talep tatmini yerine, talep yaratmak yönünde eleştirilen pazarlama disiplini, uzun vadede iş kodlarını daha net ve anlaşılır bir şekilde belirlemeli ve iş süreçlerini uygularken, tüketicilerine ve kamuoyuna daha şeffaf bir şekilde yaklaşmalıdır. Pazarlamanın ürün- fiyat-dağıtım ve tutundurma bağlamında ortaya konan tüm iş pratikleri (**Ürün-** çevreye ve insan sağlığına zarar vermeyen ekolojik ve doğal kaynakları sürdürülebilir bir şekilde kullanma prensibi ile üretilen enerji tasarruflu doğa dostu ürünler, **Fiyat-** ürünlerin gerek rakiplerin gerek tüketicinin hakkını koruyarak adil fiyatlandırması, **Dağıtım-** üretilen doğa dostu ürünlerin depolama elleçleme ve lojistik operasyonunun sürdürülebilir ve yeşil dağıtım politikaları doğrultusunda oluşturulması- **Tutundurma** reklam mecrası başta olmak üzere tüketicisinin ihtiyacının ötesinde güdülemeyen reklam, satış tutundurma ve kişisel satış faaliyetlerinin geliştirilmesi, reklam mecralarında dijitalleşen

mecraların tercih edilmesi..vb.), etik ve sürdürülebilir kodlarla yeniden düşünülmüş tasarlanmış ve uygulamaya konulmuş olmalı ve gerektiğinde açık ve net bir şekilde yazılı olarak kamuoyuyla paylaşılabilir. Bu noktada işletme içi uzun dönemli işbirliği yapması gereken iki departman, pazarlama ve halkla ilişkiler (iletişim) departmanlarıdır. Müşteri ihtiyaç ve beklentilerini anlayarak tüketicisine en uygun çözümleri sunmak ve müşteri değeri yaratmak birincil sorumluluğu olan pazarlama departmanı bu ödevini pazar ortamında etik değerleri göz önünde bulundurarak hayata geçirirken, kurumsal repütasyon ve kamuoyu algısı üzerine çalışan halkla ilişkiler departmanı da özellikle işletmenin, tüm iş süreçlerinin etik kodlara uygun yapıldığını kamuoyuyla proaktif bir şekilde düzenli olarak paylaşmalıdır.

Dış çevre koşulu olarak adlandırılan, İşletme performansını etkileyen işletmenin demografik çevresi, tüketicilerinin demografik özellikleri ile değişen yaşam tarzı, değerleri, tutum ve inançlarını anlayabilmeyi öncülleyen bir çevre analizidir. Pazarlamada müşteri değeri yaratılabilmenin temel koşulu, hedef kitlenin profilini ve yaşam tarzını gözlemleyebilmek ve ona uygun stratejiler geliştirebilmekle mümkündür. Bu çalışmada sayıca azımsanmayacak büyüklükte, az miktarda tüketme ve/veya hiç tüketmeme eğilimi gösteren bazı yeni tüketici profilleri (gönüllü sadeler, friganlar) ve bu tüketici profillerinin neden tüketmeme eğilimi gösterdikleri incelenmiştir. İnsanoğlu ihtiyaçları gereği yaşamını sürdürebilmek için tüketmek zorundadır. Dolayısıyla her ne olursa olsun, pazar ortamında tüketiciler olduğu sürece üreticiler de var olacaktır. Burada esas olan, pazarlamacıların işletmenin daha az kontrol edilebilir bir değişkeni olarak gördükleri demografik çevresinde oluşan farklı tüketici tiplerini anlayıp, bu tüketicilere uygun iş stratejileri ve süreçleri yaratabilmesidir. Hedef kitlenin yaşam tarzına dair değişen hassasiyetleri göz ardı edilmemeli ve proaktif bir şekilde gözlemlenmelidir. Bu bağlamda ilgili tüketici tiplerini, özelliklerini, yaşam tarzlarını inceleyen çalışmalar akademik düzeyde arttırılmalıdır. Literatürde yapılan çalışmaların genel olarak kalitatif (nitel) yöntemler etrafında toplandığı görülmüştür. Tüketmeme eğiliminin neden ve olası sonuçlarının ampirik bir şekilde ölçümlenebilmesi için karma araştırma yöntemi olarak adlandırılan hem kalitatif (nitel) hem de kantitatif (nicel) yöntemler kullanılmalıdır. Bu bağlamda gelecek araştırmalar için temel öneri, tüketmeme eğilimi kavramını kantitatif yöntemlerle değerlendirilebilecek bazı ölççeklerin geliştirilmesi gerekliliğidir.

Referanslar

- Aaker J. L. (1999). The malleable self: the role of self-expression in persuasion. *Journal of Marketing Research*, 36(1), 45–57.
- Arslan, Y., Yildirim, E., Dincer, M. A. M. ve Barutcu, M. T. (2018). Examining consumers' anti-consumption tendencies towards food products: A case study from the Turkish food industry. *British Food Journal*, 120(9), 1980–1993.
- Aydoğan, E. (2015). Marx ve öncüllerinde yabancılaşma kavramı. *Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 54, 273-282.
- Banister E. N. ve Hogg, M. K. (2004). Negative symbolic consumption and consumers' drive for self-esteem. *European Journal of Marketing* 38(7), 850–68.
- Bardhi, F. ve Eckhardt, G. M. (2012). Access-based consumption: The case of car sharing. *Journal of Consumer Research*, 39(4), 881–898.
- Belk, R. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of Consumer Research*, 15, 139–168.

- Birch, S. (2012). How activism forced Nike to change its ethical game. Erişim adresi <https://www.theguardian.com/environment/green-living-blog/2012/jul/06/activism-nike>
- Bodur, M. ve Day, R. L. (1978). Consumer response to dissatisfaction with services and intangibles. *Advances in Consumer Research*, 5(1), 263–272.
- Boggan, S. (2001). Embattled Nike 'blew it' with child slave factories. Erişim adresi <https://www.independent.ie/world-news/embattled-nike-blew-it-with-child-slave-factories-26071742.html>
- Bosnjak, M. ve Rudolph, N. (2008). Undesired self-image congruence in a low-involvement product context, *European Journal of Marketing*, 42 (5/6), 702 – 712
- Brosius, N., Fernandez, K. V. ve Cherrier, H. (2013). Reacquiring consumer waste: Treasure in our trash. *Journal of Public Policy and Marketing*, 32(2), 286–301.
- Charmley, R., Garry, T. ve Ballantine, P. (2012). The inauthentic other: Social comparison theory and brand avoidance within consumer sub-cultures. *Journal of Brand Management*, 20(6), 458
- Chancellor, J. ve Lyubomirsky, S. (2011). Happiness and thrift: When (spending) less is (hedonically) more. *Journal of Consumer Psychology*, 21(2), 131–138.
- Cherrier, H., Black, I. R. ve Lee M. (2010). Intentional non-consumption for sustainability consumer resistance and/or anti-consumption? *European Journal of Marketing*, 45 (11/12), 1757-1767.
- Cherrier, H. (2010). Custodian behavior: A material expression of anti-consumerism. *Consumption Markets and Culture*, 13(3), 259–272.
- Craig-Lees, M. ve Hill, C. (2002). Understanding voluntary simplifiers, *Psychology and Marketing*, 19(2), 187–210
- Debord, G. (2016). *Gösteri toplumu*. İstanbul. (7. Baskı). Ayrıntı Yayınları.
- Edwards, F. ve Mercer, D. (2007). Gleaning from gluttony: An Australian youth subculture confronts the ethics of waste. *Australian Geographer*, 38 (3), 279-96.
- Elgin, D. ve Mitchell, A. (1978). Voluntary simplicity: Life-style of the future?, *Ekistics*, 45 (269), 207-212
- Englis, B. G. ve Soloman, M. R. (1995). To be and not to be: lifestyle imagery, reference groups, and the clustering of America. *Journal of Advertising*, 24(1), 13–29.
- Friedman, M. (1985). Consumer boycotts in the United States, 1970–1980: Contemporary events in historical perspective. *Journal of Consumer Affairs*, 19 (1), 96-117.
- Garrett, D. E. (1987). The effectiveness of marketing policy boycotts: environmental opposition to marketing. *The Journal of Marketing*, 51(2), 46-57.
- Giles, H. ve Giles, J. (2013). *Ingroups and outgroups- included in: Inter/cultural communication*. New York: Sage Publications
- Graeff, T. R. (1997). Consumption situations and the effects of brand image on consumers' brand evaluations. *Psychology and Marketing*. 14(1), 49–70.
- Gregg, R. B. (1936). The Value of voluntary simplicity. *Indian Journal Visva-Bharati Quarterly*.
- Grégoire, Y., Tripp, T. ve Legoux, R. (2009). When customer love turns into lasting hate: the effects of relationship strength and time on customer revenge and avoidance. *Journal of Marketing*, 73, 18-32.
- Grubb, E. L. ve Grathwohl, H. L. (1967). Consumer self-concept, symbolism and market behavior: a theoretical approach. *Journal of Marketing*, 31, 22–27.
- Heath, A. P. ve Scott D. (1998). The self-concept and image congruence hypothesis. *European Journal of Marketing*. 32(11/12), 1110–1124.

- Hirschman, A. O. (1970). *Exit, voice and loyalty: Responses to declines in firms, organizations and states*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Hogg, M. (1998). Anti-constellations: Exploring the impact of negation on consumption. *Journal of Marketing Management*, 14(1), 133–158.
- Hogg, M. K., Cox A. J. ve Keeling, K. (2000). The impact of self monitoring on image congruence and product/brand evaluation. *European Journal of Marketing*, 34(5/6), 641–66.
- Holt, D. B. (2002). Why do brands cause trouble? A dialectical theory of consumer culture and branding. *Journal of Consumer Research*, (29), 70–90.
- Huneke, M. (2005). The face of the un-consumer: an empirical examination of the practice of voluntary simplicity in the United States. *Psychology and Marketing*, 22 (7), 527-550.
- Hüttel, A., Ziesemer F., Peyer M. ve Balderjahn, I. (2018). To Purchase or Not? Why consumers make economically (Non-)sustainable consumption choices. *Journal of Cleaner Production*, 174, 827–836.
- Iwata, O. (1997). Attitudinal and behavioral correlates of voluntary simplicity lifestyles. *Social Behavior and Personality*, 25, 233-240.
- Iyer, R. ve Muncy J. A. (2009). Purpose and object of anti-consumption. *Journal of Business Research*, 62, 160–168.
- İrge, N. T. ve Karaduman İ. (2018). X ve Y kuşaklarında gönüllü sadelik algısının tüketici karar tarzlarına etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10 (3), 120-143.
- Johnson, A. R., Matear, M. ve Thomson, M. (2011). A coal in the heart: self-relevance as a post-exit predictor of consumer anti-brand actions. *Journal of Consumer Research*, 38 (1), 108-125.
- Khan, M. A., Ashraf, R. ve Malik, A. (2019). Do identity-based perceptions lead to brand avoidance? A cross-national investigation. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 31(2).
- Khan, M. A. ve Lee, M. S. W. (2014). Prepurchasing determinants of brand avoidance: The moderating role of country-of-origin familiarity. *Journal of Global Marketing*, 27 (5), 329- 343.
- Kim, E., Ratneshwar, S., Roesler, E. ve Chowdhury, T. (2014). Attention to social comparison information and brand avoidance behaviors. *Marketing Letters*, 27 (2), 259-271.
- Kiraz, S. (2011). *Yabancılaşma sorunu ve Hegel* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi) İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe Ana bilim Dalı, İstanbul.
- Klein, J. ve Dawar, N. (2004). Corporate social responsibility and consumers' attributions and brand evaluations in a product-harm crisis. *International Journal of Research in Marketing*, 21(3), 203–217.
- Klein, J. G., Ettenson, R. ve Morris, M. D. (1998). The animosity model of foreign product purchase: An empirical test in the People's Republic of China. *The Journal of Marketing*, 62(1), 89–100.
- Kleine III R. E, Kleine S. S, Kernan J. B. (1993). Mundane consumption and the self: a social-identity perspective. *Journal of Consumer Psychology*, 2(3):209–235.
- Kozinets, R. V. ve Handelman, J. M. (2004). Adversaries of consumption: consumer movements, activism, and ideology. *Journal of Consumer Research*, 31(3), 691–704.
- Kozinets, R. V. (2002). Can consumers escape the market? Emancipatory illuminations from Burning Man. *The Journal of Consumer Research*, 29(1), 20–38.

- Kozinets, R. V. ve Handelman, J. (1998). Ensouling consumption: A netnographic exploration of the meaning of boycotting behavior. *Advances in Consumer Research*, (25), 475–480.
- Kraisornsuthasinee, S. ve Swierczek F. W. (2018). Beyond consumption: the promising contribution of voluntary simplicity. *Social Responsibility Journal*, 14(1), 80-95.
- Kuanr, A., Pradhan D. ve Chaudhuri H. R. (2019). I (do not) consume; therefore, I am: Investigating materialism and voluntary simplicity through a moderated mediation model. *Psychology and Marketing*, 37, 260–277.
- Lastovicka, J. L., Bettencourt, L. A., Hughner, R. S. ve Kuntze, R. J. (1999). Lifestyle of the tight and frugal: Theory and measurement. *Journal of Consumer Research*, 26(1), 85–98.
- Lau, G. T. ve Ng, S. (2009). Individual and situational factors influencing negative word-of-mouth behaviour. *Canadian Journal of Administrative Sciences / Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 18(3), 163–178.
- Lee, M. S. W ve Motion, C. D. (2009). Anti-consumption and brand avoidance. *Journal of Business Research*, 62, 169–180.
- Lee, M. S. W. (2007). *Brands we love to hate: An exploration in brand avoidance*. Auckland: The University of Auckland Press.
- Lee, M. S. W., Motion, J. ve Conroy, D. (2009a). Brand avoidance: a negative promises perspective. *Advances in Consumer Research*, 36 (1), 421-429.
- Lee, M. S. W., Motion, J. ve Conroy, D. (2009b). Anti-consumption and brand avoidance. *Journal of Business Research*, 62, 169-180.
- Leonard-Barton, D. (1981). Voluntary simplicity lifestyles and energy conservation. *Journal of Consumer Research*, 8, 243-252.
- Leonard-Barton, D. (1985). Experts as negative opinion leaders in the diffusion of a technological innovation. *The Journal of Consumer Research*, 11(4), 914–926.
- Levy, S. J. (1959). Symbols for sales. *Harvard Business Review*, 7(4), 117–24.
- Marx, K. (1844). *1844 Elyazmaları: Ekonomi politik ve felsefe* (Üçüncü Baskı). İstanbul: Sol Yayınları.
- McGouran, C. ve Prothero, A. (2016). Enacting voluntary simplicity: exploring the consequences of requesting consumers to intentionally consume less. *European Journal of Marketing*, 50(1/2), 189-212.
- Odoom, R., Kosiba, J. P., Djamgbah, C. T. ve Narh, L. (2019). Brand avoidance: underlying protocols and a practical scale. *Journal of Product and Brand Management*, 28(5), 586-597.
- Ogilvie, D. M. (1987). The undesired self: A neglected variable in personality research. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(2), 379–385
- Oliva T. A., Oliver R. L. ve MacMillan, I. C. (1992). A catastrophe model for developing service satisfaction strategies. *Journal of Marketing*, 56(3), 83–95.
- Patrick, V. M., MacInnis, D. J. ve Folkes, V. S. (2002). Approaching what we hope for and avoiding what we fear: the role of possible selves in consumer behavior. *Advances in Consumer Research*, 29(1), 270–276
- Penaloza, L. ve Price, L. (1993). Consumer resistance: a conceptual overview. *Advances in Consumer Research*, 20, 123-128.
- Pentina, I. ve Amos, C. (2010). The Freegan phenomenon: anti- consumption or consumer resistance. *European Journal of Marketing*, 45(11), 1768-1778
- Pepper, D. (1993). *Eco-socialism: From deep ecology to social justice*. New York: Routledge.

- Philiph, M. ve Nepomuceno, M. V. (2020). When the frugal become wasteful: An examination into how impression management can initiate the end-stages of consumption for frugal consumers. *Psychology and Marketing*, (37), 326–339.
- Piacentini, M. G. ve Banister, E. N. (2009). Managing anti-consumption in an excessive drinking culture. *Journal of Business Research*, 62(2), 279–288.
- Russell, C. A. ve Russell, D. W. (2010). Guilty by stereotypic association: Country animosity and brand prejudice and discrimination. *Marketing Letters*, 21(4), 413–425.
- Russell, C. A., Russell, D. W. ve Neijens, P. C. (2011). Consumption expression of ideological resistance. *European Journal of Marketing*, 45(11/12), 1715–1724.
- Sandlin, J. A. ve Callahan, J. L. (2009). Deviance, dissonance, and detournement. *Journal of Consumer Culture*, 9 (1), 79-115.
- Scott, K. A. ve Weaver, S. T. (2018). The intersection of sustainable consumption and anticonsumption: Repurposing to extend product life spans. *Journal of Public Policy and Marketing*, 37(2), 291–305.
- Shaw, D. ve Newholm, T. (2002). Voluntary simplicity and the ethics of consumption. *Psychology and Marketing*, 19 (2),165-185.
- Shoham, A., Davidow, M., Klein, J. G. ve Ruvio, A. (2006). Animosity on the home front: The Intifada in Israel and its impact on consumer behavior. *Journal of International Marketing*, 14(3), 92–114.
- Simon, B. (2011). Not going to starbucks: boycotts and the out-scouring of politics in the branded World. *Journal of Consumer Culture*, 11(2), 145-167.
- Sirgy, J. M. (1982). Self-concept in consumer behavior: a critical review. *Journal of Consumer Research*, (9), 287–300.
- Slater, D. (1998). *Consumer culture and modernity*. Malden, MA: Blackwell.
- Szmigin, I. ve Carrigan, M. (2009). The conscious consumer: taking a flexible approach to ethical behavior. *International Journal of Consumer Studies*, 3(2), 224-231.
- Thompson C. J., Rindfleisch, A. ve Arsel, Z. (2006). Emotional branding and the strategic value of the doppelganger brand image. *Journal of Marketing*, 70(1), 50–64.
- Thompson, C. J. ve Arsel, Z. (2004). The Starbucks brandscape and consumers' (anti-) corporate experiences of glocalization. *Journal of Consumer Research*, 31(3), 631–42.
- Tosun, P. ve Gurce, M. Y. (2018). Consumer comments about meat anti-consumption. *British Food Journal*, 120(10), 2439–2453.
- Twitter (2017). #pınarürünleriboykot. Erişim adresi <https://twitter.com/hashtag/pınarürünleriboykot?lang=fr>
- Varman, R. ve Belk, R. W. (2009). Nationalizm and Ideology in an anticonsumption Movement. *Journal of Consumer Research*, (36), 686-698
- White, K. ve Dahl D. W. (2006). To be or not be: The influence of dissociative reference groups on consumer preferences. *Journal of Consumer Psychology*, 16 (4), 404–413.
- WWF-Türkiye Basın Bülteni. (2018). Erişim adresi <https://www.wwf.org.tr/?7940/turkiye-bu-yil-dogal-kaynaklari-dunyadan-21-gun-once-tuketti>
- Yang, K. C. C. ve Tso, T. K. (2007). An exploratory study of factors influencing audience's attitudes toward imported television programs in Taiwan. *International Journal on Media Management*, 9(1), 19–27.

- Yuksel, U. ve Mryteza, V. (2009). An evaluation of strategic responses to consumer boycotts. *Journal of Business Research*, 62(2), 248–259.
- Zavestoski, S. (2002). The Social–Psychological bases of Anticonsumption Attitudes. *Psychology and Marketing*, 19(2), 149–165.

SİGORTA SEKTÖRÜNÜN YARATTIĞI KAMUSAL DIŞSALLIKLAR

PUBLIC EXTERNALITIES CAUSED BY INSURANCE SECTOR

Hakan ÖZCAN⁽¹⁾, Nuriye Zeynep ÖKTEN⁽²⁾, İbrahim UZPEDER⁽³⁾

Öz: Sigorta sektörünün ekonomideki çarpan etkisi, yarattığı dışsallıklar sayesinde yüksektir. Gelişmekte olan Türkiye ekonomisinin yatırımlar için ihtiyaç duyduğu tasarruf, finansman imkanları, güven ortamı, risklerin azaltılması gibi ana etkenlerde sigorta sektörünün katkısı büyük olacaktır. Küresel sigortacılık payı içinde Türkiye'nin sektör payı kapasitesine oranla düşük kalmaktadır. Bu makalenin amacı sigorta sektörünün ekonomi üzerinde yarattığı dışsallıkları irdeleyerek Türkiye'deki sigorta sektörünün gelişimi konusunda devletin düzenleyici rolü üzerine dikkat çekmektir.

Anahtar Kelimeler: Sigorta, Kamu, Pozitif Dışsallık, Negatif Dışsallık

Abstract: Since insurance sector causes externalities, its multiplier effect on national economies is significant. Its contribution to Turkey's developing economy is remarkable regarding main factors such as savings required for investment, financing feasibilities, trust climate, reduction of risks. Turkey's insurance penetration remains low in comparison to world insurance penetration share with respect to national income per capita. The goal of this article is to point to public sector's regulatory role in insurance sector development by examining externalities by the means of insurance.

Keywords: Insurance, Public Sector, Positive Externalities, Negative Externalities

JEL: G22, H0, D62

1. Giriş

Ekonomik aktörler olan birey ve kurumlar kendi fayda ya da karlarını en çoklaştırmak isteği içinde uyguladıkları ekonomik aksiyonlar esnasında hiçbir organik bağı olmayan diğer ekonomik birimlere dolaylı ya da dolaysız olarak pozitif veya negatif bir etkide bulunarak dışsallık yaratırlar. Ekonomik aktiviteler içinde önemli bir yer tutan sigorta sektörü de toplumsal dışsallıklar yaratmaktadır

Sigorta, riskin belli bir prim karşılığında aynı riskle karşı karşıya bulunan kişiler arasında dağıtılarak belli şartlar altında teminat altına alınmasıdır. Aynı zamanda bireylerin zararlarının diğer katılımcıların desteği ile sonuçlandığı bir risk transferidir. Diğer bir tanıma göre ise, bir tarafın diğerine prim ödemesi ve diğer tarafın bu prim karşılığında güvence verdiği bir kaybın ortaya çıkması halinde; zarar ödemeyi taahhüt ettiği iki taraflı bir sözleşme ilişkisidir. Türk Ticaret Kanunu'na göre sigorta sözleşmesi şu şekilde tanımlanmaktadır (Resmi Gazete, 2011b): "Sigortacının prim karşılığı, bireyin para ile ölçülebilen bir değerini zarara neden olan tehlikenin oluşması hâlinde bunu ödemeyi veya bir ya da daha fazla bireyin yaşam süreleri sebebiyle veya hayatlarında oluşan bazı vakalar sebebi ile tazminat ödemeyi taahhüt ettiği bir sözleşmedir." Tüm bu tanımlarda bulunan 'belli bir prim karşılığında'

⁽¹⁾ İstanbul Okan Üniversitesi, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi, İşletme Bölümü; hakan.ozcan@okan.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4000-9830

⁽²⁾ Nişantaşı Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret Bölümü; zeynep.okten@nisantasi.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3848-3488

⁽³⁾ Beykent Üniversitesi, İşletme ve Yönetim Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü; ibrahimuzpeder@beykent.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3027-6289

ifadesinden de anlaşılacağı üzere prim, sigortacının devraldığı riske karşılık, sigortalının ödediği güvence bedelidir.

Sigorta bireysel (kurumsal) bir eylem olarak tanımlanarak risklere karşı ekonomik bireyi belirli bir prim ödemesi karşılığında güven altına alan bir sistem olarak düşünülse de aslında kamusal mal olma özelliğini de içinde barındırmakta ve üçüncü kişilere de dışsallık yaratmaktadır. Bireyin yaşamı ve sahip olduğu malları hayatının her döneminde çeşitli tehlikelere maruz kalmaktadır (Acıman, 2005:16). Sigortacılık uygulamaları benzer riskler ile karşılaşma ihtimali olan bireylerin bir yardımlaşma sistemi olarak başlamış; zaman içinde ticarete, vergi kaynaklarına ve girişimciler için kredi imkanlarına destek olmuştur. Sigortacılık uygulamalarının ekonomik gelişme ve büyümeye olumlu etkileri yanında fon yaratma işlevi ile de mali sistemde etkin bir rolü olmuştur. Bu etkinin farkında olan toplumlar gelişme ve büyümelerinde sigorta sektöründen yararlanmaya çalışmışlardır (Arseven, 1987: 418).

Dünya sigorta istatistikleri incelendiğinde; ekonomik anlamda gelişmiş ülkelerin sigorta sektörünün diğer ülkelere oranla gelişmiş olduğu görülmektedir (Swiss Re, 2020). Sigorta bilincinin ve kültürünün gelişmesi kişi başına düşen gelirin artışı ve aynı zamanda sosyal bilincin yükselmesi ve içsel ile dışsal güvenlik yaratılması ile alakalıdır.

İçsel güvenlik; manevi denge, düzen, oryantasyon ve güvence duygusu olarak izah edilebilir. Dışsal güvenlik; bireylerin mali yönden kendisini tatminkâr hissetmesi ile çevresel ilişkilerinde duymak istedikleri güven gibi ihtiyaçlar olarak tanımlanabilir. Başka bireyler için güvence sisteminde; üçüncü kişilere ulaşım, dürüstlük, oryantasyon ile düzen güvenliği bulunmaktadır. Farklı bireylere yönelik ruhsal ile bedensel uyum ve güvence beklentisi de bu amaçlardan kabul edilir (Haller, 1974: 14).

Dışsallık kavramı ekonomik literatür içinde kamusal ya da yarı kamusal mallara ilişkin çokça araştırılmış olsa da sigorta hizmetinin yaydığı dışsallık etkisine ilişkin kapsamlı çalışmalar eksik kalmıştır. Ekonomi literatüründe üzerinde fazla çalışılmayan bu alanda gelecek dönemlerde daha öncü bir makale olmak ve gelecekte bu konuda yazılacak makalelere öncü olmak amacımızdır.

2. Sigorta ve Dışsallıklar İlişkisi

Sigorta sistemi, birimlerin riskleri önden satın alması sayesinde toplumun geneline yayılan dışsallıklar yaratır. Sigorta, ölüm, hastalık, sakatlık, doğal afetler, yangın, hırsızlık, risklerin meydana gelmesinden dolayı oluşacak zararların önüne geçerek toplumda huzur ve güven sağladığı gibi; gelecekte meydana gelebilecek riskler ile korkmadan yaşama imkânı sunar. Böylelikle kurumlar ve fertler sosyal ve ekonomik hayatta kendilerini güvende hisseder. Sigortacılık aynı riski taşıyan işletme ve bireylerin bir fon oluşturması ve kendi başlarına karşılayamayacakları finansal kayıpların bu fondan karşılanması sistemidir (Willett, 1901: 105) Dayanışma esasına dayalı olan sistemi sigorta şirketleri kurar ve yürütürler (Houtepen ve Meulen, 2000: 329). Sigorta yaptıran birimler olası risklerin gerçekleşmesi durumunda meydana gelecek zararını önden fiyatlayarak primlerini öder böylece gelecekte serbest piyasada oluşacak maliyetteki belirsizliği ortadan kaldırmış olurlar satın almış olurlar. Hasar prim dengesi sigortaya ilişkin talebi belirleyen önemli unsurlardandır ve bu sorumluluk sigorta şirketine aittir (Seyfullahoğulları ve Başoğlu, 2018: 15).

3. Sigortacılığın Yarattığı Pozitif Dışsallıklar

3.1. Ekonomik Büyüme Finansal Sistem ilişkisi

Neo-Klasik büyüme teorisine göre gelişmede teknolojinin rolü büyüktür ve teknolojik gelişmenin olmadığı ekonomiler ancak durağan durumlarda büyüebilir. Bu durum hükümetlerin ekonomik büyümede teşvik sistemini kullanmasını kısmen engeller (Hussel, 2005: 257). Neo-Klasik büyüme teorisinin eksik kaldığı alanı içsel büyüme teorisi dışsallıkları teoriye dahil ederek teknolojik gelişmenin olmadığı ekonomilerde büyümenin temellerini açıklayarak literatüre katkıda bulunmuştur. İçsel büyüme teorisinde; bir sektörde yaşanan büyüme ile yatırımların diğer sektörlerde de pozitif dışsallık etkisinin olduğundan bahsedilmiştir. Bu sebeple içsel büyüme teorisinde, ekonomik büyümenin durağan durumlar da pozitif dışsallıklar etkisi ile ekonominin geri kalanında büyümenin artacağını öngörülmüştür. Banka ve sigorta gibi finans sektörlerinin pozitif dışsallıkları yayılmasında büyük bir etkisi vardır.

Finansal gelişmelerin ekonomik büyümede öncü rolünü ekonomik analizlerde görmek mümkündür. Başarılı finans kurumları tasarrufların artışı, etkin sermaye dağılımı ve oluşumu ile ekonomik büyümeye destek olmaktadır. Sermaye için tasarruflara dolayısı ile tüketimden artan kaynağa gereksinim bulunmaktadır. Mal ve hizmet üretmek için kullanılan sermayeye tasarruf sahiplerinden yatırımcılara doğru yönlendirilmesi gerekmektedir (Alkin, 1992: 136). Ekonomik işlevin tam olarak işleyebilmesi için sigorta fonlarının sermaye piyasalarında değerlendirilmesi gerekmektedir. Finans piyasaları ve aracıları; kaynakların yatırımcılara doğru yönlendirilmesinde çok önemli bir kontrol görevini üstlenmişlerdir. (Ünal, 1994: 30).

Yapılan araştırmalara göre; finansal gelişim ile iktisadi büyüme arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır. İktisadi gelişmeye paralel yaygınlaşan ve büyüyen sigortanın, toplumların gelişim seviyesinin tespitinde önemli bir indikatör olduğu kabul edilmektedir. Gelişmiş ülkelerde sigorta priminin milli gelir içerisinde payı en üst sıralarda olup büyük bir fon yaratma kapasitesi bulunmaktadır. Bu ülkelerdeki sigorta şirketlerinin rekabete bağlı olarak teknik karları azalmasına rağmen, artan mali karlarının desteği ile diğer finansal kurumlar gibi yatırım faaliyetleri yapmaktadır. Ekonomik büyüme ve sigorta sektörü arasındaki nedensellik ilişkisinde; ekonomik sistem, mevzuat ve kültürün büyük etkisi bulunmakta olup, bu durum ülkelere göre farklılık gösterebilmektedir (Ward ve Zurbruegg, 2000: 489).

İktisat biliminde uzun süreden beri hâkim olan görüşe göre, finansal sistemlerde yapılacak inovasyonlar başta verimlilik olmak üzere ülke ekonomisine faydalar sağlamaktadır (Hartmann vd., 2007: 5). Teknolojik gelişmenin sadece reel sektörde oluşmayacağı finansal sektörde de ortaya çıkabileceği görüşü sigortacılığın dışsallık etkisinin önemini de arttırmaktadır. Sigortalıların kimi zaman sistem kaynaklı sorunlar yaşamasına rağmen; sigortanın kullanılmasının ekonomik performans, kaynakların dengeli dağılımını ve gelişme üzerinde büyük bir etkisi bulunmaktadır. Sigortacılık uygulamaları yaygınlaştıkça finansal işlevlerin etkinliği de artar, büyüme ve ekonomik gelişmedeki olumlu etkisi yanında itici bir güç şeklini almaktadır (Riegel ve Miller, 1966: 6).

3.2. Kalkınma ve Refah etkisi

Ekonomik büyüme rakamsal veriler olup topluma yayılma etkisi zaman almaktadır. Toplumsal refah artışı ancak insan haklarının, demokrasinin, adaletin, gelir dağılımının ve yaşam kalitesinin iyileştirilmesi ile sağlanabilir. İnsani kalkınmanın sağlanması için ekonomik büyüme ön koşuldur ancak yeterli değildir. Sigorta sektörü

ekonomik gelişimi beslerken topluma yayılan refah etkisi de sigortacılık sektörünü büyütecek böylece karşılıklı bir bağımlılık oluşacaktır. Gelişen ekonomilerde insanların refahı arttıkça sigortanın önemi de anlaşılacak ve sigorta ekstra bir harcama olarak değil geleceğe güven sağlayan, konfor alanı yaratan insani bir ihtiyaç olarak kabul edilecektir. Sigorta, maddi değerlerin teminat verilmesi ve zenginliklerin güvence görevini de üstlenen bir disiplin olmasından dolayı, sigorta ve insani kalkınma arasında da bir ilişkinin olması doğaldır (Zortuk & Ebeoğlu, 2016: 1).

Bir toplumun sosyal refah düzeyini belirleyen en önemli ölçüt kişi başı gelir düzeyinin zaman içerisinde artmasıdır. Gelirde artış sağlamak için yatırımlarda ve üretim değerinde artış yaşanmalıdır. Yatırımlar için gerekli olan sermaye birikimi tasarruflarla sağlanabilir. Sigorta bireyleri ve kurumları sosyal refahı iyileştirecek davranışlara yöneltir (Kunreuther vd., 2013: 1). Kişiler ve firmalar kendilerini risklere karşı korurken toplumsal tasarrufları arttırarak pozitif ekonomik dışsallık yaratırlar.

3.3. İstihdam Etkisi

Sigortacılığın istihdama etkisi değerlendirilirken sadece sektör içi çalışanları dikkate almak doğru bir yaklaşım değildir. Türk sigorta şirketlerinde çalışan sayısının 2019 yılı itibarı sadece yaklaşık 14.000 kişi (TSB, 2020a) olmasına rağmen, hasarların karşılanması ile işletmelerin faaliyetlerinin devamını sağlayarak, çalışanların istihdam kaybının önüne geçmektedir (Sukhdev, 2012: 136). Özellikle gelişmekte olan ülkelerin istihdam yaratma konusunda yaşadığı zorlukları düşünürsek sigorta sektörünün yarattığı çalışma olanağı insanların ücret ve kar gelirleri elde etmesiyle gelirlerini arttırma konusunda önemli bir görevi üstlendiği de görülmektedir.

3.4. Belirsizlik ve Risk Etkisi

Küresel ve yerel ekonomilerin yaşadığı ekonomik krizler ya da jeopolitik riskler ile ortaya çıkan belirsizlikler ekonomide yatırım yapma kararını zorlaştıran ve yatırım oranlarını düşüren sorundur. Belirsizlik, risk olgusu gibi ölçülmesi olanaklı bir durum değildir bu yüzden, belirsizliğin fazla olduğu dönemler girişimcinin karar vermesi için belirsizliği en aza indirmesi gerekir (Balta, 1997: 56). Ancak sigortanın sağladığı güven etkisi ile girişimciler ve sermayedarlar daha kolay yeni yatırımlar yaparak ülkenin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde sermayenin zor bulunan bir kaynak olması ve oluşacak zararlara ilişkin tedbir amaçlı bir kenarda tutulması yerine az bir prim ödeyerek risklerini sigorta sisteminde güvence altına alınması ihtiyaç amaçlı tutulacak ve âtil kalacak sermayeyi üretime yönlendirir (Uralcan, 2004: 55).

3.5. Kredi olanakları ve Faiz etkisi

Ekonomi içinde yapılacak yatırımların kaynağı tasarruflardır ve hane halkı tarafından elde edilen gelirin şekli ile kullanımının; ulusal tasarruf ve gelirler için çok önemlidir (Taban & Şengür, 2016: 49). Bilindiği üzere düşük gelir gruplarında marjinal tüketim alışkanlığı yüksektir. Bireyler birçok sebep ile gelirlerinden kendilerince tasarruf yapamadığı kısımları bir sigorta ürününe yönlendirebilir. Tüm gelir grupları için tasarruf olanağının yaratılması sigorta sektörünün önemli dışsallıklarındandır.

Faiz finansal piyasa içinde borçlanma talebi ile borç verme arzı arasındaki ilişkiye bağlı olarak belirlenir. Reel faiz borçlanma maliyeti olarak ortaya çıkar kişiler de tasarruf edip finansal piyasaya borç verme arzında bulunurken bugünkü tüketimini geleceğe erteleme karşılığında faiz geliri elde ederler. Borçlanma talebi sabitken borç verme arzı yani tasarruflar artarsa faiz oranında sanki para arzı artmışçasına düşüş

yaşanır. Oluşabilecek zararlara karşı maddi korunma imkânı yaratan sigorta sistemi aynı zamanda topladığı fonlarla tasarrufları arttırırken yatırım kararında önemli bir etken olan faizlerin düşüşüne pozitif dışsallık yaratır ve yatırımların artmasına sebep olur.

Finans piyasalarının gelişmiş ve derinleşmiş olması kolay ve ucuz finansman olanaklarına kavuşmak isteyen yatırımcı için önemlidir. Gelişen finansal sistem ve kredi havuzu yatırımları arttırırken ekonomik büyümeyi de destekler. Sigorta sektörü bir yandan fonlarıyla finansman sistemini desteklerken diğer yandan sağladığı güvence desteği ile yatırımcının finansmana ulaşımını kolaylaştırır. Yeni yatırım için kredi talebinde bulunan tarafın rahatça finansman olanağına kavuşabilmesi için finansal kurumları karşısında elinin güçlü olması lazımdır. Finansman kurumları ise alacağını garanti altına almak isterken krediyi vereceği kişi veya kurumdan ipotek gibi maddi garantiler yani teminatlar ister (Yuca, 2012: 1). Sermaye yatırımı için kredi kullananların, sigorta poliçesi olmadan teminatlarının kabul edilmesi mümkün değildir. Sonuçta uygun bir sigorta poliçesi olan girişimci kredi temininde zorlanmayacaktır (Çiftçi, 2004: 124).

3.6. Uluslararası Ticarete Etkisi

Taşımacılık sürecinde yük, araç ve sorumluluk risklerine karşı güvenceler alınmadan nakliyatın yapılması mümkün görünmemektedir. Bu sebepten ötürü ticaretin küreselleşmesinde sigortacılığın çok önemli bir payı vardır. Yurt içinde üretilen malların ihracatında çeşitli riskler için ihracat kredi sigortası önemli bir araçtır. İhracat kredi sigortasının kredili satış riskleri azaltmada ve uluslararası rekabette taşıdığı değer çok büyüktür (Aksoy, 2017: 66). Bu sigorta yardımı ile ihracatçıların riskleri azaltmakta ve uluslararası arenada etkin bir rol oynama ve daha rahat ticaret yapabilmeye imkânı sağlanmaktadır.

Ayrıca sigortacılığın küreselleşme eğilimleri de ödemeler dengesini etkilemektedir. Reasürans ve sigorta işlemlerindeki prim, ülke ekonomisine döviz sağlayarak dış ödemeler dengesi için destek olabilmektedir (Yücememiş vd., 2011: 59).

3.7. Hazine ve Vergi Etkisi

Ülke ekonomileri açısından sigortanın diğer bir önemi de tasarruflara bağlı olarak vergi sistemine olan katkısıdır. Sigortacılık işletmeleri sene sonunda bilançolarına paralel kendi paylarına düşen vergiyi öderler. Sigortacılar ayrıca gayrimenkul, tahvil ve hisse senedi gibi yatırım araçlarından da bina/gelir vergisi öderler. Poliçelerdeki prim bazlı gider, yangın söndürme vergisi; vefat teminatlı sigortalarda veraset ve intikal vergileri tahakkuk ettirilmektedir. Sigortacılığın yükselen performansının doğrudan ya da dolaylı olarak daha yüksek vergi geliri ile kamu finansmanında olumlu etkileri olmaktadır (Uyanık, 2005: 2).

Bireysel emeklilik, hayat ve özel sağlık sigorta sistemleri; sosyal güvenlik kurumları için ilave bir sigorta önemini taşımaktadır. Mesela özel emeklilik sigortaları sosyal güvenlik sistemlerine ilave emeklilik fırsatı ile destek sağlamaktadır. Böylelikle sosyal güvenlik sistemlerindeki ilave yükler ve dolayısı ile devlet bütçesinden olası açıklara aktarılan kaynak miktarı azalmaktadır (Özcan, 2020: 171).

3.8. Dalga Etkisi

Sigortacı risk seçiminde sigortalıyı bazı olası hasarlar için; önleme ve zararı azaltma tedbirleri almaya zorlayabilir. Örneğin sigortacı yangın önleme için sprinkler tesisatı, sel için yerden yüksek raf sistemleri veya hırsızlık için alarm sistemleri yapılması

isteyebilir (Hofmann, 2009: 5). Bu tedbirlerin bir kısmı “kendini koruma” zararı azaltma, diğer ise “kendini güvenceye alma” hasar ihtimalinin azalmasına yöneliktir. Risk almaktan çekinen kişi daha fazla sigorta yaptırmaya eğilimlidir (Ehrlich ve Becker, 1972: 623). Sigorta ve kendini güvenceye alma birbirini ikame veya tamamlayıcı olabilir. Tamamlayıcı olgusunda sigorta kapsamı kendini korumayı teşvik eder ve böylece kayıp olasılığını azaltır. Bu olgu “ahlaki zorunluluk” olarak adlandırılmıştır (Wu ve Colwell, 1988: 101).

Ülkeler tarım sigorta prim sübvansiyonlarını talep, arz ve mali dengeler üzerindeki etkilerine göre belirlerler. Çiftçinin tarım alanlarındaki ürünü aynı zamanda kamu malı özelliği gösterdiği için devlet tarafından desteklenmektedir. Olası bir doğal afet sonucu çiftçilerin karşılamayacağı risklere karşılık sigorta şirketlerince teklif edilebilecek poliçe tutarları maliyet olarak yüksek kalacağından, kamunun sigorta primlerini belirli oranlarda karşılaması pozitif bir dışsallıktır. Devlet destekli tarım ve hayvancılık sigortalılarının öncelikli amacı kar etmek olmayıp, olası hasarların sigorta havuzundan karşılanması amaçlanmaktadır (Mahul vd., 2010: 56).

4. Sigortacılığın Yarattığı Negatif Dışsallıklar

Sigortacı, sigortalıların “kendini güvenceye alma” ve “kendini koruma” tutum ve davranışlarını gözlemleme imkânı yoktur. Sigortalının, “kendini güvenceye alma” ve “kendini koruma” tanımlanan tedbirli tutum ve davranışlara özen göstermemesi “ahlaki tehlike”ye yol açar. Ahlaki tehlike, genel anlamda, taraflardan birinin sözleşmede kendi lehine davranış değişikliğine gitmesi olarak tanımlanır (Fidan, 2011: 41).

Bir kişi hayatındaki risklere karşı tedbirli tutum ve davranışlar sergiler. Bu dışsallık durumunda, sigorta güvencesine sahip kişinin tedbirli davranışları azalır. Örneğin kasko poliçesi olan bir sigortalı araç kullanırken teminatına güvenerek daha dikkatsiz davranabilir. Dolayısıyla sigortacılıkta ahlaki tehlike hem zarar ihtimali hem de hasarın artması anlamına gelmektedir.

Sigortalının poliçesine güvenerek daha dikkatsiz otomobil kullanması; sadece kendisi için değil diğer araç ve yayalar için risk oluşturmaktadır (Hofmann, 2009: 38). Bireyin kendi aracını veya kendisine kullanım için tahsis edilen kurum araçlarını aynı hassasiyet ile kullanmadığı bilinmektedir. Aynı durum uzun süreli kiralık araçlar için de geçerlidir. Bunun sonucunda sigorta prim hesaplamalarında bu tip araçların pimleri hususi araçlara göre daha yüksek çıkmaktadır (Vickrey, 1968: 468). Bu da toplum için negatif dışsallıktır.

Sigortacı başlangıçta risk havuzunda tüm katılımcıları eşit görmek durumundadır. Sigorta priminin hesaplaması bir sonraki yılın ödenecek hasar tahminine göre yapılmaktadır. Ancak sigortacının bu tahminde yanılması gelecek seneki sigorta primlerine olumsuz olarak yansıtacak ve risk havuzundaki tüm katılımcılar ortalama prim artışından otomatik olarak etkilenecektir (Hofmann, 2009: 2). Böylece havuzdaki riski az olan katılımcı ortalama risk priminin yükselmesi sebebi ile poliçe satın almaktan vazgeçebilecektir. Sigorta satın almada yaşanan çekimsellikler diğer poliçe yaptıracakları da olumsuz etkileyebilmektedir. Toplum genelinin sigorta yaptırmaya karşı mesafeli tutumları, kimsenin sigorta yaptırmama tehlikesine neden olabilecektir. Tüm toplumun sigorta yaptırmaması durumunda bireysel poliçe maliyetleri azalacaktır (Heal ve Kunreuther, 2005: 36).

Sigortalının bulunduğu ortam için satın aldığı risk yakın çevresi için de faydalı olmaktadır. Sigorta poliçesi yapılırken zorunlu şart olarak gösterilen sprinkler sistemi

veya hırsızlığı önlemek için alarm ve güvenlik sistemleri komşular için de faydası olacaktır. Ancak bu fayda komşuların poliçe yaptırmada kolaylık sağlamayacaktır. Komşu bu güvenceye dayanarak belki sigorta poliçesi yaptırmaktan vazgeçebilecektir (Kunreuther vd., 2013: 193).

Tüm dünyada özel sağlık sigortalarında maliyet artışlarının önemli sebebi negatif dışsallıklardır. Örneğin beslenme alışkanlıklarında sağlıksız seçim yapan bireylerin sağlık sigorta sistemine, nispeten sağlıklı diğer bireylere göre, zarar verme ihtimali daha yüksektir (Bolin ve Cawley, 2007: 280). Aşırı şişman bireylerin hastalık riskine karşı poliçe yaptırma oranları da daha yüksektir. Bu kişilerin tercihi sağlık poliçeleri havuzundaki tüm bireylerin ödeyeceği primleri yükseltecektir (Bhattacharya ve Sood, 2006: 282).

Sigortanın temel işlevlerinden en önemli olanı “karşılıklı iyi niyet” prensibidir (Baştürk vd., 2017: 38). Sigortalı ve sigortacı poliçe düzenleme ve hasar aşamalarında birbirlerine karşılıklı olarak güvenirlir. Poliçe aşamasında sigortalının beyanına göre hasar durumu ve teminat şekillenmektedir. Örneğin beslenme bozukluğu olan bir sigorta müşterisinin tam olmayan beyanına göre yetersiz risk analizi yapılacaktır. Hatalı ve kötü niyetli beyan sonucu hasar tazminatı alınması; sistemi olumsuz şekilde etkilemektedir (Heshmat, 2011: 69).

Bireyin özel sağlık sigortası olması durumunda sağlık kurumlarının tanı, tedavi ve ilaç aşamalarında diğer hastalara göre sağlık masraflarını daha fütursuzca kullandıkları bilinen bir gerçektir. Sağlık kurumunda bireyin sağlık sigortasını belirtmesi durumunda diğer hastalara göre giderleri artırıcı işlemler yapılabilmektedir. Ayrıca özel sağlık sigortası olan bireyin doktor randevu ve ilaç taleplerinde daha rahat ve istekli davranma ihtimali de yüksektir (Starc ve Town, 2019: 3).

Bir sigorta poliçesinin satın alınma sürecinde, tarafların bilgi denkliliğinin olmaması ters seçim sorununa sebep olmaktadır. Akerlof (1970: 489) bu örneği ikinci el otomobil pazarı ile izah etmiştir. Teorinin sigortaya adaptasyonunda; piyasada geniş ve dar teminatlı poliçeler bulunmaktadır. Müşteri tercih ettiği poliçenin nitelik ve kalitesi ile ilgili asimetrik bilgiye sahip olması durumunda, satın alma kararını tam olarak değerlendirememektedir. Sigortacı ise poliçe ile ilgili tüm bilgilere sahip olmasının rahatlığı ile daha gerçekçi bir prim belirlemektedir. Bu sonuç dar teminatlı poliçe sahiplerinin işine gelmektedir. Çünkü sigortalı hangi poliçenin kendisi için daha faydalı olduğunu ayırt edememektedir. Düşük primli poliçeler daha çok talep görmekte ve geniş teminatlı (yüksek primli) satışını sınırlamaktadır. Yani asimetrik bilgi sonucunda ters seçim yapılmaktadır.

Lüks araba kullanmak negatif dışsallıklar yaratır. Lüks otomobiller ile orta segment otomobillerin onarım maliyetleri arasında çarpıcı farklılıklar nedeniyle; tüm sürücüler için trafik mali sorumluluk sigorta maliyetlerini artırmaktadır. Araç kullanırken hangi tür bir araç ile trafik kazasına karışılacağı tahmin edilemez. Her ne kadar sürücü dikkatli olmaya çalışsa da herhangi bir sebepten meydana gelebilecek kazalara özellikle büyük şehirlerde lüks otomobillerin müdahil olma ihtimali yüksektir. Lüks otomobil sürücülerinin kullandığı araçların güvenlik özellikleri ve sigorta yaptırma gerekçesiyle de trafik kurallarına aykırı sürüş eğilimleri kaza riskini artırmaktadır (Park ve Han, 2017: 421).

5. Türk Sigorta Sisteminin Gelişimi

Osmanlı Devleti'nde sigortacılığın 1870 "Pera Yangını" sonrası başladığı bilinmektedir. Bu dönemde sigortacılık sektörü tamamen yabancıların hakimiyetinde olup; tamamı Türk sermayeli bir sigorta şirketi mevcut değildi. 1893 yılında kurulan ilk yerli sigorta şirketi; Tütün Rejisi, Duyu Umumiye ve Osmanlı Bankası ortaklığındaki "Osmanlı Umum Sigorta" olmuştur. Türkiye Cumhuriyeti'nin ilanıyla birlikte yerli sermayenin güçlenmesi hedeflenmiştir. 1925 yılında kurulan Anadolu Anonim Türk Sigorta Şirketi Cumhuriyet döneminde tamamen yerli sermayeyle kurulan ilk sigorta şirkettir. Sigorta sektöründe 1980'li yıllarda başlayan liberalleşme hareketleri ile; sigorta şirketlerinin kurulmasında zorluklar kaldırılmış ve şirket sayıları hızla artmıştır. Bu durum aynı zamanda kamunun sektördeki etkisini artırmıştır. 2019 yılındaki toplam prim üretimi hayat dışında 58 milyar TL, Hayat branşında 11,3 milyar TL'dir. Kamu sigorta şirket sayısı; hayat dışı 3, hayat ise 3 toplam 6 şirkettir. Hayat dışı şirketlerin prim üretimindeki kamu payı: %17,2, Hayat şirketlerin prim üretimindeki kamu payı: %31,5 olup; toplamda bu pay, %16'dır.

2007'de kabul edilen Sigortacılık Kanunu sonrası Türk sigorta sektörüne yönelen ilgi her geçen gün artmıştır. Kanun sonrası satın alma, birleşme ve yeniden kuruluş ile sektöre giren yabancı şirket sayısı artmıştır. Yabancı sermayeli şirket sayısı yaklaşık iki katı artarak 2019 yılı itibarı ile 38'e yükselmiştir.

Gelişmiş ülkelerle karşılaştırıldığında hala zayıf olan Türk sigorta sistemi 2000 yılından itibaren sigorta primini 2,64 Milyar ABD dolarından 2019 yılında yaklaşık 6 kat artmış ve 12 milyar ABD dolarına ulaşmıştır. Ancak gelişen finans sistemi içindeki payı ise sadece 2 katına yakın artış göstermiştir ve %2,82 den %4,70'e çıkabilmiştir. Kişi başına prim ise 40 ABD dolarından 2016 yılında 167 ABD dolarına kadar artış göstermiş ancak daha sonra dövizdeki aşırı yükselişle birlikte 2019 yılında 134 ABD dolarına düşmüştür.

Türkiye'de finansal sektörlerde en büyük pay bankacılık sektörüne ait olup; Tablo 1'de görüldüğü üzere 2019 itibarı ile sigortacılığın payı %4,7'dir. Türkiye'nin gelişme yolunda olan finansal sistemi içinde sigortacılığın payı hala hak ettiği yerde değildir. Türkiye'de de faaliyet gösteren Allianz'ın; Almanya DAX borsa endeksindeki payı %7,2 olmasına rağmen; sigorta sektörünün Borsa İstanbul'da payı %2'den azdır (BİST, 2020; DAX, 2020).

Tablo 1. Yıllar İtibari ile Prim Üretimi ve Finans Piyasası İçindeki Payı

Sıra	Yıl	Toplam Sigorta Prim Üretimi Milyar (\$)	Prim/GSYH	Kişi Başı Prim (\$)	Finans Sisteminde Payı (%)
1	2000	2,64	1,35	40	2,82
2	2001	1,73	1,38	25	2,65
3	2002	2,21	1,31	32	2,73
4	2003	3,56	1,38	50	3,02
5	2004	4,62	1,54	68	2,98
6	2005	5,69	1,57	77	2,80
7	2006	6,90	1,28	96	2,78
8	2007	9,40	1,30	131	3,03
9	2008	8,90	1,24	106	2,98
10	2009	7,90	1,31	113	3,19
11	2010	9,20	1,28	125	2,83
12	2011	10,10	1,29	135	3,14
13	2012	10,90	1,37	144	3,43
14	2013	12,50	1,51	163	3,33
15	2014	11,60	1,45	149	3,63
16	2015	11,10	1,55	141	3,75
17	2016	13,10	1,51	164	4,18
18	2017	12,10	1,41	149	4,16
19	2018	10,50	1,35	128	4,17
20	2019	11,99	1,48	134	4,70

Kaynak: TSB, 2020a

Türk sigorta sektörünün dünya içindeki payını gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasındaki yerini karşılaştırmalı olarak analiz etmek için 9 gelişmiş ülke ve 4 gelişmekte olan ülke verileri incelenmiştir. Tablo 2 incelendiğinde ABD prim üretiminde tüm ülkeler içinde açık ara önder durumda olduğu gözlenmektedir.

Tablo 2. Ülke Karşılaştırması

SIRA	ÜLKELER	2004				2017			
		PRİM ÜRETİMİ (MİLYON \$)	DÜNYA PRİM ÜRETİMİNDEKİ PAYI(%)	KİŞİ BAŞI PRİM(\$)	PRİM/GSYH (%)	PRİM ÜRETİMİ (MİLYON \$)	DÜNYA PRİM ÜRETİMİNDEKİ PAYI(%)	KİŞİ BAŞI PRİM(\$)	PRİM/GSYH (%)
1	ABD	1.108.110	34,02	3.590	9,44	1.399.222	28,29	4.481	7,14
2	JAPONYA	492.500	15,12	3.875	10,47	424.454	8,49	3.466	8,86
3	İNGİLTERE	288.594	8,86	4.484	12,50	319.992	6,48	4.503	10,61
4	ALMANYA	191.036	5,56	2.285	6,87	227.174	4,65	2.908	6,03
5	FRANSA	196.969	6,05	3.219	9,42	244.362	4,97	3.667	8,89
6	İTALYA	129.421	3,97	2.213	7,59	159.271	3,28	2.852	8,34
7	İSPANYA	56.002	1,72	1.358	5,38	70.486	1,43	1.588	5,20
8	KANADA	70.300	2,16	2.206	7,09	121.181	2,46	3.457	7,48
9	GÜNEY KORE	68.657	2,11	1.420	9,71	181.238	3,45	3.465	11,16
10	ÇİN	52.171	1,60	40	3,15	541.446	11,07	406	4,22
11	TÜRKİYE	4.619	0,14	64	1,54	12.054	0,20	127	1,33
12	MALEZYA	6.453	0,20	256	5,33	15.408	0,32	518	4,77
13	RUSYA	16.368	0,50	114	2,82	21.898	0,45	164	1,53
14	ARJANTİN	4.109	0,13	105	2,68	16.435	0,23	271	2,36
	DÜNYA	3.257.436	100	512	7,94	4.957.507	100	682	6,09

Kaynak: Swiss Re, 2005; 2018

ABD'nin dünya prim üretimindeki payı 2004-2017 arasında %34,02'den %28,29'a düşmüş olsa da hala birinciliği elde tutmaktadır. ABD'yi Japonya, İngiltere, Fransa ve Almanya gibi gelişmiş ekonomiler izlemektedir. Bu durum daha önce belirttiğimiz üzere sigorta sektörü ile ekonomik kalkınmanın birbirini desteklediğinin teyididir. Dünyanın en büyük 19. ekonomisi olan Türkiye'nin dünya prim üretimi içindeki payı ise %0,20 ile hakedilmeyen seviyededir. Türkiye'deki prim oranı karşılaştırma yapılan gelişmekte olan ülkeler içinde de düşük olan ülke konumundadır.

Prim/GSYH oranında Güney Kore ABD'nin önüne geçmiş böylece Güney Kore GSYH'na oranla en çok prim üreten ülke olarak sigortaya verdiği önemi ortaya koymaktadır. Prim/GSYH oranı ise Türkiye'de 2004 yılında %1.54 iken 2017 de %1.33'e düşmüştür. Bu veri İtalya, Kanada, Güney Kore, Çin dışındaki ülkelerde de zaman içinde düşmüştür. Sigorta sektörü diğer ülkelerde GSYH artışı oranında bir büyüme yakalayamamıştır. Türkiye karşılaştırdığımız 9 ülke içinde en düşük Prim/GSYH oranına sahiptir dolayısıyla Türkiye'deki sigortacılık sektörünün çok daha fazla gelişmesi için teşvike ihtiyacı vardır. Ayrıca kişi başına prim miktarında 127 ABD doları ile karşılaştırma yaptığımız ülkeler içinde en düşük miktara sahiptir. Çin kişi başına prim miktarını ekonomik büyümesine de bağlı olarak 2004'te 40 ABD dolarından 2017'de 406 ABD dolarına çıkarmıştır.

6. Türk Sigorta Sisteminde Dışallığa Etki Eden Kamu Politikaları

Türkiye ekonomisinin büyüme hedeflerine ilişkin olarak sigorta sektörünün yaratacağı pozitif dışallıktan sağlanacak faydayı çoğaltmak için özel sektörün desteklenmesi ve toplumsal faydanın artırılması için 2000'li yıllardan itibaren düzenlemeler ve yeni uygulamalar ile kamu daha etkin rol oynamıştır.

Özellikle 2007 yılındaki 5684 sayılı Sigortacılık Kanunu sonrası hem yabancı şirket payı hem de mevzuatta gelişmeler yaşanmış, kamu başta sigortalıların hakkını korumak ve sistemin etkin işlemesi amacı ile, bir dizi politikaları uygulamaya koymuştur (Resmi Gazete, 2007). Bu çalışmaların ağırlıklı olarak yeni kurumlar ve havuzlar olduğu görülmüştür.

Güvence Hesabı Türkiye Sigorta Birliği yönetiminde 2007 yılında kurulmuştur. Güvence hesabı; zorunlu sigortalının belirlenememesi, geçerli sigortanın bulunmaması, gasp edilmiş veya çalınmış araçlarla yapılan kazalar ve sigorta şirketinin iflas etmesi durumunda; kazalarda zarar gören kişilerin uğrayacakları bedeni zararların karşılamaktadır. Kurum gelirini trafik sigorta primlerinden aktarılan yüzde üç pay ile sağlamaktadır. Bu durum da mağdur olan vatandaşlar için önemli destek sağlamaktadır.

2011 yılında yürürlüğü giren 6111 sayılı Kanun ile trafik sigorta primlerinden yüzde 10'luk pay SGK (Sosyal Güvenlik Kurumu) ya aktarılmıştır. SGK kazalar nedeniyle zarar gören kişilerin sağlık giderlerini karşılamaya başlamış ve trafik sigortalarındaki tedavi teminatı kaldırılmıştır. Trafik kazalarında yaralananlar için sosyal güvenlik şartı aranmadan kamu, üniversite ve özel sağlık kuruluşlarına gitme hakkı sağlanmıştır (Resmi Gazete, 2011a).

Trafik sigortalarında uygulanan serbest tarife sistemi, hasar prim oranı yüksek riskli sigortalılar için daha yüksek prim ödemesi esasına dayanmaktadır. Riskli sigortalıların primlerin yükselmesi ve ödenemez duruma gelmesi sonucunda; 27.10.2015 tarihinde uygulamaya giren Hazine Müsteşarlığı genelgesi ile poliçe primlerine azami fiyat gelmiştir (Hazine ve Maliye Bakanlığı, 2017). Sigorta havuzu işleyişi daha riskli olandan daha fazla prim alınması prensibine dayanmasına rağmen; uygulama ile riskli sigortalıdan alınması gereken prim havuzdaki diğer katılımcılara bölüştürülmeye başlanmıştır. Bu durum kaza yapmayan riski düşük vatandaşların daha fazla prim ödemesine ve trafik sigorta sisteminde negatif dışsallığa neden olmaktadır.

1999 Marmara depremi sonrası yaşanan büyük yıkım sonucu vatandaşların depremdeki zararları azaltmak amacı ile DASK (Doğal Afet Sigortaları Kurumu) 2000 yılında kurulmuştur. DASK poliçesi deprem hasarlarının ülkeye getireceği mali yükü ve vatandaşa yansiyabilecek muhtemel ek vergileri önleyebilmek amacı ile zorunlu hale getirilmiştir. Böylece devlet zorunlu deprem sigortası ile toplumda sosyal dayanışma ve sigorta bilincinin gelişmesine katkıda bulunmuştur. Bu pozitif dışsallığın sürekliliği için elektrik, su, doğalgaz abonelikleri ve bina satışlarında bu poliçeyi istenmektedir.

Sigorta şirketlerinin zorunlu trafik sigortası branşındaki zararlarının artmasına paralel, riskli sigortalılar için 11.07.2017 yılında bir havuz oluşturulmuştur. Bu kapsamdaki poliçelerin prim ve hasar paylaşımı için oluşturulan "Riskli Sigortalılar Havuzuna" yönetmelik gereği tüm sigorta şirketleri üye olmuştur (Resmî Gazete, 2017). Sigorta şirketleri bu tip riskleri havuza aktarma avantajı ile sigortalı seçimi kolaylaşmıştır. Uygulamanın riskli grupta olan sigortalıların daha kolay poliçe satın alması ve sigortalı oranının artması üzerinde pozitif bir dışsallık etkisi bulunmaktadır.

Tarım sigorta poliçelerinde standart sağlanması, prim ve hasarın tek merkezde kontrol edilmesi ve sigortanın yaygınlaştırılması amacı ile 2006 yılında Tarım Sigortaları Havuzu (Tarsim) kurulmuştur. Uygulamada de tarım üreticisi için sigorta prim desteği sağlamaktadır. Devlet doğal afet sonucu tarımda yaşanacak zararları kamu bütçesinden karşılamak yerine sigorta havuzuna devretmektedir. Çiftçilerin ödeyeceği primlere katkı sağlayarak sigortanın gelişimini desteklemektedir.

Türkiye'de 2003 yılında başlayan bireysel emeklilik sistemi 2013 yılında devletin katılımcılar için sağladığı katkı payı ile hızlanarak büyümeye başlamıştır. Devlet ilgili yıldaki brüt asgari ücretin %25'ine kadar katılımcılar için destek sağlayarak fonların

gelişmesini hızlandırmıştır. Kamunun teşvik ve desteği ile bireysel emeklilik fonları 2019 yıl sonu itibarıyla yaklaşık 120 milyar TL'ye yükselmiştir (EGM, 2020).

2019 yılından itibaren Türk sigorta sektöründe kamunun yaptığı düzenlemeler ve kamu şirketleri ile etkisi daha fazla görülmeye başlanmıştır. 2019 yılında ilk kamu reasürans şirketi kurulmuştur. 2020 yılında ise 3 hayat dışı ve 3 hayat sigorta şirketleri birleşerek; Türkiye Sigorta ve Türkiye Hayat Emeklilik şirketleri kurulmuştur. Birleşerek yeniden kurulan her iki şirket de prim üretimi açısından ilk sıraya yükselmiştir.

Türkiye'de hayat dışı sigorta sektöründeki büyümenin ve sigortalılık oranının temel kaynağı özellikle zorunlu ve devlet destekli branşlardan gelmektedir. Ülkedeki sigortalılık oranları zorunlu trafikte %80, zorunlu deprem %50, kasko %30, konut %25 civarındadır (TSB, 2020b). Hayat sigortalarının ise büyük bir payı kredi büyümesine bağlıdır.

Sigorta ürün ve hizmetleri konusunda toplumun bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Toplumun sigorta farkındalığı konusunda bilinçlendirilmesi süreci, toplumu etkileyen baskın kültürel faktörlerin belirlenmesi ve bu kültürel faktörlerin sigorta talebi üzerindeki etkilerinin azaltılmasına yönelik olmalıdır (Soylu ve Kırkbeşoğlu, 2020: 1533).

7. Sonuç ve Tartışma

Türkiye ekonomisinin en büyük yapısal sorunlarından biri, tasarruf oranlarının düşüklüğü ve imalat sektörünün yüksek girdi bağımlılığından kaynaklanan cari açık problemidir. Ekonominin büyüme hızının arttığı dönemlerde büyümenin finansmanı için dışsal tasarruflara ihtiyaç artmakta ve cari açık beslenmektedir. Cari açık TL'nin değersizleşmesine ve kur geçişkenliği ile bir diğer önemli sorun olan enflasyonun yapışkanlığına ve kalıcı olmasına yol açarken ekonominin kırılma eğilimini arttırmaktadır. Ekonomik krizler arasındaki süre gittikçe kısalmakta ekonomik öngörülebirliliğin süresi kıaldıkça yatırımlar düşmekte ve işsizlik kalıcı hale gelmektedir. Enflasyon yaratmayacak ve işsizlik oranlarını düşürecek sürdürülebilir büyüme için, önemli şartlardan birisi de yatırımlar için gerekli fonların bulunabileceği derinleşmiş finansal piyasalardır. Güçlü finansal piyasalar için bankacılık sektörünün yanı sıra sigortacılık sektörünün de gelişmiş olması gerekir. Sigorta sektörü tasarruf oranlarını güven ortamını toplumsal dayanışmayı, uluslararası ticareti, yatırımlar için gerekli olan fon arzını, istihdam kapasitesini artırarak ekonomik büyüme ortamına önemli katkı sağlama imkanı sahiptir. Ayrıca Türkiye ekonomisinin gerek nüfus yapısının gerekse potansiyel büyüme kapasitesinin elverişli olması sigorta sektörüne doğrudan yabancı yatırımcılar için de cazibe merkezidir. 2004-2019 yıllarında Türk sigorta sektörüne 8,1 milyar ABD dolarlık yabancı sermaye girişi olmuştur

Sigorta sektörünün küresel milli gelire oranı %6 civarındayken Türkiye bu oranın çok gerisindedir. Bu oranın yükseltilmesi ancak sigortalanma oranının artması ile mümkündür. Türkiye'de sigortalanma oranını artırma potansiyeli mevcuttur. Bu gelişimi etkileyen unsurların ekonomik, kültürel ve kamu kaynaklı olduğu görülmektedir. Ekonomik unsurlar büyüme, gelir düzeyi, kentleşme oranı ve çalışan nüfustur. Türkiye ile aynı gelir grubunda ve benzer sigorta prim üretimi olan Arjantin'de sigortacılığın milli gelire oranı yaklaşık iki kat fazladır. Bu oran İspanya'da Türkiye'nin üç katından fazladır. Türkiye'nin sigortanın milli gelire oranı gelişmekte olan ülkelere göre bile düşük kaldığından; uluslararası sigorta şirketlerine yatırım cazibe merkezi haline gelmiştir.

Sigortacılık sektörü 2010-2019 dönemi yıllık ortalama %20 büyümüştür. Sigorta sektörü 2020'den itibaren ekonomik büyüme artışı üzerinde gelecek 5 sene boyunca yıllık %20 veya 10 sene boyunca yıllık %10 büyüme ile prim üretimini reel olarak iki katına çıkabilecektir. Böylece Türkiye Prim/GSYH oranını %1,5 dan %3 yükselterek, gelişmekte olan ülkeler ortalamasına ulaşacaktır. Aynı projeksiyon ile bir sonraki 5-10 yılda %3'ten %6'ya gelerek dünya ortalaması yakalanabilecektir. Gündemde olan tamamlayıcı emeklilik sisteminin oluşturulması; kamu ve düzenleyici otoriteler ile daha yakın çalışılması ile sektörün oynayacağı rolün etkinleştirilmesi sektörün toplam büyüklüğünün 2024 yılında 300-350 milyar TL seviyesine ulaşması hedeflenebilir (TSB, 2020b). Kamu kurumlarının etkin desteği ile Türkiye'nin sigortalama oranı açısından pozitif ayrılan bir ülke olarak konumlanması mümkündür.

Ekonominin geneline yayılacak olan pozitif etkisi sebebiyle gelişmesi için desteğe ihtiyacı olan sigorta sektöründe devletin etkin rol oynaması serbest piyasa işleyişine uymamakla birlikte toplumsal yarar açısından önem kazanmaktadır. Kamu sigorta sistemindeki büyüme politikasının önemli ögesidir ve sigorta paydaşlarının birbirleri ile ilişkilerinde düzenleyici ve denetleyici rolü ile; sistem işleyişinde büyük bir etkisi bulunmaktadır. Türkiye'de 2019-2020 yılları arasında büyük bir kamu reasürans şirketi ve kamu sigorta şirketlerinin birleştirilmesi ile devletin sektördeki lider şirket rolü başlamıştır. Kamunun pazar yapıcı şirketlerinin sigortalama oranının yükseltilmesinde önemli bir etkisi olacaktır. Yapılamayan sigorta türleri için havuzlar, zorunlu sigortalar için kontrol mekanizmaları, sigortalının sisteme güveninin sağlanması uygulamaları; kamu desteği ve denetimi ile yapılmalıdır.

Devletin düzenleyici ve denetleyici rolünün önemi özellikle pandemi krizi sürecinde anlaşılmiş olup ekonomik sistemi yönlendirebilen ve politika üretim ile uygulamasında başarılı olan ülkelerin süreci daha iyi yönettiği gözlemlenmiştir. Türkiye ekonomisinde de özellikle sigorta sektörünün yarattığı dışsalıkların topluma yaygınlaştırılabilmesi için uzun dönemli politikalara ve kamu tarafından oluşturulacak düzenlemelere ihtiyaç vardır.

Referanslar

- Acınan, H. (2005). *Sigortanın temel prensipleri*. İstanbul: Güneş Sigorta Yayınları.
- Akerlof, G. A. (1970). The market for lemons: quality, uncertainty and the market mechanism, *The Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488-500. DOI: 10.2307/1879431.
- Aksoy, N. (2017). İhracat kredi sigortası kavramı, hukukî niteliği ve benzer kurumlarla karşılaştırılması. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(1), 66-91. DOI: 10.30798/makuiibf.305956.
- Alkin, E. (1992). *İktisat*. İstanbul: Filiz Kitabevi.
- Arseven, H. (1987). Sigortanın tarihçesi ve geri kalmışlığımızın sebepleri. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 43(1-4), 415-431
- Balta, S. G. İ. (1997). *Türkiye'de sigorta sektörünün gelişimi, ekonomideki yeri ve önemi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Baştürk, F., Çakmak, D. ve Demirtaş, B. (2017). *Sigortacılığa giriş*. Ankara: Bankacılık Akademisi.

- Bhattacharya, J. ve Sood, N. (2006). Health insurance and the obesity externality. *Advances in Health Economics and Health Services Research*, DOI: 10.1016/S0731-2199(06)17011-9.
- BİST (2020). Borsa İstanbul: İşlem gören şirketler. Erişim adresi <https://www.borsaistanbul.com/tr/sayfa/73/islem-goren-sirketler>
- Bolin, K. ve Cawley, J. H. (2007). *Advances in health economics and health services research volume 17: the economics of obesity*. Oxford: JAI Press.
- Bolin, K., Cawley, J. H., Grossman, M., Lindgren, B. (2007). *The economics of obesity*. Amsterdam: JAI Press Inc.
- Çiftçi, H. (2004). Türk sigorta sektörünün sorunları: DEA analizi ile Türk sigorta şirketlerinin etkinlik düzeylerinin belirlenmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(1), 121-149.
- DAX (2020). Index composition report. *DAX – German Indices*, Deutsche Börse Group. Erişim adresi https://www.dax-indices.com/document/Resources/WeightingFiles/Composition/2020/September/DAX_ICR.20200921.xls
- EGM (2020). Emeklilik Gözetim Merkezi. Erişim adresi <https://www.egm.org.tr/>
- Ehrlich, I. ve Becker, G. S. (1972). Market insurance, self-insurance and self-protection. *Journal of Political Economy*, 80(4), 623-648. DOI: 10.1086/259916.
- Fidan, M. M. (2011). Kobi kredi piyasasında asimetrik bilgi ve ahlaki tehlike: Laleli örneği. *Maliye Finans Yazıları Dergisi*, 90(1), 41-57.
- Haller, M. (1975). *Sicherheit durch versicherung, gedanken zur künftigen rolle der versicherung*. Bern: Peter Lang.
- Hartmann, P., Heider, H., Papaionnau, E. ve Lo Duca, M. (2007). *The role of financial markets and innovation in productivity and growth in Europe: Occasional paper series No 72*. Frankfurt: European Central Bank.
- Heal, G. ve Kunreuther, H. (2005). *You can only die once: interdependent security in an uncertain world*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Heshmat, S. (2011). *Eating behavior and obesity: behavioral economics strategies for health professionals*. New York: Springer Publishing Company.
- Houtepen, R. ve Meulen, R. (2000). New types of solidarity in the European welfare state. *Health Care Analysis*, 8(4), 329-340.
- Hofmann, A. (2009). *Imperfect insurance markets: An economic analysis of externalities and consumer diversity*, karlsruhe: Verlag Versicherungswirtschaft. Erişim adresi <https://public.ebookcentral.proquest.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=1204263>
- Hussels, S., Ward, D. ve Zurbrugg, R. (2005). Stimulating the demand for insurance. *Risk Management and Insurance Review*, 8(2), 257-278.
- Karayolları motorlu araçlar zorunlu mali sorumluluk sigortası primlerine ilişkin genelge. (2017). *Hazine ve Maliye Bakanlığı (2017/1)*.
- KPMG (2020). Sigorta sektörüne bakış. Erişim adresi <https://home.kpmg/tr/tr/home/gorusler/2020/01/ sektorel-bakis-2020-sigortacilik.html>

- Kunreuther, H. C., Pauly, M. V. ve McMorrow, S. (2013). *Insurance and behavioral economics: Improving decisions in the most misunderstood industry*. New York: Cambridge University Press. DOI: 10.1017/CBO9781139050319.
- Mahul, O. ve Stutley, C. J. (2010). *Government support to agricultural insurance: challenges and options for developing countries*. Washington DC: World Bank Publications. Erişim adresi <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/2432>
- Özcan, H. (2020). Turkish insurance market. *Turkey's economy from different perspectives after 1980*. (Ed. E. Yılmaz ve N. Tekeli). Berlin: Peter Lang. DOI: 10.3726/b16695.
- Park, S. C. ve Han, S. (2017). Externalities from driving luxury cars. *Risk Management and Insurance Review*, 20(3), 391-427. DOI: 10.1111/rmir.12085.
- Riegel, R. ve Miller, J. S. (1966). *Insurance principles and practices* (5. Baskı). New Jersey: Prentice-Hall.
- Seyfullahoğulları, Ç. A. ve Başoğlu, B. (2018). Türkiye’de özel sağlık sigortaları kapsamında prim üretimi ve gerçekleşen hasar analizi. *İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 15-27.
- Sigortacılık Kanunu (2007). *T.C. Resmî Gazete* (5684, 3 Haziran 2007).
- Soylu, A. B. ve Kırbeşoğlu, E. (2020). Dini inançların sigorta talebi üzerindeki etkileri: Fenomenolojik bir araştırma. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 55(3), 1524-1539
- Starc, A. ve Town, R. J. (2019). Externalities and benefit design in health insurance. *The Review of Economic Studies*, 1-32. DOI: 10.1093/restud/rdz052.
- Sukhdev, P. (2012). *Corporation 2020: Transforming business for tomorrow's world*. Washington DC: Island Press. DOI: 10.1002/pfi.21441.
- Swiss Re (2005). *World insurance in 2004: Growing premiums and stronger balance sheets*. Zurich: Swiss Re Institute.
- Swiss Re (2018). *World insurance in 2017: Solid, but mature life markets weigh on growth*. Zurich: Swiss Re Institute.
- Şengür, M. ve Taban, S. (2016). Gelir dağılımı-tasarruf ilişkisi: Türkiye’de hanehalkı gelir türünün tasarruflar üzerindeki etkisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1), 49-71.
- Türk Ticaret Kanunu. (2011). *T.C. Resmî Gazete* (6102, 13 Ocak 2011).
- TSB (2020a). *Resmi istatistikler*. Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği. Erişim adresi <https://www.tsb.org.tr/resmi-istatistikler.aspx?pageID=909>
- TSB (2020). *Türkiye Sigorta Birliği strateji raporu (2020-24)*. Erişim adresi <https://www.tsb.org>
- Uralcan, G. Ş. (2004). *Temel sigorta bilgileri ve sigorta sektörünün yapısal analizi*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Ünal, T. (1994). *Sigorta sektörünün ekonomik işlevi ve fon yaratma kapasitesi*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.

- Vickrey, W. (1968). Automobile accidents, tort law, externalities, and insurance: An economist's critique. *Law and Contemporary Problems*, 33(3), 464-487.
- Ward, D. ve Zurbruegg, R. (2000). Does insurance promote economic growth? evidence from OECD Countries. *The Journal of Risk and Insurance*, 67(4), 489-506
- Willett, A. H. (1901). *The economic theory of risk and insurance*, New York: The Columbia University Press, DOI: 10.9783/9781512808995.
- Wu, C. ve Colwell, P. F. (1988). Moral hazard and moral imperative. *The Journal of Risk and Insurance*, 55(1), 101-117. DOI: 10.2307/253283
- Yuca, H. (2012). *Bankacılık sektöründe takipteki krediler-teminat ilişkisi* (Yayınlanmamış doktora tezi). Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yücememiş, B., Akpınar, Ö. ve Okay, G. (2011). Türk sigorta sektöründe yabancı payının sektöre olası etkileri: AB perspektifinde değerlendirme. *Avrupa Araştırmaları Dergisi*, 19(1), 53-75.
- Zortuk, M. ve Ebeođlugil, F. (2016). Seçilmiş geçiş ekonomilerinde insani kalkınma ve sigorta ilişkisi: Ampirik bir çalışma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Afro-Avrasya Özel Sayısı, 378-395.

ÖRGÜTSEL DAVRANIŞ LİTERATÜRÜNDE YENİ BİR PERSPEKTİF: NÖROBİLİM

A NEW PERSPECTIVE IN THE ORGANIZATIONAL BEHAVIOUR LITERATURE: NEUROSCIENCE

Salih Zeki İMAMOĞLU⁽¹⁾, Neslihan LATİFOĞLU⁽²⁾, Hüseyin İNCE⁽³⁾

Öz: Örgütsel davranış çalışmaları farklı disiplinlerden beslenerek gelişimini sürdürmektedir. Bireysel düzeyde incelemeler için psikolojiden, örgütsel düzeyde incelemeler için sosyolojiden veya incelenen değişkenlere göre iki disiplinden de yararlanılmakta ve örgütsel davranış literatürü paradigma dönüşümünü sürdürmektedir. Teknolojik gelişmeler sonucu insan beyninin yakından incelenebilmesiyle elde edilen verilerin davranışların ardındaki gizli kalmış mekanizmaları ortaya çıkarmaya elverişli olması, örgütsel davranış araştırmalarında nörobilimden yararlanmayı gerekli kılmaktadır. Bu çalışma örgütsel davranışın nörobilimle ilişkisini ele almaktadır. Örgütsel davranışlara ilişkin mevcut teorilerin psikoloji ve sosyoloji yanında nörobilim perspektifi ile yeniden değerlendirilmesi, çalışan davranışlarını tahmin etmede eksik parçaların tamamlanmasına ve örgütsel ortamda çalışan davranışlarına ilişkin daha fazla bilgi aktarılmasına katkı sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Davranış, Nörobilim, Ayna Nöronlar

Abstract: *Organizational behavior studies continue to develop by feeding from different disciplines. psychology, sociology, or both disciplines are also utilized, and the organizational behavior literature continues the paradigm transformation. It is necessary to use neuroscience in organizational behavior research, as close examination of the human brain makes it convenient to reveal the hidden mechanisms behind behaviors. The study deals with the relationship between organizational behavior and neuroscience. Reevaluation of existing theories on organizational behavior with the perspective of neuroscience will contribute to completing the missing parts in predicting employee behavior and explaining more knowledge regarding employee behavior in the organizational environment.*

Keywords: *Organizational Behavior, Neuroscience, Mirror Neurons*

JEL: M10, D23

1. Giriş

İnsanın biyopsikososyal bir varlık olması onun davranışlarını bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirmemizi gerektirmektedir. İnsan davranışlarına yönelik bilimsel araştırmalar uzun süre sosyal ve biyolojik olmak üzere birbirine karşıt yaklaşımlar gibi değerlendirilmiştir. Fakat son yıllarda insan davranışlarının tam olarak anlaşılabilmesi için biyolojik ve sosyolojik düzeydeki incelemeler geliştirilen yeni yaklaşımlarla birbirine yaklaşmaktadır (Cacioppo, Berntson, Sheridan, ve McClintock, 2000). İnsan beyni 2000’li yıllara kadar insanoğlu için gizemli yolculuğunu sürdürmüştür. 2000’li yıllardan itibaren nörogörüntüleme tekniklerinin yaygınlaşmasıyla birlikte insan beyni hakkında çok sayıda bulgu elde edilmiştir. Tüm bu gelişmeler diğer bilim dalları gibi sosyal bilimlerin de dikkatini çekmiş ve nörobilimden yararlanmasını sağlamıştır (Carter, 2019). İnsanlar biyolojik

⁽¹⁾ Gebze Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Strateji Bilimi Bölümü; imamoglu@gtu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7160-2370

⁽²⁾ Gebze Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, neslihanlatifoglu@yahoo.com, ORCID: 0000-0001-9854-9277

⁽³⁾ Gebze Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İktisat Bölümü; h.ince@gtu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5953-6497

özelliklerinden dolayı içinde buldukları ortamdaki yoğun bir şekilde etkilenirler. Bu sosyal uyarlardan neden ve nasıl etkilendiğimizi açıklayabilmek için bireysel farklılıklarımız yanında biyolojik özelliklerimizi de göz önünde bulundurmak yararlı olacaktır (Mason, Dyer ve Norton, 2009).

Nöro örgütsel davranışa ilişkin araştırmalarla birlikte, örgüt ortamında beynin çalışanların davranışlarını ne ölçüde etkilediği hakkında fikir sahibi olunduğu söylenebilir. Bu durumun yöneticilerin çalışan davranışını daha iyi anlamasını sağlayarak daha etkin yönetim stratejileri geliştirmesine yardımcı olacağı düşünülmektedir (Beugré, 2010). Bu itibarla örgüt ortamında sosyal ve biyolojik faktörlerin bir arada değerlendirilmesi çelişki doğurmamaktadır. Çünkü, biyolojik etkiler sosyal etkilerin oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Dolayısıyla örgütsel nörobilimin sosyal etkiyi kolaylaştıran anatomik yapıyı keşfederek daha geniş bir bakış açısı sunduğu söylenebilir (Becker, Cropanzano ve Sanfey, 2011).

Örgüte ilişkin araştırmalarda nörobilimden yararlanılması, iktisadi teorilerin psikolojiden sonra nörolojiden de yararlanmasıyla başlamıştır. Nöroekonomi ile insanların ekonomik davranışları ve karar verme mekanizmaları hakkında teoriler geliştirilerek deneysel çalışmalar yapılmış, nöropazarlama çalışmaları ile de insan beyninin reklam ve pazarlama stratejilerinden ne ölçüde etkilendiği hakkında araştırmalar yapılmıştır (Camerer, Loewenstein ve Prelec, 2005; Lee, Broderick ve Chamberlain, 2007). Örgütteki ekonomik ve yönetsel problemleri analiz etmek için insan beyninin ve zihinsel süreçlerin faaliyetlerini inceleyen nöro yönetim yaklaşımı, örgüt ve çalışanlar yararına pozitif duygular geliştirmek için de içsel motivasyonlardan ve ödül sistemlerinden yararlanmaktadır (Klos, 2018; Teacu-Parincu, Capatina, Varon, Bennet ve Recuerda, 2020). Liderlerin hem kendilerinin hem de diğer insanların beynini yönetmesi anlamına gelen nöroliderlik kavramı; sorunları çözme ve karar verme, duyguları düzenleme, diğer insanlarla işbirliği yapma ve değişimi kolaylaştırma becerileriyle ilişkilendirilmiştir (Rock, 2010; Ghadiri, Habermacher ve Peters, 2013). Çalışanların örgüt ortamında sergilediği davranışların beyinlerinden nasıl etkilendiğini hem teorik hem de uygulamalı olarak açıklamak için nöro örgütsel davranış alanı geliştirilmiştir (Beugré, 2010). Nörobilim araçlarından yararlanarak açıklanan örgütsel olgulardan bazıları; ödüllendirme, değişim, karar verme, adalet, empati ve örgütsel ortamda etkileşim şeklindedir.

Bu çalışmada örgütsel davranışları nörobilimden yararlanarak inceleyen yaklaşımlar ve ilgili nörogörüntüleme çalışmalarının ana sonuçları özetlenmektedir. Ayrıca örgütsel teorileri ve uygulamaları açıklamak için üzerinde durulan bir diğer konu da ayna nöron sistemidir. Sosyal etkileşim sırasında çalışanlar birbirlerinin niyetlerini simüle ederler. Bu simülasyon, karşıdaki kişinin beyninde meydana gelenleri kopyalayan ayna nöronlar aracılığıyla gerçekleşir (Becker ve Cropanzano, 2010; Holmes, 2013). Karşıdaki kişiyi anlama ve hissettiklerini hissetme yeteneği olan empatiyle de ilişkili olan ayna nöronlar sayesinde sosyal etkileşim sırasında insanlar birbirlerinden etkilenir ve birbirlerinin değişen durumlarına uyumlanırlar (Dumas, Nadel, Soussignan, Martinerie ve Garnero, 2010; Holmes, 2013). Dolayısıyla bu çalışma, örgütsel davranış literatüründe henüz yeni olan nörobilim kavramının örgüt içi uygulama alanlarını bir araya getirerek araştırmacılara incelemeleri sırasında insan beynine ilişkin faktörleri en azından teorik olarak göz önünde bulundurmaları noktasında katkı sağlamaktadır. Özellikle Türkçe yazında örgütsel davranışa ilişkin araştırmalarda nörobilimden uygulamalı olarak yararlanan herhangi bir çalışma bulunmaması, araştırmacılara bu yönde faaliyette bulunabilecekleri uygulama

alanlarını sunması ve örgütsel davranış literatürünü araştırmacıların farklı bir perspektifle değerlendirmesi açısından faydalı olacağı düşünülmektedir.

2. Nörobilim Kavramı ve Nörobilimin Sosyal Bilimlerde Kullanılması

İnsan beyni ile ilgili araştırmalar yapıldığına dair bulgular MÖ 4000 yılına kadar uzanmaktadır. Yirminci yüzyılın başlarına kadar bu alanda yapılan incelemeler sayıca az olmakla birlikte 1970'li yıllarda beyin tarama tekniklerinin geliştirilmesiyle çok sayıda gelişme kaydedilmiştir. Özellikle 2000'li yıllardan sonra geliştirilen fonksiyonel MRI (fMRI) ve EEG gibi görüntüleme teknikleri, insanların düşünsel ve eylemsel faaliyetleri sırasında beyinlerinde meydana gelen değişimlerin (elektriksel aktivite) kaydedilmesine ve yorumlanmasına imkan tanımaktadır (Carter, 2019). İnsan beyninin yapısı ve işleyişi hakkında elde edilen çok sayıda veri diğer bilim dallarının da bu alanda araştırma yapmasını sağlamış ve nörobilimin disiplinlerarası bir alan olmasına yol açmıştır. Bu bağlamda; nöropsikoloji, nörohukuk, nörofelsefe, nöroetik, nörotarih, nöropazarlama, nöroekonomi, nöroliderlik alanlarında birçok çalışma ve örgütsel davranışa nörobilimsel açıdan yaklaşan araştırmalar bulunmaktadır (Beugré, 2009; Ashkanasy, Becker ve Waldman, 2014; Sezgin ve Uçar, 2015; Reisman, 2016).

İnsan beynine yönelik araştırmaların sosyal bilimlere yansması 1900'lü yılların başında Sigmund Freud'un bilinçaltı kavramını geliştirmesiyle başlamıştır (Muckenhoupt, 1939). Daha sonra Pavlov, köpekler üzerinde uyguladığı deneyler sırasında koşullu refleksleri keşfetmiştir. Koşullu refleksler, sinir sistemine sahip organizmalarda hayati bir aktivite sırasında yeni reflekslerin ortaya çıkmasıyla oluşmaktadır (Dunin-Barkowski ve Solovyeva, 2018). Davranışçı öğrenme kuramlarından olan Pavlov'un klasik koşullanma kuramı temelde refleks sonucu organizmaların tutumlarının değişmesi ve yeni tutumlar kazanması ilkesine dayanması itibarıyla eğitim bilimlerinde sıklıkla kullanılmaktadır. 1930'lu yıllarda Skinner tarafından geliştirilen mekanizma sonucu davranışların ödül ve ceza ile pekiştirilerek öğrenilebileceği bulgulanmıştır. Takip eden yıllarda deneysel psikoloji çalışmaları neticesinde ödül ve cezanın nöral mekanizmalar aracılığıyla (elektriksel uyarım) beyinde gerçekleştiği ortaya koyulmuştur (Olds ve Milner, 1954; Grossberg, 1972).

1970'li ve 80'li yıllarda beyin tarama tekniklerinin geliştirilmesi (PET, SPECT, MRI, MEG) beyin yarımküreleri hakkında araştırmacıların çok daha fazla bilgi sahibi olmasını sağlamıştır. 1995 yılında; İtalya'da Giacomo Rizzolatti'nin Parma Üniversitesindeki ekibi, makak maymunlarında ayna nöronları keşfetmiştir. Buna göre bir maymun bir görevi yerine getiren başka birini gözlemlediğinde premotor korteksindeki (karmaşık bilişsel ve davranışsal süreçleri kontrol ve koordinasyonla ilgilidir) nöronlar bu eylemleri yansıtmaktadır. Yani gözlemci hayvanın beyninin bu eylemi sanki kendisi gerçekleştiriyormuş gibi karşılık vermesidir. Sonraki araştırmalar insanların da ayna nöronlara sahip olduğunu ortaya çıkarmıştır (Rizzolatti ve Craighero, 2004). Ayna nöronlar; diğer insanların eylemlerini gözlemlerken aynı nöronların bizde de ateşlenmesine yol açan görsel uzamsal nöronlardır ve bu nöronların birçok gelişmiş insan davranışı ve düşüncesinden sorumlu olduğu bulgulanmıştır (Acharya ve Shukla, 2012). Ayna nöronlar; insanların aynı ortamda bulunması sonucu beyinlerinde aynı nöronların ateşlenmesini sağlaması itibarıyla sosyal ilişkilerin temel dinamiklerinden biri olan empatiyi (Carr, Iacoboni, Dubeaut, Mazziotta ve Lenzi, 2003) ve açıkça bizlere öğretilmeden oluşan kültürün dinamosu

olan taklidi meydana getirirler (Barry, 2009). Ayna nöronların, insan ilişkileri ve davranışlarının altında yatan nöral mekanizmaları anlamaya yardımcı olması itibarıyla nörobilim ve sosyal bilimler arasında köprü vazifesi gördüğü söylenebilir.

2.1. Nörobilimin Yönetim Araştırmalarında Kullanılması

2000'li yılların başında fonksiyonel görüntüleme tekniklerinin (fMRI, EEG, QEEG) bulunması insan davranışlarının, duygularının ve düşüncelerinin beyindeki karşılıklarının (elektriksel aktivite) görüntülenmesine imkan tanımıştır (Carter, 2019). Örgüte ilişkin araştırmaların nörobilim ışığında gerçekleştirilmesi iktisadi teorilerin psikolojiden sonra nörolojiden de yararlanmasıyla başlamıştır. Nörobilim uygulamaları ile duygu ve düşüncelerin doğrudan ölçülmeye başlanması insanların ekonomik davranışları ve özellikle karar verme mekanizmaları hakkında yeni teorilerin geliştirilmesine fırsat vererek nöroekonomi disiplini doğurmuştur (Camerer ve diğerleri, 2005). Nöropazarlama çalışmaları ise reklam ve pazarlama stratejilerinin insan beyni üzerinde yarattığı fizyolojik değişimlere odaklanmaktadır. Nörogörüntüleme tekniklerinden yararlanarak bir reklam gösterimi sırasında beyin aktivitelerindeki değişim ölçülerek uygulanan stratejilerin etkinliği değerlendirilmektedir (Walter, Ciaramidaro ve Erk, 2005; Lee ve diğerleri, 2007).

2.1.1. Nöro-Yönetim

Geleneksel yönetim faaliyetlerinin beyin aktivitesi ve zihinsel süreçler bağlamında incelenmesi sonucu ortaya çıkan nöro-yönetim yaklaşımı bilimsel bir yönetim alanıdır. Örgütteki ekonomik ve yönetsel problemleri analiz etmek için örgütsel teorilere ek olarak insan beyninin ve zihinsel süreçlerin faaliyetlerini inceleme kapsamına almaktadır (Teacu-Parincu ve diğerleri, 2020). Nörobilim, yönetim araştırmalarında yararlanılabilecek birçok teknik ve paradigma sunmaktadır. Bu bağlamda nörogörüntüleme araçları (fMRI, EEG, elektromiyografi (EMG), yakın kızılötesi teknolojisine dayanan yeni yöntemler –Near Infrared Spektroskopisi (NIRS) ve transkraniyal manyetik stimülasyon (TMS)) kullanılarak yönetime ilişkin sorunlar daha geniş bir perspektiften çözümlenebilmektedir (Balconi ve Venturella, 2017). Bu araçlar sayesinde yöneticinin çalışanlarla etkileşimi sırasında kullandığı liderlik tarzından tarafların nasıl etkilendiği incelenebilmektedir (Venturella, Gatti, Vanutelli, ve Balconi, 2017).

Ayrıca nöro-yönetim uygulamaları insanın karar alma sürecini derinlemesine incelemeyi de esas almıştır. Yani, yönetim bağlamında beynin davranışa bağlı kararları nasıl aldığına dair daha iyi bir model geliştirmek ve yönetim karar süreçlerini belirlemek için nörobilim araçlarını ve tekniklerini kullanmaktadır (Satpath, Mishra ve Rath, 2014). Çalışanları yönetirken beyin mekanizmalarının nasıl çalıştığına dair elde edilen bilgi sayesinde sosyal etkileşimi geliştirmekle birlikte örgüt faaliyetlerini yerine getirmede çalışanların katılımını artırmak ve onları daha sistemli bir şekilde motive etmek de mümkün olmaktadır (Klos, 2018). Öte yandan beynin karar verme sırasındaki nörobiyolojik yapısı incelenebilmektedir. Zira beynin çeşitli biyolojik mekanizmalardan topladığı bilgiler karar verme sürecine katkıda bulunmaktadır (Yousaf ve Rehman, 2017). Balconi ve Fronda (2020), örgütsel bağlamda bireylerin ahlaki karar verme süreçlerinin serebral ve davranışsal korelasyonlarını anlamak için bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çerçevede; bireylerin kendilerinin veya başkalarının çıkarları söz konusu olduğunda beyinlerinin ventromedial ve dorsalateral frontal gibi bazı alanlarında daha fazla aktivasyon olduğu gözlenmiştir (Balconi ve Fronda, 2020).

2.1.2. Nöro-Liderlik

Yakın tarihe kadar etkili lider; sonuç alabilen, çıtayı sürekli yükselten ve çalışanları üretken olmaya zorlayan kişi olarak tanımlanmaktaydı. Bu amaçlara ulaşabilmek için başvurulan yönetim uygulamaları ise çalışan motivasyonunu artırmak, çalışanı örgütte tutma stratejileri uygulamak ve ilişkileri güven çerçevesinde yürütmek şeklindeydi. Günümüzde ise nörobilimden yararlanarak liderlik davranışlarının nasıl geliştirileceğine dair çok daha fazla seçenek bulunmaktadır (Schaufenbuel, 2014). Nörobilim ışığı altında liderler ve çalışanlar arasındaki ilişkinin temel dinamikleri hakkında daha derinden fikir edinilebilir. Liderin sorumluluklarından birinin çalışanlara ilham vermek ve onları motive etmek olduğu bilinmektedir. Eğer bu yönde etkileşim sağlanamazsa; yani, lider çalışanlara sürekli tehditler savurur, onları aşağılar ve hep sorunlara odaklanırsa bu durum çalışanların beyinlerinin benzer bölgelerini harekete geçirerek liderden uzaklaşmalarına neden olur (Boyatzis, Passarelli, Koenig, Lowe, Mathew, Stoller ve Phillips, 2012; Boyatzis, 2014).

Kişinin kendinin ve diğer insanların beynini yönetmesi olarak tanımlanabilen nöroliderlik (Ghadiri ve diğerleri, 2013) terimi ilk olarak David Rock tarafından 2006'da kullanılmıştır. Nörobilimin liderin davranışı ile gelişimi arasındaki boşluğu dolduracağını savunan Rock (2010) nöroliderlik terimini dört temel liderlik becerisiyle ilişkilendirmiştir. Bunlar; sorunları çözme ve karar verme becerisi, duyguları düzenleme yeteneği, diğer insanlarla işbirliği yapma yeteneği ve değişimi kolaylaştırma yeteneği şeklindedir (Rock, 2010). Bir örgütte çalışanların yöneticilerini benimsemesinde, örgüt normlarını içselleştirmesinde ve kendilerini grup içinde hissetmesinde kolektif kimlik oluşumunun etkisi yadsınmaz. Örgüt liderinin etkisiyle grup üyeleri ortak değerler, çıkarlar ve hedefler oluşturarak kolektif bir benlik kavramı geliştirebilir (Brewer, 2001). Molenberghs ve arkadaşları (2017) Avustralya'da bulunan iki siyasi partinin (liberal, emekçi) destekçileri üzerinde yaptıkları araştırmada katılımcılara grup içi ve grup dışı liderler tarafından yapılan ilham verici ve kolektif odaklı ile ilham verici olmayan kişisel odaklı ifadeler sundular. Görüntüleme verileri; grup içi liderlerin ilham verici ifadelerinin genellikle anlama ilişkin bilgi düzenlemenin kontrolünde yer alan beyin bölgelerinde aktivasyon artışına neden olduğunu göstermiştir. Grup dışı liderler için bu bölgelerdeki aktivasyon ise ilham verici olmayan ifadelerle ilişkilendirilmiştir. Ayrıca grup içi liderlerin ilham verici olmayan ifadeleri, bir kişinin zihinsel durumu hakkında mantık yürütmeyle alakalı bir alan olan medial prefrontal kortekste aktivasyon artışına neden oldu. Araştırmacılar bu sonuçları çalışanların aynı ifadeleri liderlerin grup üyeliğine bağlı olarak farklı bir şekilde değerlendirdiklerini bu nedenle paylaşılan kimliğin ilham verici liderlik iletişimi için güçlendirici olarak hareket ettiği şeklinde yorumlamışlardır (Molenberghs, Prochilo, Steffens, Zacher ve Haslam, 2017).

Balthazard ve arkadaşları (2012) yaptıkları çalışmada, dönüşümcü ve dönüşümcü olmayan liderlerin arasındaki farkı nörofizyolojik görüntülemeye dayalı olarak (qEEG yöntemi ile) açıklamaya çalışmışlardır. Dönüşümcü liderlerin kaygı düzeylerini minimumda tutma eğiliminde olduklarını ve zor durumlarda bile duygularını kontrol etme eğiliminde olduklarını ileri süren yazarlar araştırmalarında dönüşümcü liderlerin beyinlerinin sol yarım küresinde daha az bağlantıya ve sağ yarım küresinde daha fazla bağlantıya rastlamışlardır (Balthazard, Waldman, Thatcher ve Hannah, 2012). Her bireyin beyin yarım küreleri arasında farklılık bulunuyorken sol yarımkürenin, akıl yürütme ve karar verme sürecindeki ayrıntıları bireylerin rasyonel ve analitik bir şekilde değerlendirmesinden sorumlu olduğu ifade edilmektedir (Hellige, 1990). İşletme alanında geliştirilen tüm nöro uzantılı

yaklaşımlar gibi nöroliderliğe ilişkin araştırmalar da devam etmekte olup bu çalışmalar teorik bağlamda yeterli düzeye geldiğinde örgütler açısından uygulanabilir pek çok yöntem geliştirilerek yönetim etkinliğinin artırılacağı düşünülmektedir.

Öte yandan nörobilim araçlarından yararlanarak geliştirilen araştırmalarla örgütlerde kullanılacak daha etkin yönetim metotları geliştirilebilir. Ancak, üzerinde durulması gereken bir başka konu da bu çalışmaları gerçekleştirirken kişileri değerlendirmede etik hassasiyete riayet edilmesi gerektiğidir. Bu bağlamda Lindebaum (2013), nörobilim ile liderlik çalışmalarını entegre ederken etik hususların göz ardı edildiğini ileri sürerek daha önceden belirlenen ve popülerleştirilen lider davranışlarının ayrımcılığa yol açacağını ileri sürmektedir (Lindebaum, 2013).

2.1.3. Örgütsel Ortamda Etkileşim: Ayna Nöronlar

İlk olarak makak maymunlarının beyninin motor hareketlerden sorumlu bölgesinde keşfedilen ayna nöronlar daha sonra yapılan araştırmalarla insanlarda da tespit edilmiş yalnız insan beyninde motor hareketlerden sorumlu bölge yanında duygu, his ve hatta niyetlerle ilgili bölgede de yer aldığı bulunmuştur. İnsanların sosyal etkileşiminde önemli rol oynadığı düşünülen ayna nöronlar sayesinde birini gözlemlerken o eylemi sanki kendimiz gerçekleştiriyormuşuz gibi beynimizde karşımızdaki kişi ile aynı nöronlar ateşlenmektedir. Böylece insanlarda başkalarının ne hissettiği ve ne yaptığını anlama kabiliyeti oluşur ve bu da taklit etmenin nöral temeli olarak yorumlanmaktadır (Rizzolatti ve Craighero, 2004; Carter, 2019). Örgüt içinde çalışanlar belirlenen hedefleri gerçekleştirmek için birbirleriyle sürekli etkileşim halindedirler. Bu etkileşimin kalitesinin örgüt başarısında önemli katkısı olduğu herkes tarafından kabul edilmektedir. Etkileşim sırasında çalışanlar birbirlerinin niyetlerini simüle ederler. Bu simülasyon, karşıdaki kişinin beyninde meydana gelenleri kopyalayan ayna nöronlar aracılığıyla gerçekleşir. Beyin aktivitesini yansıtmaya yeteneği sayesinde beyinden beyine bağlantı oluşur. Bu nedenle ayna nöronlar karşıdaki kişiyi anlama ve hissettiklerini hissetme yeteneği olan empatiyle de yoğun bir şekilde ilişkilidir (Holmes, 2013). Sosyal etkileşim sırasında insanlar birbirlerinden etkilenir ve birbirlerinin değişen durumlarına uyumlanırlar. Bu uyumu gerçekleştiren ve beyinler arası senkronizasyonu sağlayan ayna nöronlardır (Dumas ve diğerleri, 2010). Her ne kadar nörobilim örgütsel davranış literatürüne çok uzak olsa da örgütsel ortamda yöneten ve yönetilen insanların beyin mekanizmalarının nasıl işlediği ve koordinasyona temel oluşturan karşılıklı etkileşimin nasıl gerçekleştiği hakkında bilgi sahibi olmanın hem örgütsel araştırmacılara hem de örgüt yöneticilerine daha etkin ve verimli bir yönetim perspektifi sağlayacağı düşünülmektedir.

Ayrıca, Becker ve Cropanzano (2010) nörobilimde örgütsel teorileri ve uygulamaları açıklamak için ayna nöronların kullanışlı olacağını ileri sürmektedir. Buna göre, ayna nöron sistemi çalışma gruplarında örgütsel iklimlerin nasıl ortaya çıktığını anlamada yararlı olabilir. Çünkü çalışanlar ayna nöronlar sayesinde otomatik olarak birbirlerinin davranışlarını ve duygularını taklit etmektedirler. Böylece grup üyeleri arasında roller ortaya çıkmakta ve sessiz koordinasyon oluşmaktadır. Ayrıca ayna nöronlar sayesinde grup ikliminin oluşumunda grupla doğrudan etkileşimi olmayan liderlerden daha çok gruptaki öncü üyelerin (informal liderler) etkili olacağı ifade edilmektedir (Becker ve Cropanzano, 2010). Ayna nöronlar grup içi ilişkiler üzerinde etkilidir. Grup içi ilişkilerde motor taklidinin bir sonraki boyutu çalışanların birbirlerine benzemesi ve benzedikçe birbirlerini daha çok sevmesi şeklinde kendini gösteren bukalemun etkisidir. Ayna nöronlar sayesinde çalışanların duygularının grup içinde hızla yayılacağı ve duygudaşlık oluşacağı belirtilmektedir (Becker ve diğerleri, 2011).

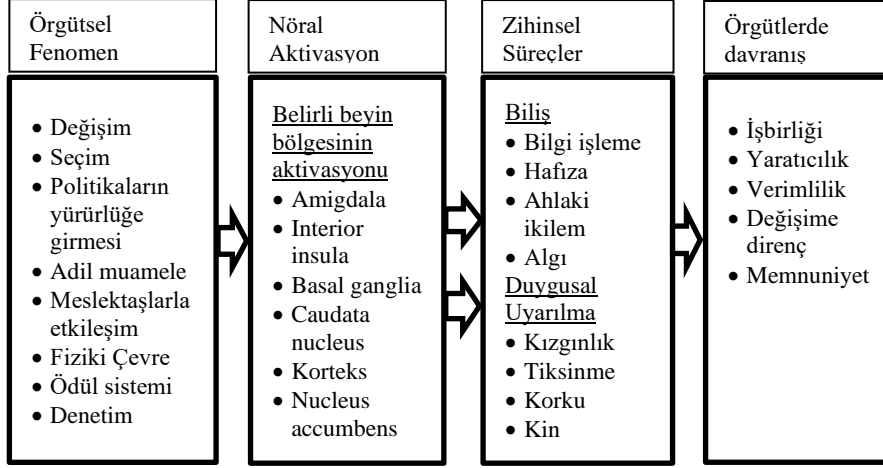
Ayna nöronların insan beyninde oluşturduğu işlevlerden biri de taklit yoluyla öğrenmedir. Başkalarının eylemlerini kendi motor sistemimize haritalayarak anlayabilmemiz için ayna nöronlar eylemlerin ortak temsiline izin veren bir mekanizma sağlarlar. Motor bir becerinin öğrenilmesinde ilk aşama genellikle eğitmenin hareketlerini gözleyerek tekrarlama şeklindedir. Ayna nöronlar bu tip öğrenmeyi kolaylaştırabilir (Gallase ve Goldman, 1998; Kaplan ve Iacoboni, 2006). Bandura ve arkadaşları (1961), Bobo bebek deneyinde izlenen modellerin eyleminden sonra izleyen kişinin kendi davranışlarını şekillendirerek öğrendiğini ifade etmiştir. Bandura bu olguya gözlemsel öğrenme adını vererek etkili öğrenme için; dikkat, akılda tutma, karşılıklı etki ve motivasyon unsurlarına değinmiştir (Bandura, Ross ve Ross, 1961; Nabavi, 2012). Kanadalı psikolog Donald Hebb de çalışmasında öğrenmeyi nörolojik açıdan beynimizde gerçekleşen fizyolojik bir olay olarak tanımlamış ve yeni şeyler öğrenerek beynimizi değiştirebileceğimizi ve bu değişikliklerin nöral düzeyde gerçekleştiğinden bahsetmiştir. Buna göre insan beyni sinapslar arası farklı bağlantılar kurarak kendini yenileyebilir ve yeni beceriler elde edebilir (Acharya ve Shukla, 2012).

2.2. Nörobilimin Örgütsel Davranışların İncelenmesinde Kullanılması

Sosyal bilişsel nörobilim; çevremize ilişkin deneyimlerimizin oluşmasını sağlayan zihinsel mekanizmaları incelemek için sosyal psikoloji, ekonomi ve siyaset bilimi gibi sosyal bilim alanlarının teorilerini bilişsel nörobilim araçlarıyla birleştiren disiplinlerarası bir alandır (Lieberman, 2007). Örgütsel ortamda çalışan davranışlarını açıklamak için de sosyal bilişsel nörobilimin uygulamalı biçimi olarak değerlendirilen örgütsel bilişsel nörobilim kavramı, örgüt kuramları ve nörobilim literatürüne dayalı teorik çerçeve sunmaktadır. Örgütsel bilişsel nörobilim, birey ve grup düzeyinde çalışan davranışlarının sosyal psikoloji ve bilişsel psikoloji düzeyinde incelenmesi yanında beyin süreçlerinin ve aktivitelerinin de gözetilmesini amaçlamaktadır (Butler ve Senior, 2007; Senior, Lee ve Butler, 2011).

Örgütsel davranışçılar zihinsel süreçlere önem vermelerine rağmen çalışanların davranışlarını açıklamada yalnızca bilişsel süreçleri (bilgi işleme, hafıza, algı) ve duygusal durumları (öfke, kızgınlık, hayal kırıklığı) kullanmışlardır. Bu açıdan örgütsel çalışmalarda eksik olan bilişsel nörobilim bakış açısının çalışanların davranışları, karar verme mekanizmaları ve etkileşimlerinin altında yatan süreçlerin beyne dayalı incelenmesi sonucu örgütsel bilişsel nörobilim ile tamamlanabileceği ifade edilmektedir (Butler ve Senior, 2007; Lee ve diğerleri, 2007).

Beugré (2010), örgütsel olayların insan beynindeki nöral devreleri nasıl aktive ettiğini gösterdiği çalışmasında bazı beyin bölgelerinin bilişsel süreçleri ve bazılarının da duygusal uyarılmayı içerdiği zihinsel süreçleri aktarmaktadır. Şekil 1’de görüldüğü üzere ventromedial prefrontal korteks, çekirdek akkübens ve amigdala duygusal uyarılmayla ilişkiliyken prefrontal korteks; uzun vadeli planlama ve gelecekteki olayların beklentisiyle ilgili olması nedeniyle nöro-örgütsel davranış, nöral devre sistemini çalışanların davranışlarını açıklamada temel alır (Beugré, 2010).



Kaynak: Beugré, 2010

Şekil 1. Örgütsel Davranışların Nöral Temelleri

Nörobilimin örgütsel davranış alanı için çok eski olduğu söylenemez. Erkal ve arkadaşları (2017) yaptıkları tematik incelemede örgütsel bağlamda nörobilime ilişkin çalışmaların 2010 yılı sonrasında yoğunlaştığını ifade etmişlerdir (Erkal, Tatarlar ve Kesken, 2017). Dolayısıyla disiplinler arası bu alana yönelik çalışmaların hem teorik hem de uygulamalı olarak yeterli düzeye ulaştığı söylenemez.

Beugré (2010) örgütlerin faaliyetlerini sürdürürken amaçlarına daha hızlı ulaşmalarına ve çevrelerine karşı fark yaratmalarına yardımcı olabilecek bu alana yönelik konuyla ilgili çalışmasında verdiği örnekte; yöneticilerin son teslim tarihi yaklaşan bir ürünün üretimi konusunda çalışanların üzerinde baskı oluşturmadan önce bu baskının duygusal reaksiyonlardan sorumlu beyin bölgelerini harekete geçirdiğini bilmesi, bu konudaki kararlarında bir kere daha düşünmesini sağlayabileceğini ifade etmiştir. Çalışanların örgüt ortamında sergilediği davranış türlerinin beyinlerinden nasıl etkilendiğini hem teorik hem de uygulamalı olarak açıklamaya çalışmak için nöro-örgütsel davranış alanı geliştirilmiştir. Örgütsel araştırmacılar bu alanda gerçekleştirdikleri çalışmalar ile yalnızca davranış türlerinin sorumlu olduğu beynin ilgili bölümlerini tespit etmekle kalmayıp aynı zamanda çalışan davranışlarını tahmin etmeye yarayacak stratejiler de geliştirebileceklerdir (Beugré, 2010).

3. Örgütlerin Nörobilimden Yararlanma Aşamaları

Çalışanların örgüt ortamında sergilediği davranış türlerinin beyinlerinden nasıl etkilendiğini hem teorik hem de uygulamalı olarak açıklamaya çalışmak için nöro-örgütsel davranış alanı geliştirilmiştir. Örgütsel araştırmacılar bu alanda gerçekleştirdikleri çalışmalar ile yalnızca davranış türlerinin sorumlu olduğu beynin ilgili bölümlerini tespit etmekle kalmayıp aynı zamanda çalışan davranışlarını tahmin etmeye yarayacak stratejiler de geliştirebileceklerdir (Beugre, 2010). Bu bağlamda; ödüllendirme, değişim, karar verme, adalet ve empati gibi olguların incelenmesinin çalışan davranışlarını açıklamada yararlı olabileceği düşünülmektedir.

3.1. Ödüllendirme

İnsan beyninin fMRI görüntüleme cihazı ile incelenmesi sırasında birtakım ödüllendirici uyarıların aktive ettiği bölgeler tespit edilmiştir. Uyarıcının çeşidine

göre aktif yapılar değişmekle birlikte en belirgin tepki orbitofrontal korteks (OFC) (duygu ve duyguyla ilişkili öğrenmede rol oynar), amigdala (duygusal tepkisellik ve duygusal öğrenmede rol oynar ayrıca hafıza ve dikkat gibi ek bilişsel süreçleri düzenler) ve nükleus akkümbeşte (NAc) (ödül merkezi olması yanında eylem seçimi, hedeflerin daha verimli bir şekilde elde edilmesi için uygunsuz eylemleri bastırmada rol oynar) görülmüştür. Buna göre çalışanların fizyolojik ihtiyaçlarını karşılayan birincil ve ikincil ödüller (örn. maaş, pirim, çalışma ortamı konforu) yanında sosyal uyarıların (örn. saygınlık, terfi, işbirliği) da OFC, amigdala ve NAc'i aktive ettiği gözlenmiştir (Gallagher ve Chiba, 1996; O'Doherty, Kringelbach, Rolls, Hornak ve Andrews, 2001; Walter ve diğerleri, 2005; Floresco, 2015).

Zak ve Nadler (2010) araştırmalarında örgütü büyütmek için yöneticilere tavsiye niteliğinde birtakım tekniklerden bahsetmiştir. Bunlardan biri de çalışanlarda beklenti oluşturmaktır. Beynin dopamin ödül sistemi, motivasyon yanında hedeflere ulaşma dürtüsü ile de ilişkilidir. Bu nedenle çalışanlara ulaşılabilir hedefler belirleyerek bu hedeflere ulaşıldığında hemen ödüller verilerek bu sistem kullanılabilir. Bu sayede enerjilerinden ve yaratıcılıklarından en iyi şekilde yararlanılabilir (Zak ve Nadler, 2010).

3.2. Değişim

Örgütler hızla değişen teknolojiye ve çevre koşullarına ayak uydurabilmek, kendilerini bu değişime adapte etmek ve hatta bazı durumlarda rekabet üstünlüğü elde edebilmek için değişimi kendileri başlatmak zorunda kalır. Fakat çoğu zaman örgütler çevrelerindeki değişime uyum sürecinde iç dirençle karşılaşır ve bu durum örgütsel faaliyetleri olumsuz yönde etkiler. Luffman (2019) çalışmasında beynin düzenli olarak yapılan şeylerin daha kolay yapılmasını sağlamak için kendini yeniden düzenleme yeteneğinden (nöroplastisite) bahsetmektedir. Buna göre; birbiriyle düzenli olarak iletişim kuran nöronların bağlantıları güçlenir, az kullanılanlar ise zayıflar ve parçalanır. Yani beyin yapıları kullanımla hatta bazı çalışmalara göre düşünmeyle dahi büyüebilmekte veya küçülebilmektedir. Yeni bağlantıların kurulabilmesi için ise ilgili işlemle etkileşim ve tekrarlamının altı çizilmektedir. Burada asıl dikkat çekici husus ise değişim için fiziksel olarak bir işi yapmak yanında zihinsel olarak değişim olgusuna hazırlanıldığında dahi beynin bu sürece cevap verecek olmasıdır (Luffman, 2019).

Çalışanlar alışlagelen görevlerini yerine getirirken beyinlerinde bazal gangliyonlar (hareketlerin kontrol edilmesi yanında öğrenme gibi bilişsel işlevler, motivasyon ve duygularda da rol oynar) aktive olmaktadır. Rutinlerinde meydana gelen değişim ise amigdalayı ve duygusal ifadelerle yol açan orbital frontal korteksi aktive etmektedir. Yeni aktiviteleri kabullenmek daha fazla bilişsel çaba gerektiren prefrontal korteksin faaliyetini gerektirdiği için çalışanlar değişime direnç gösterebilirler (Beugré, 2010). Belirli bir amaca yönelik verilen mesaj niteliğindeki ilk uyarının çalışanların davranışını değiştirmeye istekli olup olmadığını belirleyen ventral medial prefrontal korteksi aktive etmede daha etkili olduğu belirtilmektedir. Oluşturulacak davranışın tutarlı olması gerektiğinin de altı çizilerek davranışsal alışkanlıkla ilişkili sinapsların (nöronların birbiri ile bağlantı kurduğu noktalar) güçlendirilmesinin sağlanmış olacağı ifade edilmektedir. Davranış alışkanlık haline geldiğinde ise dopamin üretmek için bu parasal olmayan bir ödülle kutlanmalıdır. Çünkü, böylece çalışanlar yeni alışkanlığı harekete geçirmek için sürekli olarak motive olurlar (Juhro ve Aulia, 2018).

3.3. Karar verme

Örgütler önceden belirledikleri amaçlar doğrultusunda faaliyetlerini sürdürmek ve karşılaştıkları alternatiflerden en uygun olanını seçmek için karar vermek zorundadırlar. Bu seçim sırasında insanlar tüm bilgilere sahip olmadıkları için tam anlamıyla rasyonel davranamazlar ve tatmin edici olan alternatifi seçerler (Simon, 1955). Davranışların sonucunda karşılaşılan ödül ve cezalar amigdala vasıtasıyla duygusal-bedensel durumları etkiler. Belirsiz bir sonuç karşısında kararların nasıl alındığına yönelik geliştirilen bir teori olan somatik-marker hipotezine göre kararların gelecekteki sonuçları tartışılırken duygusal/bedensel durumlar ile eldeki seçenekler avantajlı veya dezavantajlı olarak değerlendirilir. Kişi bu alternatifleri hatırladığında geçmişte bu davranışın tetiklediği somatik durum ventromedial prefrontal korteks tarafından beyinde yeniden canlandırılır (Naqvi, Shiv ve Bechara, 2006). Bechara ve arkadaşları (2000) prefrontal korteksinde (PFC) lezyonları olan hastaları ve sağlıklı katılımcıları içeren çalışmalarında duygusal kusurların karar verme bozukluğuna yol açtığını ve ventromedial PFC'in karar verme için özellikle önemli olduğunu bulmuşlardır (Bechara, Damasio ve Damasio, 2000).

Stanton (2010) çalışmasında karar vermenin hormonlarla ilişkili olduğunu belirtmiştir. Firmalar çalışanlarının hormonlarını neyin etkilediğini tespit ederek firmayı ve çalışanları olumsuz etkileyen faktörleri (yüksek stres altında iyi performans gösteremeyen çalışanları etkileyen stres hormonları olduğu gibi bazı çalışanlar yüksek stres altında daha iyi performans gösterebilmektedir) engelleyebilir. Hormonal değişimleri ve bunların çalışanların sağlığına ve işteki başarılarına etkisinin farkında olan bir örgüt diğer örgütler karşısında daha fazla avantaja sahiptir (Stanton, 2010).

3.4. Adalet

Çalışanların örgütte kendilerine nasıl davranıldığına dair vardıkları kanaat olarak nitelendirilebilecek bir ahlaki ölçüt olan örgütsel adalet duygusu insanların grup halinde daha etkin çalışmalarını sağlayacak bir sinerji oluşumuna yardımcı olmaktadır. Adalet, çalışanların işverenlerle ilişkisinin özünü ifade ettiği gibi adaletsizlik, içinde bulunulan örgütle bağların kopmasına sebep olan bir olgudur. Adaletsizlik hem bireysel hem de örgütsel olarak zarar verici özelliklere sahiptir (Cropanzano, Bowen ve Gilliland, 2007). Yaptıkları araştırmada fMRI kullanan Sanfey ve arkadaşları (2003), insula (tat, koku, görsel işitsel duyular yanında koşullu öğrenme, ağrı algısı, ruh hali stabilitesinde, uykuda ve dilde rol oynar) aktivasyonunun adaletsizliğin büyüklüğü ile arttığını bulmuşlardır. Bu durum, insanların haksız muameleye duygusal tepki ile yanıt verdiğini ve birçok kişinin bu tepkiye göre hareket ettiğini göstermiştir. Benzer şekilde birçok denekte haksız muamele karşısında planlama, çekingenlik ve soyut düşünme gibi bilişsel işlevlerle ilişkili olan dorsalateral prefrontal kortekste aktivasyon artışı görülmüştür (Sanfey, Rilling, Aronson, Nystrom ve Cohen, 2003).

Eisenberg ve arkadaşları (2003) gerçekleştirdikleri bir nörogörüntüleme çalışmasında sosyal dışlanmanın nöral korelasyonlarını inceleyerek sosyal ağrının beyin temellerinin fiziksel ağrıya benzeyip benzemediğini test etmişlerdir. Katılımcılar oyun sırasında dışlandıkları sanal bir top atma oyunu oynarken taranmışlardır. Buna göre fiziksel ağrı sırasında aktif olan beyin bölgeleriyle paralel olarak kişinin anterior singulat korteksi (ACC) (beyinde bilgi işleme ve düzenlemeyle ilgilidir) oyundan dışlandığında normalde olduğundan daha fazla kişinin kendisinin bildirdiği sıklıkla tutarlı olduğu bulunmuştur (Eisenberg, Lieberman ve Williams, 2003; Margulies, Kelly, Uddin, Biswal ve Milham, 2007).

3.5. Empati

Kendini karşıdaki kişinin yerine koyma ve duygusal özdeşlik kurabilme yeteneği olarak tanımlayabileceğimiz empati; duygusal, bilişsel ve iletişimsel bileşenleri içinde barındıran karmaşık bir süreçtir (Tzouramani, 2017). Gün geçtikçe hayatın her alanında önemi daha fazla anlaşılan empati olgusu örgütsel başarıların da belirleyicisi olmaya başlamıştır. Feser ve arkadaşları (2015) yirmi farklı liderlik özelliğinin kullanım sıklığını belirlemek için dünya çapında 81 farklı organizasyonda 189 bin kişi üzerinde yaptıkları araştırmada örnekleme liderlik performansı güçlü olan (McKinsey'in Örgütsel Sağlık Endeksi ile ölçülen liderlik etkinliğinin en üst çeyreği) ve zayıf olan (alt çeyrek) kuruluşlara ayırdılar. Araştırmacılar, yüksek kalitede liderlik ekiplerine sahip organizasyonlardaki liderlerde genellikle yirmi liderlik özelliğinden dördünün öne çıktığını tespit etmişlerdir. Öne çıkan bu liderlik özellikleri; 'sorunları etkili bir şekilde çözmek', 'güçlü bir şekilde sonuç odaklı çalışma', 'farklı bakış açıları arayışı' ve 'diğerlerini desteklemek' şeklindedir. Yazarlar son özellik olan 'diğerlerini destekleme' ile ilgili yaptıkları açıklamada, destekleyici liderlerin çalışanların nasıl hissettiğini anlayacağından ve hissedeceğinden bahsetmektedir (Feser, Mayol ve Srinivasan, 2015).

İnsanlar çevreleriyle iletişim halindeyken karşılarındaki kişinin tavırları, hareketleri, yüz ifadeleri, güdüleri ve duygularından etkilenirler. Beyin mekanizması aracılığıyla gerçekleşen bu etkileşim sonucu algılar eylemlerle benzeşir ve gözlemciler gözlemledikleri kişinin eylemlerini ve duygularını yansıtır ve gözlemci ile gözlenenin ruhsal durumları birbiriyle senkronize bir şekilde benzeşir (Gutsell ve Inzlicht, 2010). Buna göre insanlar çevrelerine yönelik değerlendirmelerini kendilerini yerine koydukları kişilerin bakış açısıyla zihinsel olarak benzetim yaparak yani kendini diğerinin yerine koyma kabiliyetiyle gerçekleştirirler (Brüne, 2005).

4. Örgütlerin Nörobilimden Yararlanmasının Sınırlılıkları

Örgütsel araştırmaların nörobilim çerçevesinde gerçekleştirilmesi sonuçları itibariyle alan yazında daha fazla varyans açıklanmasına imkan sağlamasına rağmen nörogörüntüleme araçlarının yüksek maliyetli olması, uygulama sırasında teknik düzeyde ve sonuçların yorumlanabilmesi için uzmanlık düzeyinde bilgi gerektirmesi araştırmacıların bu alanda çalışma yapmasını sınırlandırmaktadır. Öte yandan nörobilim araçlarından yararlanarak geliştirilen araştırmalarla örgütlerde kullanılacak daha etkin yönetim metotları geliştirilebilir. Ancak, üzerinde durulması gereken bir başka konu da bu çalışmaları gerçekleştirirken kişileri değerlendirmede etik hassasiyete riayet edilmesi gerektiğidir. Bu bağlamda Lindebaum (2013), nörobilim ile liderlik çalışmalarını entegre ederken etik hususların göz ardı edildiğini ileri sürerek daha önceden belirlenen ve popülerleştirilen lider davranışlarının ayrımcılığa yol açacağını ileri sürmektedir (Lindebaum, 2013).

İnsan beyninin uygulamalı araştırmalarına ilişkin örgütsel davranışçıların yeterli düzeyde bilgiye sahip olmaması ilk etapta nörobilime mesafeli yaklaşımlarına sebep olabilmektedir. Dolayısıyla bu doğrultuda gerçekleştirilen uygulamalı çalışmaların sınırlı düzeyde olduğu söylenebilir. Bu çalışmada örgütsel davranışların nörobilimle ilişkisi teorik düzeyde ele alınmaktadır. Yukarıda belirtilen nedenlerden dolayı yeterli sayıda uygulamalı araştırma olmaması bu çalışmada kapsamlı inceleme yapılmasını engellemiştir.

5. Sonuç ve Öneriler

Nörobilim araştırmaları yirmi birinci yüzyılda altın çağını yaşamaktadır. Nörogörüntüleme cihazlarının yaygın bir şekilde kullanımı ile beyin hakkında elde edilen bulgular nöroloji dışında birçok disiplinin de dikkatini çekmiş ve beyin odaklı çalışmalar çoğalmıştır. İnsan beynine yönelik bilgi artışı örgütsel davranış alanında da izdüşümlerini göstermiş ve lider ile yöneticilerin davranışlarını açıklamada daha fazla varyans elde edilebileceğine yönelik önemli ipuçları vermiştir. Nitekim Ward ve arkadaşları (2015) örgütsel nörobilimin dört potansiyel faydasından bahsetmiştir. Bunlardan ilkinde göre; örgütsel araştırmacılar nörobilimden yararlanarak daha fazla veriye ulaşabilirler. Psikometrik araçlar yanında nörogörüntüleme araçlarından da yararlanılarak çalışanlar hakkında bilinçli olarak elde edilemeyen süreçler hakkında bilgi edinilebilir. İkinci olarak nörobilimden yararlanılarak elde edilen ölçümler geleneksel veri toplama yöntemlerine alternatif olarak değerlendirilebileceği gibi tamamlayıcı olarak da düşünülebilir. Çünkü psikometrik araçların kullanımı sırasında rastlantısal ve sistematik hatalar testin güvenilirliğini ve geçerliliğini etkileyebilmektedir. Üçüncü fayda olarak örgütsel davranışların nörobilimden yararlanılarak incelenmesi, birtakım özelliklerin ardındaki mekanizmaları ölçmede daha hassas veriler elde edilmesini sağlayabilir. Son olarak nörobilimden yararlanılarak örgütsel davranışlara ilişkin mevcut teorilere yeni yaklaşımlar getirilebilir ve teorilerin gelişimine katkıda bulunulabilir. Çünkü bazı davranışlar doğrudan gözlenemeyebilir ve kavramlarla ölçülmesi mümkün olmayabilir. Fakat beyin aktivitelerinin incelenmesiyle gözlenemeyen davranışlar daha kolay yorumlanabilir özelliğe sahip hale gelebilirler (Ward, Volk ve Becker, 2015). Balthazard ve arkadaşları (2012) yaptıkları çalışmada, dönüşümcü ve dönüşümcü olmayan liderlerin arasındaki farkı nörolojik görüntülemeye dayalı olarak (qEEG yöntemi ile) açıklamaya çalışmışlardır. Dönüşümcü liderlerin kaygı düzeylerini minimumda tutma eğiliminde olduklarını ve zor durumlarda bile duygularını kontrol etme eğiliminde olduklarını ileri süren yazarlar araştırmalarında dönüşümcü liderlerin beyinlerinin sol yarım küresinde daha az bağlantıya ve sağ yarım küresinde daha fazla bağlantıya rastlamışlardır (Balthazard, Waldman, Thatcher ve Hannah, 2012).

Günümüzde örgütlerin teknolojik düzeyde kolaylıkla eşit hale gelebilecek fırsatlara sahip olması rekabet üstünlüğü sağlayabilmede dikkatlerin insan olgusuna çevrilmesine neden olmaktadır. Bireysel olarak insan beyninin karmaşık doğası yanında organizasyon içinde önceden planlanan amaçları gerçekleştirmek için örgütlenme fonksiyonu gereği hiyerarşik yapı çerçevesinde emir-komuta ve iş bölümü ilkeleri gereğince çalışanlar birbirleriyle sosyal etkileşimde bulunurlar. Bu etkileşimler sırasında aktive olan ayna nöronların çalışanlar arasında taklit ve zihin okuma (niyet anlama-empati) noktasında gerekli mekanizmayı sağlayabileceği (Lindblom, 2015) ifade edilmektedir. Ayrıca ayna nöronların çalışanların davranışlarını karşılıklı olarak dolaylı bir şekilde öğrenmesini ve değerlendirmesini sağlaması yanında örgütsel iklimlerin nasıl oluştuğuna yönelik de araştırmacılara fikir vermesi açısından önemli olduğu görülmektedir (Becker ve Cropanzano, 2010). Bu itibarla çalışanların bilinçsiz bir şekilde birbirlerinin davranışlarını kopyalamasını ve benimsemesini sağlayan ayna nöronların da örgütsel ortamda davranışların açıklanmasında dikkate alınmasının mevcut teorileri destekleyeceği ve geliştireceği düşünülmektedir. Zira; Decety ve Batson (2007) arka cingulate korteksin (PCC) başkalarının acısının tanınması sırasında kendi acısının tanınmasından daha güçlü bir şekilde aktive edildiğini ve bu bölgenin empatide bir rolü olduğunu ileri sürmüşlerdir. Boyatzis ve arkadaşları (2012) çalışmalarında bireylerin uyumsuz liderlerle kilit anları

hatırladıklarında bu bölgenin negatif aktivasyonunun ve uyumsuz liderlere karşı PCC'deki tepkilerinin zıtlığının uyumsuz liderlerin başkalarını düşünmekten ziyade kendilerini düşündüklerini akla getirdiğini ifade etmektedirler (Boyatzis ve arkadaşları, 2012).

İnsan beyninin ve davranışlarının çok karmaşık bir sisteme sahip olması örgüt ortamında çalışan davranışlarını daha iyi açıklayabilmek için nörobilimden de yararlanmayı gerekli kılmaktadır. Psikoloji ve sosyolojiden yararlanılarak yeni paradigmlar geliştirilmesi davranışların açıklanmasında nasıl daha fazla veri elde edilmesini sağladıysa, nörobilimden yararlanılarak da davranışların ardında gizli kalan birçok mekanizmanın açıklanması sağlanabilir. Örgütsel davranış alanı ve nörobilim arasında köprü kurmak adına bazı adımlar atılmasının yararlı olacağı düşünülmektedir. Ancak hali hazırda yüksek maliyet, teknik düzeyde bilgi ve etik sıkıntılar gibi araştırmacıların verilere ulaşmasını engelleyecek sınırlılıklar bulunmaktadır. Bu itibarla; örgütsel araştırmaların nörobilimden yararlanılarak gerçekleştirilebilmesi için ülke bazında belirli konumlarda üniversitelerin ortaklaşa yararlanabileceği laboratuvarlar kurulması, araştırmaların yakın dönemde bir nörobilimci eşliğinde yapılması ve bulguların yorumlanması, uzak dönemde ise beyin anatomisi ve nörogörüntüleme tekniklerinin işletme disiplini altında ders olarak yer almasının örgütsel davranışların açıklanmasında daha fazla bilgi sahibi olunmasını sağlayacağı ve bu durumun araştırmacıları gerçeğe daha fazla yaklaştıracığı beklenmektedir.

Referanslar

- Acharya, S. ve Shukla, S. (2012). Mirror neurons: Enigma of the metaphysical modular brain. *Journal of Natural Science, Biology and Medicine*, 3(2), 118-124.
- Ashkanasy, N. M., Becker, W. J. ve Waldman, D. A. (2014). Neuroscience and organizational behavior: Avoiding both neuro-euphoria and neuro-phobia. *Journal of Organizational Behavior*, 35(7), 909-919.
- Balconi, M. ve Venturella, I. (2017). Neuromanagement. What about emotion and communication?. *Neuropsychological Trends*, 21(1), 9-21.
- Balconi, M. ve Fronza, G. (2020). Morality and management: An oxymoron? fNIRS and neuromanagement perspective explain us why things are not like this. *Cognitive, Affective, & Behavioral Neuroscience*, 20(6), 1336-1348.
- Balthazard, P. A., Waldman, D. A., Thatcher, R. W. ve Hannah, S. T. (2012). Differentiating transformational and non-transformational leaders on the basis of neurological imaging. *Leadership Quarterly*, 23(2), 244-258.
- Bandura, A., Ross, D. ve Ross, S. A. (1961). Transmission of aggression through imitation of aggressive models. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 63(3), 575-582.
- Barry, A. M. (2009). Mirror neurons: How we become what we see. *Visual Communication Quarterly*, 16(2), 79-89.
- Bechara, A., Damasio, H. ve Damasio, A. R. (2000). Emotion, decision making and the orbitofrontal cortex. *Cerebral Cortex*, 10(3), 295-307.
- Becker, W. J. ve Cropanzano, R. (2010). Organizational neuroscience: The promise and prospects of an emerging discipline. *Journal of Organizational Behavior*,

31(7), 1055–1059.

- Becker, W. J., Cropanzano, R. ve Sanfey, A. G. (2011). Organizational neuroscience: Taking organizational theory inside the neural black box. *Journal of Management*, 37(4), 933–961.
- Beugré, C. D. (2009). Exploring the neural basis of fairness: A model of neuro-organizational justice. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 110(2), 129–139.
- Beugré, C. D. (2010). Resistance to socialization into organizational corruption: A model of deontic justice. *Journal of Business and Psychology*, 25(3), 533–541.
- Boyatzis, R. E., Passarelli, A. M., Koenig, K., Lowe, M., Mathew, B., Stoller, J. K. ve Phillips, M. (2012). Examination of the neural substrates activated in memories of experiences with resonant and dissonant leaders. *Leadership Quarterly*, 23(2), 259–272.
- Boyatzis, R. E. (2014). Possible contributions to leadership and management development from neuroscience. *Academy of Management Learning & Education*, 13(2), 300–303.
- Brewer, M. B. (2001). The many faces of socialidentity: Implications for political psychology. *Political Psychology*, 22(1), 115–125.
- Brüne, M. (2005). “Theory of mind” in schizophrenia: A review of the literature. *Schizophrenia Bulletin*, 31(1), 21–42.
- Butler, M. J. R. ve Senior, C. (2007). Toward an organizational cognitive neuroscience. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1118(1), 1–17.
- Cacioppo, J. T., Berntson, G. G., Sheridan, J. F. ve McClintock, M. K. (2000). Multilevel integrative analyses of human behavior: Social neuroscience and the complementing nature of social and biological approaches. *Psychological Bulletin*, 126(6), 829–843.
- Camerer, C., Loewenstein, G. ve Prelec, D. (2005). Neuroeconomics: How neuroscience can inform economics. *Journal of Economic Literature*, 43(1), 9–64.
- Carr, L., Iacoboni, M., Dubeaut, M. C., Mazziotta, J. C. ve Lenzi, G. L. (2003). Neural mechanisms of empathy in humans: A relay from neural systems for imitation to limbic areas. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 100(9), 5497–5502.
- Carter, R. (2019). *The brain book: An illustrated guide to its structure, functions, and disorders*. Londra: Dorling Kindersley Ltd.
- Cropanzano, R., Bowen, D. E. ve Gilliland, S. W. (2007). The management of organizational justice. *Academy of Management Perspectives*, 21(4), 34–48.
- Decety, J. ve Batson, C. D. (2007). Social neuroscience approaches to interpersonal sensitivity. *Social Neuroscience*, 2(3-4), 151-157.
- Dumas, G., Nadel, J., Soussignan, R., Martinerie, J. ve Garnero, L. (2010). Inter-brain synchronization during social interaction. *PloS one*, 5(8), e12166.
- Dunin-Barkowski, W. ve Solovyeva, K. (2018). Pavlov principle and brain reverse

- engineering. *2018 IEEE Conference on Computational Intelligence in Bioinformatics and Computational Biology (CIBCB* içinde (1-5. ss.).
- Eisenberger, N. I., Lieberman, M. D. ve Williams, K. D. (2003). Does rejection hurt? An fMRI study of social exclusion. *Science*, 302(5643), 290-292.
- Erkal, H., Tatarlar, C. D. ve Kesken, J. (2017). Yönetim yazınındaki nörobilim çalışmalarına genel bakış. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 16. *ÜİK Özel Sayısı*, 403-412.
- Feser, C., Mayol, F. ve Srinivasan, R. (2015). Decoding leadership: What really matters. *McKinsey Quarterly*, 4, 88-91.
- Floresco, S. B. (2015). The nucleus accumbens: An interface between cognition, emotion, and action. *Annual Review of Psychology*, 66, 25-52.
- Gallagher, M. ve Chiba, A. A. (1996). The amygdala and emotion. *Current Opinion in Neurobiology*, 6(2), 221-227.
- Gallese, V. ve Goldman, A. (1998). Mirror neurons and the simulation theory of mind-reading. *Trends in Cognitive Sciences*, 2(12), 493-501.
- Ghadiri, A., Habermacher, A. ve Peters, T. (2013). *Neuroleadership: A journey through the brain for business leaders*. Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Grossberg, S. (1972). A neural theory of punishment and avoidance, I: Qualitative theory. *Mathematical Biosciences*, 15(1-2), 39-67.
- Gutsell, J. N. ve Inzlicht, M. (2010). Empathy constrained: Prejudice predicts reduced mental simulation of actions during observation of outgroups. *Journal of Experimental Social Psychology*, 46(5), 841-845.
- Hellige, J. B. (1990). Hemispheric asymmetry. *Annual Review of Psychology*, 41(1), 55-80.
- Holmes, M. (2013). The force of face-to-face diplomacy: Mirror neurons and the problem of intentions. *International Organization*, 67(4), 829-861.
- Juhro, S. M. ve Aulia, A. (2018). Transformational leadership through applied neuroscience: Transmission mechanism of the thinking process. *International Journal of Organizational Leadership*, 7(3), 211-229.
- Kaplan, J. T. ve Iacoboni, M. (2006). Getting a grip on other minds: mirror neurons, intention understanding, and cognitive empathy. *Social Neuroscience*, 1(3-4), 175-183.
- Klos, M. (2018). Neuro (management) through the prism of brain research. *Modern Management Review*, Vol. XXIII, 25(4), 81-93.
- Lee, N., Broderick, A. J. ve Chamberlain, L. (2007). What is “neuromarketing”? A discussion and agenda for future research. *International Journal of Psychophysiology*, 63(2), 199-204.
- Lieberman, M. D. (2007). Social cognitive neuroscience: A review of core processes. *Annual Review of Psychology*, 58, 259-289.
- Lindblom, J. (2015). Embodiment and social interaction. J. Lindblom (Ed.), *Embodied Social Cognition* içinde (115-159. ss.). Cham: Springer.

- Lindebaum, D. (2013). Pathologizing the healthy but ineffective: Some ethical reflections on using neuroscience in leadership research. *Journal of Management Inquiry*, 22(3), 295–305.
- Luffman, G. (2019). Making organizational change happen – Does what we now know from neuroscience have any impact? *Development and Learning in Organizations*, 33(4), 5-8.
- Margulies, D. S., Kelly, A. C., Uddin, L. Q., Biswal, B. B. ve Milham, M. P. (2007). Mapping the functional connectivity of anterior cingulate cortex. *Neuroimage*, 37(2), 579-588.
- Mason, M. F., Dyer, R. ve Norton, M. I. (2009). Neural mechanisms of social influence. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 110(2), 152–159.
- Molenberghs, P., Prochilo, G., Steffens, N. K., Zacher, H. ve Haslam, S. A. (2017). The neuroscience of inspirational leadership: The importance of collective-oriented language and shared group membership. *Journal of Management*, 43(7), 2168–2194.
- Muckenhaupt, M. (1939). Sigmund Freud explorer of the unconscious. *Journal of Personality*, 8(2), 163-169.
- Nabavi, R. T. (2012). Bandura's social learning theory & social cognitive learning theory. *ResearchGate*, 1–23.
- Naqvi, N., Shiv, B. ve Bechara, A. (2006). The role of emotion in decision making: A cognitive neuroscience perspective. *Current Directions in Psychological Science*, 15(5), 260–264.
- O'Doherty, J., Kringelbach, M. L., Rolls, E. T., Hornak, J. ve Andrews, C. (2001). Abstract reward and punishment representations in the human orbitofrontal cortex. *Nature Neuroscience*, 4(1), 95-102.
- Olds, J. ve Milner, P. (1954). Positive reinforcement produced by electrical stimulation of septal area and other regions of rat brain. *Journal of Comparative and Physiological Psychology*, 47(6), 419–427.
- Reisyan, G. D. (2016). *Neuro-organizational culture: A new approach to understanding human behavior and interaction in the workplace*. Switzerland: Springer International Publishing.
- Rizzolatti, G. ve Craighero, L. (2004). The mirror-neuron system. *Annual Review of Neuroscience*, 27, 169–192.
- Rock, D. (2010). Impacting leadership with neuroscience. *People & Strategy*, 33(4), 6–7.
- Sanfey, A. G., Rilling, J. K., Aronson, J. A., Nystrom, L. E. ve Cohen, J. D. (2003). The neural basis of economic decision-making in the ultimatum game. *Science*, 300(5626), 1755–1758.
- Satpathy, J., Mishra, S. ve Rath, B. P. (2014). Explorations in neuro-decision making. *Odisha Journal of Social Science*, 1(1), 101-111.
- Schaufenbuel, K. (2014). *The neuroscience of leadership: Practical applications*. UNC Kenan Flagler Business School.

- Senior, C., Lee, N. ve Butler, M. (2011). Organizational cognitive neuroscience. *Organization Science*, 22(3), 804–815.
- Sezgin, O. B. ve Uçar, Z. (2015). Nörobilimin örgütsel davranışa yansması: Örgütsel nörobilim. *Ege Akademik Bakış (Ege Academic Review)*, 15(3), 353–365.
- Simon, H. A. (1955). A behavioral model of rational choice. *Quarterly Journal of Economics*, 69(1), 99–118.
- Stanton, A. A. (2010). Hormonal influence on male decision-making: Implications for organizational management. Angela A. Stanton, Mellani Day, & Isabel M. Welpel (Ed.), *Neuroeconomics and the Firm* içinde (131-150. ss.) Edward Elgar Publishing Ltd., UK.
- Teacu-Parincu, A. M., Capatina, A., Varon, D. J., Bennet, P. F. ve Recuerda, A. M. (2020). *Neuromanagement: The scientific approach to contemporary management. In Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 14(1), 1046-1056.
- Tzouramani, E. (2017). Leadership and empathy. J. Marques, & S. Dhiman (Ed.), *Leadership Today* içinde (197-216. ss.). Springer Texts in Business and Economics, Springer, Cham.
- Venturella, I., Gatti, L., Vanutelli, M. E. ve Balconi, M. (2017). When brains dialogue by synchronized or unsynchronized languages: Hyperscanning applications to neuromanagement. *Neuropsychological Trends*, 21, 35-51.
- Walter, H., Abler, B., Ciaramidaro, A. ve Erk, S. (2005). Motivating forces of human actions: Neuroimaging reward and social interaction. *Brain Research Bulletin*, 67(5), 368–381.
- Ward, M. K., Volk, S. ve Becker, W. J. (2015). An overview of organizational neuroscience. *Organizational Neuroscience (Monographs in Leadership and Management)*, 7, 17-50.
- Yousaf, H. Q. ve Rehman, C. A. (2017). How neurosciences effects on decision making and leadership. *International Review of Management and Business Research*, 6(1), 33-39.
- Zak, P. J. ve Nadler, A. (2010). Using brains to create trust: A manager's toolbox. Angela A. Stanton, Mellani Day, & Isabel M. Welpel (Ed.), *Neuroeconomics and the Firm* içinde (69-77. ss.). Edward Elgar Publishing Ltd., UK.

TÜRKİYE DEVLET TAHVİL PİYASASININ EKONOMİK BÜYÜME ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

IMPACT ON ECONOMIC GROWTH OF TURKEY GOVERNMENT BOND MARKET

Asef YELGHİ⁽¹⁾, Aref YELGHİ⁽²⁾

Öz: Günümüze gelindiğinde devletlerin finansal gereksinimlerinin giderilmesi için başvurdukları önemli yollardan biri tahvil ihracıdır. Türkiye’de tahvil piyasasından en çok devletin yararlandığı görülmektedir. Literatürde ekonomik büyüme ile hisse senedi piyasası ve kredi arasında birçok çalışma bulunurken tahvil piyasası ile ilgili oldukça az çalışma yapılmıştır. Finansal piyasalarında tahvil piyasası önemli pay alması ve ekonomik büyümesinde etkisi ne ölçüde olduğu merak edilmektedir. Son dönemlerde tahvil piyasasının gelişimi hem ulusal hem uluslararası piyasada hız kazanmıştır. Bu çalışmada Türkiye tahvil piyasasını ile ekonomik büyüme arasındaki uzun dönem ilişkisini incelemesi amaçlanmaktadır. Araştırmada Peseran ve diğerleri (1999), Peseran ve Shin (2001) önerdiği ARDL modelinden yararlanılmaktadır. Çalışmada Uluslararası Toplam Borçlanma Senetleri/ GSYİH oranı, Toplam Ulusal Borçlanma Senetleri/GSYİH oranı ile büyüme oranı 2000Q1-2017Q4 yılları arasındaki mevsimsel veriler kullanılmaktadır. Bulgularda büyüme ile devlet tahvilleri arasında ilişkisi, pozitif ve eş bütünleşik sonucu ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla devlet tahvil ihracı ile Türkiye ekonomisine katkı sağlayabilir.

Anahtar Kelimeler: Devlet Tahvili, Ekonomik Büyüme, Finansal Gelişim, Uluslararası Borçlanma Senetleri, Ulusal Borçlanma Senetleri

Abstract: Today, one of the most important ways that states resort to meeting their financial needs is bond issuance. Turkey is seen to obtain the most benefit from the government bond market. While there are many studies in the literature such as economic growth, the stock market and credit. While, less studies have been done on the bond market. It is wondered to what extent the bond market, which has a significant share in financial markets and an impact on economic growth. Recently, the development of the bond market has focused on the both national and international markets. This study aims to examine the relationship between Turkey and bond markets with long-term economic growth. The ARDL model proposed by Peseran et al. (1999) and Peseran and Shin (2001) was used in the reaserch. International Total Debt Securities / GDP ratio, Total National Debt Securities / GDP ratio and growth rate seasonal data between 2000Q1-2017Q4 are used in the study. The findings reveal the relationship between growth and government bonds, its positive and co-integrated result. Thereforewith the issuance of government bonds could contribute to Turkey's economy.

Keywords: Government Bonds, Economic Growth, Financial Development, International Debt Securities, National Debt Securities

JEL: G00, G15, C58

⁽¹⁾ Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisans Üstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Bölümü, asefyelghi@gmail.com, ORCID: 0000-0003-0683-7218

⁽²⁾ İstanbul Ayvansaray Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Bilgisayar Mühendisliği Bölümü, arefyelghi@ayvansaray.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2380-8718

Geliş/Received: 30-04-2020; Kabul/Accepted: 09-05-2021

1. Giriş

Tarih sürecinde ülkelerin ulaşım, elektrik ve gaz gibi alt yapılara yapılan harcamamalar artmış ve bütçe ve cari açığı finanse etmek için tahvil piyasaları önemli rol oynamıştır. Tahvil piyasaları çok eski tarihe dayanmakta olup ilk defa orta çağda İtalya'da işlem görmüştür. Hükümetler tarafından tahvil piyasasından borçlanma niteliğinde yararlanmaktadır.

Tahvil piyasası, ülkelerin ani finansal ihtiyaçlarını, bütçe açıklarını, büyük alt yapı çalışmalarını finanse etmek için başvurdukları borçlanma yöntemleri arasındadır. Dünya da birçok ülke finansal gereksinimlerini gerek ulusal gerek uluslararası piyasadaki tahvil aracı ile sağlamaktadır. Devlet tarafından ihraç edilen borçlanma senetlerinin uzun dönem borçlanma senetlerine tahvil, kısa dönem borçlanma senetlerine bono denilmektedir. Söz konusu senetlerin ulusal uluslararası piyasada tahvil türleri bulunmaktadır. Tahvil vade açısından 2, 5, 10, 50 yıllığa kadar bulunmakta ve piyasa analizinde faiz göstergesi olarak tahvil faizi değerlendirilmektedir.

Ülkelerin büyük fon ihtiyaçlarını tek bir banka karşılayamadığı gibi genellikle birkaç banka bir araya gelerek topladıkları mevduatlardan fon havuzu oluşturmaktadır. Böylece ülkelerin ihtiyaç duyduğu fonlar belirli bir komisyon karşılığı temin edilmektedir. En çok tahvil piyasasından yararlanan ülkeler, ABD, Japonya ve Avrupa ülkeleri gibi gelişmiş ülkeler olduğu görülmektedir. Dünya'da tahvil piyasaları 2000'den bu yana neredeyse üç katına çıkmaktadır. Ancak krizin başlamasıyla birlikte bu piyasa istikrar kazandı. (Tendulker ve Gigi, 2014: 13).

Ülkelerin ekonomik büyümesi düşerken yatırım portföylerinde tahvil yatırım oranlarının yükseldiği görülmektedir. Bunun temel nedeni devlet tarafından faiz ve anapara ödemesinin garanti edilmesidir. Yatırımcı açısından riski düşük finansal yatırım aracı olarak nitelendirilirken devlet tahvil piyasası ihraççı tarafından borçlanma aracı olarak nitelendirilmektedir.

Devlet tarafından ihraç edilen tahvillerin ekonomide ihtiyaç olduğu yere yönlendirilmesi ve ekonomiye katkı sağlaması tahvil piyasasının gelişiminin önemini arttırmaktadır. Ancak tahvil piyasası, kredi piyasası gibi borçlanma piyasası olduğu için aşırı borçlanmak ülke ekonomisini negatif etkileyebilir. Diğer taraftan tahvil piyasasının gelişimi finansal piyasalarının gelişimini sağlamaktadır. Finansal gelişim ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki ile ilgili birçok çalışmada katkı sağladığı düşünülmektedir. Bu çalışmada Türkiye'de devlet tarafından yararlanılan devlet tahvil piyasasının ekonomik büyüme ile ilişkili olup olmadığını araştırılacaktır.

Ancak günümüzde gelindiğinde ikinci piyasalarının oluşması ile birlikte bu piyasada yatırımcıların ve spekülörlerinin işlem görüldüğü piyasa olmuştur. Menkul kıymetler, krediler ve tahviller üç önemli piyasa olarak finans sektörünü oluşturmaktadır. Çalışmalarda hisse senedi ve kredilerin ekonomi üzerindeki etkisi konusunda birçok çalışma incelenirken tahvil piyasası ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki hakkında çok az sayıda araştırma bulunduğu görülmektedir. Finansal piyasanın bir alt dalı olan tahvil piyasasının gelişimi, ekonominin gelişimini etkileyebilir. Türkiye'de devlet tahvil piyasası ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki mevsimsel veriler kullanılarak değerlendirilecektir. Bu çalışmada tahvil piyasasının gelişimi ekonomik gelişimine katkı sağlanıp sağlanmadığı sorusuna cevap araştırmaktadır. Araştırmada uluslararası Toplam Borçlanma Senetleri/ GSYİH oranı,

Toplam Ulusal Borçlanma Senetleri/GSYİH oranı ile büyüme oranı 2000Q1-2017Q4 yılları arasındaki mevsimsel veriler kullanılmaktadır.

2. Tahvil Piyasası ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki

Klasik ekonomi düşüncelerine göre, devletin tahvil ile borçlanması ülke ekonomisi ve refahını olumsuz etkileyebilir. Borçlanma yolu ile yapılan harcamaların verimli şekilde yönetilmemesi durumunda ülke sermayesinin etkinsizleşmesi neden olabilir (Gürdal ve Yavuz, 2015: 118). Karagül (2004) çalışmasında dış borç ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkisi hala tartışmalı olduğunu belirtmekte ve dış borç ile ekonomik büyüme arasında negatif bir ilişkinin olduğunu tespit etmektedir. Tokaş ve diğerleri (2019) Türkiye örneğinde net dış borç stoku ile ekonomik büyüme arasında hem olumlu hem de olumsuz yönleri kapsayan bir nedensellik ilişkisi olduğunu belirtmiştir. Çöğürçü ve Çoban (2011) konu ile ilgili Türkiye örneği çalışmalarında dış borçlarının ekonomik büyümeyi negatif etkilediği sonucu ortaya çıkmıştır. Bir diğer çalışmada Gündüz ve Çelikay (2019) kamu borcu ile ekonomik büyüme arasındaki incelemesinde düşük gelirli ülkelerde uzun dönem olumsuz etkilerken diğer ülkelerde kısa dönem olumsuz etkilendiği görülmüştür.

Makroekonomik hedeflere ulaşmak için kaynakların etkin ve yeterli kullanımı ile ekonomi büyümesi hızlanabilir. Ancak kamu borcu düzgün kullanılmazsa, ekonomik büyümeyi kısıtlar ve ekonomi için büyük olumsuz etkiler yaratabilir. Kamunun çok yüksek seviyede borçlanması ülkeyi krize sürükleyebilir. Eğer bir ülke aşırı borçlanırsa borçlarının geri ödemesinde yatırımcılar için bir kaygı oluşturabilir. Diğer taraftan borç verenler borçlarının güven altına alınması için daha yüksek faiz isteyebilir. Yüksek faiz ise ekonomik durumun dengesini bozabilir ve ekonomiyi krize sürükleyebilir.

Başlangıçta devlet tahvil piyasasının gelişimi yerel kurumsal tahvil piyasalarının gelişimine katkı sağlayabilir. Ancak devlet tahvil ihracının artışı, potansiyel olarak bazı gelişmiş ve gelişmekte olan piyasalarda şirket tahvil piyasasının büyümesine en büyük engellerden biridir. Hükümetin aşırı borçlanması belli bir noktadan sonra, özel sektör borçlanmasını ve buna bağlı olarak özel yatırımı azaltabilir. Özel sektör çekici yatırım faktörlerini kaybedince ülkede üretim azalması ve işsizlik gibi sorunlar ortaya çıkabilir. Buna göre devlet tahvil piyasasının gelişimi ekonomi büyümesine yararlı olmayabilir. Diğer taraftan hükümetin borçlanması ile finansal gereksinim duyan alt yapılarının gelişimi için kanalize etmesi ülkenin kalkınmasına katkı sağlayabilir. Ancak bazen ülkelerin borçlu olduğu durumda tekrar borçlanarak eski borçları ödeme yoluna gittikleri görülmektedir.

Devlet menkul kıymetleri yerli yatırımcılar için düşük kredi riski, geniş ikincil piyasa likiditesi, yüksek verim ve birçok durumda endeksli tahviller ile döviz kuru, enflasyon ve faiz oranı risklerine karşı koruma sağlamaktadır. Bu özellikler bazı yatırımcılar için devlet menkul kıymetlerini cazip yatırım araçları haline getirmektedir (Luengnarumitchai ve Ong, 2005: 8). Uluslararası piyasa ise mevzuat esneklik özelliği ile ülkelere tahvil ihraç edebilir. Ülkede döviz cinsinden borçlanması durumunda, A ülkenin B ülkesinde B ülkenin para birim cinsi ile ihraç ettiğinde yabancı tahviller, A ülkenin B ülkesinde B ülkenin para birim cinsi olmayan tahvil ihracı türüne Eurotahviller denilmektedir (Yalçiner, 2012: 282).

Devlet tahvili için pazar geliştirmenin bir başka yararı da devlet menkul kıymetler piyasasının kullanımı ile para politikasının aktarım mekanizmasını güçlendirmektir. Yurt içi tahvil piyasasının gelişimi, para politikası aracının etkin kullanılmasına ve

enflasyonda istenen hedefe ulaşmasına katkı sağlamaktadır. Ayrıca yerel tahvil piyasaları, büyük sermayenin sterilize edilmesine destek vermektedir.

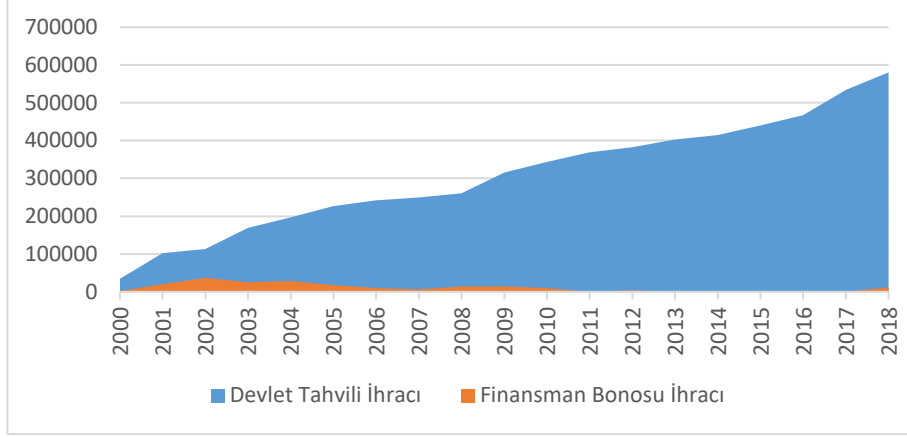
Hükümet harcamaları hükümet gelirini aştığında bütçe açığı ortaya çıkmaktadır. Bir ülke bütçe açığını finansal bakımdan karşılayamayacak durumda ise kamu borcu ortaya çıkmaktadır. Freeman and Webb teorisine göre hükümet harcamaları ile ekonomik büyüme arasında pozitif ilişki söz konusu olduğu belirtilmektedir. Hükümet harcamaları eğitim, sağlık ve beslenme gibi sektörlere yönlendirildiğinde ekonomik kalkınmasına katkı sağlar. Ancak harcamaların artışı ile bütçe açığının yükselmesi fon ihtiyacını arttırmaktadır (Freeman and Webb, 2009: 10).

Levine 1993 yılında yaptığı çalışmada finansal gelişim ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki incelediğinde ülkelere göre bu ilişki farklılık gösterebilmektedir (Pradhan ve diğerleri, 2015: 1). Tahvil piyasasının gelişimi, finansal piyasalarının gelişimini ve etkinleşmesini sağlayabilir. Finansal gelişim kavramı hakkında birçok farklı görüş bulunmakta ancak birbirine benzemektedir. Goldsmith'e göre finansal piyasaları yapılarının değişimi ile finansal gelişme sağlayacağı düşünülmektedir (Goldsmith, 1969: 37). Show'a göre finansal, piyasalarının büyüklük ve derinlik açısından, finansal olmayan piyasalardan daha hızlı büyümesi ile açıklamıştır (Shaw, 1973: 6). Dolayısıyla finansal piyasalarının yapısını oluşturan finansal araçlarının çeşitliği, işlem hacmi ve ihraç tutarı gibi değişkenler gelişme ölçütü olabilir.

Ekonomik beklentilere göre finansal açıklığın artışı, faiz oranlarının yükselmesine neden olmaktadır. Bu da devletin borçlanmasını daha da maliyetli ve riskin yükselmesine neden olurken tahvil piyasasında likidite sorununu ortaya çıkarmaktadır. Diğer bir ifade ile sağlıklı bir ekonomide, hükümetin, sabit bir tasarruf için özel sektör borçlanması ile rekabet etmesi halinde devletin borçlanması faiz oranlarının artırması anlamına gelir. Devlet borcu GSYH'nin %90 oranını aştığında ekonomik büyümenin önlenebileceği de düşünülebilir (Irons ve Bivens: 2010: 1).

1950 sonlarından itibaren gelişmekte olan ülkeler için cari açık normal hale dönmüştür. İç tasarruflarının yatırımlara yetersiz kalığı durumda dışardan finans sağlanması ile ekonomik büyümede etki yaratabilir (Pegkas, 2017: 1). Gelişmekte olan ekonomiler tahvil piyasaları teşvik eksikliği, katı yasal düzenleme yapısı, çeşitlendirilmiş bir portföyün bulunmaması, yeterli likidite bulunmaması ve riskten korunma piyasası ve araçlarının bulunmaması gibi sayısız sorunla karşı karşıyadır.

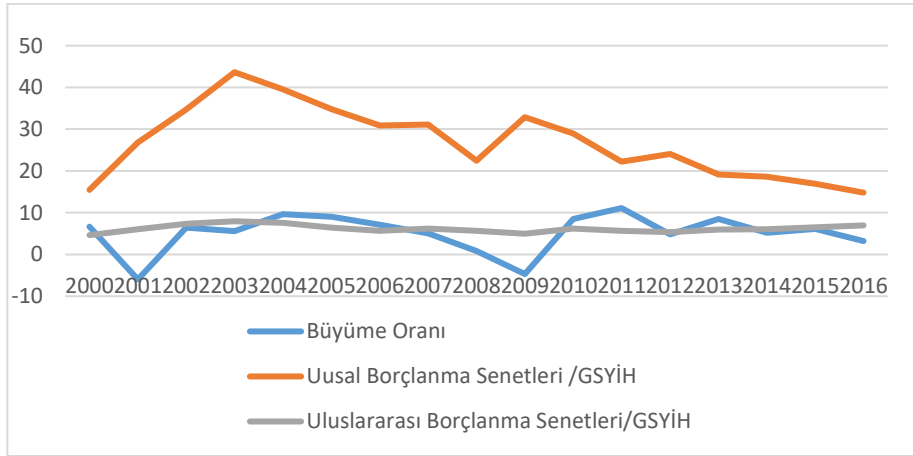
Türkiye'de devlet tahvil ve bono piyasasının 2000-2018 yılları arası aşağıdaki şekilde yer almaktadır.



Şekil 1. Menkul Kıymetler Kompozisyonu (Milyon TL)

Kaynak: Sermaye Piyasası Kurulu, 2019.

2000-2018 yılları arası grafiğine baktığımız zaman devlet tahvil ihracının sürekli artış gösterdiği, 17 kat yükseldiği görülmektedir. Devlet bonoları ise 2003'te dönemin en yüksek seviyesine ulaşmıştır. Ancak 2007'e kadar düşüş göstermiş ve kriz döneminde yükselmiştir. 2011, 2013, 2014 ve 2015 yıllarında ihraç edilmemiştir. 2016 yılı itibarıyla tekrar ihracı başlayıp yükselmiştir.



Şekil 2. Türkiye Büyüme Oranı ve Ulusal ve Uluslararası Borçlanma Senetleri
Kaynak: World Bank, 2019.

Türkiye'nin büyüme oranı 2000 yılı itibarıyla 2006 yılına kadar yükseldiği görülmüş ve 2007-2008 Dünya kriz döneminde düşüş kaydetmiştir. 2010 ve 2011 yılları yükseldiği ve 2012'de düşüş yaşadığı görülmektedir. 2013 sonrası düşüş eğilimine girmiştir. Ulusal ve uluslararası devlet borçlanma senetleri stoku /GSYİH oranı 2003 yılına kadar dönemin en yüksek seviyesine ulaşmış, ancak 2016 yılına kadar düşüş eğilimine girmiştir. Buna göre genel anlamıyla devlet tahvil ve bonolarının düşüş trendine girdiğini göstermektedir.

3. Literatür Çalışması

Klasik düşüncelere göre ülkenin borçlanması olağanüstü gelir olarak algılanırken, bugün ise borçlanma talep bazlı yaklaşım ile bakılmaktadır. Hükümet tarafından borçlanma yoluyla yükselen harcamalar sonucunda talep yükselmekte ve üretiminin yükselmesini sağlamaktadır. Buna göre tahvil ihracı sonucunda ekonomik büyümesine katkı sağlayabilmektedir.

Birçok ülkede gerek iç piyasadan gerek dış piyasadan borçlanmalar artış göstermiştir. Bu durum ekonomi ve finans krizlerinde çok hızlı yükselişin olduğu görülmüştür. Borçlanmalar ülkenin ekonomik faaliyetini şekillendirmede önemli bir rol oynamaktadır.

Birçok çalışmada ülke borçlanması ekonomisini olumsuz etkilerken, az sayıda ülke ekonomisini pozitif yönde etkilemiş olduğu görülmektedir. Tahvil piyasasının büyüklük ve derinlik açısından gelişimi ile finansal gelişimine katkı sağlayabilir. Literatürde ekonomi ile finansal sektör arasındaki birçok çalışma bulunmaktadır. Ancak çalışmalarda finansal sektör iki bölüm olarak, bankacılık ile hisse senedi piyasası şeklinde incelemiştir. Tahvil piyasasının piyasa değeri büyük olmasına rağmen çok az sayıda ekonomi ile ilişkili çalışma bulunmaktadır. Ampirik çalışmalarının bazılarına değinilecektir.

Ergeç (2004) Türkiye’de 1988-2001 yılları arasındaki verileri kullanmıştır. Çalışmada finansal gelişme ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi Granger nedensellik testi uygulanmıştır. Kısa dönemde ekonomik gelişme, finansal gelişmeye neden olurken uzun dönemde finansal gelişmenin ekonomik gelişmeye neden olduğu sonucuna varmıştır. Öztürk ve Çınar (2008) Türkiye örneğinde 1975-2016 yılları arası kapsayan dönemde kamu uzun dönemde dış borcu ile ekonomi büyüme katkı sağlayacağı görülmüştür.

Kumar ve Woo (2010) hem gelişmiş hem de gelişmekte olan piyasa ekonomilerini incelemiştir. Sonuçlara göre, artan kamu borcunun GSYİH büyüme üzerinde olumsuz bir etkisi olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Çalışmada % 10 borç / GSYH oranlarındaki artış, büyümeyi yaklaşık 0,2 puan düşüğü görülmektedir. Gelişmiş ekonomilerde ise daha güçlü bir şekilde etkilenmektedir. Çöğürçü ve Çoban (2011) Türkiye 1980-2009 yıllar arası dış borçlarının ekonomik büyüme arasındaki ilişki Johansen Eşbütünleşme testi sonucunda negatif etkilediği sonucu ortaya çıkmıştır.

Wachter (2012) çalışmasında 2000-2009 yılları arasında 23 OECD ülkesi için borç ve ekonomik gelişme arasındaki doğrusal olmayan bir ilişkiyi ve nedenlerini inceledi. Devlet borcu tahminleri, GSYİH düzeyleri ve büyüme üzerinde monotonik bir olumsuz etki olduğunu göstermektedir. Parasal niteliklerine rağmen, kredi ve borç, reel ekonomik gelişme üzerinde önemli bir etkiye sahip olmaktadır. Son on yılda keskin bir şekilde yükselen birçok ülkenin toplam borcu, optimal düzeylerin üstüne çıktığını göstermektedir. Çok yüksek ya da çok düşük borç seviyeleri, ekonomi üzerinde önemli derecede olumsuz sonuçlar doğurabilir. Rahman ve diğerleri (2012) 1972-2010 dönemi için dış borç ile Bangladeş'te Gayri Safi Yurtiçi Hasıla arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Çalışma sonucunda dış borç stoku GSYİH üzerine olumlu bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Pattillo ve Ricci (2011) 93 gelişmekte olan ülkelerden oluşan panel veri analizi dış borcun GSYH'nin % 35 -% 40 oranını aşan seviyelerde büyüme üzerinde olumsuz bir

etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Fincke ve Greiner (2013) çalışmasında 1970-2012 yılları arasında yedi gelişmiş ülkeden oluşan panel verilerini kullanarak, bir havuzlanmış regresyon modeli ve rastgele etkiler modelini tahmin etmiştir. Borç ve büyüme arasında ciddi bir negatif ilişki sonuç elde etmiştir. Fink ve diğerleri (2013) 13 gelişmiş ülkelerin toplam tahvil piyasasının gelişimi ile reel büyüme ekonomisi arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmada 1950-2000 yıllar arası Granger nedensellik testi ve eş bütünleşme analiz sonucu arz yönlü tahvil piyasasının gelişimi ile ekonomi büyüme arasında ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Panizza ve Prespitero (2013) çalışmalarında gelişmiş ekonomilerde kamu borcu ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki ile ilgili son literatür taramasını yapanlardandır. Teorik modellerin belirsiz sonuçlar verdiği ve borç birikiminde bir politika konusu olmadığı veya yüksek borç seviyelerinin ciddi bir sorun olmadığı şeklinde yorumlanmamasının gerekli olduğunu düşünmektedirler. Birçok literatür çalışmaları borç ile ekonomik büyüme arasında negatif bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur.

Afonso ve Alves, (2014) Kamu borcunun yıllık ve 5 yıllık ortalama büyüme oranları için ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin incelenmesinde, Avrupa ülkelerinin 1970'den 2012'ye kadar 14 Avrupa ülkesi için yıllık ve 5 yıllık ortalama büyüme oranları için sırasıyla her % 1 kamu borcunun artışı için % -0.04 ve % -0.03 civarında maksimum olumsuz etki göstermektedir. Gürdal ve Yavuz (2015) Türkiye için 1990-2012 yıllar arası iç borçlanma ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelendiğinde iç borç ile ekonomik büyüme arasında eş bütünleşme ilişkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Soydan ve Bedir (2015) çalışmalarında 1985-2013 verilerini kullanarak orta borçlu, orta gelirli ülkeler için dış borcun, ekonomik büyüme üzerindeki etkisini araştırmıştır. Bulgular ülkeye özgü sonuçlarda bazı istisnalara rağmen, dış borcun olumsuz doğrusal bir etkisi olduğunu göstermektedir.

Anning ve diğerleri (2016) Gana ülke borçları ile ekonomi büyüme arasındaki ilişkiyi 1990-2015 veri ile incelemiştir. Araştırmada küçük kareler modeli kullanmıştır. Sonuçlar borçla ile ekonomi arasında negatif ilişki tespit etmiştir.

Pegkas (2017) çalışmasında Yunan ülkesinin devlet borçlanması ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelendiğinde sonuçlar devlet borçlarının büyümeyi olumsuz yönde uzun vadeli bir etkiye olduğu ortaya koymaktadır. Akkaya (2018) araştırmasında Türkiye Euro tahvillerinin yurt içi piyasadaki risk primi belirleyen değişkenler üzerinde çalışmıştır. Analizde Ocak 2005 ile Mart 2017 arası kapsayan dönem verileri kullanılmıştır. Analiz sonucu yurt içi değişkenler Euro tahvil risk primini etkilemektedir. Kharusi ve Ada (2018) Omman ülkesinin dış borç ile ekonomi arasındaki ilişki 1990-2015 yıllar arası verileri ile eş bütünleşme analizi yapmıştır. Bulgular dış borçlar ile ekonomi arasında negatif ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Mercan ve Ergen (2018) Türkiye örneğinde 1990-2017 kapsayan dönemde VAR model ve Granger testi uygulamıştır. Dış borç ile ekonomi büyüme arasındaki ilişki VAR analizi inceleme sonucunda büyüme de ortaya çıkan bir şok ile dış borçları ikinci dönemde negatif etkilemektedir. Büyümeden dış borca doğru bir nedensellik ilişkisi olduğu ortaya çıkmaktadır.

Bir diğer çalışma ise Saungweme ve diğerleri (2019) Zambia ülkesinin kamu borçlanması ile ekonomi büyüme arasındaki ilişkiyi 1970-2017 yıllar arası verileri ile kullanmıştır. Çalışmada ARDL yöntemi incelemesi sonucunda borçla ile ekonomi büyüme arasında nedensellik ilişkisi bulunmamıştır. Toktaş ve diğerleri (2019) Türkiye için yapılan nedensellik analizlerinde net dış borç stoku ile ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisi hem olumlu hem de olumsuz yönleri içeren bir

nedensellik ilişkisi olduğunu göstermiştir. Tokaş ve diğerleri (2019) gelişmekte olan ülkeler 2003-20017 yılları arasında kapsayan dönemde net dış borç stoku ile ekonomik büyüme arasında hem olumlu hem de olumsuz yönleri kapsayan bir nedensellik ilişkisi olduğunu belirtmiştir. Bir diğer çalışmada Gündüz ve Çelikay (2019) 52 ülke 2000-2017 yılları arasında kapsayan dönemde hata düzeltme modeli kullanarak kamu borcu ile ekonomik büyüme arasındaki incelemesinde düşük gelirli ülkelerde uzun dönem olumsuz etkilerken orta ve üst gelirli ülkelerde kısa dönem olumsuz etkilendiği görülmüştür.

Türkiye’de Ergeç (2004), Akkaya (2018), Toktaş ve diğerleri (2019), ekonomik ve finansal gelişim nedensellik ilişkisi bulmuş buna karşın Çöğürçü ve Çoban (2011), Mercan ve Ergen (2018) dış borçlar ile ekonomi büyüme arasında olumsuz etkilemiştir. Gürdal ve Yavuz (2015) iç borçlar ile ekonomi büyüme arasında eşbütünleşik ilişkisi olduğu, ancak Öztürk ve Çınar (2008) katkı

Kumar ve Woo (2010), Wachter (2012), Pattillo ve Ricci (2011), Panizza ve Prespitero (2013), Gündüz ve Çelikay (2019) hem gelişmiş ve hem gelişmekte olan ülkelerdeki kamu borcu ile ekonomi arasında ilişki araştırma sonucunda olumsuz etkilemiştir. Greiner (2013), Afonso ve Alves, (2014) gelişmiş ülkelerdeki araştırmalarında borçlar ile ekonomi arasındaki ilişki olumsuz olduğunu belirtmiştir. Soydan ve Bedir (2015) Tokaş ve diğerleri (2019) gelişmekte olan ülkelerde borçlar ile ekonomi arasında nedensellik ilişkisi bulmuştur. Anning ve diğerleri (2016) Pegkas (2017) Kharusi ve Ada (2018) gelişmemiş ülkelerde olumsuz ve Saungweme ve diğerleri (2019) nedensellik ilişkisi bulunmamıştır. Genel olarak birçok araştırmalarının sonucu ağırlıklı olarak borçlar ile ekonomi arasında negatif ilişki olduğu meydana çıkmıştır. Ancak tahvil niteliğindeki borçlanmalar ile ekonomi arasındaki ilişki hakkında oldukça çok az sayıda çalışmalar bulunmuştur. Örneğin Fink ve diğerleri (2013) tahvil ve ekonomi arasında nedensellik ilişkisi olduğu ortaya çıkmıştır.

4. Araştırma Yöntemi

4.1. Veri Seti

Tahvil ve reel sektörler arasındaki nedensellik ilişkisi ile ilgili beş olası hipotez türetilebilir: (1) arz öncülüğü, (2) talep öncülüğü, (3) karşılıklı bağımlılık, (4) nedensellik ilişkisi bulunmaması, (5) finansmandan büyümeye olumsuz nedensellik ilişkisi olması 5 hipotez bulunmaktadır (Fink ve diğerleri; 2013;4). Çalışmada ekonomik büyüme ve ulusal ve uluslararası borçlanma senetleri 2000-2017 yılları arasındaki yıllık verileri Word bank sitesinden kullanılacaktır.

4.2. Yöntem

Araştırmada metodoloji analizi metodolojisi Pesaran ve Shin (1999), Pesaran ve Shin (2001) tarafından geliştirilen gecikmesi dağıtılmış otoregresif sınır testi (Autoregressive Distributed Lag; ARDL) sınır testi uygulanacaktır. Ulusal Devlet Tahvili Stoku “UDTS”, Uluslararası Devlet Tahvili Stoku “UADTS”, Ekonomi Büyüme Oranı “EBO” değişkenlerdir.

ARDL (p, q_1, q_2) denklemi aşağıdaki gibi;

$$\Delta LEBO_t = a + \sum_{i=1}^p \delta_i LEBO_{t-i} + \sum_{i=1}^{q_1} \beta_{i,1} LUDTS_{t-i} + \sum_{i=1}^{q_2} \beta_{i,2} UADTS_{t-i} + a_1 LEBO_{t-1} + a_3 LUDTS_{t-1} + a_3 LUADTS_{t-1} + U_t \quad (1)$$

P bağımlı değişkeni için q ise bağımsız değişkenler için optimum gecikme sayısını U_t hata terimi ifade etmektedir. Sınır testi ile ilgili eş bütünleşme gösteren katsayıları için H_0 ve H_1 hipotezler aşağıdaki gibi belirlenmektedir:

$H_0: \alpha_1 = \alpha_2 = \alpha_3 = 0$ EBO ile (UDTS ve UADTS) uzun dönem ilişki yoktur.

$H_1: \alpha_1 = \alpha_2 = \alpha_3 \neq 0$ EBO ile (UDTS ve UADTS) uzun dönem ilişki vardır.

4.3. Bulgular

Çalışmada birim kök testi için *Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF)* ve *Phillip Perron (P-P)* testleri uygulanmıştır.

Tablo 1. Değişkenler Tablosu

Bağımlı Değişken	Ekonomi Büyüme Oranı (EBO)
Bağımsız Değişken	Ulusal Devlet Tahvili Stoku (UDTS)
Bağımsız Değişken	Uluslararası Devlet Tahvili Stoku (UADTS)

Seriler 2000-2016 yılları arası World Bank sitesinden elde edilmiştir. 17 yıllık veriler eş bütünleşme testi uygun olmadığına göre Eviews programında hata ile karşılaşılmıştır. Dolayısıyla Serilerinin mevsimsel verileri olmadığı için yıllık veriler, Littermen (1980,1986) uygulaması ile mevsimsel verilere dönüştürülmüştür. Mevsimsel verileri mevsimsellikten arındırdıktan sonra logaritmaları alınmıştır. Serilerinin durağan olup olmadığı bakmak için ADF ve PP testlerini uygulanmıştır. Aşağıdaki tabloda Birim kök testi uygulaması bulunmaktadır.

Tablo 2. ADF ve PP Birim Kök Testi

DEĞİŞKEN	Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF)			Phillips-Perron(PP)		
	SABİTLİ	SABİTLİ İ-TRENDLİ	SABİTSİZ - TRENDLİ Z	SABİTLİ	SABİTLİ İ-TRENDLİ	SABİTSİZ Z-TRENDSİZ
Log EBO	0.0635	0.1867	0.1750	0.0000	0.0000	0.0156
LogUDTS	0.9310	0.0324	0.1869	0.5597	0.0031	0.6195
LogUADTS	0.2234	0.9275	0.5433	0.4736	0.8010	0.7600
Δ LEBO	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
Δ LUDTSSA	0.0155	0.0507	0.0018	0.0324	0.1033	0.0024
Δ LUADTSS	0.0980	0.0026	0.0098	0.0468	0.1523	0.0037

A

*Not: *, ** ve *** sırasıyla %10, %5 ve %1 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.*

Yukardaki tabloda ADF ve PP birim kök test sonuçlarına göre serlerinin seviyesinde durağan olmadıkları anlaşılmaktadır. Fakat serilerinin birinci derecede farklarını incelediğimizde birim kök içermediği görülmektedir.

Tablo 3. Eşbütünleşme Katsayıları

Değişken	Katsayı	Std. Hata	t-İstatistik	P-Değeri.
C	-8,446361	2,665046	-3,169311	0.0027
ECM	-0,402989***	0,168841	-2,386802	0.0210
LogUDTS(-1)	1,702747***	0,473686	3,594674	0.0008
LogUADTS(-1)	1,840250*	0,967541	1,901987	0.0632
Δ LogBOM(-1)	-0,805185***	0,128602	-6,261044	0.0000
Δ LogBOM(-2)	-0,256436***	0,091280	-2,809336	0.0072
Δ (LUDTS)	-9,656317	6,570366	-1,469677	0.1482
Δ LUDTS(-1)	6,359517	1,018727	0,624261	0.5354
Δ (LUDTSSA(-2))	-1,003016	7,150746	-1,402674	0.1671
Δ (LUADTS)	1,063660	1,773815	0,599645	0.5516
Δ (LUADTS(-1))	2,215931	3,157487	0,701802	0.4862
Δ (LUADTS(-2))	-5,612917**	2,632987	-2,131768	0.0382
Δ (LUADTSA(-3))	4,860972***	1,095443	4,437447	0.0001

Not: *, ** ve *** sırasıyla %10, %5 ve %1 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir

Tabloda model (3,3,4) hata terimi (-0.40), -2 ve sıfır arasında bir değer aldığı için statistik olarak anlamlıdır.

Tablo 4. Uzun Dönem Katsayıları

Değişkenler	Katsayı	Std. Hata	T-Statistik	P-Değeri
LogUDTS	4.22	2.009.723	2.102.426	0.0408**
LogUADTS	4.56	2.109.118	2.165.124	0.0354**
C	-2.09	9.044.123	-2.317.448	0.0248**

$$EC = LBOMSA - (4.2253*LU DTSSA + 4.5665*LU ADTSA - 20.9593) = -0,40 \quad S \quad (2)$$

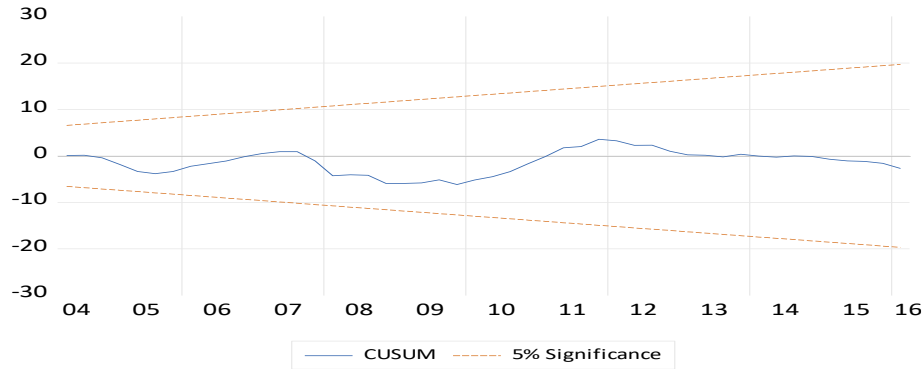
Tabloya baktığımızda uzun dönem uluslararası devlet tahvili ve ulusal devlet tahvili ile büyüme oranı arasında anlamlı ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. UDTS ve UADTS değişkenlerin uzun dönem katsayıları sırasıyla 4.225 ve 4.566'dır. Buna göre UDTS değişkeni %1 artış gösterdiğinde büyüme oranı %4,22, UADTS ise %1 artış gösterirken büyüme oranı %4,56 arttığı görülmektedir.

Tablo 5. ARDL Sınır Testi

Test istatistiği	P- Değeri	
F-statistiği	4,29**	
Anlamlılık	I(0)	I(1)
%10	2,63	3,35
%5	3,10	3,87
%2.5	3,55	4,38
%1	4,13	5,00

Not: **%90 güvenlik arası, **%95 güvenlik arası, ***%99 güvenlik arası, Parantez arası T-statik, köşeli parantez olasılık oranı

F statistik 4,29 olduğuna göre Peseran kritik değerlerine baktığımızda 95% anlamlılık düzeyinde anlamlıdır. ARDL modelin yapısal kırılma olup olmadığını araştırmak için Cusum testi uygulandı (Brown vd. 1975:149-155).

**Şekil 3. Cusum Test İstatistik Sonucu**

Cusum grafiğine baktığımızda modelin istikrarlı ve güvenilir olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak uzun dönemde uluslararası devlet tahvili ve ulusal devlet tahvil ile büyüme oranı arasında anlamlı bir ilişki var ve eş bütünlüktür.

5. Sonuç ve Değerlendirme

Finansal piyasaların derinlik ve büyüklük açısından gerçekleşmesi finansal gelişimi ifade etmektedir. Tahvil piyasasının, finansal piyasaların bir parçası olarak gelişimi, ekonomi büyümesine katkı sağlayabilir. Tahvil piyasası, esnek finansal kaynak sağlanabilir olması ve büyük hacimde borçlanabilir olması ile birlikte önemli avantajları bulunmaktadır.

Devletler tarafından tahvil ihracı yoluyla finansman sağlanması çok eskilere dayanmaktadır. Devletler tahvil ihraç ederek ülke demir yolları, gemiler, gaz, petrol ve yol gibi önemli alt yapıları finanse etmektedir. Buna göre ülkelerinin ekonomi kalkınma ve büyüme potansiyeli hız kazanmaktadır. Ancak devlet tarafından aşırı borçlanma birçok ekonomi sorunlar beraberinde getirebilir. Dolayısıyla devlet tahvili ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki incelenmelidir. Bu çalışmada Türkiye örneğinde devlet tahvili ihracı ülke ekonomik büyüme ile ilişki olup olmadığı incelenmiştir. Araştırmada, ARDL Peseran ve Shin (2001) modeli test sonucunda

devlet ulusal borçlanma senetleri ve uluslararası borçlanma senetlerinin, ekonomi ile uzun dönemde anlamlı ilişkisi olduğu ve eş bütünleşik sonucu ortaya çıkmıştır. Ulusal devlet tahvilleri değişkeni %1 artış gösterdiğinde büyüme oranı %4,22, uluslararası devlet tahvilleri %1 artış gösterirken büyüme oranı %4,56 arttığı görülmektedir. Dolayısıyla devletin gerek iç piyasadan gerek dış piyasadan borçlanma senetleri yoluyla borçlanması ülkenin ekonomik büyümesine katkı sağladığı görülmektedir. Ancak literatürde görüldüğü gibi farklı ülkelerde söz konusu ilişki negatif ortaya çıkmaktadır. Buna göre her ülkenin kendi ekonomisindeki konjonktürüne göre beklenen sonuçlar farklı olabilir.

Referanslar

- Abd Rahman, N. H. (2012). How federal government's debt effect the level of economic growth?, *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 3(4), 323-326.
- Afonso, A. ve Alves, J. (2014). The role of government debt in economic growth, *Review of Public Economics*, 215-(4/2015), 9-26
- Ak, M. Z., Altıntaş, N. ve Akpolat, A. G. (2013). Does net interest margin affect economic growth?: A panel data approach. *International Research Journal of Finance and Economics*, 109(2013), 137.
- Akkaya, M. (2018). Türk Euro Tahvillerinin Risk Primlerini Etkileyen İçsel Faktörlerin Analizi. *Journal of Yaşar University*, 13(50), 232-242.
- Anning, L., Ofori, C. F. ve Affum, E. K. (2016). The impact of government debt on the economic growth of Ghana: A time series analysis from 1990-2015. *International Journal of Innovation and Economic Development*, 2(5), 31-39.
- Brown, R. L., Durbin, J. ve Evans, J. M. (1975). Techniques for testing the constancy of regression relationships over time. *Journal of the Royal Statistical Society: Series B (Methodological)*, 37(2), 149-163.
- Çöğürçü, İ. ve Hatice, T. U. N. A. (2019). Dış borçlanma ve ekonomik büyüme ilişkisi: Türkiye üzerine ampirik bir uygulama 1980-2017. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 42.1, 309-321.
- Çöğürçü, İ. ve Çoban, O. (2011). Dış borç ekonomik büyüme ilişkisi: Türkiye örneği (1980-2009). *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2011(2), 133-149.
- Ergeç, E. H. (2004). Finansal gelişme ile ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisi ve Türkiye örneği: 1988-2001. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2). 51-66.
- Fincke, B. ve Greiner, A. (2013). On the relation between public debt and economic growth: an emperical investigaiton, *Bielefeld University, Faculty of Business Administration and Economics*, No:24.
- Fink, G., Haiss, P. R. ve Haristoforva, S. (2003). Bond markets and economic growth, SSRN Electronic Journal. Erişim adresi https://www.researchgate.net/publication/46269225_Bond_Markets_and_Economic_Growth.

- Gündüz, F. Ö. ve Çelikay, F. (2019). Kamu borç yükünün ekonomik büyüme üzerindeki etkileri: Seçilmiş ülkeler örnekleminde bir inceleme. *Maliye Dergisi*, 177, 247-275.
- Goldsmith, R. W. (1969). *Financial structure and development*. London: New Haven and Yale University Press.
- Gürdal, T. ve Yavuz, H. (2015), Türkiye’de iç borçlanma- ekonomik büyüme ilişkisi:1990-2012 dönemi analizi, *Ekonomik ve Sosyal Araştırma Dergisi*, 11(1), 117-130
- Irons, J. ve Bivens, J. (2010). Government debt and economic growth overreaching claims of debt “threshold” suffer from theoretical and empirical flaws. *Economic Policy Institute*, Erişim adresi <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.177.2304>,
- Karagöl, E. (2004). A critical review of external debt and economic growth relationship: A lesson for indebtedness countries. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 4(1), 69-78.
- Kharusi, S. A. ve Ada, M. S. (2018). External debt and economic growth: The case of emerging economy. *Journal of Economic Integration*, 33(1), 1141-1157.
- Kumar, M. ve Woo, J. (2010). Public debt and growth. IMF working papers No:10/174, 1-47.
- Levine, R. (1999). Law, finance, and economic growth. *Journal of financial Intermediation*, 8(1-2), 8-35.
- Litterman, R. B. (1980). A bayesian procedure for forecasting with informative prior distribution. *Manuscript, Department of Economics, MIT, Cambridge, MA*.
- Litterman, R. B. (1986). Forecasting with bayesian vector autoregressions: five years of experience. *Journal of Business and Economic Statistics*, 4(1), 25–38.
- Luengnaruemitchai, P. ve Ong, L. L. (2005). An anatomy of corporate bond markets: growing pains and knowledge gains, IMF Working Paper, WP/05/152.
- Mercan, N. ve Ergen, E. (2018). Ekonomik büyüme ve dış borçlanma arasındaki ilişki: Türkiye açısından ekonometrik bir analiz. *Pamukkale Journal of Eurasian Socioeconomic Studies*, 5(2), 13-30
- Öztürk, S. ve Çınar, U. (2018). Kamu dış borçlanması ve ekonomik büyüme ilişkisi: Türkiye üzerine ampirik bir uygulama (1975-2016). *Sosyal Bilimler Metinleri*, 2018(1), 66-79.
- Panizza, U. ve Presbitero, A. F. (2013). Public debt and economic growth in advanced economies: a survey, *Swiss Journal of Economics and Statistics*, 149(2), 175-204.
- Pattillo, C. ve Ricci, L. A. (2011). External debt and growth. *Review of Economics and Institutions*, 2(3), 30.
- Pegkas, P. (2017). The effect of government debt and other determinants on economic growth. *MDPI Journal Economics*, 6(10), 1-19.
- Perlo-Freeman, S. ve Webber, D. J. (2009). Basic needs, government debt and economic growth. *The World Economy*, 32(6), 965-994.

- Pesaran, M. H., Shin, Y. ve Smith, R. J. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of Applied Econometrics*, 16(3), 289-326.
- Pesaran, M., H. ve Shin, Y. (1998). An autoregressive distributed-lag modelling approach to cointegration analysis. *Econometric Society Monographs*, 31, 371-413
- Pradhan, R. P., Arvin, M. B., Norman, N. R. ve Bahmani, S. (2019). The dynamics of bond market development, stock market development and economic growth: Evidence from the G-20 countries. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*.
- Rahman, M., M., Bashar, M., A. ve Dey, S. (2012). External debt and gross domestic product in bangladesh: a co-integration analysis. *Management Research And Practice*, 4(4), 28-26
- Samargandi, N., Fidrmuc, J. ve Ghosh, S. (2014). Financial development and economic growth in an oil-rich economy: The case of Saudi Arabia. *Economic Modelling*, 43, 267-278.
- Saungweme T., Odhiambo, N. M. ve Camarero M. (2019). Government debt, government debt service and economic growth nexus in zambia: A multivariate analysis. *Cogent Economics & Finance*, 7, 1-17.
- Sermaye Piyasası Kurulu (2019). Aylık istatistik bültenleri. Erişim adresi <https://www.spk.gov.tr/SiteApps/Yayin/AylikIstatistikBultenleri>.
- Shaw, E. S. (1973). *Financial deepening in economic development*. London: Oxford Üniversitesi Yayınları.
- Soydan, A. ve Bedir, S. (2015). External debt and economic growth: new evidence fore an old debate. *Journal of Business Economics and Financ*, 4(3), 500-522.
- Tendulkar, R. ve Hancock, G. (2014). Corporate bond markets: A global perspective. *International Organization of Securities Commissions Research Department, IOSCO.(Staff working paper series SWP4/2014)*, Madrid, Spain.
- Toktaş, Y., Altiner, A. ve Bozkurt, E. (2019). The relationship between Turkey's foreign debt and economic growth: an asymmetric causality analysis. *Applied Economics*, 51(26), 2807-2817.
- Wachter, M. (2012). The effect of debt on economic development, Teses,
- World Bank (2019). Erişim adresi <https://data.worldbank.org/>
- Yalçın, K. (2012). *Uluslararası finansman*. Ankara: Detay Yayıncılık.

MANTAR YÖNETİM TARZI VE ÖRGÜTSEL DEDİKODUNUN BİLGİ PAYLAŞIMINA ETKİSİ

THE EFFECT OF MUSHROOM MANAGEMENT AND ORGANIZATIONAL GOSSIP ON KNOWLEDGE SHARING

İlkay ÖZTÜRK ⁽¹⁾, Mehtap ARAS ⁽²⁾

Öz: Bu araştırma, örgütlerdeki mantar yönetim tarzı ve örgütsel dedikodunun örgütlerdeki bilgi paylaşımına etkisini test etmek amacıyla yapılmıştır. Araştırmada nicel analiz yöntemlerinden tarama (survey) yöntemi kullanılmıştır. Araştırma İstanbul'da bulunan bir vakıf üniversitesinin farklı sektörlerde çalışan ders aşamasındaki işletme (MBA) yüksek lisans öğrencileri ile yapılmıştır. Araştırma modeli kapsamında; mantar yönetim tarzı, bilgi paylaşımı ve örgütsel dedikodu arasındaki etkileşime ait analizler yapılmıştır. Araştırma sonucunda mantar yönetim tarzı ile örgütsel dedikodu arasında pozitif $f(,232; ,239)$, bilgi paylaşımı ile negatif $(-,238)$ ilişkiler bulunmuştur. Aynı zamanda mantar yönetimin bilgi paylaşımını negatif $(-,160)$ yönde, örgütsel dedikodunun ise pozitif yönde $(,101)$ etkilediği sonucu bulunmuştur. Yine mantar yönetimin örgütsel dedikoduyu pozitif yönde $(,217)$ etkilediği bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Mantar Yönetim, Örgütsel Dedikodu, Bilgi Paylaşımı

Abstract: This research aims to test the effect of organizational mushroom management style and organizational gossip on knowledge sharing. Survey method, one of the quantitative analysis methods used in the research. The research was conducted with MBA graduate students at a foundation university in Istanbul, working in different sectors. Within the scope of the research model, analysis of the interaction between mushroom management style, knowledge sharing, and organizational gossip has been made. As a result of the research, a positive $(,232; ,239)$ relationship was found between the mushroom management style and organizational gossip, and a negative $(-, 238)$ relationship between the mushroom management style and knowledge sharing. At the same time, it was found that mushroom management affected the knowledge sharing in the negative $(-, 160)$ direction and the organizational gossip in the positive direction $(, 101)$. Also, it was found that mushroom management affected the organizational gossip in the positive $(,217)$ direction.

Keywords: Mushroom Management, Organizational Gossip, Knowledge Sharing

JEL: M54, D23, D83

⁽¹⁾Bahçeşehir Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksek Okulu, ilkay.ozturk@vsh.bau.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9867-9108

⁽²⁾Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Acil Yardım ve Afet Yönetimi Bölümü, moonaras@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1194-8123

Geliş/Received:11-06-2020; Kabul/Accepted: 09-05-2021

1. Giriş

Yönetim bilimine son yıllarda giren mantar yönetim tarzı ismini, karanlıkta, ışık görmeden yetişen mantarlardan almıştır. Mantar yönetim yaklaşımı yazında yeni yer almaya başladığından dolayı hala bu yaklaşımın çerçeveleri tam olarak çizilmemiştir. Mantar yönetim tarzı ile yapılan çalışmalar sınırlı olduğu için henüz davranışsal açıdan çalışanlarda ve yöneticilerde ne tür bir karşılığı olduğu bilinmemektedir. Çalışanlarda güven problemlerinin oluşması, örgüte ve işe bağlılığın azalması, tükenmişlik sendromunun ortaya çıkabilmesi, sinizmin artması, işe devamsızlığın artması, devir hızının artması, işten ayrılma niyetinin oluşması, örgütsel vatandaşlık davranışının oluşmaması gibi bazı davranışsal sorunların kaynağı olabilir ve başarısızlığa yol açabilir (Bolea ve Atwater, 2015: 119-120; Laplante ve Neill, 2006: 119; Tekin ve Birincioğlu, 2017: 29).

Bu metaforla ışık, yönetim de bilgi olarak karşılık bulmaktadır. Mantar yöneticisi işin nasıl yapılacağı ile ilgili gerekli bilgiyi verir ancak neden yapıldığıyla ilgili bilgi vermez. Böyle bir çalışma ortamında belirsizliğin yüksek, kararlara katılımın az ve geri bildirim olmamasından bahsedilebilir. Bunun nedeni bilginin güç olduğu özellikle teknoloji ve yazılım firmalarında, çalışanların yaptığı işlerin firmaya kazançlarının çok yüksek olduğunu bilmemeleri ve düşük ücrete çalışmayı sorgulamalarının istenmesidir (Kılıç ve Olgun, 2017).

Örgütün yaşadığı bazı kriz durumlarında çalışanların motivasyonlarını düşürmemek ve dedikoduların önüne geçmek için de yöneticiler astlarından bilgi saklama davranışına girebilirler. Bununla birlikte bilgi yoğun örgütlerde bazı kritik öneme sahip bilgilerin de saklanması gerekebilir. Ancak dedikodunun önüne geçmek için saklanan bilgi, çoğu zaman örgütteki dedikoduyu artırır. Literatürde örgütsel dedikodu (Ben-Ze'ev, 1994; Bertolotti ve Magnani, 2014; Foster, 2004; Houmanfar ve Johnson, 2008; Kurland ve Pelled, 2000; Martinescu, 2017) ve belirsizlik seviyesinin örgütsel dedikoduya etkileri hakkında araştırmalar yapılmış olmasına rağmen (Brown ve Napier, 2004), iletişimin düşük olduğu ve belirsizliğin yüksek olduğu mantar yönetiminde ortaya çıkan dedikodunun, örgütlerin en çok ihtiyacı olan ve bilgi paylaşımının artırılmasına olan etkileri araştırılmamıştır. Bilgi paylaşımının en önemli meselesi örgütteki örtük bilgiyi açığa çıkarmaktır (Nonaka ve Takeuchi, 1995). Ancak örtük bilgi astların bilgi seviyesidir. Mantar yönetiminde ise üstlerin bilgi saklama davranışından bahsedilmektedir. Araştırmada önce mantar yönetim, örgütsel dedikodu ve bilgi paylaşımı kavramsal çerçevede açıklanmış, sonra yöntemde açıklanan analizler yapılmış ve bulgular ve sonuç kısmında ise araştırmanın sonuçları ve örgütsel açıdan değerlendirmeleri yapılmıştır.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Mantar Yönetim

Mantar yönetim kavramı, mantarların yetiştirilme biçimlerinden esinlenerek ele alınan, mantarların karanlıkta ve loş ışıkta büyümesinden ve bu nedenle gün ışığı aldıklarında ise ölmelerinden türetilen metaforik bir kavramdır. Mantar yönetimi, çalışanların (mantarlar gibi) karanlıkta tutulduğu ve periyodik olarak bir miktar gübre verildiği bir yönetim tarzı tanımlamak için kullanılmaktadır (Brown, Malveau, McCormick ve Mowbray, 1998: 147; Laplante ve Neill, 2006: 120). Mantarın büyüme veya yetiştirilme tarzını yönetim alanına uyarladığımızda, yöneticinin çalışanlar ile etkili bir iletişim kurmadığı, bilginin tek taraflı bir akışa sahip olduğu, geri beslemenin

olmadığı, çalışanın her anlamda karanlıkta bırakıldığı bir çalışma ortamı ve yönetim tarzı olduğu söylenebilir. Çalışanlar, yöneticileri tarafından bilgi akışının olmadığını ya da aşırı kontrol edildiklerini gördüklerinde, bir mantar gibi karanlıkta tutulduklarını hissetmektedirler (Bolea ve Atwater, 2015: 119).

Mantar yönetim tarzı daha derin bir güven sorununun semptomu olabilir ve çalışanları karanlıkta tutmanın örgüte zararları çok daha şiddetli olabilir (Laplante ve Neill, 2006: 119). Independent gazetesinin 2015 yılında yaptığı bir habere göre Geckoboard ve Censuwide şirketlerinin ortaklığında Britanya’da yaptıkları ve 2000 çalışanı kapsayan bir araştırmada çalışanların %90’ından fazlası çalıştıkları kurumla ilgili kötü haber almayı hiç haber almamaya yani karanlıkta tutulmamaya tercih ettiklerini ve %79’unun şirketle ilgili bilgileri paylaşmayan yöneticilere güvenmediklerini ortaya koymuştur. Mantar yönetim tarzını benimsemiş bir yönetici ile çalışanlar tarafından bakıldığında zararlar; örgütsel bağlılığın azalması, sinizmin artması, tükenmişlik sendromuna yakalanmaları, tıpkı yöneticileri gibi bilgi akışını kesmeleri olarak sıralanabilir (Bolea ve Atwater, 2015: 120; Tekin ve Birincioglu, 2017: 29) Bununla birlikte mantar yönetim, çalışanlar için avantajlı bir durum haline de gelebilir. Çalışana bilgi verilmiyorsa kararlara katılması ve bu kararların doğuracağı riskleri de üstlenmesi beklenemez dolayısıyla çalışanlar alınan kararların risklerini de üstlenmemiş olurlar (Laplante ve Neill, 2006: 121). Mantar yönetimin olumsuz sonuçlar doğurduğunu gösteren çalışmaların aksine, Kâhya ve Ceylan (2019) yaptıkları çalışmada mantar yönetim yaklaşımının iş gören performansı üzerinde pozitif yönlü bir ilişki bularak mantar yönetim yaklaşımının olumlu sonuçlar ortaya çıkarabileceği sonucuna ulaşmışlardır.

Formal iletişim kanallarıyla bilgiye erişemeyen çalışanlar, informal iletişim yolları ile bilgiye erişmek zorunda kalabilirler ya da bu yolu tercih edebilirler. Örgüt içinde kullanılan informal iletişim yollarından biri de dedikodudur. Mantar yönetimde bilgiye ulaşamayan çalışanlar bilgiyi elde etmek için dedikoduya başvurabilirler (Birincioglu ve Tekin, 2018: 171).

2.2. Örgütsel Dedikodu

Dedikodu, aslında insanoğlunun diğer insanlarla ilgili temel bilgi alma kaynağıdır ve bununla birlikte dedikodu çok farklı bilgi alışverişini içerebilir (Bertolotti ve Magnani, 2014: 4038, 4041; Houmanfar ve Johnson, 2008: 122). Dedikodu, her yerde olan ve informal iletişim olarak kabul edilen bir iletişim şeklidir. Dedikodu bugüne kadar sosyal tarih, iletişim, antropoloji, psikoloji, sosyoloji, örgütsel davranış alanındaki çalışmalara birey ve grup etkileşimlerinden dolayı konu olan bir kavramdır (Kurland ve Pelled, 2000: 428; Noon ve Delbridge, 1993: 23; Michelson, Iterson ve Waddington, 2010). Yönetim yazınında da yer bulan dedikodu kavramı, genelde olumsuz bir kavram olarak nitelendirilmektedir ve genel kabul olarak olumsuz söylemler içerdiği ve zarar verici olduğu düşünülmektedir (Bertolotti ve Magnani, 2014; Mawhinney, 2010: 972; Noon ve Delbridge, 1993: 24). Kadınlara atfedilen (Waddington ve Michelson, 2007: 2) ve sadece kadınların kendi aralarında yaptıkları gayri resmî konuşma olarak algılanan bu kavram, yönetim yazınında da yer bulmuş, dedikodunun iş yaşamındaki olumlu ve olumsuz yanları irdelenmiştir. Tam da bu noktada, Goodman ve Ben-Ze’ev (1994: 12), “iyi dedikodu” kavramını tanımlayarak, dedikodunun bireysel çıkar sağlamak için yapılan dedikodu dışında farklı bir amaca hizmet ederek fayda sağlamasından bahsetmişlerdir. Foster (2004: 83), iyi dedikodunun da kötü dedikodu kadar işyerinde etkili olabileceğini, dedikoduyu

sadece olumsuz içeriğe sahip olduğunu da söylemenin anlamlı olmadığını dile getirmiştir.

Knapp (1944: 22-23) ise dedikodunun üç temel özelliği olduğunu öne sürmüştür. Bunlar sırasıyla, belirgin ve karakteristik bir iletişim şekli olması, bilgiye ulaşmayı sağlaması ve tatmin edici özelliğinin olmasıdır.

De Sausa (1994: 25)'ya göre dedikodu güçtür. Çalışma yaşamında zayıf olanlar ya da başka bir ifadeyle gücü olmayanlar (mantar yönetim tarzı altında çalışanlar buna örnek olarak verilebilir), dedikoduyu yöneticilerine karşı yıkıcı bir güç olarak kullanabilirler. Bununla birlikte belirsizliği ortadan kaldırmak ya da karşılaştırma yapabilmek için veri elde etmek amacıyla örgütte güce sahip olanların dışında bırakılanlar, dedikoduyu; sorgulama, bilgi edinme ve güce sahip olma yoluna dönüştürebilirler (Michelson ve Mouly, 2004: 194). Bu nedenle formal iletişimin etkili olmadığı çalışma ortamlarında sorun çözmek için kullanılabilir (Noon ve Delbridge, 1993: 35) ve örgütsel yaşamın doğal bir süreci olarak görüldüğünde dedikodunun örgüt performansına olumlu etkileri olabileceği, karar alma süreçlerinde de önemli bir bilgi kaynağı olduğu, kişilerin örgüt içindeki işleyişi ya da eksik bilgiye sahip oldukları durumlarda bilgi sahibi olmalarını sağlayarak, bireylerin güvensizlik ve endişe duygularını azalttığı söylenebilir (Leblebici, Yıldız ve Karasoy, 2009: 566)

Dedikodu doğası gereği karmaşık bir bilgi alışverişini gerektirmektedir ve insanlar farklı nedenlerden dolayı dedikoduya yönelmektedirler (Martinescu, 2017: 6). Dedikodu temelde üç işlevi yerine getirmektedir; bilgilendirmek (bilgi akışını sağlamak), eğlendirmek ve etkilemek (Rosnow, 1997: 159).

İş yerinde yapılan dedikoduyu, işle ilgili yapılan dedikodu (work-related gossip) ve işle ilgili olmayan dedikodu (non-work related) şeklinde ikiye ayırabiliriz. İşle ilgili yapılan dedikoduların içeriği genelde performans, diğer üyelerle kişiler arası ilişki ve yönetim sorununa karşı birlikte tutum sergilemektir. Bu nedenle işle ilgili olmayan dedikodu ile karşılaştırıldığında daha profesyonel ve daha güvenilir mesajların kaynağı olarak kabul edilir (Zou ve diğerleri, 2020: 2-3).

2.3. Örgütsel Bilgi Paylaşımı

Bilgiyi bireyler arasında etkili bir şekilde aktarabilme yeteneği, yeni ürün geliştirme, örgütün hayatta kalması, en iyi uygulamaların aktarılması da dahil olmak üzere birçok organizasyonel süreç ve sonuç için kritik öneme sahiptir. Bunun yanı sıra bilgiyi aktarabilme örgütün rekabet avantajı sağlayabilmesinin de kaynağıdır (Reagans ve McEvily, 2003: 240). Bilgi yönetimi çalışmalarında, örgüt içindeki informal sosyal ağlara büyük önem atfedilir çünkü bilgi paylaşımında insanların bilgiyi aktarma kapasitesi göz önüne alındığında bu ağlar çok önemli rol oynar (Brown ve Napier, 2004: 7). Brown ve Napier (2004), çalışmalarında dedikodu ve bilgi transferi arasındaki ilişkinin araştırıldığı çalışmalarda temel bazı ilintili alanların üzerinde durulması gerektiğini vurgulamışlardır. Yani, dedikodu yapma, örgüt içindeki durumun belirsizliğine, bu durumun örgüt içindeki önemine ve kaygı yaratma durumuna bağlıdır. Belirsizlik seviyesi ile dedikodu arasında doğru bir ilişki vardır. Belirsizlik seviyesi ne kadar artarsa dedikodu da o derecede artmaktadır ve bu durum kaygı için de geçerlidir (Brown ve Napier, 2004: 3). Bu nedenle örgüt içinde belirsiz bir durum varsa, belirsizlik yaratan durum önem arz ediyorsa ve bu belirsizlik çalışanları kaygıya sürüklüyorsa çalışanlar informal ağlarla yani dedikodu yoluyla bilgi paylaşma yolunu tercih ederler.

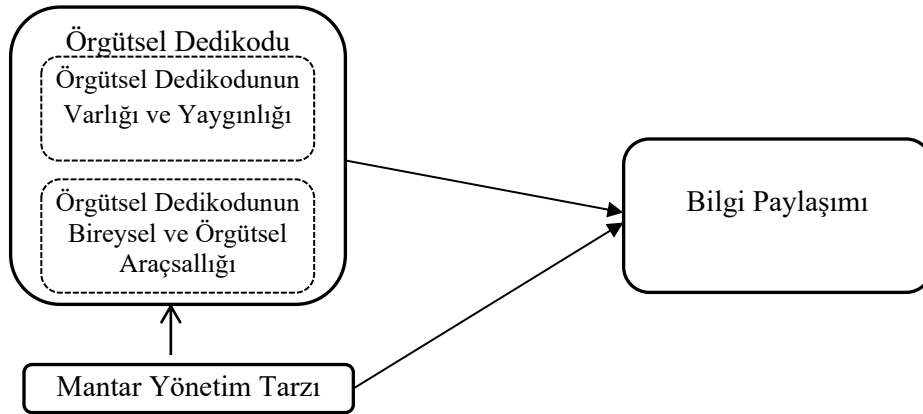
Bir diğer taraftan bilgi paylaşımı, çalışanların sürdürülebilir performansını ve dinamik yeteneklerini artırmaya teşvik eder ve böylece örgütün sürdürülebilirliği de sağlanmış olur (Zou vd, 2020: 1). Daha önce de bahsedildiği gibi, mantar yönetim tarzı altında çalışanlara sağlıklı bir bilgi akışı sağlanmamaktadır. Yöneticileri hem örgüt performansı hem de çalışanların bireysel performanslarının artmasına ve bunu sürdürebilmelerine engel teşkil etmektedir. Bilgi paylaşımının olmadığı, bilginin transferinin önünde engellerin olduğu bir ortamda dedikodu yoluyla (işle ilgili dedikodu) bilgi paylaşma çalışanlar için kaçınılmaz olacaktır.

3. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın amacı çalışanların mantar yönetim algılarının ve dedikodu algılarının bilgi paylaşımı üzerine etkilerini ölçmek ve mantar yönetim, örgütsel dedikodu ve bilgi paylaşımı ilişkisini analiz etmektir. Böylece örgütte bilginin ortaya çıkması için informal yolların ne kadar kullanıldığı ve çalışanların yöneticilerinin bilgi paylaşımı konusundaki algı ve tutumlarının ölçülmesi sağlanacaktır.

4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada çalışanların algıladıkları mantar yönetim tarzı ve örgütsel dedikodunun bilgi paylaşımına etkisi incelenmiştir. Araştırmada nicel analiz yöntemlerinden tarama (survey) yöntemi kullanılmıştır. Araştırma modeli kapsamında; mantar yönetim tarzı, bilgi paylaşımı ve örgütsel dedikodu arasındaki etkileşime ait korelasyon analizi ve regresyon analizi tabloları oluşturulmuş ve demografik değişkenler tanımlanmıştır. Araştırmada modeli ve hipotezleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.



Şekil.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın hipotezleri aşağıda belirtilmiştir;

H₁: Mantar yönetim ve örgütsel dedikodu ile bilgi paylaşımı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1a}: Örgütsel dedikodu ile bilgi paylaşımı arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

H_{1b}: Mantar yönetim ile bilgi paylaşımı arasında anlamlı ve negatif bir ilişki vardır.

H₂: Mantar yönetim ve örgütsel dedikodunun bilgi paylaşımı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H₃: Mantar yönetimin örgütsel dedikodu üzerinde anlamlı etkisi vardır.

4.1. Evren ve Örneklem

Araştırma verileri zaman kısıtı nedeniyle kolayda (keyfi) örnekleme yöntemi ile elde edilmiştir. Araştırma İstanbul'da bulunan bir vakıf üniversitesinin farklı sektörlerde çalışan ders aşamasındaki işletme (MBA) yüksek lisans öğrencileri ile yapılmıştır. Üniversitede yüksek lisans yapan ve ders aşamasındaki MBA öğrencisi sayısı 270 kişidir. Aralık 2019 ve Ocak 2020 aylarında çalışan öğrencilere katılım gönüllü olmak üzere online anket gönderilmiş, katılımı hatırlatmak için 3 hafta sonra tekrar gönderilmiş ve toplam 6 hafta sonra toplanmıştır. Öğrencilere gönderilen anketlerin 162'sinden geri dönüş alınmış ve 159 anket araştırma verileri için uygun bulunmuştur.

4.2. Veri Toplama Araçları

Anket yöntemi ile toplanan verilerdeki ifadeler likert ölçeklerde kullanılan “tamamen katılıyorum (5)” ve “kesinlikle katılmıyorum (1)” arasında değişen derecelendirilmeden oluşturulmuştur. Toplam dört bölümden oluşan anketin birinci bölümü demografik veriler içeren, katılımcıların yaşı, cinsiyeti, statüsü, eğitim durumu ve sektörlerine ait verilerinden oluşmaktadır. İkinci bölüm mantar yönetim ile ilgili ifadelerden oluşmaktadır. Üçüncü bölümünde örgütsel dedikodu ifadeleri ve son bölümde ise bilgi paylaşımı ile ilgili ifadeler yer verilmiştir.

Mantar yönetim ölçeği olarak, Birincioğlu ve Tekin (2018) tarafından geliştirilen mantar yönetim ölçeği kullanılmıştır. Ölçek, 19 sorudan oluşmaktadır. İlk 6 soru “yetersiz bilgi paylaşımı”, 7-11 arası sorular güç kaybı endişesi, 12-15 arası iletişim yetersizliği, 16-19 arası katılımcı yönetim eksikliği sorularını içermektedir. Ölçeğin geçerliliği ve güvenilirliği başka araştırmalarda da test edilmiştir (Şahinli ve Örgen, 2018:786).

Örgütsel dedikoduyu ölçmek için ise, Leblebici, Yıldız ve Karasoy (2009) tarafından geliştirilen ve geçerliliği ve güvenilirliği sağlanmış olan dört boyutlu ölçek kullanılmıştır. 20-24 sorular dedikodunun varlığı ve yaygınlığı, 25-27 sorular dedikodunun tanımı, 28-31 sorular dedikodunun bireysel yararları, 32-37 dedikodunun örgütsel araçsallığı, 38. soru ise dedikodu hiyerarşi ilişkisini gösteren alt boyutlardan oluşmaktadır.

Bilgi paylaşımı ölçeği ise, Yeo ve Youssef (2010) tarafından geliştirilen ve geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiş olan (Karavardar, 2012:152) ve 18 sorudan oluşan ölçek kullanılmıştır. Ankette 39-56. arası ifadeleri içeren ve tek boyuttan oluşan bir ölçektir.

4.3. Araştırmanın Kısıtları

Araştırma İstanbul'da sadece bir vakıf üniversitesi yüksek lisans yapan ve çalışan öğrencilerin katılımı ile gerçekleştirildiğinden araştırma sonuçlarının genellemesi olası değildir.

5. Bulgular

Araştırma örnekleminde elde edilen verilerin demografik yapısı ve frekans dağılımlarına ait bulgular Tablo. 1'de gösterilmiştir. Buna göre; katılımcıların %57'si erkek, %43'ü kadındır. Lisans mezunları %99'unu oluştururken, %1'ini doktora

mezunları oluşturmaktadır. Sektör bazındaki dağılımları ise %50'si Toptan ve Perakende Satış sektöründe iken %23'ü Finans ve Sigorta şirketlerinde çalışmaktadır.

Tablo. 1: Örneklemeye Ait Demografik Veriler

		<i>n</i>	%
Cinsiyet	Kadın	92	57
	Erkek	67	43
Yaş	20-30	86	53
	31-40	66	41
	41-50	7	6
Eğitim	Lisans	157	99
	Yüksek Lisans	0	0
	Doktora	2	1
Sektör	Finans ve Sigorta	38	23
	Otomotiv	11	7
	Konaklama ve Yiyecek	8	5
	Bilgi ve İletişim	19	11
	Toptan ve Perakende	81	50
	Diğer	2	4

Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri

Öncelikle araştırmada kullanılan ölçeklerinin geçerlilik ve sonrasında güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Araştırmada mantar yönetim ölçeğinin alt boyutlarını belirlemek için faktör analizi yapılmıştır. Mantar yönetim ölçeğinde faktör yüklerinin düşük çıkması nedeniyle 3. ve 14. maddeler (s3, s14) analizden çıkarılmış ve kalan 17 madde yeniden kategorize edilmiştir. Kalan tüm sorular faktör yükleri Tablo.2'de gösterildiği üzere tek faktör altında toplanmıştır.

Tablo.2: Mantar Yönetim Ölçeğinin Faktör Yükleri

	Mantar Yönetim (Faktör 1)
Yetersiz bilgi paylaşımı 1	,621
Yetersiz bilgi paylaşımı 2	,730
Yetersiz bilgi paylaşımı 4	,565
Yetersiz bilgi paylaşımı 5	,748
Yetersiz bilgi paylaşımı 6	,694
Güç kaybı endişesi 7	,547
Güç kaybı endişesi 8	,691
Güç kaybı endişesi 9	,718
Güç kaybı endişesi 10	,708
Güç kaybı endişesi 11	,734
İletişim yetersizliği 12	,501
İletişim yetersizliği 13	,717
İletişim yetersizliği 15	,406
Katılımcı yönetim eksikliği 16	,814
Katılımcı yönetim eksikliği 17	,668
Katılımcı yönetim eksikliği 18	,710
Katılımcı yönetim eksikliği 19	,594

Toplanan verilerin faktör analizine uygun olup olmadığını ölçmek amacıyla önce Bartlett testi yapılmış, sonra hem faktör analizinin uygunluğunu hem de değişkenler arası kolerasyonu ölçen, örneklem yeterliliği testi, KMO değerine bakılmıştır. Bartlett testi (X^2 Bartlett test (1540) = 4424,253 ve $p < 0,00$ olarak hesaplandığı için anlamlı çıkmıştır. KMO testi 0 ile 1 arasında olmalıdır. Bir değişkenin diğer değişken tarafından hatasız tahmin edilmesinde 1 değerini alır. 0,50'nin altındaki ifadeler araştırmadan çıkarılarak faktör analizine devam edilir (Sipahi vd., 2010:80). KMO değeri 0,50'den yüksek çıktığı (KMO=0,739) için kullanılan veri seti faktör analizine uygun bulunmuştur (Sipahi, Yurtkoru ve Çinko, 2010:202; Büyüköztürk, 2002: 470-483).

Açıklanan varyansların 0,5'ten büyük olması istenir. Bu ölçek ifadelerinin varyanslarının en az %50'sinin faktör yapısı ile paylaşıldığı anlamına gelir ki 0,5'ten küçük olanlar analizden çıkarılır ve analiz tekrarlanır (Yaşlıoğlu, 2017:78; Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu, Yıldırım, 2010:273). Analiz sonucunda toplam açıklanan varyans %50,899 olarak tespit edilmiştir.

Güvenilirlik katsayısı hesaplanırken en çok kullanılan yöntem Cronbach Alpha katsayısıdır. Bu katsayının 0,7'den yüksek olması beklenir. Bu katsayı ölçme aracının yeterli olduğu anlamına gelir (Sipahi vd., 2010). Analiz sonucunda ölçeğin güvenilirlik katsayısı (Cronbach Alpha) 0,824 değeriyle yeterli bulunmuştur. Önceki araştırmalarda ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı 0,903 olarak, geçerlilik katsayısı

Tablo. 3: İfadelerin Faktör Yükleri

	Bireysel yarar ve örgütsel araçsallık (Faktör 1)	Dedikodunun varlığı ve yaygınlığı (Faktör 2)
Dedikodunun bireysel yararları 28	,658	
Dedikodunun bireysel yararları 30	,593	
Dedikodunun örgütsel araçsallığı 32	,703	
Dedikodunun örgütsel araçsallığı 34	,702	
Dedikodunun örgütsel araçsallığı 35	,683	
Dedikodunun örgütsel araçsallığı 36	,585	
Dedikodunun örgütsel araçsallığı 37	,657	
Dedikodunun varlığı ve yaygınlığı 20		,698
Dedikodunun varlığı ve yaygınlığı 21		,743
Dedikodunun varlığı ve yaygınlığı 22		,701

olan KMO değeri ise 0,874 olarak tespit edilmiştir (Şahinli ve Ögeve, 2018:784). Faktör adı “mantar yönetim” olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın diğer ölçeği olan örgütsel dedikodu ölçeğinin de geçerlilik ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Örgütsel dedikodu ölçeğinde faktör yükleri düşük çıktığı için 23,24,25,26,27,29,31,33,38. maddeler çıkarılmış ve kalan 10 madde yeniden kategorize edildiğinde maddelerin iki faktör altında toplanmıştır. Örgütsel dedikodu ölçek maddelerinin faktör yükleri aşağıdaki Tablo.3'te gösterilmiştir.

KMO değeri 0,50'den yüksek çıktığı (KMO=0,799) için ve Bartlett testi (X^2 Bartlett test (171) = 1087,206 ve $p < 0,01$ olarak hesaplandığı için kullanılan veri seti faktör analizine uygun bulunmuştur (Sipahi, Yurtkoru ve Çinko, 2010:202; Büyüköztürk, 2002: 470-483). Analiz sonucunda toplam açıklanan varyans %53,835 olarak tespit edilmiştir. Analiz sonucunda ölçeğin güvenilirlik katsayısı (Cronbach Alpha) 0,864 değeriyle yeterli bulunmuştur. Faktör adları sırasıyla “örgütsel dedikodunun araçsallığı ve bireysel yararı” ve “örgütsel dedikodunun varlığı ve yaygınlığı” olarak adlandırılmıştır.

Korelasyon Analizleri

Korelasyon analizinden önce uç değer analizi ve normallik analizi yapılmıştır. Veri setinde uç değerler bulunamamış ve Kolmogorov-Smirnov anlamlılığı ($> 0,005$) normal dağılıma uygun çıkmıştır. Mantar yönetim, örgütsel dedikodu ve bilgi paylaşımı değişkenlerine ait korelasyon katsayıları Tablo.4'te görülmektedir. Korelasyon katsayısının $r = 0,75$ 'ten büyük olması mükemmel ilişkiyi, $r = 0,60$ ile $0,74$ arası olması iyi ilişkiyi, $r = 0,40$ ila $0,59$ arasında olması, orta derece ilişkiyi, $r < 0,40$ oranında olması zayıf ilişkiyi göstermektedir (Şencan, 2005: 279).

Tablo. 4: Korelasyon Analizleri

	1	2	3	4
1-Mantar yönetim algısı	1			
2-Örgütsel dedikodunun varlığı ve yaygınlığı	,120	1		
3- Örgütsel dedikodu araçsallığı ve bireysel yararı	,232**	,239**	1	
4-Bilgi paylaşımı	-,238**	,107	,125	1

** Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlı (çift yönlü)

Mantar yönetim algısı ile örgütsel dedikodunun araçsallığı ve bireysel yararı arasındaki ilişki pozitif yönde zayıf düzeyde korelasyon, (0,232, $p<0,01$), örgütsel dedikodunun araçsallığı ve bireysel yararı ile örgütsel dedikodunun varlığı ve yaygınlığı arasındaki ilişki pozitif yönde zayıf düzeyde korelasyon, (0,239, $p<0,01$), mantar yönetim algısı ile bilgi paylaşımı arasında negatif yönde zayıf korelasyon (-0,238, $p<0,01$) tespit edilmiştir.

H_{1a} örgütsel dedikodu algısı ile bilgi paylaşımı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmadığı için reddedilmiştir. H_{1b} mantar yönetim ile bilgi paylaşımı arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki bulunduğu için kabul edilmiştir.

Regresyon Analizleri

Regresyon analizi yapılarak “Mantar Yönetim” ve “Örgütsel Dedikodunun”, “Bilgi Paylaşımı” üzerindeki etkisi ölçülmüştür. Analizde bağımlı değişken olarak, “bilgi paylaşımı”, bağımsız değişkenler olarak ise “örgütsel dedikodunun alt boyutları” ve “mantar yönetim” değişkeni kullanılmış olup sonuçlar Tablo 5’te gösterilmiştir.

Tablo.5: Mantar Yönetim ve Örgütsel Dedikodunun Bilgi Paylaşımına Etkisi Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımlı Değişken: Bilgi Paylaşımı			
Bağımsız Değişken	β	t	p
ÖD Varlığı ve Yaygınlığı	0,082	1,575	0,117
ÖD Araçsallığı ve Yararı	0,101	2,009	0,046
Mantar Yönetim	-0,160	-3,350	0,001
R=0,305; Adjusted R ² =0,076; F=5,311; p=0,002			

Modele göre bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında orta düzeyin altında pozitif yönlü ilişki vardır ($\beta:0,305$). Durbin watson testine göre değişkenler arasında otokorelasyon olmadığı görülmüştür (1,851). Yine modele göre mantar yönetim ve örgütsel dedikodunun alt boyutu olan örgütsel dedikodunun araçsallığı ve yararının bilgi paylaşımı üzerine etkisinin istatistikî olarak anlamlılık gösterdiği tespit edilmiştir ($\beta: -0,160$, $p=0,01$; $\beta:0,101$, $p=0,046$). Bilgi paylaşımı varyansının %16’sını mantar yönetimin, %10’unu örgütsel dedikodunun araçsallığı ve yararının açıkladığı görülmektedir. Bu sonuçlara göre H_2 hipotezi kabul edilmiştir. Bu sonuçlar literatürle de desteklenmiştir (Demirel ve Seçkin, 2011:117).

Mantar yönetimin örgütsel dedikoduya etkisi Tablo 6’da gösterilmiştir.

Tablo.6: Mantar Yönetimin Örgütsel Dedikoduya Etkisi Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken: Örgütsel Dedikodu			
Bağımsız Değişken	β	t	p
Mantar Yönetim	0,217	2,750	0,007
R=0.217;		Adjusted R ² =0.041;	F =7,563; p=0.000

Modele göre mantar yönetimin, örgütsel dedikodu üzerine etkisi istatistiksel olarak anlamlıdır ($\beta:0,217, p<0,01$). Bu sonuçlara göre H_3 hipotezi kabul edilmiştir

6. Sonuç

Literatürde mantar yönetim tarzı, yöneticilerin bilgi paylaşım seviyelerinin işgörenler üzerinde yarattığı olumlu ve olumsuz durumlar temalarıyla incelenmiştir. Mantar yönetim tarzı ile yönetilen çalışanların en büyük problemi bilginin tek taraflı olmasından kaynaklanmaktadır. Yöneticiler bazı durumlarda işin yapılışı ya da amacı hakkında çalışana bilgi vermezler. Mantar yönetim tarzının artmasıyla bilgi paylaşımı azalır (Bolea ve Atwater, 2015: 120). Nitekim araştırma sonucumuz bu ilişkiyi desteklemiştir. Ancak bazı durumlarda özellikle kriz durumlarında örgüt ile ilgili kötü haberlerin yayılmasıyla çalışanların motivasyonlarının düşmemesi ya da örgüt ile ilgili paylaşılmaması gereken kritik bilgilerin ortaya çıkmaması için mantar yönetim tarzı uygulanabilir. Bu durumda mantar yönetim tarzı olumlu sonuçlar yaratabilir (Laplante ve Neill, 2006).

Mantar yönetim yaklaşımı son yıllarda literatüre girdiğinden sınırlı sayıda çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalar genelde bu yönetim yaklaşımının çalışanlar tarafından olumsuz sonuçlar doğurduğu yönündedir. Tekin ve Birincioğlu'nun (2017) devlet üniversitelerinde çalışan araştırma görevlileri ile yaptıkları çalışmada ortaya çıkan sonuçlar çalışmamızla paralellik göstermektedir. Araştırma görevlileri, mantar yönetim tarzı altında çalıştıklarını ve bu durumun onlarda olumsuz sonuçlar doğurduğunu ifade etmişlerdir. Yapılan araştırma sonucuna göre araştırma görevlileri örgüte bağlılıklarının azaldığını, motivasyonlarının düştüğünü ve işten ayrılma niyetlerinin olduğunu ifade etmişlerdir. Geckoboad ve Censuwide (2015) araştırma firmalarının ortaklığında 2000 çalışanla yapılan araştırma sonucuna göre de her dört çalışandan biri mantar yönetimden dolayı işten ayrılmaktadır. Kâhya ve Ceylan (2019)'ın çalışmalarında ise yazındaki olumsuz etkilerin aksine mantar yönetimin iş gören performansında pozitif yönlü bir artış olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Karanlıkta tutulduğunu hissedilen ve yaptıkları iş için gerekli bilgiye ulaşamayan çalışanlar dedikoduyu bilgi akışı sağlamak için kullanabilirler. Aksi takdirde çalışanlarda, örgüte bağlılıkta azalma, işten ayrılma isteği ve buna benzer örgütü ve bireyi zarara uğratabilecek davranışlar ortaya çıkarabilir. Formal yollardan bilgiye ulaşamayan çalışanlar mantar yönetim altında kendilerine bir ışık, bir yol açarak dedikodu mekanizmasını çalıştırabilirler. Yine araştırma sonucu, mantar yönetim algısının artmasıyla dedikodunun varlığı ve yaygınlığının arttığı ve bireysel faydasının ve örgüt için araçsallığının arttığını göstermiştir. Mantar yönetimin bilgi asimetrisi yarattığı durumlarda çalışanların dedikoduya iş yerindeki ilişkiler açısından olumlu baktıklarını, herkesin bazen dedikodu yapabileceğini ve dedikodunun gerekli olduğu tutumuna sahip olduklarını da araştırma sonucu göstermektedir. Yine araştırma sonucu mantar yönetim tarzının örgütsel dedikoduyu arttırdığı, artan

dedikodunun araçsal ve faydalı boyutunun ise bilgi paylaşımını arttırdığı sonucunu ortaya çıkarmasıyla literatürde yapılan tartışmalara katkı sağlamıştır.

Kavramsal çerçevede bahsedildiği gibi, dedikodunun zarar verici yönünü değil de “iyi dedikodu” olarak nitelendirilen, örgüte ve bireye fayda sağlayan dedikodu, bilgi paylaşımının en etkili yolu olabilir. Ama örgütler için esas olan düzenli bilgi akışının çalışanlara sağlanması ve kararlara katılımının artırılmasıdır.

Bilgi paylaşımının sınırlı ve tek yönlü olması çalışanlarda yöneticilerine karşı güvensizlik duygusu doğurmaktadır. Bilgi yoğun işletmelerde çalışan ve çalışanlara sınırlı bilgi vermek zorunda olan yöneticiler kendilerine karşı duyulan bu güvensizlik duygusunu önemseyip, çalışanların kendilerini değersiz ve önemsiz hissetmemeleri için engelleyici tedbirler almalıdırlar.

Araştırma, İstanbul ilinde bir vakıf üniversitesinde yüksek lisans yapan ve bir kurumda çalışan öğrenciler üzerinde uygulanmıştır. Bu durum araştırmanın sınırlılıkları arasındadır. Gelecek araştırmalarda farklı örneklem ve kültürlerde, ayrıca farklı kavramlarla birlikte ele alınması konunun bütünsel olarak anlaşılması için önem arz etmektedir.

Referanslar

- Altunışık, R., Çoşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Ben-Ze'ev, A. (1994). The vindication of gossip. R. F. Goodman & A. Ben-Ze'ev (Ed.), *Good gossip* içinde (11–24. ss). Lawrence: University of Kansas Press.
- Bertolotti, T. ve Magnani, L. (2014). An epistemological analysis of gossip and gossip-based knowledge. *Synthese*, 191, 4037–4067.
- Birincioğlu, N. ve Tekin, E. (2018). Mantar yönetim ölçeği geliştirilmesi üzerine bir çalışma. *Business and Economics Research Journal*, 9(1), 169-185.
- Bolea, A. ve Atwater, L. (2015). *Applied leadership development: nine elements of leadership mastery*. New York: Taylor & Francis Group.
- Brown, W. H., Malveau, R. C., McCormick, H. W. ve Mowbray, T. J. (1998). *AntiPatterns: Refactoring software, architectures, and projects in crisis*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Brown, M. ve Napier, A. (2004). *Knowledge transfer and rumour: Have we missed something? In Fifth European Conference on Organisational Knowledge, Learning and Capabilities*. Austria: Innsbruck.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör analizi: temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 32(32), 470-483.
- Demirel, Y., ve Seçkin, Z. (2011). Örgütsel adaletin bilgi paylaşımı üzerine etkisi: İlaç sektörü çalışanlarına yönelik bir araştırma. *Bilgi Dergisi*, 56, 99- 119.
- De Sousa, R. (1994). *In praise of gossip: Indiscretion as a saintly virtue*. R. F. Goodman & A. Ben-Ze'ev (Ed.), *Good Gossip* içinde (25-34). Lawrence: University of Kansas Press.

- Foster, E. K. (2004). Research on gossip: Taxonomy, methods, and future directions. *Review of General Psychology*, 8, 78-99.
- Houmanfar, R. ve Johnson, R. (2008). Organizational implications of gossip and rumor. *Journal of Organizational Behavior Management*, 23(2-3), 117-138.
- Indepented (2015). Britain's workforce facing a 'mushroom management' approach, resulting in employees quitting, says report. Erişim adresi <https://www.independent.co.uk/news/business/news/britain-s-workforce-facing-mushroom-management-approach-resulting-employees-quitting-says-report-a6672296.html>
- Kâhya, V. ve Ceylan, E. (2019). İş performansını artırmada yeni bir yaklaşım: Mantar yönetimi. *Uluslararası Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma Dergisi*, 6(45), 3773-3781.
- Karavardar, G. (2012). Çalışan ilişkileri ve bilgi paylaşımı: Bankacılık sektöründe bir uygulama. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2(1), 143-156.
- Kılıç, T. ve Olgun, H. (2017). Mantar yönetimi yaklaşımı. *Örgütsel Davranış Araştırmaları Dergisi*, 2(2),106-113.
- Knapp, R. (1944). A psychology of rumor. *The Public Opinion Quarterly*, 8(1), 22-37.
- Kurland, N. B. ve Pelled, L. H. (2000). Passing the word: Toward a model of gossip and power in the workplace. *The Academy of Management Review*, 25(2), 428-438.
- Laplante, P. A. ve Neill, C. J. (2006). *Antipatterns: Identification, refactoring, and management*. Boca Raton: Taylor & Francis Group.
- Leblebici, D. N., Yıldız, H. H. ve Karasoy, A. (2009). Örgütsel yaşamda dedikodunun algılanışı ve araçsallığı. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 9(18), 561-574.
- Martinescu, E. (2017). *Why we gossip: A functional perspective on the self-relevance of gossip for senders, receivers and targets*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). University of Groningen SOM Research School, Groningen.
- Mawhinney, L. (2010). Let's lunch and learn: Professional knowledge sharing in teachers' lounges and other congregational spaces. *Teaching and Teacher Education*, 26, 972-978.
- Michelson, G. ve Mouly, V. S. (2004). Do loose lips sink ships? *Corporate Communications: An International Journal*, 9(3), 189 – 201.
- Michelson, G., Iterson, A. ve Waddington, K. (2010). Gossip in organizations: Contexts, consequences, and controversies. *Group & Organization Management*, 35(4), 371-390.
- Nonaka, I. ve Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. Oxford: Oxford University Press. Erişim adresi https://books.google.com.tr/books?id=B-qxrPaU1-MC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

- Noon, M. ve Delbridge, R. (1993). News from behind my hand: Gossip in organizations. *Organization Studies*, 14(1), 23-36.
- Örgev, C. ve Şahinli, S. (2018). Mantar yönetimi yaklaşımı: Kamu-özel hastaneler karşılaştırması, Ö. Gider, T. Köse ve T. Şahin (Ed.) 2. uluslararası 12. ulusal sağlık ve hastane idaresi kongresi içinde (783-790. ss.) Muğla: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Yayını.
- Reagans, R. ve McEvily, B. (2003). Network structure and knowledge transfer: The effects of cohesion and range. *Administrative Science Quarterly*, 48(2), 240-267.
- Rosnow, R. L. (1977). Gossip and marketplace psychology. *Journal of Communication*, 27, 158-163.
- Sipahi, B., Yurtkoru, E. S. ve Çınko, M. (2010). *Sosyal bilimlerde SPSS'le veri analizi*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Smith, N. (2015). Research Report: One in four employees leave due to Mushroom Management. Erişim adresi <https://www.geckoboard.com/blog/research-report-one-in-four-employees-leave-due-to-mushroom-management/>
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve davranışsal ölçümlerde geçerlilik ve güvenilirlik*. İstanbul: Seçkin Yayıncılık.
- Tekin, E. ve Birincioğlu, N. (2017). Bilgi çağının odak noktası üniversitelerde mantar yönetimi. *International Journal of Academic Value Studies*, 3(14), 22-29.
- Waddington, K. ve Michelson, G. (2007). Analysing gossip to reveal and understand power relationships, political action and reaction to change inside organisations. *Critical Management Studies Conference*, Manchester, 24-26 Eylül.
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: Keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46 (Special Issue), 74-85.
- Yeo, R. K.ve Youssef, M. A. (2010). *Survey on knowledge sharing in organizations*. Erişim adresi <http://spreadsheets.google.com/viewform?formkey>
- Zou, X., Chen, X., Chen F., Luo, C. ve Liu, H. (2020). The influence of negative workplace gossip on knowledge sharing: Insight from the cognitive dissonance perspective. *Sustainability*, 12(8), 1-17.

ŞİRKET BİRLEŞME VE SATIN ALMA MÜZAKERELERİNİN BAŞARISIZLIK NEDENLERİ: FİRMA VE MÜZAKERE YAPISININ ETKİLERİ

FAILURE REASONS OF MERGER AND ACQUISITION NEGOTIATIONS: AFFECTS OF FIRM AND NEGOTIATION STRUCTURE

Yener ALTUNBAŞ⁽¹⁾, Ümit TOKUL⁽²⁾, Ozan KALAYCIOĞLU⁽³⁾

Öz: Bu çalışmada firma satın alma ve birleşme müzakerelerinin başarısızlıkla sonuçlanmasını etkileyen faktörlerin, müzakere ve firma temelinde araştırılması amaçlanmıştır. Bu kapsamda, Avrupa Birliği'nin ilk 15 büyük ekonomisine sahip ülkeler ile ABD menşeli firmaların 2010-2017 yılları arasındaki birleşme ve satın alma müzakereleri analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, müzakere özellikleri bakımından, müzakere süresinin uzunluğunun müzakerenin olumlu neticelenme ihtimalini azalttığı, peşin ödeme yönteminin teklif edildiği müzakerelerin hibrit ödeme yöntemlerinin teklif edildiği müzakerelere göre olumsuz sonuçlanma ihtimalinin daha yüksek olduğu, sahip olunmak istenen hisse payındaki artışın ise müzakere sonuçlarını pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir. Firma özellikleri dikkate alındığında ise, hedef firma büyüklüğünün müzakereler üzerinde olumsuz etkisi olduğu, diğer taraftan finansal kaldıraç rasyosunun yükselmesinin müzakerelerin başarı ihtimalini arttırdığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Şirket Birleşmeleri, Büyüme Stratejileri, Başarısız Müzakereler

Abstract: Within this study, it is aimed to investigate the factors affecting the failure of merger and acquisition negotiations based on negotiation and firm characteristics. In this context, merger and acquisition negotiations between the countries of the European Union's top 15 economies and the USA companies between 2010-2017 were analyzed. As a result of the analysis, it has been determined that the length of the negotiation period reduces the probability of a positive result of the negotiation, the negotiations that the cash payment method is offered are more likely to result in negative compared to the negotiations where the hybrid payment methods are offered, and the increase in the share desired to have has a positive effect on the negotiation results. Considering the characteristics of the firm, it was determined that the size of the target firm has a negative impact on the negotiations, while the increase in the financial leverage ratio increased the probability of success of the negotiations.

Keywords: Merger and Acquisitions, Growth Strategies, Abandoned Deals

JEL: G34, G32, M10

1. Giriş

Dünya ekonomilerinin globalizasyonu ile birlikte şirketlerin rekabet avantajı sağlamaları ve bu avantajı koruyabilmeleri gün geçtikçe zorlaşmaktadır. Rekabetin her geçen gün şiddetini arttırdığı bir çevrede şirket birleşmeleri stratejik bir yönetim aracı olarak görülmektedir. Müzakere, bir sorunu her iki tarafın da kabul edilebilir bulduğu bir şekilde çözen stratejik bir tartışmadır. Bir müzakerede, her iki taraf da diğerini kendi bakış açısına katılmaya ikna etmeye çalışır (Investopedia, 2021). Son

⁽¹⁾ Bangor University, Bangor Business School, y.altunbas@bangor.ac.uk, ORCID: 0000-0002-2088-2288

⁽²⁾ Türk Eximbank, utokul@hotmail.com, ORCID:0000-0003-3145-6812

⁽³⁾ Türk Eximbank, ozankalaycioglu@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-7593-9835

Geliş/Received: 08-08-2020; Kabul/Accepted: 02-07-2021

yıllarda Amerika ve Avrupa’da gerek yerel pazarda, gerekse uluslararası pazarlardaki şirket birleşme ve satın alma müzakerelerinin yüksek oranda başarısızlıkla sonuçlanması dikkat çekmektedir. Bu kapsamda, dünya genelinde 2008-2015 yılları arasında olumsuz sonuçlanan firma birleşme müzakerelerinin toplam tutarı 190 milyar doları bulmaktadır (WSJ, 2015). Şirketler arasındaki başarısızlıkla neticelenen satın alma ve birleşme müzakerelerinde meydana gelen bu artışa birçok araştırmacı tarafından dikkat çekilmektedir. Bu kapsamda yapılan çalışmalarda, müzakere süreçlerinin çeşitli zorluklar barındırdığına işaret edilerek, müzakere süreçlerinin başarısının temelde firmaya ve müzakereye ait özellikler tarafından etkilendiği vurgulanmaktadır. Ancak, müzakerelerin yarıya yakınının başarısızlıkla sonuçlandığına işaret edilmesine rağmen, literatürde başarısızlık nedenleri az sayıda çalışmada araştırılmıştır (Epstein, 2005). Oysa, şirketler arasındaki bu faaliyetlerin gerek firma performansı, gerekse ülke ekonomileri üzerindeki etkileri düşünüldüğünde müzakereleri olumlu ya da olumsuz etkileyen faktörlerin araştırılması önem arz etmektedir (Kim & Song, 2017).

Porter (1985)’a göre operasyonel üstünlükleri firmalara değer katar. Ancak, rekabetçi çevre firma yöneticilerini kârlarını arttırmaları için sürekli baskı altında tutmaktadır. Bu çerçevede, birleşme ve satın alma kararları firmalara çeşitli açılımlar sağlayan stratejik nitelikli kurumsal kararlar olarak değerlendirilmektedir. Carnevalli (2000)’ye göre, satın alma ve büyüme gibi dışsal büyüme stratejileri daha çok içsel büyüme kısıtlılıkları olan firmalar tarafından tercih edilmektedir. İlgili literatürde bu kapsamda yapılan araştırmaların büyük bölümünde, başarıyla sonuçlanan birleşmeler bakımından daha çok teklif veren ve hedef firmaların hissedarlarının kazançları araştırılmıştır (Porth, 1992; Ramaswamy, 1997). Ancak, yapılan araştırmalar satın alma ve birleşme süreçlerinin büyük çoğunluğunun müzakere aşamasında kesildiğini göstermektedir (Muehlfeld, et al, 2007). Bu nedenle literatürde satın alma süreçlerinin araştırılmasının önemine işaret edilmektedir (Holl & Kyriazis, 1996).

Literatürde şirket satın alma ve birleşme müzakerelerinin ortalama olarak yarısının başarısız olduğu vurgulanmasına rağmen, yapılan araştırmaların büyük çoğunluğunda birleşme sonrası şirket performansının incelendiği görülmektedir (Saxton & Dollinger, 2004). Oysa, müzakere süreçleri şirketlere çok ciddi maliyetler yüklemekte ve sınırlı kaynakların tüketilmesine yol açmaktadır. Bu nedenle, başarısız olan müzakere süreçleri şirketler için büyük bir kaynak israfı anlamına gelmektedir (Weston, et al. 2003, Asquith, 1983). İtibar ve zaman kaybı, avukatlara ve birleşme danışmalarına ödenen ücretler olumsuz neticelenen müzakerelerin maliyetlerinden bazılarıdır. Ayrıca, olumsuz neticelenen birleşme müzakerelerinden çekilmek kimi zaman çeşitli cezai yaptırımlarla karşı karşıya kalınmasına da neden olabilmektedir (Luo, 2005). Örneğin, Rosenkranz ve Weitzel (2005) tarafından, açıklanmış bir müzakere sürecinin olumsuz neticelenmesinin, müzakerecilerin birleşme değerinin altı katına varan cezalar ödemelerine neden olabileceği belirtilmiştir.

Bu çerçevede, bu çalışmada şirket birleşme ve satın alma müzakere süreçlerini etkileyen firma özellikleri ile müzakere yapılarına ilişkin özellikler araştırılmaktadır. Literatürde bu alanda yapılan çalışmalarda büyük ölçüde birleşme sonrasındaki finansal performans incelenmiştir. Bu çalışmada ise müzakere sürecine odaklanılmaktadır. Diğer taraftan, yapılan çalışmaların çoğunluğu nitel olmasına karşın, bu araştırma nicel veriye dayanmaktadır. Çalışmanın literatürün genelinden ayrılan bir diğer yanı, çoğu çalışmada olduğu gibi spesifik bir endüstri veya ülke yerine, Avrupa’nın gelişmiş ekonomileri ile ABD’yi kapsayan nicel verinin esas alınmış olmasıdır.

2. Literatür İncelemesi ve Hipotezler

Şirket satın alma ve birleşme müzakerelerinin birçoğu yanlış analiz ve planlama nedeniyle başarısızlıkla sonuçlanmaktadır. Hedef firmaya yüksek değer biçme, komplike bir müzakere süreci, birleşme sonrası oluşacak firmanın geleceğinin planlanmamış olması gibi eksiklikler başarısızlığın nedenlerinden bazılarıdır (Bargeron et al., 2014; Calandro, 2011). Müzakerelerde başarısızlığın sebeplerinden bir diğeri müzakereciler arasındaki iletişim problemleridir (Grantham, 2007). Zhang et al. (2011)'a göre, hedef firmanın yönetim kademesinin birleşmeye karşı olan savunmacı pozisyonu, hedef firma büyüklüğü ve ödeme şekli müzakerelerin sonucunu etkileyen faktörlerdir. Caiazza ve Pozzolo (2016) tarafından 1992-2010 yılları arasında 150 ülkenin bankacılık sektöründe açıklanan 20.000 yerel ve uluslararası birleşme/satın alma müzakeresi üzerinde yapılan araştırmada, müzakere özellikleri ile ülke özelliklerinin müzakere başarısına etkileri araştırılmıştır. Bu çerçevede, müzakerenin işlem büyüklüğü, süresi ve ödeme yöntemi gibi özelliklerinin, müzakerelerin sonucu üzerinde firma özelliklerinden daha fazla etkili olduğu belirlenmiştir. Diğer taraftan, aynı çalışma dahilinde hedef firmanın ülkesindeki otoriter yasal düzenlemelerin başarısızlık ihtimalini arttırdığı raporlanmıştır.

Chakrabarti ve Mitchell (2015), ABD'de 1980-2004 yılları arasında kimyasal üretici firmaları arasında açıklanan 1.603 yerel birleşme ve satın alma sürecinin %17'sinin başarısızlıkla sonuçlandığını belirtmektedir. Zhou et. al. (2016) tarafından 1995 – 2010 yılları arasında gelişmiş ve gelişmekte olan ülke şirketleri arasında açıklanan 2.736 satın alma müzakeresinin %34'ünün başarısızlıkla sonuçlandığını raporlamıştır. O'Sullivan ve Wong (1998), Büyük Britanya'da 1989-1995 yılları arasında açıklanan satın alma ve birleşme müzakerelerinin %20'sinin başarısız olduğunu tespit etmiştir. Wong ve O'Sullivan (2001), başarısızlıkla sonuçlanan müzakerelerin, hedef şirket yetkililerinin savunmacı tutumları veya gönüllü çekilme gibi çeşitli sebepleri olabileceğini belirtmektedir.

2.1. Şirket Birleşme ve Satın Alma Müzakerelerini Etkileyen Faktörler

Küçük hacimli işlemlerin müzakere süreçleri daha kolayken, büyük hacimli işlemler üst yönetimin yüksek konsantrasyonunu gerektiren kompleks süreçleri içerir (Chatterjee, 2007, Seth, 1990). Bunun yanı sıra, büyük hacimli müzakereler dikkatli bir planlamayı, ayrıca yönetsel gücü ve sorumluluğu gerekli kılar (Ellis et al., 2011). Büyük hacimli müzakerelerde maliyetlerin yüksekliği ve anlaşmazlıkların ortaya çıkması yönetimi karmaşaya sürükler ve riski artırır (Zollo, 2009). Karşıt olarak, küçük hacimli müzakerelerde baskı ve maliyetler azalırken, yaşanan anlaşmazlık sayısı da azalır. Küçük hacimli müzakereler teklif veren ve hedef firmalar tarafından düşük konsantrasyon gerektirmesi nedeniyle büyük hacimli müzakerelere göre daha fazla başarıyla sonuçlanma olasılığına sahiptirler (Doan et al, 2018).

H1: Şirket satın alma/birleşme müzakerelerinin başarısızlığı işlem hacmiyle ilişkilidir.

Müzakere süresi, şirket satın alma müzakerelerinin tamamlanma süresini ifade eder. Bu kapsamda müzakere süresi, müzakere sürecinin sonucuyla ilgili önemli bir kriterdir (Dikova et al, 2010). Müzakerelerin başladığının deklare edilmesinden sonuçlanmasına kadar geçen sürenin uzunluğu, müzakerelerin başarı veya başarısızlığı hakkında önemli bir fikir verir. Müzakerelerin devam etmesi, bir taraftan müzakere sürecinin devam ettiği ve tarafların olumlu netice elde etme çabalarına

işaret ederken, diğer taraftan taraflar için kârlı olan süreçlerin hızlı sonuçlanacağı düşünülebilir. Bu da müzakereler uzadıkça olumlu neticelenme ihtimalinin azalacağı anlamını taşır (Caiazza & Pozzolo, 2016).

H2: Şirket satın alma/birleşme müzakere süresinin uzunluğu müzakerelerin başarısızlığı ile ilişkilidir.

Ödeme yöntemi, şirket satın alma/birleşme müzakerelerini etkileyen önemli bir değişkendir. Sıklıkla peşin, hisse devri veya bunların kombinasyonu şeklinde belirlenen ödeme yöntemi, teklif veren şirket ile hedef şirket hissedarları tarafından müzakere sürecinin belirleyicisi olarak görülür (Andrade et al., 2001; Weston et al., 2003). Hisse satışı yoluyla yapılan ödemeler daha kompleks süreçler içerdiğinden, peşin ödeme yönteminin benimsendiği müzakerelerin başarı ihtimali daha fazladır (Shimizu et al., 2004). Travlos (1987) tarafından yapılan araştırmada, müzakereci firmaların peşin ödeme yöntemi seçildiğinde daha kazançlı çıktığı belirlenmiştir. Diğer taraftan, ödeme yöntemi olarak hisse devri seçildiğinde satın alma fiyatı belirsizlik içerir. Oluşan belirsizlik müzakere sürecini olumsuz yönde etkiler (Caiazza & Pozzolo, 2016). Sudarsanam (1995) tarafından, hisse senedi veya hibrit ödeme yöntemlerinin Büyük Britanya’da yapılan satın alma müzakerelerini anlamlı şekilde olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir. Diğer taraftan, peşin ödeme yönteminin müzakerelerin seyrini olumlu yönde etkilediği birçok araştırmacı tarafından ifade edilmiştir (Asquith, 1983; Travlos, 1987). Chang ve Suk (1998)’a göre, müzakerelerde ödeme yönteminin peşin olarak belirlenmesi müzakerelerin başarıyla sonuçlanma olasılığını arttırmaktadır. Araştırmacılar bu durumu peşin ödemenin belirsizliği azaltıcı etkisiyle açıklamışlardır. Hisse devri veya hibrit ödeme yöntemlerinin kompleks yapıları belirsizliği arttırmakta, bu da müzakere sürecini olumsuz yönde etkilemektedir.

H3: Hibrit ödeme yöntemi benimsenen müzakereler, peşin ödeme yöntemi belirlenen müzakerelere göre daha fazla başarısızlık olasılığına sahiptir.

Uluslararası müzakereler gerek yüksek belirsizlik içermeleri, gerekse yabancı ülkenin yasal düzenlemelerinden kaynaklanan yüksek hukuki maliyetleri nedeniyle sıklıkla yerel birleşmelerden kompleks ve maliyetlidir (Dinc & Erel, 2013). Uluslararası birleşme müzakerelerinin bu özellikleri başarısızlık olasılığını artırır. Jemison ve Sitkin (1986)’e göre bu faktörler müzakereleri zorlaştırıcı etkenlerdir ve artan gerginlik müzakerecilerin başa çıkamayacağı düzeye çıktığında müzakereler kesilebilir. Very ve Schweiger (2001) uluslararası birleşme müzakerelerinde en sık karşılaşılan zorluğun hedef firma hakkında enformasyon temini olduğunu belirtmektedir. Diğer bir zorluk, kültürel farklılıklardan kaynaklanan gecikmeler ve beklenmeyen maliyetlerdir. Bu tip kültürel sorunlar müzakerelerin kesilmesine veya gecikmesine neden olabilir (Dikova et al, 2010).

H4: Müzakerelerin uluslararası olması müzakere başarısızlığı ile ilişkilidir.

İlgili literatürde, satın alma/birleşme teklifinde bulunan firmanın hedef firmada sahip olmak istediği hisse yüzdesi “talep edilen hisse” olarak tanımlanmıştır (Dikova et al., 2010). Hedef firmanın güçlü finansal desteğe ihtiyaç duyması işbirliğine zorlayıcı etkenlerdendir. Özellikle uluslararası birleşme müzakerelerinde bu işbirliği zorunluluğu, teklif veren firmaya hedef ülkenin kültürel yabancılığının üstesinden gelmesinde yardımcı olur. Ancak, hedef firmada talep edilen hisse oranı arttıkça müzakereler daha komplike hale gelir. Antitröst yasaları ile diğer yasal zorunluluklar, teklif veren firmanın daha fazla kaynak ayırmasını gerektiren zorlayıcı etkenlerdir

(Zhou, 2016). Bu çerçevede, hedef firmada satın alınmak istenen hisse oranı arttıkça, finansal, hukuki ve yönetsel engellerin artacak olmasının müzakerelerin kesilme ihtimalini arttıracığı söylenebilir.

H5: Hedef firmada talep edilen hisse oranı ile müzakerelerin başarısızlığı ilişkilidir.

Literatürde, hedef firmanın bazı karakteristik özelliklerinin müzakerelerin tamamlanmasını zorlaştırdığı ifade edilmektedir. Örneğin, hedef firmanın büyüklüğü müzakerelerin başarıyla sonuçlanması üzerinde etkilidir (Caiazza & Pozzolo, 2016). İlk bakışta, büyük firmaların potansiyel müşterilerin daha fazla ilgisini çektiği ve müzakerelerin bu cazibe ile olumlu sonuçlanma ihtimalinin arttığı düşünülebilir (O’Sullivan & Wong, 1998). Ancak, büyük firmalar genellikle birleşme /satın alma müzakerelerini engelleyici mekanizmaları barındırırlar. Örneğin, büyük firmaların hissedarlarının birleşme motivasyonu küçük firmaların yöneticilerine göre çok daha azdır. Diğer taraftan, büyük firma yöneticileri firmalarının gücünden kaynaklanan kibir gibi çeşitli engelleyici özelliklere sahiptirler. Bu gibi özellikler müzakere süreçlerini olumsuz yönde etkiler (Moeller et al, 2004).

H6: Hedef firma büyüklüğü ile birleşme/satın alma müzakerelerinin başarısızlığı ilişkilidir.

Şirketlerin kaldıraç oranının yükselmesi, yönetimin kontrol altında tuttuğu firma varlıkları üzerindeki etkinliklerini azaltır (Stulz, 1988). Literatürde bazı araştırmacılar tarafından kaldıraç oranının yükselmesinin satın alma müzakereleri üzerinde olumsuz etki gösterebileceği belirtilmiştir. Diğer taraftan, teklif veren firmanın satın alma sürecini finanse edebilme kapasitesi satın alma sürecinin olumlu sonuçlanması bakımından önemlidir. Yüksek borçlu firmalar daha ziyade hisse senedi ile ödeme yöntemi teklif etme eğilimi gösterirler (Raad & Ryan, 1995, Assem & Titman, 1999 & Schwert, 2000). Faccio ve Masulis (2005), yüksek kaldıraç oranına sahip teklif veren firmaların ödeme yöntemini kontrol edebilme gücüne sahip olsalar bile, müzakerelerde başarısızlık ihtimallerinin yüksek olduğunu belirtmektedir. Holl ve Pickering (1988) göre teklif veren firmalardan büyük, hızlı ve likit olanların başarılı olma olasılığı artar.

H7: Kaldıraç oranı ile birleşme/satın alma müzakerelerinin başarısızlığı ilişkilidir.

3. Araştırma Metodolojisi ve Veri Özellikleri

Bu çalışmada öne sürülen hipotezler ikincil veri kullanılarak test edilmiştir. Veri kaynağı olarak şirket birleşme ve satın almalarına ilişkin veri sağlayan “Thomson One” ve “Thomson Financial Worldwide” veritabanı kullanılmıştır. Ölçüm ve analizlerde döviz cinsi olarak ABD Doları esas alınmıştır. Şirket satın alma ve birleşmelerine konu ülkeler, işlem hacmi esas alınarak seçilmiştir. Bu kapsamda AB üyesi ilk 15 ekonomi ile ABD şirketlerinin 2010-2017 yılları arasındaki satın alma ve birleşme faaliyetleri, firma ve müzakere özellikleri bağlamında analize tabi tutulmuştur. Analiz yöntemi olarak panel data probit regresyon yöntemi kullanılmıştır.

Tablo 1’e göre 2010-2017 yılları arasında analize tabi tutulan 6.876 birleşme ve satın alma müzakeresinin 5.886’sı (%85,6) başarısızlıkla sonuçlanmıştır. Müzakerelerin büyük çoğunluğu ABD firmalarını kapsamakta, bunu Fransa, Almanya ve Büyük Britanya gibi AB’nin büyük ekonomileri takip etmektedir. Veri seti, firma özellikleri ve müzakere özellikleri olmak üzere iki gruba ayrılmıştır. Müzakere özellikleri olarak,

müzakere işlem tutarı, talep edilen hisse oranı, hisse başına fiyat, satın alma/birleşme müzakere süresi, ödeme yöntemi; firma özellikleri olarak, hedef firma büyüklüğü, firmanın piyasa değeri, varlık getiri oranı, özsermaye getiri oranı, finansal kaldıraç vb. finansal oranlar kullanılmıştır.

Tablo 1: Ülkeler ve Müzakere Statüleri

Teklif Veren Firma Ülkesi	Müzakere Sonucu			Hedef Firma Ülkesi	Müzakere Sonucu		
	Tamamlanan	Kesilen	Toplam		Tamamlanan	Kesilen	Toplam
Avusturya		18	18	Avusturya			
Belçika		36	36	Belçika		36	36
Danimarka		18	18	Danimarka		36	36
Finlandiya		90	90	Finlandiya		72	72
Fransa	36	234	270	Fransa	18	162	180
Almanya		216	216	Almanya		198	198
Yunanistan	36	36	72	Yunanistan	36	36	72
İrlanda		36	36	İrlanda		72	72
Lüksemburg				Lüksemburg			
İtalya	18	18	36	İtalya	36	18	54
Hollanda		72	72	Hollanda		72	72
Portekiz		18	18	Portekiz		90	90
İspanya		90	90	İspanya		18	18
İsveç	18	72	90	İsveç	18	72	90
Büyük Britanya	54	180	234	Büyük Britanya	54	216	270
ABD	828	4,752	5,580	ABD	828	4,788	5,616
Toplam	990	5,886	6,876	Toplam	990	5,886	6,876

Tablo 2’de veri setine ilişkin tanımlayıcı istatistikler sunulmuştur. Buna göre olumsuz sonuçlanan müzakerelerin ortalama değeri 3.072.900 ABD Doları, en yüksek değeri ise 145.785.300 ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. Olumsuz sonuçlanan müzakerelerin ortalama süresi 461,3 gün, müzakere aralığı ise 1 gün ile 2594 gün arasında değişkenlik göstermektedir. Olumlu neticelenen müzakerelerin ortalama talep edilen hisse oranı %55,5, olumlu neticelenen müzakerelerde ise bu oran %96,1 olarak gerçekleşmiştir. Veri seti firma özellikleri bakımından incelendiğinde, hedef firma büyüklükleri bakımından, olumsuz neticelenen müzakerelerde ortalama büyüklüğün, olumlu neticelenen müzakere ortalamasından daha büyük olduğu görülmektedir ($7,9 > 7,1$). Diğer taraftan, teklif veren firmaların varlık getiri oranı, özsermaye getiri oranı, yatırım sermayesi getiri oranı, fiyat kazanç oranı ortalamaları gibi finansal verileri dikkate alındığında, olumsuz neticelenen müzakerelerde ortalamaların olumlu neticelenen müzakerelere göre yüksek olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre, teklif veren firmanın finansal gücünün müzakerelerin olumlu neticelenmesini her zaman garanti etmediği anlaşılmaktadır.

Tablo 2: Müzakere yapısına ve firma özelliklerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Müzakere	Başarılı				Başarısız				Toplam			
	Mean	Sd	Min	Max	Mean	Sd	Min	Max	Mean	Sd	Min	Max
Müzakere hacmi	2229.7	4759.8	0.6	24002.1	3072.9	12600.2	0.0	145785.3	2961.5	11799.8	0.0	145785.3
Talep Edilen Hisse	96.1	12.6	50.0	100.0	55.5	29.3	1.1	100.0	61.3	31.0	1.1	100.0
Hisse Değeri	85.4	386.4	0.0	2493.1	38.6	52.5	0.4	363.6	50.3	199.4	0.0	2493.1
Müzakere Süresi	113.6	103.3	1.0	693.0	461.3	460.8	1.0	2594.0	411.3	445.2	1.0	2594.0
Müzakere büyüklüğü (log)	-1.9	2.6	-9.2	8.6	-3.2	3.5	-15.9	8.8	-3.0	3.5	-15.9	8.8
Peşin Ödeme	0.4	0.5	0.0	1.0	0.8	0.4	0.0	1.0	0.7	0.4	0.0	1.0
Hibrit Ödeme	0.3	0.4	0.0	1.0	0.1	0.3	0.0	1.0	0.2	0.4	0.0	1.0
Hisse Ödeme	0.4	0.5	0.0	1.0	0.1	0.2	0.0	1.0	0.1	0.3	0.0	1.0
** Ulus.Arası Müzakere	0.0	0.2	0.0	1.0	0.1	0.3	0.0	1.0	0.1	0.3	0.0	1.0
***Div4sic (sektör)	0.5	0.5	0.0	1.0	0.2	0.4	0.0	1.0	0.2	0.4	0.0	1.0
***Div2sic (sektör)	0.3	0.5	0.0	1.0	0.1	0.3	0.0	1.0	0.1	0.3	0.0	1.0
Firma Özelliği	Mean	Sd	Min	Max	Mean	Sd	Min	Max	Mean	Sd	Min	Max
Büyüklik (Toplam Varlıklar)	7.1	3.3	-4.2	12.5	7.9	2.4	-2.3	14.6	7.806	2.54	-4.2	14.6
Pazar Kapitalizasyonu	7.6	3.6	-5.2	12.4	8.3	2.2	2.9	13.7	8.161	2.445	-5.2	13.7
ROA	0.3	17.6	-40.2	41.3	4.4	9.2	-40.2	41.3	3.833	10.818	-40.2	41.3
ROE	2.8	29.2	-60.4	60.4	10.0	18.2	-60.4	60.4	8.986	20.247	-60.4	60.4
ROIC	0.1	25.8	-60.4	60.4	7.2	13.6	-60.4	60.4	6.211	16.014	-60.4	60.4
Kar Payı	22.0	27.2	0.0	99.7	21.5	24.9	0.0	100.0	21.535	25.23	0.0	100.0
Borç/Varlık	30.4	22.8	0.0	100.0	25.7	19.9	0.0	100.0	26.386	20.372	0.0	100.0
U.D. Borç/Varlık	25.9	21.4	0.0	100.0	20.9	19.0	0.0	100.0	21.606	19.388	0.0	100.0
Sermaye/Varlık	65.3	19.6	3.0	98.4	57.6	24.8	0.0	98.4	58.651	24.307	0.0	98.4
ToplamSat/Varlık	0.9	1.4	0.0	31.3	1.0	1.2	0.0	13.2	0.967	1.229	0.0	31.3
Özkaynak/Varlık	42.2	22.5	0.2	99.8	38.3	24.4	0.0	99.3	38.87	24.212	0.0	99.8
Fiyat Kazanç Oranı	17.9	33.1	-60.4	196.4	18.7	32.1	-60.4	196.4	18.574	32.208	-60.4	196.4
Fiyat Defter Değeri Oranı	2.6	5.6	-24.0	24.2	2.6	4.2	-24.0	24.2	2.613	4.377	-24.0	24.2
Beklenen Portföy Dalgalanması	35.2	20.6	0.8	97.8	29.6	11.1	6.5	77.8	30.386	13.101	0.8	97.8
Likidite Oranı (Nakit Oranı)	2.5	6.5	0.0	128.9	1.8	2.7	0.0	128.9	1.865	3.486	0.0	128.9
Exponential Function	24.7	23.5	0.3	100.0	23.4	24.1	0.0	100.0	23.591	24.056	0.0	100.0

Müzakere başarısızlık olasılığının firma ve müzakere özelliklerinden nasıl etkilendiğini öngörebilmek amacıyla veri seti üzerinde probit regresyon analizi yapılmıştır. Analizlerde, bağımlı değişken olarak ilan edilmiş bir şirket birleşme/satın alma müzakeresinin olumsuz sonuçlanması durumu seçilmiştir. Bu kapsamda, regresyon modelinde müzakerelerin olumsuz sonuçlanması “1”, olumlu sonuçlanması ise “0” durumu olarak belirlenmiştir. Ayrıca analiz geçerliliğini ve güvenilirliğini

arttırmak için sektör sınıflandırması ve çeşitli finansal rasyolar kontrol değişkenleri olarak regresyon modeline dahil edilmiştir.

Probit modelinde birden fazla bağımsız değişken olduğu zaman regresyon denklemi $Pr(\text{Başarısız}) = \Phi(\beta X_i)$ şeklinde tanımlanır. Pr, müzakerelerin başarısız olma ihtimalini temsil eder. i , müzakere yapısına ve firma karakterine ilişkin özellikleri ifade etmektedir. Φ , standart normal birikimli dağılım fonksiyonudur. Probit katsayısı β ; tahmindeki bir birimlik artışın probit skorunda (z standart değerinde) yapacağı β standart sapmalık artışı ifade eder. $X\beta$ probit skoru ya da indeksi olarak adlandırılır ve normal dağılıma sahiptir (Kalaycı, 2005). Bu çerçevede, müzakere yapısı ile firma özelliklerinin müzakerelerin kesilmesi üzerindeki etkilerini ölçmek için aşağıdaki iki regresyon modeli oluşturulmuştur.

$$\text{Müzakere Başarısızlığı (Müzakere)} = \beta_0 + \beta_1 \text{süre} + \beta_2 \text{nakit} + \beta_3 \text{hibrit} + \beta_4 \text{hisse} + \beta_5 \text{büyüklük} + \beta_6 \text{ulsarası} + \beta_7 \text{div4sic} + \beta_8 \text{div2sic} + \beta_9 \text{ödemesiz} + \varepsilon$$

$$\text{Müzakere Başarısızlığı (Firma)} = \beta_0 + \beta_1 \text{büyüklük} + \beta_2 \text{pazarkpt} + \beta_3 \text{borçvarlık} + \beta_4 \text{udborçvarlık} + \beta_5 \text{özsvarl} + \beta_6 \text{likidite} + \beta_7 \text{fdd} + \beta_8 \text{fiyatkaazanç} + \beta_9 \text{bekportd} + \beta_{10} \text{varlıkdevir} + \beta_{11} \text{roa} + \beta_{12} \text{roe} + \beta_{13} \text{roic} + \beta_{14} \text{expo} + \beta_{15} \text{karpayı} + \varepsilon \quad (1)$$

3.1. Analiz Sonuçları

Müzakere yapısının müzakerelerin başarısızlığı üzerindeki etkilerini gösteren probit regresyon analizi sonuçları Tablo 3'te göstermektedir. Bu modelde sektör kodları kukla değişken olarak kullanılmıştır. Tablo 4 ise, firma özelliklerinin müzakerelerin başarısızlığı üzerindeki etkilerini gösteren probit regresyon sonuçlarını içermektedir. Tüm modellerde, $\text{prob} > \text{chi squared}$ "0" değerini aldığından modellerin tamamının istatistiki olarak anlamlı olduğu söylenebilir. Ayrıca, tüm değişkenlerin birarada olduğu "Robustness Test" sonuçlarına Ek-1 de yer verilmiştir.

Tablo 3: Müzakere Yapısının Müzakere Başarısızlığına Etkileri

Değişkenler	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)
<i>Süre</i>	0.0599*** (0.0025)		0.0412*** (0.0026)	0.0076*** (0.0016)	0.0427*** (0.0025)	0.0076*** (0.0016)	0.0439*** (0.0026)	0.0299*** (0.0027)	0.0374*** (0.0027)	0.0368*** (0.0026)	0.0074*** (0.0016)
<i>Nakit ödeme</i>		0.4084*** (0.0167)	0.3260*** (0.0168)	0.0635*** (0.0102)	0.2804*** (0.0173)	0.0558*** (0.0099)	0.2938*** (0.0179)	0.2700*** (0.0177)	0.2855*** (0.0178)	0.3201*** (0.0185)	0.0753*** (0.0108)
<i>Hibrit ödeme</i>		0.1084*** (0.0068)	0.1079*** (0.0060)	0.0536*** (0.0045)	0.0967*** (0.0062)	0.0511*** (0.0044)	0.0911*** (0.0064)	0.0926*** (0.0059)	0.0900*** (0.0063)	0.1197*** (0.0056)	0.0551*** (0.0047)
<i>Talep Edilen Hisse</i>				-0.0033*** (0.0002)		-0.0032*** (0.0002)					-0.0028*** (0.0002)
<i>İşlem Hacmi (Büyüklik)</i>					-0.0077*** (0.0011)	-0.0012 (0.0007)	-0.0075*** (0.0011)	-0.0069*** (0.0011)	-0.0076*** (0.0011)	0.0008 (0.0012)	
<i>Ulus.arası müzakere</i>							0.0923*** (0.0056)	0.0955*** (0.0049)	0.0904*** (0.0055)	0.0877*** (0.0048)	0.0447*** (0.0039)
<i>Div4sic (sektör)</i>								-0.1386*** (0.0132)			
<i>Div2sic (sektör)</i>									-0.0979*** (0.0143)	-0.1036*** (0.0142)	-0.0185*** (0.0063)
<i>Ödemesiz</i>										-0.0527*** (0.0033)	-0.0177*** (0.0020)
<i>Log Likelihood</i>	-2546.866	-2396.275	-2267.654	-1812.692	-2237.463	-1803.409	-	-	-	-	-
<i>LR Chi2</i>	573.76	874.94	1132.19	2042.11	1122.52	1990.62	2177.973	2095.781	2144.442	2000.879	1642.068
<i>Prob> Chi2</i>	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
<i>Number of Observations</i>	6,876	6,876	6,876	6,876	6,858	6,858	6,858	6,858	6,858	6,858	6,876

*** $p < 0,01$ ** $p < 0,05$ * $p < 0,10$

Müzakere özellikleri bakımından probit regresyon analizi sonuçları incelendiğinde, Tablo 3 Model 9'a göre, birleşme/satın alma müzakerelerinin tutar hacminde meydana gelecek bir birimlik artış, müzakerelerin kesilme ihtimalini 0,007 oranında azaltmaktadır. Bu çerçevede, hipotez 1 desteklenmemiştir. Model 10'a göre, birleşme/satın alma müzakerelerinin süresinde meydana gelen bir birimlik artış, müzakerelerin kesilme ihtimalini 0,036 oranında arttırmaktadır. Böylece, hipotez 2 desteklenmiştir. Hipotez 3, peşin ve hibrit ödeme şekillerinin müzakerelerin kesilmesi üzerindeki etkilerini kıyaslamalı olarak test etmektedir. Bu çerçevede Model 10 dikkate alındığında, peşin ödeme yönteminin (0,32) hibrit yönteme (0,11) göre müzakerelerin kesilmesinde yaklaşık üç kat daha etkili olduğu görülmektedir. Bu çerçevede hipotez 3 desteklenmemiştir. Hipotez 4 de beklendiği şekilde, Model 10'a göre birleşme/satın alma müzakerelerinin uluslararası nitelik taşıması, müzakerelerin başarısızlıkla sonuçlanma olasılığını 0,08 oranında arttırmaktadır. Model 4'e göre teklif veren firmanın hedef firmada sahip olmak istediği hisse oranındaki bir birimlik artış, müzakerelerin başarısızlıkla sonuçlanma ihtimalini 0,003 oranında azaltmaktadır. Bu çerçevede, hipotez 5 desteklenmemiştir.

Tablo 4: Firma Özelliklerinin Müzakere Başarısızlığına Etkileri

DEĞİŞKENLER	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)
BÜYÜKLÜK (HEDEF FİRMA) (T. VARLIKLAR)	0.0087***	0.0012	0.0086***	0.0040**	0.0046**	0.0059***	0.0059***	0.0067***	0.0067***	0.0061***	0.0002	0.0011	
	(0.0018)	(0.0022)	(0.0019)	(0.0020)	(0.0019)	(0.0021)	(0.0021)	(0.0021)	(0.0021)	(0.0022)	(0.0020)	(0.0020)	
PAZAR KAPITALİZASYONU													-0.0007 (0.0016)
BORÇ/VARLIK	-0.0014***	-0.0013***	-0.0013***	-0.0015***	-0.0015***	-0.0014***							
	(0.0002)	(0.0002)	(0.0002)	(0.0002)	(0.0002)	(0.0002)							
U.D. BORÇ/VARLIK							-0.0016***	-0.0015***	-0.0016***	-0.0016***	-0.0013***	-0.0012***	0.0012***
							(0.0002)	(0.0002)	(0.0002)	(0.0002)	(0.0002)	(0.0002)	(0.0002)
ÖZKAYNAK/VARLIK	-0.0008***	-0.0008***	-0.0008***	-0.0012***	-0.0009***	-0.0012***	-0.0011***	-0.0009***	-0.0010***	-0.0012***	-0.0013***	-0.0011***	0.0011***
	(0.0002)	(0.0002)	(0.0002)	(0.0002)	(0.0002)	(0.0002)	(0.0002)	(0.0002)	(0.0002)	(0.0002)	(0.0002)	(0.0002)	(0.0002)
LİKİDİTE ORANI	-0.0031**	-0.0039***	-0.0027**	-0.0025**	-0.0028**	-0.0023**	-0.0021	-0.0025**	-0.0034**	-0.0031**	-0.0039***	-0.0042***	0.0043***
	(0.0011)	(0.0015)	(0.0011)	(0.0011)	(0.0011)	(0.0011)	(0.0011)	(0.0011)	(0.0015)	(0.0015)	(0.0014)	(0.0015)	(0.0015)
FİYAT/DEFTER D.	-0.0024**	-0.0022**	-0.0022**	-0.0032***	-0.0038***	-0.0035***	-0.0037***	-0.0042***	-0.0046***	-0.0040***	-0.0031***	-0.0033***	0.0038***
	(0.0010)	(0.0010)	(0.0010)	(0.0010)	(0.0010)	(0.0010)	(0.0010)	(0.0010)	(0.0011)	(0.0010)	(0.0010)	(0.0010)	(0.0010)
FİYAT KAZANÇ ORANI	0.0000												
	(0.0001)												
BEKLENEN PORTFÖY DALGALANMASI		-0.0021***											
		(0.0004)											
VARLIK DEVİR HIZI			0.0051										
			(0.0036)										
ROA				0.0029***		0.0030***	0.0031***			0.0029***	0.0021***		
				(0.0004)		(0.0004)	(0.0004)			(0.0040)	(0.0004)		
ROE					0.0015***			0.0015***	0.001***			0.0010***	0.0010***
					(0.0002)			(0.0002)	(0.0002)			(0.0002)	(0.0002)
Exp						0.0004**	0.0005**	0.0004**	0.0003	0.0004	0.0001	0.0001	0.0000
						(0.0002)	(0.0002)	(0.0002)	(0.0002)	(0.0002)	(0.0002)	(0.0002)	(0.0002)
KAR PAYI									-0.0008***		-0.0001	-0.0002	-0.0001
									(0.0002)		(0.0002)	(0.0002)	(0.0002)
Log Likelihood	-2482.450	-2345.657	-2444.611	-2458.886	-2462.876	-2450.481	-2447.376	-2453.198	-2347.790	-2344.333	-2084.959	-2090.300	2082.948
Lr Chi2	107.24	125.29	97.32	168.38	160.4	177.39	183.60	171.95	160.75	167.66	686.41	675.72	654.46
Prob> Chi2	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
Number Of Observations	6308	5966	6242	6306	6306	6280	6280	6280	6100	6100	6100	6100	6091

*** $p < 0,01$ ** $p < 0,05$ * $p < 0,10$

Firma özelliklerinin satın alma/birleşme müzakereleri üzerindeki etkilerinin analiz sonuçları tablo 4'te sunulmuştur. Bu çerçevede, Model 10'a göre hedef firmanın büyüklüğünde meydana gelecek bir birimlik artış, müzakerelerin başarısızlıkla sonuçlanma ihtimalini 0,006 oranında arttırmaktadır. Bu itibarla hipotez 6 desteklenmiştir. Kaldıraç oranındaki bir birimlik artışın ise, müzakere başarısızlık olasılığını 0,001 oranında azalttığı tespit edilmiştir. Bu çerçevede hipotez 7 desteklenmemiştir.

4. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada, firmalar arasındaki birleşme/satın alma müzakere süresinin uzamasının müzakereleri negatif yönde etkilediği, nakit ödeme yönteminin tercih edildiği müzakerelerin, hibrit modellere göre daha fazla başarısızlık riski içerdiği, ayrıca, müzakerelerin uluslararası nitelik taşımalarının başarı üzerinde negatif etkilerinin olduğu belirlenmiştir. Diğer taraftan, hedef firmada sahip olunmak istenilen hisse oranındaki artış ile müzakere hacmindeki artışın müzakerelerin başarısını pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir. Firma özellikleri bakımından ise, hedef firma büyüklüğündeki artışın müzakerelerin olumlu neticelenme ihtimalini azalttığı belirlenmiştir. Teklif veren firmanın finansal özellikleri dikkate alındığında, firmanın varlık getiri oranının müzakere başarısı ile negatif ilişkili olduğu, borç getiri oranı ile fiyat/defter değeri oranındaki artışın ise müzakere başarısını pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir.

Firma ve müzakere özellikleri dikkate alındığında, hedef firmanın büyüklüğü ile finansal yapısının Caiazza ve Pozzolo (2016) tarafından öne sürüldüğü şekilde müzakere başarısı üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir. Caiazza ve Pozzolo (2016) ile Stulz (1988) firmanın düşük kaldıraç oranına sahip olmasının müzakereler üzerinde negatif etkisinin olduğunu öne sürmüşlerdir. Ayrıca, yüksek borç varlık oranına sahip firmaların peşin ödemediği ziyade hisse ile ödeme önereceğini belirtmişlerdir. Bu çalışmada, ödeme yöntemi bakımından peşin ödeme yönteminin tercih edildiği müzakerelerin, diğer ödeme yöntemlerinin tercih edildiği müzakerelere göre daha fazla oranda olumsuz sonuçlanma olasılığına sahip olduğu belirlenmiştir. Shimizu et al. (2004) tarafından müzakerelerin uluslararası nitelik taşınması durumunda ise peşin ödeme yönteminin müzakere başarısı bakımından daha olumlu sonuçlar verdiği belirtilmiştir. Bu durum yerel pazar birleşme ve satın alma müzakerelerinde, firmaların güven yüksekliği nedeniyle hisse sahibi olmayı avantaj kabul ederken, uluslararası birleşmelerde güven daha düşük olduğundan, nakit ödeme yönteminin daha çok tercih edilmesi şeklinde yorumlanabilir.

Çalışmada, teklif veren firmanın faaliyet gösterdiği endüstriden bağımsız olarak müzakere büyüklüğü ile müzakerenin uluslararası nitelikli olup olmamasının başarısızlık üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Müzakere hacmi arttıkça müzakereler daha kompleks hale gelmekte, bu da başarısızlık olasılığını arttırmaktadır. Çalışma dahilinde, talep edilen hisse oranı ile peşin ödeme yönteminin müzakereler üzerinde tespit edilen etkileri Zhou et al (2016) ile benzerdir. Buna göre, teklif veren firma tarafından talep edilen hisse oranının artması müzakere başarısını olumlu yönde etkilerken, daha kompleks ve problemlili süreçleri nedeniyle uluslararası müzakereler yerel müzakerelere göre daha yüksek başarısızlık riski içermektedir (Dinc ve Erel, 2013).

Bu çalışma gelecekte yapılacak olan araştırmalara yol gösterecek bazı sınırlılıklara sahiptir. Çalışmada araştırmanın güvenilirliğini arttırmak için gelişmiş ülke verileri kullanılmıştır. Müzakere süreçlerini etkileyen faktörlerin daha iyi anlaşılabilmesi bakımından, gelecek araştırmaların gelişmekte olan ülkeler bağlamında tekrarlanması faydalı olacaktır. Diğer taraftan, araştırmada kamuya açık ikincil kaynaklardan yararlanılması sebebiyle birçok müzakereye ilişkin veri araştırma dışında kalmıştır. Gelecek araştırmalarda müzakereci firmalardan doğrudan elde edilecek veriler ile daha geniş kapsamlı sonuçlara ulaşılabilecektir. Bir diğer husus, araştırmanın sadece teklif veren firmalar üzerinden gerçekleştirilmiş olmasıdır. Gelecekte yapılacak araştırmalarda teklif veren firma ile hedef firmanın özelliklerinin birlikte

değerlendirilmesi, ayrıca veri setine farklı finansal rasyolar ile anket yöntemi ile elde edilecek verilerin eklenmesi müzakere sonuçlarını etkileyen faktörlere ilişkin daha geniş bir değerlendirme yapma imkanı sağlayacaktır.

Referanslar

- Andrade, G., Mitchell, M. ve Stafford, E. (2001). New evidence and perspectives on mergers. *Journal of Economic Perspectives*, 15, 103-120.
- Asquith, P. (1983). Merger bids, uncertainty, and stockholder returns. *Journal of Financial Economics*, 11, 51–83.
- Assem, S. ve Titman, S. (1999). Leverage and corporate performance: Evidence from unsuccessful takeovers. *Journal of Finance*, 54, 547-580.
- Bargeron, L. L., Lehn, K., Moeller, S. B. ve Schlingemann, F. P. (2014). Disagreement and the informativeness of stock returns: the case of acquisition announcements. *Journal of Corporate Finance*, 25, 155-172.
- Caiazza, S. ve Pozzolo, A. F. (2016). The determinants of failed takeovers in the banking sector: Deal or country characteristics?. *Journal of Banking and Finance*, 72, 92–103.
- Calandro, J. (2011). Strategic M&A: Insights from Buffett's MidAmerican acquisition. *Strategy & Leadership*, 39 (4), 41-48.
- Carnevali Filho, W. (2000). Building synergy after acquisition: A Brazilian real case about the integration of companies. *Magazine of Business Administration*, 40 (2), 2-7.
- Chakrabarti, A. ve Mitchell, W. (2015). The role of geographic distance in completing related acquisitions: Evidence from U.S. chemical manufacturers. *Strategic Management Journal*, 37 (4), 673-694.
- Chang, S. ve Suk, D. Y. (1998). Failed takeovers, methods of payment, and bidder returns. *Financial Review*, 33, 19–34.
- Chatterjee, S. (2007). Why is synergy so difficult in mergers of related businesses? *Strategy & Leadership*, 35, 46-52.
- Dikova, D., Rao Sahib, P. ve Witteloostuijn, A. (2010). Cross-border acquisition abandonment and completion: the effect of institutional differences and organizational learning in the business service industry, 1981-2001. *Journal of International Business Studies*, 41 (2), 223-245.
- Dinc, S. I. ve Erel, I. (2013). Economic nationalism in mergers and acquisitions. *The Journal of Finance*, 68, 2471–2514.
- Doan, T. T., Rao Sahib, P. ve van Witteloostuijn, A. (2018). Lessons from the flipside: How do acquirers learn from divestitures to complete acquisitions? *Long Range Planning*, Elsevier Ltd., 51(2), 252–266.
- Ellis, K. M., Reus, T. H., Lamont, B. T. ve Ranft, A. L. (2011). Transfer effects in large acquisitions: how size specific experience matters. *Academic Management Journal*, 54, 1261-1276.

- Epstein, M. J. (2005). The determinants and evaluation of merger success. *Business Horizons*, 48 (1), 37–46.
- Faccio, M. ve Masulis, R. W. (2005). The choice of payment method in European mergers and acquisitions. *The Journal of Finance*, 60, 1345–1388.
- Grantham, S. (2007). Risk assessment as a function of a successful merger: Merrill Lynch- Advent merger. *Journal of Communication Management*, 11 (3), 247-257.
- Holl, P. ve Kyriazis, D. (1996). The determinants of outcome in UK takeover bids. *International Journal of Economics and Business*, 3 (2), 165-184.
- Holl, P. ve Pickering, J. E. (1988). The determinants and effects of actual abandoned and contested mergers. *Managerial and Decision Economics*, 9, 1-19.
- Investopedia (2021). Kenton, W. Erişim Adresi: <https://www.investopedia.com/terms/n/negotiation.asp>.
- Jemison, D. B. ve Sitkin, S. B. (1986). Acquisitions: The process can be a problem. *Harvard Business Review*, 64 (2), 107-116.
- Kalaycı, S. (2005). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kim, H. ve Song, J. (2017). Filling institutional voids in emerging economies: The impact of capital market development and business groups on M&A deal abandonment. *Journal of International Business Studies*. Palgrave Macmillan UK, 48 (3), 308-323.
- Luo, Y. (2005). Do insiders learn from outsiders? Evidence from merger and acquisitions. *Journal of Finance*, 60 (4), 1951-1982.
- Muehlfeld, K., Sahib, P. ve van Witteloostuijn, A. (2007). Completion or abandonment of mergers and acquisitions: Evidence from the newspaper industry, 1981-2000. *Journal of Media Economics*, 20, 107-137.
- Moeller, S. B., Schlingemann, F. P. ve Stulz, R. M. (2004). Firm size and the gains from acquisitions. *Journal of Financial Economics*, 73 (2), 201-228.
- O'Sullivan, P. (1997). Governance by exit: an analysis of the market for corporate control. In Keasey K, Thompson S and Wright M (eds), *Corporate Governance, Economic, Management and Financial Issues*, Oxford, 1997.
- O'Sullivan, N. ve Wong, P. (1998). Internal versus external control: an analysis of the board composition and ownership in UK takeovers. *Journal of Management and Governance*, 2, 17-35.
- O'Sullivan, N. ve Wong, P. (1998a). The impact of board composition and ownership on the nature and outcome of UK takeovers. *Corporate Governance, An International Review*, 6, 92-100.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. New York: Free Press.
- Porth, S. J. (1992). Horizontal mergers and bank profitability: A matched-pair analysis. *American Business Review*, 10 (1), 36-40.
- Raad, E. ve Ryan, R. (1995). Capital structure and ownership distribution of tender offer targets: An empirical study. *Financial Management*, 46-56.

- Ramaswamy, K. (1997). The performance impact of strategic similarity in horizontal mergers: Evidence from the US banking industry. *Academy of Management Journal*, 40 (3), 697-715.
- Rosenkranz, S. ve Weitzel, U. (2005). Bargaining in mergers and termination fees. *Working Paper*, School of Economics, Universiteit Utrecht.
- Saxton, T. ve M. Dollinger (2004). Target reputation and appropriability: Picking and deploying resources in acquisitions. *Journal of Management*, 30, 123-147.
- Schwert, G. W. (2000). Hostility in takeovers: In the eyes of the beholder?. *Journal of Finance*, 55, 2599-2640.
- Seth, A. (1990). Value creation in acquisitions: a re-examination of performance issues. *Strategic Management Journal*, 11, 99-115.
- Shimizu, K., Hitt, M. A., Vaidyanath, D. ve Pisano, V. (2004). Theoretical foundations of cross-border mergers and acquisitions: a review of current research and recommendations for the future. *Journal of International Management*, 10 (3), 307-353.
- Stulz, R. (1988). Managerial control of voting rights: Financing policies and the market for corporate control. *Journal of Financial Economics*, 20, 461-478
- Sudarsanam, P. S. (1995). The role of defensive strategies and ownership structure of target firms: evidence from UK hostile takeover bids. *European Financial Management*, 1, 223-240.
- Travlos, N. G. (1987). Corporate takeover bids, methods of payment, and bidding firms' stock returns. *Journal of Finance*, 42, 943-963.
- Very, P. ve Schweiger, D. M. (2001). The acquisition process as a learning process: Evidence from a study of critical problems and solutions in domestic and cross-border deals. *Journal of World Business*, 36 (1), 11-31.
- Wall Street Journal (2015). Denning, L. Failed bids flash yellow, not red. Erişim Adresi: <https://www.wsj.com/articles/BL-MBB-36098>
- Weston, J. F., Mitchell, M. L. ve Mulherin, J. H. (2003). *Takeovers, restructuring, and corporate governance*. Upper Saddle River NJ: Prentice Hall, 4th edition.
- Wong, P. ve O'Sullivan, N. (2001). The determinant and consequences of abandoned takeovers. *Journal of Economic Surveys*, 15, 145-186.
- Zhang, J., Zhou, C. ve Ebbers, H. (2011). Completion of Chinese overseas acquisitions: institutional perspectives and evidence. *International Business Review*, 20 (2), 226-238.
- Zhou, C., Xie, J. ve Wang, Q. (2016). Failure to complete cross-border M&As: "to" vs. "from" Emerging Markets. *Journal of International Business Studies*. Palgrave Macmillan UK, 47 (9), 1077-1105.
- Zollo, M. (2009). Superstitious learning with rare strategic decisions: theory and evidence from strategies and integration capability in U.S. bank mergers. *Organization Science*, 20, 894-908.

EK-1: ROBUSTNESS
TEST SONUÇLARI

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
Değişkenler									
BÜYÜKLÜK	0.0011 (0.0021)	0.0028 (0.0021)	0.0040*** (0.0011)	0.0042*** (0.0011)	0.0022** (0.0010)	-0.0008 (0.0020)	0.0002 (0.0010)	-0.0003 (0.0010)	-0.0002 (0.0010)
U.D. BORÇ VARLIK O.	-0.0012*** (0.0002)	-0.0010*** (0.0002)	-0.0003** (0.0001)	-0.0003*** (0.0001)	-0.0005*** (0.0001)	-0.0010*** (0.0002)	-0.0005*** (0.0001)	-0.0005*** (0.0001)	-0.0005*** (0.0001)
Özkaynak Varlık Oranı	-0.0011*** (0.0002)	-0.0011*** (0.0002)	-0.0006*** (0.0001)	-0.0006*** (0.0001)	-0.0007*** (0.0001)	-0.0014*** (0.0002)	-0.0006*** (0.0001)	-0.0006*** (0.0001)	-0.0006*** (0.0001)
LIKIDITE ORANI (NAKİT ORAN)	-0.0042*** (0.0013)	-0.0031*** (0.0012)	-0.0015** (0.0007)	-0.0015** (0.0007)	-0.0011 (0.0006)	-0.0013 (0.0009)	-0.0013** (0.0006)	-0.0012** (0.0006)	-0.0012** (0.0006)
FİYAT DEFTER DEĞERİ	-0.0033*** (0.0010)	-0.0038*** (0.0010)	-0.0017*** (0.0005)	-0.0014*** (0.0005)	-0.0020*** (0.0005)	-0.0042*** (0.0009)	-0.0019*** (0.0005)	-0.0019*** (0.0005)	-0.0019*** (0.0005)
ROE	0.0010*** (0.0002)	0.0009*** (0.0002)	0.0004*** (0.0001)	0.0004*** (0.0001)	0.0005*** (0.0001)	0.0007*** (0.0002)	0.0004*** (0.0001)	0.0004*** (0.0001)	0.0004*** (0.0001)
Exponential Function	0.0001 (0.0002)	0.0001 (0.0002)	0.0001 (0.0001)	0.0001 (0.0001)	0.0001 (0.0001)	-0.0002 (0.0001)	-0.0003*** (0.0001)	-0.0003*** (0.0001)	-0.0003*** (0.0001)
KAR PAYI	-0.0002 (0.0002)	-0.0001 (0.0002)							
MÜZAKERE SÜRESİ	0.0583*** (0.0027)	0.0581*** (0.0026)	0.0065*** (0.0021)	0.0061*** (0.0021)	0.0075*** (0.0021)	0.0440*** (0.0028)	0.0073*** (0.0020)	0.0063*** (0.0019)	0.0065*** (0.0019)
MÜZAKERE HACMİ (LOG)		-0.0113*** (0.0010)	-0.0015*** (0.0006)			-0.0054*** (0.0009)			
TALEP EDİLEN HİSSE			-0.0030*** (0.0001)	-0.0031*** (0.0001)	-0.0030*** (0.0002)		-0.0030*** (0.0002)	-0.0029*** (0.0002)	-0.0029*** (0.0002)
NAKİT ÖDEME					0.0424*** (0.0102)	0.2722*** (0.0187)	0.0441*** (0.0104)	0.0486*** (0.0109)	0.0469*** (0.0108)
HİBRİT ÖDEME					0.0454*** (0.0042)	0.0914*** (0.0064)	0.0420*** (0.0040)	0.0425*** (0.0041)	0.0417*** (0.0040)
ULUSLARARASI MÜZ.							0.0405*** (0.0036)	0.0405*** (0.0036)	0.0400*** (0.0035)
Div4sic (SEKTÖR)								-0.0138** (0.0062)	
Div2sic (SEKTÖR)									-0.0130 (0.0067)
Log Pseudo Likelihood	-2090.300	-2037.510	-1635.569	-1643.082	-1566.927	-1973.127	-1483.170	-1479.538	-1480.220
Wald Chi2	726.67	954.56	1485.87	1480.36	1724.01	1250.88	1755.95	1976.62	1930.27
Prob> Chi2	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
GÖZLEM SAYISI	6100	6091	6269	6280	6280	6269	6280	6280	6280

*** p<0,01 ** p<0,05 * p<0,10

PREDICTIVE FACTORS OF EMPLOYEES SATISFACTION IN TELECOMMUNICATION CALL CENTRE SECTOR IN TURKEY: A CASE STUDY WITH STRUCTURAL EQUATION MODEL

TÜRKİYE'DE TELEKOMÜNİKASYON ÇAĞRI MERKEZİ SEKTÖRÜNDE ÇALIŞAN MEMNUNİYETİNİN BELİRLEYİCİ FAKTÖRLERİ: YAPISAL EŞİTLİK MODELİ İLE İNÇLENMESİ

Rıdvan KESKİN⁽¹⁾, Sadullah LUDERS⁽²⁾, Artun TOPAÇ⁽³⁾

Abstract: Factors affecting employee satisfaction in call centres in Turkey is examined with questionnaire technique through analysing their frequency, Exploratory Factor Analysis (EFA), and factors with t-test and ANOVA, and finally Structural Equation Modelling (SEM). There are significant differences for employee perception of in-service training between age groups, and also differences skills & performance development opportunities (F5) between various education levels. SEM analysis show that five factors affecting their satisfaction are respectively employees' perception of collaboration and teamwork (F3), skills & performance development opportunities (F5), employees' perception of employers' management style (F1), employees' perception of in-service training (F2), and employees' perception of working conditions (F4).

Keywords: Employee Satisfaction, ANOVA Test, Structural Equation Modelling, Call Centers

Öz: Türkiye'deki çağrı merkezlerinde çalışan memnuniyetini etkileyen faktörler anket tekniği kullanılarak frekans analizi, Açımlayıcı Faktör Analizi (EFA) analizi, t-testi ve ANOVA ve son olarak Yapısal Eşitlik Modellemesine (SEM) bakılarak incelenmiştir. Bu analizler çalışanların hizmet içi eğitim algısında yaş grupları arasında önemli farklılıkların olduğunu ve bununla birlikte çeşitli eğitim seviyeleri arasında beceri ve performans geliştirme fırsatları (F5) farklılıkların bulunmuştur. SEM analizi ile bulunan memnuniyetlerini etkileyen beş faktörün sırasıyla, çalışanların işbirliği ve ekip çalışması algısı (F3), beceri ve performans geliştirme fırsatları (F5), çalışanların işverenlerin yönetim tarzı algısı (F1), çalışanların hizmet içi eğitim algısı (F2) ve çalışanların çalışma koşulları (F4) algısı olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Çalışan Memnuniyeti, ANOVA Testi, Yapısal Eşitlik Modeli, Çağrı Merkezi

JEL: C38, C83, C12

1. Introduction

Nowadays, companies are required to develop new and differentiated market strategies by means of their call centres in order to improve their positions in the markets and to make forward-looking initiatives. In Turkey, there is a similar trend that these call centres have become an important function in the companies. As call centres industry with their telecommunication tools continue to expand in their

⁽¹⁾ Manisa Celal Bayar University, Faculty of Economics and Administrative Sciences; ridvankeskin69@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5472-0976

⁽²⁾ Robert Gordon University, School of Nursing and Midwifery; s.e.luders@rgu.ac.uk, ORCID: 0000-0002-0810-909X

⁽³⁾ Statistician, İzmir, Turkey; artuntopac@gmail.com

Geliş/Received: 03-09-2019; Kabul/Accepted: 10-07-2020

communication channels, these centres have been found to be effective in acquiring new customers, retaining existing customers, and increasing their loyalty (Yang, Ju, and Lee, 2016: 29; Choi, Cheong and Feinberg, 2012: 493). Although there is a strong link between performing their job well and providing high quality service results in being satisfied with their job amongst call centre employees, many call centres tend to miss the link 'between employee satisfaction, service quality, customer satisfaction and profitability (Marr and Parry, 2004: 58; Choi et al. 2012: 496). This often cause demoralisation, sickness, exhaustion and subsequently, employee turnover or absenteeism (Poddar and Madupalli, 2012: 556). A recent study from Callaghan (2017) suggests pay, recognition and promotion were key motivational factors for employees in call centre.

Call centres customers can mostly communicate to employees via emails, SMS or even social media. In a broader sense, telecommunication occurs when exchange of information between participants using technology through different forms of communication. From employees' perspectives, a call centre consists of three separate functions as engaging in specialist operations linking telecommunications and information systems technologies; working in a controlled environment with monitoring of performance; and being in direct discussions with the customers via phone calls, emails, SMS, and internet forums (Richardson and Gillespie, 2003: 103; Kisiel, 2013: 12). While a wide range of technology such as machine learning, artificial intelligence, system automation, analytics, workflow technology, bots and verification system are currently deployed to increase efficiency, effectiveness and enhance organisational learning experience for productivity and teamwork (Syam and Sharma, 2018: 145; Anagnoste 2018: 68), the range of skills required by call centre employees are also developed by becoming problem solvers, educators, trainer, co-creators of positive experiences, and brand-enhancing ambassadors (Cottam, 2020: 4). Therefore, investing in human resources practices supporting employee development activities will pay off in terms of improving both employee and customer satisfaction within call centres (Chicu, del Mar Pàmies, Ryan, and Cross, 2019: 91). Meanwhile, working environment in call centres often becomes stressful dealing with problematic customer behaviours (Poddar and Madupalli, 2012: 556), getting both positive and negative feedback at work can have a promising impact on performance of call centre workers (Callaghan, 2017: iv). Noticeably, there is a tension between employees' self-reported satisfaction and their managers' perception of employee satisfaction in call centres because the management in call centres pressurising their employees with excessive performance measurement, monitoring, and lack of control can lead to stress, unhappiness and dissatisfaction (Kisiel, 2013: 29). Furthermore, increasing communication, collaboration and trust contributes to project performance in call centres. Finally, emotional motivation as positive impact and emotional pressure as negative impact often emerge as an important topic, suggesting that further research should include the extent to which emotional engagement is managed as part of the call centre employment and satisfaction (Rose and Wright, 2005: 155).

The aim of the study is to investigate call centre employee satisfaction in telecommunication sector as being the largest call centre industry in Turkey. Henceforth, the next section will examine the call centre structures in relation to Turkey. Following a survey amongst call centre employees in this sector, the data allow the researchers to analyse demographic properties with their frequency, exploratory factor analysis to understand the survey questions, analysis of relationships between of demographic characteristics variables and factors obtained

with t-test and ANOVA, and finally evaluation of structural equation modelling in the call centres under the observation conditions.

2. Call Centre Industry in Turkey

In parallel to rapid changes related to Covid-19 pandemics in the world, importance of telecommunication tools has increasingly recognised in Turkey because call centre employees have been key workers under the government's lockdown guidance in Turkey (Doğrular, 2020). For this purpose, it is anticipated that the telecommunication call center will further increase its importance with rising demand adds pressure to the products and services, which affects service levels at call centres. Based on the Call Center Association (2019) annual report, call center employees are mainly employed in 12 different industries in Turkey including telecommunication (33%), finance (16%), public services (16%), informatics (6%), e-commerce (6%), consumer products (5%), logistics (4%), energy & infrastructure (4%), retails spots (3%), health (2%), entertainment & media (2%), and tourism (1%) and others (2%). In addition, the total number of employees in call centres industry is 115.000, with its support and management staff, including 102.000 as customer representatives in 2019.

Although Istanbul province has the largest proportion of call centres in Turkey, some of these call centres in Istanbul have been moved to Anatolia due to increasing living costs, fast growing population, and excessive employee circulation in recent years in Eastern and South-eastern Anatolian provinces (SERKA, 2011: 34; Çelik, 2016: 1447). In terms of employment distribution, this trend continues in call centre industry as Istanbul (35%), İzmir (10%), and Ankara (4%), while the remaining 51% is distributed to the provinces in Anatolia (Call Center Association, 2019: 10). Finally, according to the Call Center Association Market Research Report in Turkey (Call Center Association, 2017: 70), a SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) demonstrates that while the strength of call centre employees are dynamic and youthful structure of employees, educated and young population of employees, and ability to produce flexible solutions of employees; the weaknesses are employee satisfaction-service quality relationship, cost pressure - low wage policy, legal regulation needs, and lack of control.

3. Aims and Objectives

The aim of this research project is to examine the factors affecting the satisfaction of call centres employees in Turkey.

Our objectives are:

- To help manager of call centres manage and motivate their staff more effectively
- To improve the working environment in call centres
- To reduce the employee turnover rates in call centres

4. Methodology

Due to its popularity as a growing industry in Turkey, there have been many scientific studies about call centres. However, in these studies, satisfaction of call center employees has not been addressed explicitly. Following a survey amongst call centre employees in this sector, the data allow the researchers to analyse demographic properties with their frequency, exploratory factor analysis to understand the survey questions, analysis of relationships between of demographic characteristics variables and factors obtained with t-test and ANOVA, and finally evaluation of structural equation modelling in the call centres under the observation conditions.

4.1. Data cluster and Sample Volume

In this study, data were collected by means of questionnaire technique. The questionnaire was prepared using a five-point Likert scale (Very satisfied, Satisfied, Neither satisfied nor dissatisfied, Dissatisfied and Very dissatisfied). The survey consists of two parts. In the first part, there are question items for collecting the demographic features of the employees in the call center, and in the second part, the question items that aim to measure the satisfaction of the employees in the call center. There are five questions in the first part and twenty-four questions in the second part. The survey was applied to 318 people in a call center with 350 call center employees operating on telecommunications in İzmir province. However, since missing information was found in 18 questionnaire forms, it was excluded from the evaluation. Therefore, in this scientific study, the sample volume consists of 300 call center employees.

4.2. Data analysis through the exploratory approach

Accuracy of statistical analysis depend on validity and reliability of its (survey) tool. Validity of the survey was achieved through a Delphi method. A Delphi consensus process was used a panel of experts to generate a list of survey categories and questions in this study. This was achieved through multiple rounds of questionnaire sent to a panel of experts for their selection (Berman, Jackson, Miller, Kowalski, Kolm and Luks, 2018: 1593).

Reliability of the (survey) tool was attained by the controlling Cronbach's Alpha (α) value. The Cronbach's Alpha value using 24 question items (excluding questionnaires related to demographic characteristics) in the study is 0.927. The fact that the α value is greater than 0.70 indicates that the questionnaire items are consistent in itself and measure the subject matter very well (Gürbüz and Şahin, 2014: 292).

Analysis of the data in the study includes:

Step 1: Frequency distribution table representation of the survey participants' demographic characteristics

Step 2: Exploratory Factor Analysis (EFA) to understand the survey questions

Step 3: Analysis of relationships between of demographic characteristics variables and factors by means of t-test and ANOVA

Step 4: Evaluation of structural equation modelling in the call centres under the observation conditions.

Statistical Package for Social Sciences (SPSS 23) is used for statistical analysis of survey data.

Step 1:

Table 1 demonstrates frequency distribution of the survey participants (Total = 300) in their demographic characteristics.

Table 1. Participants with Their Demographic Characteristics

Age	Frequency (F)	%	Gender	Frequency (F)	%
18-21	23	7.7	Male	79	26.3
22-25	93	31.0	Female	221	73.7
26-29	103	34.3	Total	300	100.0
30-33	44	14.7	Marital status	F	%
34 & Over	37	12.3	Married	80	26.7
Total	300	100.0	Single	220	73.3
Employment Period	F	%	Total	300	100.0
1-5 Months	80	26.7	Education Level	F	%
6-11 Months	47	15.7	Primary School	6	2.0
12-17 Months	40	13.3	High School	104	34.7
18-23 Months	27	9.0	College (Further Education)	85	28.3
24 Months & Over	106	35.3	Undergraduate Degree	100	33.3
Total	300	100.0	Postgraduate Degree	5	1.7
			Total	300	100.0

In table 1, demographic characteristics of the participants are grouped into five categories: age, employment period, gender, marital status and educational status. Under age category; the largest group is 26-29 age (34%), followed by 22-25 age group (31%) amongst the participants whereas 18-21 age group is the smallest. In this study, remarkably, only just a third (35%) has been working for more than two years in call centres. When shorter than 24 months' employment period considered, the longest employment period is 1-5 months (27%) as compared to 6-11 months (16%), 12-17 months (13%) and 18-23 months (9%). Meanwhile, while 26% of the participants are male, 74% are female in the study. Besides, a similar ratio can be observed in their marital status as 27% married and 73% single in the study. Under education category; the largest group is high school (35%), followed by undergraduate degree (33%), college (28%) amongst the participants whereas postgraduate degree and primary school level of education are around 2% age group being the smallest. According with the findings in Turkey-wide call centre data in 2019 female employee rate in the call centre is 66%. However, the findings in this study equates to 74% in 300 employees (Table 1). Meanwhile, the majority of call centre's workers are in younger age groups (post-university degree level) between 22-25 and 26-29, equating 65% of its workforce in the study. Besides, contradicting with Turkey-wide statistics

(62% university graduate), measurement of participants' education level in the study show that the majority (63%) has high school and College (2 years' pre-university degree) levels, compared to 33% university education level. This indicates that the workers to be relatively new in working life, female, single and young graduates. As their working period in call centres are relatively low (65% until 24 months), this would imply that the call centre workers consider their employment to gain a position in the job market rather than as a career option (Singh and Pandey, 2005: 685).

Step 2: EFA results

EFA is one of the multivariate statistical methods used in the creation of sub-dimensions (factors) for easier understanding, interpretation and testing of questionnaire items. In order to apply EAF to the survey, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) and Bartlett's Sphericity test value must be controlled. In this study, the "Varimax Rotation" method is used. As a result of the rotation process, when the load scores of any question item in the factors are too close to each other, the question item causes to become undetermined in which factor it should belong to. In this case, such a problematic question item is excluded from analysis. In this study, as question item 17 (i.e. Q17) became problematic question, this item is excluded from the analysis. Furthermore, when the rest of the survey questions in Table 3 is considered for 23 questions, KMO value is 0.918 and p value of Bartlett's Sphericity test is 0.00. When the first value greater than 0.60, this value indicates that the sample volume is large enough for factor analysis application. Moreover, if the second value is less than 0.05, the question items show that the correlation matrix is ideal for factor analysis. Table 2 shows the eigenvalues for finding the number of factors and the total explained variance percentages of the factors obtained after rotation.

Table 2. Eigenvalues and Variance Explanation Percentage (%)

Component (Factor)	Initial Eigenvalues			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	% of Cumulative	Total	% of Variance	% of Cumulative
1	9.197	39.989	39.989	4.454	19.364	19.364
2	2.602	11.312	51.3	3.624	15.757	35.151
3	1.768	7.687	58.987	2.954	12.844	47.965
4	1.166	5.069	64.055	2.607	11.335	59.301
5	1.104	4.802	68.857	2.198	9.556	68.857
6	0.85	3.695	72.552			

When determining number of factors by examining at the eigenvalues, the number of factors with eigenvalue greater than 1 is determined. In Table 2, the smallest eigenvalue (1.104) whose eigenvalue is greater than 1 is linked to the fifth component (factor). In the last column of Table 2, cumulative totals of the variance percentages are explained after the rotation of the five factors. Accordingly, these five factors explain 68.857% of the total variance. According to variance explanation percentages of each factor, order of importance is as follows; The first factor (F1) with a rate of 19.364%, the second factor (F2) with 15.757%, the third factor (F3) with 12.844%, the fourth factor (F4) with 11.335% and the least important factor (F5) with 9.556%. Properties of these factors are shown in Table 3 below.

Table 3. Properties of factors

Factor No	Survey Question (Q)	Factor Loads	Alpha Value
F1	Q4. (I am satisfied that) my employer creates opportunities and finds alternative solutions.	0.807	0.907
	Q2. (I am satisfied that) my employer thinks about and listens the employee issues.	0.783	
	Q3. (I am satisfied that) my employer takes care of employee and values employee contributions.	0.780	
	Q5. (I am satisfied that) my employer appreciates the work being done and employee achievements.	0.763	
	Q1. (I am satisfied that) my employer plans and manages the employee workload.	0.729	
	Q6. (I am satisfied that) my employer is fair and the workload has a balanced distribution.	0.718	
F2	Q8. (I am satisfied with) the subjects (relevance)of the training sessions that I attended.	0.853	0.917
	Q7. (I am satisfied with) the content of the training sessions that I attended.	0.849	
	Q9. (I am satisfied with) the timing of the training sessions that I attended.	0.816	
	Q10. (I am satisfied with) the trainers in these sessions that I attended.	0.807	
F3	Q22. (I am satisfied with) the habit of support and collabration at work.	0.766	0.861
	Q24. (I am satisfied with) collective use of the shared knowledge at work.	0.711	
	Q23. (I am satisfied with) my employers dealing with the employees' personal problems.	0.709	
	Q21. (I am satisfied with) the habit of communication between employers and employees.	0.677	
F4	Q19. (I am satisfied with) my performance recorded on the computer systems.	0.713	0.768
	Q13. (I am satisfied with) employees' lunch break provided.	0.686	
	Q20. (I am satisfied that) our computer program is suitable and sufficient.	0.650	
	Q16. (I am satisfied with) the layout of our office space.	0.627	
	Q15. (I am satisfied with) the facilities for lunch, coffee and soft-drinks etc.	0.559	
	Q18. (I am satisfied with) the monitoring and implementation of new technologies at work.	0.421	
F5	Q11. (I am satisfied with) demonstrate my abilities and skills at work.	0.791	0.869

Q14. (I am satisfied with) my application of innovation at work.	0.746
Q12. (I am satisfied with) learning new things to improve myself at my work.	0.714

When considering characteristics of each survey item (Q1, Q2, ..., Q24), the related factors are grouped and named respectively into five different factors as follows:

- F1: Employees Perception of Employers' Management Style,
- F2: Employees Perception of In-Service Training,
- F3: Employees Perception of Collaboration and Teamwork,
- F4: Employees Perception of Working Conditions,
- F5: Employees Perception of Skills & Performance Development Opportunities.

Coefficients of factors being greater than 70 indicates that the question items are representing its factors well and consistent in themselves.

Step 3:

Independent sample t-test is used for the analysis of gender variable. The null hypotheses by gender of the respondents are:

- H₀₁: There is no significant difference in their opinion for employees' perception of employers' management style (F1) between genders.
- H₀₂: There is no significant difference in their opinion for employees' perception of in-service training (F2) between genders.
- H₀₃: There is no significant difference in their opinion for employees' perception of collaboration and teamwork (F3) between genders.
- H₀₄: There is no significant difference in their opinion for employees' perception of working conditions (F4) between genders.
- H₀₅: There is no significant difference in their opinion for employees' perception of Skills & Performance development opportunities (F5) between genders.

Below, table 4 provides t-test results of the above hypotheses.

Table 4. T-test Statistical Analysis

Null Hypothesis	t	df	P	Decision of Hypothesis*
H ₀₁	-2.022	298	0.044	Rejected
H ₀₂	-0.040	298	0.968	Accepted
H ₀₃	1.527	298	0.128	Accepted
H ₀₄	0.341	298	0.733	Accepted
H ₀₅	-2.984	298	0.003	Rejected
* 5% validity of significance level				

Based on the findings in Table 4, H₀₁ and H₀₅ hypotheses were rejected at 5% significance level. Therefore, it can be implied that there are statistically significant differences for Employees' Perception of Employers' Management Style (F1)

between genders in call centres. Similarly, it can be implied that there are statistically significant differences for Employees' Perception of Skills & Performance Development Opportunities (F5) between genders. On the other hand, as p values in H_{02} , H_{03} and H_{04} hypothesis are bigger than 0.05, these hypotheses are accepted. This implies that there are no statistically significant differences for F2, F3 and F4 factors between genders.

To understand any statistically meaningful differences for factor values between demographic characteristics groups (i.e. age, employment period and education level), ANOVA analysis is used. Below is the list of null hypothesis for age, employment period and education level variables:

- H_{01i} : There is no statistically significant difference in their opinion for F_i between age groups ($i = 1, 2, \dots, 5$)
- H_{02i} : There is no statistically significant difference in their opinion for F_i between employment periods ($i = 1, 2, \dots, 5$)
- H_{03i} : There is no statistically significant difference in their opinion for F_i between education levels ($i = 1, 2, \dots, 5$)

Table 5 shows results of Levene test statistics of the relevant hypotheses to meet the homogeneity assumptions (Homoscedasticity). Then when assumption of homogeneity of variance is valid, ANOVA test statistics can be applied. Within Table 5, degrees of freedom (df) for these tests are (df1) 4 and (df2) 295 respectively.

Table 5. Levene and ANOVA test statistics

Levene Statistic	P	Decision of Hypothesis*	Assumption of Homogeneity of Variance*		Hypothesis	ANOVA	Decision of Hypothesis*
					F	P	
4.722	0.001	Invalid	Age	H011	2.043	0.088	Rejected
1.476	0.209	Valid		H012	4.694	0.001	Rejected
3.254	0.012	Invalid		H013	1.007	0.404	Accepted
1.427	0.225	Valid		H014	0.565	0.688	Accepted
4.225	0.002	Invalid		H015	1.761	0.137	Accepted
1.509	0.200	Valid	Employment Period	H021	1.546	0.189	Accepted
2.733	0.029	Invalid		H022	4.175	0.003	Rejected
2.669	0.033	Invalid		H023	1.537	0.191	Accepted
0.087	0.987	Valid		H024	0.968	0.425	Accepted
1.629	0.167	Valid		H025	0.157	0.960	Accepted
2.069	0.085	Valid	Education Level	H031	1.348	0.252	Accepted
1.222	0.301	Valid		H032	0.899	0.465	Accepted
0.874	0.480	Valid		H033	0.586	0.673	Accepted
0.960	0.430	Valid		H034	0.475	0.754	Accepted
1.750	0.139	Valid		H035	2.636	0.034	Rejected

* 5% validity of significance level

Validity of homogeneity assumption is shown by accepting the null hypothesis as “H₀: Group variances are homogeneous (equal)” for those with Levene test statistic p value greater than 0.05 in Table 5. Besides, the hypothesis with invalid assumption is not taken into account in Levene statistics. Subsequently, in Table 5, only H₀₁₂ hypothesis of age and H₀₃₅ hypothesis of education level are evaluated in ANOVA test. Therefore, the H₀₁₂ age-related hypothesis “There is no statistically significant difference in their opinion for F2 between age groups” and H₀₃₅ education level-related hypothesis “There is no statistically significant difference in their opinion for F5 between education levels” are used. It means that alternative hypothesis (H_{A12}) and (H_{A35}) are accepted as there are statistical differences in these different groups. Consequently, Post Hoc tests as an integral part of ANOVA are applied to explore differences between multiple groups’ means in order to understand which groups these differences originating from. In this study, “Tukey test” as the most common Post Hoc test is employed. Finally, result of Post Hoc test analysis for the alternative hypothesis of H_{A12} “There is a significant difference in in their opinion for F2 between age groups”. Post Hoc test shows that the alternative hypothesis of H_{A12} "There is a significant difference in their opinion for F2 between age groups" has statistically differences between 18-21 Age and 22-25 Age; 18-21 Age and 30-33 Age; 18-21 Age and 34 & Over Age. This means that the 18-21 age group (excluding the 26-29 age

group) suggests that the F2 factor (i.e. employee perception of in-service training) is less important than the other age groups (i.e. 22-25, 30-33, and 34 & Over).

Result of Post Hoc test analysis for these alternative hypothesis of H_{A35} “There is a significant difference in their opinion for F5 between various education levels”. Post Hoc test shows that the alternative hypothesis of H_{A35} “There is a significant difference in their opinion for F5 between various education levels" has statistically differences between High School and Undergraduate degree. This means that the High School group suggests that the F5 factor (i.e. Employees Perception of Skills & Performance Development Opportunities) is less important for them than Undergraduate degree level.

When age, gender, marital status, employment period and education levels are considered in the study, statistically significant differences are:

- "There is a significant difference in their opinion for F2 between age groups"
- “There is a significant difference in their opinion for F5 between various education levels”.

Step 4:

A second order confirmatory factor analysis is performed to determine whether the Call Center Employee Satisfaction of the five factors from the EFA can be accepted as sub-dimensions of the Satisfaction of Call Center Employees (SCCE). Second level confirmatory factor analysis is a sub-topic of Structural Equation Model (SEM) to investigate the causal relationship between observed and latent variables (Dimitrov, 2006:432).

Related Alternative hypothesis for SCCE are tested through SEM as follows:

- H_{A1}: when Employees Perception of Employers’ Management Style (F1) has increased, SCCE is improved.
- H_{A2}: when Employees Perception of In-Service Training (F2) has increased, SCCE is improved.
- H_{A3}: when Employees Perception of Collaboration and Teamwork (F3) has increased, SCCE is improved.
- H_{A4}: when Employees Perception of Working Conditions (F4) has increased, SCCE is improved.
- H_{A5}: when Employees Perception of Skills & Performance Development Opportunities (F5) has increased, SCCE is improved.

Table 6 shows t-test values of alternative hypothesis used in SEM results.

Table 6. t-test of alternative hypothesis used in SEM results

Hypothesis	Standard Loads	t Value	R ²
H _{A1}	0.749	10.732*	0.56
H _{A2}	0.661	10.202*	0.44
H _{A3}	0.82	11.578*	0.67
H _{A4}	0.627	9.761*	0.39
H _{A5}	0.807	12.310*	0.65

5% validity of significance level

In addition, R^2 values indicate that each question item has a positive effect on its factor and therefore it will positively affect the call center employee satisfaction. Meanwhile, CR (t value) values of these question items show that all question items are statistically significant.

SEM results are shown in Figure 1 and Table 9.

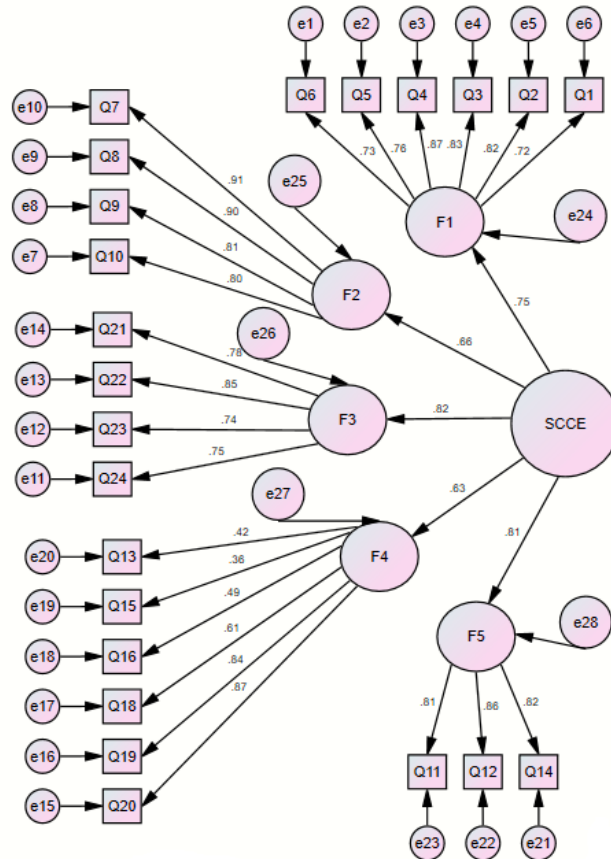


Figure 1. Second Order Confirmatory Factor Analysis Model

When factors loads are ranked in Figure 1, the most important factor positively affecting call center employee satisfaction is F3 (0.82), the second factor is F5 (0.81), the third factor is F1 (0.75), the fourth factor is F2 (0.66) and F4 (0.63) with the least affecting factor in the study.

Table 7. Second Order Confirmatory Factor Analysis Fit Index Result

Main Dimension	Fitness Index				
	χ^2	df	χ^2 / df	CFI	RMSEA
SCCE	516.854	225	2.297	0.930	0.066

In Table 7, the ratio χ^2 / df (2.297) between 2 and 3 is "good" or "acceptable" under the Fit Index model (Schermelleh-Engel, Moosbrugger and Müller, 2003:33), the CFI value (0.930) being equal to or greater than 0.90 is "acceptable" (Westland, 2015:56) and the RMSEA value (0.066) is adequate fit because RMSEA is less than or equal to 0.08. (Westland, 2015:57). As a result of these findings, Second Order Confirmatory Factor Analysis shows that these five factors are sub-dimensions of call center employee satisfaction, and the model becomes valid.

Call centre managers should consider these five factors being statistically significant sub-dimensions of employees' satisfaction in call centers in Turkey. Importantly, when each factor needs to be analysed in details, the relevant question items in each factors can be employed for increasing employee satisfaction.

5. Conclusions and Practical Implications

Structural equation model as the general framework is used to test for modelling scenarios generator affecting the call center employee satisfaction by exploring the influence of the demographic factors on employees' satisfaction in call centres in this study. Consequently, the factors affecting their satisfaction are respectively:

- F3: Employees perception of collaboration and teamwork,
- F5: Employees perception of Skills & Performance development opportunities,
- F1: Employees perception of employers' management style,
- F2: Employees perception of in-service training,
- F4: Employees perception of working conditions.

Firstly, regarding the most influential factor as employees' perception of collaboration and teamwork (F3), our study demonstrates that employee satisfaction in call centres can be achieved as a direct result of communication, collaboration and trust in employees' relationships in their jobs. While both collaboration and teamwork comprise a group of employees working together towards completing their shared goal in call centres, these social activities require a change in organisational culture coinciding with employees' satisfaction. In fact, satisfaction is a result of investment in collaborative and teamwork activities which, in turn, is perceived to contribute to project performance and management. Specifically, this can be achieved through creation of support and collaboration habits at work (Q22), collective use of shared knowledge (Q24), managers dealing with the employees' personal problems (Q23), and communication between employers and employees (Q21).

Secondly, regarding the second most influential factor as employees' perception of skills & performance development opportunities (F5), this study demonstrates that employee satisfaction in call centres can be achieved as a direct result of their creative problem-solving skills, solid knowledge base in tasks, and taking ownership at their tasks. While such skills and performance developments in call centres can encourage employees to take ownership of the development of their own practice, evaluate own performance and take leadership capacity in their own learning process, such individual activities require an organisational culture accommodating innovation and performing monitoring strategies coinciding with employees' satisfaction in the study. Specifically, this can be achieved through demonstrating their abilities and skills at work (Q11), their application of innovation at work (Q14), and learning new things to improve themselves at work (Q12).

Next, employees' perception of employers' management style (F1) relates directly to leadership styles for employee satisfaction in call centres in terms of strategic effective business planning processes, perceived fairness, supervisory support, trust, security, motivation, empowerment, engagement, teamworks and communication. Specifically, this can be achieved through their employer creating opportunities and finding alternative solutions (Q4), their employer considering and listening the employee issues (Q2), their employer taking care of the employee and values the employee contributions (Q3), the employee appreciating the work being done and appreciating the employee achievements (Q5), their employee planning and managing the workload (Q1) and their employer being fair and the workload having a balanced distribution (Q6).

Last, employees' perception of in-service training (F2) has the least influential factor affecting employee satisfaction by relating directly to companies' investment on the employees' knowledge developments. When these developmental opportunities are considered as training sessions being delivered, the subjects (relevance) of these training sessions (Q8), its content (Q7), timing (Q9), and the trainers become predictive factors of employees' satisfaction in call centres. Finally, the study shows that employees perception of working conditions (F4) are related to IT systems, facilities and physical working environment including my performance recorded on the computer systems (Q19), employees' lunch break provided (Q13), our computer program is suitable and sufficient (Q20), layout of our office space (Q16), facilities for lunch, coffee and soft-drinks etc. (15), and monitoring and implementation of new technologies at work (18).

Finally, this study concludes in the call centre that there are statistically significant differences between genders in call centres for both Employees' Perception of Employers' Management Style (F1 factor) and Employees' Perception of Skills & Performance Development Opportunities (F5 factor) in Turkey. In addition, the 18-21 age group (excluding 26-29 age group) suggests that the employee perception of in-service training (F2 factor) is less important for them than the other age groups (i.e. 22-25, 30-33, and 34 & Over). Meanwhile, the High School group suggests that the Employees Perception of Skills & Performance Development Opportunities (F5 factor) is less important for them than undergraduate degree level. Call centre managers should consider these five factors being statistically significant sub-dimensions of employees' satisfaction in call centers in Turkey. Importantly, when each factor needs to be analysed in details, the relevant question items in each factors can be employed for increasing employee satisfaction.

References

- Anagnoste, S. (2018, May). Robotic Automation Process–The operating system for the digital enterprise. In *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 12(1), 54-69. Sciendo.
- Berman, L., Jackson, J., Miller, K., Kowalski, R., Kolm, P. and Luks, F. I. (2018). Expert surgical consensus for prenatal counseling using the Delphi method. *Journal of Pediatric Surgery*, 53(8), 1592-1599.
- Call Center Association. (2017). *2017 Call center association market research report*, 1-71. Retrived from: <https://www.cagrimerkezleridernegi.org/Public/Upload/Catalog/KPI8I7JCAEW631A.pdf>
- Call Center Association. (2019). *2019 Call center association market research report*, 1-16. Retrived from: <https://www.cagrimerkezleridernegi.org/Public/Upload/Catalog/V3EXWU4L447QLVW.pdf>
- Callaghan, F. (2017). *An investigation into the motivational factors of call centre workers and the impact positive and negative forms of feedback have on employee performance*, Master dissertation, 1-103. Retrived from <https://research.thea.ie/handle/20.500.12065/2555>
- Chicu, D., del Mar Pàmies, M., Ryan, G. and Cross, C. (2019). Exploring the influence of the human factor on customer satisfaction in call centres. *BRQ Business Research Quarterly*, 22(2), 83-95.
- Choi, S., Cheong, K. K. and Feinberg, R. A. (2012). Moderating effects of supervisor support, monetary rewards, and career paths on the relationship between job burnout and turnover intentions in the context of call centers. *Managing Service Quality: An International Journal*, 492-516.
- Cottam, T. (2020). CONTACT CENTRE 2025: Trends, opportunities and strategies. *NICE*. Retrived from https://www.nice.com/optimizing-customer-engagements/Lists/WhitePapers/Contact_centre_2025.pdf
- Çelik, N. (2016). Development of a decision support system for the solving problems of Turkey call center sector. *Journal of International Social Research*, 9(42), 1445-1453.
- Dimitrov, D. M. (2006). Comparing groups on latent variables: A structural equation modeling approach. *Work*, 26(4), 429-436.
- Doğrular, T. (2020). Korono etkisi ile çağrı merkezlerinin değişen rolü. *Call Centers Association*. Retrived from <https://www.cagrimerkezleridernegi.org/haber-detay/7185>
- Gürbüz, S. and Şahin, F. (2016). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri* (3. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Kisiel, A. (2013). *Performance measurement and job satisfaction in call centre*. Master Dissertation, Dublin Business School, 1-88. Retrived from <http://hdl.handle.net/10788/1675>
- Marr, B. and Parry, S. (2004). Sense and respond performance management at Fujitsu: Lessons, pitfalls, and achievements. In *PMA 2004 Conference Proceedings*, 55-62.

- Poddar, A. and Madupalli, R. (2012). Problematic customers and turnover intentions of customer service employees. *Journal of Services Marketing*.
- Richardson, R. and Gillespie, A. (2003). The call of the wild: Call centers and economic development in rural areas. *Growth and Change*, 34(1), 87-108.
- Rose, E. and Wright, G. (2005). Satisfaction and dimensions of control among call centre customer service representatives. *The International Journal of Human Resource Management*, 16(1), 136-160.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H. and Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- SERKA. (2011). "TRA2 bölgesinin kalkınmasında çağrı merkezi fırsatı", *Kars: Serhat Kalkınma Ajansı Yayını*, 1-64. Retrived from <http://www.serka.gov.tr/store/file/common/e8dbe4eae6eb57962b6a38559aa785c0.pdf>
- Singh, P. and Pandey, A. (2005). Women in call centres. *Economic and Political Weekly*, 684-688.
- Syam, N. and Sharma, A. (2018). Waiting for a sales renaissance in the fourth industrial revolution: Machine learning and artificial intelligence in sales research and practice. *Industrial Marketing Management*, 69, 135-146.
- Yang, H. C., Ju, Y. H. and Lee, Y. C. (2016). Effects of job stress on self-esteem, job satisfaction, and turnover intention. *Journal of Transnational Management*, 21(1), 29-39.
- Westland, J. C. (2015). Data collection, control, and sample size. In *Structural equation models*, 1-175. Springer, Cham.

TÜRKİYE EKONOMİSİNDE FİNANSALLAŞMA VE FİYAT İSTİKRARI İLİŞKİSİNİN ANALİZİ: 2003-2019 DÖNEMİ

THE ANALYSIS OF RELATIONSHIP BETWEEN FINANCIALIZATION AND PRICE STABILITY IN THE TURKISH ECONOMY: 2003-2019 PERIOD

Mehriban HEYDAROVA⁽¹⁾, Oytun MEÇİK⁽²⁾

Öz: Bu çalışmada Türkiye ekonomisinde finansallaşma ve fiyat istikrarı ilişkisi araştırılmıştır. Finansallaşma göstergeleri ile fiyat endeksi arasındaki ilişki ARDL sınır testi ile analiz edilmektedir. Değişkenler teorik bilgiler ve literatürden hareketle belirlenmiştir. Analiz 2003-2019 dönemi fiyat endeksi, sermaye piyasası kapitalizasyonu, banka varlıklarında yer alan menkul değerler toplamı, doğrudan yabancı yatırımlar, portföy yatırımları, krediler ve mevduatlar verilerini içermektedir. Bulgulara göre, uzun dönemde fiyat endeksi banka varlıklarında yer alan menkul değerler toplamını, doğrudan yabancı yatırımları ve portföy yatırımlarını negatif etkilemektedir. Mevduatlar ve krediler arasında ise pozitif ilişki vardır. Kısa dönem analizinde sermaye piyasası kapitalizasyonu ile fiyat endeksi arasında negatif ve anlamlı ilişki söz konusudur. Buna göre, Türkiye ekonomisinde finansallaşma fiyat istikrarını etkilemektedir.

Anahtar Kelimeler: Finansallaşma, Türkiye Ekonomisi, Fiyat İstikrarı.

Abstract: In this study, the relationship between financialization and price stability in the Turkish economy has been investigated. The relationship between financialization indicators and price index is analyzed with the ARDL boundary test. Variables have been determined based on theoretical information and literature. The analysis includes data on price index, capital market capitalization, total securities in bank assets, foreign direct investments, portfolio investments, loans, and deposits for the period 2003-2019. According to the findings, in the long run, the price index negatively affects the sum of securities in bank assets, foreign direct investments, and portfolio investments. There is a positive relationship between deposits and loans. In the short term analysis, there is a negative and significant relationship between capital market capitalization and the price index. Accordingly, financialization affects price stability in the Turkish economy.

Keywords: Financialization, Turkish Economy, Price Stability.

JEL: E31, E44

1. Giriş

Ekonomide finans sektörünün payının ve ağırlığının diğer sektörlere nazaran giderek arttığını ifade eden finansallaşma süreci 1970'li yılların ortasında başlasa da 1980'lerde sermayenin uluslararası nitelik kazanmasıyla daha da önem kazanmış ve 2008 küresel krizi sonrasında dikkatleri giderek üzerine toplamıştır. Finansallaşma kavramının ilk kullanımı Phillips (1993)'e dayanır. Epstein (2005: 3)'a göre: yerel ve

*Bu çalışma, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalında Doç. Dr. Oytun MEÇİK danışmanlığında Mehriban HEYDAROVA tarafından hazırlanmış olan "Türkiye Ekonomisinde Finansallaşma ve Fiyat İstikrarı İlişkisi" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

⁽¹⁾ Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı; mehribanh1@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0033-8795

⁽²⁾ Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü; oytunm@ogu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7409-6266

Geliş/Received: 18-09-2020; Kabul/Accepted: 10-07-2021

uluslararası ekonomilerin faaliyetlerindeki finansal güdülerin, piyasaların, aktörlerin ve kurumların giderek önem kazanması finansallaşmayı ifade eder.

Enflasyonun, 1970'li yıllarda dünyada ciddi bir problem olarak gündeme gelmesi, fiyat istikrarının sağlanmasını merkez bankalarının öncelikli hedefi haline getirmiştir. Fiyat istikrarının ne olduğu konusunda literatürde geniş çapta atıf yapılan fiyat istikrarı tanımı ise ABD Merkez Bankası (FED) eski Başkanı Alan Greenspan'a aittir: *“Ekonomik aktörlerin ileriye dönük yatırım, tüketim ve tasarruf gibi konularda karar alırken, genel fiyat seviyesindeki muhtemel değişiklikleri, artık dikkate almamaya başladıkları bir durumdur”* (Greenspan, 2001: 1). Fiyat istikrarının sağlanması, ülke ekonomisinin refah seviyesinin yükselmesi ve büyümenin sağlanması için önemlidir. Merkez bankası bağımsızlığı ise fiyat istikrarı hedefine ulaşılmasında bir ön koşul olarak değerlendirilir.

Dünya genelinde finansal piyasaların derinleşmesi, piyasalardaki ürün çeşitliliğinin artış göstermesi ve uluslararası sermaye hareketliliğinin hızlanması, günümüzde yaşanan finansallaşma sürecine önem kazandırmaktadır. Türkiye ekonomisi de finansallaşma sürecini deneyimlemektedir. Türkiye ekonomisinde ekonomi politikasının fiyat istikrarına yönelik olması, deneyimlenen bu sürecin fiyat istikrarı ile ilişkisini önemli bir araştırma konusu haline getirmektedir.

Çalışmanın amacı, Türkiye ekonomisinde finansallaşma ve fiyat istikrarı ilişkisinin araştırılmasıdır. Bu amaç doğrultusunda Türkiye'de finansallaşma göstergesi olarak seçilen sermaye piyasası kapitalizasyonu, banka varlıklarında yer alan menkul değerler toplamı, krediler, portföy yatırımları, doğrudan yabancı yatırımlar ve mevduatlar ile fiyat endeksi arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Çalışma, ele aldığı dönem aralığı ve Türkiye ekonomisine finansallaşma ve fiyat istikrarı ilişkisi ortaya koyması bakımından literatürdeki boşluğu gidermeyi hedeflemektedir. İlgili literatür finansallaşma ile çeşitli iktisadi değişkenler arasındaki ilişkileri incelemekle birlikte, fiyat istikrarı özelinde gerçekleştirilen bu analizin literatüre önemli bir katkı olduğu ifade edilebilir.

2. Literatür

Finansallaşma literatüründe farklı ülke ve dönemler için çeşitli analizler söz konusudur. Bunlardan Afşar ve Meçik (2013), G8 ülkelerinde 1990-2008 döneminde banka kârlılığı dışındaki tüm açıklayıcı değişkenlerin ekonomide toplam istihdamı ve kişi başına düşen milli geliri olumlu etkilediğini göstermektedir. Meçik ve Afşar (2014) ise 22 OECD ülkesi için 1990-2009 döneminde finansallaşmanın istihdamı artırdığını tespit etmiştir. Assa (2012) OECD ülkelerinde 1970-2008 döneminde finansallaşmanın gelir eşitsizliğini, istihdamı ve ekonomik büyümeyi olumsuz etkilediğini göstermektedir. Dunhaupt (2016) 13 OECD ülkesinde 1986-2007 yılları arasında finansallaşma kapsamında işçinin milli gelirden azalan payının işçilerin pazarlık gücü, hissedar değeri yönelimindeki artış, kısa vadeli yönetim anlayışı, ekonomik küreselleşme ve liberalleşme kanallarından etkilendiği sonucuna ulaşır. Denk ve Cournede (2015) OECD ülkelerinde kredi genişlemesi ve hisse senetlerinin piyasa değerindeki artışın, gelir dağılımının bozulmasına neden olduğunu gösterir. Kus (2012) 1995-2007 yıllarında 20 OECD ülkesinde finansallaşmanın gelir eşitsizliği ile pozitif ilişkili olduğunu tespit etmiştir.

Tang ve Xiong (2012), finansallaşmanın emtia piyasalarında fiyatların birbiriyle giderek daha fazla ilişkili hale gelmesine yol açtığına vurgu yapar. Bu doğrultuda

finansallaşmanın bir emtianın tek başına fiyatının, sadece onun arz ve talebi dışındaki, finansal varlıkların toplam risk iştahı ve emtia indekslerine göre çeşitlilik gösteren yatırım davranışları gibi birtakım faktörlerce belirlenmekte olduğu görülmektedir. Orhangazi (2008) ABD'deki finansal olmayan firmaların yatırımlarıyla kâr oranları arasında pozitif, finansal ödemelerle negatif ve istatistiksel olarak beklendiği gibi anlamlı bir ilişki tespit etmiştir. Finansal kârlarla yatırımlar arasında negatif ilişki bulunmuştur.

Tellalbaş ve Kaya (2013), Orhangazi (2008)'den yola çıkarak firmaların artan şekilde finansal faaliyetlerle kâr elde etmelerinin sabit sermaye yatırımları için gereken mevcut fonları olumsuz yönde etkilediğini ve finansallaşmanın reel sektörde sabit sermaye yatırımı eğilimini azaltarak, sermaye birikimi üzerinde olumsuz etkide bulunduğunu bulmuştur. Tunalı ve Özdemir (2017) Türkiye ekonomisinde 1990-2011 arasında hisse senedi devir hızı ile emeğin payı arasında negatif yönlü bir ilişkinin varlığına işaret eder. Akkemik ve Özen (2014) ise 1990-2002 yıllarında Türkiye'de finansal olmayan firmaların finansallaşmasında makroekonomik ve kurumsal belirleyicilerin etkisini analiz ederek, devletle yakın bağların olması, firmaların mülkiyet yapısı, yönetsel gücün takdir yetkisi ve sendikalaşma gibi kurumsal özelliklerin finansallaşma üzerinde bir etkisinin olmadığını tespit etmiştir. Kaplan vd. (2006) 1990-2004 yılları arasında Türkiye'deki finansal olmayan işletmelerin finansal varlıkları elde tutma yöntemlerini ve belirleyicilerini araştırmıştır. Bulgular, finansal varlıkların sadece likidite şoklarına karşı finansal bir tampon olarak değil, aynı zamanda makroekonomik belirsizlikler altında yüksek geri dönüş oranları nedeniyle reel yatırımların yerini alan spekülasyon portföy seçimi olarak görüldüğüne yönelik tartışmayı desteklemektedir.

3. Model ve Veri Seti

Çalışmada Türkiye'de 2003: Q1 ve 2019: Q4 dönemine ait veriler kullanılarak, finansallaşma göstergeleri ile fiyat endeksi arasındaki ilişki ARDL (Autogressive Distributed Lag) sınır testi yaklaşımı ile analiz edilmiştir. Değişkenler teorik bilgiler ve literatürden hareketle belirlenmiştir (Meçik ve Afşar, 2014; Afşar ve Meçik, 2013; Üzar, 2014). Bu doğrultuda, analizde fiyat endeksi (TÜFE), sermaye piyasası kapitalizasyonu (SPK), banka varlıklarında yer alan menkul değerler toplamı (MKD), doğrudan yabancı yatırımlar (DYY), portföy yatırımları (PY), krediler (KR) ve mevduatlar (MV) değişkenleri kullanılmıştır. Analizde kullanılan veriler; Dünya Bankası WDI, BDDK ve TCMB EVDS'den derlenmiştir.

Analizde yer alan değişkenlere ilişkin teorik çerçeve ve gerekli açıklamalar şu şekildedir:

Sermaye piyasası kapitalizasyonu: Hisse senedi piyasasının gelişimini temsilen kullanılmaktadır. Bağımlı değişken TÜFE'nin bağımsız değişken sermaye kapitalizasyonunu negatif etkilemesi beklenmektedir.

Banka varlıklarında yer alan menkul değerler toplamı: Yatırım amacıyla ekonomik birimler tarafından alınan, ortaklık veya alacaklı olma hakkı getiren, belirli bir tutardaki kısa/uzun dönemde gelir sağlayan kıymetli evraklardır. Enflasyon, menkul değer yatırımlarından beklenen getirileri ve menkul değerlerin değerini etkilemektedir. Bu sebeple, enflasyon, menkul değer yatırımlarının reel kârlılık düzeyini belirleyen önemli faktörlerdendir (Korkmaz, 2013: 24). TÜFE ile banka

varlıklarında yer alan menkul değerler toplamı arasında yatırım yapılan menkul değerlerin farklılık göstermesi açısından değişen bir ilişki beklenir.

Doğrudan yabancı yatırımlar: Yatırımcının kendi ekonomileri dışında yer alan bir ülke ekonomisinde yaptığı uzun dönemli yatırımlardır. Bu yatırımlar girdiği ekonomilerin enflasyon oranına karşı oldukça duyarlıdır. Dolayısıyla fiyat istikrarının olmadığı, yüksek enflasyonun mevcut olduğu ülkelerde yapılacak doğrudan yabancı yatırımlardan beklenen net reel getiri azalacaktır. Bu nedenden ötürü, TÜFE ile doğrudan yabancı yatırımlar arasında negatif ilişki beklenmektedir.

Portföy yatırımları: Devletin veya özel kurum/bankaların bono ve tahvilleri ile hisse senedi vb. kapsar. Fiyat istikrarının olmadığı, yüksek enflasyonun olduğu ekonomilerde piyasa mekanizmasının sağlıklı bir şekilde çalışması mümkün olmamaktadır. Bu, yatırımcıların yatırım yapmamalarına neden olmaktadır. Bundan dolayı TÜFE'deki artışın portföy yatırımlarını negatif etkilemesi beklenir.

Krediler: Ülkedeki ekonomik birimlerin yurtdışındaki ekonomik birimlerden elde ettiği nakit kredilerdir. Enflasyondaki artış, faizlerin yükselmesine ve bundan dolayı ekonomik birimlerin daha az kredi kullanmalarına neden olmaktadır. Dolayısıyla enflasyonun kredileri negatif yönde etkilediğini söylemek mümkündür.

Mevduatlar: Yurtdışında yerleşik kişilerin TCMB ve bankalardaki mevduatlarıdır. Enflasyon artışının faiz oranlarını artırması dolayısıyla bankaların mevduat sahiplerine daha fazla faiz ödemesi yapması, bankalardaki mevduatların artmasına neden olacaktır. TÜFE'nin mevduatları pozitif etkilemesi beklenir.

Tablo 1, analizde kullanılan değişkenlere dair özellikleri vermektedir.

Tablo 1. Değişkenler ve Kısaltmaları

Bağımlı Değişken		
LTUFE	TÜFE (2003=100)	TCMB
Bağımsız Değişkenler		
LSPK	Sermaye Piyasası Kapitalizasyonu	Dünya Bankası
LMKD	Banka Varlıklarındaki Menkul Değerler Toplamı	BDDK
LDYY	Doğrudan Yabancı Yatırımlar	TCMB
LPY	Portföy Yatırımları	TCMB
LKR	Krediler	TCMB
LMV	Mevduatlar	TCMB

* Değişkenlerin önündeki "L" logaritması alınmış formu ifade etmektedir.

Analizde tüm değişkenlerin doğal logaritması alınmıştır. Doğrudan yabancı yatırımlar, portföy yatırımları, krediler ve mevduatlar değişkenlerinin bazı yıllarda negatif değerlere sahip olmasından dolayı serilerin logaritmik formu Busse & Hefeker (2007) ve Dökmen & Aysu (2010)'da kullanılan işlemle elde edilmiştir.

Analizde kullanılan model aşağıdaki gibidir:

$$LTUFE_t = \beta_0 + \beta_1 LSPK_t + \beta_2 LMKD_t + \beta_3 LDYY_t + \beta_4 LPY_t + \beta_5 LKR_t + \beta_6 LMV_t + u_t \quad (1)$$

Modelde; fiyat endeksi (TÜFE) bağımlı, sermaye piyasası kapitalizasyonu (SPK), banka varlıklarındaki menkul değerler (MKD), doğrudan yabancı yatırımlar (DYY), portföy yatırımları (PY), krediler (KR) ve mevduatlar (MV) bağımsız değişkenlerdir.

4. Yöntem

Finansallaşma ve fiyat istikrarı arasındaki ilişkinin araştırıldığı bu çalışmada, zaman serisi analizinden yararlanılmıştır. Zaman serisi analizinde sağlanması gereken en temel kriterlerden birisi serilerin durağanlığıdır. Durağan olmayan serilerle tahmin edilen bir modelin sahte regresyona yol açmasına neden olabilir (Gujarati, 2004: 713-726). Bir zaman serisinin durağanlığı, birim köke sahip olup olmadığının incelenmesiyle anlaşılır.

Analizde “Augmented Dickey Fuller” (ADF) birim kök testi kullanılmıştır. İkinci aşamada, değişkenler arasında uzun dönemli ilişkilerin varlığı araştırılmıştır. Analiz kapsamında değişkenler arasında uzun dönemli ilişkiler Pesaran, Shin ve Smith (2001) Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif Modele (ARDL) dayalı sınır testi yardımıyla incelenmiştir. Bu yöntemin tercih edilmesinin nedeni çalışmadaki serilerin I(0) ve I(1) olmasıdır.

ARDL yöntemi, Engle Granger (1987), Johansen (1988) ve Johansen ve Juselius (1990) ile karşılaştırıldığında daha esnek ve kullanışlıdır. Bu yöntemlerin kısıtları arasında modele dâhil edilen serilerin düzeyde durağan olmamaları, fark işlemi neticesinde ise durağan olmaları gerekir. ARDL yaklaşımında ise bu tür bir kısıt bulunmamaktadır. Modele dâhil edilen seriler farklı seviyelerde durağan olabilirler (Tang, 2003: 421). Bunun yanında ARDL'nin küçük örneklerde daha iyi sonuçlar verdiği söylenebilir (Pesaran ve Shin, 1997: 1-23)

4.1. Durağanlık

Zaman serisine dayalı ekonometrik modellerde kullanılan değişkenler arasında anlamlı ilişkiler elde edilebilmesi için serilerin durağan olması gerekmektedir. Durağanlık şöyle tanımlanmaktadır: Bir zaman serisi; “ortalamasıyla varyansı zaman içinde değişmeyen ve iki dönem arasındaki ortak varyansı bu ortak varyansın hesaplandığı döneme değil de yalnızca iki dönem arasındaki uzaklığa ya da açıklığa yahut gecikmeye bağlı olan olasılıklı bir süreç için durağandır” (Gujarati, 2012: 740).

Durağan olmayan değişkenler ile diğer durağan olmayan değişkenler arasındaki kurulan regresyon modeli, yüksek R², yüksek t istatistik değerleri ve düşük Durbin Watson değerleri gibi normal istatistiksel kriterleri aşabilir. Ek olarak, bulgular değişkenler arasında beklenmeyen ilişkileri, yani sahte regresyon sorununu ortaya çıkaracaktır.

Durağan bir zaman serisinde beklenenler şunlardır (Tari, 2011: 375):

1) Aritmetik ortalaması sabit olmalıdır.

$$E(Y_t) = \mu$$

2) Varyansı sabit olmalıdır.

$$\text{Var}(Y_t) = E(Y_t - \mu) = \delta^2$$

3) Kovaryans zamana değil gecikme uzunluğuna bağlı olmalıdır.

$$\text{Cov}(Y_t, Y_{t-k}) = E[(Y_t - \mu) \cdot (Y_{t-k} - \mu)] = \chi_k$$

Bu koşullar sağlanıyorsa serinin durağan olduğu söylenebilir. Durağan seri beklenen değeri etrafında dalgalanır ve beklenen değer doğrusunu sıklıkla keser.

Durağanlık varsayımı; iki değişken arasında istatistiksel bakımdan anlamlı olan bir regresyonun gerçek bir ilişkiyi mi, yoksa sahte bir ilişkiyi mi yansıttığının anlaşılması ve elde edilen regresyon modelleri ile öngörüler yapılması gibi iki nedenle önemlidir (Ertok, 1996: 380). Eğer bir seri zaman içinde değişen ortalama ve varyansa sahip ise bu serinin durağan değildir (Gujarati ve Porter, 2012: 740-741). Durağanlığın araştırılması için birim kök testleri kullanılmaktadır. Literatürde sıklıkla kullanılan birim kök testlerinin başında Dickey ve Fuller (1981) ADF birim kök testi gelir.

4.1.1. Augmented Dickey Fuller (ADF) Birim Kök Testi

Dickey-Fuller testi, serilerin kaçınıcı derecede durağan olduğunu ölçümlenmektedir. Ancak bu yöntem, hata terimindeki otokorelasyonu dikkate almaz. Hata teriminin otokorelasyon içermesi halinde Dickey-Fuller testi yapılamaz. Böyle durumlarda açıklayıcı değişkenlere açıklanan değişkenin gecikmeli değerlerinin ilave edildiği Augmented Dickey-Fuller testi yapılabilir. Bu durumu, eşitlik yardımı ile gösterebilmek amacıyla aşağıda önce Dickey-Fuller testi için eşitlikler verilmiştir.

$$\text{Sabitsiz Trendsiz: } \Delta Y_t = \delta Y_{t-1} + u_t \quad (2)$$

$$\text{Sabitli Trendsiz: } \Delta Y_t = \beta_1 + \delta Y_{t-1} + u_t \quad (3)$$

$$\text{Sabitli Trendli: } \Delta Y_t = \beta_1 + \beta_2 t + \delta Y_{t-1} + u_t \quad (4)$$

Burada; t zamanı simgeleyen değişkendir ve her bir durumda sıfır önsavı $\delta = 0$ yani birim kök vardır biçimdedir. İki numaralı eşitlik ile diğer eşitlikler arasındaki fark sabit terim ve eğilim değişkenlerinin modele dâhil edilmesidir. Eğer u_t hata terimi ardışık bağımlılık yani otokorelasyon problemi taşıyor ise eşitliklere bağımlı değişkenin gecikmeli fark terimleri ilave edilir. Bu durumda DF birim kök testine ilişkin denklem düzenlenerek ADF birim kök testi ismini alır. ADF birim kök testinde şu denklemler kullanılmaktadır:

$$\text{Sabitsiz Trendsiz: } \Delta Y_t = \delta Y_{t-1} + \sum_{i=1}^m a_i \Delta Y_{t-1} + \varepsilon_t \quad (5)$$

$$\text{Sabitli Trendsiz: } \Delta Y_t = \beta_1 + \delta Y_{t-1} + \sum_{i=1}^m a_i \Delta Y_{t-1} + \varepsilon_t \quad (6)$$

$$\text{Sabitli Trendli: } \Delta Y_t = \beta_1 + \beta_2 t + \delta Y_{t-1} + \sum_{i=1}^m a_i \Delta Y_{t-1} + \varepsilon_t \quad (7)$$

Bu denklemlerde Δ ; birinci fark işlemcisini, Y_t ; birim kök taşıyıp taşımadığı incelenen değişkeni, β ; sabit terimi, t; trend değişkenini, m; bilgi kriterlerine göre belirlenen optimal gecikme sayısını, ε_t ise sıfır ortalama ve sabit varyanslı, beyaz gürültü özelliğine sahip hata terimini ifade etmektedir.

ADF birim kök testi hipotezleri aşağıdaki gibidir;

H_0 : $\delta=0$ Zaman serisi durağan değildir. Serinin birim kökü vardır.

H_1 : $\delta<0$ Zaman serisi durağandır. Serinin birim kökü yoktur.

ADF birim kök testi sonucunda H_0 kabul ediliyorsa serinin durağan olmadığı anlaşılmaktadır. Bu yüzden serinin birinci farkının alınması gerekmektedir. Birinci farkı alınan seriye uygulanan test sonucunda reddedilirse seri birinci dereceden

durağan kabul edilmektedir ve I(1) şeklinde gösterilmektedir (Bilgili, Düzgün ve Uğurlu, 2007).

ADF modeli için karar kriteri olarak τ istatistiği adı verilen düzeltilmiş t tablosundan faydalanılır. ADF birim kök testi, buna ek olarak MacKinnon kritik değerleri ile elde edilir. ADF test istatistiğinin mutlak değeri yüzde 1, 5 ve 10 anlamlılık düzeylerine göre elde edilen MacKinnon kritik değerinin mutlak değerinden küçükse serinin durağan olmadığı, eğer tam tersi olursa serinin durağan olduğu kararı verilir (Gujarati, 2004: 370).

4.2. Eşbütünleşme Analizi

Ekonometrik analizde seriler arasında uzun dönemli bir ilişki olup olmadığı, eşbütünleşme testleri ile belirlenir. İki zaman serisinin eşbütünleşik olması, aralarında uzun dönemli bir denge ilişkisi bulunduğu anlamına gelir. Eşbütünleşme tek tek durağan olmayan iki ya da daha fazla serinin doğrusal birleşimlerinin durağan olmasıdır (Gujarati, 2012: 769). Bu bir modelde şu şekilde açıklanır:

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 X_t + u_t \quad (8)$$

Denklem (8)'de yer alan Y_t ve X_t değişkenleri arasında bir uzun dönem denge ilişkisi varsa, bu aritmetik olarak, $Y_t - \beta_0 - \beta_1 X_t = 0$ demektir. Bu denge tüm dönemler için geçerli olmalıdır. Fakat Y_t ve X_t değişkenlerinin yönelmesi beklenen bu ilişki herhangi bir dönemde gerçekleşmeyebilir. Dolayısıyla $Y_t - \beta_0 - \beta_1 X_t > 0$ veya $Y_t - \beta_0 - \beta_1 X_t < 0$ olabilir. Beklenen durum, her bir döneme ait olan sıfırdan farklı değerlerin dönemler boyunca oluşturduğu serinin durağan olması, gösterilen ilişkiye dönme eğilimi taşımalarıdır. Burada önemli olan, u_t hata terimlerinin durağanlık durumudur. Eğer u_t hata terimleri durağansa iki seri eş bütünleşiktir (Tarı, 2011).

Seriler arasında eşbütünleşmenin olup olmadığını tespit etmek için Engle ve Granger (1987), Johansen (1988), Johansen ve Juselius (1990) kullanılır. Engle ve Granger (1987) eşbütünleşme analiz yöntemi ikiden fazla değişken ve birden fazla eşbütünleşme ilişkisi durumlarında tercih edilmez. Johansen (1988), Johansen ve Juselius (1990) eşbütünleşme testlerinde seriler düzeyde durağan olmamalı, aynı dereceden farkları alındığında durağan olmalıdırlar.

Durağanlık dereceleri farklı olan zaman serilerine eşbütünleşme analizinin uygulanamamasından kaynaklanan sorun Peseran vd. (1996), Peseran ve Shin (1995) ile Peseran vd. (2001) tarafından geliştirilen Sınır Testi yaklaşımı ile giderilebilir. Bu yöntem ARDL yaklaşımı olarak tanımlanır. ARDL yöntemi eşbütünleşme analizlerinde serilerin durağanlık özelliklerinin önceden belirlenmesine ilişkin zorlukları gidererek uzun ve kısa dönemli ilişkilerin varlığının test edilmesinde kullanılır. Modellerde serilerin bir kısmının düzeyde (I(0)), bir kısmının ise birinci farklarında (I(1)) durağan olmaları durumunda bu yöntemle başvurulur.

4.3. ARDL Testi

Değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin olup olmadığı belirlemek için kullanılan yöntemlerden biri ARDL sınır testidir. ARDL modelinde değişkenlerin durağanlık düzeyleri I(0) ve I(1) olmak zorundadır. Durağanlık düzeyinin I(2) olması durumunda Peseran vd. (2001) F istatistiği geçersiz olacaktır. Bu değişkenlerden elde edilen tahminler ise yanıltıcı olacaktır. ARDL modelinde değişkenlere ait diğer kısıt, bağımlı değişkenin I(1) düzeyinde durağan olmasıdır (Sakarya ve Akkuş, 2018: 359).

ARDL sınır testi, küçük örneklerde diğer yaklaşımlara kıyasla daha sağlıklı sonuçlar vermektedir. Ayrıca açıklayıcı değişkenlere ilişkin öncül sınamalara gereksinim söz konusu olmamaktadır. ARDL sınır testi değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığını sınamaktadır.

ARDL sınır testi yaklaşımı iki aşamadan oluşur. Modelin ilk aşamasında eşbütünleşme analiziyle değişkenlerin arasında uzun dönem ilişkisinin varlığı test edilir. İkinci aşamada ise uygun gecikme modelleri belirlenerek, kısa ve uzun dönem parametreleri tahmin edilir. Sınır testine ilk aşama olarak UECM'nin en küçük kareler yöntemiyle tahmin edilmesi ile başlanır ve değişkenlerin birinci dönem gecikmelerinin katsayılarının birlikte anlamlılığı F testi ile sınanır. Söz konusu model aşağıdaki şekilde gösterilebilir:

$$\Delta Y_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} \Delta Y_{t-i} + \sum_{i=0}^m \beta_{2i} \Delta X_{t-i} + \beta_3 Y_{t-1} + \beta_4 X_{t-1} + \varepsilon_t \quad (9)$$

Eşitlik (9)'da yer alan β_0 sabit terimi, β_3 ve β_4 ise uzun dönem katsayılarını, Δ ise değişkenlerin birinci farkını ifade etmektedir. Ayrıca modelde yer alan ΔY_t 'nin gecikmeli değerleri ile ΔX_t 'nin cari dönem ve gecikmeli değerleri (β_1 ve β_2) ise kısa dönem dinamiklerin yansıtılması amacıyla modele eklenmiştir.

Sınır testinin uygulanabilmesi (9) numaralı eşitlikteki (m) uygun gecikme uzunluğunun belirlenmesini gerektirir. Uygun gecikme uzunluğu ise Akaike, Schwarz ve Hannan-Quinn gibi kritik değerlerden yararlanılarak belirlenir. AIC, SIC ve HQC bilgi kriterlerini minimum yapan ve otokorelasyon sorunu içermeyen gecikme uzunluğu ile model tahmin edilir. Boş ve alternatif hipotezlerde hesaplanan F istatistiği değeri Pesaran vd. (2001) I(0) alt ve I(1) üst kritik değerleriyle karşılaştırılır. F istatistiği I(0) alt kritik değerden küçük ise seriler arasında eşbütünleşme yoktur; I(1) üst kritik değerden büyük ise seriler arasında eşbütünleşme ve uzun dönemli ilişki vardır; her iki değer arasında ise yorum yapılamamaktadır (Özşahin, 2011: 395). Sınır testinde boş ve alternatif hipotez aşağıdaki gibidir:

$$H_0 : \beta_3 = \beta_4 = 0 \text{ (Eşbütünleşme ilişkisi yoktur.)}$$

$$H_1 : \beta_3 \neq \beta_4 \neq 0 \text{ (Eşbütünleşme ilişkisi vardır.)}$$

Eşbütünleşme ilişkisi olduğu belirlenen değişkenler arasındaki uzun ve kısa dönemli ilişkiler buna uygun ARDL modelinin tahmin edilmesi ile tespit edilir. Oluşturulan ARDL modeli şu şekildedir:

$$Y_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} Y_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{2i} X_{t-i} + \mu_t \quad (10)$$

Modeldeki m ve n , değişkenlere ilişkin uygun gecikme uzunluğunu gösterir. Buna göre tahmin edilen ARDL(m,n) modelinden uzun dönem katsayıları hesaplanır ve bu katsayıların istatistiksel olarak anlamlılığına bakılarak uzun dönem ilişkisi yorumlanır.

ARDL yaklaşımına dayalı hata düzeltme modeli yardımı ile hesaplanan değişkenler arasındaki kısa dönemli ilişki katsayıları modeli ise aşağıdaki gibi yazılmaktadır:

$$\Delta Y_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} \Delta Y_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{2i} \Delta X_{t-i} + \alpha_1 ECT_{t-1} + \mu_t \quad (11)$$

Modelde Δ , değişkenlerin birinci farkını gösterir. ECT_{t-1} ile ifade edilen değişken ise hata düzeltme teriminin bir gecikmeli değeridir. Hata düzeltme teriminin negatif değerli ve anlamlı olması gerekir. Bu terimin katsayısı negatif ve anlamlı ise analizde hem uzun dönemli ilişkileri destekleyecek hem de kısa dönemde meydana gelen bir dengesizliğin uzun dönemde ne kadarının düzeleceğini gösterecektir (Akel ve Gazel, 2014: 32).

Kısa dönem dinamiklerine yönelik hata düzeltme terimi hesaplanmasında kullanılan uzun dönem katsayılarına ilişkin istikrarın ölçülmesi amacıyla Brown vd. (1975)'de geliştirilen Birikimli Toplam (CUSUM) ve Birikimli Kareler Toplamı (CUSUMSQ) testlerinden yararlanılır. Ayrıca CUSUM testi ile değişkenler arasında yapısal kırılma olup olmadığı belirlenebilmektedir. Hesaplanan CUSUM ve CUSUMSQ istatistik grafikleri yüzde 5 anlamlılık düzeyini gösteren kritik sınırlar içerisinde ise model istikrarlı kabul edilir.

5. Analiz ve Bulgular

Analizde yer verilen değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistikler Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2. Tanımlayıcı İstatistikler

	LTUFE	LSPK	LPY	LMV	LMKD	LKR	LDYY
Ortalama	5.266252	24.52328	3.972024	-1.201436	11.68729	-3.579953	6.722125
Medyan	5.239336	24.56670	8.587059	-7.382140	11.67387	-8.272315	7.033493
Maksimum	6.081717	25.11371	10.36123	9.843100	12.15956	9.609653	8.562167
Minimum	4.568195	23.49759	-9.341018	-9.776336	10.89429	-10.31599	-5.886112
Std. Sap.	0.416332	0.396304	7.706524	8.304262	0.267598	7.919591	1.766612
Çarpıklık	0.150626	-0.758539	-0.902242	0.251398	-0.418251	0.824977	-5.442517
Basıklık	2.046759	3.302876	1.888144	1.132850	3.049210	1.735451	39.44585
Jarq.-Bera	2.831696	6.780897	12.72843	10.59398	1.989445	12.24405	4099.221
Olasılık	0.242720	0.033694	0.001722	0.005007	0.369826	0.002194	0.000000
Gözlem	68	68	68	68	68	68	68

Korelasyon analizi her değişken ve diğerleri arasındaki doğrusal ilişkiyi ölçmek için kullanılır ve -1 ile 1 arasında değer almaktadır. Korelasyon katsayısı için; eğer katsayı 0 ise ilişki yoktur. 0 ile 1 arasında ise aynı yönlü ilişki -1 ile 0 arasında ise ters yönlü bir ilişki olduğu yorumu yapılmaktadır. Eğer katsayı -0.5 ile 0.5 arasında ise zayıf ilişki, 0.5 ile 1 arasında ise güçlü ilişki vardır.

Analizde yer verilen değişkenlere ait korelasyon matrisi Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3. Korelasyon Matrisi

	LTUFE	LSPK	LPY	LMV	LMKD	LKR	LDYY
LTUFE	1.000000						

LSPK	0.394044	1.000000					
	0.0009	-----					
LPY	-0.174385	0.139426	1.000000				
	0.1549	0.2568	-----				
LMV	-0.102754	-0.290580	-0.115794	1.000000			
	0.4044	0.0162	0.3470	-----			
LMKD	0.145851	0.764890	0.139353	-0.398684	1.000000		
	0.2353	0.0000	0.2571	0.0008	-----		
LKR	0.313476	-0.048806	-0.147281	-0.094862	-0.228711	1.000000	
	0.0092	0.6927	0.2307	0.4416	0.0607	-----	
LDYY	0.409584	0.248122	-0.114715	0.113191	0.170714	-0.002797	1.000000
	0.0005	0.0413	0.3516	0.3581	0.1640	0.9819	-----

5.1. Augmented Dickey Fuller (ADF) Birim Kök Testi Sonuçları

Analizlerde kullanılan değişkenlerin durağanlık seviyelerini belirlemek için ADF Birim Kök Testi yapılmıştır. Bu teste ilişkin sonuçlar Tablo 4'te yer almaktadır. Buna göre doğrudan yabancı yatırımlar, portföy yatırımları, krediler ve mevduatlar değişkenleri yüzde 5 düzeyinde I(0) durağan olup, fiyat endeksi, sermaye piyasası kapitalizasyonu, banka varlıklarında yer alan menkul değerler toplamı değişkenleri ise birinci farkta I(1) yüzde 5 düzeyinde durağanlaşmaktadır.

Tablo 4. ADF Birim Kök Testi Sonuçları

Değişkenler		ADF Düzey		ADF Birinci fark		Sonuç
		Sabitli	Sabitli-Trendli	Sabitli	Sabitli-Trendli	
LTUFE	t-istatistiği Prob.	1.761106 (0.9997)	0.027606 (0.9959)	-8.022335 (0.0000)	-8.452903 (0.0000)	I(1)
LSPK	t-istatistiği Prob.	-2.728765 (0.0754)	-2.595273 (0.2840)	-8.650783 (0.0000)	-5.617644 (0.0001)	I(1)
LMKD	t-istatistiği Prob.	-2.257850 (0.1886)	-2.174906 (0.4952)	-6.593135 (0.0000)	-6.865819 (0.0000)	I(1)
LDYY	t-istatistiği Prob.	-6.686791 (0.0000)	-7.797012 (0.0000)	-	-	I(0)
LPY	t-istatistiği Prob.	-6.140807 (0.0000)	-6.333576 (0.0000)	-	-	I(0)
LKR	t-istatistiği Prob.	-3.571049 (0.0090)	-3.987074 (0.0137)	-	-	I(0)
LMV	t-istatistiği Prob.	-8.033485 (0.0000)	-8.122355 (0.0000)	-	-	I(0)

Birim kök testi sonuçlarına göre, kullanılan değişkenlerin farklı düzeylerde durağan olduğu ve ikinci fark I(2) veya daha yüksek seviyeden bütünleşik olmadığı tespit edilmiştir. Modeldeki değişkenlerin farklı dereceden durağan olması ve bağımlı

değişken olan LTUFE'nin I(1) farkta durağanlaşması, ARDL sınır testinin şartlarını sağlamaktadır.

5.2. ARDL Sınır Testi Sonuçları

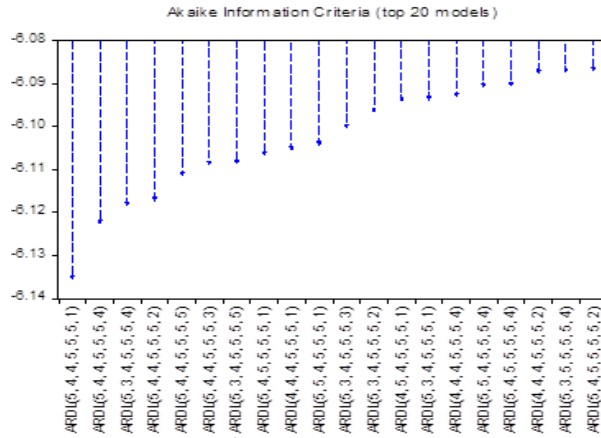
İki aşamadan oluşan ARDL sınır testi yaklaşımının ilk aşamasında eşbütünlük analiziyle değişkenler arasında uzun dönem ilişkisinin varlığı test edilir. İkinci aşamada ise uygun gecikme modelleri belirlenerek kısa ve uzun dönem parametreleri tahmin edilir.

Söz konusu modelin çalışmamıza uyarlanmış şekli aşağıdaki gibidir:

$$\begin{aligned} \Delta LTUFE_t = & \beta_0 + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} \Delta LTUFE_{t-i} + \sum_{i=0}^m \beta_{2i} \Delta LSPK_{t-i} + \\ & \sum_{i=0}^m \beta_{3i} \Delta LMKD_{t-i} + \sum_{i=0}^m \beta_{4i} \Delta LDYY_{t-i} + \sum_{i=0}^m \beta_{5i} \Delta LPY_{t-i} + \sum_{i=0}^m \beta_{6i} \Delta LKR_{t-i} + \\ & \sum_{i=0}^m \beta_{7i} \Delta LMV_{t-i} + \beta_8 LTUFE_{t-1} + \beta_9 LSPK_{t-1} + \beta_{10} LMKD_{t-1} + \beta_{11} LDYY_{t-1} + \\ & \beta_{12} LPY_{t-1} + \beta_{13} LKR_{t-1} + \beta_{14} LMV_{t-1} + \varepsilon_t \end{aligned} \quad (12)$$

Eşitlikte Δ : değişkenlerin birinci farkı, m: gecikme uzunluğunu ifade etmektedir. ARDL modelinin uygulanabilmesi için öncelikle gecikme uzunluğunu tespit etmek gerekmektedir. Gecikme uzunluğunun belirlenmesinde Akaike Bilgi Kriteri kullanılmıştır ve uygun gecikme uzunluğu 5 olarak belirlenmiştir.

Şekil 1'de bilgi kriterinin minimum olduğu ARDL (5,4,4,5,5,5,1) en uygun modeldir.



Şekil 1. Sınır Testi İçin Uygun Gecikme Uzunlukları

Uygun gecikme uzunluğunun tespitinin ardından seçilen ARDL (5,4,4,5,5,5,1) modelinde eşbütünlük ilişkisinin varlığı sınır testi sonuçlarından elde edilen F istatistiği değerinin Pesaran vd. (2001)'in alt ve üst tablo değerleriyle karşılaştırılmasıyla tespit edilmektedir. Eşitlik 12'de yer alan değişkenler için hipotezler aşağıdaki gibidir:

$$H_0 : = \beta_8 = \beta_9 = \beta_{10} = \beta_{11} = \beta_{12} = \beta_{13} = \beta_{14} = 0 \quad (\text{Eşbütünlük yoktur.})$$

$$H_1 : = \beta_8 \neq \beta_9 \neq \beta_{10} \neq \beta_{11} \neq \beta_{12} \neq \beta_{13} \neq \beta_{14} \neq 0 \quad (\text{Eşbütünlük vardır.})$$

Eğer F istatistiği tablo kritik değerlere ait alt sınırdan küçük ise H_0 hipotezi reddedilir ve eşbütünlüğün olmadığına karar verilir. F istatistiği üst sınırdan büyük ise H_1 hipotezi kabul edilir ve değişkenler arasında eşbütünlük olduğuna karar verilir. Modele ait sınır testi sonuçları Tablo 5'te gösterilmektedir. Modelin sınır testi sonucundan elde edilen F istatistiği değeri (7,861779) Pesaran vd.'in alt ve üst kritik

değerlerinden büyük olduğundan modeldeki değişkenler arasında eşbütünlük ilişkisinin olmadığını belirten H_0 hipotezi reddedilir. Bu sonuç ise bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında eşbütünlük ilişkisinin varlığını göstermektedir.

Tablo 5. ARDL (5,4,4,5,5,5,1) Modelinin Sınır Testi Sonuçları

k*	F İstatistiği	Kritik Değerler		
		Anlamlılık düzeyi	Alt Sınır	Üst Sınır
6	7.861779	%1	2.253	3.436
		%5	2.643	3.939
		%10	3.531	5.081

*"k" modelde yer alan ve bağımlı değişkeni açıklayan bağımsız değişken sayısını temsil etmektedir.

Değişkenler arasında eşbütünlük ilişkisinin saptanmasının ardından modele ilişkin gerekli varsayımların sağlanıp sağlanmadığının belirlenmesi için tanısal testler yapılır. Bunlar; modelde otokorelasyon sorunu olup olmadığını belirlemek için Breusch-Godfrey LM Testi, değişen varyans sorunu için Breusch-Pagan-Godfrey testi, normal dağım sorunu için Jarque-Bera normallik testi ve formül kurma uygunluğu için Ramsey Reset testidir. ARDL (5,4,4,5,5,5,1) modeli için test sonuçları Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. ARDL (5,4,4,5,5,5,1) Modelinin Tanısal Test Sonuçları

Testler	Test istatistiği	Olasılık Değeri
Breusch-Godfrey LM Testi	0.029032	0.9714
Jarque Bera Testi	0.054229	0.973250
Breusch-Pagan-Godfrey Testi	1.241388	0.2864
Ramsey Reset Testi	0.989058	0.3321

Tablo 6'daki tanısal test sonuçlarına göre, ARDL (5,4,4,5,5,5,1) modelinde Breusch-Godfrey LM Test istatistiğine göre otokorelasyon sorununun olmadığı, Jarque Bera test istatistiğine göre hata terimlerinin normal dağıldığı, Breusch-Pagan-Godfrey Testi testine göre değişen varyans sorununun olmadığı ve Ramsey Reset testine göre kurulan modelin formül hatasının olmadığı tespit edilmiştir.

Değişkenler arasında eşbütünlük ilişkisi tespit edilen ARDL (5,4,4,5,5,5,1) modelinin uzun dönem katsayıları aşağıdaki denklem yardımıyla tahmin edilir.

$$LTUFE_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^k \beta_{1i} LTUFE_{t-i} + \sum_{i=0}^l \beta_{2i} LSPK_{t-i} + \sum_{i=0}^m \beta_{3i} LMKD_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{4i} LDYY_{t-i} + \sum_{i=0}^o \beta_{5i} LPY_{t-i} + \sum_{i=0}^p \beta_{6i} LKR_{t-i} + \sum_{i=0}^r \beta_{7i} LMV_{t-i} + \mu_t \quad (13)$$

ARDL (5,4,4,5,5,5,1) modelinin uzun dönem sonuçları Tablo 7'de gösterilmektedir. Modelin uzun dönem sonuçları incelendiğinde, sermaye piyasası kapitalizasyonu (LSPK) değişkeninin uzun dönemde fiyat endeksi üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Uzun dönemde banka varlıklarında yer alan menkul değerler toplamı değişkeni ile fiyat endeksi arasında negatif ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Menkul değerler toplamında meydana gelen yüzde 1'lik artış fiyat endeksini yüzde 0,22 oranında azaltmaktadır. Uzun dönemde doğrudan yabancı yatırımlar, değişkeni ile fiyat endeksi arasında negatif ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Doğrudan yabancı yatırımlardaki yüzde 1'lik artış, fiyat endeksinde yüzde 0,006 oranında azalışa neden olmaktadır.

Tablo 7. ARDL (5,4,4,5,5,1) Modelinin Uzun Dönem Katsayıları

Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	t-istatistik	Olasılık
LTUFE(-1)*	-1.777158	0.361466	-4.916532	0.0000
LSPK(-1)	0.012794	0.032330	0.395744	0.6955
LMKD(-1)	-0.394937	0.096206	-4.105129	0.0004
LDYY(-1)	-0.011492	0.004255	-2.700605	0.0120
LKR(-1)	0.002174	0.000475	4.578519	0.0001
LMV(-1)	0.001386	0.000500	2.771520	0.0102
LPY(-1)	-0.001445	0.000355	-4.068860	0.0004
D(LTUFE(-1))	0.475135	0.298865	1.589799	0.1240
D(LTUFE(-2))	0.261625	0.229613	1.139416	0.2649
D(LTUFE(-3))	-0.097344	0.175286	-0.555341	0.5834
D(LTUFE(-4))	0.186291	0.143981	1.293863	0.2071
D(LSPK)	0.002587	0.016199	0.159673	0.8744
D(LSPK(-1))	-0.041399	0.020151	-2.054461	0.0501
D(LSPK(-2))	-0.054285	0.019875	-2.731364	0.0112
D(LSPK(-3))	-0.023646	0.016732	-1.413249	0.1694
D(LMKD)	-0.037720	0.039173	-0.962929	0.3445
D(LMKD(-1))	0.323085	0.068052	4.747602	0.0001
D(LMKD(-2))	0.250357	0.050551	4.952559	0.0000
D(LMKD(-3))	0.111981	0.031887	3.511837	0.0016
D(LDYY)	0.010239	0.003336	3.069380	0.0050
D(LDYY(-1))	0.030558	0.007021	4.352679	0.0002
D(LDYY(-2))	0.030342	0.006939	4.372723	0.0002
D(LDYY(-3))	0.022076	0.005974	3.695414	0.0010
D(LDYY(-4))	0.014444	0.003724	3.879054	0.0006
D(LKR)	0.000652	0.000323	2.020332	0.0538
D(LKR(-1))	-0.001302	0.000424	-3.072969	0.0049
D(LKR(-2))	-0.000728	0.000353	-2.061061	0.0494
D(LKR(-3))	-0.000681	0.000346	-1.966779	0.0600
D(LKR(-4))	-0.000734	0.000293	-2.508907	0.0187
D(LMV)	0.000165	0.000230	0.716901	0.4798
D(LMV(-1))	-0.001182	0.000524	-2.256355	0.0327
D(LMV(-2))	-0.000848	0.000493	-1.721786	0.0970
D(LMV(-3))	-0.000734	0.000418	-1.756620	0.0908
D(LMV(-4))	-0.000581	0.000278	-2.087101	0.0468
D(LPY)	-0.000465	0.000259	-1.795040	0.0843
C	0.136016	0.032046	4.244458	0.0002
Uzun Dönem Katsayıları				
Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	t-istatistik	Olasılık
LSPK	0.007199	0.019047	0.377985	0.7085
LMKD	-0.222230	0.069055	-3.218147	0.0034*
LDYY	-0.006466	0.002768	-2.336381	0.0275*
LKR	0.001224	0.000176	6.952646	0.0000*
LMV	0.000780	0.000226	3.445198	0.0019*
LPY	-0.000813	0.000250	-3.248624	0.0032*

Uzun dönemde portföy yatırımları ile fiyat endeksi arasında negatif ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Portföy yatırımlarda meydana gelen yüzde 1'lik artış fiyat endeksini yüzde 0,0008 oranında azaltmaktadır. Uzun dönemde mevduatlar ile fiyat endeksi arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki söz konusudur. Mevduatlardaki yüzde 1'lik artış fiyat endeksini yüzde 0.0007 oranında artırmaktadır. Uzun dönemde krediler ile fiyat endeksi arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır. Kredilerde meydana gelen yüzde 1'lik artış fiyat endeksini yüzde 0.0012 oranında artırır.

Değişkenler arasında uzun dönem katsayıların belirlenmesinin ardından değişkenler arasındaki kısa dönemli ilişkiyi inceleyebilmek amacıyla oluşturulan ARDL kısa dönem hata düzeltme modeli şu şekildedir:

$$\Delta LTUFE_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^k \beta_{1i} \Delta LTUFE_{t-i} + \sum_{i=0}^l \beta_{2i} \Delta LSPK_{t-i} + \sum_{i=0}^m \beta_{3i} \Delta LMKD_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{4i} \Delta LDYY_{t-i} + \sum_{i=0}^o \beta_{5i} \Delta LPY_{t-i} + \sum_{i=0}^p \beta_{6i} \Delta LKR_{t-i} + \sum_{i=0}^r \beta_{7i} \Delta LMV_{t-i} + ECT_{t-1} + \mu_t \quad (14)$$

Burada uzun dönem ilişkisi modelinden elde edilen hata teriminin bir gecikmeli dönem değerini gösteren ECT_{t-1} 'nin katsayısının negatif ve anlamlı olması, modelin uzun dönemde dengeye gelme hızını göstermektedir. Bu katsayısının negatif değerinin artması aynı zamanda uzun dönemde dengeye gelme hızının da artması demektir.

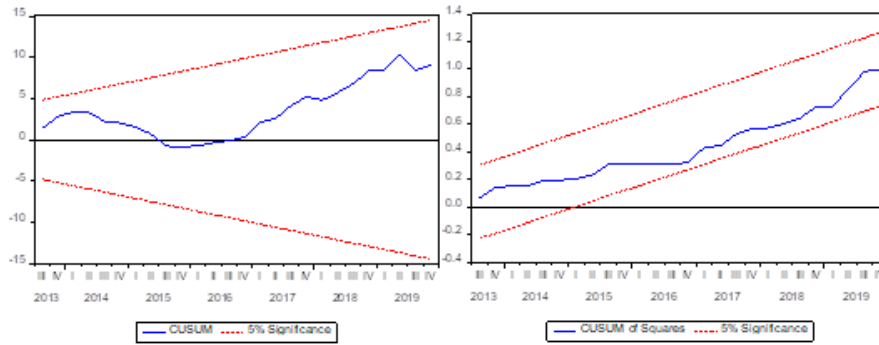
ARDL (5,4,4,5,5,5,1) modeline ait tahmin edilen kısa dönem hata düzeltme modelinin sonuçları Tablo 8'de gösterilmektedir. Modelde otokorelasyon ve değişen varyans bulunmamaktadır ve hata terimleri normal dağılmaktadır. Uzun dönem analizinde sermaye piyasası kapitalizasyonunun fiyat endeksi üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür. Ancak kısa dönem analizinde sermaye piyasası kapitalizasyonu ile fiyat endeksi arasında negatif ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Tablo 8. Kısa Dönem ARDL (5,4,4,5,5,5,1) Hata Düzeltme Modeli Sonuçları

Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	t-istatistik	Olasılık
C	0.136016	0.016526	8.230592	0.0000
D(LTUFE(-1))	0.475135	0.191919	2.475707	0.0201
D(LTUFE(-2))	0.261625	0.155530	1.682157	0.1045
D(LTUFE(-3))	-0.097344	0.129125	-0.753873	0.4577
D(LTUFE(-4))	0.186291	0.121398	1.534553	0.1370
D(LSPK)	0.002587	0.007948	0.325442	0.7475
D(LSPK(-1))	-0.041399	0.009678	-4.277480	0.0002
D(LSPK(-2))	-0.054285	0.010049	-5.401916	0.0000
D(LSPK(-3))	-0.023646	0.008758	-2.699769	0.0120
D(LMKD)	-0.037720	0.027087	-1.392557	0.1755
D(LMKD(-1))	0.323085	0.047432	6.811595	0.0000
D(LMKD(-2))	0.250357	0.038891	6.437417	0.0000
D(LMKD(-3))	0.111981	0.024902	4.496847	0.0001
D(LDYY)	0.010239	0.002736	3.742706	0.0009
D(LDYY(-1))	0.030558	0.004940	6.186136	0.0000
D(LDYY(-2))	0.030342	0.005151	5.890321	0.0000
D(LDYY(-3))	0.022076	0.004316	5.115474	0.0000
D(LDYY(-4))	0.014444	0.002903	4.975071	0.0000
D(LKR)	0.000652	0.000248	2.628650	0.0142
D(LKR(-1))	-0.001302	0.000331	-3.929558	0.0006
D(LKR(-2))	-0.000728	0.000271	-2.683666	0.0125
D(LKR(-3))	-0.000681	0.000276	-2.469581	0.0204
D(LKR(-4))	-0.000734	0.000241	-3.047558	0.0052
D(LMV)	0.000165	0.000177	0.933189	0.3593
D(LMV(-1))	-0.001182	0.000317	-3.727202	0.0009
D(LMV(-2))	-0.000848	0.000325	-2.613134	0.0147
D(LMV(-3))	-0.000734	0.000291	-2.525597	0.0180
D(LMV(-4))	-0.000581	0.000204	-2.847740	0.0085
D(LPY)	-0.000465	0.000186	-2.504503	0.0189
CointEq(-1)* (ETC _{t-1})	-1.777158	0.215938	-8.229961	0.0000
R² = 0.906504 R²_a = 0.821774 F = 10.69870 (0,000000) Standart Hata = 0.008770 Akaike (AIC) = -6.328602 Schwarz (SC) = -5.299343 Durbin-Watson (DW) = 2.030517				

Tabloda beklenildiği gibi ETC_{t-1} hata düzeltme katsayısının negatif ve yüzde 1 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamı olduğu görülmektedir. Buna göre, kısa dönemde meydana gelen sapmalar hızlı biçimde uzun dönem dengeye geri dönmektedir.

ARDL (5,4,4,5,5,5,1) modeline ait regresyon katsayılarının istikrarlılığının ve değişkenler arasındaki yapısal kırılma varlığının tespiti için Brown vd. (1975) tarafından önerilen CUSUM ve CUSUMSQ testlerinden faydalanılmıştır. CUSUM ve CUSUMSQ testlerinin grafikleri Şekil 2’de gösterilmiştir. CUSUM ve CUSUMSQ istatistikleri, yüzde 5 anlamlılık düzeyinde belirtilen kritik sınırlar arasında yer almaktadır. Bu doğrultuda modelde herhangi bir yapısal kırılma bulunmamaktadır. ARDL (5,4,4,5,5,5,1) uzun dönem modelinden elde edilen katsayıların ise istikrarlı olduğu söylenebilir.



Şekil 2. ARDL (5,4,4,5,5,5,1) Modeli İçin CUSUM ve CUSUMSQ Grafikleri

6. Sonuç

Bu çalışmada, Türkiye ekonomisinin dışa açılma süreci sonrasında yaşadığı finansallaşma süreci ve bu sürecin fiyat istikrarı ile ilişkisi araştırılmıştır. Analizde ARDL sınır testi ile bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında eşbütünlük ilişkisi tanımlanmıştır. Modelin uzun dönem sonuçları banka menkul değerleri ile fiyat endeksi arasında negatif ve anlamlı bir ilişkiye işaret etmektedir. Uzun dönemde portföy yatırımları değişkeni ile fiyat endeksi arasında negatif ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Kısa dönemde sermaye piyasası kapitalizasyonu ile fiyat endeksi arasında negatif yönlü olarak tespit edilen ilişki modelin hata düzeltme katsayısının negatif olması, kısa dönemde meydana gelen sapmaların hızlı bir biçimde uzun dönem dengeye geri döndüğüne işaret etmektedir.

Sonuç itibarıyla Türkiye ekonomisinde finansallaşmanın fiyat istikrarını etkilediği ileri sürülebilir. Bu bağlamda, küresel ekonomi ile etkileşimi çeşitli açılardan her geçen gün daha da güçlü hale gelen ve küresel eğilimlere paralellik arz eden finansallaşma sürecinde Türkiye’nin fiyat istikrarını sağlama ve sürdürmeye dönük olarak merkez bankası bağımsızlığına daha fazla önem vermesi gerekmektedir. Merkez bankası ve uygulama alanı olan para politikalarının genel çerçevesinin fiyat istikrarını öne alan biçimde tasarlanması ve politika yapıcıların da bu teorik yapıyı kabullenen yaklaşımları benimsemeleri makroekonomik göstergelerin olumlu yönde evrilmesini sağlayacaktır.

Çalışmada kullanılan değişkenlere ait elde edilebilir verilerin varlığı bu konuda analiz yapma imkânını kolaylaştırırken, kullanılan yöntem, çalışmaya konu olan ülke ve döneme göre gözlemlenen etkiler farklılık gösterebilir. Dolayısıyla bu çalışma ileride bu konu ile ilgili veya finansallaşmanın ekonominin farklı boyutları üzerine

etkilerinin incelendiği yeni araştırmalara zemin hazırlaması bakımından teşvik edici olacaktır.

Referanslar

- Afşar, M. ve Meçik, O. (2013). Finansallaşma süreci ve sonuçları: G8 ülkeleri örneği. *EY International Congress on Economics I*, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Akel, V. ve Gazel, S. (2014). Döviz kurları ile BİST sanayi endeksi arasındaki eşbütünlük ilişkisi: Bir ARDL sınır testi yaklaşımı. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 44, 23-41. <https://doi.org/10.18070/euiibfd.57171>
- Akkemik, K. A. ve Özen, Ş. (2014). Macroeconomic and institutional determinants of financialisation of non-financial firms: Case of Turkey. *SocioEconomic Review*, 12, 71-98. <https://doi.org/10.1093/ser/mwt006>
- Assa, J. (2012). Financialization and its consequences: the OECD experience. *Finance Research*, 1(1), 35-39.
- Bilgili, F., Düzgün, R. ve Uğurlu, E. (2007). Büyüme, doğrudan yabancı sermaye yatırımları ve yurt içi yatırımlar arasındaki etkileşim. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(2), 127-152.
- Busse, M. ve Hefeker, C. (2007). Political risk, institutions and foreign direct investment. *European Journal of Political Economy*, 23(2), 397-415.
- Denk, O. ve Cournède, B. (2015). Finance and income inequality in OECD countries. OECD Economics Department, *Working Papers*, No. 1224, OECD Publishing, Paris, 1-41.
- Dökmen, G. ve Aysu, A. (2010). Hükümet istikrarının doğrudan yabancı yatırımlar üzerindeki etkisi: Gelişmekte olan ülkelere ilişkin ampirik bir çalışma. *Journal of Yasar University*, 18(5), 3028-3037.
- Dunhaupt, P. (2017). Determinants of labour's income share in the era of financialisation. *Cambridge Journal of Economics*, 41(1), 283-306.
- Epstein, G. (2005). *Financialization and the world economy*. Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA: Edward Elgar.
- Greenspan, A. (2001). Opening remarks. achieving price stability: A symposium sponsored by the Federal Reserve Bank of Kansas. Erişim adresi <https://www.kansascityfed.org/publicat/sympos/1996/pdf/s96green.pdf>.
- Gujarati, D. N. ve Porter, D. C. (2012). *Temel ekonometri*. İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Gujarati, D. N. (2004). *Basic econometrics* (Fourth ed). NewYork: The McGraw-Hill Companies.
- Kaplan, C., Özmen, E. ve Yalçın, C. (2006). The determinants and implications of financial asset holdings of non-financial firms in Turkey: An empirical investigation. *The Central Bank of the Republic of Turkey. Research and Monetary Policy Department Working Paper*, No:06/06, 1-48.

- Korkmaz, T. (2013). *Portföy yönetimi*. M. Başar (Ed.), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Kus, B. (2012). Financialisation and income inequality in OECD nations: 1995-2007. *The Economic and Social Review*, 43(4), 477-495.
- Meçik, O. ve Afşar, M. (2014). OECD ülkelerinde finansallaşma süreci ve etkileri. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(3), 1-21.
- Orhangazi, Ö. (2008). Keynesgil finansal düzenlemelerden finansallaşmaya: İktisat literatürü ve ABD ekonomisinin finansallaşmasına tarihsel bir bakış. *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 35(1), 154-155.
- Özşahin, Ş. (2011). Türkiye ekonomisinde finansal liberalizasyon ve ekonomik büyüme etkileşiminin ARDL yöntemi ile analizi. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12(23), 379-413.
- Pesaran, M. H. ve Shin, Y. (1997). An autoregressive distributed lag modelling approach to cointegration analysis. Erişim adresi <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.153.3246&rep=rep1&type=pdf>.
- Phillips, K. (1993). *Boiling point republicans democrats and the decline of middle class prosperity*. New York: Random House.
- Sakarya, Ş. ve Akkuş, H. (2018). BİST-100 ve BİST sektör endeksleri ile VIX endeksi arasındaki ilişkisinin analizi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (40), 351-373. <https://doi.org/10.31795/baunsobed.492470>
- Tang, K. ve Xiong, W. (2012). Index investment and the financialization of commodities. *Financial Analysts Journal*, 68(6), 54-74.
- Tang, T. C. (2003). Japanese aggregate import demand function: Reassessment from the 'bounds' testing approach. *Japan and World Economy*, 15, 419-436.
- Tarı, R. (2011). *Ekonometri* (7. baskı). Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Tellalbaş, I. ve Kaya, F. (2013). Financialization of Turkey industry sector. *International Journal of Financial Research*. 4(3), 127-143.
- Tunalı, H. ve Özdemir, O. (2017). Türkiye'de finansallaşmanın emek payı üzerindeki etkisi üstüne bir deneme. *İktisat Fakültesi Mecmuası*, 67(1), 57- 116.
- Üzar, U. (2014). *Türkiye'de finansallaşma ve ekonomik büyüme ilişkisi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

İŞVEREN MARKASI ALGISI İLE ÖRGÜTSEL SESSİZLİK ARASINDAKİ İLİŞKİDE ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞININ ROLÜ*

THE ROLE OF ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR BETWEEN EMPLOYER BRAND PERCEPTION AND ORGANIZATIONAL SILENCE

Ayla Zehra ÖNCER⁽¹⁾, Esra AVCI⁽²⁾

Öz: Bu çalışmanın amacı işveren markası algısının örgütsel sessizlik davranışları üzerinde etkisinde örgütsel vatandaşlık davranışının rolünün araştırılmasıdır. Çalışanların işveren markası algılarının sessizlik davranışlarını etkileyip etkilemediği ve bu iki değişken arasındaki ilişkide örgütsel vatandaşlık davranışının nasıl bir rol üstlendiğinin tespiti hedeflenmiştir. Ek olarak çalışanların demografik özelliklerine göre farklılıklar olup olmadığı da araştırılmıştır. Araştırma çerçevesinde bir kamu bankasının 16 şubesinde 140 çalışandan anket yoluyla elde edilen veriler SPSS programı ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda göre çalışanların işveren markası algısı, örgütsel sessizlik ve örgütsel vatandaşlık davranışları yüksek çıkmıştır. Ayrıca, işveren markası algısı ile örgütsel sessizlik ilişkisinde örgütsel vatandaşlık davranışının kısmen düzenleyici rolü tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İşveren markası, Örgütsel Sessizlik, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı, İnsan Kaynakları Yönetimi.

Abstract: *The aim of this study is to investigate the role of organizational citizenship behavior in the effect of employer brand perception on organizational silence behaviors. It is aimed to determine whether employees' employer brand perceptions affect silence behaviors and whether organizational citizenship behavior plays a role in the relationship between these two variables. In addition, it was investigated whether there is a difference according to demographic characteristics of the employees. Within the scope of the research, the data obtained through questionnaires to 140 employees in 16 branches of a public bank were analyzed with SPSS program. At the end of the study, employees' perception of employer brand, organizational silence and organizational citizenship behaviors were high. Within the scope of the aim of the study, the role of employer brand perception on organizational silence was partially moderated by organizational citizenship behavior.*

Keywords: *Employer Branding, Organizational Silence, Organizational Citizenship Behavior, Human Resources Management.*

JEL: M10, O15

*Yüksek Lisans tezinden üretilmiştir.

⁽¹⁾ Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü;
oncer@marmara.edu.tr; ORCID: 0000-0002-6741-2718

⁽²⁾ Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İnsan Kaynakları Yönetimi Programı; essra.er@hotmail.com; ORCID: 0000-0002-1964-4100

Geliş/Received: 30-09-2020; Kabul/Accepted: 05-07-2021

1. Giriş

Küreselleşmenin etkilerinin baskın bir şekilde yaşandığı günümüz iş dünyasında işletmelerin rekabet avantajına yönelik çalışmalarının giderek iç kaynaklara döndüğünü ve özellikle insan kaynakları alanında yoğunlaştığını görmekteyiz. 20. yüzyılın ortalarından itibaren çalışan memnuniyeti ve verimliliği konusunda yapılan sayısız çalışmalar kurumsal başarının büyük oranda şirketlerin insan kaynaklarına yaptıkları yatırımın geri dönmesiyle ortaya çıktığını ve sürdüğünü göstermektedir. Dolayısıyla işgücünü odağına alan araştırmaların hem miktarı görece olarak artmış hem sonuçları daha fazla önemsenir hale gelmiş, hem de alanı giderek genişlemiştir. Bu alanda yapılan çalışmalarda öne çıkan kavramlardan biri işveren markasıdır. 21. yüzyılda işletmeler sahip oldukları marka değerinin yanı sıra işveren markalarını güçlendirmek, şirketlerinin çalışılabilecek en iyi yer olarak algılanmasını sağlamak, en yetenekli çalışanlara sahip olmak gibi alanlarda kendilerini güçlendirmeye çalışmaktadırlar. Söz konusu kavramın öneminin ve elbette işletmeler açısından yarattığı katma değer artmasıyla birlikte bu kavramın öncülleri, sonuçları ve etkileşimde bulunduğu diğer kavramlarla ilişkilerine yönelik çalışmalar da dikkat çekici hale gelmiştir. Bir işletmede var olan işveren markasına yönelik algının etkilediği önemli değişkenlerden birinin örgütsel sessizlik olduğu düşünülmektedir. Çalışanların iyileştirici bilgi ve düşüncelerini kasıtlı olarak esirgemesi şeklinde özetleyebileceğimiz ve oldukça negatif sonuçlar doğuran örgütsel sessizliğin önüne geçmek yöneticilerin üzerinde durması gereken bir konudur.

Bu noktadan hareketle bu çalışmanın amacı öncelikle işveren markasına yönelik algının örgütsel sessizlik davranışı üzerindeki etkisi incelemek, söz konusu değişkenlerin etkileşimini araştırmaktır. Ek olarak bu iki değişken arasındaki ilişkide bir başka önemli kavram olan örgütsel vatandaşlığın rolü incelenmesi de amaçlanmıştır. Özetle araştırmanın sorunsalı olarak işveren markası algısının örgütsel sessizlik davranışları üzerindeki etkisinde örgütsel vatandaşlık davranışının rolü olup olmadığı ele alınmıştır.

Araştırmanın kuramsal çerçevesinde öncelikle işveren markası ve boyutları, örgütsel sessizlik davranışı ve boyutları ile örgütsel vatandaşlık ve boyutları açıklanmıştır. Daha sonra bağımsız değişkenler işveren markası ve örgütsel vatandaşlığın, bağımlı değişken olan örgütsel sessizlik davranışı üzerindeki etkisi regresyon analizleriyle belirlenmeye çalışılmıştır. Hipotezlere ilişkin sonuçların ardından sonuç kısmında bulgulara yönelik değerlendirmelere yer verilmiştir. İlgili sonuçların yöneticiler açısından kurumsal başarıyı artırma konusunda yön vermesi ve gelecek araştırmacılar için katkı sağlaması hedeflenmektedir. Literatür incelendiğinde işveren markası, örgütsel sessizlik ve örgütsel vatandaşlık kavramlarını birlikte ele alan bir çalışmaya rastlanmamış olması çalışmanın önemli ayrıcalıklarından biri olarak değerlendirilmiştir. Ayrıca gerek akademik gerekse uygulama alanında giderek artan bir öneme sahip olan işveren markası kavramı ile örgütsel sessizlik ve vatandaşlık gibi sıklıkla araştırmalara konu olan iki değişkenin arasındaki ilişkileri ortaya koyması bakımından da çalışmanın literatüre ve yönetsel alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2. Literatür Özeti

2.1. İşveren Markası Kavramı

Marka, tüketicin beğenisine sunulan algılardan bütünüdür. Bir başka tanıma göre ise marka, duygu ve düşünceyi ifade etmektedir. Duygu ve düşünce ile birlikte marka ismi, logo, sembol ve diğer özelliklerde marka kimliğinin oluşmasına katkıda bulunmaktadır (Özgen ve Akbayır, 2011: 75).

Amerika Pazarlama Birliğine göre marka, satıcının ürün veya hizmetini rakiplerinden ayırt etmek için oluşturduğu isim, terim, işaret, sembol ve tasarım bütünüdür (Backhaus ve Tikoo, 2004: 502).

1990'lı yıllarda işgücü eğilimlerinin değişmesi ile birlikte ortaya çıkan işveren markası, işgücünün kalifiye etkinliğinin azalması ile ortaya çıkan sorunu çözecek seçeneklerden bir tanesidir (Doğru ve Çakır, 2011: 676). Pazarlama alanında yapılan markalaşma ilkelerinin insan kaynakları yönetimi faaliyetlerine uyarlanmasıyla işveren markası kavramı literatüre girmiştir (Edwards, 2010: 6).

İşveren markası, örgüt tarafından sağlanan fonksiyonel, ekonomik ve psikolojik faydalar toplamıdır (Ambler ve Barrow, 1996: 187). Bir başka tanıma göre, mevcut ve potansiyel çalışanların, paydaşların farkındalıklarını ve algılarını yönetmek için hedeflenmiş uzun vadeli stratejilerdir (Backhaus ve Tikoo, 2004: 501). İşveren ve çalışan arasında duygusal bağ olan işveren markası, söz konusu bağın güçlenmesiyle daha etkili hale gelmektedir. Böylelikle örgüt çalışanlar açısından daha fazla tercih edilir hale gelir (Özgen ve Akbayır, 2011: 77). Temelde örgüt ve çalışanlar arasındaki iki yönlü anlaşmadır. Kurumsal markalaşmanın yanında, örgütün sürdürülebilir gelişmeyi sağlamak, etkin ve verimli olmak, sosyal sorumluluk ilkelerini yerine getirmek ve işveren olarak rakiplerinden ayırt edici ve çekici özelliklerine ilişkin algı oluşturmak amacıyla örgüt içinde ve dışında gösterdiği ve yaptığı çabalar olarak tanımlanmaktadır (Ören ve Yüksel, 2012: 38).

İşveren markası kuramsal alt yapısı araştırmalarının yeterince olmaması nedeniyle yazında Backhaus ve Tikoo'nun (2004) çalışması kuramsal çerçeveyi oluşturmaktadır. İşveren markası kavramını açıklarken makro bakış açısıyla yaklaşmışlar ve değişkenler arası ilişkilerde kaynak temelli yaklaşımdan bahsetmişlerdir. Kaynak Temelli Yaklaşım, 1984 yılında Wernerfelt tarafından ortaya atılmış, Barney (1986) tarafından da geliştirilmiştir. İşveren markası uygulaması, insan sermayesinin işletmeye değer kattığı ve insan sermayesine yapılan doğru yatırımlarla işletme performansının artırılacağı varsayımına dayanmaktadır. Kaynak Temelli Yaklaşım da örgüt kaynaklarını, yeteneklerini ve rekabet avantajı arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Kaynak Temelli Yaklaşım göre, değerli, taklit edilmesi zor bir özelliğe sahip olan örgütler, rakiplerine karşı üstünlük ve avantaj sağlayabileceklerdir (Reyhanoğlu ve Örs, 2005: 34). Bu bakış açısından hareketle Kaynak Temelli Yaklaşım işveren markası aracılığıyla insan sermayesi üzerinden rekabet avantajı sağlanabileceği görüşünü desteklemektedir.

Rekabetin arttığı günümüz koşullarında örgütler, ürün veya hizmet üretmenin yanında müşterilerinde pozitif algılar oluşturacak yapılara ihtiyaç duymaktadır. Örgütlere rekabet üstünlüğü kazandıracak en önemli etken insan kaynağıdır. Sistem yaklaşımı perspektifinde, örgütün iç çevresini oluşturan çalışanlar, örgütten büyük beklentileri olan paydaşlardır. Başka bir ifadeyle, çalışanlar örgütün iç müşterileridir (Sağır, 2016: 417). Barrow ve Mosley (2005) güçlü bir işveren markasının

faydalarını maliyet azaltma, müşteri tatmini ve finansal sonuçlar olarak sıralamışlardır (Barrow ve Mosley, 2005: 69-73).

İşveren markasının öğelerine ilişkin literatürde pek çok sınıflandırma olmakla birlikte en önde gelenlerinden biri Berthon, Ewing ve Hah (2005)'e ait işveren çekiciliği sınıflandırmasıdır. Söz konusu sınıflandırma beş boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlar, *sosyal değer*, ekonomik değer, gelişim değeri, fayda değeri ve başvuru değeridir. Sosyal değer; eğlenceli ve mutlu bir çalışma ortamını, çalışanlar arası ilişkilerin ve ekip atmosferinin olumlu olmasını, *ekonomik değer*; maaş, yan haklar, iş güvenliği ve terfi fırsatlarını, *gelişim değeri*; çalışanın tanınması, kendini değerlendirme, deneyim sağlama ve kariyerinde sıçrama sağlayacak deneyimleri, *fayda değeri*; çalışana heyecan verici bir iş ortamı sağlama, yüksek kalitede ürün ve hizmet üretme ve çalışanın yaratıcılığından faydalanmak için yenilikçi iş uygulamaları geliştirmeyi, ve son olarak *başvuru değeri* ise; çalışanların öğrendiklerini başkalarına öğretme fırsatı vermeyi, insancıl ve müşteri odaklı uygulamaları ifade eder.

2.2. Örgütsel Sessizlik Kavramı

Sessizlik, sosyal ilişkilerde, sözlü ifade kullanıldığında, kaçınılmaz olarak ortaya çıkacak zahmet, sıkıntı veya sorunla karşılaşmaktan kaçınma durumu olarak tanımlanmaktadır (Nakane, 2006: 1812). Sessizlik bazı toplumlarda desteklenen bir kavramdır. Türk toplumunda çeşitli atasözleri ve deyimlere karşımıza çıkmakta ve sessizliğin iyi olduğu mesajı vurgulanmaktadır. "Söz gümüşse, sükût altındır.", "Ağzı var, dili yok.", "Su(s) küçüğün, söz büyüğün." kültürümüzdeki söylemlerden bazılarıdır (Özgen ve Sürgevil, 2009: 320). Çalışanlar, örgütlerin başarılı olması için önemli faktörler olan, değişim, öğrenme ve yenilik kaynağı olarak görülmektedir. Pek çok çalışan konuyla ilgili görüşlerini söylememeyi tercih ederken, değişen ve gelişen dünyada, örgütlerin fikirlerini ifade eden çalışanlara ihtiyacı vardır. Ayrıca çalışanlar da düşüncelerini rahatça ifade edebilecekleri, konuşabilecekleri örgütleri tercih etmektedir. Çalışanlar ve yöneticiler sessizliğin olmadığı ortamda yüksek performans ve motivasyon ile çalışırlar (Liu, Wu ve Ma, 2009: 1647).

Literatürde sessizlik, bilinçli, kasıtlı, aktif ve amacı olan bir davranış olarak tanımlanmaktadır. Doğal bir sessizlikten ya da ortamın gürültüsüz olmasından bahsedilmemektedir. İlk olarak bağlılık göstergesi olarak görülen örgütsel sessizlik de esasen, kişinin örgütsel konu ve sorunlar ile ilgili fikir ve görüş sahibi olduğu halde bu fikir ve görüşleri bilinçli olarak saklaması olarak tanımlanabilir (Çakıcı, 2010: 9).

Örgütsel sessizlik, farklı türlerde ortaya çıkmaktadır. Sessizlik davranışının kişi için bilişsel ve duygusal anlamından yola çıkılarak sessizlik türleri tanımlanmıştır (Üçok ve Torun, 2015: 29). Bunların başlıcaları kabullenici sessizlik, korunma amaçlı sessizlik ve korumacı sessizliktir.

Kabullenici sessizlikte, aktif bir iletişim kurmaktan kaçınan çalışanlar bilgi, duygu ve düşüncelerini söylememeyi, açıklamamayı tercih etmektedir (Dyne, Ang ve Botero, 2003: 1366). Kişiler mevcut şartları kabullenmekte, konuşmak istememekte, durumu değiştirmek için herhangi bir çaba sarf etmemektedir. Bu davranışın sebebi düşüncelerini ifade etseler bile bir farklılık olmayacağı yönündeki inançtır (Karacaoğlu ve Cingöz, 2009: 701). Korunma amaçlı sessizlik çalışanların, çevreden

gelebilecek tehditlerden kendilerini korumak için fikir, görüş ve bilgilerini diğerlerinden saklamasıdır (Dyne, Ang ve Botero, 2003: 367). Bu davranışı gerçekleştiren çalışanlar, örgütsel koşullara uyum sağlayamamaktadır. Çalışanlar içerisinde buldukları durumu değiştirmek için gerekli olan alternatiflerin farkındadır, fakat bu alternatifleri ifade etme konusunda isteksizdir (Ülker ve Kantan, 2009: 115). Bu tür sessizliğin temelinde, kendini koruma, korku ve endişe vardır. Kişi kendini korumak adına fikir ve görüşlerini söylemeyebilir, olumsuzlukları görmezden gelebilir (Okur, 2016: 18).

Korumacı sessizlik ise, korunma amaçlı sessizlik gibi farkındalık ve alternatiflerin göz önünde bulundurulması temeline dayalı olarak, bilgi, fikir ve görüşlerin söylenmemesine yönelik bilinçli bir karar üzerine kuruludur. Korunma amaçlı sessizliğin aksine, konuşmaktan kaynaklanabilecek olumsuz kişisel sonuçlardan korkmak yerine kişi başkaları için endişelendiğinden sessiz kalmaktadır. Korumacı sessizlik örgüt tarafından zorunlu kılınmayan, isteğe bağlı bir davranıştır (Dyne, Ang ve Botero, 2003: 1368) ve iki sebepten dolayı ortaya çıkar. Bu nedenlerden ilki, çalışanın örgütünü korumak için sessiz kalması, ikincisi ise diğer çalışanları koruma güdüsü ile hareket etmesidir (Acaray, Çekmeceliolu ve Akturan, 2015: 146).

2.3. Örgütsel Vatandaşlık Kavramı

Örgütlerin başarılı olabilmelerinde çalışanların görev tanımları dışında gönüllülük esasına dayalı davranışlarının etkili olduğu belirtilmektedir. Bu davranışlar, örgütsel vatandaşlık davranışı kavramını ortaya çıkarmış ve yazında yer almasını sağlamıştır (Gürbüz, 2006: 49). Örgütsel vatandaşlık davranışı ile ilgili çalışmalar incelendiğinde, kavramın 1930'lu yıllardan itibaren başlayan ve devam eden çalışmalarla ilişkili olduğu görülmektedir. Kavramsallaştırma süreci iki ayrı dönemi kapsamaktadır. İlk dönem, temel çalışmaların bulunduğu 1930'lu yıllardan 1980'li yılların başlarına kadar olan dönemdir. İkinci dönem ise, 1980'li yılların başından günümüze kadar olan zamanı kapsar. Bu dönemde, bağımsız bir kavram olarak yer alan örgütsel vatandaşlık, daha detaylı araştırmaların konusu olmuştur (Karaaslan, Özler ve Kulaklıoğlu, 2009: 37). Smith ve arkadaşları (1983), örgütsel vatandaşlık davranışını biçimsel ödül sistemi tarafından doğrudan veya açıkça tanınmayan ve örgütün etkin işleyişini destekleyen isteğe bağlı bir davranış şeklinde tanımlamıştır. Görev ve iş tanımlarında uygulanabilir bir geçerliliği olmayan bu davranışlar, ihmali halinde ceza gerektirmez ve kişisel bir tercih meselesidir (Podsakoff vd, 2000: 513). İyi asker sendromu ya da örgütsel vatandaşlık davranışı, örgütün amaçlarını ilerletmeye yarayan ekstra rol davranışı olarak tanımlanabilir. Bununla birlikte bu davranışlar etik ya da etik dışı olabilir (Tumipseed, 2002: 1).

Organ (1988) örgütsel vatandaşlık davranışını özgecilik, vicdanlılık, nezaket, sivil erdem ve centilmenlik boyutları altında incelenmiştir. Özgecilik kavramı ilk olarak 19. yüzyılda Aguste Comte tarafından ortaya atılmış ve başkaları için yaşama eğilimi ve hali olarak tanımlanmıştır (Karadağ ve Mutafçılar, 2009: 41). Özgecilik, gönüllük esasıyla başkalarına iş ile ilgili sorunlarda yardımcı olmak olarak ifade edilmektedir (Podsakoff vd. 2000: 516). Rahatsızlanan çalışanın görevlerini yapma, yeni işe başlayan çalışana araç ve gereçlerin kullanımı ve oryantasyon sürecinde yardımcı olma, işyerindeki özgecilik davranışlarına örnek verilebilir (Sökmen ve Boylu, 2011: 149). Genellikle uyumluluk olarak adlandırılan vicdanlılık, çalışanların örgütün kurallarını, düzenlemelerini ve prosedürlerini kabul ettiklerini ve bunlara bağlı olduklarını gösteren davranışlardır (Podsakoff, Podsakoff ve Blume, 2009: 123). Çalışanların kendilerinden beklenen minimum davranışların ötesinde

gerçekleştirdikleri ve isteğe bağlı bir davranış olan vicdanlılık boyutuna, gönüllü olarak görevleri yerine getirmek, örgüt kurallarını korumak, mesai saatlerini boşa harcamamak örnek verilebilir (Yoon ve Suh, 2003: 598). İlk kez Organ'ın dile getirdiği nezaket boyutu, örgütte görev ve iş yükümlülükleri sebebiyle iletişim halinde olmaları gereken çalışanların, birbirlerinin kararlarından etkilenerek sergiledikleri olumlu davranışlar olarak ifade edilebilir. Başka bir ifade ile bir problem ortaya çıkmadan önce, çalışanların uyarma, hatırlatma ve bilgilendirmeye yönelik davranışları içerir. Çalışanlar arasındaki iletişimi artırır, böylelikle işlerin yürütülmesi daha kolay hal gelir. Sonucunda, örgüt verimliliği ve performansı artmaktadır (Fermanoğlu, 2015: 61). Sivil erdem davranışı, örgütün iyi bir imajının oluşturulması için çalışanın rutin ve rutin olmayan konulardaki istekli katılımı olarak açıklanabilir (Bukhari, 2009: 10). Genel olarak, toplantılara düzenli katılım, örgütün hedefleri doğrultusunda alınan kararlara destek vermek, örgütün değişim ve gelişimine uyum sağlamak sivil erdem davranışlarına örnek gösterilebilir (Yıldız, 2014: 2002). Son boyut olan centilmenlik ise, çalışanların, örgütteki küçük aksilikleri tolere etme konusundaki istekliliğini ifade etmektedir. Örneğin, önemsiz konular hakkında yakınmamak, diğer çalışanları incitmek ve huzursuz etmemek (Ackfeldt ve Coote, 2005: 152).

3. Araştırmanın Yöntemi

İşveren markası algısının örgütsel sessizlik davranışı üzerinde olası etkisinin, örgütsel vatandaşlık değişkeni aracılığıyla farklılaşabileceği düşünülmektedir. Dolayısıyla çalışmada çalışanların işveren markası algısına bağlı olarak, sessizlik davranışında bulunup bulunmadıkları, işveren markası ve örgütsel sessizlik arasındaki ilişkide çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışlarının düzenleyici bir role sahip olup olmadıklarının ortaya konması amaçlanmıştır.

Araştırmada işveren markası bağımsız değişken, örgütsel sessizlik bağımlı değişken, örgütsel vatandaşlık davranışı ise düzenleyici değişken olarak yer almaktadır. Araştırmanın hipotezleri şu şekildedir.

Hipotez 1: Çalışanların işveren markası algısının örgütsel sessizlik davranışı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Hipotez 2: Örgütsel vatandaşlık davranışının örgütsel sessizlik üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Hipotez 3: Örgütsel vatandaşlık davranışı, işveren markası algısının örgütsel sessizlik üzerindeki etkisinde düzenleyici rol üstlenmektedir.

Araştırma kapsamında veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmış ve basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle bir devlet bankasının İstanbul'da yer alan 16 şubesindeki çalışanlara uygulanmıştır. Eksiksiz ve doğru cevaplandırılarak araştırmada incelenen anket sayısı 140'tır. Anket formu, demografik özellikler, işveren markası ölçeği, örgütsel sessizlik ölçeği ve örgütsel vatandaşlık ölçeği olmak üzere dört bölümden oluşmaktadır. İşveren markasına yönelik olarak yapılan literatür taraması sonucunda Berthon, Ewing ve Hah (2005) tarafından geliştirilen, Ardıç ve Gündoğmuş (2016) tarafından Türkçeye uyarlanan İşveren Çekiciliği Algısı Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek, sosyal değer, ekonomik değer, gelişim değeri, fayda değeri ve başvuru değeri olmak üzere 5 boyut ve 22 ifadeden oluşmaktadır. Örgütsel sessizliği ölçmek amacıyla Dyne, Ang ve Botero (2003) tarafından geliştirilen ve Taşkiran (2010) tarafından son hali verilen Örgütsel Sessizlik Ölçeği

kullanılmıştır. Ölçek, kabullenici sessizlik, korunma amaçlı sessizlik ve korumacı sessizlik olmak üzere 3 boyut ve 15 ifadeden oluşmaktadır. Son olarak örgütsel vatandaşlık davranışına yönelik olarak Vey ve Campbell (2004) ve Williams ve Shiaw (1999) tarafından geliştirilen ve Basım ve Şeşen (2006) tarafından Türkçeye uyarlanan Örgütsel Vatandaşlık Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek, özgecilik, vicdanlılık, nezaket, centilmenlik, sivil erdem olmak üzere 5 boyut ve 19 ifadeden oluşmaktadır. Anket formunda üç farklı ölçeği kapsayan 56 ifade ve 5 demografik soru ile birlikte toplamda 61 soru kullanılmıştır. Katılımcılardan anket formundaki ifadeleri 6'lı likert üzerinden cevaplamaları istenmiştir.

3.1. Güvenilirlik ve Faktör Analizleri

İşveren markası ölçeği analizi incelendiğinde, KMO değeri 0,933, Barlett Küresellik Testi de anlamlı çıkmıştır ($X^2=3170,782$ $p<0,001$). Yapılan analiz sonucunda iki faktörde yer alan, faktör yükü 0,50'nin altında kalan ve içsel tutarlılığı bozan ifadeler faktör analizinden çıkarılmıştır. Araştırma kapsamında orijinal ölçekte yer alan 4 boyutun 2 faktör altında toplandığı görülmüştür. Bu boyutlar “fayda ve başvuru değeri” ile “ekonomik ve gelişim değeri” olarak yeniden adlandırılmıştır. Literatüre bakıldığında da söz konusu boyutların birlikte ele alınması geçerli ve anket içerikleri değerlendirildiğinde de mantıklıdır. Dolayısıyla işveren markası ölçeği toplamda 3 boyutlu olarak ele alınmıştır. Fayda ve başvuru değeri ifadelerinin ağırlıklarının 0,871 ile 0,689, gelişim ve ekonomik değer ifadelerinin ağırlıklarının 0,801 ile 0,731, üçüncü faktör olan sosyal değer ifadelerinin ağırlıklarının 0,792 ile 0,624 arasında değiştiği görülmektedir. Elde edilen 3 faktörün toplam açıklanan varyansı %83,973'tür. Toplam varyansın %31,283'ünü fayda ve başvuru değerinin, %30,341'ini gelişim ve ekonomik değerinin, %22,349'unu ise sosyal değerinin açıkladığı tespit edilmiştir.

Örgütsel sessizlik ölçeği analizinde KMO değeri 0,870, Barlett Küresellik Testi de anlamlı çıkmıştır. ($X^2=873,951$ $p<0,001$) Yapılan analiz sonucunda iki faktörde yer alan, faktör yükü 0,50'nin altında kalan ve içsel tutarlılığı bozan ifadeler faktör analizinden çıkarılmıştır. Araştırma kapsamında da ifadelerin 2 boyut altında toplandığı görülmüştür. Kabullenici sessizlik ve korunma amaçlı sessizlik boyutları aynı boyut altında yer almaktadır. Bu iki sessizlik davranışının temelinde de çalışanın kendisi yer aldığı için Taşkiran (2010)'ın tezindeki gibi faktör “bireysel sessizlik” olarak adlandırılmıştır (Taşkiran, 2010: 155). Bir diğer boyut ise korumacı sessizliktir. Faktörlerin açıklayıcılığı %65,209'dur. Toplam varyansın %45,665'ini bireysel sessizlik faktörünün, %19,544'ünü ise korumacı sessizlik faktörünün açıkladığı tespit edilmiştir. Faktörlerin Cronbach α değerleri, bireysel sessizlik için 0,910, korumacı sessizlik için ise, 0,749 olarak elde edilmiştir.

Örgütsel vatandaşlık ölçeği analizinde ise, KMO değeri 0,861, Barlett Küresellik Testi de anlamlı çıkmıştır. ($X^2=1369,639$ $p<0,001$) Çift faktörde yer alan, faktör yükü 0,50'nin altında kalan, tek faktörden oluşan ve içsel tutarlılığı bozan ifadeler faktör analizinden çıkarıldığında ifadelerin 4 boyut altında toplandığı görülmüştür. Söz konusu boyutlardaki ifadeler, birden fazla faktörde ve 0,50'nin altında yer aldığından orijinal ölçekteki vicdanlılık ve centilmenlik boyutu araştırmadan çıkarılmıştır. Özgecilik ve nezaket boyutu aynı faktör altında toplanmıştır. Her iki faktöründe temelinde yardımseverlik anlayışı yer almaktadır. Bu sebeple özgecilik ve nezaket boyutu “yardımseverlik” olarak yeniden adlandırılmıştır. Dolayısıyla araştırma kapsamında örgütsel vatandaşlık; yardımseverlik ve sivil erdem boyutları ile ölçümlenmiştir. Söz konusu 2 faktörün toplam açıklayıcılığı %70,719'dur.

Yardımseverlik faktörünün açıkladığı varyans %45,258, sivil erdem faktörünün açıkladığı varyans, %25,461 olarak bulunmuştur.

4. Bulgular

4.1. Demografik Değişkenlere İlişkin Bulgular

Araştırmaya 62 kadın, 78 erkek çalışan katılmıştır. Buna göre ankete katılanların %44,3 kadın, %55,7 erkektir. Yaş değişkeni dağılımı incelendiğinde, 26-30 yaş arası çalışanların, ankete katılanların %40'ını oluşturduğu görülmektedir. Bunu, %30,7 ile 31-35 yaş aralığı, %12,1 ile 41 yaş ve üstü, %10,7 ile 36-40 yaş takip ederken 25 ve altı çalışan ise %6,4 ile en az paya sahiptir. Eğitim durumu değişkeninin dağılımı incelendiğinde, %70,7 ile üniversite mezunları çoğunluğu oluştururken, %18,6 ile yüksek lisans, %8,6 ile lise mezunları takip etmektedir. Diğer seçenek %2,1 orana sahiptir. Medeni durum değişkeni incelendiğinde, ankete katılan çalışanların %56,4 ünün evli, %43,6 'sının bekar olduğu görülmektedir. Kurumdaki çalışma süresi değişkeni incelendiğinde, 1-5 yıl arası çalışanların oranı %49,3 iken, bunu 6-10 yıl %32,5, 16 yıl ve üzeri %13,6, 11-15 yıl %5 ile takip etmektedir. Kurumda, 1 yıldan az çalışan yoktur.

4.2. Hipotezlere İlişkin Bulgular

Hipotezlerin testine yönelik olarak değişkenler arası ilişkiyi analiz edebilmek için korelasyon analizi yapılmıştır. Analize ilişkin özet tablo aşağıda yer almaktadır.

Tablo 1: Değişkenlere Ait Korelasyon Analizi

	Sosyal Değer	Eko. ve Gelişim Değeri	Fayda ve Başvuru Değeri	Bireysel Sessizlik	Korumacı Sessizlik	Yardım severlik	Sivil Erdem
Sosyal Değer	1	0,754(**)	0,722(**)	0,087(*)	0,406(**)	0,413(**)	0,309(**)
Ekonomik ve Gelişim Değeri		1	0,792(**)	0,181(*)	0,457(**)	0,496(**)	0,304(**)
Fayda ve Başvuru Değeri			1	0,166(*)	0,297(**)	0,430(**)	0,497(*)
Bireysel Sessizlik				1	0,169 (*)	0,387(**)	0,425(**)
Korumacı Sessizlik					1	0,559(**)	0,249(**)
Yardım severlik						1	0,560(**)
Sivil Erdem							1

Korelasyon analizine göre; işveren markası ile örgütsel sessizlik arasında ($r=0,281$) düşük düzeyde pozitif yönlü, işveren markası ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında ($r=0,514$) orta düzeyde pozitif yönlü ve örgütsel vatandaşlık ile örgütsel sessizlik arasında ($r=0,564$) orta düzeyde pozitif yönlü bir ilişki olduğu

belirlenmiştir. Değişkenlerin alt boyutları arasındaki ilişki ise tabloda yer aldığı gibidir.

Araştırmanın birinci ve ikinci hipotezi kapsamında işveren markası ve örgütsel vatandaşlık davranışının örgütsel sessizlik üzerindeki etkisi regresyon analizleri ile incelenmiştir.

Tablo 2: Değişkenlere Ait Regresyon Analizi

	Bireysel Sessizlik				Korumacı Sessizlik			
	R	R2	T	p	R	R2	T	P
Sosyal Değer	0,087	0,008	11,713	0,000	0,406	0,165	5,944	0,000
			1,025	0,307			5,215	0,000
Gelişim- Ekonomik D.	0,181	0,038	10,577	0,000	0,457	0,209	5,213	0,000
			1,165	0,032			6,039	0,000
Fayda- Başvuru D.	0,166	0,028	10,386	0,000	0,297	0,088	6,251	0,000
			1,981	0,050			3,660	0,000
Yardımseverlik	0,387	0,150	8,557	0,000	0,559	0,313	3,897	0,000
			4,930	0,000			7,929	0,000
Sivilerdem	0,425	0,181	5,819	0,000	0,249	0,062	4,858	0,000
			5,523	0,000			3,017	0,003

Analiz sonuçlarına göre; sosyal değer ile fayda ve başvuru değeri boyutları korumacı sessizlik üzerinde anlamlı bir etkiye sahipken bireysel sessizlik üzerinde etkileri yoktur. Gelişim ve ekonomik değer ise hem bireysel hem de korumacı sessizlik üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir. Yardımseverlik ve sivilerdem boyutları ise hem bireysel sessizlik hem de korumacı sessizlik üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir. Dolayısıyla h1 hipotezi yüksek oranda kısmen kabul edilmişken, h2 hipotezi kabul edilmiştir.

Araştırmanın üçüncü hipotezi kapsamında işveren markası algısının örgütsel sessizlik üzerindeki etkisinde örgütsel vatandaşlık algısının düzenleyici rolünü incelemek üzere, Tablo 2’de özetlenen ve regresyon ilişkileri (p değeri) anlamlı çıkan işveren markası ve örgütsel sessizlik alt boyutları arasında hiyerarşik regresyon analizi uygulanmıştır. Buna göre h3’ü test etmek üzere oluşturulan alt hipotezler şu şekildedir:

H3a: Yardımseverlik davranışı sosyal değer algısının korumacı sessizlik üzerindeki etkisinde düzenleyici rol üstlenmektedir.

H3b: Yardımseverlik davranışı ekonomik ve gelişim değer algısının bireysel sessizlik üzerindeki etkisinde düzenleyici rol üstlenmektedir.

H3c: Yardımseverlik davranışı ekonomik ve gelişim değer algısının korumacı sessizlik üzerindeki etkisinde düzenleyici rol üstlenmektedir.

H3d: Yardımseverlik davranışı fayda ve başvuru değer algısının korumacı sessizlik üzerindeki etkisinde düzenleyici rol üstlenmektedir.

H3e: Sivil erdem davranışı sosyal değer algısının korumacı sessizlik üzerindeki etkisinde düzenleyici rol üstlenmektedir.

H3f: Sivil erdem davranışı ekonomik ve gelişim algısının bireysel sessizlik üzerindeki etkisinde düzenleyici rol üstlenmektedir.

H3g: Sivil erdem davranışı ekonomik ve gelişim algısının korumacı sessizlik üzerindeki etkisinde düzenleyici rol üstlenmektedir.

H3h: Sivil erdem davranışı fayda ve başvuru değer algısının korumacı sessizlik üzerindeki etkisinde düzenleyici rol üstlenmektedir.

Yapılan hiyerarşik regresyon analizleri sonucundan söz konusu alt hipotezlerden h3c, h3d ve h3g'nin kabul edildiği, diğer alt hipotezlerin reddedildiği sonucuna ulaşılmıştır. Kabul edilen hipotezlere ilişkin model özetleri aşağıda yer almaktadır.

Tablo 3: Yardımseverlik Davranışı Ekonomik ve Gelişim Değeri Algısı ile Korumacı Sessizlik Arasındaki İlişki Modeli Özeti

Model	Standardize Edilmemiş Katsayı		Standardize Edilmiş Katsayı	T	P	
	B	Std. hata	B			
1 (Sabit) Ekonomik-Gelişim	0,883	0,169	0,457	5,213	0,000	
	0,477	0,079		6,039	0,000	
2 (Sabit) Ekonomik-Gelişim Yardımseverlik	0,423	0,174	0,238	2,425	0,017	
	0,248	0,082		3,017	0,003	
	0,557	0,101		5,586	0,000	
3 (Sabit) Ekonomik-Gelişim Yardımseverlik Ekonomik Gelişim x Yardımseverlik	1,592	0,335	-0,124	4,750	0,000	
	- 0,129	0,122		-1,055	0,293	
	-0,193	0,212		-0,150	-0,908	0,366
	0,205	0,051		0,873	4,012	0,000

Bağımsız Değişken: Korumacı Sessizlik

Hiyerarşik regresyon analizinin ilk aşamasında ekonomik ve gelişim değeri modelde yer almaktadır. Ekonomik ve gelişim değeri tek başına korumacı sessizlik üzerindeki değişimin %20'sini açıklamaktadır (0,457). İkinci aşamada modele yardımseverlik davranışı eklenmiş ve model anlamlı bulunmuştur ($p=0,000<0,001$). 2. modelde yardımseverlik davranışının, ekonomik ve gelişim değerinin korumacı sessizlik üzerinde tek başına yaptığı etkiyi (0,457) azalttığı (0,238) görülmüştür. Üçüncü aşamada ise modele düzenleyici etkisini incelemek amacıyla yardımseverlik ile ekonomik ve gelişim değerinin çarpımı eklenmiş ve bu etkileşim korumacı sessizlik üzerinde anlamlı çıkmıştır ($p=0,000$). Ekonomik ve gelişim değeri ile yardımseverlik davranışı etkileşimi pozitif etki ile 0,873 olurken, iki değişken, korumacı sessizlik üzerindeki değişimin %41'ini açıklamaktadır.

Tablo 4: Yardımseverlik Davranışı Fayda ve Başvuru Değeri ile Korumacı Sessizlik Arasındaki İlişki Modeli Özeti

Model	Standardize Edilmemiş Katsayı		Standardize Edilmiş Katsayı	T	P
	B	Std. hata	B		
1 (Sabit)	1,165	0,186		6,251	0,000
Fayda-Başvuru	0,305	0,083	0,297	3,660	0,000
2 (Sabit)	0,561	0,185		3,034	0,003
Fayda-Başvuru	0,072	0,080	0,070	0,893	0,374
Yardımseverlik	0,680	0,100	0,529	6,769	0,000
3 (Sabit)	1,253	0,374		3,346	0,000
Fayda-Başvuru Değeri	- 0,160	0,135	-0,156	-1,185	0,238
Yardımseverlik	0,198	0,249	0,154	0,796	0,428
Fayda-Başvuru x Yardımseverlik	0,144	0,068	0,535	2,116	0,036

Bağımsız Değişken: Korumacı Sessizlik

Hiyerarşik regresyon analizinin ilk aşamasında yer alan fayda ve başvuru değeri tek başına korumacı sessizlik üzerindeki değişimin %8'ini açıklamaktadır (0,297). Modele yardımseverlik davranışı eklendiğinde model yine anlamlı bulunmuştur ($p=0,000<0,001$). 2. modelde yardımseverlik davranışının, fayda ve başvuru değerinin korumacı sessizlik üzerinde tek başına yaptığı etkiyi (0,297) azalttığı (0,070) görülmüştür. Üçüncü aşamada ise modele düzenleyici etkisini incelemek amacıyla yardımseverlik ile başvuru ve fayda değerinin çarpımı eklenmiş ve bu etkileşim korumacı sessizlik üzerinde anlamlı çıkmıştır ($p=0,036$). Başvuru ve fayda değeri ile yardımseverlik davranışı etkileşimi pozitif etki ile 0,535 olurken, iki değişken, korumacı sessizlik üzerindeki değişimin %33'ünü açıklamaktadır.

Tablo 5: Sivil Erdem Davranışı Ekonomik ve Gelişim Değeri Algısı ile Korumacı Sessizlik Arasındaki İlişki Modeli Özeti

Model	Standardize Edilmemiş Katsayı		Standardize Edilmiş Katsayı	t	P
	B	Std. hata	B		
1 (Sabit)	0,883	0,169		5,213	0,000
Eko.-Gelişim	0,477	0,079	0,457	6,039	0,000
2 (Sabit)	0,648	0,228		2,841	0,005
Eko.-Gelişim	0,438	0,082	0,420	5,316	0,000
Sivil erdem	0,164	0,108	0,121	1,527	0,129
3 (Sabit)	2,397	0,345		6,947	0,000
Ekonomik-Gelişim	- 0,542	0,173	-0,520	-3,133	0,002
Sivil erdem	-0,692	0,167	-0,509	-4,149	0,000
Ekonomik-Gelişim x Sivil erdem	0,440	0,070	1,347	6,250	0,000

Bağımsız Değişken: Korumacı Sessizlik

Hiyerarşik regresyon analizinin ilk aşamasında yer alan ekonomik ve gelişim değeri tek başına korumacı sessizlik üzerindeki değişimin %20'sini açıklamaktadır (0,457). İkinci aşamada modele sivil erdem davranışı eklenmiş ve model bu defa anlamlı bulunmamıştır ($p=0,129>0,05$). Üçüncü aşamada ise modele düzenleyici etkisini incelemek amacıyla sivil erdem ile ekonomik ve gelişim değerinin çarpımı eklenmiş ve bu etkileşim korumacı sessizlik üzerinde anlamlı çıkmıştır ($p=0,000$). Ekonomik ve gelişim değeri ile sivil erdem davranışı etkileşimi pozitif etki ile 1,347 olurken, iki değişken korumacı sessizlik üzerindeki değişimin %39'unu açıklamaktadır.

Sonuç olarak h3 hipotezine ilişkin geliştirilen 8 alt hipotezin 3'ü kabul edilmiş ve 5'i reddedilmiş olduğundan söz konusu hipotezin düşük düzeyde kısmen kabul edildiğini söylemek doğru olacaktır.

5. Sonuç

İşveren markası değişkenine ilişkin olarak, çalışanların işveren markası algılarının yüksek olduğu belirlenmiştir. Alt boyutlar incelendiğinde, boyutların ortalamaları birbirlerine yakın olsa da ekonomik ve gelişim boyutu her iki boyuta göre biraz daha yüksek çıkmıştır. Buna göre çalışanların maaş, yan haklar, terfi ve kariyer gibi faktörlere önem verdikleri tespit edilmiştir. Örgütsel sessizlik değişkenine ilişkin olarak çalışanların genel olarak örgütsel sessizlik davranışında bulduklarını söylemek mümkündür. Alt boyutlar incelendiğinde, korumacı sessizlik düzeyinin bireysel sessizlik düzeyinden daha yüksek çıktığı görülmektedir. Örgütsel vatandaşlık davranışı değişkenine ilişkin olarak, çalışanların vatandaşlık davranışlarının yüksek olduğunu söylememek mümkündür. Alt boyutlar incelendiğinde, yardımseverlik davranışının sivil erdem davranışından daha yüksek çıktığı görülmektedir. Buna göre çalışanlar, örgüt ile ilgili sorunlarda çalışma arkadaşlarına yardım etme davranışlarında bulduklarını belirtmişlerdir.

Araştırma bulguları genel olarak değerlendirildiğinde, çalışanların sessizlik davranışlarının yüksek çıkması teknoloji ve rekabetin yoğun olduğu günümüzde sessizlik davranışlarının devam ettiğini göstermektedir. Çalışanlar, örgütün ve çalışma arkadaşlarının çıkarlarını koruma davranışlarında bulunmaktadır. Bir başka ifade ile korumacı sessizlik, bireysel sessizlikten daha yüksek çıkmıştır. Bu durum çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışlarının yüksek çıkmasını da açıklamaktadır. Örgütsel vatandaşlık ve işveren markası algısı yüksek çıkan çalışanlar, kendilerini yeterince ifade edememekte ya da örgütlerini koruma adına sessizlik davranışında bulunmaktadır. Çalışanların örgütteki fırsatlardan yararlanabilme adına sessiz kaldıklarını söylemek mümkündür. Örgütsel vatandaşlık ve işveren markası algısı yüksek çalışanlar sessizlik davranışlarında bulunmaktadır. Araştırma sonuçlarına göre, ekonomik ve gelişim değeri ile başvuru ve fayda değerinin korumacı sessizlik üzerinde etkisinde yardımseverlik ve sivil erdem davranışları düzenleyici rol üstlenmektedir. Buna göre çalışanlar, örgütteki terfi maaş, kariyer gelişimi, öğrenilen bilgilerin çalışma arkadaşlarına aktarılması, aidiyet hissi gibi sebeplerle sessiz kalmayı tercih etmektedir.

Çalışanların işveren markası algılamaları ve örgütsel vatandaşlık algılarının yüksek olması araştırmanın bir kamu kuruluşunda yapılmış olması açısından olumlu sonuç olarak değerlendirilebilir. Sessizliğin azaltılması, yöneticilerin çalışanlara fikirlerini açıkça beyan edebilmeleri fırsatının tanınması, daha yakın ve dostça ilişkilerin geliştirilmesi ve buna uygun ortamın oluşturulması ile gerçekleştirilebilir. Fikirlerini ifade etse dahi bir şeylerin değişmeyeceğini, konuştuğunda bunun kendisine zarar

vereceğini düşünen çalışan için sessizliğin kırılması adına örgütlerde, işveren markasına yönelik koçluk ya da mentorluk kavramları geliştirilerek çalışanlar arasında ilişkiler ve bağlar güçlendirilebilir. Örgütü ve çalışma arkadaşlarını koruma güdüsüyle düşüncelerini söylemeyen ve sessizliği tercih eden çalışanlar için, fikirlerini ifade etmeleri için şikâyet ve öneri mekanizmaları geliştirilebilir. Bu mekanizmalar sorunların, şikâyetlerin, önerilerin toplandığı bir havuz olabilir. Bu havuzda çalışanların katkılarının sonucu ödüllendirilmesi, sessizliğin kırılması anlamında önemli olacaktır. Hem sorun hem de öneri konusunda ödüllendirilen çalışan, fikirlerini ifade etmekte güçlük yaşamayacaktır. Araştırma sonucunda işveren markası algısının örgütsel sessizlik üzerindeki etkisinde hem yardımseverlik hem de sivil erdem davranışının farklılaştırıcı rolü olduğu görülmüştür. Bu anlamda çalışanların sessizlik davranışı göstermesinde yalnızca işveren markası algısının etkisi bulunmamakta, örgütsel vatandaşlık davranışı, bu iki değişken arasındaki ilişkiyi değiştirici rol üstlenmektedir.

Yukarıda özetlendiği üzere araştırma sonuçları ile işveren markası, örgütsel sessizlik ve örgütsel vatandaşlık değişkenleri arasındaki ilişkiler alt boyutları da dikkate alarak incelemiş ve daha önce ortaya konmamış birtakım sonuçlara ulaşılarak gerek akademik literatüre gerekse uygulamaya katkıda bulunulmaya çalışılmıştır.

Bilimsel araştırmalar değişkenler ve koşullar dikkat ele alındığında birtakım sınırlılıklar içermektedir. Araştırmanın ilk ve en önemli sınırlılığı yalnızca 16 şube de 140 katılımcı ile yapılmasıdır. Bu anlamda bundan sonra yapılacak çalışmalar özel sektörde, farklı iş kollarında, daha fazla katılımcı ile yapılabileceği gibi, toplumlara özgü değerler, normlar, kişilerarası ilişkileri belirleyici faktörler gibi farklı değişkenler de eklenebilir.

Referanslar

- Acaray, A., Çekmecelioğlu, H. G. ve Akturan, A. (2015). Örgüt kültürü ile örgütsel sessizlik arasındaki ilişkinin incelenmesi. *The Journal Of Academic Social Science Studies*. 32, 139-157.
- Ackfeldt, A. L. ve Cooteb, L. (2005). A study of organizational citizenship behaviors in a retail setting. *Journal of Business Research*. 58, 151-159.
- Ardıç, K. ve Gündoğmuş, E. (2016). The impact of personality characteristics on employer attractiveness. *Journal of Behavior at Work*. 1(1), 1-14.
- Backhaus, K. ve Tikoo, S. (2004). Conceptualizing and researching employer branding. *Career Development International*, 9(5), 501-517.
- Barrow, S. ve Mosley, R. (2005). *The employer brand: bringing the best of brand management to people at work*. Wiley: New Jersey.
- Bukhari, Z. (2008). Key antecedents of organizational citizenship behavior (OCB) in the banking sector of Pakistan. *International Journal of Business and Management*. 3(12), 106-115.
- Çakıcı, A. (2010). *Örgütlerde işgören sessizliği neden sessiz kalmayı tercih ediyoruz?*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Doğru, G. ve Çakır, S. Y. (2015). İşveren markası yönetim sürecinde strateji ve uygulamaların incelenmesi: Türkiye'deki şirketlerin insan kaynakları

- yöneticilerine yönelik bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(40), 674-689.
- Dyne, L. V., Ang, S. ve Botero, I. C. (2003). Conceptualizing employee silence and employee voice as multidimensional constructs. *Journal of Management Studies*. 40(6), 1360-1392.
- Edwards, M. R. (2010). An integrative review of employer branding and OB theory. *Personnel Review*, 30(1), 5-23.
- Fermanoğlu, E. N. (2015). *İş hayatında motivasyonun örgütsel bağlılık ve örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkileri*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Gürbüz, S. (2006). Örgütsel vatandaşlık davranışı ile duygusal bağlılık arasındaki ilişkilerin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 48-75.
- Karaaslan, A., Özler, D. E. ve Kulaklıoğlu, A. S. (2009). Örgütsel vatandaşlık davranışı ve bilgi paylaşımı arasındaki ilişkiye yönelik bir araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 11(2), 135-160.
- Karacaoğlu, K. ve Cingöz, A. (2009). İşgören sessizliğinin kaynağı olarak liderlik davranışı ve örgütsel adalet algısı. 17. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi* içinde (698-705. ss.). Eskişehir.
- Karadağ, E. ve Mutafçılar, I. (2009). Prososyal davranış ekseninde özgecilik üzerine teorik bir çözümleme. *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 8, 41-64.
- Liu, D., Wu, J. ve Ma, J. (2009). Organizational silence: A survey on employees working in a telecommunication company. *International Business Research*, 9(5), 1647-1650.
- Nakane, I. (2006). Silence and politeness in intercultural communication in university seminars. *Journal of Pragmatics*, 38, 1811-1835.
- Organ, D. W. (1988). *Organizational citizenship behavior: The good soldier syndrome*. Lexington, MA: Lexington Books.
- Ören, K. ve Yüksel, H. (2012). Marka işveren veya işveren markası kavramı: Bu kavramın insan kaynakları yönetimi bağlamında ve işçi devir hızı kapsamında değerlendirilmesi. *Kamu-İş*, 12(3), 31-52.
- Özgen, E. ve Akbayır, Z. (2011). İletişim yaklaşımıyla bir değer önermesi: İşveren markalaması. *Erciyes İletişim Dergisi*, 2(1), 76-86.
- Özgen, I. ve Sürgevil, O. (2009). Örgütsel sessizlik olgusu ve turizm işletmeleri açısından değerlendirilmesi. Z. Sabuncuoğlu (Ed.), *Turizm İşletmelerinde Örgütsel Davranış* içinde (303-328. ss.). Bursa: MKM Yayıncılık.
- Podsakoff, M. P., MacKenzie, S. B., Paine, J. B. ve Bachrach, D. G. (2000). Organizational citizenship behaviors: A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research. *Journal of Management*, 26(3), 513-563.
- Podsakoff, N. P., Whiting, S. W., Podsakoff, P. M. ve Blume, B. D. (2009). Individual and organizational level consequences of organizational

- citizenship behaviors: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 94(1), 122-141.
- Reyhanoğlu, M. ve Örs, H. (2005). Rekabette kaynak temelli yaklaşım ile strateji geliştirme. *Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi*, 4(11), 34-43.
- Sağır, M. (2016). İşveren markası algısı: İnsan kaynakları faaliyetleri, çalışma ortamı ve tazminat-kazanç boyutları ile turizm fakültelerinde bir uygulama. *Mehmet Akif Ersoy Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(14), 415-439.
- Smith, C. A., Organ, D. W. ve Near, J. P. (1983). Organizational citizenship behavior: Its nature and antecedents. *Journal of Applied Psychology*, 68(4), 653-663.
- Turnipseed, D. L. (2002). Are good soldiers good? Exploring the link between organization citizenship behavior and personal ethics. *Journal of Business Research*, 55, 1-15.
- Üçok, D. ve Torun, A. (2015). Örgütsel sessizliğin nedenleri üzerine nitel bir araştırma. *İş ve İnsan Dergisi*, 2(1), 27-37.
- Ülker, F. ve Kanten, P. (2009). Örgütlerde sessizlik iklimi, işgören sessizliği ve örgütsel bağlılık ilişkisine yönelik bir araştırma. *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, 1(2), 112-126.
- Yıldız, S. (2014). Örgütsel adaletin örgütsel vatandaşlık davranışına etkisinde iş tatmininin aracı rolü. *Ege Akademik Bakış*, 14(2), 199-210.
- Yoon, M. H. ve Suh, J. (2003). Organizational citizenship behaviors and service quality as external effectiveness of contact employees. *Journal of Business Research*, 56, 597-611.

KAPSAYICI LİDERLİK ÖLÇEĞİNİN TÜRKÇEYE UYARLANMASI: GEÇERLİK VE GÜVENİRLİK ÇALIŞMASI

ADAPTATION OF INCLUSIVE LEADERSHIP SCALE INTO TURKISH: THE VALIDITY AND RELIABILITY STUDY

Lütfi SÜRÜCÜ⁽¹⁾, Ahmet MASLAKÇI⁽²⁾

Öz: Araştırmanın amacı Carmeli, Reiter-Palmon ve Ziv (2010) tarafından geliştirilen kapsayıcı liderlik ölçeğinin Türkçeye çeviri ve uyarlanması yapılarak Türkçe yazınına kazandırılmasıdır. Araştırmanın amaçları doğrultusunda KKTC'deki kamu kurum/kuruluşlarından 358 çalışana anket uygulaması yapılmıştır. Elde edilen veriler SSPS-24 ve AMOS- 18 programı yardımıyla analiz edilmiştir. Analizler sonucunda elde edilen bulgular, uyarlama ve çeviri çalışması yapılan kapsayıcı liderlik ölçeğinin geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler; Kapsayıcı Liderlik, Geçerlik, Güvenirlilik

Abstract: The study aims to translate and adapt the inclusive leadership scale developed by Carmeli, Reiter-Palmon, and Ziv (2010) into Turkish and bring it into Turkish literature. In line with the aims of the research, a questionnaire was applied to 358 employees from public institutions/organizations in TRNC. The data obtained were analyzed with the help of SSPS-24 and AMOS-18 software. The findings obtained as a result of the analysis show that the inclusive leadership scale, which has been adapted and translated, is a valid and reliable measurement tool.

Keywords: Inclusive Leadership, Validity, Reliability

JEL: D23, M12

1. Giriş

Küreselleşme ve beraberinde getirdiği teknolojik gelişmeler, örgütleri ve toplulukları çok kültürlü bir yapı haline getirmiştir. Günümüzün başarılı örgütleri, çok kültürlülüğün ve insan sermayesindeki bu çeşitliliğin, farklı örgütsel seviyelerde, iş süreçlerinin etkinliğine daha fazla katkı sağlayabileceğini fark ettiler (Kuknor, 2015). Her ne kadar örgütlerde, çeşitlilik içeren bir iş gücü popülerlik kazanmış olsa da, çok kültürlü bir ortamın yönetiminde sorunlar artmış ve mevcut örgüt kültürlerinin bu çeşitliliği yönetmede yetersiz olduğu fikri literatürde hâkim olmuştur. Bu bağlamda Kuknor ve Bhattacharya (2020) çeşitlilik yönetiminin odak noktasının kapsayıcı bir örgüt kültürünün yaratılması olduğuna vurgu yapmaktadırlar. Kapsayıcı örgüt kültürü, birçok farklı çizgide bireysel katkıların tanındığı, değerlendirildiği ve kullanıldığı bir kültür olarak tanımlanabilir (Barak, 2011). Araştırmalar, kapsayıcı bir kültürü oluşturma çok kültürlülükten kaynaklanan olumsuz yönlerini en aza indirerek yönetimi kolaylaştıracağını belgelemektedir (Sanyal vd., 2015). Blake (2015) çok kültürlü örgütlerde çeşitliliğin artırttığını belirtmekte ve kapsayıcılığı değişime paralel olarak gelişen, örtük bir

⁽¹⁾ Avrupa Liderlik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, lutfi.surucu@eu.edu.tr; ORCID: 0000-0002-6286-4184

⁽²⁾ Kıbrıs İlim Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, ahmetmaslakci@csu.edu.tr; ORCID: 0000-0001-6820-4673

sonuç olarak göstermektedir. Mevcut literatür akışı örgütlerde kapsayıcı bir örgüt kültürü oluşmasının önemine vurgu yapmaktadır.

Yönetim faaliyetinin ana aktörü olan lider, örgütlerde kapsayıcı örgüt kültürünün oluşmasında önemli bir rol oynayabilir. Nitekim birikmiş ampirik literatür, liderin örgüt içerisinde önemli bir konumda olduğunu ve örgüt kültürünün oluşmasında kritik bir rol üstlendiğine vurgu yapmaktadır (Lasrado, 2020; Yıldız ve Ekingen, 2020). Örgütlerin insan sermayesindeki çeşitliliği, örgüt kültürünü değiştirmiş ve buna paralel olarak da liderlik davranışlarının değişimi zorunlu hale gelmiştir (Kuknor ve Bhattacharya, 2020). Yaşanan değişimle beraber önde gelen liderlik teorileri evrim geçirerek değişen sosyal bağlamları giderek daha fazla yansıtmış olsa da, kapsayıcı bir örgüt kültürü oluşturma konusunda genellikle yetersiz kalmışlardır (Chin, 2010). Bazı araştırmacılar geleneksel liderlik tarzlarını kapsayıcılık konusunda irdemişlerdir. Örneğin; Srivastava ve Dhar (2017) otantik liderliğin kapsayıcılığı desteklediğini ve bu bağlamda kapsayıcı bir lider ile benzer özelliklere sahip olduğunu vurgularken, Gotsis ve Grimani (2016) hizmetkâr liderliği, işyerinde çeşitlilik ve katılımı geliştirmenin potansiyel bir yordayıcısı olduğunu belirtmişlerdir. Mevcut literatür birkaç liderlik tarzının, kapsayıcı bir örgüt kültürünü oluşturma potansiyelini kabul edilmiş olsa da, liderlik yaklaşımları konusunda paradigma değişikliğine ihtiyacımız vardır. Bu konuda Nembhard ve Edmondson (2006), kapsayıcı liderliği kavramsallaştırarak kapsayıcı lideri, örgüt içerisindeki üyelerin görüş ve düşüncelerini değiştirmeden kararlara dâhil edebilen lider olarak tanımlamışlardır. Carmeli, Reiter-Palmon ve Ziv (2010) ise bu tanımlı geliştirerek örgüt üyelerinin fikir, düşünce ve görüşlerini rahatça belirtebilmek için, liderin açık, ulaşılabilir ve yardıma hazır olması gerektiğine vurgu yapmıştır. Ayrıca Carmeli vd. (2010) kapsayıcı liderin örgüt içerisindeki farklılıkların yönetilmesinin yanı sıra, bu farklılıkları fark etme, değer verme ve farklıları memnuniyetle karşılayan liderlik olduğunu belirtmişlerdir. Randel vd. (2018) ise kapsayıcı liderliği, optimal ayırt edicilik teorisi ve sosyal kimlik teorisi üzerine inşa ederek, grup üyelerini grubun bir parçası olarak hissetmelerini (aidiyet) kolaylaştırmaya ve gruba katkıda bulunurken bireysellik duygularını (benzersizlik) korumaya odaklanan bir dizi lider davranışı olduğunu belirtmektedirler.

Kapsayıcı liderlik konusunda literatür gelişim göstermekle birlikte hem uygulayıcılar hem de akademisyenler kapsayıcı liderliğin alanını tam olarak keşfetmemişlerdir (Kuknor ve Bhattacharya, 2020; Randel vd., 2018). Kapsayıcı liderliğin öncülleri ve sonuçlarını tespit ederek, etki alanını keşfetmek için dünya literatüründe araştırmalar artmıştır. Bununla birlikte konuyla ilgili Türkçe yazında araştırmalar sınırlı sayıda kalmıştır. Yapılan sınırlı sayıda araştırmalarda; Aslan (2019a) kapsayıcı liderliğin yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin arabuluculuk rolünü, Aslan (2019b) işe bağlılığın yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisinde kapsayıcı liderliğin aracı rolünü, Müceldili, Tatar ve Erdil (2018) ise kapsayıcı liderliğin psikolojik uygunluğa etkisini araştırmışlardır.

Türkçe yazınında yapılan bu araştırmalarda kapsayıcı liderlik ölçeğinin Türkçeye uyarlaması, geçerlik ve güvenilirliği yapılmadan Cronbach'ın alfa güvenilir katsayısı dikkate alınarak analizler sonlandırılmıştır. Hâlbuki bu önemli bir eksikliklerdir. Çünkü literatür ölçüm araçlarının kültürel ve bölgesel farklılıklardan etkilendiğini açıkça belirtmektedir (Sürücü, Maslakçı ve Şesen, 2020). Bu bakış açısıyla bakıldığında Carmeli vd. (2010) tarafından geliştirilen kapsayıcı liderlik ölçeğinin Türkçeye

uyarlanması, geçerlik ve güvenilirlik çalışmasının yapılmasının Türkçe yazınına katkı sağlayacağı açıktır.

Araştırmada Carmeli vd. (2010) tarafından geliştirilen kapsayıcı liderlik ölçeğinin Türkçeye uyarlanması, geçerlik ve güvenilirliği test edilerek ölçeğin Türkçe yazına kazandırılması amaçlanmıştır. Yapılan bu araştırmanın kapsayıcı liderlik konusundaki anlayışımızı geliştireceği ve ileride yapılacak araştırmalara kaynak teşkil edeceği değerlendirilmektedir. Araştırma üç bölümden oluşmaktadır. Öncelikle kapsayıcı liderlik konusunda geniş bir literatür oluşturulmuştur. İkinci bölümde, kapsayıcı liderlik ölçeğinin uyarlama ve çeviri çalışması yapılmış, elde edilen veriler doğrultusunda uyarlama ve çeviri çalışması yapılan ölçeğin geçerlik ve güvenilirliği test edilmiştir. Son bölümde ise sonuç bölümüne yer verilmiştir.

2. Literatür

2.1. Kapsayıcı Liderlik

Kapsayıcılık kavramı, araştırmanın merkezinde yer aldığından, “kapsayıcı” kavramının tanımını yapmak ve hem kuruluşlar hem de çalışanlar için neden faydalı olabileceğini ifade etmek önemlidir. Miller (1998) kapsayıcılığı, bireylerin katkıda bulunma ve katılmalarına izin verme derecesi olarak tanımlarken, Nishii (2013) farklı geçmişlere sahip bireylere adil bir şekilde davranılması, katkılarından ötürü değer verilmesi ve karar verme sürecine dâhil edilmesi olarak tanımlamaktadır. Shore vd. (2011) mevcut tanımları genişleterek, kapsayıcılığı “bir çalışanın aidiyet ve benzersizlik ihtiyaçlarını karşılayan davranışları deneyimleyerek çalışma grubunun değerli bir üyesi olduğunu algılama derecesi” olarak tanımlamıştır. Bu tanım, teorik olarak sosyal kimlik teorisinin bir uzantısı olan optimal ayırt edicilik teorisi tarafından da desteklenmektedir (Kuknor ve Bhattacharya, 2020). Optimal ayırt edicilik teorisi, bireylerin diğerlerinden aynı anda hem benzer hem de farklı olma ihtiyacına sahip olduklarını savunur (Brewer, 1991). Yapılan tanımlar ve teoriler doğrultusunda kapsayıcılığı, birden fazla geçmişe, yapıya ve düşünme biçimine sahip kişilerin birlikte çalışmasına ve örgütsel hedeflere ulaşmasına izin vermek olarak tanımlayabiliriz.

Örgüt için kapsayıcılık, heterojen insan gruplarını bütünleştirip onları besleyerek bir araya gelmeleri için elde edebilecek güçtür. Aynı zamanda kapsayıcılık, tüm çalışanların çeşitli yeteneklerini, geçmişlerini ve bakış açılarını en üst düzeye çıkaran ve kullanan örgütsel ortamın kalitesini ifade eder. Kapsayıcılığın örgütsel sonuçları hakkında geniş bir literatür bulunmaktadır (Gerritsen, 2020). Randel vd. (2018) kapsayıcılığın; yaratıcılık, iş performansı ve azalan işten ayrılma niyeti gibi olumlu sonuçlarını ortaya koymaktadır. İlave olarak, kapsayıcılığın daha iyi iş fırsatları, kariyer gelişimi, artan iş tatmini, artan refah duygusu, daha fazla güven ve katılım gibi birçok olumlu sonucu olduğu iddia edilmektedir (Workman-Stark, 2017).

Kapsayıcılığın olumlu sonuçları nedeniyle, liderlerin kapsayıcı bir şekilde nasıl hareket edebileceği konusunda araştırmalar yapılmıştır. Nishii ve Mayer (2009) liderin kapsayıcılığını, lider üye etkileşimi teorisine paralel bir yaklaşımla incelemişler ve temel argüman olarak, liderlerin çalışanlarıyla yüksek kalitede bir etkileşime girerek, farklı yapılarıdaki çalışanların güveninin kazanılmasına vurgu yapılmaktadır. Yazarlar genel olarak kapsayıcı liderliği, çalışanlarla etkileşimde

erişilebilirliği sağlamayabilmek olarak kavramsallaştırdılar. Bu çalışmaya paralel olarak Nembhard ve Edmondson (2006) kapsayıcı liderliği, çalışanlarla etkileşimlerde erişilebilir olmanın yanı sıra liderin çalışanlarına karşı açık ve anlaşılır olması gerektiğini vurgulamışlardır. Randel vd. (2018) ise daha kapsamlı ve ayrıntılı bir yaklaşımla kapsayıcı liderliği, grup üyelerinin çalışma grubu içerisinde aidiyet ve benzersizlik ihtiyaçlarına açıkça yanıt veren davranışlarda bulunan liderlik davranışları olduğunu belirtmişlerdir. Carmeli vd. (2010) bu davranışların temelinde açıklık, ulaşılabilirlik ve yardıma hazır olma özelliklerinin olduğunu vurgu yapmaktadır.

Kapsayıcı liderlik, çalışanlar için değil, çalışanlarla bir şeyler yapmakla ilgilidir (Hollander, 2012). Bu yönüyle kapsayıcı liderlik, yalnızca liderlik tarzı değil, çoğunlukla gerçekleşen sosyal süreçte odaklanan bir yaklaşım olan ilişkisel liderlik türü olarak da görülebilir (Carmeli vd., 2010). Bu liderlik yaklaşımı, çalışanlara duygusal destek sağlar, güvenilirliği artırır ve davranışlarıyla tarafsız yargılarda bulunan ilkeli bireyler olduklarını gösterir (Hollander, 2012). Kapsayıcı lider, ekip üyeleri arasındaki bireysel farklılıkları tanır ve bunlara saygı duyar, ekip üyelerini fikirlerini ve endişelerini ifade etmeye davet eder, ekip üyelerinin fikir ve önerilerini içtenlikle dinler ve ekip üyelerini eleştirilip cezalandırılacaklarından endişe etmeden farklı yaklaşımlar denemeye teşvik eder (Carmeli vd., 2010; Ye, Wang ve Guo, 2019). Böylelikle kapsayıcı lider, tüm ekip üyelerinin benzersizlikleri ve farklılıklarıyla tanındığını ve takdir edildiğini hissetmelerini sağlar. Sonuç olarak kapsayıcı liderin altında çalışanlar, desteklendiğini hissedecek ve organizasyonda takdir edildiklerine ve saygı duyulduklarına inanacaklardır (Ye vd., 2019).

Kapsayıcı lider; farklı yaklaşımları, tarzları, bakış açıları ve deneyimleri kabul eden davranışları nedeniyle örgüte olumlu katkıları bulunur (Winters, 2014). Yakın tarihli yapılan araştırmalarda Ye vd. (2019) fayda-maliyet analizi teorisine dayanarak yaptıkları çalışmada kapsayıcı liderin çalışanların hatalarından öğrenmeleri üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu, Javed, Naqvi, Khan, Arjoon ve Tayyeb (2019) örgütsel adalet algısı ve örgütsel vatandaşlık davranışlarını artırdığını, Qi, Liu, Wei ve Hu (2019) çalışan yaratıcılığını teşvik ettiğini, Xiaotao, Yang ve Diaz (2018) çalışanların performanslarını artırdığını göstermiştir.

2.2. Liderlik Tarzları ve Kapsayıcı Liderlik

Dönüşümcü liderler geniş vizyonları sayesinde çalışanlarında örgütsel bağlılığı artırır ve tüm çalışanlarını örgütsel hedefler doğrultusunda bir araya getirir. Kapsayıcı lider ise, üyeleri oldukları gibi kabul etmeye, benzersiz yetenek ve bakış açılarıyla örgüte katkıda bulunmalarına izin vermeye odaklanır (Randel vd., 2018). Bu yönüyle bakıldığında çalışanları ortak hedef doğrultusunda bir araya getiren dönüşümcü lider, doğası gereği kapsayıcı değildir. Çünkü dönüşümcü lider, çalışanları örgütün ihtiyaçlarına göre motive etmeye ve geliştirmeye odaklanırken, kapsayıcı liderin odağında, liderin çalışanlarını tüm farklılıkları ve benzersiz yetenekleriyle kabul etmek ve bu benzersizlerinin değerli olduğunu hissettirmek vardır (Randel vd., 2018).

Güçlendirici lider, çalışanların kendi kararları ve hedefleri üzerindeki kontrolünü kolaylaştırmaya odaklanır, ancak kapsayıcı liderliğin yaptığı gibi çalışanların çalışma grubu içinde bir aidiyet duygusu hissetmelerini kolaylaştıran davranışları sergilemezler. Güçlendirici lider gücün paylaşımına, öğretime ve koçluğa dayanırken, kapsayıcı liderlik aidiyeti ve bireyin kendisini benzersiz kılan

şeylere dayalı olarak örgüte katkıda bulunabileceği hissini geliştirir. Kapsayıcı bir lider, çeşitliliği en iyi nasıl destekleyeceğini dikkatlice düşünür ve aynı zamanda ortaya çıkabilecek herhangi bir çatışmayı yapıcı bir şekilde yönetebilir. Tüm bu yönleriyle kapsayıcı lider, güçlendirici liderlikten ayrılmaktadır.

Gotsis ve Grimani (2016) hizmetkâr liderliği, işyerinde çeşitlilik ve katılımı geliştirmenin potansiyel bir yordayıcısı olduğunu belirtmişlerdir. Hizmetkâr liderlik, liderin kişisel çıkarlarından ziyade örgüt, çalışanlar, müşteriler ve toplum gibi diğer paydaşların başarısının liderin ahlaki sorumluluğunda odaklanan bir liderlik tarzı olarak tanımlanır. Hizmetkâr liderliğin geniş kapsamlı sorumluluğun olması kapsayıcılığı ima ediyor gibi görünse de, hizmetkâr lider çalışanların bir duyguyu hissetmelerine yardımcı olmaktan ziyade çalışanlar için fırsatlar geliştirmek ve sağlamakla ilgilidir (Liden, Wayne, Zhao ve Henderson, 2008). Hizmetkâr lider, çalışanlar için başarıya ulaşmaya ve yaratmaya odaklanır, ancak çalışma grubuna ait olma veya benzersizlik için çalışan ihtiyaçlarına yönelme konusunda zorunlu değildir. Dolayısıyla kapsayıcı lider, hizmetkâr lider tarafından tam olarak ele alınmayan odakları içermektedir. Bu odak noktaları içerisinde, farklı bakış açıları ve yaklaşımları talep etmeye özel önem vererek, norm olmayan ancak performansa katkıda bulunan bakış açıları ve yönelimleri desteklemek bulunur.

Srivastava ve Dhar (2017), otantik liderliğin kapsayıcılığı beslediğini ve bu bağlamda kapsayıcı bir lider ile benzer özelliklere sahip olduğunu düşünmektedir. Aslında otantik liderliğin kapsayıcı lider ile bazı örtüşmeleri olsa da, farklı yönleri de bulunmaktadır (Boekhorst, 2015). Otantik lider, daha fazla öz farkındalık, içselleştirilmiş bir ahlaki bakış açısı, bilginin dengeli işlenmesi, ilişkisel şeffaflığı teşvik etmek için hem olumlu psikolojik kapasiteleri artıran hem de olumlu bir etik iklimi destekleyen ve teşvik eden davranış olarak tanımlanır (Walumbwa, Avolio, Gardner, Wernsing ve Peterson, 2008). Tanımından da anlaşılacağı üzere, otantik lider başkalarında özgünlüğe izin vermeye ve/veya teşvik etmeye odaklanmak yerine büyük ölçüde kendine dayalı bir yaklaşımdır (Walumbwa vd., 2008). Bu yönüyle otantik liderlikte bir liderin davranışı vurgulanırken, kapsayıcı liderlikte ise çalışanların, çalışma grubu içindeki sadakat ve benzersizlik ihtiyaçlarının yerine getirilmesi için grup ortamını oluşturulması vurgulanır. Otantik liderlik, liderin eylemlerine ve davranışlarına dayanır. Buna karşılık, kapsayıcı liderlik, üyelerin kabul görmesini sağlamaya ve farklı bakış açılarıyla örgüte katkıda bulunmaya odaklanmaktadır.

Son olarak, kapsayıcı liderlik, lider-üye etkileşimi (LÜE) teorisi ile karşılaştırılır. LÜE teorisi, liderlerin bir üyeden diğerine kaliteli olarak değişen ilişkiler kurduğunu belirtmektedir (Liden, Erdogan, Wayne ve Sparrowe, 2006). LÜE, anlayış düzeyi, birbirlerine yardım etme ve çalışma ilişkisinin etkinliği gibi değişimin unsurlarına odaklanma eğilimindedir (Scandura ve Graen, 1984). Grubunun tüm üyeleriyle yüksek kaliteli LÜE ilişkisi olan bir liderin kapsayıcı olduğu düşünülebilir (Nishii ve Mayer, 2009). Bununla birlikte yüksek kaliteli bir LÜE ilişkisi mutlaka kapsayıcı liderlik anlamına gelmez. Örneğin, bir lider, yüksek kaliteli bir lider-üye etkileşiminin özü olan davranışlarda bulunarak (örneğin çalışanlarıyla sürekli iletişim kurması, onların sorunları ve ihtiyaçlarıyla ilgilenmesi gibi), çalışanların örgüte bağlılığını artırabilir. Örgüte bağlılık yüksek olsa bile çalışan eşsiz ve benzersiz yeteneklerinin örgüt tarafından değer gördüğünü düşünmeyebilir. LÜE, lider ve üyeler arasında olumlu kaynak alışverişini ve desteği kolaylaştırmaya odaklanmıştır. Buna karşılık, kapsayıcı liderlik, aidiyet duyguları yaratır ve

çalışanın eşsiz yeteneğinin kuruluş tarafından değerli ve memnuniyetle karşılandığına dair bir his yaratır.

Sonuç olarak kapsayıcı liderin, kavramsal olarak ilişkili olabilecek diğer liderlik tarzlarıyla karşılaştırıldığında en dikkate değer farkları kapsayıcı liderliğin; kabul, aidiyet, benzersizlik ve kapsayıcılığa önem vermesi olduğu söylenebilir (Randel vd., 2018; Qi vd., 2019).

3. Metodoloji

3.1. Prosedür ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Kuzey Kıbrıs'taki kamu kurum/kuruluşlarında çalışanlar oluşturmaktadır. Bu maksatla tüm kamu kurum/kuruluşlarının amirleri ile görüşülmüş ve araştırmanın yapılması için müsaade istenmiştir. Araştırmanın yapılmasına müsaade eden kamu/kuruluşların çalışanlarına tesadüfi örneklem yöntemi kullanılarak kapalı zarfta anketler dağıtılmıştır. Gönüllülük esasına göre doldurulan anketler yine kapalı zarfta araştırmacılar tarafından geri toplanmıştır. Elde edilen 372 anket verisi incelenmiş ve aykırı değerlere sahip olan 14 anket araştırmadan çıkarılmıştır. Araştırma 358 anket verisi ile tamamlanmıştır.

Katılımcıların 184'ü erkek, 174'ü kadındır. Bu katılımcıların 214'ü evli, 144'ü bekârdır. 11 katılımcı doktora, 30 katılımcı yüksek lisans, 235 katılımcı lisans ve 82 katılımcı önlisans ve altı eğitime sahiptir. 70 katılımcının iş tecrübesi 1 yıl ve altında, 237 katılımcının 2-5 yıl arasında, 51 katılımcının ise 5 yıl ve üstünde iş tecrübesi bulunmaktadır.

3.2. Etik Hususlar

Öncelikle ölçeği geliştiren yazarlardan olan Roni Reiter-Palmon ile irtibata geçilmiş ve ölçeğin Türkçeye uyarlanması ve çeviri çalışmasının yapılabilmesi için müsaade alınmıştır. Araştırmanın etik onayı Kıbrıs İlim Üniversitesi Etik Kurulundan alınmıştır (Etik kurul Karar nu: 17). Anket uygulamasından önce kurum amirleri ile görüşülmüş ve araştırmanın amacı konusunda bilgilendirilmiştir. Sadece araştırmanın yapılmasına müsaade eden kurum amirlerinin çalışanlarına anket uygulaması yapılmıştır. Tüm katılımcılar araştırma hakkında bilgilendirilmiş ve gönüllülük esasına göre anketler doldurulmuştur.

3.3. Çeviri ve Ön Test Çalışması

Anketin Türkçeye uyarlama ve çevirisini gerçekleştirmek için Brislin vd. (1973) tarafından önerilen 5 aşamalı çeviri tekniği kullanılmıştır. Bu aşamalar; ilk çevirinin yapılması, ilk çevirinin değerlendirilmesi, ölçeğin orijinal formuna geri çevirme, geri çevirinin değerlendirilmesi ve son aşama olan uzman görüşünün alınmasıdır. Bu maksatla yönetim ve organizasyon konusunda 10 yıldan fazla akademik geçmişe sahip olan iki akademisyen tarafından ölçek orijinal formu olan İngilizceden Türkçeye çevrilmiştir. Elde edilen Türkçe ölçek farklı dört akademisyen tarafından değerlendirilmiştir. Değerlendirmede çevirinin kalitesi, ölçekte yer alan ifadelerin kültürel olarak uygunluğu ve anlaşılabilirliği kontrol edilmiştir. Daha sonrasında iki İngiliz dil ve edebiyatı bölümünde görev yapan akademisyenler tarafından, anket Türkçeden ölçeğin orijinal diline geri çevrilmiş ve farklı iki akademisyen tarafından geri çevirme işlemi değerlendirilmiştir. Son olarak elde edilen Türkçe ölçek, özgün

hali ile karşılaştırılmış ve iki uzman tarafından değerlendirilmiştir. Uzman değerlendirmesinden sonra çeviri çalışması yapılan ölçeğin kullanılmasına karar verilmiştir. Çeviri çalışması yapılan ölçek, 25 katılımcıya uygulanarak tüm ifadelerin anlaşılır olduğu teyit edilmiştir. Kapsayıcı liderlik ölçeğinde yer alan ifadeler Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Kapsayıcı Liderlik Ölçeğinde Yer Alan İfadeler

	Madde No	Ölçekte yer alan ifadeler
Açıklık	1	Yönetici, yeni fikirleri duymaya açıktır.
	2	Yönetici, iş süreçlerini iyileştirmek için yeni fırsatlara dikkat ediyor.
	3	Yönetici, istenen hedefleri ve bunları başarmanın yeni yollarını tartışmaya açıktır.
Hazır Olma	4	Yönetici, sorunları çözmek için hazırdır.
	5	Yönetici, takımdan biri olarak görülür ve kolayca ulaşılabilir.
	6	Yönetici, kendisine danışılacak profesyonel sorular için hazırdır.
	7	Yönetici, talep ve isteklerimi dinlemeye hazırdır.
Ulaşılabilirlik	8	Yönetici, ortaya çıkan sorunlarda kendisine danışmamı veya erişmemi teşvik ediyor.
	9	Yönetici, ortaya çıkan sorunları tartışmaya açıktır.

Kaynak: Carmeli, Reiter-Palmon ve Ziv, 2010: 250-260

3.4. Kapsayıcı Liderlik Ölçeği

Kapsayıcı liderlik ölçeği 2010 yılında Carmeli ve arkadaşları tarafından “İş yerinde yaratıcı görevlerde kapsayıcı liderlik ve çalışan katılımı: Psikolojik güvenliğin aracı rolü” başlıklı çalışmada geliştirilmiştir. 9 ifadeden oluşan ölçek 3 boyutludur. Ölçekteki 1, 2 ve 3. ifadeler açıklık boyutunu, 4, 5, 6 ve 7. ifadeler hazır olma boyutunu, 8 ve 9 ifadeler ise ulaşılabilirlik boyutunu ifade etmektedir. 5’li likert tipinde hazırlanan ölçekte 1= Hiç Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılıyorum ve 5= Tamamen Katılıyorum ifade eder. Ölçekten elde edilen puan 9 ile 45 arasında değişebilir. Ölçekten alınan puan ne kadar yüksekse, çalışanın kapsayıcı liderlik algısının da o kadar yüksek olduğunu gösterir. Carmeli vd. (2010) yaptıkları çalışmada kapsayıcı liderlik ölçeğinin Cronbach alfa değerini 0.94 olarak ölçmüşlerdir. Ayrıca ölçekteki ifadelerin faktör yüklerinin 0.51 ile 0.82 arasında değiştiğini tespit etmişlerdir.

3.5. İstatistiksel Analiz

İstatistiksel analizler, SPSS 24.0 ve AMOS-18 istatistik yazılımı kullanılarak yapılmıştır. Öncelikle Bartlett's testi ve Kaiser–Meyer–Olkin (KMO) küresellik testleri verilerin yeterliliğini değerlendirilmek için hesaplanmıştır. Ölçeğin, geçerliliğini test etmeye yönelik olarak keşfedici faktör analizi (KFA) ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA) gerçekleştirildi. Ölçeğin güvenilirliğinin tespit edilmesine yönelik olarak; Cronbach alpha iç tutarlılık katsayısı, bileşik güvenilirlik (CR) değeri, madde toplam korelasyonu ve test- tekrar test uygulanmıştır.

4. Bulgular

4.1. Geçerlilik Çalışmaları

Geçerlilik, ölçüm aracının ölçmeyi istediği davranışı ya da niteliği gerçekten ölçüp ölçmediği ile ilgilidir ve ölçüm aracının işlevini ne kadar iyi yerine getirdiğinin bir ölçüsüdür (Anastasi ve Urbina, 1997, Sürücü ve Maslakçı, 2020). Kapsayıcı liderlik ölçeğinin geçerliliğinin tespit edilmesine yönelik olarak dilsel geçerlilik ve yapı geçerliliği test edilmiştir.

Dilsel geçerlik: Kapsayıcı liderlik ölçeğinin orijinal formu ile Türkçe formu arasındaki dilsel geçerliliğin test edilmesine yönelik olarak Hambleton ve Bollwark (1991) tarafından önerilen yöntem izlenmiştir. Bu kapsamda ölçeğin Türkçe ve orijinal formu aynı örneklem grubuna uygulanmış ve iki form arasındaki korelasyon ölçülmüştür. İngiliz dili ve edebiyat bölümünde okuyan 50 öğrenciye önce ölçeğin İngilizce formu, 2 hafta sonrasında ise ölçeğin Türkçe formu uygulanmıştır. Her iki form arasındaki korelasyon $r = 0.821$ ($p < 0.05$) olarak ölçülmüştür. Bu değer her iki form arasında yüksek korelasyon olduğunu, çeviri ve uyarlama çalışması yapılan ölçeğin dilsel geçerliliğinin olduğunu göstermektedir.

Yapı Geçerliliği: Uyarlama ve çevirisi yapılan kapsayıcı lider ölçeğinin yapısının tespit edilebilmesi amacıyla keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizleri yapılmıştır.

Keşfedici faktör analizi: 9 maddelik kapsayıcı liderlik ölçeği, varimax rotasyonlu temel bileşen analizi kullanılarak keşfedici faktör analizine tabi tutulmuştur. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterlilik değerinin 0.907 olması araştırmanın faktör analizi için yeterli örneklem büyüklüğüne sahip olduğuna işaret etmektedir. Keşfedici faktör analizi, toplam varyansın % 65.321'ini açıklayan 3 faktörlü bir yapıyı ortaya çıkarmıştır (Kaiser-Meyer-Olkin= 0.907, Bartlett Testi= 1994.651, $p < .001$). Çalışma doğrultusunda Faktör 1 (Açıklık), varyansın % 34.710'unu (3 madde), faktör 2 (Hazır Olma) varyansın % 18.324'ünü (4 madde), faktör 3 (Ulaşılabilirlik) varyansın % 12.287'sini (2 madde) açıklamaktadır. Faktör yükleri Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Faktör Analizi Sonuçları

Alt Boyutlar ve Ölçekte Yer Alan İfadeler	Faktör Yükleri		
	1	2	3
Açıklık			
Yönetici, yeni fikirleri duymaya açıktır.	0.626		
Yönetici, iş süreçlerini iyileştirmek için yeni fırsatlara dikkat ediyor.	0.716		
Yönetici, istenen hedefleri ve bunları başarmanın yeni yollarını tartışmaya açıktır.	0.735		
Hazır Olma			
Yönetici, sorunları çözmek için hazırdır.	0.310	0.519	
Yönetici, takımdan biri olarak görülür ve kolayca ulaşılabilir.		0.645	
Yönetici, ona danışılacak profesyonel sorular için hazırdır.		0.753	
Yönetici, talep ve isteklerimi dinlemeye hazırdır.		0.604	0.333
Ulaşılabilirlik			
Yönetici, ortaya çıkan sorunlarda ona danışmamı veya erişmemi teşvik ediyor.			0.578
Yönetici, ortaya çıkan sorunları tartışmaya açıktır.			0.776
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)	0.907		
Ki-Kare (χ^2)	1994.651		
Serbestlik Derecesi (df)	36		
Anlamlılık Derecesi (p)	0.000		

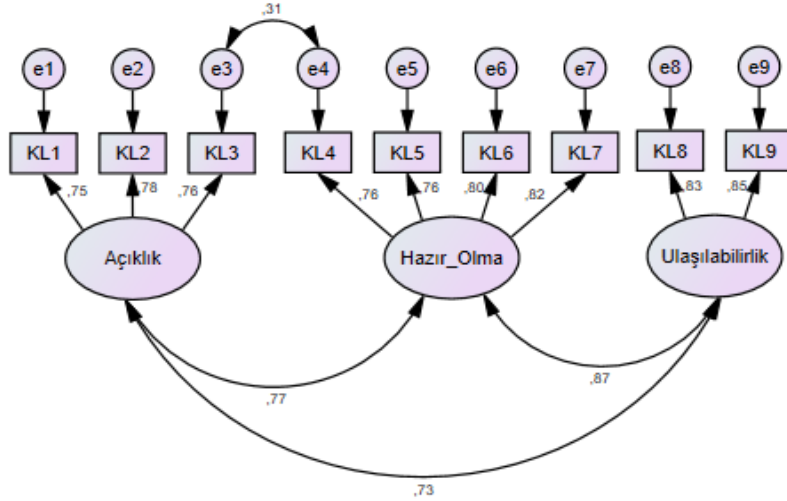
Faktör yükleri 0.519 ile 0.776 arasında değişmektedir. Yapılan faktör analizinde 4. ifade (Yönetici, sorunları çözmek için hazırdır) ve 7. ifade (Yönetici, talep ve isteklerimi dinlemeye hazırdır) çapraz yüklenmiştir. Bununla birlikte, yüksek olan değerler doğru faktöre yüklenmesi ve faktör yükleri arasında 0,1'den daha fazla fark olması nedeniyle bu ifadeler ölçekten çıkarılmamıştır (Hair, Black, Babin, Anderson, 2010). Literatür faktör yüklerinin 0.50'den büyük olmasının oldukça iyi olduğunu ve ayırt edici özelliğinin bulunduğunu belirtmektedir (Tabachnick, Fidell ve Ullman, 2007; Sürücü ve Maslakçı, 2020). Bu kapsamda kapsayıcı liderlik ölçeğinde yer alan ifadelerin yükleri oldukça iyi seviyededir.

Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA): Üç faktörlü kapsayıcı liderlik ölçeğinin yapı geçerliliğini test etmeye yönelik olarak doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. AMOS 18 programı yardımıyla yapılan doğrulayıcı faktör analizini maksimum olasılık tahmin prosedürleri kullanılarak gerçekleştirildi. Yapılan DFA' da 3 farklı model test edilmiş ve sonuçlar Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. Kapsayıcı liderlik ölçeğinin üç modeli için uyum iyiliği endeksleri

Model	χ^2	Df	χ^2/df	p	GFI	NFI	TLI	CFI	RMSEA
Model 1 (Tek Faktör)	248.627	27	9.208	0.000	0.825	0.877	0.888	0.888	0.104
Model 2 (İki Faktör)	112.909	25	4.516	0.000	0.939	0.944	0.936	0.956	0.095
Model 3 (Üç Faktör)	72.124	23	3.136	0.000	0.960	0.964	0.975	0.975	0.074

Tablo 3'teki değerler 3 faktörlü yapının (Model 3) daha iyi uyum indekslerine sahip olduğunu göstermektedir ($\chi^2= 72.124$, $df= 23$, $\chi^2/df= 3.136$, $GFI= 0.960$, $NFI= 0.964$, $TLI= 0.975$, $CFI= 0.975$, $RMSEA= 0.074$). Yapılan analizler kapsayıcı liderlik ölçeğinin yapı geçerliğinin olduğunu göstermektedir.

**Şekil 1. Kapsayıcı Liderlik Ölçeği Faktör Yapısı**

4.2. Güvenirlilik Çalışmaları

Güvenirlilik, kullanılan ölçüm aracının kararlılığını ve zaman içerisindeki tutarlılığını ifade eder (Sürücü ve Maslakçı, 2020). Diğer bir ifadeyle güvenirlilik, ölçüm aracının farklı zamanlarda uygulandığında, benzer sonuçlar verme yeteneğidir. Kapsayıcı liderlik ölçeğinin güvenirliliğini tespit etmeye yönelik olarak literatürde önerilen birkaç yöntem izlenmiştir. Öncelikle ölçeğin iç tutarlılığının tespit edilmesine yönelik olarak Cronbach alpha iç tutarlılık katsayısı ve bileşik güvenirlilik değeri hesaplanmıştır. Cronbach alpha değeri ölçeğin geneli için 0.911, alt boyutlarından; açıklık için 0.813, hazır olma için 0.865, ulaşılabilirlik alt boyutu için 0.828 olarak ölçülmüştür. Bileşik güvenirlilik değerleri ise sırasıyla; 0.809 (açıklık), 0.864 (hazır olma), 0.828 (ulaşılabilirlik) ve 0.922 (ölçeğin geneli) olarak hesaplanmıştır. Bu değerler literatürde yaygın olarak kabul edilen 0.7 eşliğinin üzerindedir (Hair et al., 2014; Sürücü ve Maslakçı, 2020).

Korelasyon, ölçme araçlarının birbirleriyle ilişkisini ölçmesinin yanı sıra ölçeklerin güvenilirliklerini tespit etmekte de kullanılabilir (Sürücü ve Maslakçı, 2020). Bu kapsamda kullanılan madde toplam korelasyonu, bir ölçüm aracındaki her bir maddenin puanının, ölçüm aracındaki tüm öğelerin toplam puanı ile ne derece ilişkili olduğunu ifade eder (Sürücü ve Maslakçı, 2020). Literatür ölçekteki ifadeler için madde-toplam korelasyon katsayılarının 0.30 ile 0.80 arasında olmasının yeterli olacağı ve bu değerlere sahip ifadelerin ayırt edici ifadeler olduğu belirtilmektedir (Büyüköztürk, 2017; Sürücü ve Maslakçı, 2020). Kapsayıcı liderlik ölçeğinin madde-toplam korelasyon sonuçları Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Madde Toplam Korelasyon Sonuçları

İfade	Boyut	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonu	Madde Silindiğinde Cronbach Alpha
KL1	Açıklık	0.611	0.907
KL2	Açıklık	0.653	0.904
KL3	Açıklık	0.668	0.903
KL4	Hazır Olma	0.737	0.898
KL5	Hazır Olma	0.687	0.901
KL6	Hazır Olma	0.704	0.900
KL7	Hazır Olma	0.744	0.898
KL8	Ulaşılabilirlik	0.705	0.900
KL9	Ulaşılabilirlik	0.733	0.898

Tablo 4'teki sonuçlar, açıklık boyutundaki ifadelerin madde toplam korelasyon değerlerinin $r = 0.611$ ile $r = 0.668$ arasında, hazır olma boyutundaki ifadelerin $r = 0.687$ ile $r = 0.744$ arasında ve ulaşılabilirlik boyutundaki ifadelerin madde toplam korelasyonlarının ise $r = 0.705$ ve $r = 0.733$ olduğunu göstermektedir. Elde edilen değerlerin literatürde önerilen değerler arasında olması, kapsayıcı liderlik ölçeğinde yer alan ifadelerin ayırt edici özelliğinin olduğunu göstermektedir.

Test-tekrar test güvenilirliği, ölçüm aracının farklı zamanlar içerisinde, aynı örneklem grubuna uygulandığında, elde edilen sonuçların tutarlılığını ifade eder (Sürücü ve Maslakçı, 2020). Farklı zamanlarda yapılan özdeş anket verileri arasındaki korelasyonun yüksek olması, ölçüm aracının test-tekrar test güvenilirliğinin olduğunu ve ölçeğin zamana karşı tutarlı olduğunu bir göstergesidir. Whiston (2012) iki anket verisi arasında korelasyonun 0.80 ve üzerinde olması durumunda ölçeğin test tekrar test güvenilirliğini sağladığını belirtmektedir. Bu maksatla uyarlama ve çevirisi yapılan kapsayıcı liderlik ölçeği iki hafta ara ile aynı örneklem grubuna uygulanmıştır ($n=61$). İki anket verisi arasında korelasyonun $r = .811$ olması ölçeğin test-tekrar test güvenilirliğinin olduğunu göstermektedir. Son olarak iki anket verisi arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığının tespitine yönelik yapılan t-test iki verinin ortalama değerleri arasında anlamlı bir farklılığının olmadığını ($t=2.109$, $t=2.141$ ve $p>0.05$) göstermiştir. Elde edilen veriler kapsayıcı liderlik ölçeğinin zamana karşı tutarlı sonuçlar verdiğini ve güvenilir olduğunu göstermektedir.

5. Sonuç

Günümüz koşullarında çeşitliliğe özel bir vurgu yapılmadan oluşturulan geleneksel ekipler genellikle ortalama seviyelerde performans gösterirler. Küresel ve kültürel açıdan farklı insan sermayesine sahip olan örgütler ise, yüksek risklerle beraber ve önemli fırsatlarda elde edebilir. Lider, farklı insan sermayesinin sahip olduğu deneyim ve değerlere dikkat eder ve bu farklılıkları örgütün avantajına kullanabilirse, örgütsel performans da buna paralel olarak artacaktır. Başarıyı sağlayabilmek için liderin farklı bakış açısı ve yaklaşımlara özel önem vererek, norm olmayan ancak performansa katkıda bulunan davranışları ve yönelimleri desteklemesi gerekir. Aksi bir durumda ise örgüt içerisindeki bu çeşitlilik örgütün olumsuz etkileyecektir.

Kapsayıcı bir lider, örgüt içerisindeki farklılıkların yönetilmenin yanı sıra, bu farklılıkları fark etme, değer verme ve farklıları memnuniyetle karşılayan liderlik tarzıdır. Kapsayıcı lider çalışanların psikolojik olarak kendilerini güvende hissettikleri, yeni ve faydalı fikirler ürettikleri bir sosyal ortam yaratır. Oluşturulan bu ortam yüksek kaliteli ilişkilere (Carmeli vd., 2010), çalışanın refahına (Choi vd., 2017), yenilikçi davranışlar göstermesine (Qi vd., 2019), hatalarından öğrenmelerine (Ye vd., 2019) ve görev performanslarının artmasını (Xiaotao vd., 2018) imkan sağlar.

Kapsayıcı liderlik araştırmalarının nicel olarak yapılabilmesi için Carmeli vd. (2010) tarafından 9 maddelik ölçek geliştirilmiştir. Bu çalışmanın amacı, kapsayıcı liderlik ölçeğinin çeviri ve uyarlama çalışmasını yapmak ve Türk kültüründe ölçeğin uygulanabilirliğini test etmektir. Araştırma yapılamadan önce kapsayıcı liderlik ölçeğini geliştiren yazarlardan olan Roni Reiter-Palmon ile iletişime geçilmiş ve ölçeğin çeviri ve uyarlama çalışması için izin istenmiştir. Ölçeğin çeviri işlemi Brislin vd. (1973) önerileri doğrultusunda 5 aşamalı olarak yapılmış ve 10 yıldan fazla akademik geçmişe sahip olan 10 akademisyen ve 2 uzmandan yardım alınmıştır. Çeviri çalışması tamamlanan ölçeğin geçerliliğinin test edilmesine yönelik olarak dilsel geçerlilik ve yapı geçerliliği kontrol edilmiştir. Dilsel geçerliliğin test edilmesi aşamasında 61 öğrenciye önce ölçeğin İngilizce formu, 2 hafta sonrasında ise ölçeğin Türkçe formu uygulanmıştır. Her iki form arasındaki yüksek korelasyon ($r= 0.821$, $p<0.05$) ölçeğin dilsel geçerliliğinin olduğunu göstermektedir. Ölçek yapısının tespit edilebilmesi amacıyla KFA ve DFA analizleri yapılmıştır. Yapılan keşfedici faktör analizi ölçeğin 3 faktörlü yapısının olduğunu, doğrulayıcı faktör analizi ise 3 faktörlü bir yapının iyi uyum değerlerine sahip olduğunu göstermiştir ($\chi^2= 72.124$, $df= 23$, $\chi^2/df= 3.136$, $GFI= 0.960$, $NFI= 0.964$, $TLI= 0.975$, $CFI= 0.975$, $RMSEA= 0.074$).

Kapsayıcı liderlik ölçeğinin güvenilirliğin tespit edilmesine yönelik olarak; iç tutarlılığı, ölçekte yer alan ifadelerin ayırt ediciliği ve zamana karşı tutarlılığı test edilmiştir. Ölçeğin iç tutarlılığının tespit edilmesinde Cronbach alpha iç tutarlılık katsayısı ve bileşik güvenilirlik değeri hesaplanmış ve kabul edilebilir sınırlar içinde olduğu tespit edilmiştir (>0.7). Ölçekte yer alan ifadelerin ayırt ediciliğinin tespit edilmesine yönelik madde toplam korelasyon analizi yapılmış ve korelasyon değerinin 0.611 ile 0.744 arasında olduğu tespit edilmiştir. Bu değerler ölçekteki ifadelerin ayırt edici özelliğinin olduğunu göstermektedir. Araştırmanın son aşamasında kapsayıcı liderlik ölçeğinin zaman karşı tutarlılığının tespit edilmesine

yönelik olarak test tekrar test yapılmış, çeviri ve uyarlama yapılan kapsayıcı liderlik ölçeğinin zaman karşı tutarlı sonuçlar verdiğini tespit edilmiştir.

Sonuç olarak, Türk kültürüne uyarlama ve çeviri çalışması yapılan kapsayıcı liderlik ölçeğinin geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu ve Türk örneklem grubuna uygulanabileceği tespit edilmiştir. Bu yönüyle araştırmamızın Türk yazınına katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Referanslar

- Anastasi, A. ve Urbina, S. (1997). *Psychological testing*. Prentice Hall/Pearson Education.
- Aslan, H. (2019a). Mediating role of perceived organizational support in inclusive leadership's effect on innovative work behavior. *Business & Management Studies: An International Journal*, 7(5), 2945-2963.
- Aslan, H. (2019b). The mediating role of inclusive leadership in the effect of work engagement on innovative work behavior. *OPUS-International Journal of Society Researches*, 14(20), 1055-1069.
- Barak, M. E. (2011). *Managing diversity: Toward a globally inclusive workplace* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Blake, T. H. (2015). Managing cultural diversity: implications for organizational competitiveness. *Academy of Management Perspectives*, 5(3), 45-56.
- Boekhorst, J. A. (2015). The role of authentic leadership in fostering workplace inclusion: A social information processing perspective. *Human Resource Management*, 54(2), 241-264.
- Brewer, M. B. (1991). The social self: On being the same and different at the same time. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17(5), 475-482.
- Brislin, R. W., Lonner, W. J. ve Thorndike, R. M. (1973). *Cross-Cultural Research Methods*, New York, John Wiley - SonsPub.
- Büyüköztürk, Ş. (2017). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı* (23. Baskı). Ankara: Pegem Akademik Yayıncılık.
- Carmeli, A., Reiter-Palmon, R. ve Ziv, E. (2010). Inclusive leadership and employee involvement in creative tasks in the workplace: The mediating role of psychological safety. *Creativity Research Journal*, 22(3), 250-260.
- Chin, J. L. (2010). Introduction to the special issue on diversity and leadership. *American Psychologist*, 65(3), 150-156.
- Choi, S. B., Tran, T. B. H. ve Kang, S. W. (2017). Inclusive leadership and employee well-being: The mediating role of person-job fit. *Journal of Happiness Studies*, 18(6), 1877-1901.
- Gerritsen, R. (2020). *Barriers and facilitators to inclusive leadership*. (Master thesis). Radboud University, Hollanda.
- Gotsis, G. ve Grimani, K. (2016). The role of servant leadership in fostering inclusive organizations. *Journal of Management Development*, 35(8), 985-1010.
- Hair Jr., J. F., Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.
- Hambleton, R. K. ve Bollwark, J. (1991). Adapting tests for use in different cultures: Technical issues and methods. *Bulletin of the International Testing Commission*, 18, 3-32.

- Hollander, E. P. (2012). *Inclusive leadership: The essential leader-follower relationship*. New York: Routledge.
- Javed, B., Naqvi, S. M. M. R., Khan, A. K., Arjoon, S. ve Tayyeb, H. H. (2019). Impact of inclusive leadership on innovative work behavior: The role of psychological safety. *Journal of Management and Organization*, 25(1), 117-136.
- Kuknor, S. (2015). New horizons in human resource development. *International Journal of Advance and Innovative Research*, 2(2), 35-38.
- Kuknor, S. C. ve Bhattacharya, S. (2020). Inclusive leadership: new age leadership to foster organizational inclusion. *European Journal of Training and Development*.
- Lasrado, F. (2020). Let's get everyone involved! The effects of transformational leadership and organizational culture on organizational excellence. *International Journal of Quality & Reliability Management*.
- Liden, R. C., Erdogan, B., Wayne, S. J. ve Sparrowe, R. T. (2006). Leader-member exchange, differentiation, and task interdependence: implications for individual and group performance. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 27(6), 723-746.
- Liden, R. C., Wayne, S. J., Zhao, H. ve Henderson, D. (2008). Servant leadership: Development of a multidimensional measure and multi-level assessment. *The Leadership Quarterly*, 19(2), 161-177.
- Miller, F. A. (1998). Strategic culture change: the door to achieving high performance and inclusion. *Public Personnel Management*, 27(2), 151-160.
- Müceldili, B., Tatar, B. ve Erdil, O. (2018). Kapsayıcı liderlik ve öznel ilişkisel deneyimin psikolojik uygunluğa etkisi: Bir Model Önerisi, 6. *Örgütsel Davranış Kongresi*, 602-610.
- Nembhard, I. M. ve Edmondson, A. C. (2006). Making it safe: The effects of leader inclusiveness and Professional status on psychological safety and improvement efforts in health care teams. *Journal of Organizational Behavior*, 27(7), 941-966.
- Nishii, L. H. ve Mayer, D. M. (2009). Do inclusive leaders help to reduce turnover in diverse groups? The moderating role of leader-member exchange in the diversity to turnover relationship. *Journal of Applied Psychology*, 94(6), 1412-1426.
- Nishii, L. H. (2013). The benefits of climate for inclusion. *Academy of Management Journal*, 56(6), 1754-1774.
- Qi, L., Liu, B., Wei, X. ve Hu, Y. (2019). Impact of inclusive leadership on employee innovative behavior: Perceived organizational support as a mediator. *PloS One*, 14(2), e0212091.
- Randel, A. E., Galvin, B. M., Shore, L. M., Ehrhart, K. H., Chung, B. G., Dean, M. A. ve Kedharnath, U. (2018). Inclusive leadership: Realizing positive outcomes through belongingness and being valued for uniqueness. *Human Resource Management Review*, 28(2), 190-203.
- Sanyal, C., Wilson, D., Sweeney, C., Rachele, J. S., Kaur, S. ve Yates, C. (2015). Diversity and inclusion depend on effective engagement. *Human Resource Management International Digest*, 23(5), 21-24.
- Scandura, T. A. ve Graen, G. B. (1984). Moderating effects of initial leader-member exchange status on the effects of a leadership intervention. *Journal of Applied Psychology*, 69(3), 428-436.

- Shore, L. M., Randel, A. E., Chung, B. G., Dean, M. A., Ehrhart, K. H. ve Singh, G. (2011). Inclusion and diversity in work groups: A review and model for future research. *Journal of Management*, 37(4), 1262–1289.
- Srivastava, A. P. ve Dhar, R. L. (2017). Authentic leadership and extra role behavior: a school based integrated model. *Current Psychology*, 38(3), 684-697.
- Sürücü, L., Maslakci, A. ve Sesen, H. (2020). Zorunlu vatandaşlık davranışı ölçeğinin Türkçeye uyarlanması: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Business and Economics Research Journal*, 11(2), 571-579.
- Sürücü, L. ve Maslakçı, A. (2020). Validity and reliability in quantitative research, *BMIJ*, 8(3), 2694-2726, doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v8i3.1540>
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S. ve Ullman, J. B. (2007). *Using multivariate statistics* (Vol. 5, pp. 481-498). Boston, MA: Pearson.
- Walumbwa, F. O., Avolio, B. J., Gardner, W. L., Wernsing, T. S. ve Peterson, S. J. (2008). Authentic leadership: Development and validation of a theory-based measure. *Journal of Management*, 34(1), 89-126.
- Whiston, S. C. (2012). *Principles and applications of assessment in counseling*. Boston: Cengage Learning.
- Winters, M. (2014). From diversity to inclusion: An inclusion equation. In B. M. Ferdman, & B. R. Deane (Eds.), *Diversity at work: The practice of inclusion* (pp. 205–228). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Workman-Stark, A. L. (2017). *Inclusive Policing from the inside out*. Cham: Springer International Publishing.
- Xiaotao, Z., Yang, X., Diaz, I. ve Yu, M. (2018). Is too much inclusive leadership a good thing? An examination of curvilinear relationship between inclusive leadership and employees' task performance. *International Journal of Manpower* 39(7), 882-895.
- Ye, Q., Wang, D. ve Li, X. (2019). Inclusive leadership and employees' learning from errors: a moderated mediation model. *Australian Journal of Management*, 44(3), 462-481.
- Yıldız, A. ve Ekingen, E. (2020). Paternalistik liderliğin hizmet inovasyon davranışı üzerine etkisinin ve iş tatmininin aracılık rolünün yapısal eşitlik modellemesi ile test edilmesi, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(3), 2916-2926.

**SOVEREIGN-BANK NEXUS OF TURKEY: AN ANALYSIS OF
SOVEREIGN RISK AND BANKING INDUSTRY
PERFORMANCE INDICATORS BASED ON CAMELS
RATING SYSTEM**

**TÜRKİYE’İN ÜLKE RİSKİ VE BANKACILIK BAĞLANTISI: ÜLKE RİSKİ
VE BANKACILIK SEKTÖR PERFORMANS İNDİKATÖRLERİNİN CAMELS
DERECELENDİRME SİSTEMİNE GÖRE ANALİZİ**

Osman ALTAY⁽¹⁾

Abstract: This study aims to examine the relationship between sovereign risk and financial performance of the Turkish banking industry in order to identify the interaction channels between these two. To this end, financial data relating to the Turkish banking industry were analyzed based on the CAMELS rating system and were compared with Turkey’s Credit Default Swap rates using the most appropriate causality analysis tools. The results showed that there are significant causal relations between sovereign risk and several banking industry indicators of CAMELS rating groups. Significant results were obtained especially as to the causalities between sovereign risk and CAMELS components, which are Capital Adequacy, Asset Quality, Liquidity, and Sensitivity. Empirical study indicates that 13 variables out of 26 variables have causal relationship with credit default swap rates according to Toda and Yamamoto Granger non-causality test results. Although the directions of causality vary among these variables, those results, which indicate influence of credit default swap rates on banking performance indicators, are remarkable.

Keywords: Finance, Banking, Risk, Granger Causality

Öz: Bu çalışma, Türkiye'nin ülke riski ile bankacılık sektörünün finansal performansı arasındaki karşılıklı ilişkiyi aralarındaki etkileşim kanallarını ortaya koyacak şekilde analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda Türkiye'deki bankacılık sektörünün finansal verileri CAMELS derecelendirme sistemine göre analiz edildi ve en uygun nedensellik araçları kullanılarak Türkiye'nin Kredi Temerrüt Swap oranları ile karşılaştırıldı. Sonuçlar, ülke riski ile CAMELS gruplamasında yer alan çeşitli bankacılık sektörü göstergeleri arasında anlamlı nedensellik ilişkisi olduğunu gösterdi. Özellikle ülke riski ile bankaların sermaye yeterliliği, mali yapıları, likidite verileri ve piyasa risklerine duyarlılıkları arasında nedensellik ilişkisi olduğuna dair anlamlı sonuçlara ulaşıldı. Ampirik çalışma, Toda ve Yamamoto Granger nedensellik testi sonuçlarına göre 26 değişkenden 13'ünün kredi temerrüt takas oranları ile nedensellik ilişkisi olduğunu göstermektedir. Bu değişkenler arasında nedensellik yönleri farklılık gösterse de kredi temerrüt takas oranlarının bankacılık performans göstergeleri üzerindeki etkisini gösteren sonuçlar dikkat çekicidir.

Anahtar Kelimeler: Finans, Bankacılık, Risk, Granger Nedensellik

JEL: E50, E58, G21

⁽¹⁾ Beykent Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü; osmanaltay@beykent.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2298-0620

Geliş/Received:02-11-2020; Kabul/Accepted: 16-05-2021

1. Introduction and Motivation

As they are indicated in the literature review part of this study, there exist several studies investigating sovereign creditworthiness and its impact on the funding and liquidity of the banking industry. However, a review of the present studies shows that there is a need for more studies on the mutual relationship between sovereign creditworthiness and the financial performance of banks.

Besides, there are implications that banks adjust their operations to mitigate the adverse effect of worsened creditworthiness of sovereigns (Grigorian & Manole, 2016: 17). In other words, banks inevitably arrange their operations with sovereign risk concerns in mind, and banks' financial ratios serve as first-hand indicators of this interconnection. On the other hand, sovereign risk measurements take into consideration developments in the financial sector and banking industry. In light of this, in this study, consolidated financial ratios of the Turkish banking industry, as a whole, were analyzed in order to find out any possible interconnectedness.

In economies, sovereign risk concerns might influence a wide array of sectors, which may be financial and/or real sectors. Kirikkaleli and Gokmenoglu (2019) investigated the causal relationship between sovereign credit risk and economic risk. As a result of their empirical study employing Toda-Yamamoto causality, Gradual Shift causality, and Wavelet Coherence tests, they concluded that, in Turkey, changes in sovereign credit risk meaningfully result in fluctuations in economic risk, demonstrating the significance of sovereign credit risk for foretelling economic risk.

With respect to the banking industry, the Bank for International Settlement (BIS) reported in 2011 that higher sovereign risk from late 2009 on has increased the funding cost and had a negative impact on the mixture of funding of some Euro area banks as a consequence of the deterioration in the creditworthiness of the home sovereign. Regarding this interconnection, studies in the literature focus mainly on the spillover effect caused by sovereign risk and its reflection on banks' funding costs, (Andreeva & Vlassopoulos, 2019; Angeloni & Wolff, 2012; Buch et al., 2016; De Bruyckere et al., 2013; Bolton & Jeanne, 2011; Demirgüç-Kunt & Huizinga, 2013) and it is accepted that decreasing trustworthiness of governments weakens banks' balance sheet due to increasing country risk profiles and cost of funding and it eventually decreases liquidity in the banking sector (Erce, 2015; Mirzaei et al., 2013; Boyd & De Nicoló, 2005; Wagner, 2010; Ghenimi et al., 2017; Sufian, 2012). Therefore, banks' balance sheets, especially the ratios calculated based on statement items, demonstrate their performance quite clearly. However, there is not an in-depth study on the empirical usefulness of such balance sheet indicators in terms of exposure of banking performance to sovereign risk.

Therefore, the main motivation of this study was to determine this interconnectedness between Turkey's sovereign risk and the financial performance of the banking industry in the country and to throw light on the risk factors in the banking system, which are more prone to the sovereign risk phenomenon. Understanding this interrelation is very important for the formation and implementation of appropriate risk management and financial policies both at micro- and macro-levels, and contribution to the literature with empirical findings based on this curiosity is another motivation of the present study.

2. Literature Review

Channels through which the creditworthiness of a country affects the banking industry can be categorized into four groups. The first group focuses on the relationship between macro-economic risks, the riskiness of banks, and actions of depositors while the second group studies the loan performance of banks in risky market circumstances. The third group analyzes risk management as a matter of market discipline and supervision whereas, in the fourth group, there exist studies examining the influence of macro-economic and sovereign risk variables on bank performance within the context of the 2008 financial crisis. The most prominent research on these groups are presented herein below.

2.1. Macro-economic Risk and Depositors

Exploring the relationship between bank deposits and sovereign risk, Levy-Yeyati et al. (2010), based on evidence on the 2000-2002 bank runs in Uruguay and Argentina in their study, highlighted the importance of macro-economic risk and stated that few macro-economic shocks could swiftly lead to large runs. Macro-economic risk influences deposits irrespective of traditional bank-specific features and depositors make a positive and quick reaction to risk in a wider sense than what was regularly presumed by previous scholars (Demirgüç-Kunt & Huizinga, 2004: 396; Soledad et al., 2001: 33-36).

2.2. Macro-economic Risk and Loan Performance

The effects of sovereign risk may shift to the financial system by means of lending channels. There are studies in the literature regarding the loan performance of banks in risky market circumstances. Boyd and De Nicoló (2005) stated that competition in the loan market mitigated the bank risk by decreasing the risk perception of borrowers under high sovereign risk conditions. Wagner (2010) showed that as borrowers feel safer, banks want to balance the consequence of risk measures on their balance sheet and shift to higher-risk lending. As another evidence of the significant relationship between sovereign risk determinants and banking performances, Huizinga & Laeven (2019: 29-34) examined the procyclicality of loan loss provision for banks in the euro area. Their main finding is that the impact of GDP growth on (provisioning procyclicality) in the euro area is about twice as big as in other countries.

Analyzing the credit risk on the performance of 26 Turkish banks between 2005 and 2017, Ekinici and Poyraz (2019) stated that there is a correlation between credit risk management and productivity of Turkish deposit banks. Podstawski and Velinov (2018) define 'Credit Supply Channel', 'Implicit Bailout Channel', 'Portfolio Channel', 'Collateral Channel', 'Guarantee Channel', and 'Rating Channel' as contagion channels of the sovereign-bank nexus. Ghenimi et al. (2017) investigated primary causes of banking fragility and concluded that credit risk and liquidity risk unconnectedly impact bank stability and that their interaction leads to instability.

2.3. Risk Management as a Matter of Market Discipline and Supervision

The 3rd pillar of BASEL II highlights that market discipline potentially strengthens capital regulation and other administrative and control efforts in order to improve soundness and safety in financial systems and banks (BIS, 2013). Furthermore, several academic studies (Cornett et al., 2011; Acharya & Schnabl, 2010: 69-70; Ashcraft, 2008: 24; Avery et al., 1988: 608-609) support risk management as a matter of market discipline and supervision. By means of a triple-difference approach taking

advantage of regulatory differences between the USA's state and national banks, Aldunate (2019) figured out that insured banks achieved higher deposit growth and lower funding costs and observed substitution of demand deposits for riskier time deposits.

Chortareas et al. (2011) tested the market power (Structure–Conduct–Performance and Relative Market Power) and the efficient structure (X- and scale efficiency) hypotheses by using a sample of more than 2,500 bank observations between 1997 and 2005 in nine Latin American countries. Their findings supported the efficient structure hypothesis that was found to be predominantly strong for the largest banking markets and capital ratios, and they stated that bank size is probably among the most significant aspects in clearing up higher-than-normal profits for the Latin American banks.

In their study, Podstawski and Velinov (2018) also indicated that the destabilizing impact arising from banks' exposure to sovereign default risk in relatively less developed countries was evident. On the other hand, increased bank exposure was seen to have a stabilizing impact throughout extraordinary times for the countries less influenced by the crisis – namely, France, Germany, the Netherlands, and Austria. They identified this situation as a disciplinary device that stimulates improvement in market discipline.

2.4. The Sovereign-Bank Nexus

Deteriorating financial conditions in the banking industry may lead to a reduction in the credit supply to the real economy, which may prompt economic slowdown and downsizing of the sovereign's tax base. Consequently, the creditworthiness of the sovereign will be affected by such a worsened fiscal position. On the other hand, risk contagion from the government to its banking industry is also evident (Andreeva & Vlassopoulos, 2019: 193). As banks normally hold substantial quantities of public debt, a rise in the apparent probability of sovereign default would worsen the banking industry's balance sheet statuses (Angeloni & Wolff, 2012; Buch et al., 2016; De Bruyckere et al., 2013: 28-30).

Implications of sovereign debt crises for the banking industry concern researchers with respect to the interrelation between debt management and sovereign default risk (Bolton & Jeanne, 2011: 191-192; Mishkin & Carey, 2013: 225-226; Bordo et al., 2010: 8). Brunnermeier et al. (2016) discussed the so-called sovereign-bank nexus or diabolic loop, which was the typical characteristic of the 2009-2012 sovereign debt crisis. Brunnermeier et al. (2016), indicated that worsening sovereign creditworthiness caused a sharp decrease in the market value of banks' holdings of domestic sovereign debt, especially in Ireland, Italy, Portugal, Greece, and Spain. This, in turn, adversely affected the solvency and lending activities of the banks in those countries, and the relevant governments halted the activities of the concerned banks, which enlarged the sovereign distress even further.

There exist recurrent studies analyzing the influence of macro-economic and sovereign risk variables on bank performance in the context of the 2008 financial crisis. For instance, making use of CDS data for 10 Euro-area countries, Erce (2015) indicated that sovereign risk feeds back into bank risk more intensely than bank risk into sovereign risk. Analyzing Pakistani banks within the scope of their study, Shair et al. (2019) concluded that liquidity risk had a positive impact while insolvency risk, credit risk, and competition adversely impacted the profitability of Pakistani banks.

Besides, they found that, in Pakistan, the capitalization, taxation, size, and GDP growth rate positively influenced banks' profits whereas the development and infrastructure of the banking industry had a negative impact on the profitability. Sufian (2012) examined the performance of 77 Sri Lankan, Bangladeshi, and Pakistani commercial banks from 1997 to 2008 and indicated that economic growth had a significantly positive influence on bank profitability but inflation had no significant influence thereon.

Mirzaei et al. (2013) investigated the impacts of market structure on stability and profitability for 1,929 banks in 40 emerging and advanced economies from 1999 to 2008 by means of integrating the traditional structure-conduct-performance (SCP) and relative-market-power (RMP) hypotheses. They observed that a greater market share resulted in higher bank profitability being biased toward the RMP hypothesis in advanced economies, yet neither hypothesis indicated profitability in emerging economies.

Demirgüç-Kunt and Huizinga (2004) examined the influence of sovereign deficits and indebtedness on credit default swap spreads and bank stock prices. They stated that bank stock prices reflected a negative capitalization of government debt and responded negatively to deficits. They also presented evidence that in 2008 large banks systematically saw a reduction in their market value in countries running large fiscal deficits, and a change in the bank credit default swap spreads in 2008 compared to 2007 reflected the deterioration of countries' public deficits.

The Banking Industry Country Risk Assessment (BICRA) methodology of S&P assumes that the creditworthiness of a sovereign and its banking industry are strictly related. Moreover, the methodology paper of the S&P states that most of the factors underlying a sovereign rating are significant in calculating a BICRA score (Gunning, 2012).

Compliant with the findings and expectations of the academic studies, the Banking Regulation and Supervision Agency of Turkey published a guide titled *Guide for the Management of Country Risk* in 2016. The guide explains sovereign risk matters and lays down principles for the Turkish banks to establish better sovereign risk management procedures (International Monetary Fund, 2017: 46).

As the COVID 19 pandemic has adverse impacts on economies, sovereign and bank nexus became an important concern of the finance sector and the academic studies in this field. It is stated by the reports of the IMF, (Global Financial Stability Report: Markets in the Time of COVID-19), World Bank, (Global Economic Prospects) and Bank of International Settlements, (Annual Economic Report) that social and economic problems caused by the epidemic have also shown their effects on the risk perceptions of the countries. For this reason, there was a record decrease in the country's credit ratings in 2020. Both developing and developed economies were affected by this situation through their finance sectors, especially the banking industry (IMF, 2020; World Bank 2021; BIS 2020). Additionally, in their study Boitan & Marchewka-Bartkowiak (2021) stated that with respect to their participation in sovereign debt market, banks are more sensitive to the negative information about the pandemic than the positive information reflected by government's reactions and economic stimulus measures.

3. Data and Methodology

The Banks Association of Turkey publishes quarterly consolidated financial statements and ratios of the Turkish banking industry, including every state-owned, private, and foreign bank. Empirical analysis within the scope of this study is based on these data, which complies with the CAMELS rating system. Besides, CDS premium rates are considered as a proxy indicator of sovereign risk in this study and Bloomberg was the source of these data series. Each data series with 68 observations covers the quarterly periods between 2002Q4-2019Q3. Banking data, in the performance ratio format, is available at the web site of The Banks Association of Turkey.

3.1. Data Selection Based on the CAMELS Rating System

The CAMELS as an acronym stands for “Capital adequacy, Asset quality, Management, Earnings, Liquidity, and Sensitivity”. In 1979, the Uniform Financial Institutions Rating System (UFIRS) was utilized for the first time in the U.S. banking industry. Later, following the U.S. Federal Reserve’s recommendation, the system became internationally known with the abbreviation, i.e., CAMEL, reflecting five assessment areas: capital, asset quality, management, earnings, and liquidity. In 1995, the Federal Reserve changed CAMEL to CAMELS, adding the “S” which stands for (S)ensitivity to Market Risk (Federal Deposit Insurance Corporation, 1996). In the literature, there are studies supporting the effectiveness and usefulness of CAMELS ratings in banking performance evaluations (Rahman & Islam, 2017: 120; Lopez, 1999)

This study employed a total of 26 financial ratios of the Turkish banking industry with respect to the CAMELS rating components. See Table 1 for the ratios falling under the capital adequacy component. The following are explanations according to each component of the CAMELS rating:

Capital Adequacy: The capital adequacy ratio is the ratio of equity and risk-weighted assets, a criterion for controlling the capital powers of banks and their risks. This ratio indicates the level of capital on reserve to handle a certain amount of loss before being at risk insolvent.

Asset Quality: Asset quality is measured based on proportional relevance between total asset amount and credit risk associated with it. While government bonds and T-bills are perceived as good among other items, junk bonds and low-quality loans are items that deteriorate the quality of assets.

Management Quality: Management assessment of banks mainly considers the income and expense structure of the concerned bank. This component of the CAMELS rating reflects the management’s capability to administer corporations’ daily activities while balancing risk management and profitability in harmony.

Earning Quality: Earning component of the CAMELS is the group of indicators showing a bank’s profitability. These ratios are assessed to reveal the earning capacity of banks.

Liquidity: As is commonly accepted, liquidity is the availability of assets that can be easily converted into cash. Liquidity in banking means the capability of a bank to meet its financial obligations by their maturity.

Sensitivity: The sensitivity component mainly concerns the balance sheet structure of a bank, refers to risk exposures of banks and includes credit concentrations from lending to specific industries such as credit card lending, agricultural lending, medical lending, and energy industry lending. Exposure to foreign exchange, equities, commodities, and derivatives is also included in a sensitivity analysis.

Table 1. Series and their Denominations

CAMELS Components	SERIES	Denomination
Country Risk Indicator	Capital Adequacy Ratio	CDS
Capital Adequacy	Equity / Assets Total	ADEQ
	(Equity - Fixed Assets) / Assets Total	EQU
	Financial Position Net / Equity	EQUFIX
Asset Quality	Financial Assets (net) / Assets Total	FPOS
	Total Loans and Receivables / Assets Total	FASS
	Total Loans and Receivables / Deposits Total	TOTL
	Non-Performing Loans (Gross) / Total Loans and Receivables	TOTLR
	Fixed Assets / Assets Total	NPRF
Management Quality	Net Interest Gain After Loan Loss Provisioning / Total Assets	FIXA
	Net Interest Gain After Loan Loss Provisioning / Total Operational Gain or Loss	INTG
	Non-Interest Gains (net) / Total Assets	INTGL
	Other Operational Losses / Assets Total	NINTG
	Non-Interest Gains (net) / Other Operational Losses	OOPL
Earning Quality	Average Profitability of Assets	NINTN
	Average Profitability of Equity	APRO
	Earnings Before Tax / Assets Total	APRE
Liquidity	Liquid Assets / Assets Total	EBTA
	Liquid Assets / Short Term Liabilities	LQAS
	Local Currency Liquid Assets / Assets Total	LQST
	Local Currency Liquid Assets / Assets Total	LCLA
Sensitivity	Local Currency Assets / Assets Total	LCAA
	Foreign Currency Assets / Foreign Currency Liabilities	FCAF
	Local Currency Deposits / Total Deposits	LCDT
	Local Currency Loans and Receivables / Total Loans and Receivables	LCLT
	Total Deposits / Total Assets	TDTA
	Loans Received / Total Assets	LRTA

Table 2. Descriptive Statistics of Series

Series	Mean	Median	Maximum	Minimum	Std. Dev.	Skewness	Kurtosis	Jarque-Bera	Probability
CDS	5,53	5,48	6,85	4,88	0,45	1,19	4,24	20,47	0,00
ADEQ	2,95	2,89	3,47	2,69	0,20	1,06	3,06	12,64	0,00
EQU	2,51	2,50	2,72	2,28	0,10	0,26	2,54	1,34	0,51
EQUFIX	2,05	2,12	2,34	0,47	0,30	-3,25	15,83	586,48	0,00
FPOS	3,60	3,89	4,20	-0,92	0,79	-3,20	16,88	662,50	0,00
FASS	3,27	3,32	3,79	2,67	0,35	-0,33	1,84	5,02	0,08
TOTL	3,93	4,00	4,22	3,28	0,27	-1,04	3,01	12,27	0,00
TOTLR	4,44	4,49	4,79	3,68	0,33	-0,76	2,52	7,17	0,03
NPRF	1,39	1,22	2,92	0,96	0,48	1,72	5,43	50,41	0,00
FIXA	1,37	1,19	2,35	0,99	0,38	1,39	3,60	22,90	0,00
INTG	0,64	0,74	1,67	-0,92	0,56	-0,48	2,52	3,30	0,19
INTGL	4,02	4,05	4,22	3,45	0,15	-2,09	7,64	110,37	0,00
NINTG	0,05	0,05	1,59	-1,20	0,64	0,09	2,56	0,64	0,73
OOPL	0,32	0,41	1,53	-1,20	0,65	-0,33	2,39	2,31	0,32
NINTN	4,34	4,34	5,04	3,86	0,24	0,31	3,25	1,25	0,54
APRO	0,64	0,59	1,48	0,18	0,29	0,24	2,46	1,49	0,48
APRE	2,74	2,66	3,60	2,37	0,24	0,74	3,77	7,94	0,02
EBTA	0,25	0,34	1,16	-1,20	0,58	-0,49	2,52	3,38	0,18
LQAS	3,35	3,42	3,68	2,62	0,27	-1,71	5,25	47,37	0,00
LQST	3,95	4,00	4,31	3,25	0,27	-1,50	4,90	35,70	0,00
LCLA	2,63	2,84	3,19	0,74	0,63	-1,88	5,65	59,97	0,00
LCAA	4,17	4,18	4,31	3,98	0,09	-0,42	2,35	3,19	0,20
FCAF	4,46	4,46	4,53	4,40	0,04	0,10	2,03	2,80	0,25
LCDT	4,08	4,12	4,24	3,74	0,12	-0,84	2,98	8,01	0,02
LCLT	4,20	4,24	4,32	3,73	0,12	-2,16	7,91	120,89	0,00
TDTA	4,10	4,12	4,20	3,99	0,06	-0,21	1,37	8,01	0,02
LRTA	2,40	2,40	2,69	2,00	0,16	-0,38	2,32	2,92	0,23

3.2. Methodology

In this section, Toda and Yamamoto's (1995) approach was used to test the causality relationship between banking performance indicators and sovereign risk indicator. This approach involves a modified Wald (MWALD) test in an augmented Vector Autoregression (VAR) model and does not necessitate pretesting for the cointegration assets of the system. According to Toda and Yamamoto (1995), economic variables could be integrated into different orders, non-cointegrated, or both cases can be valid at the same time. Error Correction Model (ECM) cannot be applied for Granger causality tests in these cases. Therefore, Toda and Yamamoto (1995) developed an alternative test, regardless of the order of integration, cointegration, non-cointegration, and arbitrary order of the series. This procedure allows performing causality testing between integrated variables on the asymptotic theory.

The main idea behind Toda and Yamamoto's (1995) approach is to artificially enlarge the true delay length of the VAR model by the maximal order of integration that may take place in the process. This extra lag procedure of Toda and Yamamoto was enhanced by other researchers as well (Giles & Mirza, 1999; Rambaldi & Doran,

1996; Zapata & Rambaldi, 1997). They confirmed that regardless of the integration or cointegration features of the variables involved, the extra lag procedure generated an asymptotic chi-square (χ^2) null distribution for the Wald Granger non-causality test statistic in a VAR system. Achieving valid test results regardless of the integration and cointegration features of the variables is the main advantage of this approach.

To sum up, Toda and Yamamoto's (1995) approach is a modified version of the Granger causality test. This approach requires the implementation of specific subtest stages, which are an approximation of the order of integration of the variables, the maximum delay length of the variables in the VAR, the long-run relationship between the variables in the VAR, and finally the testing of the hypothesis of Granger non-causality, as indicated above. All models and analyses were conducted in Eviews software.

3.3. Model

The approach requires a proper selection of the optimal delay length in the first place. Integration levels of variables were found with the aid of the Augmented Dickey-Fuller (ADF) and Phillips-Perron (PP) unit root tests. For the delay length selection, criteria consisting of the Akaike information criterion (AIC), the Schwarz criterion (SC), the sequential modified LR test statistic (LR), the Hannan Quinn (HQ), and the final prediction error (FPE) were simultaneously used. The maximum order of integration matched by most of these six different criteria was obtained, and this number (d_{\max}) was summed by the number difference level (p) where stationarity of the variable was obtained and eventually, when a bivariate linear autoregressive model of the two variables X_1 and X_2 was considered, a VAR($p+d_{\max}$) model was constructed as follows:

$$Y_t = a_0 + a_1 Y_{t-1} + \dots + a_p Y_{t-p} + b_1 X_{t-1} + \dots + b_p X_{t-p} + u_t \quad (1)$$

$$X_t = c_0 + c_1 X_{t-1} + \dots + c_p X_{t-p} + d_1 Y_{t-1} + \dots + d_p Y_{t-p} + v_t \quad (2)$$

Testing $H_0: b_1 = b_2 = 0 = \dots = b_p = 0 / d_1 = d_2 = 0 = \dots = d_p = 0$, hypothesis of the test for the nonattendance of Granger causality by approximating the VAR model (1) and (2) could be presented as follows:

H_0 : Y does not Granger-cause X, H_1 : Y Granger-cause X

After the determination of the bivariate VAR($p+d_{\max}$), the constraint that the coefficients for delay variables of $i = 1, 2, \dots, p$ equal zero was tested. As the significance of coefficients was tested, extra n lag variables were excluded. This procedure is required to boost the suitability of asymptotic critical values where the variables are integrated (Toda & Yamamoto, 1995: 227-250).

The Granger causality test is a statistical hypothesis test that is useful to determine whether a one-time series is convenient in forecasting another as well as presenting the direction of causality between variables or not. Granger causality test results contributed much to the main aim of this study in respect of empirical research as they highlighted the causality between the sovereign risk indicator, CDS premium rates, CDS, and banking performance indicators of the Turkish banking industry, which were represented by "PI", i.e., performance indicator. Therefore, causality between sovereign risk indicator and each one of the banking performance indicators was tested separately by running the test procedure for every pair combination.

$$CDS_t = a_0 + \sum_{i=1}^{p+n} \alpha_i CDS_{t-1} + \sum_{i=1}^{p+n} \beta_i PI_{t-1} + u_t \quad (3)$$

$$PI_t = a_0 + \sum_{i=1}^{p+n} \beta_i PI_{t-1} + \sum_{i=1}^{p+n} \alpha_i CDS_{t-1} + v_t \quad (4)$$

where α and β are the coefficients, t is the observation number, p is the number difference level, n is the d_{max} , which is the maximum order of integration as indicated above, u_t and v_t are the error terms, CDS is the Credit Default Swap Premium Rates, and PI represents each single performance indicator.

3.3.1. The Order of Integration and Optimal Lag Order Determination

Variables were transformed logarithmic series before testing their order of integration and lag orders. Order of Integration was determined by the Augmented Dickey-Fuller (ADF), Phillips-Perron (PP) and Kwiatkowski-Phillips-Schmidt-Shin (KPSS) test. Probability level 0.05 was achieved at the each order of integration level indicated in the list below. The orders of integrations for each variable and optimal lag lengths in VAR models selected by criteria mentioned in the previous section are presented by the following Table 3.

Table 3. Unit Root Test and Lag Length Selection Test Results

VARIABLES	ADF Augmented Dickey-Fuller Level & Difference	Philips-Perron Level & Difference
CDS	-6.72*** (1),n	-6.602***(1),n
ADEQ	-8.18*** (1),t+i	-8.29***(1),n
EQU	-3.878* (0) t	-3.878* (0) t
EQUFIX	-4.35*** (1),t+i	-4.33***(1),t+i
FPOS	5.78 (0) t+i	5.73 (0) t+i
FASS	-2.90 (0) t+i	-2.63 (0) t+i
TOTL	-0.29 (0) t+i	-0.44 (0) t+i
TOTLR	-0.77*** (1),t+i	-4.16*** (1),t+i
NPRF	-0.51 (0) t+i -3.21*** (1),n	-0.79 (0) t+i -5.12*** (1),n
FIXA	-4.07*** (1),n	-0.28 (0) t+i -7.05*** (1),n
INTG	-7.34 (0) t+i -6.07*** (1),n	-27.26*** (1),n
INTGL	-6.71*** (1),t	-10.61*** (1),t
NINTG	-2.04*** (1),t+i	-25.06*** (1),t+i
OOPL	-3.18*** (1),n	-35.63*** (1),n
NINTN	-4(0) t	-3.38 (0) t
APRO	-3.09(0) i	- 2.41(0) i
APRE	-0.71*** (1),n	-5.28*** (1),n
EBTA	-2.71(0) t	-9.27 (0) t
LQAS	-5.94*** (1),n	-7.91*** (1),n
LQST	-8*** (1),t	-8*** (1),t
LCLA	-8.64*** (1),t	-8.64*** (1)t
LCAA	-0.11(0) t+i	-0.65 (0) t+i
FCAF	-7.93*** (1),n	-10.50*** (1),n
LCDT	-0.591(0) t+i	-1.42 (0) t+i
LCLT	-2.20*** (1),t	-6.89*** (1),t
TDTA	-2.79(0) t+i	-2.81 (0) t+i
LRTA	-2.43(0) t	-2.66 (0) t

*,**,*** show statistical significance at 10%,5%,1% significance levels.
(t+i t and i represent trend & intercept, i intercept, n none in test method)

4. Granger Non-Causality Test Results

As explained in the methodology section, the Toda and Yamamoto Granger non-causality test (Toda and Yamamoto, 1995) requires the selection of the optimal lag for the Granger non-causality Test and the application of an extra lag procedure, VAR(p + n). At the same time, the coefficients of the causal variable for p lags were

limited to zero for the Wald test of linear restrictions. This procedure was done for the two equations (equation 1 and equation 2) of each indicator, which were derived from the CAMELS approach. Table 4 displays a summary of the Toda and Yamamoto Granger non-causality Test results.

Table 4. Toda and Yamamoto Granger Non-Causality Test Results

Toda and Yamamoto Granger Non-causality Hypothesis Testing	Chi-squared test	Probability	Granger Causality
H ₀ : ADEQ → CDS H ₀ : CDS → ADEQ	CS1:6.09 CS2:19.08	Prob1:0.04 Prob2:0.000	Bidirectional Causality
H ₀ : EQU → CDS H ₀ : CDS → EQU	CS1:5.35 CS220.17	Prob1:0.06 Prob2:0.000	Unidirectional Causality CDS → EQU
H ₀ : FPOS → CDS H ₀ : CDS → FPOS	CS1:0.71 CS20.35	Prob1:0.69 Prob2:0.83	No Causality
H ₀ : INTGL → CDS H ₀ : CDS → INTGL	CS1:0.41 CS21.07	Prob1:0.81 Prob2:0.58	No Causality
H ₀ : NINTN → CDS H ₀ : CDS → NINTN	CS1:2.63 CS22.79	Prob1:0.26 Prob2:0.24	No Causality
H ₀ : LQAS → CDS H ₀ : CDS → LQAS	CS1:12.25 CS21.89	Prob1:0.002 Prob2:0.38	Unidirectional Causality LQAS → CDS
H ₀ : LQST → CDS H ₀ : CDS → LQST	CS1:9.58 CS24.25	Prob1:0.008 Prob2:0.11	Unidirectional Causality LQST → CDS
H ₀ : LCLA → CDS H ₀ : CDS → LCLA	CS1:9.07 CS21.99	Prob1:0.01 Prob2:0.36	Unidirectional Causality LCLA → CDS
H ₀ : LCAA → CDS H ₀ : CDS → LCAA	CS1:4.73 CS21.03	Prob1:0.09 Prob2:0.59	No Causality
H ₀ : FCAF → CDS H ₀ : CDS → FCAF	CS1:0.24 CS22.93	Prob1:0.88 Prob2:0.23	No Causality
H ₀ : LCDT → CDS H ₀ : CDS → LCDT	CS1:4.14 CS23.54	Prob1:0.12 Prob2:0.17	No Causality
H ₀ : LRTA → CDS H ₀ : CDS → LRTA	CS1:0.85 CS212.36	Prob1:0.65 Prob2:0.002	Unidirectional Causality CDS → LRTA
H ₀ : EQUFIX → CDS H ₀ : CDS → EQUFIX	CS1:3.78 CS23.63	Prob1:0.15 Prob2:0.16	No Causality
H ₀ : FASS → CDS H ₀ : CDS → FASS	CS1:3.76 CS23.28	Prob1:0.15 Prob2:0.19	No Causality
H ₀ : TOTL → CDS H ₀ : CDS → TOTL	CS1:12.41 CS211.15	Prob1:0.002 Prob2:0.003	Bidirectional Causality
H ₀ : TOTLR → CDS H ₀ : CDS → TOTLR	CS1:12.17 CS214.84	Prob1:0.002 Prob2:0.000	Bidirectional Causality

H ₀ : NPRF \nrightarrow CDS H ₀ : CDS \nrightarrow NPRF	CS1:30.16 CS21.10	Prob1:0.000 Prob2:0.5	Unidirectional Causality NPRF \rightarrow CDS
H ₀ : FIXA \nrightarrow CDS H ₀ : CDS \nrightarrow FIXA	CS1:17.31 CS25.15	Prob1:0.000 Prob2:0.07	Unidirectional Causality FIXA \rightarrow CDS
H ₀ : INTG \nrightarrow CDS H ₀ : CDS \nrightarrow INTG	CS1:1.07 CS20.41	Prob1:0.5 Prob2:0.8	No Causality
H ₀ : NINTG \nrightarrow CDS H ₀ : CDS \nrightarrow NINTG	CS1:3.89 CS20.61	Prob1:0.14 Prob2:0.73	No Causality
H ₀ : APRO \nrightarrow CDS H ₀ : CDS \nrightarrow APRO	CS1:3.32 CS27.60	Prob1:0.19 Prob2:0.002	Unidirectional Causality CDS \rightarrow APRO
H ₀ : APRE \nrightarrow CDS H ₀ : CDS \nrightarrow APRE	CS1:1.43 CS28.34	Prob1:0.48 Prob2:0.01	Unidirectional Causality CDS \rightarrow APRE
H ₀ : EBTA \nrightarrow CDS H ₀ : CDS \nrightarrow EBTA	CS1:1.82 CS21.03	Prob1:0.40 Prob2:0.53	No Causality
H ₀ : LCLT \nrightarrow CDS H ₀ : CDS \nrightarrow LCLT	CS1:8.52 CS25.61	Prob1:0.01 Prob2:0.06	Unidirectional Causality LCLT \rightarrow CDS
H ₀ : TDTA \nrightarrow CDS H ₀ : CDS \nrightarrow TDTA	CS1:4.02 CS22.13	Prob1:0.13 Prob2:0.34	No Causality
H ₀ : OOPL \nrightarrow CDS H ₀ : CDS \nrightarrow OOPL	CS1:2.31 CS20.85	Prob1:0.31 Prob2:0.91	No Causality

(“ \nrightarrow ” symbols indicates the no causality hypothesis)

Applying least squares regression techniques to evaluate the two models, (1) and (2), produces four types of Granger causality tests: CDS causes PI if we reject $H_0 = \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_k = 0$; PI causes CDS if $H_0 = \alpha_1 = \alpha_2 = \dots = \alpha_k = 0$ is rejected; if both null hypotheses are rejected, (concurrent determination of CDS and PI) feedback is designated; and if neither null hypothesis is rejected, CDS and PI are independent (Walker, 2007).

Table 2 presents Toda and Yamamoto Granger non-causality test results. The “ \nrightarrow ” sign was used instead of the phrase “does not Granger-cause”. For instance, ADEQ \nrightarrow CDS means ADEQ does not Granger-cause CDS.

Based on the regression analysis and the Granger causality test result, causality directions between the sovereign risk factor and banking performance indicators are summarized in Table 5.

Table 5. Summary of the Causality Test Results

Bidirectional Causality	CDS	ADEQ - Capital Adequacy Ratio (Capital Adequacy) TOTL - Total Loans and Receivables / Assets Total (Asset Quality) TOTLR - Total Loans and Receivables / Deposits Total (Asset Quality)
Unidirectional Causality	CDS (Independent)	EQU - Equity / Assets Total (Capital Adequacy) LRTA - Loans Received / Total Assets (Sensitivity) APRO - Average Profitability of Assets (Earning Quality) APRE - Average Profitability of Equity (Earning Quality)
Unidirectional Causality	CDS (Dependent)	LQAS - Liquid Assets / Assets Total (Liquidity) LQST - Liquid Assets / Short Term Liabilities (Liquidity) LCLA - Local Currency Liquid Assets / Assets Total (Liquidity) NPRF - Non-Performing Loans (Gross) / Total Loans and Receivables (Asset Quality) FIXA - Fixed Assets / Assets Total (Asset Quality) LCLT - Local Currency Loans and Receivables / Total Loans and Receivables (Sensitivity)

Empirical study results indicate that 13 variables out of 26 variables have a causal relationship with the CDS variable according to the Toda-Yamamoto and Toda-Yamamoto-Granger non-causality approach. Among these, with respect to the CAMELS rating system, 2 variables are from the capital adequacy group, 4 variables are from the asset quality group, there is no variable from the management quality group, 2 variables from the earning quality group, 3 variables from the liquidity group, and 2 variables from the sensitivity group.

5. Discussion & Conclusion

Banks undertake the responsibilities of managing the financial resources of the economies. Problems such as financial distress, failure to fulfill its responsibilities, bankruptcy that may arise in a bank do not only affect the banks and their stakeholders, but also the financial system, economic structure, and sovereign risk of the country where they operate. Besides, macroeconomic conditions and sovereign risk have an influence on banking as well. Macroeconomic conditions such as growth stemming from the economic structures of the countries, foreign trade deficit, current account deficit,

private and public debt stock, can directly affect the exchange rate and interest rates. Consequently, such changes in the macroeconomic conditions can also affect asset structure, liquidity, credit risks and profitability of the banks in the same system. Therefore, identification of the channels and direction of these interconnectedness' and causalities is important for better management of risks at banking and macroeconomic levels.

With this study, it was aimed to determine the causalities in question and an in-depth research on the empirical usefulness of balance sheet indicators of banks in terms of their exposure of banking performance to sovereign risk is presented. Understanding this interrelation is very important for the formation and implementation of appropriate risk management and financial policies both at micro- and macro-levels.

Empirical results of the study indicated the channels through which the sovereign creditworthiness and banking performance is interaction. These results represents strong interconnectedness between sovereign creditworthiness and "capital adequacy", "asset quality", "management quality", "liquidity" and "sensitivity" of the banks in Turkey. However, causalities between sovereign creditworthiness and banking performance indicators are not in the same direction. Those results, which indicate influence of sovereign creditworthiness on banking performance indicators, are remarkable. Causal relationships between CDS and loan performances of the Turkish Banks, which were defined by this study, proves other researchers, who indicated that effects of sovereign risk may shift to the financial system by means of lending channels (Boyd and De Nicoló, 2005; Wagner, 2010; Ekinci and Poyraz, 2019; Ghenimi et al., 2017). Unidirectional causal relation between CDS variables and liquidity variables as dependent variables supports the studies on spillover effect caused by sovereign risk (Erce, 2015; Mirzaei et al., 2013; Boyd & De Nicoló, 2005; Wagner, 2010; Ghenimi et al., 2017; Sufian, 2012). The reason may be the fact that stress experienced in the market may cause liquidity problems as banks have limited access to resources in such conditions. Besides, the proven interconnectedness between capital adequacy ratio and sovereign risk indicates the importance of a robust banking industry for a sovereign's economy.

Risk managers in businesses and fiscal bodies of governments should be aware of these channels and patterns of the determinants so that they can develop consistent policies for risk management. Besides, the banking market will attract more capital flows to the country as banks' stocks accumulate based on the improvement of their performance. Therefore, the empirical results of this study are interesting for not only risk managers but also regulatory and supervisory agencies including central banks and banking regulation agencies. Furthermore, these findings can help risk monitoring and fiscal policy development efforts increase the robustness of the banking sector and financial system against financial shocks and ensure the achievement of more precise sovereign risk perception regarding the banking industry.

References

- Acharya, V. V. & Schnabl, P. (2010). Do global banks spread global imbalances? Asset-backed commercial paper during the financial crisis of 2007-09. *IMF Economic Review*. <https://doi.org/10.1057/imfer.2010.4>
- Aldunate, F. (2019). Deposit insurance, bank risk-taking, and failures: Evidence from early twentieth-century state deposit insurance systems. *Review of Corporate*

- Finance Studies*. <https://doi.org/10.1093/rcfs/cfz001>
- Andreeva, D. C. & Vlassopoulos, T. (2019). Home bias in bank sovereign bond purchases and the bank-sovereign nexus. *International Journal of Central Banking*.
- Angeloni, C. & Wolff, G. B. (2012). Are banks affected by their holdings of government debt? *Bruegel Working Paper*.
- Annual Economic Report 2020. (2020). Bank of International Settlement. Retrieved May 29, 2021, from <https://www.bis.org/publ/arpdf/ar2020e.htm>
- Ashcraft, A. B. (2008). Does the market discipline banks? New evidence from regulatory capital mix. *Journal of Financial Intermediation*. <https://doi.org/10.1016/j.jfi.2007.05.003>
- Avery, R. B., Belton, T. M. & Goldberg, M. A. (1988). Market discipline in regulating bank risk: New evidence from the capital markets. *Journal of Money, Credit and Banking*. <https://doi.org/10.2307/1992286>
- BIS. (2011). The impact of sovereign credit risk on bank funding conditions. In *Committee on the Global Financial System Papers No. 43*.
- BIS. (2013). Basel Committee on banking supervision: Core principles for effective banking supervision. In *Bank for International Settlements*.
- Boitan, I. A. & Marchewka-Bartkowiak, K. (2021). The sovereign-bank nexus in the face of the COVID-19 pandemic outbreak—Evidence from EU member states. *Risks*, 9(5), 98. <https://doi.org/10.3390/risks9050098>
- Bolton, P. & Jeanne, O. (2011). Sovereign default risk and bank fragility in financially integrated economies. *IMF Economic Review*. <https://doi.org/10.1057/imfer.2011.5>
- Bordo, M. D., Meissner, C. M. & Stuckler, D. (2010). Foreign currency debt, financial crises and economic growth: A long-run view. *Journal of International Money and Finance*. <https://doi.org/10.1016/j.jimonfin.2010.01.002>
- Boyd, J. H. & De Nicoló, G. (2005). The theory of bank risk taking and competition revisited. *Journal of Finance*. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.2005.00763.x>
- Brunnermeier, M. K., Garicano, L., Lane, P. R., Pagano, M., Reis, R., Santos, T., Thesmar, D., Van Nieuwerburgh, S. & Vayanos, D. (2016). The sovereign-bank diabolic loop and esbies. *American Economic Review*. <https://doi.org/10.1257/aer.p20161107>
- Buch, C. M., Koetter, M. & Ohls, J. (2016). Banks and sovereign risk: A granular view. *Journal of Financial Stability*. <https://doi.org/10.1016/j.jfs.2016.05.002>
- Chortareas, G. E., Garza-Garcia, J. G. & Girardone, C. (2011). Banking sector performance in Latin America: Market power versus efficiency. *Review of Development Economics*. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9361.2011.00610.x>
- Cornett, M. M., McNutt, J. J., Strahan, P. E. & Tehranian, H. (2011). Liquidity risk management and credit supply in the financial crisis. *Journal of Financial Economics*. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2011.03.001>

- De Bruyckere, V., Gerhardt, M., Schepens, G. & Vander Vennet, R. (2013). Bank/sovereign risk spillovers in the European debt crisis. *Journal of Banking and Finance*. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2013.08.012>
- Demirgüç-Kunt, A. & Huizinga, H. (2004). Market discipline and deposit insurance. *Statistics and Probability Letters*. <https://doi.org/10.1016/j.jmoneco.2003.04.001>
- Demirgüç-Kunt, A. & Huizinga, H. (2013). Are banks too big to fail or too big to save? International evidence from equity prices and CDS spreads. *Journal of Banking and Finance*. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2012.10.010>
- Ekinci, R. & Poyraz, G. (2019). The effect of credit risk on financial performance of deposit banks in Turkey. *Procedia Computer Science*. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.139>
- Erce, A. (2015). Bank and Sovereign Risk Feedback Loops. *Federal reserve bank of dallas, globalization and monetary policy institute. Working Papers*. <https://doi.org/10.24149/gwp227>
- Federal Deposit Insurance Corporation. (1996). *Uniform financial institutions rating System*. Federal Register.
- Ghenimi, A., Chaibi, H. & Omri, M. A. B. (2017). The effects of liquidity risk and credit risk on bank stability: Evidence from the MENA region. In *Borsa Istanbul Review*. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2017.05.002>
- Global Economic Prospects*. (2021). World Bank. Retrieved May 29, 2021, from <https://www.worldbank.org/en/publication/global-economic-prospects>
- Global Financial Stability Report: Markets in the Time of COVID-19*. (2020). International Monetary Fund. Retrieved May 9, 2021, from <https://www.imf.org/en/Publications/GFSR/Issues/2020/04/14/global-financial-stability-report-april-2020>
- Grigorian, D. & Manole, V. (2016). Sovereign risk and deposit dynamics: Evidence from Europe. *IMF Working Papers*. <https://doi.org/10.5089/9781498381833.001>
- Gunning, G. (2012). Standard & Poor's new banking criteria levels the financial markets. *InFinance*.
- Hirtle, B. J. & Lopez, J. A. (1999). Supervisory information and the frequency of bank examinations. *Economic Policy Review*.
- Huizinga, H. & Laeven, L. (2019). The Procyclicality of banking: Evidence from the euro area. *IMF Economic Review*. <https://doi.org/10.1057/s41308-019-00081-5>
- International Monetary Fund. (2017). Turkey: Financial sector assessment program: detailed assessment of observance-assessment of observance of the CPMI-IOSCO principles for financial market infrastructure. *IMF Staff Country Reports*. <https://doi.org/10.5089/9781475576870.002>
- Kirikaleli, D. & Gokmenoglu, K. K. (2019). Sovereign credit risk and economic risk in Turkey: Empirical evidence from a wavelet coherence approach. *Borsa Istanbul Review*. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2019.06.003>

- Levy-Yeyati, E., Martínez Pería, M. S. & Schmukler, S. L. (2010). Depositor behavior under macroeconomic risk: Evidence from bank runs in emerging economies. *Journal of Money, Credit and Banking*. <https://doi.org/10.1111/j.1538-4616.2010.00300.x>
- Lopez, J. A. (1999). Using CAMELS ratings to monitor bank conditions. *Federal Reserve Bank of San Francisco Economic Letter*.
- Martínez Pería, M. S. & Schmukler, S. L. (2001). Do depositors punish banks for bad behavior? Market discipline, deposit insurance, and banking crises. *Journal of Finance*. <https://doi.org/10.1111/0022-1082.00354>
- Mirzaei, A., Moore, T. & Liu, G. (2013). Does market structure matter on banks' profitability and stability? Emerging vs. advanced economies. *Journal of Banking and Finance*. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2013.04.031>
- Mishkin, F. S. & Carey, M. (2013). Dimensions of credit risk and their relationship to economic capital requirements. In *Prudential Supervision*. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226531939.003.0006>
- Podstawski, M. & Velinov, A. (2018). The state dependent impact of bank exposure on sovereign risk. *Journal of Banking and Finance*. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2017.11.002>
- Qamruzzaman, M. & Wei, J. (2019). Do financial inclusion, stock market development attract foreign capital flows in developing economy: a panel data investigation. *Quantitative Finance and Economics*. <https://doi.org/10.3934/qfe.2019.1.88>
- Rahman, M. Z. & Islam, M. S. (2017). Use of CAMEL rating framework: A comparative performance evaluation of selected Bangladeshi private commercial banks. *International Journal of Economics and Finance*. <https://doi.org/10.5539/ijef.v10n1p120>
- Rambaldi, A. & Doran, H. (1996). Testing for granger non-causality in cointegrated systems made easy . In *Working paper*.
- Shair, F., Sun, N., Shaorong, S., Atta, F. & Hussain, M. (2019). Impacts of risk and competition on the profitability of banks: Empirical evidence from Pakistan. *PLoS ONE*. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0224378>
- Sufian, F. (2012). Determinants of bank profitability in developing economies: Empirical evidence from the South Asian banking sectors. *Contemporary South Asia*. <https://doi.org/10.1080/09584935.2012.696089>
- Toda, H. Y. & Yamamoto, T. (1995). Statistical inference in vector autoregressions with possibly integrated processes. *Journal of Econometrics*. [https://doi.org/10.1016/0304-4076\(94\)01616-8](https://doi.org/10.1016/0304-4076(94)01616-8)
- Wagner, W. (2010). Loan market competition and bank risk-taking. *Journal of Financial Services Research*. <https://doi.org/10.1007/s10693-009-0073-8>
- Walker, D. M. (2007). The economics of casino gambling. In *The Economics of Casino Gambling*. <https://doi.org/10.1007/978-3-540-35104-7>
- Zapata, H. O. & Rambaldi, A. N. (1997). Monte Carlo evidence on cointegration and causation. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*.

<https://doi.org/10.1111/1468-0084.00065>

TÜKETİM VE MUTLULUK İLİŞKİSİNE DAİR BİR ARAŞTIRMA GÜNDEMİ ÇERÇEVESİ

A RESEARCH AGENDA FRAMEWORK ON CONSUMPTION AND HAPPINESS

Ezgi MERDİN-UYGUR⁽¹⁾

Öz: Mutluluk ve tüketim arasında süre gelen ilişki, akademik ve profesyonel yazında geniş kapsamlı şekilde incelenmektedir. Bu makalede, pazarlamadaki yerini gittikçe genişleten mutluluk kavramının markalama ve tüketici davranışı yazınlarındaki yeri incelenmektedir. Makalenin odak noktaları yazına hakim olan akımlar, tanımlar, ölçüm yöntemleri ve kritik istisnalar olacaktır. Detaylıca değinilen kritik içgörüler deneyimsel tavsiye, deneyimsel hediyeler ve mutluluk temelli bölümlenme olarak sıralanabilir.

Anahtar kelimeler: Mutluluk, Tüketici Davranışı, Literatür Analizi

Abstract: *The relationship between happiness and consumption has been extensively studied in academic and professional literature. In this article, the focal point is the concept of happiness, which is gradually expanding its place in marketing, in branding and consumer behavior literature. The focus of the article will be the trends that dominate the literature, definitions, measurement / assessment methods and critical exceptions. The critical insights discussed in detail can be listed as the experiential recommendation, experiential gifts, and happiness-based segmentation.*

Keywords: *Happiness, Consumer Behavior, Literature Review*

JEL: M30, M31

1. Giriş

İnsanlar enerjilerini acıdan, üzüntüden ve eksikliklerden kurtulmak adına harcamak yerine daha da mutlu, daha da iyi hissedebileceği konumlara geçmek adına harcaşabilmelidir. Bu nedenle, psikoloji bilimi daha öncelerde bireyleri olumsuz duygusal durumlardan veya depresyondan uzaklaştırabilmek için seferber olurken şimdilerde çoğunlukla bireyi negatiften nötre değil, nötrden pozitif duygulara, iyiye, mutluya ulaştırabilmek için araştırmalar yapmaktadır. Bu araştırmalar bütünü pozitif psikoloji adı verilen bir akım içinde yer alır. Örneğin, Fredrickson (2001) “genişlet ve inşa et” teorisini ortaya koymaktadır. Bu teori, pozitif duygu deneyimlerinin insanların fiziksel, entelektüel, sosyal ve psikolojik kaynaklarını oluşturmaya yarayan anlık düşünce eylemi birikimlerini genişlettiğini ortaya koymaktadır. Seligman ve Csikszentmihalyi (2000) ise pozitif duyguların gelişen refah seviyesinin belirtisi olduğunu vurgulamaktadır.

Ekonomi, tüketici psikolojisi ve pazarlama alanları da mutluluk akımında öncelikli yer alan alanlardandır. Yıllarca para ve saadet paradigması içinde düşünülen mutluluk – tüketim – para üçgeni, akademik ve profesyonel yazında gittikçe daha fazla ve daha geniş kapsamlı şekilde incelenmektedir. Paranın mutluluğu nasıl satın alabildiğini açıklayan Johnson ve Krueger (2006), ekonomik kaynaklara olan psikolojik bakış

⁽¹⁾ Kadir Has Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü; ezgi.uygur@khas.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4065-7336

Geliş/Received: 09-04-2021; Kabul/Accepted: 24-06-2021

açımızın, yaşamımıza duyduğumuz memnuniyet ve genetik mutluluk belirleme noktalarımızla ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Lane (1993) mutluluğu doyum, iyi oluş, yaşam kalitesi, gelir ve özsaygı gibi kavramlarla ele almaktadır. Pazarlama da ekonomi, sosyoloji, sosyal psikoloji, politik, kültürel ve yasal yaşamdan son derece etkilenen bir çerçevede konumlandığından, pazarlama alanında pozitif duygu durumuna olan isteğin yansımaları araştırılmaktadır. Başta tüketici davranışı ve çalışan davranışı gibi alanlar olmak üzere stratejik yönetim bilimleri, pazarlama, reklamcılık, mağazacılık ve perakendecilik alanları psikolojik eğilimlerden oldukça fazla etkilenmektedir. 2000li yıllarda hem pazarlama akademisyenlerinin hem de iş dünyasının ve markaların öncelikli amaçlarından biri insanların sadece ihtiyaçlarına cevap vermekle yetinmeyip, onları “mutlu” etmek olmuştur. Örneğin, 2000 yılında yayın hayatına başlayan Journal of Happiness Studies ile sadece mutluluk üzerine özel sayılar hazırlayan Harvard Business Review gibi dergiler bu akımı desteklemektedir. Pozitif psikoloji eğilimi, sadece tüketici ihtiyacını gidermek yerine mutluluk hissi vaat eden reklâm ve markaların yükselişini de (Coca-Cola gibi) desteklemektedir. “Sonuçta hepimiz artık mutluluk işindeyiz” mottosundan yola çıkan Seligman (2007)’a göre pozitif psikoloji paradigması, pazarlamacılar tarafından çoktan benimsenip yaratıcı kullanımları görülmeye başlanmıştır. Özellikle reklamcılık alanında örnek sayılabilecek birkaç slogan şu şekildedir:

Coca Cola: Coca-Cola’yı aç, mutluluğu aç!

BMW: Sadece araba üretmiyoruz, keyif üretiyoruz.

Campbell’s: Her kaşıқта bir gülümseme.

Bu çalışmada, mutluluk kavramını pazarlama, markalama ve tüketici davranışı alanlarında ele alan güncel yazın incelenmektedir. İncelemenin odak noktaları yazına hakim olan akımlar, en sık kullanılan ölçüm yöntemleri ve kritik tartışma bölümünde anlatılan önemli istisnalar olacaktır.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Mutluluğu Tanımlamak

Tanımlamalar, kavramın sınırlarını çizerek belli bir bilim dalının kullanımına sunar. Her önemli kavram gibi mutluluğun da nasıl tanımlandığı, ölçümünü ve çıkarılacak sonuçların geçerliliğini etkiler. Pazarlama veya tüketime dair yapılan çıkarımların daha önce sosyal psikoloji, ekonomi veya sosyoloji alanlarına girdiği görülmektedir. Benzer dallarda olduğu gibi pazarlamada da postmodern zamanlar yepyeni tanımları gerektirmiştir. Örneğin, “tüketici nedir?” sorusunun cevabı postmodern perspektiften bakıldığında çok daha detaylı ve farklı olmuş (Babacan ve Onat, 2002: 11) ve sonuç olarak literatürün yönünü değiştirmiştir. Benzer şekilde, mutluluğu tanımlamakta da varyasyonlar ve değişimler kaçınılmazdır. Jacobsen (2007) mutluluğu, bireyin ihtiyaçları ile çevresinin ona sundukları arasındaki tutarlı denge olarak tanımlar. Veenhofen (2010) ise mutluluğun hem geçmiş tecrübe ve deneyimlerin değerlendirmesiyle hem de geleceğe dair öngörülerle tanımlanabileceğini belirtmiştir. Daha ekonomik bakış açılarına göre ise mutluluk, bireyin sosyo-ekonomik durumunu, etrafındaki diğer bireyler ile kıyaslayınca aldığı hazdır.

Duygu ve durumların mutluluk olarak tanımlanabilmesi için bazı temel bileşenler vardır. Seligman’a (2007) göre otantik mutluluk üç temel bileşen üzerine kurulur: haz, bağlılık ve anlam. Haz bileşeni, iyi hissetmeyi; bağlılık bileşeni iş, aile, arkadaşlık ve hobilerle dolu iyi bir hayat sürmeyi; anlam ise bizden daha üstün bir amaca

yapabileceğimiz katkıları ve güçlü yönleri ifade etmektedir. Yani keyifli hayat, meşgul hayat ve anlam dolu hayat mutluluğa giden üç ana yol olarak gösterilmiştir. Para ve sahipliklerden ziyade cömertlik, affedicilik, sağlam sosyal bağlar ve düşüncelilik asıl mutluluğun bileşenleri olarak modellenmiştir.

Pazarlama araştırmalarında mutluluğun ölçülmesinde büyük sorun yaratan bir anlaşmazlık da mutluluğun farklı araştırmacılarca farklı farklı tanımlanması olmuştur. Mutluluk uzun vadeli mi yoksa anlık olarak mı tanımlanmalı ve ölçülmeli sorusu araştırmalara hâkim olmuştur. Mutluluk ölçümleri mutluluğun sabit, zaman içinde kalıcı ve ulaşılması gereken son nokta olduğu varsayımına dayanır (Aaker, Rudd, ve Mogilner, 2011: 126). Ancak mutluluk son değil, dinamik, değişken, bağlama ve kategoriye göre değişebilen bir kavramdır.

Zamanlamanın yanı sıra tüketicilerin tek tip mutluluk peşinde koştuklarını varsaymaktansa mutluluğun farklı türleri bulunduğunu ve bunların bölümlenmesi gerektiği bilinci olmalıdır. Bu çok yönlü, değişken tanımlamalara dayanarak mutluluğun ölçümü de çok yönlü olagelmıştır.

2.2. Mutluluğu Ölçmek

Mutluluğun araştırmacılar tarafından farklı farklı tanımlanması ölçüm yöntemlerine de yansımıştır. Yazına en hâkim olan ölçekler öznel iyilik durumu ve hayattan tatmindir (Diener, Suh, Lucas, ve Smith, 1999: 276; Schimmack, Radhakrishnan, Oishi, Dzokoto, ve Ahadi, 2002: 582). Hayattan alınan tatmin kavramı ne kadar uzun süreli bir hissi tanımlıyorsa, örneğin pozitif duyguların negatiflerden fazla olması da bir o kadar anlık bir değerlendirmeyi kapsamaktadır (Lyubomirsky, King, ve Diener, 2005: 803). Pazarlama yazını perspektifinden Odabaşı'nın tanımına göre (2013) postmodern tüketici günlük mutluluk peşinde koşar ve anlık tatmin ister.

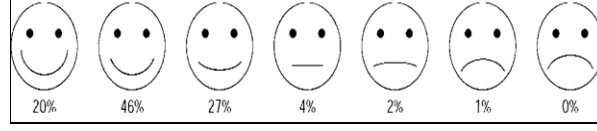
İyilik durumunu genel bakış açısıyla ölçebilmek için Howell, Pchelin, ve Iyer'in (2012) bir araya getirdiği bazı ölçekler Hayattan Duyulan Tatmin Ölçeği (SWLS; Diener, Emmons, Larsen, ve Griffin, 1985: 71), Öznel Mutluluk Ölçeği (Lyubomirsky ve Lepper, 1999: 137), Hayattaki Temel İhtiyaçların Giderilmesi Ölçeği (Gagne, 2003: 199) ve Finansal Stres – İyi Olma Hali Ölçeği'dir (IFDFW, Prawitz, Garman, Sorhaindo, O'Neill, Kim, ve Drentea, 2006: 34).

Bu ölçeklerle yapılan mutluluk değerlendirmelerinin diğer değişkenlerle de sürekli korelasyon gösterdiği bulunmuştur. Örneğin mutluluğun, umut (Snyder ve diğerleri, 1991: 570), dışadönüklük (Argyle, 2001), bedensel sağlık ve akıl sağlığıyla (Wilson, 1967: 294) pozitif ilişkisi gösterilmiştir.

Mutluluk konusunda çalışan önemli psikologlardan olan Ed Diener'in geliştirdiği öznel iyilik hali ölçeği (Diener, Smith, ve Fujita, 1995: 130) uluslararası kıyaslamalara da olanak verir. Diener ve Suh'un (2003) kullanım sonuçlarına göre toplumdaki mutluluk ve genel iyilik haliyle insan hakları ve eşitlik gibi değerler paralellik göstermektedir.

Tüketici davranışı yazınında en sık kullanılan mutluluk ölçümlerinden biri de deneyimlerden elde edilen mutluluğu ölçmektedir. Bu ölçekte Thomas ve Millar (2009) bireylere hem deneyimin onları ne kadar mutlu ettiğini sormakta, hem de bu deneyim yerine başka bir şey yapsalar mutlulukları nasıl etkilenirdi gibi kıyaslamalı soru sormaktadır. Uygulamada ayrıca tek cümlelik genelgeçer mutluluk ifadeleri de ağır basmaktadır. Örneğin "1-10 arasında genel olarak mutlu hisseder misiniz?" gibi tek bir ifadeyle ölçüldüğüne de rastlanmıştır.

Karşılaşılan problemler, daha yaratıcı veya farklı mutluluk ölçümlerine yol açmıştır. Örneğin, Andrews ve Withey (1976)'nın Yüzler Ölçeği, ilk grafik çabalardan biridir.



Şekil 1. Andrews ve Withey Yüzler Ölçeği (1976)

Özbidirime dayalı bu ölçümleme yöntemleri dışında biyolojik, davranışsal, örtük ölçümler veya bireyin mutluluğunu yakınlarının değerlendirmesi gibi alternatif yollar da vardır. Örneğin Araz ve Erkuş (2014), mutluluk hissinin hem ben odaklı hem öteki odaklı boyutları olduğunu göstermiştir. Ben odaklı dışavurumda “mutluluğum yüzüme yansır” gibi maddeler kullanılırken, öteki odaklı mutluluk hissinde kişi karşısındakini yüceltmeye çalışır veya sevgi sözcükleri kullanır. Gelişen teknolojilerle mutluluğu yüz mimiklerini gözleme yolu ile ölçmek de mümkündür (Mohn, Argstatter, ve Wilker, 2011: 503). Gelişmekte olan beyin görüntüleme teknikleri ile de bireylerin özdeğerleme hataları olmaksızın mutluluk seviyelerini, mutlu oldukları anları, görüntüleri veya müzikleri belirlemek mümkündür (Biset-Bentchikou, Estache, ve Ginsburgh, 2014: 147). Teknoloji kullanımının yanı sıra bireylerin gittikçe artan sosyal medya üretim ve tüketimine dayanan sanal içerik analizi de sıklıkla görülmektedir. Bireylerin sanal ifadelerinin veya iletilerinin içeriğinden ne derece mutlu, üzgün, şakacı veya heyecanlı olduklarını anlamak için çalıştırılan algoritmalar, halen mükemmelden uzak şekilde kullanımdadır.

2.3. Pazarlama Stratejisi Olarak Mutluluk

Yoğun bir duygu durumu ve temel değer olarak tanımlanan mutluluk kavramının pazarlamaya uyarlanması da gecikmemiştir. Mutluluk kavramının temel bileşenlerini dört boyutta toplayan Leslie, Aaker, ve Schiffrin (2012), örnek bir olay analizi de yayınlamıştır. Bu dört bileşenin pazarlama izdüşümleri kısaca şöyledir:

1. (Kârın ötesinde) Yüce bir amaç: Anamlı bir bütünün parçası olduğunu hissetmek nasıl mutluluğun anahtarlarından biri ise, tüketiciye bunu hissettirmek de temel bir strateji olmalıdır. Bunun için ürünlere, yapılan değer değiş tokuşuna bir anlam yüklenmelidir. Örneğin alışveriş sürecine hayır kuruluşlarını katmak, bağış olanağı yaratan alışveriş senaryolarına yer verebilmek bu anlamda etkili olacaktır.

2. Otonomi: Kontrolün ve bir şeyleri değiştirebilme gücünün elinde olduğunu hissetmek insanları daha mutlu kılmaktadır. Tüketici psikolojisindeki çok sayıda araştırma zaten kontrol ve tercih senaryolarının tüketim üzerinde ne kadar etkili olduğunu göstermektedir. Bu ilişkiye en iyi örnek olarak Leslie ve diğerleri (2012), “IKEA etkisini” göstermektedir. Bu etkiye göre kişiselleştirilmiş bir deneyim olan, zihinsel ve işgücü olarak kendimizden bir şeyler kattığımız son ürünler, çok daha değerli olmaktadır.

3. Diğer insanlar: Sosyallik, anlamlı ve sağlıklı ilişkiler insanın mutlu olmasında belki de en etkili öge olmuştur. Aile ve arkadaşlar gibi sevilen insanlarla paylaşılan deneyimler mutluluğu artırmaktadır. Örneğin bir kafede kahve içme deneyimi için harcamayı gözden çıkardığımız para miktarı, tek başımıza iken arkadaşlarımızla oturduğumuz bir senaryoya göre çok daha az olmaktadır (Merdin, 2015: 103). Alışveriş veya deneyimlere insanları grup halinde katabilmek, pazarlanan deneyim ve

ürünlerde asıl tüketimi yapan kişi dışında sosyal çevresini de dahil edebilen stratejileri ve iletişimi uygulayabilmek, mutluluk yaratabilmek adına önemli bir adımdır.

4. Etki: Tüketicide gözle görülebilen veya ölçülebilen pozitif bir etki yaratmak, şirketlerin mutluluk sağlamanın tek yoludur. Örneğin Aslanbay ve Varnalı (2014) toplumcu ve sosyal bir bakış açısı ile kârın ötesinde, ancak pazarlama evrenindeki tüm paydaşların çıkarını gözeten bir bakış açısıyla mutluluk sağlanabileceğini savunmuştur.

Ayrıca beklenmediklik, özgünlük ve canlı olmak da mutluluk sağlayan mal ve hizmetlerin özellikleri olarak sıralanmıştır. Tüketicide kendini ifade etme ve söz sahibi olabilme platformu olarak blog veya yanıtlama sistemi geliştirebilmek gibi dijital veya manuel sistemler de mutluluk sağlama fonksiyonunu destekleyici stratejiler olarak somutlaşır.

Tüm bu sayılan boyutlarına karşın mutluluk ile tüketim arasındaki tartışmalar son zamanlarda yoğunlukla üç kavram üzerinden yapılmaktadır: zaman, para ve deneyimler. Bu mutluluk üçgeni de en çok tüketici yazınında derinlemesine incelendiğinden dolayı analizin ana odağı bu alan olacaktır.

2.4. Tüketici Davranışında Mutluluk

Tüketici davranışı yazınında mutluluk kavramına bakıldığında, insanların mutluluk peşinde tüketim yaparken bazen bunun aksi sonuçlarla karşılaşabileceği bulgusu dikkat çekmektedir. Priester ve Petty (2011) çalışmasında para ve mutluluğun arasındaki ilişkinin belirli bir noktadan sonra var olmadığını vurgulamaktadır. Daha fazla paranın daima daha fazla mutluluk vermediği gözlemlenmiştir (Vohs ve Baumeister, 2011: 1154). Maddi olarak belli bir standardı yakalamış bireylerin mutluluğa daha fazla gelir veya daha fazla parayla ulaşacaklarına ilişkin sağlam bir bulgu olmadığı gibi bu ilişkinin yönünü tam ters olarak gösteren uygulamalar vardır. Örnek olarak Mastercard'ın "Paranın satın alamayacağı şeyler" temalı pazarlama kampanyası bu akademik çıktıların pazarlama ve reklam stratejilerine en iyi yansımış halidir.

Araştırmacılara göre asıl sorun, harcanan paranın, harcanan zamanın yanında fazla kalması ve tüketicilerin parayı doğru harcamayı aslında bil(e)mediğidir (Dunn, Gilbert, ve Wilson., 2011: 115). Örneğin, lüks alışverişler yerine küçük ama haz verici alışverişler yapmak ya da bir başkası için alışveriş yapmak insanları mutlu edecek tekniklerdir (Aaker vd., 2011: 126). Sık sık ama küçük şeyler almak, seyrek satın alınabilen lüks ürünlerden daha fazla mutluluk vermektedir (Zhong ve Mitchell, 2010: 152) çünkü yenilik, sürpriz, çeşit ve belirsizlik barındırmaktadır (Dunn vd., 2011: 115). Hediye alışverişine çıkmak veya para bağışında bulunmak suçluluk duygusunu azalttığı için en iyi alışveriş seçenekleri olmasına karşın hala toplam harcamalar arasında oldukça az yer tutmaktadır (Strahilevitz ve Myers, 1998: 434). Ne yazık ki insanlar kendi mutluluklarının kaynağını nerede arayacaklarını belirli zihinsel süreçler nedeniyle tam olarak saptayamamaktadır (Gilbert, 2012: 152). Örneğin perakende terapisi adı verilen alışveriş yoluyla rahatlamaya, mutlu olmaya çalışmak işleri iyice çıkmaza sokmakta ve bireyi haz döngüsüne denemeye kısırlı döngüye yönlendirmektedir (Diener, Lucas, ve Scollon, 2009: 103). Haz döngüsü kavramına göre, zenginleşen insan hayatını iyileştireceği vaadiyle satın almalar yaptığında, başlangıçtaki temel mutluluk seviyesine daha çabuk gerilemektedir. Özellikle pahalı ürünleri satın almanın verdiği zevk insanların çoğunluğu için ancak mağazadan çıkana kadar sürmektedir.

Bu döngünün en önemli nedenlerinden biri de bilinen suçlu olan materyalizm, yani maddeciliktir. Maddiyata önem vermek bir karakter özelliği olabileceği gibi, toplumsal veya bireysel bir değeri de simgeler. Ancak mutluluk ve iyilik halinin azalması, hayattan daha az tat alma ve depresyonla orantı göstermektedir. Genelgeçer bir materyalist portresi çizilirse düşük kaliteli sosyal ilişkilere sahip, hayattan tatmin seviyesi düşük, benmerkezci, içsel değil dışsal güdülenme ile hareket eden ve motive olan bir insan tipi ortaya çıkmaktadır (Kasser, Cohn, Kanner, ve Ryan, 2007: 1). Karakteristikleri ise bir şeye sahip olmanın hayattaki en önemli amaç olması, mutluluğun sahip olunan metalar üzerinden ölçülmesi, sahip olunan maddelerin o kişinin başarı derecesini simgelediğine inanma ve deneyimleri bile maddi bir şeye dönüştürerek saklama arzusu vardır. Ayrıca materyalist bireyler daha az sosyal oldukları için bunun da mutluluklarına olumsuz etkisi olmaktadır. Bu kişiler sosyal ilişkilere daha az önem verir ve sosyal çevrelerine de daha az tatmin verir, ayrıca yalnız çalışmayı tercih ederler (Solberg, Diener, ve Robinson, 2004: 29; Vohs, Mead, ve Goode, 2006: 1154). Ancak bunun tersi örnekleri de gözlemlemek mümkündür. Farklı kültürlerde sahip ülkelerde bu ilişkiyi inceleyen Ger, Belk, ve Lascu (1993), Romanya ve Türkiye’de materyalizmin kişiyi güçlendirici, kontrol sahibi ve özgür hissettirici bir özelliği olduğunu belirlemiştir.

Literatürün geldiği son nokta, deneysel alışverişlerin materyalist alışverişlerden daha fazla mutluluk verdiğini savunan “deneysel tavsiye” adı verilen yazındır.

3. Kritik Alan 1: Deneysel Tavsiye

Yakın geçmişte yapmış oldukları alışverişlerini değerlendirmeleri istenen insanlar çoğunlukla, deneyim satın almalarını materyal satın almalarına göre çok daha iyi bir yatırım olarak görmekte, paralarını daha akıllıca harcadıklarını düşünmekte ve satın alım sonrasında daha olumlu duygular içinde olduklarını bildirmektedir (van Boven, 2005: 132). Maddeci insanlar dışındaki bireylerin aslında mal veya hizmet yerine deneyim satın alarak mutlu olduğu bilinir (Millar ve Thomas, 2009: 699), çünkü ürünler farklı zevkleri veya anlık tercihleri sembolize ederken, satın alınan deneyimlerin kişiliğin bir parçası olduğu varsayılmaktadır.

Pine ve Gilmore (1999)’un yayınlarıyla öncülük ettiği ve kavramsal çerçevesine oturttuğu “deneysel ekonomi” ya da “yeni deneyim ekonomisi”, ekonomiyi algılanan değer üzerinden tanımlar. Deneyimi diğer alışveriş türlerinden ayıran şey amacdır, yani bir yaşam deneyimi kazanmak ve alışveriş bitiminde sahip olduğumuz maddi bir şey olmaması yanında manevi ve hatıra değeri olan deneyim biriktirmektir. Deneysel ürünler; hatıra oluşturma, öğrenme, keşfetme, paylaşma, kaçış, gevşeme, dinlenme, romantizm gibi amaçlar uğruna tüketilmektedir (Kwortnik ve Ross, 2007: 324). “Tüketilmektedir” denmesindeki ısrar da deneyime sahip olunması için gereken paranın o anda veriliyor veya aynı ay içinde verilmiş olması şartından ileri gelmektedir (Howell ve Hill, 2009: 511).

Akşam yemeği, yaz tatili, konser gibi hizmet- veya duygu-yoğun deneyim türleri olabildiği gibi, tüketicinin veya ödenen bedelin sınırlarını aşan uç deneyimler de tanımlanmıştır, örneğin aşkın (transandant) deneyim (Rathunde, 2001: 135) veya akış (flow) deneyimi (Csikszentmihalyi, 2000: 1163). Müzik üretimi, tüketimi, takım sporları ve yüksek tansiyonlu sporlar veya yoğun spor türlerinin olduğu gösteriler eğlence içeriği yüksek akış deneyimleridir. Ancak yine de tüketicilerin deneyimlerini listelerken en çok telaffuz ettikleri deneysel ürünler bilet ve ziyaretler, dışarıda yemek yemek, tatiller, yürüyüş turları ve bağışlardır.

Satın alınan bir ürün hem deneyimsel hem de maddesel içerikli olabilir, tüketici ise bu satın alma ile her ikisine de sahip olmaktadır. Yapılan araştırmalarda bir ürünün deneyimsel ve maddesel özellikli olup olmayacağı ve bunlara aynı anda sahip olunup olunamayacağı konusu tartışılmıştır ve bunun tanımlamaya bağlı olduğu konusunda fikir birliği sağlanmıştır. Örneğin bir deneyde CD seti, şarap koleksiyonu ve üç boyutlu televizyon hem deneyimsel hem de maddesel ürün olarak tanımlanabilmiştir (Carter ve Gilovich, 2010: 146). Deneyimsel bir değer eklenerek uyarlanmış bir ürünün, somut veya somut, daha mutluluk verici olduğu bilinmektedir (Nicolao, Irwin, ve Goodman, 2009: 188). En küçük materyal ürün paketine bile bir deneyim vaadi ve dolaylı olarak bir fayda eklenebilmektedir.

Deneyimlerin mutlulukla olan ilişkisi somut ürünlere göre o kadar yakın ve güçlüdür ki madde satın alma, zevkli bir deneyimin (bir yerde bir şeyler içmek, araba turu gibi) sadece akıldan geçmesi anındaki mutluluğu dahi vermemektedir. Zaten bu nedenle alışverişte saatler harcayan insanlar, özellikle kadınlar, zamanlarının çoğunu ve en mutlu anlarını kasadayken değil vitrinleri süzerken ve alıp almamalarından bağımsız olarak hayal ederek geçirmektedir. Bu etkiyi Kwortnik ve Ross (2007) işe-bağlı pozitif hisler olarak tanımlar. Bu pozitif duygu yaratabilme süreci, planlama, hayal etme ve hikayeleme yoğun olduğu işlerde, örneğin tatil seçeneklerini değerlendirme ve tatil satın alma kararında da kendini göstermektedir.

Deneyimlerden mutluluğa giden ilişkisellik içinde birkaç teorik açıklama ve mekanizma irdelenmiştir. İlk mekanizma, deneyimlerin mallara kıyasla “zihinsel olarak yeniden yeniden ziyaret edilebilir” olmalarıdır (van Boven ve Gilovich, 2003: 1193). Geçmişe dönme sürecinde hayal gücü, tekrar oynatma, pekiştirici duygular devrededir ve parasal karşılığı yıllar önce ödenmiş bir tatil paketi ziyaret edilebilir bir hatıra ve hikayeye dönüştüğünde fazladan anlam ve değer yüklenmiş olur. Oysa maddi alışverişin öncesi ve sonrasına ilişkin hikayeler pek sık karşılaşılan şeyler değildir. Ürünün tüm varlığıyla tüketicinin evinde veya hayatında olması hayal gücüne daha az yer bırakmaktadır. Hatta suçlanan materyalist karakterler bile, lüks ürünleri yatak odalarında veya garajlarında saklarken deneyimlerini hatıralara dönüştürerek hep zihinlerinde tutarlar (Carter ve Gilovich, 2010: 146).

İkinci mekanizma ise ihtiyaç temellidir. Deneyimler; bağlanma, canlılık, mutluluk gibi insanların manevi ihtiyaçlarına hizmet ederler. Maddecilikten uzaklaşıp deneyimsel satın alma pratiklerine geçen birey artık ihtiyaçlarını giderme aşamasını geçerek genel bir iyilik hali yoluna geçmiştir (Howell, Pchelin, ve Iyer, 2012: 57).

Deneyimler, duygusal ve bireyin kimliğini yansıttığı bir satın alma tecrübesi olması yönlerinden de önemlidir. Örneğin, bir seyahat bileti ya da tatil paketi satın alırken, sadece faydalanılacak uçak ve konaklama tesislerine bütçe ayrılmamakta, buna göre satın alma kararı verilmemektedir. Aynı zamanda tüketici kendini bir gezgin, otantik bir yolcu ya da yeni yerler keşfeden bir öncü gibi nitelendirebileceği yeni kimlikler de satın almış olur. Kimlikler ile deneyimlerin ilişkisi araştırmalarda görsel olarak bile kanıtlanmış durumdadır. Katılımcılara daha önce yaptıkları satın alımları benliklerine olan mesafesine göre yerleştirmeleri istendiğinde, konser, yemek, gezi gibi sektörler “benlik”e çok yakın; saat, araba ve diğer maddi alışverişler ise daha uzak şekilde konumlandırılmıştır (Carter ve Gilovich, 2012: 1304).

Benzer şekilde insanlar karşılarındaki kişiyi tanımak istediklerinde de sahip oldukları ürünler yerine deneyim alışverişlerinden bahsetmelerini tercih etmişlerdir. Buna bağlı olarak da materyalist portre karşısında deneyimsel bir tüketici portresi çizilmektedir. Bu portreye göre deneyimsel tüketiciler eğlenmeyi bilen, empati gücü yüksek, ahlaki

olarak üstün, yeniliklere ve deneyimlere açık, dışa dönük ve anlaşması kolay kişilikler olarak tanımlanır (Howell vd., 2012: 57). Ayrıca sohbet edilmek için daha çok tercih edilmekte ve onlardan övünçle söz edilmektedir (Van Boven, Campbell, ve Gilovich, 2010: 551).

Deneyimlerin ürün satın almaya göre bu kadar öne çıkmasının bir diğer nedeni çok daha az satış sonrası memnuniyetsizlik yaratmalarıdır. Elbette her deneyim memnuniyetle sonuçlanmaz ancak araştırmalara göre memnuniyetsizlik oranı maddi ürünlerden memnuniyetsizliğe oranla daha azdır (Carter ve Gilovich, 2010: 146). Hatta maddi ürünlerden duyulan tatmin (ürünün eskimesine veya alışmaya bağlı olarak) gittikçe azalırken, hizmet veya deneyimlerden duyulan tatmin yükselme eğilimi gösterir. Alınan bir saat, araba hatta ev, diğer seçeneklerle kıyaslanıp mutsuzluk yaratabilecek iken yaşanan her deneyim o anın şartlarına ve paylaşılan insanlara bağlı olarak eşsizdir. Piyasadaki ürünlerle, diğer deneyim alternatifleriyle ya da herhangi bir lüks maddi ürünle kıyaslanması çok daha zordur. Hatta maddi ürün alışverişleri sonrası duyulan pişmanlık türü “neden satın aldım ki?” şeklinde olurken (alıcının pişmanlığı), hizmet veya deneyim sonrası pişmanlıklar “neden onu da yapmadım ki?” şeklinde yaşanır (alınmayanın pişmanlığı) (Rosenzweig ve Gilovich, 2012: 215). Örneğin pahalı bir çanta veya ayakkabıyı satın alma olanağı uzun süre varken, bir açılış, meşhur bir konser veya festival tek seferlik olanaklardır.

Deneyim alışverişlerini mutluluk adına bu kadar överken bazı istisnaları da elbette unutmamak gerekir. Araştırmacılar deneyimlerin bu mutlu edici üstünlüğünün her zaman sağlanamadığına dikkat çekmektedir. İlk istisna prestij ürünleri adı verilen lüks ve hedonik parçalarıdır. Örneğin özel tasarım kot pantolon veya kişiselleştirilmiş spor otomobil, diğer materyal alışverişler kadar memnuniyetsizliğe veya pişmanlığa yol açmaz (Mogilner ve Aaker, 2009: 277). Yüksek duygusal değeri olan maddi ürünler de her türlü deneyimden daha fazla mutluluk getirebilir, örneğin evlilik yüzüğü alışverişi, hatırası olan mücevher ve takılar gibi. Deneyimsel mutluluğun o kadar da etkili olmadığı kitle, 55 yaş üstü, bekar ve kırsal alanda ikamet eden insanlar olarak belirlenmiştir. Bu durumda kırsal ve yaşlı kitleye deneyim pazarlaması yapmanın, az olan gelirlerini geçici deneyimlere ayırmalarını öğütlemenin tam tersi etkileri olabilir.

4. Kritik Alan 2: Deneyimsel Hediyeler

Kritik alanlardan ikincisi deneyimlerin hediye olarak kavramsallaşmasıdır. Klasik ve birbirine benzeyen özel gün hediyeleri yerine artık hem kişiselleştirilmiş hem de daha soyut, deneyimsel hediye seçeneklerine geçiş olmaktadır. Ancak deneyimsel tüketimin istisnaları olduğu gibi deneyimsel hediyelerin de istisnaları gösterilmektedir. Hediye olarak deneyim verildiğinde dahi, bunun fiziksel bir karşılığı, elle tutulacak, eve koyulacak, saklanacak bir tezahürü olması zorunluluğu materyalist isteği simgeler. Bu nedenle de uçak bileti hediyesini renkli kutulara koyma, süsleme gibi pratikler veya konser, müze veya sergi gibi deneyimlere zaman ve bütçe ayıran tüketicilere sunulan CD ve çerçevelenmiş fotoğraf gibi hizmetler yaygınca hala kullanılır (Clarke, 2006: 533). Örneğin spa paketleri, günübirlik gezi ve aktiviteler bir hediye kartı ve broşür eşliğinde çok güzel bir hediye haline getirilebilir. Özellikle de hediyesi veren kişi bu aktivitenin içinde bizzat bulunacak ve beraber bu deneyim yaşanacaksa, bu hediye seremonisine sadece para değil aynı zamanda zamanını da adadığı için mutluluk verici etkisi artar. Örneğin Kağıthane markasının tasarladığı hediye seçeneği, görünürde içinde 365 adet rulo yapılmış karton bulunan bir hediye kutusudur. Ancak hediyesi alan kişi her gün bir ruloyu açarak günlük mesajını okur ve bir yıl boyunca her gün sevdiği birinden aldığı bu

hediyeye ile iyilik haline uzun vadeli bir katkıda bulunmuş olur (kagithane web sitesi, 2019).

Tüketim yoluyla mutluluğu aynı zamanda sosyal sorumluluk ile de birleştiren bir konu ise “ürünü deneyimselleştirme yöntemi olarak bağış”tır. Örneğin sadece mobilya ürünleri tasarlayıp satan “Adore” mobilya şirketi, neredeyse bedelsiz gönderdiği kedi evleri ile, mobilya ürünü görünümünde bir hayvansever faaliyet ve hayat deneyimi sunmaktadır (adoremobilya web sitesi, 2019). Harcanan çabanın karşılığında sunta ve küçük bir ev teslim alan tüketici, ürünü kullanım amacı, kurulum ve yerleştirme aşaması ile aslında mutluluğun tüm bileşenlerini içeren (haz, bağlılık, anlam) bir deneyimi bir mobilya markasından karşılamış olur.

5. Kritik Alan 3: Mutluluk Temelli Bölümleme

Üçüncü kritik konu ise mutluluk üzerinden bölümleme konusudur. Bölümleme için yöntem kısmında bahsedilen mutluluk ölçekleri veya gözlemleri kullanılabilir. Klasik bölümleme ölçütlerinin (yaş, cinsiyet ve eğitim durumu gibi) işe yaramadığı sektörlerde, tüketicileri mutluluk ihtiyaçları üzerinden bölümlere ayırma stratejisi izlenmektedir. Yoga, meditasyon gibi pozitif psikoloji sektörlerinin hızlı yükselişi; organik beslenme ve uzun yaşam üzerinden değerlendirilen birçok ürün ve firma bu yolu izlemektedir.

Akademik çalışmalara baktığımızda, Lyubomirsky ve Lepper (1999)’in geliştirdiği ve ülkemizde geçerlilik ve güvenilirliğini Doğan ve Totan (2013)’in test ettiği subjektif mutluluk ölçeği ile temel bir bölümleme önerisi görülür (Köksal vd., 2014). Köksal vd. (2014) mutluluk seviyesine göre azdan çoğa yaptığı bölümleme ile fiyat, kalite ve imaj gibi birkaç konuda farklılıklar ortaya çıkarabilmiş ise de kullanışlı bir strateji aracı olarak kullanılamamaktadır. Zira mutluluk bölümlemelerinin genellemesinde istisnalar bulunmaktadır ve mutluluğun farklı türleri ortaya çıkarılmıştır.

Örneğin, Mogilner, Aaker ve Kamwar (2012) mutluluğu huzurlu mutluluk ve heyecanlı mutluluk olarak ikiye ayırmaktadır. Ürünleri satın almak heyecanlı mutluluğa hizmet ederken deneyimler sakinlik veren bir mutluluk türü sağlar. İnsanlar kendini geleceğe yoğunlaştırdığında tercihini daha heyecanlı seçeneklerden yana kullanırken, şimdiki zamanı düşündüklerinde sakinleştirici seçeneklere eğilim göstermektedirler (Mogilner vd., 2012: 429). Şimdiki zaman ve anda olmak ile sakinleştirici mal ve hizmet seçeneklerinin (bitki çayları ve yoga pratiği gibi) ilişkilendirilmesi de bu sebeptir. Diğer bulgulara göre ise genç tüketiciler kahve ve koşu egzersizi gibi tüketim yöntemleri ile heyecanlı mutluluk talep ederken, daha yaşlı tüketicilerin tercih ettiği sakin tatiller veya yürüyüşler onlara huzurlu mutluluk getirmektedir (Mogilner, Kamwar ve Aaker, 2011: 395).

Mutluluk temelli bölümlemenin literatürde karşımıza çıkan sektörlerden bir tanesi de turizm sektörüdür. Dolnicar, Lazarevski, ve Yanamandram (2013) çalışmasında Avustralya’daki turizm sektörü ve tatil algısı için yaşam kalitesi temelli bir bölümleme yapmaktadır. Bu çalışmada yaşam kalitesi kişinin mutluluğu üzerinden ölçülmektedir. Bimonte ve Faralla (2012) ise mutluluk seviyesi, tüketici davranışları ve yaşam tarzları arasında bir ilişki olup olmadığını araştırmıştır. Yaptıkları çalışmada grupların mutluluk seviyesine göre ayrıştığını ve mutluluk arttıkça yaşam kalitesi ve yaşam doyum seviyelerinin daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

Mutluluk kavramının derinlemesine anlaşılması ve araştırılması, sadece bireysel mutluluk veya tüketici mutluluğu seviyelerinde sürdürülmektedir. Kurumsal ve hatta bölgesel düzeyde de bu kavramın pek çok izdüşümü olmaktadır. Dolayısıyla,

mutluluk bölümlenmesini makro seviyede uygulayan çalışmalar da yazında günümüzde yer bulabilmektedir. Örneğin, Lin, Lahiri, ve Hsu (2014) çalışmasında ülkelerin mutluluklarına göre bölgesel bölümlenme yapmaktadır. Bulgular; yolsuzluk, sağlık ve milli gelirin gelişmiş ve eşit ülkeler için mutluluğun en iyi göstergesi olduğunu gösterirken, işsizlik olan, sosyalist olmayan ve eşit olmayan ülkelerin mutluluk seviyelerini etkilediği olmuştur. Yine ilginç coğrafya ve siyasi yapılardan olan Bhutan'da gayrisafi milli mutluluk endeksi uzun süredir politikaları güdülmektedir.

6. Sonuç ve Öneriler

Mutluluk kavramı artık neredeyse tamamıyla kendi alan sınırlarını çizerek, Yale Üniversitesi gibi köklü üniversitelerde dahi verilmeye başlanan temel bir ders niteliği kazanmıştır. Böylesine odak noktası olan bir kavramın pazarlama bilimi ve tüketim ile olan ilişkilerinin incelenmesi de şüphesiz alan için devamlı bir zorunluluktur. Bu çalışmada özetlenen bulgular ve çizilen çerçeve doğrultusunda, pazarlama ve mutluluk kavramlarının keşişimini ele alan bir analiz yapıldığında en az üç kritik alan ve gösterilen ilişkilerin istisnaları karşımıza çıkmaktadır. Bu alanlardan birincisi ürünlerden deneyimlere geçiş yapıldığı kabulüdür. Deneyimlerin harcamaya oranla insana sağladığı mutluluk konusundaki üstünlüğünü Nicolao ve diğerleri (2009) "deneyimsel tavsiye" adı altında kavramsallaştırılmıştır. Bu alandaki birçok araştırmanın sonuçları alışveriş türlerinin nasıl kimliğin bir parçası haline geldiğini, sosyal ilişkileri etkilediğini ve alt ve üst kültürlerle tüketim ve alışverişin birbirine bağlılığını gösterir. "Daha fazla mutluluk adına para ne şekilde harcanmalıdır?" sorusuna farklı cevaplar üreten araştırmalar, en önemli öğe olarak doğru insanlarla doğru zaman geçirmeyi ifade etmektedir (Aaker, Garbinsky, ve Vohs, 2012). Ayrıca deneyimlerin üstünlüğü için tekrar ziyaret edilebilir olmaları ve daha fazla ve yükselen satış sonrası tatmin yaratmaları açıklamaları getirilmiştir.

Devamında sadece bireysel alışverişleri değil başkaları için yapılan harcamaları ve hediye ekonomisini de etkileyen ikinci kritik alan ortaya çıkmıştır. İkinci alan deneyimlerin hediye ekonomisindeki gittikçe artan önemidir. Sosyallik bağlamında oldukça öne çıkan ve kısa bir anla kısıtlı kalmayan bu tarz hizmetlerin satın alımı gittikçe yaygınlaşmakta ve post-modern bir tüketici fenomeni olarak ortaya çıkmaktadır.

Pazar araştırmaları için de oldukça kritik olan son alan ise mutluluk bazlı bölümlenme çalışmalarına duyulan ihtiyaçtır. Mutluluk kavramının farklı boyutları, farklı özellikleri ve ona verilen farklı isimler derinlemesine incelendiğinde aslında herkesin mutluluk denen aynı şeyin peşinde koşmadığı anlaşılmıştır. Dolayısıyla yaşam tarzı bölümlenmelerin modellerine benzer şekilde "sakin mutluluk arayan bölüm" veya "heyecanlı / gelecek mutluluk arayan bölüm" gibi farklı bölümlere göre mallar, servisler, deneyimler ve stratejiler farklılaşmalıdır.

Mutluluk kadar mutsuzluk ve çeşitlerinin de pazarlama dünyasına etkileri vardır. Mutlu müşteri profili bir şirketi, bir markayı anlamlı yollarla destekleyebilen, tekrar satın alma ilişkisini sürdüren, fiyat eşiği daha yüksek olan ve sadık müşteri tipidir. Neredeyse markanın pazarlama çabalarına ücretsiz katkıda bulunur, öneriler getirir, elçiliğini yapabilirler. Ancak Aaker ve diğerlerine (2012) göre mutsuz insanların pazarlama stratejilerinin geri dönüşüne dolaylı etkileri oldukça fazladır. Örneğin, mutsuz insanların başlarından geçen negatif deneyimleri başkalarıyla paylaşma sıklığı, mutlu insanların pozitif deneyimlerini paylaşmalarından çok daha yüksektir (Lyubomirsky, 2010: 200). Ayrıca yine mutluluk seviyesi düşük insanlar, seçimlerini

yaparken daha fazla çeşit görmeye ihtiyaç duyuyorlar bu nedenle marka sadakati sekteye uğrar.

Önemi giderek artacak olan ve gelecek akademik araştırmalarla desteklenmesi gereken bir kavramsal kesişim alanı da mutluluk ile sürdürülebilirlik kavramlarının bileşkesidir. Tüketim ve sürdürülebilir mutluluk birbiriyle doğrudan ilişkilidir. Örneğin sabah kahvesini içmekten büyük zevk alan bir tüketici grubundan bahsedilebilir. Hatta o anda yaşamaya ve kahvenin tadını alma, kalitesini tartma ve tatmin hassasiyeti konularında çok seçici olunabilir. Ancak bu hissedilen mutluluğa ek olarak gitgide varlığı artan bir grup tüketici için eğer sabah kahvesi adil ticaret kahvesi değil ise, bu mutluluk arayışı sürdürülebilir değildir (O'Brien, 2005: 1). Yani sürdürülebilir mutluluğu sağlamak için, tüketilen ürünün de sürdürülebilir bir ürün olması gerekmektedir. Bu yöndeki pratikte ve teorideki ilerlemeler, pazarlama araştırmacılarının üzerine atılmış olan tüketim toplumu üzerinden mutluluk vaat ederek satın almayı ve alışveriş hacmini artırmak suçlamalarına bir yanıt niteliğindedir.

Sadece insanların sürdürülebilir mutluluğu üzerinde çalışmak da yeterli değildir. Sürdürülebilirlik akımı akademisyenleri olduğu kadar pratisyen ve işletmeleri hem paydaşların hem de daimi tüketici mutluluğunun da nasıl sürdürülebilir olabileceği konusunda yollar üretmeye zorlamıştır. Ancak daha da önemlisi, üst bir amaç olarak tüm gezegenin sürdürülebilir mutluluğunun şirketlerin gündeminde olması gerekliliğidir. Sürdürülebilir ortak mutluluk, gezegenin üzerinde yaşayan her canlının mutluluğuna hizmet etmek (yani sadece insanların değil hayvanların ve bitki örtüsünün de iyiye gitmesine destek vermek), kaynak ve hammaddelerin toplamda tüm söz sahiplerini mutlu edeceği şekilde ekonomik sistemler tasarlamaktır. Gayrisafi milli mutluluk seviyesine kolektif olarak hep beraber ulaşılması bireyler veya bölümlerden daha fazla önem kazanmıştır. Dolayısıyla, sosyal sorumlu işletmeler veya çevre dostu tüketiciler gibi kavramların ötesinde, sürdürülebilir gezegen ve canlı mutluluğu, araştırmacı, stratejist ve işletmelerin öncelikli hedefi olmalıdır.

Referanslar

- Aaker, J. L., Rudd, M. ve Mogilner, C. (2011). If money does not make you happy, consider time. *Journal of Consumer Psychology*, 21(2), 126-130.
- Aaker, J. L., Garbinsky, E. N. ve Vohs, K. D. (2012). Cultivating admiration in brands: Warmth, competence, and landing in the "golden quadrant". *Journal of Consumer Psychology*, 22(2), 191-194.
- Adore Kedi Evi. (t.y.). Erişim adresi <https://www.adoremobilya.com/keci-evi>
- Andrews, F. M. ve Withey, S. B. (1976). *Social indicators of well-Being*. New York: Plenum Press.
- Araz, A., Erkuş, A. (2014). Duygu dışavurum tarzlarının kavramsallaştırılması ve ölçümü: Bir envanter geliştirme çalışması. *Türk Psikoloji Dergisi*, 29, 50-61.
- Argyle, M. (2001). *The psychology of happiness*. London: Routledge.
- Aslanbay, Y. ve Varnalı K. (2014). A future of "happiness": Can markets be co-evolved?. *Society*, 51(6), 665-669.
- Babacan, M. ve Ferah, O. (2002). Postmodern pazarlama perspektifi. *Ege Akademik Bakış*, 2(1), 11- 19.

- Baysal, S. ve Aka, İ. Ç. (2013). Bir pazarlama stratejisi olarak mutluluk temasının markalar tarafından kullanılması: Mutluluk temelli pazarlama üzerine bir araştırma". *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(1), 84-93.
- Bimonte, S. ve Faralla, V. (2012). Tourist types and happiness a comparative study in Maremma, Italy. *Annals of Tourism Research*, 39(4), 1929-1950.
- Biset-Bentchikou, C., Estache, A. ve Ginsburgh, V. (2014). Happiness and music. *Happiness*, 147-165.
- Biswas-Diener, R. ve Diener, E. D. (2006). The subjective well-being of the homeless, and lessons for happiness. *Social Indicators Research*, 76(2), 185-205.
- Carter, T. J. ve Gilovich, T. (2010). The relative relativity of material and experiential purchases. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98(1), 146-159.
- Carter, T. J. ve Gilovich, T. (2012). I am what I do, not what I have: The differential centrality of experiential and material purchases to the self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 102(6), 1304-1317.
- Clarke, J. R. (2006). Different to 'dust collectors'? The giving and receiving of experience gifts. *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*, 5(6), 533-549.
- Csikszentmihalyi, M. (2000). Happiness, flow, and economic equality. *American Psychologist*, 1163-1164.
- DeLeire, T. ve Kalil, A. (2010). Does consumption buy happiness? Evidence from the United States. *International Review of Economics*, 57(2), 163-176.
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J. ve Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71-75.
- Diener, E., Smith, H. ve Fujita, F. (1995). The personality structure of affect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(1), 130-141.
- Diener, E. ve Suh, E. M. (2003). *Culture and subjective well-being*. MIT press, Cambridge.
- Diener, E., Suh, E. M., Lucas, R. E. ve Smith, H. L. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological Bulletin*, 125(2), 276-302.
- Diener, E., Lucas, R. E. ve Scollon, C. N. (2009). Beyond the hedonic treadmill: Revising the adaptation theory of well-being. In *The science of well-being* (pp. 103-118). Springer, Dordrecht.
- Dogan, T. ve Totan, T. (2013). Psychometric properties of Turkish version of the Subjective Happiness Scale. *The Journal of Happiness & Well-Being*, 1(1), 21-28.
- Dolnicar, S., Lazarevski, K. ve Yanamandram, V. (2013). Quality of life and tourism: A conceptual framework and novel segmentation base. *Journal of Business Research*, 66(6), 724-729.
- Dunn, E. W., Gilbert, D. T. ve Wilson, T. D. (2011). If money doesn't make you happy, then you probably aren't spending it right. *Journal of Consumer Psychology*, 21(2), 115-125.

- Dutt, A. K. ve Radcliff, B. (2009). What is to be done? Toward a 'happier' world. Dutt, A.K., Radcliff, B. (Ed.), *Happiness, Economics and Politics* içinde (343-350. ss.). Cheltenham: Edward Elgar.
- Fredrickson, B. L. (2001). The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions. *American Psychologist*, 56(3), 218-226.
- Gagné, M. (2003). The role of autonomy support and autonomy orientation in prosocial behavior engagement. *Motivation and Emotion*, 27(3), 199-223.
- Ger, G., Belk, R. W. ve Lascu, D. N. (1993). The development of consumer desire in marketizing and developing economies: The cases of Romania and Turkey. *Advances in Consumer Research*, 20, 102-107.
- Gilbert, D. (2012). The science behind the smile. Interview by Gardiner Morse. *Harvard Business Review*, 90(1-2), 84-8, 90, 152.
- Headey, B., Muffels, R. ve Wooden, M. (2008). Money does not buy happiness: Or does it? A reassessment based on the combined effects of wealth, income and consumption. *Social Indicators Research*, 87(1), 65-82.
- Howell, R. T. ve Hill, G. (2009). The mediators of experiential purchases: Determining the impact of psychological needs satisfaction and social comparison. *The Journal of Positive Psychology*, 4(6), 511-522.
- Howell, R. T., Pchelin, P. ve Iyer, R. (2012). The preference for experiences over possessions: Measurement and construct validation of the Experiential Buying Tendency Scale. *The Journal of Positive Psychology*, 7(1), 57-71.
- Jacobsen, B. (2007). What is happiness? *Journal of the Society for Existential Analysis*, 18(1), 39-50.
- Johnson, W. ve Krueger, R. F. (2006). How money buys happiness: genetic and environmental processes linking finances and life satisfaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90(4), 680-691.
- Kağıthane. (t.y.). Erişim adresi <https://www.kagithane.com.tr/>
- Kasser, T., Cohn, S., Kanner, A. D. ve Ryan, R. M. (2007). Some costs of American corporate capitalism: A psychological exploration of value and goal conflicts. *Psychological Inquiry*, 18(1), 1-22.
- Köksal, Y., Bayraktaroğlu, H. ve Sarı, S. (2014). An investigation on the views of consumers toward branded products according to their happiness levels; An example of the clothing industry. *International Journal of Alanya Faculty of Business*, 6(2), 73-81.
- Kwortnik Jr, R.J. ve Ross Jr, W.T. (2007). The role of positive emotions in experiential decisions", *International Journal of Research in Marketing*, 24(4), 324-335.
- Lane, R. E. (1993). Does money buy happiness?. *Public Interest*, 113, 56.
- Leslie, S. G., Aaker, J. ve Schifrin, D. (2012). *The business case for happiness*. Stanford Graduate School of Business, Case M-345.

- Lin, C. H. A., Lahiri, S. ve Hsu, C. P. (2014). Happiness and regional segmentation: Does space matter? *Journal of Happiness Studies*, 15(1), 57-83.
- Lyubomirsky, S. ve Lepper, H. S. (1999). A measure of subjective happiness: Preliminary reliability and construct validation. *Social Indicators Research*, 46(2), 137-155.
- Lyubomirsky, S., King, L. ve Diener, E. (2005). The benefits of frequent positive affect: Does happiness lead to success?. *Psychological Bulletin*, 131(6), 803-855.
- Lyubomirsky, S. (2010). Hedonic adaptation to positive and negative experiences. S. Folkman (Ed.) *The oxford handbook of stress, health, and coping* içinde (200-224. ss.). New York: Oxford University Press.
- Merdin, E. (2015). *Self-concept related explanations of happiness in social experiential settings*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Millar, M. ve Thomas, R. (2009). Discretionary activity and happiness: The role of materialism. *Journal of Research in Personality*, 43(4), 699-702.
- Mogilner, C. ve Aaker, J. (2009). "The time vs. money effect": Shifting product attitudes and decisions through personal connection. *Journal of Consumer Research*, 36(2), 277-291.
- Mogilner, C., Aaker, J. ve Kamvar, S. D. (2012). How happiness affects choice. *Journal of Consumer Research*, 39(2), 429-443.
- Mogilner, C., Kamvar, S. D. ve Aaker, J. (2011). The shifting meaning of happiness. *Social Psychological and Personality Science*, 2(4), 395-402.
- Mohn, C., Argstatter, H. ve Wilker, F. W. (2011). Perception of six basic emotions in music. *Psychology of Music*, 39(4), 503-517.
- Nicolao, L., Irwin, J. R. ve Goodman, J. K. (2009). Happiness for sale: Do experiential purchases make consumers happier than material purchases? *Journal of Consumer Research*, 36(2), 188-198.
- O'Brien, C. (2005). Planning for sustainable happiness: Harmonizing our internal and external landscapes. *Rethinking Development: 2nd International Conference on Gross National Happiness* içinde (1-22. ss.), Nova Scotia.
- O'Brien, C. (2008). Sustainable happiness: How happiness studies can contribute to a more sustainable future. *Canadian Psychology/Psychologie canadienne*, 49(4), 289-295.
- Odabaşı, Y. (2013). *Tüketim kültürü*, İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Pine, B. J. ve Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: work is theatre & every business a stage*. Boston: Harvard Business Press.
- Prawitz, A., Garman, E. T., Sorhaindo, B., O'Neill, B., Kim, J. ve Drentea, P. (2006). InCharge financial distress/financial well-being scale: Development, administration, and score interpretation. *Financial Counseling and Planning*, 17, 34-50.

- Rathunde, K. (2001). Toward a psychology of optimal human functioning: What positive psychology can learn from the “experiential turns” of James, Dewey, and Maslow. *Journal of Humanistic Psychology*, 41(1), 135-153.
- Richins, M. L. ve Dawson, S. (1992). A consumer values orientation for materialism and its measurement: Scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19(3), 303-316.
- Rosenzweig, E. ve Gilovich, T. (2012). Buyer's remorse or missed opportunity? Differential regrets for material and experiential purchases. *Journal of Personality and Social Psychology*, 102(2), 215-223.
- Schimmack, U., Radhakrishnan, P., Oishi, S., Dzokoto, V. ve Ahadi, S. (2002). Culture, personality, and subjective well-being: Integrating process models of life satisfaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(4), 582-593.
- Seligman, M. E. P. ve Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction. *American Psychologist*, 55, 5-14.
- Seligman, M. E. P. (2007). *Authentic happiness*. New York: Free Press.
- Smith, K. ve Wintrob, M. (2013). Brand storytelling: a framework for activation. *Design Management Review*, 24(1), 36-41.
- Snyder, C. R., Harris, C., Anderson, J. R., Holleran, S. A., Irving, L. M., Sigmon, S. T., Yoshinobu, L., Gibb, J., Langelle, C. ve Harney, P. (1991). The will and the ways: development and validation of an individual-differences measure of hope. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60(4), 570-585.
- Solberg, E. G., Diener, E. ve Robinson, M. D. (2004). Why are materialists less satisfied?. T. Kasser, A. D. Kanner (Ed.) *Psychology and consumer culture: The struggle for a good life in a materialistic world* içinde (29-48. ss.). Washington, DC: American Psychological Association.
- Strahilevitz, M. ve Myers, J. G. (1998). Donations to charity as purchase incentives: How well they work may depend on what you are trying to sell. *Journal of Consumer Research*, 24(4), 434-446.
- Van Boven, L. (2005). Experientialism, materialism, and the pursuit of happiness. *Review of General Psychology*, 9(2), 132-142.
- Van Boven, L. ve Gilovich, T. (2003). To do or to have? That is the question. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(6), 1193-1202.
- Van Boven, L., Campbell, M. C. ve Gilovich, T. (2010). Stigmatizing materialism: On stereotypes and impressions of materialistic and experiential pursuits. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36(4), 551-563.
- Veenhoven, R. (2010). Greater happiness for a greater number. *Journal of Happiness Studies*, 11(5), 605-629.
- Vohs, K. D., Mead, N. L. ve Goode, M. R. (2006). The psychological consequences of money. *Science*, 314(5802), 1154-1156.
- Wilson, W. (1967). Correlates of avowed happiness. *Psychological Bulletin*, 67(4), 294-306.

- Woodside, A. G., Sood, S. ve Miller, K. E. (2008). When consumers and brands talk: Storytelling theory and research in psychology and marketing. *Psychology & Marketing*, 25(2), 97-145.
- Zhong, J. Y. ve Mitchell, V. W. (2010). A mechanism model of the effect of hedonic product consumption on well-being. *Journal of Consumer Psychology*, 20(2), 152-162.

Bahçelievler Mh., Bosna Blv No: 140

34680 Üsküdar / İSTANBUL

Tel: 444 79 97

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/doujournal>

e-posta: journal@dogus.edu.tr