

Vizyoner

Dergisi

CİLT:12 SAYI:31 YIL:2021 ISSN: 1308-9552



Süleyman Demirel University

Visionary

VOLUME:31 ISSUE:12 YIL:2021

Journal

Derginin Sahibi / Owner of the Journal

Prof. Dr. İlker Hüseyin ÇARIKÇI
(Süleyman Demirel Üniversitesi Adına / On Behalf of Süleyman Demirel University)

Editör / Managing Editor

Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Gökhan ÖZKUL

Editör Yardımcıları / Editorial Assistants

Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Erdal EKE
Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Aykut SEZGİN

Yabancı Dil Editörü / Foreign Language Editor

Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Onur DEMİREL

Yayın Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. İlker Hüseyin ÇARIKÇI Süleyman Demirel Üniversitesi	Prof. Dr. Adem KORKMAZ Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Prof. Dr. Durmuş ACAR Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi	Prof. Dr. Hasan Hüseyin YILDIRIM Sağlık Bilimleri Üniversitesi
Prof. Dr. İbrahim Attila ACAR İzmir Katip Çelebi Üniversitesi	Prof. Dr. Metin TOPCUOĞLU Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Murat Ali DULUPÇU Süleyman Demirel Üniversitesi	Prof. Dr. Reşad Şahbazoğlu MURADOV Azerbaijan State University of Economics
Prof. Dr. Şeref KALAYCI Karadeniz Teknik Üniversitesi	Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Erdal EKE Süleyman Demirel Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Aykut SEZGİN Süleyman Demirel Üniversitesi	Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Gökhan ÖZKUL Süleyman Demirel Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Seil S. NAZHIMUDINOVA Kyrgyz-Turkish Manas University	Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Tiago André LOPES Oporto Global University

Danışma Kurulu / Advisory Board

Prof. Dr. Abdullah Mesud KÜÇÜKKALAY Eskişehir Osmangazi Üniversitesi	Prof. Dr. Dilaver TENGİLİMOĞLU Atılım Üniversitesi
Prof. Dr. Hayrettin USUL İzmir Katip Çelebi Üniversitesi	Prof. Dr. Kürşat ÖZDAŞLI Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Prof. Dr. Levent AYTEMİZ Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi	Prof. Dr. Mehmet Emin ERÇAKAR Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Metin DURGUT Alanya Hamdullah Emin Paşa Üniversitesi	Prof. Dr. Murat BASKICI Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Murat KAYALAR Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi	Prof. Dr. Mustafa LAMBA Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa SAKAL Dokuz Eylül Üniversitesi	Prof. Dr. Neşe KUMRAL Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Şenol BABUŞCU Başkent Üniversitesi	Prof. Dr. Yalçın KARATEPE Ankara Üniversitesi
Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Aygun ALASGAROVA Azerbaijan State University of Economics	Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Ömer Kürşad TÜFEKÇİ Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Saadet GANDILOVA Azerbaijan State University of Economics	Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Habeebullah ZAKARIYAH International Islamic University

Amaç / Aim

Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi (ISSN: 1308-9552), Süleyman Demirel Üniversitesi bünyesinde 2009 yılında yayın hayatına başlayan uluslararası hakemli bir e-dergidir. Derginin amacı, İktisadi ve idari programları kapsayan tüm alanlarla ilgili bilimsel çabalara öncülük etmek için bilim insanlarının bilgi, görüş ve önerilerini paylaştıkları, özgür bilimsel düşünce gücünü destekleyen uluslararası bilimsel bir platform oluşturmaktır. Bu anlamda Vizyoner Dergisi'nin en temel vizyonu evrensel ölçekte bilgi üretmek toplumun ihtiyaç ve beklentilerine göre sosyal, ekonomik ve politik gelişmelere ilham ve yön veren uluslararası bir dergi olmaktır.

Süleyman Demirel University Visionary Journal (ISSN: 1308-9552) is an international refereed e-journal that begun to be issued in 2009 within the body of Süleyman Demirel University. In order to pioneer scientific endeavours related to all the fields of economic and administrative sciences the aim of the journal is to form an international scientific platform where the knowledge, opinion and proposals of the scientists are shared, and that supports free scientific thoughts. In this context, the major vision of Visionary Journal is to be an international journal that would inspire and direct social, economic and political developments according to the needs and expectations of the society by producing universal knowledge creation.

Kapsam / Scope

Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, iktisadi ve idari bilimler ile ilgili tüm konularda Türkçe veya İngilizce hazırlanmış araştırma makaleleri ve derleme makaleleri kabul etmektedir. Dergi Şubat, Mayıs, Ağustos ve Kasım aylarında olmak üzere yılda dört sayı olarak yayımlanmaktadır. Dergiye gönderilen makalelerden değerlendirme ücreti ve başvuru ücreti alınmamaktadır. Dergide yayımlanmak üzere gönderilen makaleler araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmış olmalıdır. Vizyoner Dergisi yayın etiği konusunda COPE (Committee on Publication Ethics) ve ICMJE (International Committee of Medical Journal Editors) tarafından belirlenen yayın etiği ilke, standart ve tavsiyelerini gözetmektedir. Dergide yayımlanmak üzere gönderilen makaleler iThenticate veya Turnitin intihal programından geçirilmektedir. Vizyoner dergisi açık erişim politikası benimsemiş bir dergidir. Dergide yayımlanan tüm eserler Creative Commons Atıf 4.0 Uluslararası Lisansı (CC BY) ile lisanslanmaktadır. Dergide yayımlanan yazılardaki görüşler derginin görüşleri değildir. Tüm sorumluluk yazarlarına aittir. Yazarlara nakit olarak telif ücreti ödenmemektedir.

Süleyman Demirel University Visionary Journal accepts research articles and review articles on all the subjects of the fields of economics and administrative sciences that are written in Turkish or English. The journal is published four times in a year, namely in February, May, August and November. Evaluation fee and application fee are not charged from the articles sent to the journal. The articles submitted for publication in the Journal should be prepared in accordance with the rules of research and publication ethics. In terms of publication ethics Visionary Journal pursues the principles, standards and recommendations of the publication ethics determined by COPE (Committee on Publication Ethics) and ICMJE (International Committee of Medical Journal Editors). The articles that are sent to the Journal are going to be scanned thought the iThenticate or the Turnitin plagiarism program. Visionary Journal is a journal that adopts open access policy. All the papers published in the Journal are licensed by Creative Commons Attribution 4.0 International license (CC BY 4.0). The opinions in articles published in the journal are not the views of the journal. All responsibility belongs to the authors. The journal does not pay any royalties to authors.

Dizgi / Type Setting

Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Gökhan ÖZKUL

Kapak Tasarım / Cover Design

Grafiker / Graphic Designer Durmuş Ali GÜRTOKLU

İletişim Adresi / Contact Info

Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi
Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Doğu Kampüsü, 32260, Çünür, Isparta / TURKEY
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/vizyoner>
vizyoner@sdu.edu.tr
+90 246 2110548

İndeksler / Indexes

Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi aşağıdaki veri tabanları/bibliyografya/İndeksler tarafından taranmaktadır:

Süleyman Demirel University Visionary Journal are indexed in the following data bases/bibliographies/indices:



EBSCOHOST (2011)



Academic Resource Index
(ResearchBib) (2016)



MIAR (2016)



Scientific Indexing Services
(SIS) (2016)



Arastirmax (2017)



Akademik Dergiler Endeksi
(ajindex.com) (2017)



Directory of Open Access
Journals (DOAJ) (2019)



TR Dizin (2019)



Asos Index (2014)



Directory of Research Journals
Indexing (2016)



Journal Factor (2016)



Sosyal Bilimler Atf Dizini
(SOBIAD) (2017)



CiteFactor (2017)



Eurasian Scientific Journal
Index (2019)



EuroPub (2019)



Open Academic Journals Index
(OAJI.net) (2020)

Hakem Kurulu / Referee Board

- Prof. Dr. Ahmet AYHAN
Akdeniz Üniversitesi
- Prof. Dr. Erdiç ALTAY
İstanbul Üniversitesi
- Prof. Dr. Hamza ATEŞ
İstanbul Medeniyet Üniversitesi
- Prof. Dr. Kahraman KALYONCU
Aksaray Üniversitesi
- Prof. Dr. Mine OYMAN
Anadolu Üniversitesi
- Prof. Dr. Nezih Metin ÖZMUTAF
İzmir Katip Çelebi Üniversitesi
- Prof. Dr. Ramazan ERDEM
Süleyman Demirel Üniversitesi
- Prof. Dr. Tülay YENİÇERİ
Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi
- Prof. Dr. Yunus Emre ÖZTÜRK
Selçuk Üniversitesi
- Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Ahmet Buğra HAMŞIOĞLU
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
- Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Ali Eren ALPER
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
- Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Atılım ONAY
Anadolu Üniversitesi
- Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Çiğdem ERDEM
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
- Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Hacı Mehmet YILDIRIM
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
- Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Hasan Hüseyin AYGÜL
Akdeniz Üniversitesi
- Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Metin REYHANOĞLU
Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi
- Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Ömer Faruk DEMİRKOL
Harran Üniversitesi
- Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Serkan KEKEVİ
Düzce Üniversitesi
- Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Ümmühan AVCI
Bartın Üniversitesi
- Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Zekiye TAMER GENCER
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Ahmet ALKAN
Süleyman Demirel Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Eda TURANCI
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Fatma Selen MADENOĞLU
Abdullah Gül Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Mücahit AYDIN
Sakarya Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Necla YILMAZ
Süleyman Demirel Üniversitesi
- Prof. Dr. Ayşe İRMİŞ
Pamukkale Üniversitesi
- Prof. Dr. Erkan Turan DEMİREL
Fırat Üniversitesi
- Prof. Dr. İsa İPÇİOĞLU
Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
- Prof. Dr. Mehmet Abdülkadir VAROĞLU
Başkent Üniversitesi
- Prof. Dr. Mustafa LAMBA
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
- Prof. Dr. Nuri ÖMÜRBEK
Süleyman Demirel Üniversitesi
- Prof. Dr. Şakir SAKARYA
Balıkesir Üniversitesi
- Prof. Dr. Ümit AKÇA
Süleyman Demirel Üniversitesi
- Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Abdulvahap AKINCI
Kocaeli Üniversitesi
- Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Ali APALI
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
- Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Ali Murat ALPARSLAN
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
- Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Cengiz DURAN
Kütahya Dumlupınar Üniversitesi
- Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Elif KARAOSMANOĞLU
İstanbul Teknik Üniversitesi
- Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Harun KIRILMAZ
Sakarya Üniversitesi
- Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. İsmail ÇELİK
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
- Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Osman Kürşat ACAR
Süleyman Demirel Üniversitesi
- Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Ömer Kürşad TÜFEKÇİ
Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
- Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Tolga TORUN
Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
- Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Yusuf ESMER
Bayburt Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Abdulkadir ALBEZ
Atatürk Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Ahmet SONGUR
Süleyman Demirel Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Elnur PAŞA
Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Hülya AĞCASULU
Süleyman Demirel Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Nazan ŞAK
Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Nimet VARLIK
Kırıkkale Üniversitesi

Vizyoner

Dergisi



Yıl / Year: 2021

Cilt / Volume: 12

Sayı / No: 31

ISSN: 1308-9552

Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Nurperihan TOSUN
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Sami ZARİÇ
Mersin Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Sümeyye ÖZMEN
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Samet GÜRSOY
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Sema SARI
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Uğur SAYLAN
Kütahya Dumlupınar Üniversitesi

Hakem kurulu listesi, dergimizin bu sayısında yayınlanan ve yayınlanması uygun bulunmayan makaleleri değerlendiren hakemlerden oluşmaktadır. Hakemlerimize dergimize yapmış oldukları katkıdan dolayı teşekkürlerimizi sunarız.

This list of Reviewer Board constitutes of the referees that evaluate the articles that are published in this volume of our Journal and the articles that are found to be insufficient to be published. We thank all the referees for their priceless contributions to our Journal.

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Arastırma Makalesi / Research Article

Assoc. Prof. Dr. Zekiye TAMER GENCER

Get Digital or Get Lost! A Study on the Digitalizing Business World and Covid-19 Pandemic
Dijitalleş Yoksa Yok Ol! Covid-19 Pandemi Süreci ve Dijitalleşen İş Dünyası Üzerine Bir Çalışma

701-711

Arastırma Makalesi / Research Article

Dr. Öğr. Üyesi Esra VONA KURT

Öğr. Gör. Yasemin DURAN

Covid-19 Pandemi Sürecinde Sağlık Bakanlığı'nın Instagram Kullanımının Risk İletişimi Bağlamında Değerlendirilmesi
Evaluation of Ministry of Health Instagram Use in the Context of Risk Communication during the Covid-19 Pandemic Process

712-733

Arastırma Makalesi / Research Article

Dr. Öğr. Üyesi Fatih DEMİR

Ekonomik Güven Endeksi ve Finansal Yatırım Araçları Reel Getirileri Arasındaki Zamanla Değişen Nedensellik İlişkisi:
Türkiye Örneği

Time Varying Causality Relationship between Economic Confidence Index and Real Returns of Financial Investment Instruments: The Case of Turkey

734-751

Arastırma Makalesi / Research Article

Dr. Öğr. Üyesi Hasret ÖZTÜRK

Burdur Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü Çalışanlarının Lider Olma Endişelerinin İncelenmesi
Investigation of the Worries about Leadership of the Personnels at Provincial Directorate of Youth and Sport in Burdur

752-765

Arastırma Makalesi / Research Article

Dr. Öğr. Üyesi İbrahim YILMAZ

Seçim Çevresi Büyüklüğünün Değişmesinin Çok-Partiliğe Etkisi
Impact of Change in Electoral District Magnitude on Multipartism

766-778

Arastırma Makalesi / Research Article

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Akif ALTUNAY

“Dolap Beygiri” Filminin Muhasebe Etiği ve Muhasebe Hileleri Bağlamında İncelenmesi
Examination of “Dolap Beygiri” Movie in the Context of Accounting Ethics and Accounting Frauds

779-799

Arastırma Makalesi / Research Article

Dr. Öğr. Üyesi Perihan GÖZÜM

Kahraman GÖZÜM

Orhan DELİGÖZ

Üniversitelerde Akademik ve İdari Personelin Bireysel Değerler Algı Düzeylerinin Belirlenmesi (Burdur İli Örneği)
Determination of Individual Perception Levels of Academic and Administrative Staff in Universities (Burdur Province Example)

800-811

Araştırma Makalesi / Research Article

Asst. Prof. Dr. Rafet BEYAZ

Res. Asst. Abdullah Yiğit GÜNGÖR

Res. Asst. Şerife KILIÇARSLAN

The Effects of Banks' Internal Marketing and Market Orientation Approaches on Performance

Bankaların İçsel Pazarlama ve Pazar Odaklı Yaklaşımlarının Performans Üzerine Etkisi

812-825

Araştırma Makalesi / Research Article

Dr. Öğr. Üyesi Şebnem ÖZDEMİR

Dr. Kasım Can IŞIK

Sigara, Alkol ve Kahve Tüketiminde Tüketici Davranışı

Consumer Behavior in Cigarette, Alcohol and Coffee Consumption

826-842

Araştırma Makalesi / Research Article

Dr. Öğr. Üyesi Ulukan BÜYÜKARIKAN

Verimlilik Muhasebesi Yönteminin Bir Üretim İşletmesinde Uygulanması

Implementation of Throughput Accounting in a Sample Production Enterprise

843-855

Araştırma Makalesi / Research Article

Öğr. Gör. Dr. Muhammet Hamdi MÜCEVHER

Bireysel Kariyer Planlamada Öz Tanıma Aracı Olarak SWOT Analizi: Z Kuşağı Üzerine Bir Araştırma

SWOT Analysis as a Tool of Self Recognition in Individual Career Planning: A Research on Generation Z

856-869

Araştırma Makalesi / Research Article

Dr. Ahmet SEL

Hibrit Regresyon Modelleri İle BİST'e Etki Eden G20 Endekslerinin Belirlenmesi

Determination of G20 Indices Affecting BIST with Hybrid Regression Models

870-884

Araştırma Makalesi / Research Article

Dr. Memduh Alper DEMİR

Reel Döviz Kurları Üzerindeki Şoklar Geçici Mi, Kalıcı Mı? Dalgacık Tabanlı Birim Kök Testleri İle Kırılgan Sekizli

Ülkeleri İçin Bir Uygulama

Are Shocks on Real Exchange Rates Temporary or Permanent? An Application for the Fragile Eight Countries by Wavelet-

Based Unit Root Tests

885-902

Araştırma Makalesi / Research Article

Dr. Nur AYDIN

Gelişmiş Ülkelerde Doğrudan Yabancı Yatırım Çıktıları İle Yurt İçi Yatırımlar Arasındaki Nedensellik İlişkisi

Causality Relationship between Outward Foreign Direct Investment and Domestic Investments in Developed Countries

903-917

Arastırma Makalesi / Research Article

Dr. Yelda ÜLKER

Tüketicilerin Organik Ürün Logolu Markalara Yönelik Değerlendirmelerinde Ölüm Kaygısının Rolü
The Role of Death Anxiety in Consumers' Evaluation of Brands with Organic Product Logo

918-939

Arastırma Makalesi / Research Article

Arş. Gör. Mehmet Ali TAŞ

Öğr. Gör. Muhammet TORTUMLU

Esnek Çalışma Ortamındaki Çalışanlarda Öz Kontrol ve Öz Yönetim, İçsel Motivasyon ve Mutluluk İlişikisine Dair Bir
Araştırma

*A Research on Relationship between Self Control and Self-Management, Intrinsic Motivation and Happiness in Flexible
Working Employees*

940-954

Arastırma Makalesi / Research Article

Deniz YAMAN

Assoc. Prof. Dr. Ömer ÇAKIN

Investigation of the Relationship between Influencers and Generation Z in the Context of Uses and Gratifications Theory
Influencerlar İle Z Kuşağı Arasındaki İlişkinin Kullanımlar ve Doyumlar Teorisi Bağlamında İncelenmesi

955-971

Derleme Makalesi / Review Article

Doç. Dr. Esra Banu SİPAHİ

Tuğçe ARSLAN

Evsizlik Sorununun Pandemi İle İlişkisi ve Türkiye'deki İzdüşümü

The Relationship between Homelessness Problem and Pandemic in Addition to Their Reflections in Turkey

972-987

Derleme Makalesi / Review Article

Dr. Öğr. Üyesi Elçin NECİYEV

Rusya-Türkiye İşbirliği Bağlamında "Astana Görüşmeleri"

The "Astana Talks" in the Context of Russia-Turkey Cooperation

988-1001

Derleme Makalesi / Review Article

Öğr. Gör. Ayşe KIR

Doç. Dr. Tahsin AKÇAKANAT

Algılanan Aşırı Niteliklilik: Kavramsal Bir Değerlendirme

Perceived Overqualification: A Conceptual Evaluation

1002-1015

YAYIN İLKELERİ

1. Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi Şubat, Mayıs, Ağustos ve Kasım aylarında olmak üzere yılda dört kez yayımlanan uluslararası hakemli bir e-dergidir.
2. Dergiye iktisadi ve idari bilimler ile ilgili tüm konularda hazırlanmış araştırma makaleleri ve derleme makaleler gönderilebilir. Dergide yayımlanan derleme makale sayısı toplam makale sayısının % 25'ini geçemez.
3. Dergiye gönderilen makalelerden değerlendirme ücreti ve başvuru ücreti alınmamaktadır.
4. Dergiye makale gönderen bir yazarın üst üste iki sayıda ve aynı yıl içerisinde birden fazla sayıda makalesi yayımlanamaz. Dolayısıyla dergide yayımlanması için birden fazla makale gönderen yazarlar bu kuralı kabul etmiş sayılmaktadır.
5. Makaleler Türkçe veya İngilizce dillerinde yazılmış olmalıdır.
6. Makaleler web sayfamızdan elde edilebilecek dergi makale şablonu kullanılarak hazırlanmalıdır. Makaleler yazım kurallarımıza uygun bir şekilde hazırlanarak DergiPark sistemi üzerinden gönderilmelidir. Makaleler ile birlikte tüm yazarlar tarafından imzalanarak hazırlanmış Makale Başvuru Formunun da sisteme yüklenmesi gerekmektedir. Yazarlar; unvanlarını, görev yaptıkları kurumları, iletişim bilgilerini ve Orcid ID bilgilerini sisteme eksiksiz bir şekilde eklemelidir. DergiPark sistemi üzerinden makale gönderemeyen yazarlar vizyoner@sdu.edu.tr adresine mail atarak teknik destek alabilirler.
7. Dergide yayımlanmak üzere gönderilen makaleler araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmış olmalıdır. Anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney ve görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütülen her türlü araştırmadan çalışmanın ne zaman yapıldığına bakılmaksızın etik kurul izin belgesi istenmektedir. Yapılan araştırmalar için ve etik kurul kararı gerektiren klinik ve deneysel insan ve hayvanlar üzerindeki çalışmalar için ayrı ayrı etik kurul onayı alınmış olmalı, bu onay makalede belirtilmeli ve belgelendirilmelidir. Etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgiler (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca makale ilk/son sayfasında yer verilmelidir. Dolayısıyla etik kurul izin belgesi gerektirdiği halde bu belgeyi göndermeyen makaleler değerlendirmeye alınmayacak ve reddedilecektir.
8. Dergiye gönderilen makalelerde araştırmacıların katkı oranı beyanına, varsa destek ve teşekkür beyanına ve çatışma beyanına yer verilmelidir.
9. Dergiye gönderilen bir makale ön kontrol, değerlendirme ve yayın süreci şeklinde üç aşamadan geçmektedir. Yazarlar makaleyi gönderdikten sonra sadece ön kontrol aşamasında DergiPark sistemi üzerinden makaleyi geri çekebilirler. Diğer aşamalarda makalenin yazarlar tarafından geri çekilmesi mümkün değildir. Süreç makalenin kabul edilmesi veya reddedilmesi şeklinde tamamlanmak suretiyle sona erecektir.
10. Dergide yayımlanmak üzere gönderilen makaleler ilk olarak ön kontrol aşamasından geçirilmektedir. Bu aşama, makale gönderildiği tarihten itibaren en geç 30 gün içerisinde tamamlanmaktadır. Bu aşamada makalenin yayın ilkelerimize, yazım kurallarımıza, yayın etiği kurallarına ve bilimsellik şartlarına uygun olarak hazırlanıp hazırlanmadığı kontrol edilmektedir. Yapılan değerlendirme çerçevesinde makalenin hakem değerlendirme sürecine geçebileceği, hakem değerlendirme sürecine geçebilmesi için belirtilen eksikliklerin giderilmesi gerektiği veya hakem değerlendirme sürecine alınması ve yayımlanmasının uygun olmadığı kararı verilebilmektedir. Makaleye ilişkin hakem değerlendirme sürecine geçebilmesi için belirtilen eksikliklerin giderilmesi gerektiği kararı verilirse yazarlar tarafından en geç 30 gün içerisinde bu eksikliklerin tamamlanması gerekmektedir. Aksi durumda makalenin değerlendirme süreci sonlandırılacak ve makale reddedilecektir.
11. Dergide yayımlanmak üzere gönderilen makaleler ön kontrol aşamasında iThenticate veya Turnitin intihal programlarından geçirilmektedir. Benzerlik indeksi oranı % 20'den yüksek olan makaleler değerlendirme sürecine alınmadan reddedilmektedir. Makaleye ilişkin intihal değerlendirmesi dergi tarafından yapılacak olup, yazarların herhangi bir intihal raporu göndermesine gerek bulunmamaktadır. Çalışmalarını gönderen yazarlar; makalede hiçbir şekilde intihal yapmadığını, intihalden doğan tüm sorumlulukların kendilerine ait olduğunu, bu konuda derginin hiçbir sorumluluğunun olmadığını beyan etmiş olmalıdır.
12. Ön kontrol aşamasından sonra makaleler değerlendirme aşamasına geçmektedir. Değerlendirme aşamasının başında makaleler editör kurulu veya yayın kurulu tarafından kalitesi, özgünlüğü ve bilime katkısı açısından incelenmekte ve en geç 10 gün içerisinde makalenin hakem değerlendirme sürecinin başlamasına veya hakem değerlendirme sürecine alınmadan reddedilmesine karar verilmektedir.
13. Makalenin hakem değerlendirme süreci başlayabilir kararından sonra ise makale içerik ve biçim açısından incelenmek üzere en az iki hakeme (çift kör hakeme) gönderilmektedir. Makaleyi değerlendiren hakemlerin kimlikleri hakkında yazarlara, makalenin kime ait olduğu konusunda da hakemlere bilgi verilmemektedir. Makale, hakemlerine gönderildikten sonra makaleleri değerlendirip değerlendiremeyeceği kararını en geç 10 gün içerisinde vermeleri, değerlendirmeyi kabul ettikleri takdirde 30 günlük süre içerisinde değerlendirme raporlarını göndermeleri istenmektedir. Verilen sürede geri dönüş yapmayan hakemlere uyarıda bulunularak en fazla iki defa olmak üzere 10'ar günlük ek süre verilmektedir. Hakemin verilen ek sürelerde de geri dönüş yapmaması durumunda makaleye yeni bir hakem atanmaktadır. Hakemler ilk tur değerlendirmesini tamamladıktan sonra ikinci ve üçüncü tur değerlendirmelere ihtiyaç duyarsa yukarıda belirtilen süreler tekrar baştan işlemektedir.

14. Hakemlerden gelen değerlendirme raporları doğrultusunda makalenin yayınlanmasına, yazardan düzeltme istenmesine ya da makalenin reddedilmesine karar verilecektir. Yazardan düzeltme istenmesi durumunda, düzeltmenin en geç 1 ay içerisinde yapılarak dergimize ulaştırılması gerekmektedir. Aksi durumda makalenin değerlendirme süreci sonlandırılacak ve makale reddedilecektir.
15. Hakem raporlarından biri olumlu, diğeri olumsuz olduğu takdirde, editör kurulu makaleyi üçüncü bir hakeme gönderebilir veya hakem raporları çerçevesinde makalenin reddedilmesine karar verebilir. Dolayısıyla dergiye gönderilen bir makalenin yayımlanabilmesi için en az iki ayrı hakemden olumlu görüş alması gerekmektedir.
16. Değerlendirme aşamasından başarıyla geçen makaleler kabul edilerek yayın süreci aşamasına geçmektedir. Yayın süreci aşamasında makaleler; geliş tarihi, makale türü ve yayın dili dikkate alınarak editör kurulu kararına göre yayın sürecine alınmaktadır. Bu aşamada her ne sebeple olursa olsun makalelerin yayım sürecini öne çekmeye ilişkin yazarların istekleri dikkate alınmamaktadır. Bu anlamda Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi belli bir sayıda yayımlanmak için makale kabul etmemekte, yazarlar istedikleri zaman dergiye makale gönderebilmektedir.
17. Yayın süreci aşamasında, makalenin yayınlanma sırası geldiğinde dizgi ve mizanpaj işlemleri başlamaktadır. Dizgi ve mizanpaj işlemleri bittikten sonra makale kontrol amaçlı son bir kez yazarlarına gönderilmektedir. Yazardan gelecek geri dönüşten sonra makaleler mizanpaj editörümüzün son kontrolünden geçecek ve makaleye DOI numarası verilerek yayın süreci başlayacaktır. Yazarlar kontrollere ilişkin belirtilen süre içinde geri dönüş yapmadıkları takdirde editör kurulu kararıyla makale bir sonraki sayıya kaydırılacak veya mevcut haliyle yayımlanacaktır.
18. Dergide yayımlanan makalelerdeki görüşler derginin görüşleri değildir ve tüm sorumluluk yazarlarına aittir. Dergide yayımlanan makalelerin yazarlarına nakit olarak telif ücreti ödenmemektedir.
19. Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, Açık Erişim politikasını benimsemiş bir dergi olup, Budapeşte Açık Erişim Girişimi (BOAI) tanımına uygun olarak hakem değerlendirmesinden geçmiş bilimsel çalışmaların, internet aracılığıyla; finansal, yasal ve teknik engeller olmaksızın, serbestçe erişilebilir, okunabilir, indirilebilir, kopyalanabilir, dağıtılabilir, basılabilir, taranabilir, tam metinlere bağlantı verilebilir, dizinlenebilir, yazılıma veri olarak aktarılabilir ve her türlü yasal amaç için kullanılabilir olmasını kabul etmektedir. Yazarlar ve telif hakkı sahipleri bütün kullanıcıların ücretsiz olarak erişim olanağına sahip olduğunu kabul ederler. Makaleleri kabul edilen yazarlar telif hakkının korunması ve Creative Commons Attribution License altında bulunan derginin haklarının korunması için çalışmalarında yer alan bilgilerin referans gösterilerek paylaşılmasını kabul etmiş sayılırlar. Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi'nin yayımlayacağı bütün makaleler [Creative Commons Atıf 4.0 Uluslararası Lisansı](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) (CC BY) ile lisanslanmıştır.
20. Yayın ilkelerine uygun olmayan makalelerin başvuruları kabul edilmeyecektir. Eksiklikleri sonradan tespit edilen makalelerin ise hangi aşamada olduğuna bakılmaksızın değerlendirme süreci sonlandırılacak ve makale reddedilecektir.

YAYIN ETİĞİ

Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi yayın etiği konusunda COPE (Committee on Publication Ethics) ve ICMJE (International Committee of Medical Journal Editors) tarafından belirlenen yayın etiği ilke, standart ve tavsiyelerini gözetmektedir. Buna göre kabul edilen etik standartlara uygun olmayan tüm makaleler yayından çıkarılır. Yayından sonra tespit edilen olası kuraldışı, uygunsuzluklar içeren makaleler de buna dahildir. Yayın etiği kapsamında tüm paydaşların özetle aşağıdaki etik sorumlulukları taşınması beklenmekte olup, her türlü etik vakası COPE kuralları gereğince değerlendirmeye tabi tutulacaktır.

Yazarların Etik Sorumlulukları:

- Yazarlar dergiye gönderdikleri makaleleri başka bir yerde yayınlamamış ya da yayınlamak üzere göndermemiş olmalıdır.
- Yazarlar makalelerinde kullandıkları tüm alıntılara kaynak göstermiş olmalıdır.
- Yazarlar makalenin kendi çalışmaları olduğunu, hiçbir şekilde intihal yapmadıklarını, intihalden doğan tüm sorumlulukların kendilerine ait olduğunu, bu konuda derginin hiçbir sorumluluğunun olmadığını beyan etmiş olmalıdır.
- Yazarlar makaleye bilimsel katkı verdiklerini garanti etmeli ve tüm yazarların makale üzerinde eşit sorumluluğa sahip olduğu bilinmelidir.
- Sorumlu yazar makalede adı geçen tüm ortak yazarların yayına ve ortak yazar olarak adlandırılmaya razı olduğunu garanti etmelidir. Çalışmaya önemli katkılar sağlayan tüm kişiler ortak yazar olarak adlandırılmalıdır. Bunun dışındaki kişilere teşekkür kısmında yer verilmelidir.
- Yazarlar gönderdikleri çalışmaları destekleyen kuruluşları, finansal kaynakları veya çıkar çatışmasını beyan etmekte yükümlüdür.
- Yazarlar gerekli görülmesi halinde makalede yer alan veri setlerine ulaşım imkanı sağlamalıdır.
- Yazarlar dergide yayımlanmak üzere gönderilen makaleleri araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlamış olmalıdır. Yapılan araştırmalar için ve etik kurul kararı gerektiren klinik ve deneysel insan ve hayvanlar üzerindeki çalışmalar için ayrı ayrı etik kurul onayı alınmış olmalı, bu onay makalede belirtilmeli ve belgelendirilmelidir.

Hakemlerin Etik Sorumlulukları:

- Araştırmayı incelemek için yeterli nitelikte olmayan veya makaleyi hızlı bir şekilde değerlendirmesinin imkansız olacağını bilen seçilmiş herhangi bir hakem, editöre bu durumu bildirmeli ve inceleme sürecinden mazurunu istemelidir.
- Hakemler kendilerine ulaşan makaleleri gizli tutmak ve hakemlik sürecinden elde ettikleri bilgileri kişisel menfaatleri için kullanmamakla yükümlüdürler.
- Hakemler raporlarını veya makale hakkındaki bilgileri başkalarıyla paylaşmamalıdır ve editörün izni olmadan yazarlarla doğrudan iletişim kurmamalıdır.
- Hakemler makaledeki potansiyel etik meseleler konusunda özenli olmalı ve bunları editörün dikkatine sunmalıdır. Buna, değerlendirmedeki makale ile hakemin kişisel bilgi sahibi olduğu herhangi başka bir yayınlanmış çalışma arasındaki özlü benzerlik ve örtüşme dâhildir.
- Hakemlik nesnel bir şekilde yapılmalıdır. Yazarlara dair kişisel eleştirilerde bulunulmamalı, değerlendirmeler yapıcı, dürüst ve kibar olmalıdır.
- Hakemler yazarlarından herhangi biriyle rekabetçi, işbirlikçi veya başka türlü bir ilişki veya bağlantıdan kaynaklanabilecek potansiyel bir çıkar çatışmasına sahip olduğu bir makaleyi değerlendirmeyi kabul etmeden önce editöre danışmalıdır.

Editör Kurulunun Etik Sorumlulukları:

- Dergide hangi makalelerin yayınlanacağına karar vermek editör kurulunun sorumluluğundadır. Yazarların makalelerini değerlendiren editör kurulu; ırk, cinsiyet, cinsel yönelim, dini inanç, etnik köken, vatandaşlık ya da politik felsefelerinden bağımsız olarak değerlendirme yapmalıdır. Alınacak karar, makalenin doğruluğu, geçerliliği ve önemi ile derginin kapsamının uygunluğuna dayanmalıdır. İftira, telif hakkı ihlali ve intihal ile ilgili mevcut yasal gereklilikler de dikkate alınmalıdır.
- Editör veya herhangi bir editör kurulu üyesi, ilgili yazar, hakemler, potansiyel hakemler, diğer editör danışmanları ve yayıncılardan başka kimseye bir makale hakkında bilgi ifşa etmemelidir.
- Sunulan bir makalede açıklanan yayınlanmamış malzemeler, yazarın açık yazılı izni olmaksızın editörün veya editör kurulunun kendi araştırmalarında kullanılmamalıdır.

YAZIM KURALLARI

1. Makaleler dergi makale şablonu kullanılarak “MS Office Word 2010” veya üzeri bir versiyonda, A4 boyutlarında hazırlanmalıdır. Uzunluğu ise dergi formatında 30 sayfayı geçmemelidir. Sayfa düzeni; Üst: 5 cm, Alt: 2,5 cm, Sol: 2,5 cm ve Sağ: 2,5 cm olmalıdır.
2. Dergi makale şablonunda belirtilen kısımlara yazar bilgileri, makale ek bilgileri ve yazar beyanları dergi kurallarına uygun olarak eklenmelidir.
3. Başlık sayfası ve genişletilmiş özet sayfası hariç olmak üzere makale, 10 punto ve “Times New Roman” karakteri ile tek satır aralığı kullanılarak yazılmalıdır. Yazımda, virgül ve noktalardan sonra bir karakter ara verilmelidir. Paragraflarda başlangıç girintisi kullanılmamalı, paragraftan önce ve sonra ise 6nk boşluk bırakılmalıdır. Paragraflar arasında ilave boş satır bırakılmamalıdır.
4. Makalenin başlık sayfasında; tek satır aralığında ve paragraftan önce ve sonra 3nk boşluk kullanılarak 11 punto olarak Türkçe ve İngilizce başlık, 9 punto olarak en az 120 en fazla 200 kelimedenden oluşan tek paragraf halinde Türkçe ve İngilizce öz, en az 3 en fazla 5 tane olmak üzere Türkçe ve İngilizce anahtar kelimeler ve en fazla 5 tane olmak üzere JEL (Journal of Economic Literature) sınıflandırma kodları verilmelidir. Dili İngilizce olan makalelerde başlık, öz, anahtar kelimeler ve JEL sınıflandırma kodları, önce İngilizce sonra Türkçe olarak verilmelidir.
5. Makalede, dergi sayfa formatına göre toplamda 1 sayfayı geçmeyecek şekilde minimum 700, maksimum 1200 kelimedenden oluşan genişletilmiş özet bulunmalıdır. Genişletilmiş özet, Türkçe makaleler için İngilizce, İngilizce makaleler için Türkçe hazırlanmalıdır. Genişletilmiş özet; amaç ve kapsam (purpose and scope), yöntem (design/methodology/approach), bulgular (findings) ve sonuç ve tartışma (conclusion and discussion) şeklinde dört alt başlıktan oluşmalıdır. Her alt başlık tek paragraf halinde, 9 punto, tek satır aralığı, paragraftan önce ve sonra 3nk boşluk kullanılarak ve başlıklar arasında ilave boş satır bırakılmadan yazılmalıdır.
6. Makalede ana başlıklar ve alt başlıklar kalın (bold) ve sola yaslı (girintisiz) olarak **1.**, **1.1.**, **1.1.1.**, **1.1.2.**, **1.1.2.1.** gibi ondalıklı şekilde numaralandırılmalıdır. Numaralandırmaya “Giriş” başlığından başlanmalı ve “Sonuç” başlığına kadar devam etmelidir. Giriş ve sonuç başlıklarına alt başlık açılmamalıdır. Ana başlıkların bütün harfleri büyük yazılmalı, alt başlıkların ise sadece baş harfleri büyük yazılmalıdır. Ana başlıkların ve alt başlıkların hem öncesinde hem de sonrasında herhangi bir satır boşluğu bırakılmamalıdır. Sadece ana başlıklarda paragraftan önce 12nk paragraftan sonra 6nk boşluk bırakılmalıdır.
7. Makale içindeki tüm tablo ve şekiller metnin uygun yerlerinde sayfaya ortalı olarak gösterilmelidir. Her tablo ve şekle kalın yazı tipinde bir sıra numarası (**Tablo 1.**, **Şekil 2.** vb. gibi) ve normal yazı tipinde bir başlık verilmelidir. Başlık; tablolarda üstte, şekillerde altta, sayfaya ortalı, yalnızca kelimelerin baş harfleri büyük olacak şekilde, 10 punto olarak, paragraftan önce ve sonra ise 6nk boşluk bırakılarak hazırlanmalıdır. Tablo ve şekil içindeki metin Times New Roman karakteri ile 8-9 punto aralığında ve tek satır olmalıdır. Grafik, çizelge, harita, çizim ve fotoğraf gibi tüm görseller şekil olarak nitelendirilmelidir. Tüm tablo ve şekiller yukarıda verilen sayfa düzenine uygun ve kolaylıkla okunacak biçimde olmalıdır. Tablo ve şekillerde açıklama ve kaynaklar tablo ve şeklin altında 8 punto olarak, paragraftan önce ve sonra 3nk boşluk bırakılarak verilmelidir. Tablo ve şekilden önce ve sonra satır boşluğu bırakılmamalıdır.
8. Makalede denklem, model ve formüller sola yaslı yazılmalı, her biri sıralı bir şekilde numaralandırılmalı ve numaralar parantez içerisinde sağa yaslı yazılmalıdır. Denklem, model ve formüller öncesi ve sonrasında satır boşluğu bırakılmamalıdır.
9. Makalede madde işaretli metinler sola yaslı olarak paragraftan önce ve sonra 3nk boşluk bırakılarak verilmelidir.
10. Makalede bir kaynaktan doğrudan alınan kelime sayısı 40 kelimenin altında ise alıntı yapılacak ifadeler tırnak içerisinde alınarak ve kaynak gösterilerek metin içerisinde kullanılmalıdır. Alıntı 40 kelimeyi aştığında ise alıntılar normal metinde değil; yeni bir satırda, sol ve sağdan içe 1,25 cm girintili şekilde, italik olarak, paragraftan önce ve sonra 3nk boşluk bırakılarak ve kaynak gösterilerek yapılmalıdır.
11. Makalede “ek” yapılacaksa eklere, ek başlığı (**Ek 1.**, **Ek 2.**, vb. gibi) verilmek suretiyle kaynakçadan sonra yer verilmelidir.
12. Dergiye gönderilen makaleler; referans sistemi, dipnot gösterme biçimi ve kaynakça düzenlenmesinde American Psychological Association (APA 6) stilinde hazırlanmalıdır. Bu bağlamda atıflar metin içerisinde bağlaç yöntemi kullanılarak yapılmalıdır. Açıklama notları ise sayfa altında dipnot şeklinde, iki yana yaslı, 8 punto ve Times New Roman karakteri ile tek satır aralığı kullanılarak ve paragraftan önce ve sonra 3nk boşluk bırakılarak yazılmalıdır.
13. Metin içerisinde atıflar yazar(lar)ın soyadı, kaynağın yılı ve sayfa numarası şeklinde yapılmalıdır. Yazar adı yoksa kurum adı yazar yerine kullanılmalıdır.
 - **Tek yazarlı yayınlarda atıf:** (Dulupçu, 2001: 28).
 - **İki yazarlı yayınlarda atıf:** (Acar ve Tetik, 2013: 60).
 - **Birden fazla kaynağa atıf:** (Schumpeter, 1934: 66; Wood, 2005: 36; Acar ve Tetik, 2013: 60).
 - **Kaynağın tamamı için atıf:** (Drucker, 1995).
 - **Yazar adı olmayan kaynaklar için atıf:** (DPT, 2003: 45).

14. Üç, dört ve beş yazarlı çalışmalarda metin içindeki ilk atıfta tüm yazarların soyadları verilir. Diğer atıflarda ise ilk yazarın soyadının yanına vd. ifadesi eklenmelidir. Dergiye gönderilen makale İngilizce ise vd. yerine et al. ifadesi kullanılmalıdır.
 - **Metin içindeki ilk atıf:** (Çarıkcı, Kalaycı ve Gök, 2009: 55).
 - **Metin içindeki diğer atıflar:** (Çarıkcı vd., 2009: 55).
15. Altı ve daha fazla yazarı olan çalışmalarda atıf yapılırken sadece ilk yazarın soyadı belirtilir.
 - **Metin içindeki atıf:** (Dougherty vd., 2010: 10).
16. Yapılacak atıf bir internet sitesinden alınmışsa ve atfın yazarı belirli ise süreli yayınlardakine benzer şekilde atıf yapılmalıdır. İnternette indirilen kaynak için tarih verilmemişse ilgili dosyaya erişim tarihi kaynağın yılı olarak kullanılmalıdır. Eğer atfın yazarı belli değilse parantez içerisinde internet sitesinin kurumu ve erişim yılı yazılmalıdır.
 - **Yazar adı ve yayın yılı belli olan atıf:** (Bebbington ve Song, 2004).
 - **Yazar adı ve yayın yılı belli olmayan atıf:** (Rekabet Kurumu, 2008).
17. Bir yazarın aynı yıl içinde yayımlanmış birden fazla eserine atıf yapılıyorsa, eserler yılın yanına a, b, c, şeklinde harf verilerek gösterilmelidir.
 - (Kirzner, 1973a: 30).
 - (Kirzner, 1973b: 45).
18. Yazarın adı cümle içinde geçiyorsa aşağıdaki gibi atıf yapılmalıdır.
 - Moran'a (1994: 36) göre,
19. Makalede kullanılan her türlü kaynak kaynakça bölümünde yer almalıdır. Kullanılan kaynaklar nitelik (tez, kitap, makale, rapor vb.) ayrımı yapılmaksızın yazar soyadına göre alfabetik olarak sıraya konulmalıdır. Aynı yazarın eserleri "en eski tarihlî" olandan başlanarak kaynakçaya yerleştirilmelidir. Kaynaklar ilk satır sola yaslı, sonraki satırlar 1,25 cm sol içeriden başlatılmalıdır. Bunun için paragraf seçeneğindeki "ilk satır" kısmı "asılı" olarak değiştirilmeli ve değer olarak 1,25 girilmelidir. Kaynakçada dergi adı hariç tüm yayınlarda (makale adı, kitap adı, bölüm adı, tez adı, vb) başlığın ilk harfi büyük, diğerleri ise özel isim veya kısaltma değilse küçük harfle yazılmalıdır. Dergi adında ise her kelimenin ilk harfi büyük olarak yazılmalıdır. Kaynakça aşağıda belirtilen örneklere uygun olarak hazırlanmalıdır.

Kitaplar:

Yazarın soyadı, Yazarın adının baş harfi. (Yıl). *Kitabın adı*. Basım yeri: Yayınevi.

Erol, E. (2008). *Stratejik yönetim ve işletme politikası*. İstanbul: Beta Basım Yayım.

Acar, D. ve Tetik, N. (2013). *Genel muhasebe*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Korkmaz, A., Dulupçu, M. A., Gövdere, B. ve Songur, H. (2013). *İnsani ücret*. İstanbul: İGİAD Yayınları.

Çeviri Kitaplar:

Yazarın soyadı, Yazarın adının baş harfi. (Yıl). *Kitabın adı*. Çevirmenin adının baş harfi. Çevirmenin soyadı (Çev.), Basım yeri: Yayınevi.

Drucker, P. (1994). *Kapitalist ötesi toplum*. B. Çorakçı (Çev.), İstanbul: İnkılap Kitabevi.

Editörlü Kitaplar:

Yazarın soyadı, Yazarın adının baş harfi. (Yıl). Bölümün adı. Editörün adının baş harfi. Editörün soyadı (Ed.), *Kitabın adı* içinde (Bölümün sayfa aralığı), Basım yeri: Yayınevi.

Okçu, M., Aktel, M. ve Kerman, U. (2007). İki süreci anlamak: Kamu yönetiminde küreselleşme ve Avrupalılaştırma. A. Yılmaz ve Y. Bozkurt (Ed.), *Küresel esintiler ve yerel etkiler sarmalında Türk kamu yönetimi içinde* (43-67), Ankara: Gazi Kitabevi.

Makaleler:

Yazarın soyadı, Yazarın adının baş harfi. (Yıl). Makalenin adı. *Derginin adı*, Cilt(Sayı), Sayfa aralığı.

Özkul, G. (2007). Kapitalist sistemin sürükleyici aktörleri: Ekonomik teoride girişimciler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(3), 343-366.

Çelikkaya, S. ve Sezgin, A. (2014). Kamu harcamalarının kalkınmaya olan etkileri: Türkiye örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 40-59.

Akçakanat, T., Çarıkcı, İ. H. ve Dulupçu, M. A. (2011). Süleyman Demirel Üniversitesi öğrencilerinin Isparta'daki yaşam kalitesi ve Isparta halkına ilişkin tutumlarının değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(4), 1-18.

Oruç, K. O. ve Çolak, M. (2019). Bulanık analitik hiyerarşi prosesi yöntemi ile yem seçimi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 10(25), 495-510. doi:10.21076/vizyoner.611033

Tezler:

Yazarın soyadı, Yazarın adının baş harfi. (Yıl). *Tez başlığı*. Yüksek Lisans Tezi / Doktora Tezi, Kurum Adı, Yayın yeri. Eke, E. (2014). *Neoliberal devlet döneminde sağlıkta dönüşüm programı uygulamalarına yönelik sektördeki paydaşların algısı*. Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

Sempozyum/Konferanslar:

Yazarın Soyadı, Yazarın Adının Baş Harfi. (Yıl). Bildirinin adı., *Sempozyum/Konferans Adı*, Düzenleyen Kurum, Düzenlenme Tarihi, Düzenlenme Yeri, Sayfa Aralığı.

Karaatlı, M., Demirci, N., Aksoy, E. ve Ömürbek, N. (2014). Borsa performanslarının çok kriterli karar verme yöntemleri ile karşılaştırılması. *15. Uluslararası Ekonometri, Yöneylem Araştırması ve İstatistik Sempozyumu*, Süleyman Demirel Üniversitesi, 22-25 Mayıs 2014, Isparta, 673-689.

Araştırma Raporları:

Yazarın soyadı, Yazarın adının baş harfi. (Yıl). *Çalışmanın başlığı* (Rapor No. xxx). Yayın yeri: Yayıncı.

Pamuk, Ş. (2007). *Economic change in twentieth century Turkey: Is the glass more than half full?* (Working Paper No.41). Paris: The American University of Paris.

İnternet Kaynakları:

Yazarın soyadı, Yazarın adının baş harfi. (Yayınlanma tarihi / Erişim tarihi). *Başlık*. Erişim adresi: İnternet Adresi, (Erişim Tarihi).

Bebbington, J. ve Song, E. (2004). *The adoption of IFRS in the EU and New Zealand*. Erişim adresi: <http://www.europe.canterbury.ac.nz/>, (14.07.2008).

Rekabet Kurumu. (2010). *Rekabet hukukunun esasları*. Erişim adresi: <http://www.rekabet.gov.tr/index.php?Sayfa=sayfaicerik&icId=53>, (17.03.2010).

Süleyman Demirel Üniversitesi. (2020). *Misyon & vizyon*. Erişim adresi: <https://w3.sdu.edu.tr/sayfa/5528/misyon-vizyon>, (10.01.2020).

Gökçe, D. (2019, 19 Temmuz). *Çin'de 1992'den bu yana en düşük büyüme*. Erişim adresi: <https://www.aksam.com.tr/yazarlar/deniz-gokce/cinde-1992den-bu-c2yana-en-dusuk-buyume/haber-990522>, (15.01.2020).

20. Yazım konusunda belirtilmeyen durumlarda bilimsel yazımlarda benimsenen hususlar dikkate alınmalıdır.

PUBLICATION PRINCIPLES

1. Süleyman Demirel University Visionary Journal is an international peer reviewed e-journal and published four times a year in February, May, August and November.
2. Research and review articles on all subjects related to economics and administrative sciences may be submitted to the Journal. The rate of review articles to the total number of articles could not outnumber 25%.
3. No fee is charged from the articles sent to the journal for evaluation or for application.
4. A single author cannot publish two articles in succeeding two volumes or in one year. Therefore those authors who send more than one article to the Journal are accepted to approve the rule.
5. The articles should be written either in Turkish or in English.
6. The articles should be prepared by using the article template to be attained from the web site of the Journal. The articles should be prepared in accordance with the spelling rules and should be uploaded to the DergiPark system. Together with the article(s) the Article Application Form that is signed by all the authors should be uploaded to the system. The authors should add their titles, institutions where they work/study, contact information and Orcid ID information to the system. Those authors who cannot upload their papers through the system may take technical support by e-mailing to vizyoner@sdu.edu.tr.
7. The articles sent to the Journal in order to be published should be prepared by the author(s) in accordance with research and publication ethics. A document of the approval of ethical committee is required from any type of studies that utilise qualitative or quantitative approaches and that necessitate data collection through questionnaires, interviews, focus group studies, observations, experiments, meeting techniques and the date of the study does not change this requirement. For the research made in the article and for clinical and experimental studies on human and animal that necessitate ethics committee approval separate ethics committee approvals should be taken and these approvals should be mentioned in the article and should be documented. In those articles necessitating ethics approval, approval-related information (name of the committee, date and number) should be given in the method part and also in the first/last page of the article. Therefore, in the cases that necessitate ethics committee approval, those articles that do not send these documents would not be evaluated and would be rejected.
8. In the articles submitted to the Journal, the declarations of contribution rate and if any support and thanksgiving, and conflict should be included.
9. An article sent to the Journal follows three stages: pre-control, evaluation and publication stage. After author(s) send(s) the article, the article may be withdrawn through DergiPark system only during the pre-control stage. In other stages, it is impossible for the author(s) to withdraw the article. The process ends with the approval or rejection of the article.
10. The articles sent to the Journal for publication are initially checked in the pre-control stage. The stage is completed at the latest in 30 days following the submission date of the article. In this stage, the article is checked for its compliance with our publication principles, spelling rules, the rules of publication ethics and being scientific. Within the scope of the pre-control three decisions may be made: send to the reviewer (evaluation) process, for the article to be sent to the reviewer some alterations should be made, and insufficient for sending to the reviewer and for publishing. If the second decision – for the article to be sent to the reviewer some alterations should be made – is taken, the author(s) has/have 30 days for making the alterations and resending the article. Otherwise, the evaluation process of the article would be terminated and the article would be rejected.
11. The articles sent to the Journal for publication are checked with iThenticate or Turnitin plagiarism software in the pre-control stage. Those articles having a similarity index of more than 20% are rejected without taking to the evaluation process. The plagiarism evaluation of the articles is going to be made by the Journal, hence the author(s) do(es) not need to attach plagiarism report. The authors who submit their papers are accepted to have declared that they do not plagiarize; they accept any sanction caused by any plagiarism; and they admit that the Journal has no responsibility on such situations.
12. Following the pre-control stage, the articles pass to the evaluation stage. In the beginning of the evaluation stage, the articles are inspected by the editorial board or publication board for the quality, originality and scientific contribution and within 10 days at most, the article is sent to the reviewers or is rejected without sending to the reviewers.
13. After the decision that the article may be sent to the reviewers for the evaluation stage, the article is sent to at least two reviewers (double blind reviewers) for a control in terms of content and format. No information is given to the authors about the identities of the reviewers or to the reviewers about the owner(s) of the article. The reviewers are requested to make a decision whether they are going to evaluate the article or not within 10 days and if they accept to evaluate the article to finish their evaluation within 30 days and send their evaluation reports. Those reviewers who do not send the reports within the duration are warned and additional time of 10 days may be given for twice at most. In case of not sending the reports even within the additional duration, the article is sent to another new reviewer. If the reviewers need a second or third time evaluation following the first one, the aforementioned durations are initiated from the beginning.

14. In accordance with the evaluation reports from the reviewers, the paper may be published, may be re-sent to the author(s) for correction, or may be rejected. In case of a correction all correction(s) should be made within at the latest 1 months and sent to the Journal. Otherwise, the evaluation process of the article would be terminated and the article would be rejected.
15. If one of the reviews is positive while the other is negative, the editorial board may send the article to the third reviewer or may reject the article in accordance with the reviewer report. Therefore, in order for an article to be published, it should take positive decisions from at least two separate reviewers.
16. Those articles that are found to be sufficient in the evaluation stage are sent to the publication stage. In the publication stage, the articles are included in the publication stage according to the decision of editorial board by taking the date of arrival, type of article and publication language. In this stage, the requests of the authors for their articles to be published earlier are refused whatever the reason of the authors. In this respect, Süleyman Demirel University Visionary Journal do not accept any article for publishing it in a particular volume and the authors may submit articles to the Journal at any time they desire.
17. In the publication stage, when the publication turn comes, the typesetting and layout processes are initiated. After the completion of typesetting and layout processes, the article is sent to the author(s) once more for a last-check. After the return of the author, the articles are checked by the editor for the last time and the publication process of the article is initiated after giving a DOI number to the article. If the author(s) do(es) not return in the determined time duration, the article may be shifted to the following volume or may be published with its last format.
18. The opinions in the articles published in the Journal are not the opinions of the Journal and all the responsibility belongs to the authors. The Journal does not pay any royalties to the author(s) of the articles published.
19. Süleyman Demirel University Visionary Journal is a journal that adopts Open Access policy and accepts that the scientific studies which are evaluated by reviewers in compliance with the definition of Budapest Open Access Initiative (BOAI) would be published through Internet, are accessible, readable, downloadable, duplicable, deliverable, printable, scannable without any financial, legal and technical obstacles and can be referred, indexed, transferred to software as data and can be used for any kind of legal purposes. The authors and copyright owners accept that all the users have the right to access the studies without any fee. The authors whose articles are published by the Journal accept that their studies can be cited under the provisions of the protection of copyrights and Commons Attribution License. All the articles to be published in Süleyman Demirel University Visionary Journal are licenced with [Creative Commons Atif 4.0 Uluslararası Lisansı](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) (CC BY 4.0).
20. The applications of those articles that are not improper in terms of publication principles would not be accepted. The evaluation process of those articles whose deficiencies are noticed later on, would be terminated and the article would be rejected regardless of the stage of the evaluation process.

PUBLICATION ETHICS

In terms of publication ethics Visionary Journal pursues the principles, standards and recommendations of the publication ethics determined by COPE (Committee on Publication Ethics) and ICMJE (International Committee of Medical Journal Editors). Accordingly, all the articles that do not comply with the accepted standards of ethics are rejected. The rule also applies for those articles that contains discrepancies which are detected after the publication. In the context of publication ethics, all the shareholders are expected to bear the following ethical responsibilities in brief and all the ethical incidences are going to be evaluated in compliance with COPE rules.

Ethical Responsibilities of Authors:

- Authors should send those articles which have not been published elsewhere or which have not been sent anywhere.
- Authors should give references to all the citations in their articles.
- Authors are accepted to declare that the article belongs to themselves, they do not plagiarise, all the responsibilities due to plagiarism belong to themselves and the journal does not have any responsibility in such cases.
- Authors should guarantee that they give scientific contribution to the article and it should be accepted that all the authors of the article have equal responsibility.
- Corresponding author should guarantee that all the co-authors mentioned in the article have an agreement on the publication of the article and on being named as co-authors. All the writers who give crucial contributions to the article should be named as co-authors. Others should be given place in the acknowledgement.
- Authors are responsible for declaring the supporting institutions, financial sources or conflicts of interest.
- In case of necessity authors should give access to the data sets utilised in the articles.
- The authors should prepare the articles to be published in the Journal in accordance with research and publication ethics. For the research made in the article and for clinical and experimental studies on human and animal that necessitate ethics committee approval separate ethics committee approvals should be taken and these approvals should be mentioned in the article and should be documented.

Ethical Responsibilities of Reviewers:

- Any reviewer who is selected for reviewing the article but whose qualifications do not match with the subject of the article and/or to whom the time limitation of the review process is not appropriate should inform the editor and ask for her/his removal from the review process.
- Reviewers are responsible for the concealment of the articles they received and for not using the information attained from the reviewing process for personal interests.
- Reviewers should not share their evaluations reports or information about the article with others and should not directly communicate with the authors without the permission of the editor.
- Reviewers should be intenteve about potential ethical incidences in the article and should present them to the editor. This includes similarities and overlappings with the studies of the reviewer published elsewhere.
- Reviewing should be done objectively. Personal criticisms should be avoided and the evaluations should be constructive, honest and polite.
- Reviewers who may have potential conflict of interest with (at least) one of the authors due to a competitive, collaborative of other types of relationships or connections should inform the editor before accepting the reviewing process.

Ethical Responsibilities of Editorial Board:

- The decision of the selection of articles to be published in the Journal is under the responsibility of the editorial board. The editorial board should carry out the evaluation independent of race, gender, sexual orientation, religious belief, ethnic origin, citizenship or political philosophy. The decision to be made should be based on the accuracy, validity and importance of the article, and its relevance with the scope of the Journal. Legal necessities should also be consulted in cases of slander, copyright infringement and plagiarism.
- The editor or any member of the editorial board should not reveal any information about the article except for the related authors, reviewers, potential reviewers, other editorial consultants and publishers.
- The information in any article presented but not published should not be used in any research of the editor or of the member of the editorial board without express written permission of the authors.

SPELLING RULES

1. The papers should be prepared in A4 paper size with “MS Office - Word 2010” or with a higher version and by utilising the article template of the Journal. The articles must be less than 30 pages with the template. Page margins should be as follows: Top: 5 cm, Bottom: 2.5 cm, Left: 2.5 cm and Right: 2.5 cm.
2. The author(s) information, article additional information and author declarations should be added to the parts declared in the Journal article template in accordance with the Journal rules.
3. Excluding the title page and expended abstract page, the article should be written with “Times New Roman”, 10pt size and single spacing. There should be one space after points and commas. No indents should be used for the paragraphs and 6pt spaces should be left before and after the paragraphs. Between the paragraphs no extra blank lines should be used.
4. In the title page of the article; single spacing and 3nk spacing before and after the paragraph should be used. Turkish and English titles should be 11pt size. Turkish and English abstracts should be 9pt size, between 120 and 200 words and single paragraph. There should be 3 to 5 keywords in Turkish and English. There should be max. 5 JEL (Journal of Economic Literature) codes. For those articles whose language is English, first English versions of title, abstract, keywords and JEL codes should be given and then the Turkish versions should be included.
5. In the article, an extended abstract that is not more than 1 page in accordance with Journal page format and that involves min 700, max 1200 words should be included. The extended abstract should be prepared in English for the articles in Turkish, and in Turkish for the articles in English. The extended abstract should be composed of four sub-headings: purpose and scope, design/methodology/approach, findings, and conclusion and discussion. Each sub-heading should be one paragraph, 9pt size, single spacing, 3nk spacing before and after the paragraph and without any extra spacing between titles.
6. The headings and subheadings should be appeared in 10 font size, bold and left justified and also numbered decimally such as **1., 1.1., 1.1.1., 1.1.2., 1.1.2.1.** The numbering should be initiated from the “Introduction” part and should be continued till the “Conclusion” part. No titles for introduction and result part should be used. All the letters in main headings should be capital; only the first letters of the words in the sub-headings should be capital. No spacing should be made before and after the main and sub-headings. Only in the main headings 12nk spacing before the paragraph, and 6nk spacing after the paragraph should be applied.
7. All the tables and figures in the article should be given centered and in their proper places. All the tables and figures should be numbered in bold (**Table 1., Figure 2.,** etc.) and given titles in normal fonts. For the Tables, the titles should be given above while it should be given under the Figures. The titles should be centered, should be written in 10 font size, only the initial letters should be capitalized, and 6nk distance must be set before and after the paragraph. The text inside the Tables and Figures should be written in Times New Roman with 8-9 font sizes and with single spacing. All the visuals such as graphs, charts, maps, drawings and photographs should be specified as Figures. All the Tables and Figures should fit the aforementioned rules and should be legible. The sources in Tables and Figures should be given under the Table and Figure with 8 font size and 3nkt distance must be set before and after the paragraph. No blank line should be given before and after the Tables and Figures.
8. The equations, models and formulas in the article should be left justified, all of them should be numbered and the numbers should be written in parentheses and right justified. No blank line should be given before and after the equations, models and formulas.
9. The bulleted texts in the article, should be left justified and 3nk distance must be set before and after the paragraph.
10. If the quotation from a source is less than 40 words, the expressions should be in quotation marks and the study quoted should be cited intext. If the quotation is more than 40 words, the quotation should be given italic and in a new line; 1.25 cm tabbed from left and right, 3nk distance must be set before and after the paragraph and the study quoted should be cited.
11. If the article include any “appendix”, titles (**Appendix 1., Appendix 2.,** etc.) should be given to them and they should be given after the References part.
12. Intext citations, footnotes and reference lists in the papers should be prepared according to American Psychological Association (APA 6) style. The intext references should be given with author-date-page method. The explanations should be given at the button of the page as a footnote, as justified, with 8 font size and Times New Roman, single line spacing and 3nk distance must be set before and after the paragraph.
13. Intext citations should include the surname of the author(s), year of the source, and page number, respectively. If the papers do not have an author then the name of the institution should be given instead of author’s name.
 - **Works by a single author:** (Duluçcu, 2001: 28).
 - **Works by two authors:** (Acar and Tetik, 2013: 60).
 - **Citing more than one source:** (Schumpeter, 1934: 66; Wood, 2005: 36; Acar and Tetik, 2013: 60).
 - **Citing whole source:** (Drucker, 1995).
 - **Citing publications without the name of the author:** (DPT, 2003: 45).

14. In the first quotation of a study that is prepared by three, four or five authors the surnames of all authors should be given. In the following quotations, only the surname of the first author and et al. should be written.
 - **The first citation intext:** (Çarıkçı, Kalaycı and Gök, 2009: 55).
 - **Other citations intext:** (Çarıkçı et al., 2009: 55).
15. For those papers having six or more authors, only the surname of the first author should be mentioned.
 - **Intext citations:** (Doughert et al., 2010: 10).
16. If the reference is taken from a web site and the author is known, reference should be made like periodic publications. If the date of the downloaded source is not given, access date should be used. If the date of the downloaded source is not given, date of access should be used. Also if no publisher name is available, use the name of website and data of Access.
 - **If the author's name and publication year is known:** (Bebbington and Song, 2004).
 - **If the author's name and publication year is not known:** (Rekabet Kurumu, 2008).
17. If you are citing more than one work by the same author in the same year, put the letters a, b, c next to the year.
 - (Kirzner, 1973a: 30).
 - (Kirzner, 1973b: 45).
18. If the name of the author is used in the text, the reference should be given as follows:
 - According to Moran (1994: 36),
19. In the articles, all kind of sources should be included in the References part. All the sources, without discriminating according to the type (thesis, book, article, report etc.), should be sorted alphabetically according to the surname of the authors. The studies of a particular author should be sorted in the References part from the oldest to the newest. Sources should be left justified in the first line, and 1.25 cm tabbed from left in the following lines. For that purpose, in the paragraph preferences "first line" should be adjusted to "hanging" and the value should be adjusted to 1.25 cm. In the References part, the first letter of the name of all publications (article title, book title, chapter title, thesis title etc.) except Journal title should be capital, and the rest of the title should be lower case, ,if they are not proper name or abbreviation. For the title of a journal, the fist letters of all words should be capital. The reference page should be prepared according to example shown below.

Books:

Surname, First letter of the name of the author(s). (Year). *Name of the book*. Place of publication: Publisher.

Erol, E. (2008). *Stratejik yönetim ve işletme politikası*. İstanbul: Beta Basım Yayım.

Acar, D. and Tetik, N. (2013). *Genel muhasebe*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Korkmaz, A., Dulupçu, M. A., Gövdere, B. and Songur, H. (2013). *İnsani ücret*. İstanbul: İGİAD Yayınları.

Translated Books:

Surname, First letter of the name of the author(s). (Year). *Name of the book*. First letter of the translator. Surname of the translator (Trans.), Place of publication: Publisher.

Drucker, P. (1994). *Kapitalist ötesi toplum*. B. Çorakçı (Trans.), İstanbul: İnkılap Kitabevi.

Edited Books:

Surname, First letter of the name of the author(s). (Year). Section title. First letter of the editor. Surname of the editor (Ed.), *Title of the book* in (Pages of the section), Place of publication: Publisher.

Okçu, M., Aktel, M. and Kerman, U. (2007). İki süreci anlamak: Kamu yönetiminde küreselleşme ve Avrupalılaştırma. A. Yılmaz and Y. Bozkurt (Ed.), *Küresel esintiler ve yerel etkiler sarmalında Türk kamu yönetimi* in (43-67), Ankara: Gazi Kitabevi.

Articles:

Surname, First letter of the name of the author(s). (Year). Title of the article. *Journal title*, Vol(No), Pages.

Özkul, G. (2007). Kapitalist sistemin sürükleyici aktörleri: Ekonomik teoride girişimciler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(3), 343-366.

Çelikkaya, S. and Sezgin, A. (2014). Kamu harcamalarının kalkınmaya olan etkileri: Türkiye örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 40-59.

Akçakanat, T., Çarıkçı, İ. H. and Dulupçu, M. A. (2011). Süleyman Demirel Üniversitesi öğrencilerinin Isparta'daki yaşam kalitesi ve Isparta halkına ilişkin tutumlarının değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(4), 1-18.

Oruç, K. O. and Çolak, M. (2019). Bulanık analitik hiyerarşi prosesi yöntemi ile yem seçimi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 10(25), 495-510. doi:10.21076/vizyoner.611033

Thesis:

Surname, First letter of the name of the author(s). (Year). *Thesis title*. Master's Thesis/ Ph.D. Dissertation, Name of Institution, Place of publication.

Eke, E. (2014). *Neoliberal devlet döneminde sağlıkta dönüşüm programı uygulamalarına yönelik sektördeki paydaşların algısı*. Ph.D. Dissertation, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

Symposiums/Congresses:

Surname, First letter of the name of the author(s). (Year). Title of the paper. *Symposiums/Congresses Name*, Organizing institute, Date of organization, Place of organization, Pages.

Karaatlı, M., Demirci, N., Aksoy, E. and Ömürbek, N. (2014). Borsa performanslarının çok kriterli karar verme yöntemleri ile karşılaştırılması. *15. Uluslararası Ekonometri, Yöneylem Araştırması ve İstatistik Sempozyumu*, Süleyman Demirel Üniversitesi, 22-25 Mayıs 2014, Isparta, 673-689.

Research Reports:

Surname, First letter of the name of the author(s). (Year). *Title of the paper* (Report No. xxx). Place of publication: Publisher.

Pamuk, Ş. (2007). *Economic change in twentieth century Turkey: Is the glass more than half full?* (Working Paper No.41). Paris: The American University of Paris.

Internet Sources:

Surname, First letter of the name of the author(s). (Date of publication / Date of access). *Title*. Access address: Internet address, (Date of access).

Bebbington, J. and Song, E. (2004). *The adoption of IFRS in the EU and New Zealand*. Access address: <http://www.europe.canterbury.ac.nz/>, (14.07.2008).

Rekabet Kurumu. (2010). *Rekabet hukukunun esasları*. Access address: <http://www.rekabet.gov.tr/index.php?Sayfa=sayfaicerik&icId=53>, (17.03.2010).

Süleyman Demirel Üniversitesi. (2020). *Misyon & vizyon*. Access address: <https://w3.sdu.edu.tr/sayfa/5528/misyon-vizyon>, (10.01.2020).

Gökçe, D. (2019, 19 July). *Çin'de 1992'den bu yana en düşük büyüme*. Access address: <https://www.aksam.com.tr/yazarlar/deniz-gokce/cinde-1992den-bu-c2yana-en-dusuk-buyume/haber-990522>, (15.01.2020).

20. For the cases not mentioned in spelling, scientific publication rules will be taken into consideration.

GET DIGITAL OR GET LOST! A STUDY ON THE DIGITALIZING BUSINESS WORLD AND COVID-19 PANDEMIC

DİJİTALLEŞ YOKSA YOK OL! COVID-19 PANDEMİ SÜRECİ VE DİJİTALLEŞEN İŞ DÜNYASI ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

Assoc. Prof. Dr. Zekiye TAMER GENCER¹

ABSTRACT

The most recent one called COVID-19 broke out in December, 2019 in Wuhan, China and has still been troubling the countries on the world. The impacts of the pandemic have shown not only on death tolls but also on social, economic and cultural aspects. The global economic crisis stemmed from the epidemic in almost every country has paralyzed everyday life circumstances from health to education and politics. In the study, the business world which is affected by the pandemic is examined in detail. The study especially takes the projects financed and suggested by the Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey for women entrepreneurs as sample. As an obligation these days, digitalizing has become the trendiest topic in business world. Because of lock downs and social distancing precautions, 8 projects that are suggested by the Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey have started to be conducted on digital platforms by the entrepreneurs, especially woman entrepreneurs. The digitalizing process of these projects is the main purpose of the study and as the digitalization is getting more and more important day by day, it is a crucial subject to study on as well.

Keywords: Economy, Digitalization, COVID-19, Projects for Entrepreneurship, Woman Entrepreneurs.


JEL Classification Codes: M13, M14, M21.

ÖZ

İnsanlık tarihi boyunca görülen kaynağı belli ya da belirsiz birçok salgın hastalığa bir yenisinin eklendiği Covid-19 süreci tüm dünyayı olumsuz etkilemektedir. Bu etkiler hastalığa bağlı can kayıpları başta olmak üzere, sosyal, kültürel ve ekonomik anlamda ciddi bir biçimde kendisini göstermektedir. Tüm dünya ülkelerinin neredeyse eş zamanlı yaşamaya başladığı salgın hastalığa bağlı olarak yaşanan küresel ekonomik kriz, sağlıktan eğitime, siyasete kadar tüm yaşamsal döngüleri felç etmiştir. Bu çalışmada, yaşanan bu olumsuz etkilere bağlı olarak iş kaybına uğrayan ticari dünya mercak altına alınmıştır. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği tarafından pandeminin başından beri alınan önlemler, iş dünyasını rahatlatmak adına önerilen projeler ve özellikle de pozitif ayrımcılık yapılarak kadın girişimcilere yönelik olarak yapılan bir takım faaliyetler incelenmiştir. Bu salgın döneminin en büyük zorunluluklarından biri olan dijitalleşme süreci, salgından korunmak için alınan sokağa çıkma yasakları ve sosyal mesafe gibi önlemlere bağlı olarak gerçekleşmiştir. Bu bağlamda TOBB tarafından yapılan, girişimcileri özellikle de kadın girişimcileri dijital ortama yönlendirmeyi amaçlayan 8 proje çalışma kapsamında analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Ekonomi, Dijitalleşme, COVID-19 Salgını, Girişimcilik Projeleri, Kadın Girişimciler.

JEL Sınıflandırma Kodları: M13, M14, M21.

¹  Sivas Cumhuriyet University, Faculty of Communication, Department of Public Relations and Publicity, zekiye_tamer@hotmail.com

GENİŞLETİLMİŞ ÖZET

Amaç ve Kapsam:

Bu çalışma dijitalleşen dünya şartlarında, yeni Covid-19 salgınının ekonomi üzerinde yarattığı baskı neticesinde iş yapma biçimlerinin sanal ortamlara taşınması hususundaki mecburiyete dikkat çekmeye çalışmaktadır. Nerdeyse son 15 yıldır insan hayatına yöne vere sosyal ağlar ve internet teknolojiler, pandemi sürecinde yaşanan kısıtlamalara bağlı olarak ticaretin de bu alana entegrasyonunun artırılmasını gerekli kılmıştır. Türkiye de ticaret ve ekonomi alanında önemli bir sivil toplum kuruluşu olan Odalar ve Borsalar Birliğinin bu hususlarda yaptığı çalışmalar ve projeler üzerinden, iş dünyasının dijitalleşme mecburiyeti ortaya konmaktadır.

Yöntem:

Bu çalışma kapsamında dünya genelinde özellikle ekonomik anlamda olumsuz neticeleri sebebiyle insan hayatını olumsuz etkileyen ve küresel kriz ortamında birçok işletmenin ticari süreçlerini sekteye uğratan Covid-19 salgınının dijitalleşmeyi teşvik etmesi için yapılan projeler değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme için de nitel araştırma tekniklerinden biri olan, içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği tarafından yürütülen 8 adet proje “kim, nasıl, kime, ne zaman, ne, nasıl söylemiştir” sorularından bazılarına cevap aramak için yapılan içerik analizi yöntemi ile değerlendirilmiştir. İçerik analizi yöntemlerinden biri olan değerlendirici analiz şeklinde kurgulanan araştırma, salgın sürecine ekonomik zorluklardan biri olan iş yerlerinin kapatılmasıyla dijital ortamlara geçiş başta olmak üzere rutin işlerin dijital üzerinden de yapılabileceği kanıtlarına dayanan projelerin amaç, hedef kitle ve çıktıları üzerinden bir çerçeve sunmaktır. Özellikle de kadın girişimci açısından önem arz eden bu projeler kapsamında e- ticarete dönüşüm sağlanması, pandemi sürecinin önemli mücadele araçlarından biri olduğunda, çalışma bu halide literatüre önemli bir katkı sunmaktadır.

Bulgular:

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği tarafından alınan bilgiler ışığında, Kadın Girişimci Kurulu'nun kontenjanı her ilde, Oda ve Borsa'nın meclis üyesi sayısı ile sınırlı olduğu bilinmektedir. Dolayısı ile yaklaşık 7.000 kadın girişimci üyesi olmasına rağmen bu sayı Türkiye genel profilini yansıtmamaktadır. Yapılan araştırma inceleme sonucunda kurum tarafından özellikle kadın girişimci başta olmak üzere ülkede bulunan tüm kadınların dijital uyumlarının artırılması, gelişimlerine destek olunması gibi bir takım amaçlarla düzenlenen çok sayıda proje olduğu tespit edilmiştir. Bu projelere ilişkin içerik analizi çalışmada tablo olarak yer almaktadır. Tabloda proje hedef kitlesi, amacı ve çıktılar şeklinde üç boyutlu bir değerlendirme yapılmıştır. Yapılan değerlendirme sonucunda da aşağıdaki tabloda görüldüğü gibi, ilgili projelerin amacına ulaştığı ve özellikle pandemi döneminde birçok projenin yeniden hayat geçirildiği gözlenmektedir.

Sonuç ve Tartışma:

Bir kriz olarak aniden dünya genelindeki olumsuz etkileriyle gündeme gelen salgın süreci, özellikle ekonomik anlamda büyük darbelere yol açmıştır. Hükümetler kendi çaplarında bir takım önlemler alarak yurttaşlarının hayatta kalmaya devam etmesi amacıyla, özellikle özel girişimler şeklinde ticari varlıklarını sürdürmeye çalışan işletmeleri desteklemek için fon paketleri açıklamıştır. Bunun dışında yapılan proje destekleri ve toplantıların da ana gündemi salgında ekonomik direnci oluşturmaktır. Özellikle de pozitif ayrımcılık yaparak iş dünyasında bulunan kadın girişimcilerin desteklenmesi amacıyla yıllardır çalışmalar yapan TOBB, bu süreçte de aynı desteği sürdürmektedir. Girişimcilerin pandemi sürecinin yarattığı kriz ortamını fırsata çevirerek, dijital ortamlarda iş yapma biçim ve yöntemlerinin teşvik edildiği projeler ekonomik kalkınma için son derece önemlidir. Proje içerikleri, amaçları ve çıktıları bağlamında değerlendirildiğinde, bu sürece uyumu kolaylaştırmaya yönelik projeler olduğu dikkati çekmektedir. Dijital uyumun artırılması, ekonomik anlamda yeniden canlanma ve toparlanma için kritiktir. Dünya genelinde tüm insanların internet kullanım oranlarındaki artış da dikkate alındığında, Covid-19 salgını da dahil tüm olağanüstü durumlarda, ekonomik zararların minimuma düşürülmesi için uyumun sağlanmasının gerekliliğinin bir göstergesidir. Özellikle özel sektör bağlamında hem ulusal hem de uluslararası birçok kurumsal işletme, pandemi sonrası çalışma prensiplerinin “dijital” platformlarda devam edeceğine dair açıklamalar yapmıştır. Bu bağlamda, yeni normalin çevrim içi ortamlarda ve yapay zeka, veri madenciliği gibi sektörlerde, gelecek inşa ettiği aşıkardır. Tüm dünyada ekonomik bir krizin yaşanmasına sebep olan pandemi, iş yapma biçimlerini değiştirmekle kalmamış, birçok sektörü yok olma tehlikesi ile karşı karşıya bırakmıştır. Örneğin, ofis çalışanları açısından iş yeri kavramı bundan böyle “home office” şeklinde yaşadıkları evler olacaktır. Uzun bir süre kalabalık ortamlara sahip olan alışveriş merkezleri, sinemalar, gösteri ve konser salonları başta olmak üzere birçok işletme daha az ziyaretçi alabilecek ve ekonomik toparlanmaları da zaman alacak gibi gözükmektedir. Tüm bu sebeplerle, Türkiye örneğinde ele aldığımız bir sivil toplum kuruluşu olan Türkiye Odalar ve Borsalar Birliğinin çalışmalarının dijitalle uyumlaştırılmasındaki hız son derece dikkat çekicidir. Ayrıca, 26 Şubat 2021 tarihi itibarıyla düzenledikleri sanal fuar etkinliği de dijitalleşmenin iş hayatına, Covid-19 sayesinde beklenen süreden daha hızlı sirayet etmesini sağlamıştır. Bu hız birçok kitle iletişim aracı tarafından 5,5 sene şeklinde telaffuz edilmektedir. Yani, gelecekte beklenen dijitalleşme hızı pandemi olmasa idi, bu kadar sene sonra zaten gerçekleşirdi. Bu bağlamda, krizin altında yatan fırsatları görmek ve değerlendirmek açısından, dijitalleşmenin önemine dikkat çekmeye çalışan bu çalışmada proje örneklerine yer verilmiştir. Gelecekte yapılacak çalışmalara örnek teşkil etmesi açısından içerikleri ve amaçları düzeyinde incelenen bu projelerin dijitalle taşınması ile de başarısının arttığı dikkati çekmektedir.

1. INTRODUCTION

The establishment of the new world order is possible with a number of radical changes in human lives. When we examine the revolutions that took place throughout history, we always come across some radical changes and breaking points. The discovery of wetlands at the beginning of human history and technological inventions in the formation of modern societies underlie these breaking points. People who discovered that the soil around wetlands was more fertile began to learn to trade when they gathered there and decided to live together. Meeting the needs such as eating and drinking, which are necessary to maintain the life cycle at a minimum level and are the basis of Abraham Maslow's hierarchy of needs, constitute the basis of trade. Throughout history, people who tried to meet their needs by trading the wheat they grew with the barley grown by someone else, have always struggled to survive. In the modern societies of the 21st century, the main struggle of people is to survive because, throughout the history of humanity, the world has never been a rose garden, various disasters, pandemics and other difficulties forced human beings to struggle.

Human beings, who have struggled to survive to meet their basic needs, have not been satisfied by finding food and have always assumed unlimited needs. When evaluated in the context of demands and needs, the balance between supply and demand at the point where mass production has reached today is extremely striking. Modern marketing approach does not stop at the point of needing a product or service to be sold to people, it aims to reach people by creating a need because the struggle of people who make purchasing behaviors with their unlimited desires and needs for survival has also undergone formal changes. Furthermore, modern marketing approach explains the influence and guiding power of human behavior on commercial life depending on the changes in the preferences explained with the concept of "popular culture" in modern societies. Erdogan (2004: 4) explains that "popular culture supports, justifies and helps to sustain dominant social and economic relations. It is one of the concrete forms of mass culture, which is an expression of the economic, political and cognitive nature of the mass-producing market. Mass culture refers to a culture of monopoly capitalism that sells both goods and images, shaped and changed according to the changes and needs of the international market, made in advance, pre-cut, packaged and presented." As one of the important indicators of popular culture, in other words, consumption culture, we come across rapidly developing virtual networks and how the human preferences related to these networks change rapidly and how quickly this change prepares the ground for different innovations.

This study draws attention to the necessity of transferring business methods to virtual environments in the digitalized world conditions as a result of the pressure created by the new COVID-19 pandemic on the economy. Social networks and internet technologies, which have shaped human life for the last 15 years, have necessitated to increase the integration of trade in this field due to the constraints experienced during the pandemic. Studies and projects the Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey, which is an important non-governmental organization in the field of trade and economy in Turkey, have revealed the necessity of digitalization of the business world.

2. CONCEPTUAL FRAMEWORK

The related literature offers many definitions of pandemic disease. However, in the literature, pandemic disease usually refers to high risk of transmission of infections. The dictionary of the Turkish Language Association defines pandemic as "pandemic disease which infects a large part of the surrounding people, animals or plants in a short time" and "the spread of a disease or another condition and its transmission to many people, epidemic" (TDK, 2020). Hekimoğlu (2019: 77) states that the Turkish equivalents of the words epidemic and pandemic are close to each other but not identical, and the distinction between the concepts of epidemic and pandemic is striking. Figure 1 below clearly demonstrates the distinction.

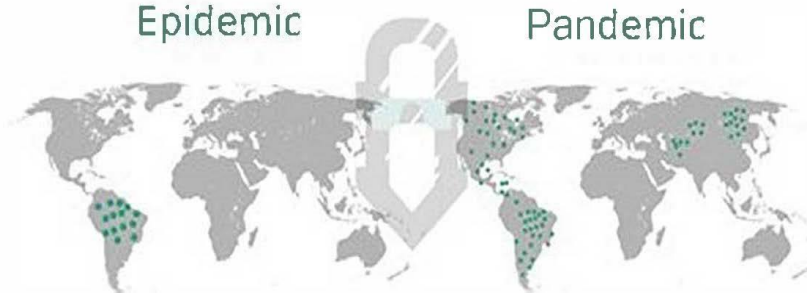


Figure 1. Difference between Epidemic and Pandemic

Source: (Veri Analiz, 2020).

Epidemic is used for a disease that infects people in a country or region, but pandemic is used for a disease that infects people all over the world. For example, a tragic epidemic outbreaked in Seattle in January 1993, and within about three days, 400 people, most of whom were children, were affected by the severe infection caused by *Escherichia coli*, which was traced to contaminated and undercooked hamburgers (Büken, 2010: 63) while the COVID-19 pandemic affected people from all countries of the world and all demographic groups. In addition to the definitions made from the health dimension in the relevant literature, in the social dimension, Çakar (2015: 91) defines "pandemic" as a problem that requires urgent social and political measures and can create a crisis in the society.

Social definition of the concept of pandemic draws our attention to the fact that it is a situation that requires urgent action and it creates the concepts of social crisis. The concept of crisis is generally defined as sudden and unexpected situations. Aktan and Şen (2001: 2) have stated that to evaluate any situation as a crisis, it should have the following basic elements:

Crises are the results of some unforeseen or unpredictable developments that will seriously affect the state at the macro level and the firms at the micro level. Calling negative developments that occur suddenly and unexpectedly crises is correct. Otherwise, every problem that occurs within the normal process does not mean a crisis. The crisis should be considered as a "serious problem" that unexpectedly appears. Routine developments and problems are not crises.

The most important feature of a crisis is that it occurs at an unpredictable or unforeseen moment.

Another important feature of the crisis is that it poses both a danger and a threat to individuals and organizations, and it creates new opportunities. In this sense, crisis is not a completely 'negative' concept as it is generally thought.

Crises can be short or long lasting. The short or long duration of the effects of crises on organizations depends on whether the organization takes the measures that can counter the crisis on time and applies them.

Finally, another characteristic of crises is that they have a contagious effect like an infectious disease. A crisis that occurs in any organization can affect other sectors, or a crisis in an organization can spread to other organizations that are in contact with this organization.

When the above-mentioned factors are evaluated together, rapid developments in environmental factors in the global competitive environment may cause businesses to face situations that can be called crisis (Erol, 2010: 165), however, it is not correct to call every negative situation a crisis. Although there are examples where some negative situations are evaluated as problems and resolved, as stated in the factors listed above, the widespread impacts of crisis situations are remarkable. When the widespread impact of COVID-19 around the world as of 2020 is evaluated, it is obvious that COVID-19 has created a crisis effect in many areas. In this process that is experienced as a global crisis, as Alptekin (2009: 9) has stated, all economies are affected from different aspects, and since the crisis is a chaos, some will lose while some will win in this chaos (Turan, 2011: 57). However, the COVID-19 pandemic has created such a crisis environment around the world that all countries are struggling with equal challenges, at least until a solution such as a vaccine is found. In this sense, making a correct diagnosis of the cause of the world economic crisis is necessary to find a way out of the crisis and to offer solutions (Akgüç, 2009: 6), and this diagnosis is of a nature that concerns every field from health to economics. Almost none of the epidemic

diseases experienced in various periods throughout human history has not been prevalent worldwide in the form of a pandemic. Undoubtedly, the role of international circulation in the spreading effect of the pandemic experienced in this period is extremely high. As Kutlu and Demirci (2011: 132) state, the global economy and national economies regularly experience financial crises at short intervals, but the destructive effects of any of them have not been as high as the effects of COVID-19.

New behaviors such as social distancing, wearing masks, hygiene, not going out on the streets and avoiding collective organizations, which are the main measures taken by governments within the scope of combating the pandemic, have formed the basis of the new order both for individuals and institutions and laid the groundwork for many changes and innovations. Özatay and Sak (2020: 1) argue that these measures, which require the obligation to stay at home, which is among these measures, cause negative economic consequences. Many sectors, especially tourism, have been adversely affected by the prohibition or restriction of international or national circulation together with our current consumption habits. As Soylu (2020: 169) has stated, the fact that the pandemic has economic and social dimensions, a composition of supply and demand shocks, and affects many behaviors of individuals, especially consumption behaviors, positions COVID-19 separately from other external shocks and crises. The biggest change that this pandemic process has made on individual behavior is experienced in the increase in the consumption of internet-based technologies. The number of digital applications is increasing day by day in many compulsory fields for the continuation of the life cycle, especially in the field of education. The transition to distance education with the closure of the school at all levels of education has made it compulsory for all people, including very young age groups, to use computers and internet connections. The concept of remote working has also developed for employees who face restrictions not only at school but also at the point of going to workplaces and adopt the flexible working principle. The use of a number of applications for conducting all meetings over online platforms has increased enormously. Almost all sector employees, except the production sector, have to work remotely within the scope of the measures. All these situations have increased the use of digital technologies and enabled the transfer of information through these platforms. Thanks to these information technologies, making predictions and using these technologies at the point of decision-making have become very important during the pandemic process (Karanfiloğlu and Kara, 2020: 91), which has triggered the widespread use of these technological devices. In fact, Deniz's (2020) study has revealed that the individuals who have left the house very little due to social and physical isolation rules during the pandemic have started to hold online concerts on Instagram to support each other psychologically (Deniz, 2020: 199), which proves the integration of technology in many areas.

The biggest effects of the pandemic, which necessitates the transition to a new normal order which is quite different from the old normal order, undoubtedly manifests itself in the trading institutions. There have been many negative situations such as places that have been closed due to the measures (restaurants, cafes, wedding halls, entertainment venues, shopping centers, etc.), businesses that have financial difficulties due to curfews and are in bankruptcy and these businesses continue to experience these situations due to the uncertainty of the pandemic process. Consumption continues at the same pace, although production in terms of business is reduced to a minimum. Therefore, businesses whose infrastructure and business area are suitable for digital have quickly turned into e-commerce format. Since the new normal will create a business area in which these transitions will be experienced more, training and development activities related to e-commerce and digital platforms will be an important investment area for businesses.

2.1. The New Covid-19 Pandemic

COVID-19 has begun to be recognized worldwide as of December 2019 and has begun to be seen in Turkey as of March 2020, its effects have quickly turned into a global crisis. As the latest threat to global health, the COVID-19 outbreak has progressed as an ongoing pandemic of respiratory disease called Coronavirus Disease 2019 (Fauci, Lane and Redfield, 2020). COVID-19, which is an emerging respiratory disease caused by severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-CoV-2) (Cao, 2020: 269), is a global threat, and its alarming effects on individual and collective health, and emotional and social functioning are increasing day by day (Pfefferbaum and North, 2020). Due to its rapid spread among people and its contagious nature, it has affected people's lives and has significantly restricted their movements both socially and psychologically. Furthermore, the pandemic has profoundly changed people's normal routines, and all of these negativities have taken place in a very short time (Helmich and Bloem, 2020: 351) and have a serious negative impact. COVID-19 has also caused the entire routine life cycle, especially health systems (Cucinotta and Vanelli, 2020: 157), to change in a short period of almost one year. Therefore, at the very beginning of the process, on January 30, 2020, the World Health Organization

Emergency Committee declared a global health emergency based on increasing case reporting rates in China and all international locations (Velavan and Meyer, 2020: 278) and called for a series of measures to be taken. The uncertainty of its effect on the global economy, especially on the Chinese economy (McKibbin and Fernando, 2020: 45), continues to have dramatic effects.

The uncertainties experienced in the process and the impossibility of predictability of the results not only threaten the physical health of people, but also affect people's mental health, especially in emotional and cognitive terms. The root cause of these impacts is assessed in the context of economic difficulties because no previous infectious disease epidemic, including the Spanish Flu, has affected the stock market as strongly as the COVID-19 outbreak (Baker, 2020). Although many countries have informed the world about their works on developing antiviral drugs or vaccines to control COVID-19, a medically approved treatment has yet to be found. Therefore, the entire world population is currently struggling with dramatic difficulties in all areas (social, environmental, health and economic) due to the impact of the pandemic. In this regard, the affected countries try to slow down the transmission of the virus with a number of measures such as the social distancing, closing some businesses, increasing the number of tests and treatments, and restricting crowded and large meetings. These measures taken to stop the spread of the COVID-19 virus, especially the social distancing, cause the financial markets, company offices, businesses and activities to close down, paving the way for economic negativities. Moreover, the uncertainty regarding the process causes a serious contraction for consumers, investors and international trade.

Studies on the subject and the announced government policies have not been in the form of applications that businesses can easily implement to provide rapid protection from the negative effects of the pandemic. Bartik et al. (2020) conducted a study with more than 5.,800 small businesses to examine the effects of COVID-19 on them. Their study revealed striking results. The first result was the increasing unemployment rates as a result of massive layoffs. The second was the economic difficulties caused by the closure of many enterprises. Another result was that many small businesses had experienced negative consequences in terms of cash flows during the pandemic due to the fragile nature of small businesses. In this regard, small businesses applied for funding which was provided by the government through the Coronavirus Aid, Relief, and Economic Security Act. However many of them faced problems such as bureaucratic problems while accessing the funding program, the low acceptance rates for loans compared to grants-based programs, and the negative effects of job flexibility (Bartik et al., 2020: 17656). In addition, Seetharaman (2020) stated that the first effects of the pandemic on the economy were due to sudden decreases in both total demand and supply. Widespread closure of businesses to control the pandemic caused a decrease in total supply, and the decrease in consumption and investment also caused a decrease in demand as well (Seetharaman, 2020: 3).

When evaluated in general, the pandemic is not the only reason that causes negative effects on the economies of the world, there are bigger problems in the world. However, while poverty kills the poor, war threatens a certain region, the COVID-19 virus can kill any person from any socio-economic status anywhere in the world and poses serious threats to economies considered to be the strongest. In other words, the pandemic makes the struggle of all humanity and the possibility of survival equal.

However, the economic measures implemented in the context of the abovementioned equality principle require a positive discrimination for women in business life, as can be understood from the contents of the projects, which are the main discussion of this study. However, the economic measures implemented in the context of the abovementioned equality principle require a positive discrimination for women in business life, as can be understood from the contents of the projects, which are the main discussion of this study.

Alon et al. stated that the economic downturn caused by the current COVID-19 outbreak had significant implications for gender equality both during the downturn and the subsequent recovery periods. Compared to the "regular" recessions that affect men's employment more severely than women's employment, their study explained that the employment decline due to social distance measures had a great impact on sectors where the share of female employment was high. In addition, they found that closures of schools and day care centers had an undeniable effect on the increasing female unemployment rates, as childcare needs had increased substantially and this had a particularly large impact on working mothers. They stated that the effects of the crisis on working mothers were likely to be permanent due to the high returns from experience in the labor market. They underlined the importance of ensuring the presence of women in business with opposing forces that could ultimately promote gender equality in the labor market (Alon, Doepke, Olmstead-Rumsey and Tertilt, 2020). In this regard, projects that have been implemented by the Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey to encourage increasing the digital integration of women whose jobs are negatively impacted are of vital importance.

3. METHOD

The current study evaluated the projects to encourage digitalization of businesses due to the COVID-19 pandemic, which negatively affected human life, especially due to its negative economic consequences, and interrupted the commercial processes of many businesses in the global crisis environment. This study employed content analysis method, one of the qualitative research methods, to evaluate eight projects conducted by the Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey. This study, which was designed in the form of evaluative analysis, which is one of the content analysis methods, presented a framework on the purpose, target audience and outputs of the projects based on the evidence that routine businesses could also be done online, especially with the closure of businesses, which was one of the economic difficulties during the pandemic, and the transition to digital environments. Since the transformation into e-commerce is one of the important combat tools against the pandemic within the scope of these projects, which are especially important for women entrepreneurs, this study makes a significant contribution to the literature.

3.1. Data Collection and Analysis

The data were obtained through the Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey's website. Some private information about the relevant data and project contents was obtained after the correspondence with the relevant institution and used within the scope of this study after obtaining the necessary permissions. Although the researcher tried to reach out the certain demographic information, including gender, about the entrepreneurs in Turkey, the related organizations stated that there was no clear set of data to share. The study analyzed the details of the project prepared and implemented on digitalization, which started in the past and continued during the pandemic, using content analysis.

3.2. Findings

The information that the Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey shares states that the quota of the Women Entrepreneurs Council is limited to the number of council members of the Chamber and Exchange in each province. Therefore, although the Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey has nearly 7,000 women entrepreneur members, this number does not reflect the overall profile of Turkey. The current study determined that there were many projects organized by the institution for a number of purposes such as increasing the digital adaptation of all women in the country, especially women entrepreneurs, and supporting their developments. Content analysis for these projects is given in the table below. The study made a three-dimensional evaluation, namely, project target audience, aim, and outputs. The results are given in the table below. The results indicated that the relevant projects achieved their purpose and many projects were revived, especially during the pandemic.

Table 1. Projects and Their Contents

Name of the Project*	Target Group	Purpose	Outputs
Woman Writing the Future – in cooperation with Turkcell**	Women entrepreneurs: Approximately 3,000 women applied to the project. More than 1500 women have completed all training from beginner to advanced.	Women Writing the Future Project was first launched in cooperation by the Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey (TOBB), Turkcell and TOBB Women Entrepreneurs Council in 18 provinces in 2017. The project aimed to educate women about software, to increase women's employment capacity and entrepreneurship in the field of technology. "Women Writing the Future", which received the "Technology Sector Leadership for Women" award within the scope of GSMA Global Mobile Awards held in Barcelona, was cited as an exemplary project in the Women's Empowerment Principles (WEPs) event organized by the United Nations Entity for Gender Equality and the Empowerment of Women (UN Women) to advance gender equality and enable women to benefit from future opportunities (Geleceği Yazanlar, 2020).	3000 participants Approximately 500 projects TOBB and Turkcell carried out Women Writing the Future Project to support women who wanted to work in the mobile technology industry or realize their business idea using mobile technologies, to develop mobile applications, and to increase women's employment capacity and entrepreneurship in this field. The project, which was first implemented in 18 provinces in 2017, was revived in 24 provinces in 2019 to meet intense demands. The trainings within the scope of Women Writing the Future Project started simultaneously in 58 classrooms with 1601 participants in 24 provinces on 16 March 2019. Finals and award ceremony were held on November 23, 2019.

Name of the Project*	Target Group	Purpose	Outputs
Turkey Technology Meetings - in cooperation with Vodafone and Akbank	Entrepreneurs	The main sponsors of TOBB Turkey Technology Meetings were Akbank and Vodafone. The organization partners were EticaretSEM, Ticaret Merkezi, Trendyol, IdeaSoft, OPLOG, iPara, ePttAVM, İnal, Dijital Yol, Tek Kilavuz and Ajanstr (Türkiye Teknoloji Buluşmaları, 2020).	96,000 SMEs at 71 conferences in 61 provinces: Under the leadership of the Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey, we increase the awareness of SMEs on digitalization and lead their digital transformation. Until today, we have reached more than 97,800 SMEs in 76 conferences in 32 provinces.
One Click Europe**	Entrepreneurs	OneClickEurope is a training program that will support Turkish companies to e-export to all EU countries in 5 languages through AmazonThe training seminars were held in Turkey in TOBB's trade and industry chambers, were given by Bogazici University Lifelong Learning Center instructors and Amazon teams. Educational seminars, which covered topics such as the potential of e-export, steps required to export through Amazon, opportunities Amazon offers to sellers, took place in 20 provinces in Turkey during the 2019-2020 period. The training program aims to guide companies on their way to e-export to Europe from beginning to end and still continues (Bi Tikla Avrupa, 2020).	1400 participants in 10 provinces
Cross-Border SMEs - Women in cooperation with Facebook and Habitat	Entrepreneurs	The project was carried out in cooperation with TOBB, Facebook and Habitat. Within the scope of the project, Facebook opened a center called Facebook Station in Istanbul in 2019 in cooperation with TOBB and Habitat to expand its investment in Turkey. The project was not limited to Istanbul, but also local hubs were opened in Anatolia. Within the scope of the project, Facebook aimed to create an awareness to support SMEs to grow, digitalize and cross borders using Facebook Family of apps (Habitat, 2020).	20,000 participants in 20 provinces
Boost with Facebook	Entrepreneurs	Within the scope of Boost with Facebook project, entrepreneurs were trained on digital marketing to grow their businesses and connect with their target audiences. A total of 20,000 people were targeted in 20 provinces (Boost with Facebook, 2020).	
Facebook Station - in cooperation with Habitat	Entrepreneurs	Facebook Station is the first community hub, which was implemented in cooperation with TOBB and Habitat, with Facebook's missions to empower people to build communities and to make the world closer together (Facebook İstasyon, 2020).	Satellite centers opened in Denizli, Samsun, Kırklareli, Adana, Mersin, Ankara, Trabzon, Bursa, Van, Diyarbakır.
My Sister Project - in cooperation with CocaCola, İTÜ and Habitat **	Women Entrepreneurs	Under the leadership of TOBB, My Sister project was carried out to strengthen the economic position of women in cooperation with the Habitat Association, Coca-Cola Turkey and Istanbul Technical University. The COVID-19 pandemic, which affected the world, deeply affected the food and beverage sector, as it affected all sectors. Businesses in the food and beverage sector, especially those with small business status, are expected to face great risks that will cease their activities in this period. My Sister Project aims to support 30 entrepreneur women in the food and beverage sector, which will be selected from 81 provinces, to promote the flavors they produce, to highlight visibility activities and to contribute to strengthening their socio-economic position. The project aims to support entrepreneur women working in the food and beverage sector by giving business development grants of 25 thousand TL for 29 entrepreneur women and 40 thousand TL for one entrepreneur woman so that they can develop their businesses. My Sister Grant Program Camp will help women working in the food and beverage sector to develop their businesses and provide them with branding support. In addition to revealing their entrepreneurship stories, entrepreneurial women will be supported through trainings at the end of the process (Kız Kardeşim, 2020).	In 2018, 9300 women received finance, informatics, communication and entrepreneurship training in 30 provinces. In 2020, the project aims to reach 100 thousand women in 81 provinces: The project was carried out in 40 provinces in 2018-2019. The project reached more than 18,000 women through finance, informatics, communication and entrepreneurship training. In addition, mobile training truck that set off as of 2018 reached more than 1,700 women. Organized for the first time in 2019, My Sister Project Local Flavors Grant Program provided a grant of 275,000 TL to 11 entrepreneur women from 30 provinces to support their business development processes on food entrepreneurship.

Name of the Project*	Target Group	Purpose	Outputs
Life is Simpler with the Internet (Life is Simpler with the Internet for Women with Target Project)	Entrepreneurs	Digital Literacy, Digital Marketing, Design Thinking Workshop: The project was implemented to make information technologies accessible to everyone, which is the main driving force for sustainable social development and economic growth, in cooperation with TOBB, United Nations Development Programme (UNDP), the Habitat Association and Turk Telekom Group. Based on the fact that active participation and employment of women in the economy is one of the basic elements of sustainable development, the project aimed to contribute to the goals of ensuring continuity in economic growth, social development and full realization of social justice in the new period. In the new period, the project aimed to reach a total of 5,000 women through digital literacy, digital marketing and design thinking workshops for women over 18 who were entrepreneurs or had entrepreneurial motivation (Habitat Kadın, 2020).	Training for 46 thousand people

* The data was organized in the light of the information contained in the e-mail upon the request of TOBB (2020) Entrepreneurship Directorate on 04.12.2020. In addition, the data was enriched with the data of the European Union Desk in Sivas Chamber of Commerce and Trade.

** Projects that have been revived in a virtual environment as of May 2020 during the pandemic and are currently ongoing.

4. CONCLUSION

The pandemic, which suddenly came to the fore as a crisis with its negative effects around the world, caused major economic damage. Governments have taken a number of measures to ensure the survival of their citizens and have announced packages of funds to support businesses, especially private enterprises, seeking to maintain their commercial existence. In addition, the main agenda of the project supports and meetings is to create economic resistance in the pandemic. TOBB, which has been working for years to support women entrepreneurs in the business world by making positive discrimination, continues the same support in this process. Projects, which encourage entrepreneurs to do business in digital environments by turning the crisis environment, which is created by the pandemic, into an opportunity, are extremely important for economic development. When the projects are evaluated in the context of their contents, objectives and outputs, projects that facilitate adaptation to the pandemic draw attention.

This process, especially in which the length of staying at home is extended and many important issues, including education, are transferred to digital environments, has created an inevitable necessity for commercial life. Projects that include strategies to fully or partially move all commercial activities, except for production, to digital, and survive with less loss and damage hold great importance. The number of similar projects should continue to increase.

Increasing digital adaptation is critical to economic revival and recovery. The increase in internet usage rates of all people around the world is an indication of the need to adapt the era to minimize economic losses in all extraordinary situations, including the COVID-19 outbreak. Especially in the context of the private sector, many national and international corporate enterprises have made statements that their working principles after the pandemic will continue on "digital" platforms. In this context, it is clear that the new normal is building a future in online environments and industries such as artificial intelligence and data mining. The pandemic, which caused an economic crisis all over the world, not only changed the way of doing business, but also exposed many sectors to the danger of extinction. For example, for office workers, the concept of workplace will now be the houses they live in as "home offices". Many businesses, especially shopping malls, cinemas, show and concert halls, which had crowded environments for a long time, will receive fewer visitors and their economic recovery will take time.

For these reasons, the current study has examined the projects of the Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey, which is a non-governmental organization in Turkey, and has found that the organization has implemented many of its projects into a digital environment extremely fast. In addition, the virtual fair event they organized as of February 26, 2021 enabled digitalization to spread to business life faster than expected. Many mass media have expected this speed to be five and a half years. In other words, the expected speed of digitalization in the future would have happened after five and a half years, if it were not for the pandemic. In this context, this

study, which tried to draw attention to the importance of digitalization in terms of seeing and evaluating the opportunities underlying the crisis, included examples of projects. It is noteworthy that the success of these projects, which are examined at the levels of their contents and purposes in terms of setting examples for future studies, has increased with their transfers to digital.

In this study, the importance of projects for women entrepreneurs has been highlighted. Important and good results that emerge when entrepreneurship is supported draw attention. The importance of the projects carried out in the world in terms of education and development is striking. With these projects carried out in Turkey, support for women entrepreneurship is increasing.

DECLARATION OF THE AUTHOR

Declaration of Contribution Rate: The author contributes the study on his/her own.

Declaration of Support and Thanksgiving: No support is taken from any institution or organisation.

Declaration of Conflict: There is no potential conflict of interest in the study.

REFERENCES

- Akgüç, Ö. (2009). Kriz nedeni ve çıkış yolları. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 42, 6-11.
- Aktan, C. C. and Şen, H. (2001). Ekonomik kriz: nedenler ve çözüm önerileri. *Yeni Türkiye Dergisi*, 2(42), 1.
- Alon, T. M., Doepke, M., Olmstead-Rumsey, J. and Tertilt, M. (2020). *The impact of COVID-19 on gender equality* (No. w26947). National Bureau of Economic Research.
- Alptekin, E. (2009). Küresel krizin Türkiye ekonomisi ile sanayisine yansımaları ve dipten en az zararlı çıkış yolları. *AR&GE Bülten*, 5-12.
- Baker, S. R., Bloom, N., Davis, S. J., Kost, K. J., Sammon, M. C. and Viratyosin, T. (2020). *The unprecedented stock market impact of COVID-19* (w26945). National Bureau of Economic Research.
- Bartik, A. W., Bertrand, M., Cullen, Z., Glaeser, E. L., Luca, M. and Stanton, C. (2020). The impact of COVID-19 on small business outcomes and expectations. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 117(30), 17656-17666.
- Bi Tıkla Avrupa. (2020). *Accessesible information*. Access address: <https://bitiklaavrupa.com/>, (04.12.2020).
- Boost with Facebook. (2020). *Accessesible information*. Access address: <https://www.hackquarters.co/bwf/>, (04.12.2020).
- Büken, N. Ö. (2010). Pandemik influenza ve etik. *Hacettepe Tıp Dergisi*, 41, 62-68.
- Çakar, B. (2015). Avrupa ve ABD’de artan salgın: Nefret suçu. *The Global a Journal of Policy and Strategy*, 1(2), 91-113.
- Cao, X. (2020). COVID-19: immunopathology and its implications for therapy. *Nature Reviews Immunology*, 20(5), 269-270.
- Cucinotta, D. and Vanelli, M. (2020). WHO declares COVID-19 a pandemic. *Acta Bio Medica: Atenei Parmensis*, 91(1), 157.
- Deniz, A. K. (2020). Covid-19 salgını sürecinde dijitalleşen eğlence anlayışı: çevrim içi konserler. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(2), 191-206.
- Erdoğan, İ. (2004). Popüler kültürün ne olduğu üzerine. *Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi*, 5(57), 7-19.
- Erol, M. (2010). Ekonomik kriz ve KOBİ’ler. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5(1).
- Facebook İstasyon. (2020). *Accessesible information*. Access address: <https://istasyon.fb.com/tr/>, (04.12.2020).
- Fauci, A. S., Lane, H. C. and Redfield, R. R. (2020). *Covid-19—navigating the uncharted*. Access address: <https://www.nejm.org/doi/full/10.1056/nejme2002387>, (21.11.2020).

- Geleceği Yazanlar. (2020). Access address: <https://gelecegiyazanlar.turkcell.com.tr/gelecegiyazankadınlar/>, (04.12.2020).
- Habitat Kadın. (2020). Access address: <https://habitatderneği.org/girisimcilik/hedefi-olan-kadina-internetle-hayat-kolay/>, (04.12.2020).
- Habitat. (2020). Access address: <https://habitatderneği.org/blog/sinirlari-asan-kobiler-egitim-programi/>, (04.12.2020).
- Hekimoğlu, C. H. (2019). Sağlık hizmeti ilişkili enfeksiyon salgınlarının İncelenmesi. *BUHASDER Kongresi 8. Tepecik Enfeksiyon Günleri*.
- Helmich, R. C. and Bloem, B. R. (2020). The impact of the COVID-19 pandemic on Parkinson's disease: Hidden sorrows and emerging opportunities. *Journal of Parkinson's disease*, 10(2), 351.
- Karanfiloğlu, M. and Kara, N. (2020) İletişimin dijitalleşmesi: Pandemi (COVID-19) ve enformasyon teknolojileri. *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 11(42), 87-99.
- Kız Kardeşim. (2020). Access address: <https://kizkardesim.net/>, (04.12.2020).
- Kutlu, H. A. and Demirci, N. S. (2011). Küresel finansal krizi (2007-?) ortaya çıkaran nedenler, krizin etkileri, krizden kısmi çıkış ve mevcut durum. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (52), 121-136.
- McKibbin, W. J. and Fernando, R. (2020). *The global macroeconomic impacts of COVID-19: Seven scenarios*. Centre for Applied Macroeconomic Analysis (CAMA) Working Paper No. 19/45.
- Özatatay, F. and Sak, G. (2020). *COVID-19'un Ekonomik sonuçlarını yönetebilmek için ne yapılabilir?*. TEPAV Politika Notu, (202005).
- Pfefferbaum, B. and North, C. S. (2020). Mental health and the Covid-19 pandemic. *New England Journal of Medicine*, Access address: <https://www.nejm.org/doi/full/10.1056/NEJMp2008017>, (21.11.2020).
- Seetharaman, P. (2020). Business models shifts: Impact of Covid-19. *International Journal of Information Management*, 54, 102173.
- Soylu, Ö. B. (2020). Türkiye ekonomisinde COVID-19'un sektörel etkileri. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(6), 169-185.
- TDK. (2020). Access address: <https://sozluk.gov.tr/>, (19.11.2020).
- TOBB. (2020). *Girişimcilik Müdürlüğü*. Access address: <https://www.tobb.org.tr/Girisimcilik/Sayfalar/AnaSayfa.php>, (22.11.2020).
- Turan, Z. (2011). Dünyadaki ve Türkiye'deki krizlerin ortaya çıkış nedenleri ve ekonomik kalkınmaya etkisi. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4(1), 56-80.
- Türkiye Teknoloji Buluşmaları. (2020). Access address: <https://www.teknolojibulusmalari.com/>, (04.12.2020).
- Velavan, T. P. and Meyer, C. G. (2020). The COVID-19 epidemic. *Tropical Medicine and International Health*, 25(3), 278.
- Veri Analiz. (2020). Access address: <https://www.verianaliz.net/pandemi-tarihi-corona-covid19-veri-analiz-infografik/>, (21.11.2020).

COVID-19 PANDEMİ SÜRECİNDE SAĞLIK BAKANLIĞI'NIN INSTAGRAM KULLANIMININ RİSK İLETİŞİMİ BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

EVALUATION OF MINISTRY OF HEALTH INSTAGRAM USE IN THE CONTEXT OF RISK COMMUNICATION DURING THE COVID-19 PANDEMIC PROCESS

Dr. Öğr. Üyesi Esra VONA KURT¹

Öğr. Gör. Yasemin DURAN²

ÖZ

Yüksek risk içeren bulaşıcı salgın hastalıklar sırasında, var olan riski tanımlamak ve salgını kontrol altına alabilmek için etkili iletişim stratejileri yoluyla halka ulaşmak ve bilgilendirmek gerekmektedir. Bu tür durumlarda risk sürecini yöneten sağlık kurumlarının salgın hastalık riskini tüm boyutlarıyla halka aktarması ve alınan önlemlerle salgının kontrol altına alınabileceği umudunu etkileşimli bir iletişimle kitlelere aktarabilmesi önemlidir. Sağlık alanında sosyal medya kullanımı, hem bireylere hem de halk sağlığını biçimlendiren sağlık kurumlarına geniş hedef kitlelerle etkileşimli iletişim kurma olanağı çerçevesinde fırsatlar sunmaktadır. Bu nedenle salgın hastalık riski durumlarında sosyal medya ortamlarının risk iletişim sürecindeki etkisini ve işlevini ortaya koymak önemli hale gelmektedir. Bu çalışma Covid-19 pandemisi sırasında ülkemizde pandemi sürecini yöneten ve yönlendiren tek kurum olan Sağlık Bakanlığı'nın sosyal medyadaki etkinliklerine odaklanmaktadır. Araştırmada, Sağlık Bakanlığı'nın Instagram hesabı üzerinden paylaştığı gönderiler, risk iletişimi modelleri çerçevesinde incelenmektedir. Çalışma, bakanlığın salgın sırasında Instagram'da benimsediği iletişim biçimlerini, risk içeriğini ve oluşturulmaya çalışılan risk algısını anlamaya çalışmakta ve Sağlık Bakanlığı'nın Instagram üzerinden gerçekleştirdiği iletişimin içeriği ve bağlamı, paylaşılan gönderiler üzerinden değerlendirilmektedir. İçerik analizi tekniğiyle bir inceleme gerçekleştirmeyi hedefleyen çalışmada, betimsel istatistik testleri kullanılarak elde edilen bulgular, risk iletişim modelleri çerçevesinde analiz edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Risk İletişimi, Sosyal Medya, Instagram, Pandemi, Covid-19.


JEL Sınıflandırma Kodları: I10, C19.


ABSTRACT

During high-risk infectious epidemics, it is necessary to reach and inform the public through effective communication strategies in order to identify the existing risk and control the epidemic. In such cases, it is important that the health institutions managing the risk process can convey the risk of epidemic disease to the public with all its dimensions and convey the hope that the epidemic can be controlled with the measures taken, with an interactive communication. The use of social media in the field of health offers opportunities for individuals and health institutions that shape public health within the framework of the opportunity to communicate interactively with large target audiences. For this reason, it becomes important to reveal the effect and function of social media environments in the risk communication process in cases of epidemic risk. The study focuses on the social media activities of the Ministry of Health, which is the only institution that manages and directs the pandemic process in Turkey during Covid-19 pandemic. In the research, the posts shared by the Ministry of Health on the Instagram account are analysed within the framework of risk communication models. The study tries to understand the communication styles, risk content and risk perception adopted by the Ministry on Instagram during the epidemic, and the content and context of the communication carried out by the Ministry of Health on Instagram is examined through shared posts. In the study, which aims to analyse the data collected by the content analysis technique, the findings obtained using descriptive statistical tests are evaluated within the framework of risk communication models.

Keywords: Risk Communication, Social Media, Instagram, Pandemic, Covid-19.

JEL Classification Codes: I10, C19.

¹  Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Isparta Meslek Yüksek Okulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, esravona@isparta.edu.tr

²  Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Isparta Meslek Yüksek Okulu, Tasarım Bölümü, yaseminduran@isparta.edu.tr

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

During high-risk infectious epidemics, it is necessary to reach out and inform the public through effective communication strategies in order to identify the existing risk and to control the epidemic. In such cases, it is important for the health institutions that manage the risk process to convey the risk of the epidemic to the public with all its dimensions and to convey the hope that the epidemic can be brought under control with the measures taken, through interactive communication. Based on this basic point, the study examines the Covid-19 pandemic, which affects the whole world, within the framework of risk communication and aims to reveal how the risk content is transmitted through Instagram, which is accepted as one of the social media environments by the Ministry of Health, and how the process is managed through risk content and perception.

Design/methodology/approach:

In the research, the content and context of the communication made by the Ministry of Health over the posts shared on Instagram account between January 1, 2020 and December 31, 2020 are evaluated. The study, based on risk communication models, is structured on a descriptive research design. In the study, the data were collected by content analysis technique and analyzed using descriptive statistical techniques. The research was carried out on a sample group determined by purposeful sampling technique. The research uses the Instagram posts shared by the Ministry of Health between 1 - January / 31 - December 2020 as the basic data set. The study used the content analysis technique, which is a basic research tool, as a data collection tool to objectively analyze the Instagram posts of the Ministry of Health. In this context, the data were collected by content analysis technique over the posts shared on the ministry's Instagram account named @saglikbakanligi. The reliability of the study was demonstrated by the reproducibility test. In the repeatability test, the reliability of the encoders was found to be .83. Since a value of .80 and above is considered reliable, the data collection tool used in the study is considered a reliable

Findings:

According to the findings obtained as a result of the research, it shows that the Ministry of Health is actively using Instagram during the Covid-19 pandemic. It is seen that the Ministry shares Instagram as a social media platform in accordance with its features. Accordingly, 60% of the ministry's posts are posters, 25.9% are moving images (video), 11.3% are photographs, and 2.8% are text. It is seen that the Ministry does not effectively use the features Instagram provides to users. The findings obtained within the framework of examining the content of the Instagram posts of the Ministry of Health and the perception regarding the risk are as follows. It is seen that the content of risk communication of the Ministry of Health mostly includes the sharing of the number of cases (20.9%) with the public. Secondly, it is seen that there are posts (16.9%) on preventive measures in order not to catch Covid-19. Finally, it is observed that 9.2% of the news about the work of the ministry regarding the pandemic process are shared on Instagram. It is seen that the Ministry of Health emphasizes the reliability of the institution in most of the Instagram posts (40.9%) regarding the Covid-19 pandemic process and tries to create a perception that the pandemic process is managed by a correct and reliable institution. While the risk perception arising from the nature of the disease is emphasized by 26.4% in the Ministry's Instagram posts, 23.4% of the posts contain the perception of danger to the disease. 6.2% of the feared consequences and 2.6% of the unequal risk related to the Covid-19 epidemic process were highlighted. When we look at the tone of the posts shared by the Ministry of Health on Instagram, it is seen that almost half of them (49.7%) use a neutral language. At this point, it seems that the ministry balances negative messages with more positive ones and uses a neutral language. It is seen that the Ministry shares the messages that will fulfill the educational / informative function (43.1%) at the highest rate. It is observed that messages that will perform motivating (18.5%) and warning (7.7%) functions are preferred at a lower rate.

Conclusion and Discussion:

As a result, in the risk communication management of the Ministry of Health on Instagram; that the society has adopted a scientific and technical approach strategy, which includes raising awareness of the danger and risks by providing information flow on what the risk is and what should be done to overcome it; It carried out an application in line with the principles of "The Trust Determination Model" and "Negative Dominance Model" among the approaches focusing on the message to be conveyed to the target audiences. Instagram is a photo and image-based application, the shared posts comply with the principles of the "Mental Noise Model", which includes using repetition and visualization with target audiences in order to understand the risk. It has been concluded that the Ministry of Health's use of Instagram during the pandemic process is more for an educational and informative function.

1. GİRİŞ

Bulaşıcı salgın hastalıklar, halk sağlığı açısından tehdit içeren süreçlerdir. Özellikle 1990'ların başından itibaren yeniden ortaya çıkan salgınlara karşı Dünya Sağlık Örgütü (World Health Organization – WHO) tarafından verilen öneri ve kararlara uygun olarak ülkelerin pek çoğu acil durum planları geliştirmekte ve bu doğrultuda salgına karşı hazırlık, müdahale ve iyileştirme stratejileri belirlenmektedir (Holmes, 2008: 349). 2000'lerden sonra yaşanan salgın hastalıklara bakıldığında “Şiddetli Akut Solunum Sendromu (SARS) dahil olmak üzere, H1N1 (Domuz Gribi), H5N1 (Kuş Gribi) ve Ebola gibi salgınlar, ölümlere ve sosyo-ekonomik anlamda geniş kapsamlı ve uzun vadeli bozulmalara (Fonkwo, 2008: 13; Huber, Finelli ve Stevens, 2018: 698) neden olmuştur. Koronavirüs (COVID-19, SARS CoV-2) salgını da, dünyanın karşı karşıya olduğu bulaşıcı hastalıkların en son örneklerinden biridir. Aralık-2019'da Çin'in Wuhan eyaletinde başlayan Covid-19 salgını sadece sağlık alanında değil ekonomiden toplumsal yaşama kadar insan hayatını derinden etkileyen küresel bir soruna dönüşmüştür. Bu nedenle Dünya Sağlık Örgütü 11 Mart 2020 tarihinde Koronavirüs salgınının bir pandemi olduğunu ilan etmiştir (Sağlık Bakanlığı, 2021). O tarihten bu yana tüm dünya ülkeleri, küresel bir sağlık kriziyle karşı karşıya bulunmakta ve bir risk iletişimi sürecini yönetmektedir. Bir yıl içerisinde dünyadaki vaka sayısı neredeyse 100 milyonu bulurken, iki milyonu aşkın insan yaşamını yitirmiştir (Worldmeters, 2021). Türkiye'de ise Sağlık Bakanlığı verilerine göre (Sağlık Bakanlığı, 2020) bir yıl içerisinde virüs, yaklaşık iki buçuk milyon kişiye bulaşırken, hayatını kaybedenlerin sayısı ise 25 bin kişiye ulaşmıştır. Her geçen gün bu sayılar yukarıya doğru giden bir şekilde güncellenmektedir.

Pandemi sürecini kontrol altına almak, yalnızca yeni virüslerin tanımlanmasını, aşılarda geliştirilmesini ve uygun tedavilerin başlatılmasını değil, aynı zamanda halkı riskler ve önlemler hakkında yeterince bilgilendirmeyi de içermektedir. Nitekim salgının yayılmasına karşı insanların önleyici davranışlar göstermeleri ancak onların mevcut riski ne derece algılayabildiklerine bağlıdır (Ye ve Lyu, 2020: 2) Bu nedenle halkı mevcut riskler hakkında bilgilendirmek, mevcut risklerin sonuçlarının neler olabileceği konusunda aydınlatmak etkili bir iletişim sürecini yönetmekle mümkündür. O halde başarılı bir risk iletişim sürecinin yürütülebilmesi, etkin bir iletişimin gerçekleştirilmesine bağlı olacaktır.

Bu temel noktadan hareket eden çalışma tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemisini risk iletişimi çerçevesinde incelemekte ve Sağlık Bakanlığı tarafından risk içeriğinin sosyal medya ortamlarından biri olan Instagram aracılığıyla nasıl iletildiğini ve bu sürecin nasıl yönetildiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışma, risk altındaki bireylerle geliştirilecek iletişim stratejilerinin oluşumuna, risk algısını oluşturan faktörlere ve karar alma süreçleri üzerindeki etkilere ışık tutması nedeniyle, risk iletişim modellerine göre yönlendirilmiştir. İnceleme dört bölüme ayrılmıştır. Birinci bölümde risk kavramı, risk iletişimi üzerinde durulmakta, alandaki teorik kavramlar ve modeller ele alınmaktadır. Böylece verilerin analizi için bir referans çerçevesi oluşturulmaktadır. Çalışmanın ikinci bölümünde bir sosyal medya platformu olan Instagram'ın risk iletişimi çerçevesinde sunduğu olanaklar tartışılmaktadır. Üçüncü bölümde, Sağlık Bakanlığı'nın Instagram gönderileri, risk iletişimi bağlamında içerik analizi tekniğiyle incelenmektedir. Son bölümde ise, elde edilen bulgular risk iletişim modelleri çerçevesinde analiz edilmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Dünya Sağlık Örgütü (1948) ile Sağlık Teşviki ve Geliştirilmesine Yönelik Ottawa Sözleşmesi'nde (1986) sağlık, yalnızca hastalık ve sakatlık olmaması durumu değil aynı zamanda fiziksel, sosyal ve ruhsal refah durumu olarak değerlendirilmekte ve bir insan hakkı olarak ele alınmaktadır (Sağlık Bakanlığı, 2011: 1). Dolayısıyla sağlık kavramı bireysel değil toplumsal bir anlayışla ele alınmaktadır (Tözün ve Sözmen: 2014: 48). Halk sağlığı anlayışı olarak değerlendirilebilecek bu yaklaşım temelde sadece bireyi değil toplumu bir bütün olarak iyileştirmeye ve geliştirmeye odaklanmaktadır (Wise, 2001: 476). Bu anlamda halk sağlığının temel işlevleri, salgın hastalıkların yayılmasını önlemek, yaralanmaları engellemek, sağlıklı davranışları teşvik etmek, afetlere müdahale etmek ve toplulukların iyileşmesine yardım etmektir (Wise, 2001: 477). Bu temel işlevlere rağmen günümüz insanı kendisinin, geçmişe oranla daha ciddi riskler ve tehlikelerle karşı karşıya kaldığına inanmaktadır (Slovic, 1997: 59).

Gerçekten de modern toplumların yüz yüze kaldığı en önemli alanlardan biri “risk”tir. Belirsizliği ve meydana gelme olasılığı olan durumları ifade eden risk kavramı, gerçekleşme olasılığı bilinen ve olumsuz sonuçları olan olayları ifade etmektedir. Dolayısıyla risk denildiğinde sonuçları tam olarak kestirilemeyen durumlar ve endişe verici olaylar akla gelmektedir. “Risk Toplumu” teorisyeni Beck (2014: 25) riski, “modernleşme sonucu ortaya

çıkan tehlikeler ve güvensizliklerle başa çıkmanın sistematik bir yolu” olarak tanımlamaktadır. Beck (2014: 25), risk ve tehlike yaratan modern toplumları 'risk toplumu' olarak değerlendirirken, ekonomik, toplumsal, kültürel, siyasal ya da sınıfsal ayırım yapmayan, sınırları aşarak dünyanın her yerine etki eden ve böylece küreselleşen risklerden söz etmektedir. Dolayısıyla Beck modern toplumu, risklerin paylaşıldığı bir yapı olarak kavramsallaştırmaktadır.

Risk kavramı çoğu zaman kriz kavramıyla eşdeğer anlamda kullanılmaktadır. Kriz kelime olarak, acil müdahale edilmesi gereken, beklenmedik bir olaydır ve bir dizi hızlı karar almayı gerektiren bir sürece işaret etmektedir (Sezgin, 2003: 182). Bu kavramlar, “risk iletişimi” ya da “kriz iletişimi” süreçlerinde de benzer şekilde kullanılmaktadır. Halbuki kavramlar arasında anlam yönüyle bir fark bulunmaktadır. “Kriz iletişimi” yönlendirici, kesin olan ve görünür tehlikelerle ya da durumlarla ilgilenirken, “risk iletişimi” aksine bir belirsizliği ifade etmektedir (Cairns, Andreda ve Angus, 2013: 1560). Başka bir ifadeyle kriz yönetimi, temelde olay gerçekleşikten sonra harekete geçmeyi içeren bir süreci, risk yönetimi ise gelecekte tehdit olabilecek ve tehdidin uzun dönemde etkisini devam ettirdiği durumları içermektedir. Dolayısıyla risk iletişimi ve yönetimi, büyüklüğü ve sonuçlarının yanı sıra riskin ne zaman ortaya çıktığı, kimi, neyi, nasıl etkilediği gibi unsurlarla (Palenchar ve Heath, 2007: 121) değerlendirilen ve yönetilen bir süreçtir. Bu sürece modern toplumların karşılaştıkları ya da karşılaşılabilecekleri yeni küresel riskler de (salgın hastalıklar, küresel ısınma, doğal ve endüstriyel felaketler, güvenlik sorunları vb.) dahil edilmektedir.

Özellikle belirsizliğin hakim olduğu risk durumlarında iletişim, bireyler ve kurumlar arasında bilgi paylaşımını içeren ve planlanması gereken önemli bir karar verme süreci olarak ortaya çıkar. Bu nedenle risk iletişimi, tutumları etkilemek, acil veya kriz durumlarında halkı risk ve risk yönetimi konusunda eğitmek, karar vermeye yardımcı olmak için bilgilendirmek gibi çok çeşitli faaliyetleri kapsamaktadır (Nobles, 2008: 1). Bu yönüyle risk iletişimi, yüksek endişe duyulan durumlarda yaşanan zorlukların üstesinden gelmeyi ve riskin sonuçlarını en aza indirmeyi amaçlayan bilimsel bir yaklaşım (Covello, Peters, Wojtecki ve Hyde, 2001: 382) olarak değerlendirilmektedir.

Yapılan araştırmalar, etkileşimli bir risk iletişim uygulamasının üç ana eksene sahip olması gerektiğini göstermektedir. Bunlar; riskler hakkında bilinçli kararlar verebilmek için gereken bilgiyi sağlamak, paydaşlar arasında güven inşa etmek ve anlaşmazlıkları çözebilmek için etkileşime ve uzlaşmaya dayalı iletişimi sürdürmektir (Covello vd., 2001: 383). Etkili bir risk iletişim sürecinin işlevlerini Ren ve Levine (1991: 178) dokuz maddede özetlemektedir:

- Hedef gruplar arasında risk anlayışını geliştirmek,
- Potansiyel mağdurları tehlikeler hakkında bilgilendirmek,
- Tutum değişikliği yaratmak,
- Risk yönetiminin yeterliliğine ve adaletine olan güveni artırmak,
- Bireysel risk azaltma yöntemleri hakkında bilgi vererek halkı korumak,
- İletişim kuran kuruluşa yönelik koruyucu ve destekleyici davranışı teşvik etmek,
- Acil durumlara hazırlıklı olmak,
- Karar alıcıları halkın endişeleri ve algıları hakkında eğitmek,
- Riskle ilgili anlaşmazlıkların uzlaştırılmasına yardımcı olmak.

Araştırmalar etkili risk iletişiminin önündeki başlıca engelleri de göstermektedir. Sağlık, güvenlik veya çevreye yönelik tehditlere ilişkin büyük ölçüde belirsizlik, karmaşıklık ve veri eksikliğinin bulunması, etkili bir risk iletişimin önündeki engeller olarak değerlendirilmektedir (Covello ve Sandman, 2001: 165). Çünkü riskler hakkında etkili kararlar verebilmek için doğru ve çözümleyici bilgiye ihtiyaç duyulmaktadır. Bu çerçevede belirsizliğin sürmesi ve gerekli bilginin sağlanamaması risk iletişim sürecini de olumsuz yönde etkileyecektir. Etkili risk iletişimi önündeki diğer bir engel ise güvensizliktir (Fischhoff, 1995; Covello ve Sandman, 2001: 165). Bu yüzden risk iletişiminde paydaşlar arasında güven inşa etmek, sürecin en önemli aşaması olarak görülmektedir. Güven ortamının sağlanmasında en önemli engellerden biri de gazetecilerin riske ilişkin haber vermede son derece seçici olması ve özellikle de haber ögesi olarak alışılmadık, dramatik, çatışmacı, olumsuz veya sansasyonel durumlara daha fazla ilgi göstermeleridir (Covello ve Sandman, 2001: 166). Etkili iletişimin önündeki diğer bir engel de insanların risk hakkındaki bilgileri algılamasını etkileyen psikolojik ve sosyal faktörlerdir (Covello, 1989:

3; Covello ve Sandman, 2001: 165-168). Nitekim bu tür risk durumları genellikle yüksek seviyede belirsizlikle karakterize olduğu için, belirsizlik ve korku, güvensizlik ve öfke gibi güçlü olumsuz duygular, etkili iletişim kurulmasının önünde engel oluşturmaktadır (Covello vd., 2001: 167). Mevcut engellerin aşılmasında Palenchar ve Heath' in (2007: 124-126) dikkat çektiği gibi, şeffaf, toplumla işbirliğine dayalı karar alma, güven oluşturma, risk değerlendirmelerine ilişkin belirsizliği kabul etme, risk iletişimi ile ilgili anlatıların yaygınlaşmasını sağlamak gibi hususlar göz önünde bulundurulmalıdır. Glik de (2007: 35) benzer şekilde, bu tür durumlarda "iletişimsizlik" riskinin yüksek olduğunu ve bu nedenle iletişim kaynağına yönelik güvenin oluşabilmesi için sürecin dürüstlük, şeffaflık ve hesap verebilirlik unsurları çerçevesinde oluşturulması gerektiğini belirtmektedir. Dolayısıyla etkili bir risk iletişimi sürecinin yürütülebilmesi için güvene, doğru bilgiye ve medyaya olan ilişkilerin iyi yönetilmesine ihtiyaç vardır.

Risk iletişiminin uygulandığı en önemli alanların başında sağlık gelmektedir. Özellikle salgın hastalıkların kontrol altına alınabilmesi, salgın riskiyle karşı karşıya bulunan bireylerin koruyucu önlemler almasını sağlamak ancak etkili bir risk iletişimi sürecinin yönetilmesiyle mümkündür. Pandemi gibi küresel boyutta insan hayatını etkileyen süreçlerde olumsuz sonuçları azaltmak, ülke çapında büyük bir işbirliğini gerektirirken, halkla başarılı bir iletişim kurmak, bilgilendirmek, bireylerin kendini koruma davranışı geliştirebilmesi için motive edilmesi, pandemi riskini yönetmede önemli iletişim unsurlarıdır (Vaughan ve Tinker, 2009: 324). Benzer şekilde yetkililerin risk bilgisine ilişkin güncellemeleri yapması, söylentileri ortadan kaldırarak güven inşa etmesi de bu süreçte dikkat edilmesi gereken hususlardır. Bununla birlikte, pandemiye ilişkin risk bilgileri büyük ölçüde psikolojik, sosyal, kültürel, sağlık ve sosyoekonomik faktörlerden etkilenmekte ve bu faktörler halkla nasıl iletişim kurulacağı konusunda belirleyici olmaktadır (Vaughan ve Tinker, 2009: 324). Bu nedenle salgın döneminde benimsenecek ideal iletişim sürecinin halkın katılım kapasitesini en üst düzeye çıkarmayı hedefleyen yaklaşım olduğu belirtilmektedir (Holmes, 2008: 49). Doğaldır ki bu nedenle pandemi risk yöneticileri ile pandemiden etkilenen nüfus arasında diyaloga ve güvene dayalı bir ilişki kurulması zorunludur. Bu süreçte bireylerden beklenen yıkıcı (karantina, kapatma vb.) ve daha az yıkıcı olan (maske, mesafe ve temizlik) davranış şekillerinin planlanması (Rasmussen, Jamieson ve Breese, 2008: 95), risk yöneticilerinin insanların yaşamlarını etkileyecek sonuçları en alt seviyeye indirme sorumluluğunun bir sonucu olmakla birlikte, risk iletişiminin etkili bir şekilde yürütülebilmesi için de gereklidir.

2.1. Risk İletişimi Yaklaşımları

Tarihsel süreç içerisinde risk iletişimi ile ilgili farklı uygulamaların olduğu bilinmektedir. Erken dönem risk iletişim uygulamalarında uzmanlar tarafından yürütülen tek yönlü bir süreç söz konusudur. Ancak Amerika Birleşik Devletleri (ABD), National Academy of Sciences (NAS) bu yaklaşımı eleştirmektedir. Akademi, risk iletişimini (National Academy of Sciences, 1989: 21), riskin doğasına ilişkin farklı mesajları (risk mesajları, riskle ilgili olmayan endişeler, fikirler, tepkiler, risk yönetimi için yasal ve kurumsal düzenlemeler gibi) bireyler, gruplar ve kurumlar arasında bilgi alışverişini içeren etkileşimli bir süreç olarak kavramsallaştırmaktadır. Covello ve arkadaşları da (1986: 172) kavramı benzer şekilde, ilgili taraflar (hükümet, şirketler ve endüstri grupları, sendikalar, medya, bilim insanları, meslek kuruluşları, kamu çıkar grupları ve vatandaşlar) arasında sağlık ve çevrenin önemi ve anlamına yönelik riskleri yönetmeyi veya kontrol etmeyi amaçlayan kararlar, eylemler hakkında bilgi iletme olarak tanımlamaktadır. Dolayısıyla bu tanım risk iletişiminin çerçevesini sağlık ve çevreye yönelik riskler bağlamında sınırlandırırken, iletişim sürecini amaçlı bir faaliyet alanı olarak kavramsallaştırmaktadır. Benzer bir risk iletişim tanımı yapan Glik de (2007: 34) bu süreci analiz ederken, çevresel, endüstriyel, tarımsal süreçlere ilişkin politikaların neden olduğu sağlık riskleri hakkında bireyler, gruplar ve kurumlar arasındaki bilgi alışverişine atıfta bulunmaktadır.

1980'lerden itibaren bugünkü anlamına kavuşan risk iletişimi, insanları tehlikeler karşısında sakinleştirmek ya da var olan tehlikelerin ciddi olarak algılanmasını sağlayan bir disiplin olarak konumlanmıştır. Risk iletişimine yönelik oluşturulan teori ve modellerin, genel iletişim teori ve modelleri üzerinde temellendirildiği ve ilgili diğer sosyal bilim alanlarındaki teorilerle şekillendirildiği görülmektedir (Yakut, 2008: 35-36). Bu çerçevede iletişim sürecinde kaynağa (mesajı düzenleyen ve gönderen) odaklanarak oluşturulan yaklaşımlarla, hedef kitleye iletilecek mesajın içeriğine odaklanan yaklaşımlar karşımıza çıkmaktadır. Kaynak odaklı yaklaşımlar, risk iletişiminin tarihsel süreç içerisindeki gelişimine bağlı olarak üç farklı perspektifte ele alınmış ve incelenmiştir (Renn ve Levine, 1991; Leiss, 1996: 87-94; Covella ve Sandman, 2001: 171). Risk iletişimine ilişkin ilk uygulamalarda, risk içeriğine ilişkin sayısal ifadeler önemlidir ve genellikle tek yönlü bir iletişim söz konusudur. Bu dönemde iki yönlü iletişim ancak mesajların anlaşılması için risk ve tehditlerle ilgili uzmanların sürece dahil edildiğinde kendini

gösterebilmektedir (Yakut, 2008: 39). Halkın endişelerine ilişkin karşılaştırmalı risk tahminlerini içeren bu anlayış, bilimsel ve teknik model olarak kavramsallaştırılmaktadır (Yakut, 2008:38). Bir paradigma değişikliğini içeren ikinci anlayış ise yine bilimsel ve teknik yaklaşımlar kategorisinde değerlendirilmekte ve risk durumlarının ikna edici iletişim eylemlerini içeren bir süreç olarak yürütülmesi gerektiğine odaklanmaktadır (Leiss, 1996: 87-94; Covella ve Sandman, 2001: 171-174). Başarılı bir iletişim için bilgi kaynağının güvenilir olması, net mesajların verilmesi, etkili kanalların kullanılması ve hepsinden önemlisi alıcıların ihtiyaçlarına ve algılanan gerçekliğe odaklanma, bu yaklaşımda benimsenen risk iletişimi stratejilerini oluşturmaktadır. Risk iletişimi sürecinde bir diğer anlayış ise toplumsal ilişkilerle karakterize olmakta ve risk altındaki gruplar tam bir paydaş olarak konumlanmaktadır (Leiss, 1996: 87-94; Covella ve Sandman, 2001: 171-174). Toplumsal ve kültürel yaklaşımlar olarak sınıflandırılan bu anlayışta, riskten etkilenen taraflar iletişim sürecinin aktif bir paydaş olarak konumlandırılarak, süreçte diyalog temelli bir iletişim benimsenmektedir (Yakut, 2008: 41). Dolayısıyla bu risk iletişimi yaklaşımı, bir paydaş olarak riskten etkilenenlerin konumunu diğer yaklaşımlara göre güçlendirmektedir.

Literatürde hedef kitleye iletilecek içeriğe odaklanan yaklaşımlar da “Risk Algılama Modeli”, “Zihinsel Gürültü Modeli”, “Negatif Baskınlık Modeli” ve “Güven Belirleme Modeli” (Covello vd., 2001: 384; Cairns vd., 2013: 1553) olarak sınıflandırılmaktadır. Bu modeller genel olarak risk bilgilerinin uygulayıcılar tarafından nasıl işlendiğini, risk algılamalarının nasıl oluşturulduğunu ve risk kararlarının nasıl alındığını açıklamak için etkili iletişim kurabilmede bir temel sağlamaktadır (Covello vd., 2001: 384; Guidry, Jin, Orr, Messner ve Meganck, 2017: 478). Risk Algılama Modeli (The Risk Perception Model), insanların riski nasıl algıladıklarına odaklanan (Cairns vd., 2013: 1553) ve risk iletişim sürecinin risk algıları üzerinden tasarlanmasına dayanan bir modeldir. Modele göre korku, dehşet veya kaygı uyandıran riskler, uyandırmayan risklerden, güvenilirlik ve güvenden yoksun kurum veya kuruluşlarla ilişkili riskler, güvenilir kuruluşlarla ilişkili risklerden, ölümlere yol açan veya geri döndürülemez, felaket sonuçları olan riskler, daha az yıkıcı etkiye sahip risklerden daha büyük algılanmaktadır (Covello vd., 2001: 384-386). Bu nedenle model, risk iletişim stratejisini risk algıları üzerinden ortaya çıkan endişelere odaklanarak oluşturmaktadır (Covello vd., 2001: 384). Zihinsel Gürültü Modeli (The Mental Noise Model) ise, insanların stres altında bilgiyi nasıl işlediğine ve bilgilerin işlenme şeklindeki değişikliklerin iletişimi nasıl etkilediğine odaklanan bir modeldir (Covello vd., 2001: 385). Bu çerçevede model, insanların stres altında risk bilgilerini verimli bir şekilde işleme becerilerinin önemli ölçüde zayıfladığını kabul etmektedir (Baron, Hershey ve Kunreuther, 2000: 413; Cairns vd., 2011: 2). İnsanlar, değer verdikleri şeyin tehlike altında olduğunu hissettiklerinde, kaygıdan öfkeye kadar değişebilecek duyguları yaşayabilmektedir. Bu yüzden model risk iletişim sürecini etkili kılmak için tekrarlamaların ve görselleştirmelerin önemine dikkat çekmektedir (Cairns vd., 2013: 1554). Negatif Baskınlık Modeli (The Negative Dominance Model) ise insanların negatif sonuçlara pozitif sonuçlardan daha fazla önem vermesine odaklanmaktadır. Modelde risk iletişimi uygulamalarında olumsuz bir mesajın daha fazla sayıda olumlu ve çözüm odaklı mesajla dengelenmesi gerektiği vurgulanmaktadır (Covello vd., 2001: 384). Güven Belirleme Modeli (The Trust Determination Model), risk iletişim stratejilerinin ortak noktası olan güvene odaklanmaktadır. Zamanla inşa edilen bir kavram olan güven, risk tartışmalarının çözümünde önemli bir faktördür (Palenchar ve Heath, 2007: 124-126; Glik, 2007: 35). Güven algıları, uzmanlar arasındaki anlaşmazlıklar; risk yönetimi kuruluşları arasında koordinasyon eksikliği; risk yönetimi yetkililerinin etkili dinleme, diyalog ve halkın katılımı ihtiyacına duyarsızlığı; riskleri kabul etme isteksizliği; bilgileri zamanında açıklama veya paylaşma konusundaki isteksizlik veya ihmali gibi durumlarda azalmaktadır (Covello vd., 2001: 384; Cairns vd., 2013: 1553). Güven azaltıcı faktörlerin göz önünde bulundurulması etkili risk iletişimi mesajlarının ve stratejilerinin oluşturulmasının gerekliliğinin altını çizen bu model, iletişimin temelini güvene dayandırılmasını önermektedir.

Gerçekten de insanların risk değerlendirmelerinin temeli güvene dayanmaktadır. Güven kavramı öznel bir deneyimi ifade ederken, güvenilirlik kavramı güven duygusunun çok sayıda kişi tarafından paylaşılması anlamına gelmektedir (Rousseau, Sitkin, Burt ve Camerer, 1998: 395). İletişimde güven ise, iletişim kuranın doğru, tarafsız ve eksiksiz bilgi aktararak yetkinlik ve dürüstlük sergilediğini gösteren ve alınan mesajın doğru ve güvenilirliğine ilişkin genelleştirilmiş beklentiye ifade etmektedir (Renn ve Levine, 1991: 179). Risk yönetimi ve iletişimi üzerine yapılan araştırmalarda güven, büyük ölçüde sosyal ve genelleştirilmiş güven olarak kategorize edilmektedir (Siegrist, 2019: 4). Sosyal güven "İnsanların şahsen tanımadıkları kişilere veya belirli tehlikeleri düzenlemekten veya ele almaktan sorumlu kurumlara" duyulan güveni ifade ederken (Siegrist 2019: 4), genelleştirilmiş güven, diğer kişilere güvenmeye istekli olmaları açısından bireyler arasındaki farklı özellikleri ifade etmektedir (Zucker, 1986; Paxton, 2007: 49). Özellikle bir salgın sırasında yürütülen risk iletişiminde inşa edilmesi gereken güven anlayışı hükümete, devlet kurumlarına ve medyaya olan güveni içeren sosyal güven olarak karşımıza çıkmaktadır

(Ye ve Lyu, 2020: 2). Güvenin en temel niteliklerinden biri, kırılabilir olmasıdır. Kamuoyunda olumsuz olayların güven oluşturan olumlu olaylardan daha dikkat çekici olması (kazalar, yalanlar, hatalı keşifler, kötü yönetim vb.), güveni yok etme amaçlı haber kaynaklarının iyi haber kaynaklarından daha güvenilir görülmesi, bir kez başladığında güvensizliğin pekiştirilme ve sürdürülme eğiliminde olması, güvensizliği yaratan faktörlerdir (Slovic, 1997: 88-92).

Risk iletişimi sürecinde güven oluşturmanın yanı sıra, risk algısı ve davranış şekillerinin bireylere iletilen mesajların özellikleri ile bağlantılı olduğu da ortaya konulmuştur (Glik, 2007: 38). Bu anlamda risk iletişimi sürecinde mesajlar arasında mantıksal tutarlılığı sağlamak, mesajın anlaşılmasında önemli bir faktördür. Lindell'e göre (2018: 450), çoklu, tutarlı ve doğru mesajlar genellikle tek mesajdan veya tutarsız mesajlardan daha etkili olmaktadır. Bu anlamda risklere karşı bireyler ne kadar çok tutarlı bilgi/uyarı (mesajın tonu ile içerdiği bilgi arasında uyum) alırsa, önlemlere uyum sağlama oranı da yükselecektir. Bunun yanı sıra kitlelere iletilmek üzere hazırlanan mesajlar açık, anlaşılır bir dile sahip olmalı, kesin ifadeler içermelidir. Mesaj içeriğinde neyin iletildiğine dair bir kesinlik yoksa mesajların yanlış yorumlanma olasılığı da artacaktır. Özetlemek gerekirse etkili risk iletişim stratejilerini belirlemede planlama, katılımcı diyalogu destekleme, medya ilişkilerini stratejik olarak anlama ve yönetme, mesaj kaynağının güvenilirliğini sağlama ve şeffaf olma, önemli unsurlar olarak ortaya çıkmaktadır (Cairns vd., 2013: 1555-1559; De Boer, Botzen ve Terpsta, 2014; Kellens, Zaalberg, Neutens, Vanneuville ve De Maeyer, 2011; O'Sullivan vd., 2012; Zaharive Ariffin, 2013; Thakadu, Kolawole, Sommer, Mthombeni ve Ditlhakeng, 2017; Springston ve Weaver Lariscy, 2005: 220; Longest ve Rohrer, 2005: 193; Hackett, 2008; Kristiansen, Halvorsen ve Gyrd-Hansen, 2007).

2.2. Risk İletişimi ve Sosyal Medya

Riskin çeşitli çevresel faktörlere bağlı olan belirsizliğe ilişkin karar verme süreci, genellikle risklerin bir kişiye nasıl iletildiğinden veya kişinin riskler konusunda nasıl bilgilendirildiğinden etkilenmektedir (Sandell, Sebar ve Harris, 2013). Dolayısıyla risk iletişimi sürecinde bireysel belirsizlik algısının oluşmasında, iletişim kaynağının risk bilgilerinin aktarımında kullandığı stratejiler belirleyici olmaktadır (Khan, Mishra, Lin ve Doyle, 2017: 1713). Örneğin, risk iletişimi sürecinde kaynağın aşırı bilgi yüklemesi, eksik bilgi vermesi ya da gerekli bilgileri aktarmaması (Andrienko ve Andrienko, 2007) gibi unsurlar, bireysel karar verme üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olabilmektedir. Hedef kitleye aktarılacak istenen mesajların beklenen ve istenen yönde etki etmesini sağlamak için mesajların yeterince yaygınlaştırılması gerekmektedir. Bu nedenle risk planlamalarının birden fazla iletişim kanalını (geleneksel ve yeni medya) içermesi önemlidir.

Modern dünyanın en önemli iletişim ortamlarından biri olarak değerlendirilen internet, risk iletişimi çerçevesinde de kullanıcılara önemli fırsatlar sunmaktadır. Özellikle sağlık alanında iletişim kurmak veya sağlık risklerine karşı vatandaşlara bilgi aktarma sürecinde internet alt yapısı içerisinde çalışan sosyal ağ siteleri etkili bir iletişim ortamıdır. Öyle ki bu ortamlar bireylerin tıbbi karar alma süreçlerini bile etkileme potansiyeline sahiptir (Kata, 2010). Öte yandan sadece sağlık bilgisini arayan bireyler değil, aynı zamanda sağlık profesyonelleri de sağlık bilgilerini iletmek için giderek daha fazla sosyal medyayı kullanmaktadır (O'Donnell ve Willoughby, 2017: 149). Araştırmalar, bu kullanımın risk durumlarında daha da arttığını göstermektedir (Shuchman ve Wilkes, 1997: 981). Bireyler, herhangi bir risk durumunda bilgi kaynağı olarak arkadaş, akraba gibi geleneksel kaynaklara başvurabilecekleri gibi sosyal medya aracılığıyla da oldukça karmaşık risk bilgilerine erişebilmektedirler (Alaszewski, 2005: 103). SARS salgını sırasında risk algıları, önleyici tedbirler ve bilgi kaynakları üzerine Hollanda'da yapılan bir araştırmada bireylerin televizyon ve gazetelerin yanı sıra internet aracılığıyla da bilgilendiği ortaya konulmuştur (Brug vd., 2004: 1486; Washer, 2004). Öte yandan Arguin ve arkadaşları (2004: 377) elektronik medyanın ortaya çıkmasının bulaşıcı hastalıkların önlenmesine yönelik mesajların hızla yayılmasını mümkün kıldığını belirtmektedir.

Sosyal ağ siteleri, kullanıcılarına içerik oluşturmaya fırsat veren, oluşturdukları içeriklerin diğer kullanıcılarla paylaşılmasını sağlayan etkileşimli iletişim ortamlarıdır. Sosyal ağ siteleri, kullanıcılara profilleri aracılığıyla kişisel bilgilerini oluşturmaya, arkadaşları veya meslektaşlarıyla iletişim kurmaya, bağlantı kurdukları diğer kullanıcıların profillerine erişim ve birbirleri arasında anlık mesajlaşma olanağı sunmaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2010: 60). Ayrıca kullanıcıların kendi kişisel profillerinde, fotoğraf, video, ses dosyası gibi her türlü içeriği oluşturmalarına ve paylaşmalarına izin verilmektedir. Bir bakıma insanlar arasında iletişim kurma şeklini değiştiren sosyal medya sadece bireysel kullanıcılara değil aynı zamanda çeşitli kuruluşların hem paydaşlarıyla hem de birbirleriyle doğrudan diyaloga girmeleri için yeni fırsatlar sağlamaktadır (McAllister-Spooner, 2009; Sommerfeldt, Kent ve Taylor, 2012). Bu fırsatların yanı sıra bu mecralarda güvenilir olmayan, yanlış bilgiler

hızla yayılması da olumsuz bir etki olarak görülmektedir. Öte yandan internete erişimdeki eşitsizlik, mevcut sağlık bilgilerine erişimde önemli bir engel olarak da değerlendirilmektedir (Idriss, Kvedar ve Watson, 2009: 46; Hawn, 2009: 361; Chou vd., 2009: 2).

Sosyal medya platformları, gelenekleri ve özellikleri bakımından farklılıklar göstermektedir. Günümüzde hemen hemen her platform benzer özellikleri kullanabilme olanağı yaratsa da ortaya çıkış şekilleri değerlendirildiğinde bazıları görsel ağırlıklı (Instagram, YouTube gibi), bazıları da yazı ağırlıklı (Facebook, Twitter gibi) bir temele dayanmaktadır. Özellikle akıllı telefonların, tabletlerin ve sosyal medya platformlarının mobil uygulamalarının yükselişi, her alanda olduğu gibi sağlık alanında da büyük dönüşüm yaratmıştır. Sağlık hizmetleri açısından değerlendirildiğinde sağlık bilgilerine ulaşma, öğrenme ve işbirliği fırsatının artması, mobil uygulamalar yoluyla gerçekleşen önemli bir gelişmedir. Bugüne kadar risk iletişimine ilişkin sosyal medya çalışmalarında daha çok yazı ağırlıklı platformlar araştırma konusu haline getirilirken, görüntü ya da fotoğraf ağırlıklı sosyal medya ortamlarının ihmal edildiği gözlemlenmektedir (Nobles vd., 2020: 2). Halbuki YouTube, Instagram gibi sosyal medya platformları günden güne kullanıcı sayıları artmakta ve risk iletişimi çerçevesinde de yeni olanaklar sunmaktadır. Hatta bu iletişim olanakları mobil devrimin bir parçası olarak tanımlanmaktadır (Boulos, Giustini ve Wheeler, 2016: 1).

Çalışmanın inceleme alanını oluşturan Instagram, görsel tabanlı bir uygulamadır. 2010'da kurulan, 2012'de Facebook tarafından satın alınan ve son yıllarda hızla büyüyen Instagram, Facebook ve Youtube'dan sonra bir milyar kullanıcı sayısı ile dünyada en çok kullanıcıya sahip üçüncü sosyal medya ağıdır. Kullanıcı sayısı açısından 120 milyon kullanıcıyla Amerika Birleşik Devletleri (ABD), en fazla Instagram kullanıcılarına sahip ülke olurken, ikinci sırada Hindistan, üçüncü sırada Brezilya yer almaktadır. Dünyada altıncı sırada yer alan Türkiye'de ise, 38 milyon Instagram kullanıcısı bulunmaktadır (We Are Social, 2020). Hızlı büyümesini sürdüren sosyal medya platformlarından biri olan Instagram kullanıcılarına, zaman çizelgesi ya da yayın akışı olarak değerlendirilen kullanımda fotoğraf ve videoları metin başlıkları ve hashtag'lerle kolayca paylaşabilme olanağı sağlamaktadır. Ayrıca bir kullanıcıyı takip eden diğer bir kullanıcı, akışta paylaşılan bir içeriği beğenerek veya yorum yaparak kullanıcıyla etkileşime girebilmektedir. Öte yandan Instagram kullanıcılarına, diğer kullanıcılarla grup halinde ya da tek kişi olarak doğrudan mesajlaşma ve görüntülü sohbet olanağı da sunmaktadır. Canlı yayın yapabilmek, 24 saatte kaybolan hikaye (story) paylaşımıyla da kullanıcılarına hizmet veren Instagram bu özellikleriyle, özellikle gençler arasında hızlı büyüyen bir sosyal ağ olmaya devam etmektedir (Kamel, Giustini ve Wheeler, 2016; Nobles vd., 2020: 2).

Görsel tabanlı bir ortam olan Instagram, risk iletişimi çerçevesinde de kullanıcılarına olanaklar sunmaktadır. Özellikle risk iletişim sürecinde hazırlanan mesajların görselleştirilmesi bireylerin dikkatini çekeceği gibi, metnin içeriğinin hatırlanmasını da güçlendiren bir unsurdur (Houts, Doak, Doak ve Loscalzo, 2006: 188). Görsel tabanlı bir uygulama olan Instagram kullanıcılarına, iletmek istedikleri mesajları görselin başlığına veya görselin içine yerleştirebilmesine ya da her ikisinin kombine edilerek kullanılmasına imkan tanımaktadır. Bu da risk mesajlarının etkili olmasını sağlayan önemli bir faktördür (Joffe, 2008; Mayer, 2005; Naik ve Raman, 2003). Bu özellikleri nedeniyle yapılan araştırmalarda Instagram'ın eğitici, bilgilendirici ve motive edici işleve sahip, etkili bir sosyal ağ platformu olarak büyük bir potansiyele sahip olduğu ortaya konulmuştur (Karimkhani, Connett, Boyers, Quest ve Dellavalle, 2016; Gauthier ve Spence, 2015; Al-Eisa vd., 2016; Boulos, Giustini ve Wheeler, 2016). Bazı araştırmalar (Custers, 2015; Tiggemann ve Zaccardo, 2015) özellikle sağlık alanında olumsuz etkilerini ortaya koysa da Instagram, Dünya Sağlık Örgütü (WHO), ABD Hastalık Kontrol ve Önleme Merkezi (CDC), Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı gibi kurumların da göz ardı etmediği bir sosyal ağıdır.

3. YÖNTEM

Bu çalışma, ülkemizde pandemi sürecini yöneten ve yönlendiren tek kurum olan Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı'nın Covid-19 pandemisi sırasında, bir sosyal medya platformu olan Instagram'ı risk iletişimi bağlamında nasıl kullandığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırmada, Sağlık Bakanlığı'nın 1 Ocak 2020 ve 31 Aralık 2020 tarihleri arasında Instagram hesabı üzerinden paylaştığı gönderiler üzerinden gerçekleştirdiği iletişimin içeriği ve bağlamı değerlendirilmektedir. Risk iletişim modellerinin esas alındığı çalışma, tanımlayıcı/betimleyici bir araştırma deseni üzerinden yapılandırılmıştır. Çalışmada veriler içerik analizi tekniği kullanılarak analiz edilmiştir.

Çalışmada analiz, üç araştırma perspektifine dayandırılmıştır:

- Sağlık Bakanlığı'nın Instagram üzerinden kurduğu iletişim biçimi ve bağlamının incelenmesi,
- Sağlık Bakanlığı'nın Instagram gönderilerinin iletişim içeriğinin ve riske ilişkin oluşturulan algının incelenmesi,
- Sağlık Bakanlığı'nın Instagram gönderilerinin mesaj tonunun ve işlevinin incelenmesi.

3.1. Evren ve Örneklem

Araştırma, amaçlı örnekleme tekniği ile belirlenen bir örnek grup üzerinden yürütülmüştür. Çalışma amaçlarına ulaşmayı mümkün kılan amaçlı örnekleme tekniği, araştırmacının araştırma konusuna ilişkin kendi bilgileri çerçevesinde oluşturduğu bir örnekleme tekniğidir (Patton, 2002: 273). Araştırma temel veri seti olarak Sağlık Bakanlığı'nın 1 – Ocak / 31 - Aralık 2020 tarihleri arasında paylaştığı Instagram gönderilerini kullanmaktadır. Covid-19 pandemisinin Aralık 2019 tarihinde Çin'in Wuhan eyaletinde görülmesinden sonra henüz Türkiye'de hiçbir vakanın görülmediği tarih olması nedeniyle çalışma 1- Ocak- 2020 tarihinde başlatılmış ve bir yıl süreyle bakanlığın Instagram hesabı üzerinden paylaşılan gönderiler çalışmaya dahil edilmiştir. Bir sosyal medya platformu olarak Instagram verilerin kayıt altına alınabilmesi, geçmişe dönük olarak gönderilerin takip edilmesini mümkün kıldığı için Sağlık Bakanlığı'nın bir yıl süresince paylaştığı her Instagram gönderisi listelenmiş ve kaydedilmiştir.

3.2. Veri Analiz Tekniği

Araştırmada veri analiz tekniği olarak benimsenen içerik analizi tekniği Berelson'a (1952: 17) göre, sunulan iletişim içeriğinin tarafsız, sistematik ve niceliksel tanımı olarak kavramsallaştırılmaktadır. Benzer şekilde Krippendorff da (2004: 18) içerik analizini, "metinlerin ya da diğer anlamlı durumların kullanım bağlamlarından yinelenebilir ve geçerli sonuçlar çıkarmak için yapılan bir araştırma tekniği" olarak tanımlamaktadır. Dolayısıyla çalışma, Sağlık Bakanlığı'nın Instagram gönderilerini "sistematik" ve "tarafsız" (Koçak ve Orun, 2006: 22) bir şekilde analiz etmek için temel bir araştırma aracı olan içerik analizi tekniğini veri analiz tekniği olarak kullanmıştır. Bu çerçevede veriler, bakanlığın @saglikbakanligi isimli Instagram hesabı üzerinden paylaştığı gönderiler üzerinden elde edilmiş ve içerik analizi tekniği ile incelenmiştir.

Çalışmanın araştırma soruları aşağıdaki şekilde belirlenmiştir:

- Sağlık Bakanlığı Covid-19 pandemi sürecinde Instagram üzerinden nasıl bir iletişim kurmuştur?
- Sağlık Bakanlığı Covid-19 pandemi sürecinde Instagram gönderileriyle risk içeriğine ilişkin hangi bilgileri aktarmıştır?
- Sağlık Bakanlığı'nın Covid-19 pandemi sürecinde Instagram gönderileri riske ilişkin nasıl bir algı oluşturmaktadır?
- Sağlık Bakanlığı'nın Covid-19 pandemi sürecinde Instagram gönderilerinin mesaj tonu nedir?
- Sağlık Bakanlığı'nın Covid-19 pandemi sürecinde Instagram gönderilerinin mesaj işlevi nedir?

Çalışmanın araştırma soruları çerçevesinde kodlama kategorileri sosyal medyaya yönelik daha önce yapılmış çalışmalardan model alınmış (Lovejoy ve Saxton, 2012; Neiger vd., 2013; Guidry vd., 2017), genel iletişim süreci çerçevesinde kaynağa ve mesaja odaklanarak oluşturulan risk iletişimi yaklaşımları doğrultusunda hazırlanmıştır. Kodlama kategorileri paylaşım türü, etkileşim türü, gönderi içeriği, risk algılama değişkenleri, mesaj tonu ve mesaj işlevinden oluşmaktadır. Kodlama kategorileri içerisinde yer alan mesaj tonuna ilişkin değerlendirme, olumlu verilerin ve bilgilerin yer aldığı içerikler "pozitif", olumsuz verilerin ve bilgilerin yer aldığı içerikler "negatif", olumlu ya da olumsuz ifadelerin yer almadığı içerikler ise "nötr" olarak işaretlenmiştir. Bu kategoride Covid-19 ile ilgili olmayan paylaşımlar ise "diğer" kategorisinde değerlendirilmiştir. Benzer şekilde mesaj işlevleri kategorisinin kodlamasında da bilgi verici içerikler "bilgilendirici/egitici", bireyleri harekete geçirmeyi ve istenen davranışların benimsenmesine yönelik oluşturulan içerikler "motive edici", salgının önlenmesine yönelik davranışların benimsenmediği durumlarda karşılaşılabilecek olumsuz sonuçlar "uyarıcı" ve yine Covid-19 ile ilgisi bulunmayan paylaşımlar da "diğer" kategorisi içerisinde değerlendirilmiştir. Çalışma kapsamında yer alan kodlama kategorileri, aşağıda belirtilen kodlama protokolleri çerçevesinde kodlanmıştır.

Tablo 1. Kodlama Kategorileri

Paylaşım Türü	Metin Video Afiş (görsel malzeme ve metnin birlikte kullanıldığı paylaşımlar) Fotoğraf
Etkileşim Türü	Beğeni (Instagram’ın, insanların fotoğraflarla veya videolarla etkileşimde bulunmaları için sunduğu bir yoldur.) Link (Başka bir siteye yönlendiren bağlantıdır.) Mention (Kullanıcıların yönlendirmek istedikleri mesajları ya da diğer kullanıcıların gönderdikleri mesajları okuyabilmelerini sağlamaktadır. “Mention (@Kullanıcı Adı)”, gerçek etkileşimi temsil etmekte ve üçüncü şahıs referansını oluşturmaktadır (Conover vd., 2012: 4). HashTag (Belirli bir konuyu belirlemek ve ayırtmak için kullanılan #AnahtarSözcük şeklinde yazılan etiketlerdir. Diğer kullanıcıların belirlenen anahtar sözcük ile ilgili arama yaptıklarında, o HashTag ile yapılmış gönderilere erişebilmekte ve böylece gönderinin daha fazla kullanıcıya ulaşması ve daha fazla etkileşim sağlanmaktadır.)
Gönderi İçeriği	Haberler Semptomlar Yayılm-Bulaşma Önleyici tedbirler Yanlış bilgi Karantina Krizle müdahale önlemleri Bireysel hikayeler Aşı Virüs hakkında bilgi Vaka sayısı Diğer
Risk Algılama Değişkenleri	Tehlike ifadesi Hastalığın istemsiz doğası Eşit olmayan risk dağılımı Geri döndürülemez korkulan sonuçlar Korku Organizasyonun güvenilirliği Diğer
Mesaj Tonu	Pozitif (Örnek: Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca: “İyileşen hasta sayısında artış var. Artış hızlanacak. Toplam hasta sayısında yer alan vakaların önemli kısmı izleme sürecindeki belirtisiz vakalardır. Gelecek günler, el hijyenine özen; maske+mesafe kuralına bağlı. Daha iyi tedbir, daha iyi sonuçtur”.) Nötr (Örnek: Türkiye’de Yeni Koronavirüs Hastalığı (COVID-19) ile ilgili mevcut durum: Toplam Test Sayısı 106.799, Toplam Vaka Sayısı 15.799, Toplam Vefat Sayısı 277, Toplam İyileşen Sayısı 333). Negatif (Örnek: Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca: “Bugün 1.517 hastamız daha var. İyileşenlerin sayısı 1.000’den fazla. Aktif hasta sayımız da ağır hasta sayımız da artmaya devam ediyor. Bugün 36 CAN daha kaybettik. Hasta sayısını da can kayıplarını da azaltacak olan tedbirlere uyumdur.”) Diğer
Mesaj İşlevi	Bilgilendirici/Eğitici (Örnek: Koronavirüs riskine karşı 14 kural. Kural 5: Ellerinizle gözlerinize, ağızınıza ve burnunuza dokunmayın.) Motive edici (Örnek: Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca: “İyileşen hasta sayısı 120 bini geçti. Yoğun bakım desteğine ihtiyaç azalmaya devam ediyor. Elde edilen başarı, 83 milyonun gösterdiği uyumun sonucu. Yeni dönemde yeni ve güçlü tedbir, sosyal hayatta hep birlikte alınacak tedbirdir”.) Uyarı (Örnek: Hafife alma. Bugün virüsü hafife alır ve eski normallerimizden vazgeçmezsek, yarın çok pişman olabiliriz. Tedbir hem sağlığımızın hem de sosyal hayatımızın güvencesidir.) Diğer

3.3. Güvenilirlik

Çalışmanın güvenilirliği tekrarlanabilirlik (reproducibility) (Krippendorf, 2004: 215) testiyle ortaya konulmuştur. Bu teste göre farklı kodlayıcılar, farklı mekan ve koşullarda aynı veri setini kodlamakta ve birbirinden bağımsız olarak gerçekleşen bu kodlama işlemi, kodlayıcılar arasında tutarlılık ve tutarsızlık ölçülmektedir. Kodlayıcılar arası güvenilirlik tekniğinde yönerge üzerinde uzlaşılan ve ayrılan noktalar Neuendorf’un (2002: 241) formülüne

(Güvenilirlik: A / N) uygulanmıştır. Bu formüle göre A görüş birliğine (agreement) varılan kodlama birimlerini, N kodlanan toplam yönerge sayısını ifade etmektedir. Bu formüle göre, tekrarlanabilirlik testinde kodlayıcıların güvenilirliği .83 olarak bulunmuştur. Krippendorff (2004: 241) .80 ve üzerindeki bir değer için güvenilir kabul edildiğine dikkat çekerken, çalışmada kullanılan veri toplama aracı bu ölçüler içinde yer aldığından güvenilir bir araç olarak değerlendirilmektedir.

4. BULGULAR

Çalışmada veriler üç perspektif çerçevesinde incelenmiştir. Öncelikle Sağlık Bakanlığı'nın Instagram üzerinden kurduğu iletişim biçimi ve bağlamına yönelik verilerin değerlendirildiği çalışmada, ikinci olarak gönderilerin iletişim içeriği ile riske ilişkin oluşturulan algı incelenmiştir. Elde edilen veriler son olarak bakanlığın Instagram gönderilerinin mesaj tonu ve işlevi çerçevesinde analiz edilmiştir.

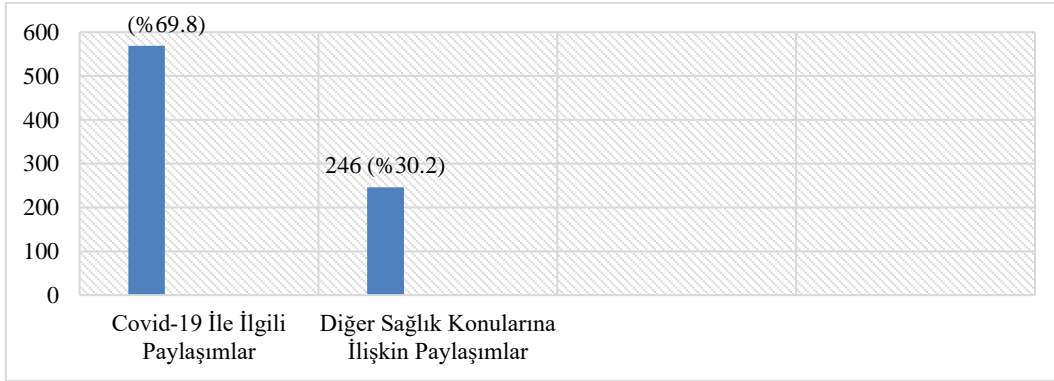
4.1. Sağlık Bakanlığı'nın Instagram Üzerinden Kurduğu İletişim Biçimi ve Bağlamına İlişkin Bulgular

Sağlık Bakanlığı'nın Instagram hesabını 15 Ocak 2013 tarihinden bu yana kullandığı görülmektedir. Araştırmanın yapıldığı dönemde toplam 4 bin 224 gönderi paylaşan bakanlık, 3 milyon 200 bin gibi önemli bir takipçi kitlesine sahiptir. Bakanlığın dokuz hesabı takip ettiği görülmektedir. Bu hesapların da kurumsal (Cumhurbaşkanlığı, Dünya Sağlık Örgütü gibi) hesaplar olduğu gözlemlenmektedir. Sağlık Bakanlığı'nın Instagram profili incelendiğinde kullanıma başladığı dönemden bu tarihe kadar hem takipçi sayısı hem de paylaşılan içerik sayısı yönüyle bir gelişim gösterdiği anlaşılmaktadır. Takipçi sayısının özellikle pandemi döneminde arttığını söylemek yanlış olmayacaktır.

Tablo 2. Sağlık Bakanlığı'nın Instagram Profili

Instagram'a Katılım Tarihi	Takip Edilenler	Takipçiler	Paylaşılan Gönderi Sayısı
15 Ocak 2013	9	3 milyon 200 bin	4224

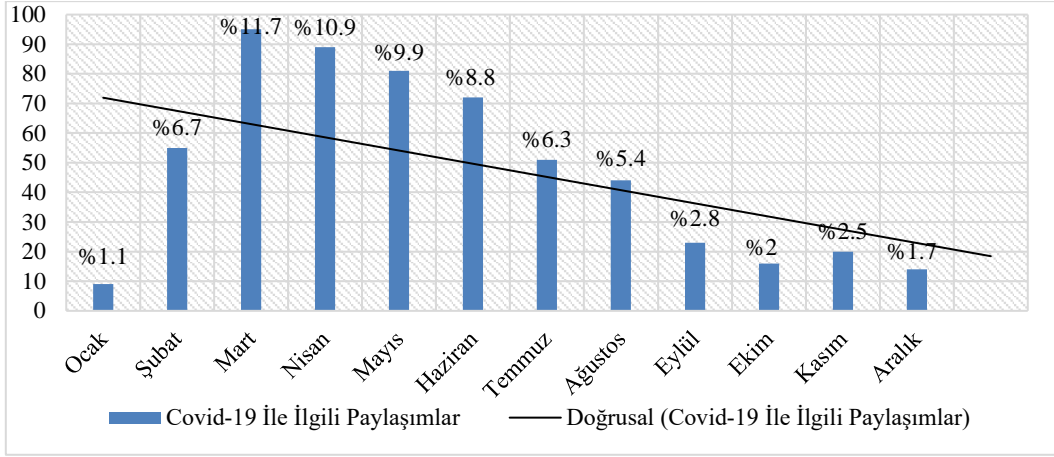
Araştırma çerçevesinde Sağlık Bakanlığı'nın 1 Ocak 2020 ve 31 Aralık 2020 tarihleri arasında Instagram gönderileri Şekil 1'deki gibidir.



Şekil 1. Sağlık Bakanlığı'nın Instagram Gönderilerinin Dağılımı

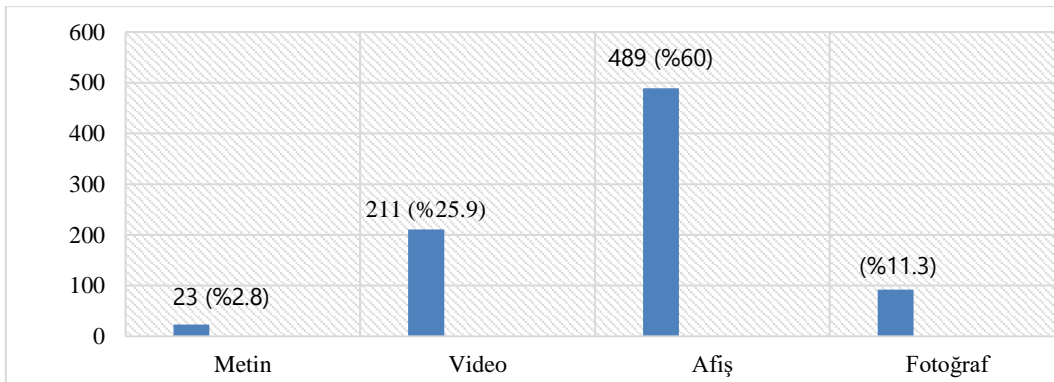
Sağlık Bakanlığı bir yıllık süre içerisinde Covid-19 pandemisine ilişkin 569 (%69.8) gönderi paylaşırken diğer sağlık konularına ilişkin paylaşımları ise 246 (%30.2)'dir. Bakanlığın bir yıl süre ile paylaştığı toplam gönderi sayısı 815'tir. Bakanlık tarafından bugüne kadar Instagram'dan paylaşılan dört binin üzerindeki gönderi sayısı dikkate alındığında, pandemi döneminde diğer dönemlere göre fark edilir bir düzeyde daha fazla içerik paylaşımının yapıldığı görülmektedir. Dolayısıyla bu veriler, bir kamu kurumu olarak Sağlık Bakanlığı'nın kullanıcı yönüyle popülaritesi gittikçe artan (We Are Social, 2020) bu yeni ortamı önemseydiğini ve hedef kitleyle yakın bir iletişim kurmak için aktif olarak kullandığını göstermektedir.

Bakanlığın aylara göre paylaşım oranına ilişkin bulgular Şekil 2'de yer almaktadır.



Şekil 2. Sağlık Bakanlığı'nın Aylara Göre Instagram Gönderilerinin Dağılımı

Bakanlığın Instagram paylaşımlarına, Türkiye'de henüz bir vakanın görüldüğü bir tarih olan Şubat ayından itibaren ağırlık verdiği görülmektedir. Bunu takip eden Mart ayı ise riskin arttığı ve ilk vakanın görüldüğü tarih olması nedeniyle bakanlığın paylaşımlarını yoğunlaştırdığı bir ay olarak dikkat çekmektedir. Bakanlığın özellikle Mart ayındaki paylaşımlarının diğer aylara göre yüksek olmasını, konunun hedef kitle açısından yeni ve belirsiz bir süreç olmasıyla ilişkilendirmek mümkündür. Diğer taraftan belirsizliğin devam ettiği ve "Evde Kal" dönemi olarak nitelendirilen Nisan ve Mayıs aylarında da benzer şekilde yoğun paylaşımlar yapıldığı gözlemlenmektedir. Paylaşımların "Kontrollü Sosyal Hayat Dönemi" olarak adlandırılan Haziran ayından itibaren, bir şeyin sabit oranda arttığını veya azaldığını gösteren doğrusal (Covid-19 ile ilgili paylaşımlar) eğilim çizgisinin de gösterdiği gibi yavaş yavaş azaldığı görülmektedir. Bu veriler risk iletişim süreci bağlamında değerlendirildiğinde genel olarak bakanlığın pandemiyin seyrine göre Instagram'ı kullandığı söylenebilir. Ancak pandemiyin Türkiye özelinde hem vaka hem de hasta sayısının tekrar artışa geçtiği Eylül, Ekim ve Kasım aylarında paylaşımların pandemiyin ilk çıktığı ve yayılımın yüksek olduğu Şubat – Haziran dönemine göre düşük kalması dikkat çekici bir durum olarak değerlendirilmektedir. Bu durum ya mevcut belirsizliğin kontrol edilebilir bir risk algısı olarak değerlendirilmesi veya pandemiyin insan hayatında artık bir gerçeklik olarak kabul edilmesinin bir yansıması olabilir.



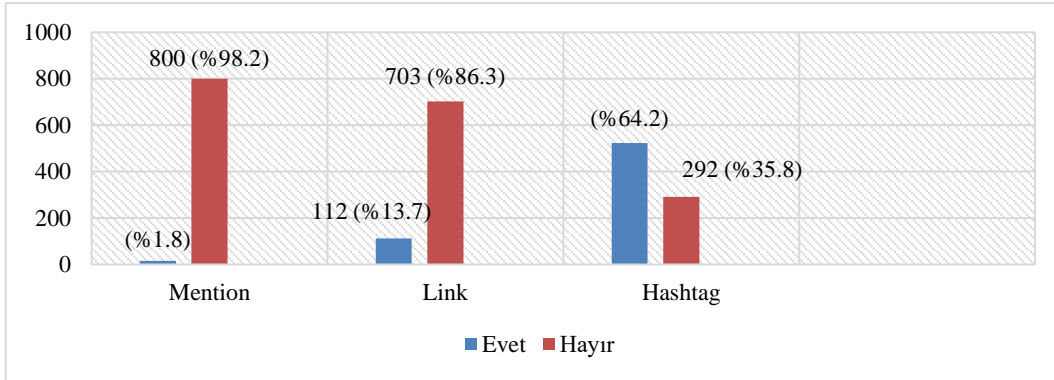
Şekil 3. Sağlık Bakanlığı'nın Instagram Gönderilerinin Biçim Açısından Dağılımı

Sağlık Bakanlığı'nın bir yıllık süre içerisinde paylaştığı gönderilerin %60'ı afiş, %25.9'u hareketli görüntü (video), %11.3'ü fotoğraf, %2.8'i metinden oluşmaktadır.

Bakanlığın Covid-19 pandemisine ilişkin gönderileri, görsel tabanlı bir sosyal medya ortamı olarak belirginleşen Instagram'ın yapısına uygundur. Bakanlık Covid-19 pandemisine ilişkin gönderilerini video ve afiş gibi görsel tabanlı olarak hedef kitleye aktarmaktadır. Diğer taraftan risk iletişim süreci bağlamında mesajların görsel unsurlarla desteklenmesi de önemli bir anlam ifade etmektedir. İletişim süreçlerinde görsel mesajların yüksek bir inandırıcılığa, ikna edici güce sahip olduğu (Joffe, 2008; Naik ve Raman, 2003), üzerinde uzlaşılmış bir

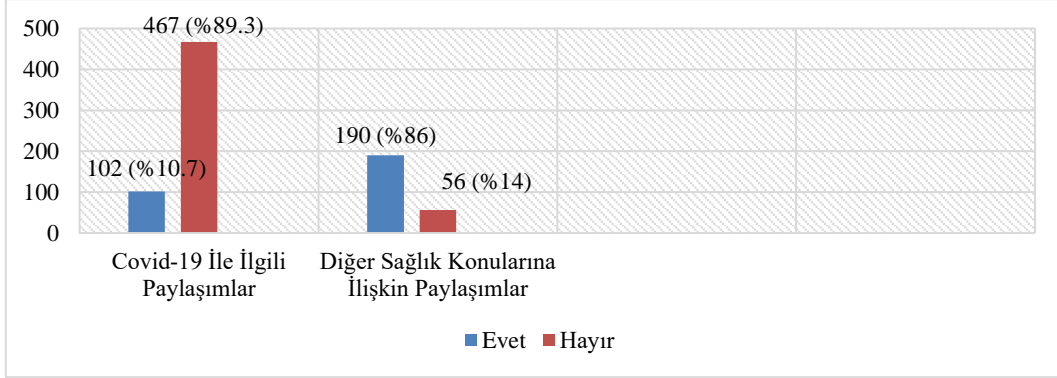
gerçeklidir. Bu durum risk iletişimini yönetmekle yükümlü olan kurumlara (kaynağa) önemli bir olanak sağlar. Risk iletişim sürecinde mesajların görsel olarak kodlanması, iletişimin inandırıcılığını, akılda kalmasını ve kolayca anlaşılmasını sağladığı için (Mayer, 2005), süreci yönetenler açısından hem iletişimi daha etkin kılmakta hem de güvenilirliği artırmaktadır. Bu tespit bir iletişim sürecinde hedef kitlelere iletilen mesajın niteliklerine göre temellenen risk iletişim modellerinden biri olan “Zihinsel Gürültü Modeli” ile de örtüşmektedir. Nitekim risk iletişim sürecinde mesajın biçimine odaklanan modele göre, görselleştirme hedef kitleye aktarılan mesajın daha kolay anlaşılmasında ve çözümlenmesinde önemli bir enstrüman olarak işlev görmektedir. Dolayısıyla insan sağlığını doğrudan tehdit eden pandemi gibi riskli bir dönemde görsel tabanlı bir uygulama olan Instagram’ın bakanlık tarafından aktif kullanılması, önemli bir iletişim stratejisi olarak değerlendirilmelidir.

Bakanlığın Instagram üzerinden kurduğu iletişimi biçimi, bu sosyal medya ortamının özelliklerinin ne kadar kullanıldığıyla da doğrudan bağlantılı olarak değerlendirilmektedir. Ortamın özellikleri çerçevesinde kullanımı, diğer kullanıcılarla etkileşimin artmasına, paylaşılan gönderilerin daha yüksek sayıda kullanıcıya erişmesine olanak sağlamaktadır. Bu anlamda diğer kullanıcılarla etkileşimin bir yolu olan bu özellikler, öncelikle mention (@kullanıcıadı) ve hashtag (#konuetiketi) kullanımı çerçevesinde değerlendirilmiştir. Yine bu çerçevede Instagram gönderilerine, kullanıcıyı bir başka web sitesine yönlendiren herhangi bir link eklenip eklenmediği de etkileşim türleri içerisinde değerlendirilmiştir.



Şekil 4. Sağlık Bakanlığı’nın Instagram’ın Özelliklerini Kullanımına İlişkin Dağılımı

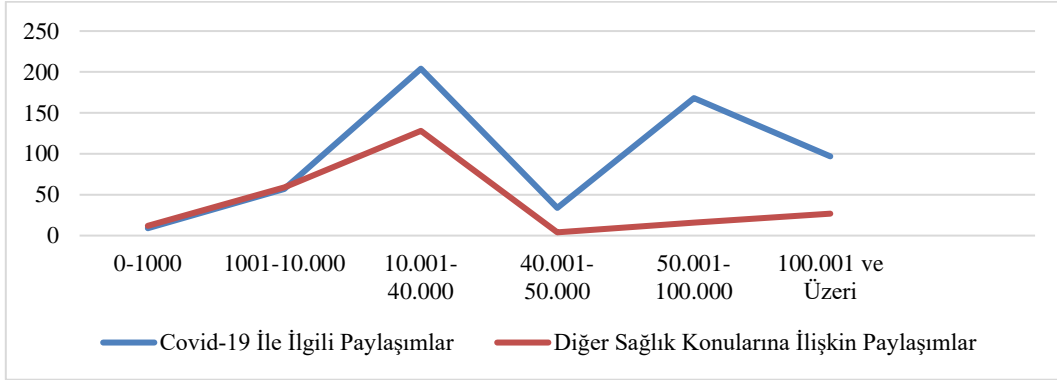
Bakanlığın Instagram’ın kullanıcılara sağladığı ve diğer kullanıcılarla etkileşimi genişletmek ve paylaşılan gönderileri yaygınlaştırmak için kullanılan bu özellikleri çok düşük oranda kullandığı görülmektedir. Bakanlık bir yıllık süre içerisinde toplam gönderilerinin sadece %1.8’ini mention kullanarak, %13.7’sine ise başka bir siteye yönlendiren link ekleyerek paylaşmıştır. Şekil 4’te hashtag kullanımı yüksek görülse de kullanılan hashtag’lerin Covid-19 pandemisi çerçevesinde yürütülen iletişim kapsamında değil, daha çok diğer sağlık konularıyla (Şekil 5) ilişkili paylaşımlarda gerçekleştirilen bir kullanım olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bir sosyal medya platformu olan Instagram’ın diğer kullanıcılarla etkileşim kurulabilmesi ve paylaşılan gönderilerin yüksek sayıda kişiye erişiminin sağlanabilmesi için sunduğu olanakların bakanlık tarafından etkin olarak kullanılmadığı gözlenmektedir. Bakanlığın paylaştığı gönderilerde etkileşimin temel yolu olan mention (@kullanıcıadı) ve hashtag (#konuetiketi) kullanımının çok sınırlı olduğu yapılan araştırmada net olarak görülmektedir. Sağlık Bakanlığı’nın diğer kullanıcılarla etkileşimin bir yolu olarak sunulan mention ve hashtag kullanımının sınırlı olması, paylaşılan gönderilerin kendi takipçileri dışında başka kullanıcılara ulaşmasını, yaygınlaşmasını engelleyen bir durumdur. Halbuki Sağlık Bakanlığı’nın Covid-19 ile ilgili paylaşımları sadece kendisini takip eden kullanıcıları değil, onu takip etmeyenleri de yakından ilgilendirmektedir.



Şekil 5. Sağlık Bakanlığı'nın Hashtag Kullanımına İlişkin Dağılım

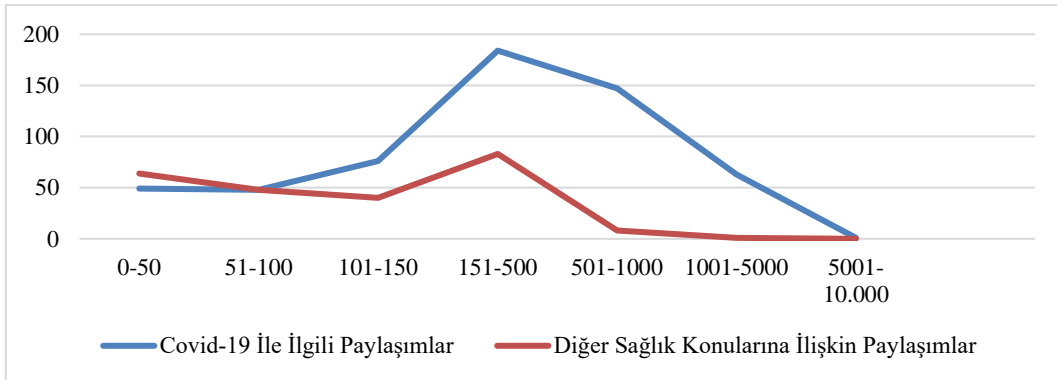
Şekil 5'e göre bakanlık Covid-19 pandemisiyle ilişkili paylaşımlarının %10.7'sini hashtag kullanarak paylaşıırken, diğer sağlık konularına ilişkin paylaşımlarında bu oran %86 olarak görülmektedir.

Instagram'ın diğer kullanıcılarla etkileşim kurmanın bir yolu olarak kullanıcılara sunduğu olanakların bir türü de paylaşılan gönderinin beğenilmesi ve gönderiye diğer kullanıcılar tarafından yapılan yorumlardır.



Şekil 6. Sağlık Bakanlığı'nın Instagram Gönderilerinin "Like" Oranlarına İlişkin Dağılımı

Şekil 6'da görüldüğü gibi 3 milyon 200 bin takipçisi olan Sağlık Bakanlığı'nın gönderilerinin en fazla beğeni sayısı 10.001 ve 40.000 arasında olduğu görülmektedir. Diğer sağlık konularına ilişkin paylaşımlar dikkate alındığında kullanıcıların Sağlık Bakanlığı'nın Covid-19 ile ilgili paylaşımlarıyla daha yüksek oranda etkileşime girdiği gözlemlenmektedir. Bakanlığın paylaştığı gönderilere diğer kullanıcılar tarafından yapılan yorumların görünümü Şekil 7'de yer almaktadır.

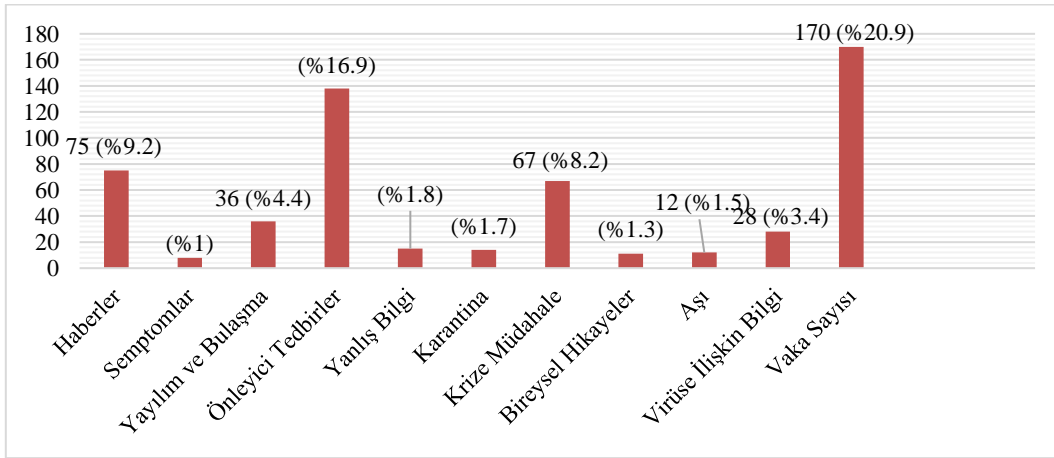


Şekil 7. Sağlık Bakanlığı'nın Instagram Gönderilerine Yapılan Yorumlara İlişkin Dağılım

Şekil 7’de görüldüğü gibi Instagram kullanıcılarının Covid-19 ile ilgili paylaşımlara yorum oranı, diğer sağlık konularına ilişkin girilen etkileşime göre daha yüksektir. Bakanlığın gönderilerine gelen yorum sayısı en yüksek 151-500 aralığındadır. Instagram’daki paylaşılan mesajların etkileşim düzeyi, o mesaja (gönderiye) yapılan beğeni ve yorumlarla ölçülmektedir. Bu çerçevede Sağlık Bakanlığı’nın paylaşımlarına yapılan beğeni ve yorumların sayısı, bir bakıma bu paylaşımların hedef kitleyle nasıl bir etkileşim düzeyine sahip olduğunu konusunda bir fikir vermektedir. Bu etkileşimin özellikle Covid-19 ile ilgili paylaşımlarda arttığı, diğer sağlık sorunlarına ilişkin paylaşımlarda azaldığı dikkat çekmektedir. Bunun en temel sebebi belirsiz bir süreç olarak ilerleyen pandeminin, ölümcül sonuçlar doğuracak kadar önemli bir sağlık sorunu olarak algılanması olarak değerlendirilebilir. Öte yandan Instagram’da gönderilerin yoruma açık ya da yoruma kapalı olarak yayınlayabilme iradesi kullanıcıya aittir. Bakanlığın tüm gönderilerini yoruma açık olarak paylaşmış olması, yürüttüğü risk iletişim sürecinde geribildirime önem verdiğinin bir göstergesi olarak kabul edilmelidir.

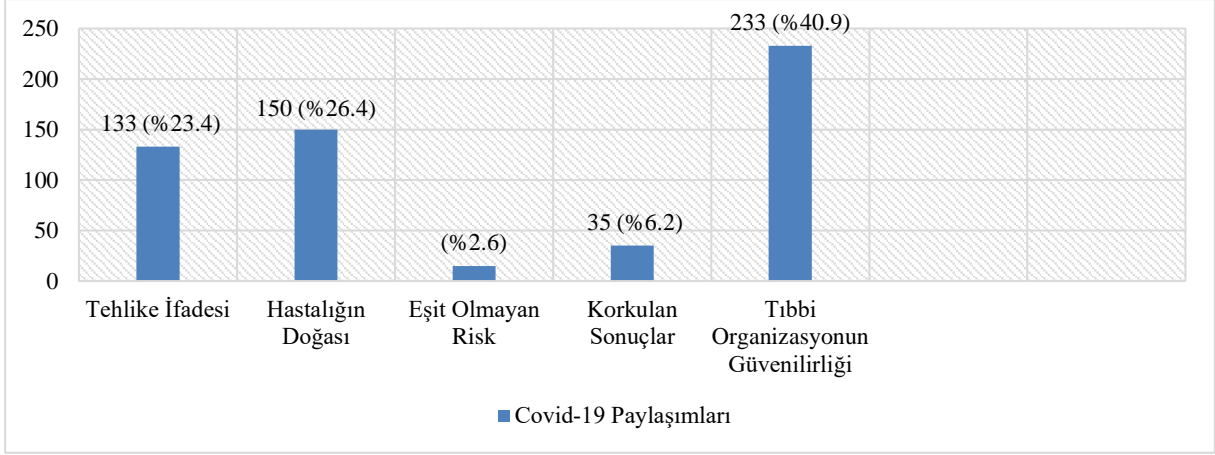
4.2. Sağlık Bakanlığı’nın Instagram Üzerinden Kurduğu İletişim İçeriğine ve Risk Algısına Yönelik Bulgular

Çalışmanın ikinci araştırma perspektifi, Sağlık Bakanlığı’nın Instagram gönderilerinin içeriğinin ve riske ilişkin oluşturulan algının incelenmesine dayanmaktadır. Bu çerçevede bakanlığın Instagram üzerinden paylaştığı gönderiler, risk içeriği ve risk algısı üzerinden değerlendirilmiştir (Şekil 8). Sağlık Bakanlığı’nın risk iletişimi içeriğinin büyük oranda vaka sayılarıyla (%20.9) ilgili olduğu görülmektedir. İkinci olarak Covid-19’a yakalanmamak için önleyici tedbirler konusunda (%16.9) paylaşımlar yapıldığı görülmektedir. Son olarak pandemi sürecine ilişkin bakanlığın çalışmalarını içeren haberlerin de %9.2 oranında Instagram üzerinden paylaşıldığı gözlemlenmektedir. Covid-19 sürecine ilişkin bakanlığın krize müdahalesine ilişkin paylaşımlar %8.2 oranında, yanlış bilgilerin düzeltilmesini içeren paylaşımlar ise %1.8 oranındadır. Buna göre en çok paylaşımı yapılan içerik, vaka sayılarının duyurulduğu “turkuaz” tablolarıdır. Bu tablolar bir bakıma risk boyutunu sayısal ifadelerle gösteren paylaşımlardır ve bilgilendirme amacı taşımaktadır. İkinci en çok paylaşılan içerik, salgının önlenmesine yönelik vatandaşların alacağı tedbirlere ilişkin konulardır. Bu paylaşımlarda temel amaç, mevcut riskli davranışlardan kaçınmayı sağlamaktır. Üçüncü sırada ise bakanlığın hastalığın yayılmasını önlemek için aldığı karar ve uygulamalara ilişkin paylaşımları bulunmaktadır. Her ne kadar bilgilendirmeye yönelik gibi görülsede aslında bu paylaşımlar, Sağlık Bakanlığı’nın riskle iç içe yaşayan gruplar üzerinde güven oluşturmayı hedeflediği ya da en azından etkisinin bu yönde olduğu düşünülmektedir. Bakanlığın Instagram paylaşımlarının içeriğine ilişkin yapılan değerlendirmede öne çıkan önemli bir diğer bulgu da Covid-19 pandemi sürecinde ortaya çıkan yanlış bilgilere ilişkindir. Genel olarak değerlendirildiğinde bakanlığın, dolaşıma giren yanlış bilgilerin düzeltilmesine yönelik paylaşımlarının, toplam paylaşım sayısı içerisindeki payı sadece yüzde 1.8’dir. Bu bulgu Bakanlığın, daha çok sosyal medya ortamlarında yayılan Covid-19 pandemisine ilişkin yanlış bilgileri düzeltmek ve yalanlamak gibi bir stratejiyi Instagram kullanımında benimsemediği anlaşılmaktadır.



Şekil 8. Sağlık Bakanlığı’nın Instagram Gönderilerinin Risk İçeriğinin Dağılımı

Sağlık Bakanlığı’nın risk algısına yönelik paylaşımlarının dağılımı Şekil 9’da yer almaktadır.

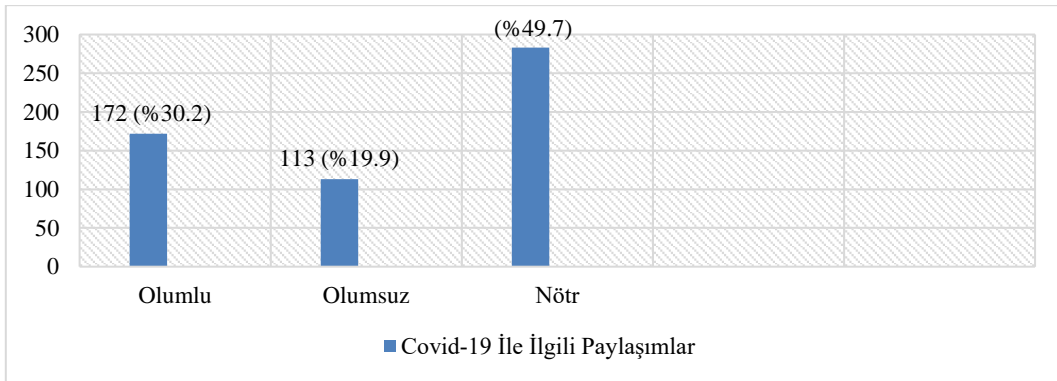


Şekil 9. Sağlık Bakanlığı'nın Instagram Gönderilerinin Risk Algısının Dağılımı

Sağlık Bakanlığı'nın Covid-19 pandemi sürecine ilişkin Instagram paylaşımlarının büyük kısmında (%40.9) kurumun güvenilirliği öne çıkarılmaktadır. Bu durum risk iletişim stratejisi bağlamında değerlendirildiğinde iletişim sürecinde kaynağın etkinliğine odaklanan bilimsel ve teknik yaklaşım modellerine uygunluk göstermektedir. Bilindiği gibi bilimsel-teknik yaklaşımlara ağırlık verilerek geliştirilen risk iletişim stratejilerinde ana hedef, toplumun riskin ne olduğu ve bunun üstesinden gelmek için neler yapılması gerektiği konusunda bilgi akışının sağlanarak, toplumu tehlike ve riskler konusunda bilinçlendirmektir. Bakanlık, çalışma kapsamında belirlenen risk algısı değişkenlerinin (tehlike ifadesi, hastalığın doğası, eşit olmayan risk, korkulan sonuçlar, organizasyonun güvenilirliği) tamamını kullansa da, Instagram paylaşımlarının neredeyse yarıya yakın bir oranında kurum olarak güvenilirliğine vurgu yapmaktadır. Bu nedenle Sağlık Bakanlığı'nın Instagram' da yürüttüğü risk iletişim sürecinin iletilecek mesaja odaklanan yaklaşımlardan biri olan "Güven Belirleme Modeli" ile (Covello vd.,2001; Cairns vd., 2013) de uyumlu olduğu düşünülmektedir.

4.3. Sağlık Bakanlığı'nın Instagram Gönderilerinin Mesaj Tonuna ve İşlevine İlişkin Bulgular

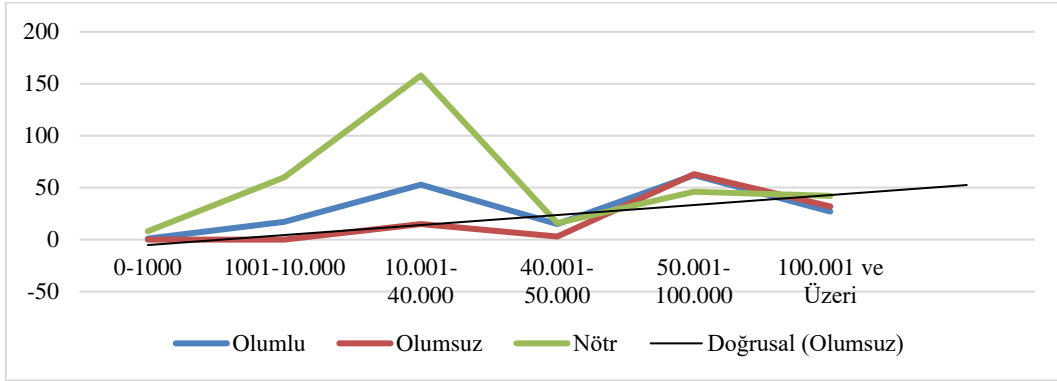
Araştırmanın üçüncü araştırma perspektifini, Sağlık Bakanlığı'nın Instagram gönderilerinin mesaj tonunun ve işlevinin incelenmesi oluşturmaktadır. Sağlık Bakanlığı'nın Covid-19 pandemi süreci içerisinde Instagram hesabı üzerinden yürüttüğü iletişimde kullanıcılara aktarılan mesajların tonu Şekil 10'da gösterilmektedir.



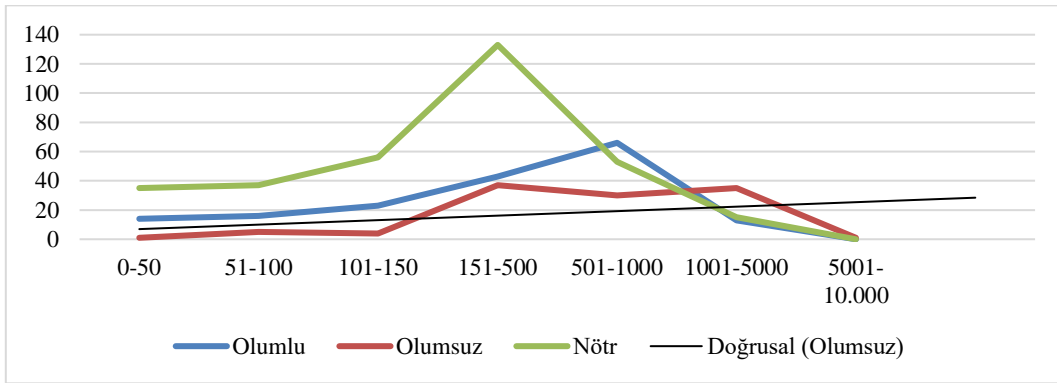
Şekil 10. Sağlık Bakanlığı'nın Instagram Mesajlarının Tonuna Göre Dağılım

Sağlık Bakanlığı'nın Instagram üzerinden paylaştığı gönderilerin tonuna bakıldığında neredeyse yarısında nötr (%49.7) bir dil kullandığı görülmektedir. Paylaşımların %30.2'si olumluyken, %19.9'u olumsuz tonda aktarılmıştır. Bu noktada bakanlığın olumsuz mesajları daha fazla sayıda olumlu mesajla dengelediği ve nötr bir dil kullandığı görülmektedir. İnsanların negatif sonuçlara pozitif sonuçlardan daha fazla önem vermesine odaklanan "Negatif Baskınlık Modeli"nde (Covello vd., 2001; Cairns vd., 2013), risk iletişimi uygulamalarında olumsuz bir mesajın daha fazla sayıda olumlu ve çözüm odaklı mesajla dengelenmesi gerekliliğine vurgu

yapılmaktadır. Bakanlığın Instagram üzerinden paylaştığı gönderilerin mesaj tonundaki dağılımına bakıldığında bu anlayışla uyumlu olduğu anlaşılmaktadır.



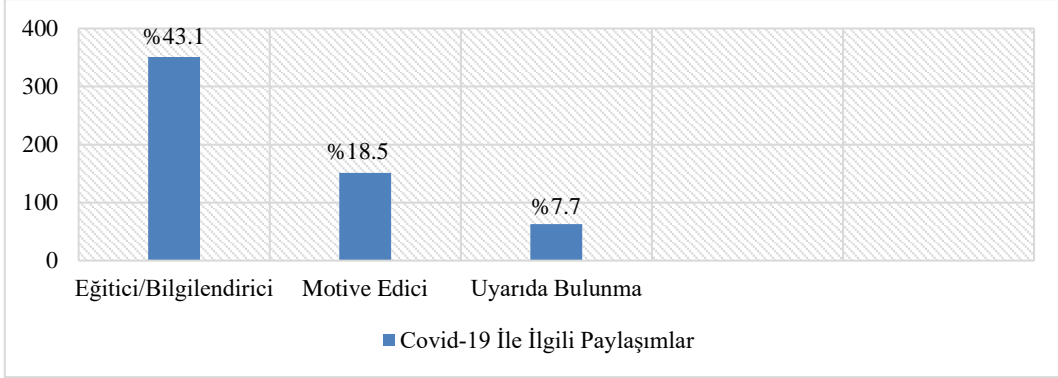
Şekil 11. Sağlık Bakanlığı'nın Instagram Gönderilerinin Tonunun Etkileşim Oranına Göre Dağılımı



Şekil 12. Sağlık Bakanlığı'nın Instagram Gönderilerinin Tonunun "Yorum" Oranına Göre Dağılımı

Şekil 11 ve Şekil 12, bakanlığın mesaj tonuna göre etkileşim dağılımını göstermektedir. Kullanıcıların bakanlık gönderileriyle etkileşimini gösteren "like" ve "yorum" oranlarının olumsuz tonda aktarılan mesajlarda daha yüksek olduğu görülmektedir. Şekil 11 ve Şekil 12'de yer alan ve bir şeyin sabit oranda arttığını veya azaldığını gösteren doğrusal (olumsuz) eğilim çizgisi, olumsuz tona sahip mesajların kullanıcılarla daha yüksek düzeyde etkileşime girdiğini göstermektedir. Buna göre, 63 olumsuz tona sahip mesaj 50.001 ve 100 bin arasında "like" alırken, 35 olumsuz tona sahip mesaj 1001 ve 5000 aralığında yorum almıştır. Olumlu ve olumsuz mesajların etkileşim düzeyleri (beğeni ve yorum sayısı) dikkate alındığında, takipçilerin olumsuz mesajlarla daha fazla etkileşim içerisinde olduğu görülmektedir. Bu bulgunun olası bir açıklaması, Instagram kullanıcılarının riskler konusunda güven oluşturmaya ve olumlu mesajlara odaklanan gönderilerle, sağlık krizinin ciddiyeti arasında bir denge kurulmasını talep ettikleri ve riskin tüm kapsamını anlamak istedikleri şeklinde yapılabilir.

Sağlık Bakanlığı'nın Instagram üzerinden paylaştığı gönderilerin işlevi eğitici/bilgilendirici, motive edici ve uyarıda bulunma kategorileri çerçevesinde değerlendirilmiştir. Şekil 13 gönderilerin işlevini ortaya koymaktadır.



Şekil 13. Sağlık Bakanlığı'nın Instagram Gönderilerinin Mesaj İşlevine Göre Dağılımı

Bir sosyal medya platformu olarak Instagram'ın toplumsal işlevine yönelik yapılan araştırmalarda, onun eğitici, bilgilendirici ve motive edici yönüne işaret edilmektedir (Karimkhani vd.,2016; Gauthier ve Spence, 2015; Al-Eisa vd., 2016; Kamel Boulos vd., 2016). Bu işlevler çerçevesinde bakanlığın paylaşımlarında eğitici/bilgilendirici işlevi (%43.1) gerçekleştirecek mesajları yüksek oranda paylaştığı görülmektedir. Motive edici (%18.5) ve uyarıda bulunma (%7.7) işlevini gerçekleştirecek mesajların ise daha düşük oranda tercih edildiği görülmektedir. Sonuç olarak, bakanlığın Instagram'ı daha çok eğitici ve bilgilendirici bir iletişim ortamı olarak kullandığı söylenebilir.

5. SONUÇ

Sosyal medya platformları, kullanıcılarına sağladığı etkileşimli iletişim olanakları nedeniyle, sadece bireylere değil aynı zamanda hedef kitleleriyle daha etkin bir iletişim kurmak isteyen kurumlara da büyük olanaklar tanır. Nitekim risk iletişim süreçlerinde halk sağlığı kuruluşlarının Instagram kullanımı üzerine yapılan benzer araştırmalarda da bu sosyal medya ortamının halkla anlamlı, etkileşimli iletişim kurmak için yararlı bir platform olabileceği (Guidry vd., 2017), özellikle iletilecek mesajlara görsel bir zenginlik katma fırsatı vermesi nedeniyle de etkili bir iletişim kurulabileceği sonucuna varılmaktadır (Kamel Boulos vd., 2016). Ancak bu yeni iletişim olanakları tek başına kullanıcılarına hedef kitleleriyle etkin bir iletişim sürecini garantileyemez. Bir başka deyişle etkin bir iletişim sürecinin gerçekleştirilmesinde aracın ya da ortamın sunduğu olanaklar kadar bu olanakların nasıl ve ne derece kullanıldığı da önemlidir. Bu çalışma da aslen aracın kendisiyle ilgili değil, daha çok onun nasıl kullanıldığıyla ilgilidir. Bunu da çalışma, pandemi gibi toplumsal riskler içeren bir dönemde Sağlık Bakanlığı'nın yeni bir iletişim ortamı olarak kabul edilen Instagram üzerinden yürüttüğü risk iletişim süreci bağlamında ele alarak göstermeye çalışmıştır. Sağlık Bakanlığı'nın Instagram üzerindeki paylaşımları (yazılı ve görsel veriler) içerik analiz tekniğine uygun kodlamalarla kategorize edilerek, söz konusu kullanıma ilişkin süreç risk iletişimi bağlamında incelenmiştir.

Genel olarak değerlendirilirse Sağlık Bakanlığı'nın Instagram üzerinden yaptığı paylaşımların, riskin ne olduğu ve bundan korunmak için neler yapılması gerektiği konusunda bilgilendirici ve eğitici bir işleve yönelik olduğu görülür. Paylaşımların bu işleve hizmet etmesi, kaynak odaklı bir yaklaşımın benimsenmesinin bir sonucudur. Dolayısıyla Sağlık Bakanlığı'nın Instagram üzerinde yürüttüğü risk iletişiminde kendini kaynak odaklı yaklaşım içerisinde karakterize eden bilimsel ve teknik modelle uyumludur. Özellikle iletişimin tek taraflı olması ve risk içeriğine ilişkin sayısal ifadelerin önemli olması, Sağlık Bakanlığı'nın Instagram paylaşımlarında göze çarpan bir durumdur. Diğer taraftan bu paradigma değişikliği olarak ifade edilen ve yine bilimsel ve teknik yaklaşımlar çerçevesinde değerlendirilen ikna edici iletişim eylemleriyle de uyumluluk göstermektedir. Nitekim risk konusunda tedbirli davranmayı sağlamak için yani, kişileri buna ikna etmek için kaynağın güvenilir olması, net mesajların verilmesi, etkili kanalların kullanılması ve hepsinden önemlisi alıcıların ihtiyaçlarına ve algılanan gerçekliğe odaklanmasını sağlamak gerekir. Burada temel yaklaşım kaynağın riske karşı bilgilendirici ve eğitici bir rol üstlenmesiyle mümkündür. Dolayısıyla bakanlık yaptığı paylaşımlarla kendisini Instagram'da böyle konumlandırmaktadır.

Eğer bakanlığın Instagram paylaşımları, mesaj üzerine odaklanan yaklaşımlar çerçevesinde değerlendirilirse, yönetilen iletişim sürecinin "Güven Belirleme" ve "Negatif Baskınlık Modeli"yle (Covello vd.,2001; Cairns vd.,

2013) uyumlu olduğu görülmektedir. Öte yandan bakanlığın Instagram’da risk algıları üzerinden iletişim sürecini (Risk Algılama Modeli) yönetmediği, bunun yerine mesajların anlaşılmasında ve tekrarlanmasında etkin olan görselleştirmeyi kullanarak, bireylerin mesajı nasıl işlediğine odaklanan “Zihinsel Gürültü Modeli”ni (Cairns vd., 2013: 1554) benimsediği anlaşılmaktadır.

Sağlık Bakanlığı’nın Instagram kullanımının risk iletişimi çerçevesinde değerlendirilmesinden elde edilen bu sonuçlara göre, birkaç öneride bulunmak yararlı olacaktır. Risk iletişim sürecini başarıyla sürdürebilmek için kaynağa ve mesaja odaklanan yaklaşımların dışında kanal odaklı bir yaklaşım sergilemenin de önemli olduğu düşünülmektedir. Çünkü kanalın veya aracın kendine has teknik olanaklarının ne ölçüde ve nasıl kullanıldığı iletişim sürecinin etkili olmasında belirleyici bir faktördür. Yoksa aracın sahip olduğu potansiyel kendiliğinden etkili bir iletişimi garantileyemez. Bir başka deyişle başarılı risk iletişim sürecini yönetmek her ne kadar stratejik bir planlama ve model gerektirse de bu stratejilerin uygulanacağı iletişim ortamlarının kendine özgü dilini ve sahip olduğu olanakları bilerek kullanmak da bir o kadar önemlidir. Öte yandan bu tür sağlık riskleriyle mücadelede başarılı olmak paydaşlarla kurulacak etkileşimli bir iletişimin tesis edilmesine bağlıdır. Bu nedenledir ki sosyal medya ortamlarının, Covello’nun (2003: 5) dikkat çektiği gibi “dinlemeyi, geri bildirim, katılımı ve diyalogu” teşvik eden yapısıyla birlikte kullanılmasını gerekli kılmaktadır. Sonuç olarak gelecekte karşılaşılabilecek risklere karşı iletişim süreçleri planlanırken özellikle halk sağlığını ilgilendiren konularda karar verici konumunda bulunan kurum ve kuruluşların risk iletişimi ilkelerinin ve sürecinin yönetilmesinde daha fazla halk katılımını sağlamaya yönelik stratejiler geliştirmesi ve bu stratejilere mutlaka sosyal medya platformlarını da dahil etmesi gerekmektedir.

YAZARLARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

- Alaszewski, A. (2005). Risk communication: Identifying the importance of social context. *Health and Risk Society*, 7(2), 101-105. doi: 10.1080/13698570500148905.
- Al-Eisa, E., Al-Rushud, A., Alghadir, A., Anwer, S., Al-Harbi, B., Al-Sughaier, N., ... ve Al-Muhaysin, H. A. (2016). Effect of motivation by “Instagram” on adherence to physical activity among female college students. *BioMed Research International*.
- Andrienko, N. ve Andrienko, G. (2007). Intelligent visualisation and information presentation for civil crisis management. *Transactions in GIS*, 11(6), 889-909.
- Arguin, P. M., Navin, A. W., Steele, S. F., Weld, L. H. ve Kozarsky, P. E. (2004). Health communication during SARS. *Emerging Infectious Diseases*, 10(2), 377.
- Baron, J., Hershey, J. C. ve Kunreuther, H. (2000). Determinants of priority for risk reduction: The role of worry, *Risk Analysis*. 20(4),413-427.
- Beck, U. (2014). *Risk toplumu başka bir modernliğe doğru*. K. Özdoğan ve B. Doğan (Çev.), İstanbul: İthaki Yayınevi.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Glencoe: Free Press.
- Brug, J., Aro, A. R., Oenema, A., De Zwart, O., Richardus, J. H. ve Bishop, G. D. (2004). SARS risk perception, knowledge, precautions, and information sources, the Netherlands. *Emerging Infectious Diseases*, 10(8), 1486.
- Cairns, G., Andrade, M. ve MacDonald, L. (2013). Risk communication, and the role of trust in the prevention and control of communicable disease: a review. *Journal of Health Communication*, 18(12), 1550-1565. doi: 10.1080/10810730.2013.840696.

- Chou, W. Y. S., Hunt, Y. M., Beckjord, E. B., Moser, R. P. ve Hesse, B. W. (2009). Social media use in the United States: Implications for health communication. *Journal of Medical Internet Research*, 11(4), e48.
- Covello, V. T., Winterfeldt, D. ve Slovic, P. (1986). Risk communication: A review of the literature. *Risk Abstracts* 3(4), 171-182.
- Covello, V. T. ve Sandman, P.M. (2001). Risk communication: evolution and revolution. P. A. Wolbarst (Ed.), *Solutions to an Environment* içinde (164-178), Baltimore: John Hopkins University Press.
- Covello, V. T., Peters, R. G., Wojtecki, J. G ve Hyde, R. C. (2001). Risk communication, the West Nile Virus epidemic, and bioterrorism: Responding to the communication challenges posed by the intentional or unintentional release of a pathogen in an urban setting. *Journal of Urban Health: Bulletin of the New York Academy of Medicine*, 78(2), 382-392.
- Custers, K. (2015). The urgent matter of online pro-eating disorder content and children: Clinical practice. *European Journal of Pediatrics*, 174(4), 429-433.
- De Boer, J., Wouter Botzen, W. J ve Terpstra, T. (2014). Improving flood risk communication by focusing on prevention focused motivation. *Risk Analysis*, 34(2), 309-322.
- Fischhoff, B.(1995). Risk perception and communication unplugged: twenty years of process. *Risk Analysis*, 15(2),137-145. doi: 0272-4332/95/0400-0137\$07.50/1.
- Fonkwo, P. N. (2008). Pricing infectious disease the economic and health implications of infectious diseases. *European Molecular Biology Organization Reports*, 9, 13-17.
- Gauthier, T. P. ve Spence, E. (2015). Instagram and clinical infectious diseases. *Clinical Infectious Diseases*, 61(1), 135-136.
- Glik, D. (2007). Risk communication for public health emergencies. *Annual Review of Public Health*, 28, 33–54.
- Guidry, J. P., Jin, Y., Orr, C. A., Messner, M. ve Meganck, S. (2017). Ebola on Instagram and Twitter: how health organizations address the health crisis in their social media engagement. *Public Relations Review*, 43(3), 477-486.
- Hackett, A. J. (2008). Risk, its perception and the media: The MMR controversy. *Community Practice*, 81(7), 22–25.
- Hawn, C. (2009). Take two Aspirin and tweet me in the morning: how Twitter, Facebook, and other social media are reshaping health care. *Health Affairs*, 28(2), 361-368.
- Holmes, B. J. (2008). Communicating about emerging infectious disease: The importance of research. *Health, Risk & Society*, 10(4), 349-360.
- Houts, P. S., Doak, C. C., Doak, L. G. ve Loscalzo, M. J. (2006). The role of pictures in improving health communication: A review of research on attention, comprehension, recall, and adherence. *Patient Education and Counseling*, 61(2), 173-190.
- Huber, C., Finelli, L. ve Stevens, W. (2018). The economic and social burden of the 2014 Ebola outbreak in West Africa. *The Journal of Infectious Diseases*, 218(5), 698–704. doi: 10.1093/infdis/jiy213.
- Idriss, S. Z., Kvedar, J. C. ve Watson, A. J. (2009). The role of online support communities: Benefits of expanded social networks to patients with psoriasis. *Archives of Dermatology*, 145(1), 46-51.
- Joffe, H. (2008). The power of visual material: Persuasion, emotion and identification. *Diogenes*, 55(1), 84-93.
- Kamel Boulos, M. N., Giustini, D. M. ve Wheeler, S. (2016). Instagram and WhatsApp in health and healthcare: An overview. *Future Internet*, 8(3), 37.
- Kaplan, A. M. ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Karimkhani, C., Connett, J., Boyers, L., Quest, T. ve Dellavalle, R. P. (2014). Dermatology on Instagram. *Dermatology Online Journal*, 20(7).

- Kata, A. (2010). A postmodern pandora's box: anti-vaccination misinformation on the Internet. *Vaccine*, 28(7), 1709-1716.
- Kellens, W., Zaalberg, R., Neutens, T., Vanneuville, W. ve De Maeyer, P.(2011). An analysis of the public perception of flood risk on the Belgian coast. *Risk Analysis*, 31(7), 1055-1068.
- Khan, S.,Mishra, J. L., Lin, K.E. ve Doyle, E.H. (2017). Rethinking communication in risk interpretation and action. *Natural Hazards*, 88, 1709–1726. doi: 10.1007/s11069-017-2942-z,
- Krippendorff, K. (2009). *The content analysis reader*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Kristiansen, I. S., Halvorsen, P. A. ve Gyrd-Hansen, D. (2007). Influenza pandemic: Perception of risk and individual precautions in a general population, cross sectional study. *BMC Public Health*, 7(1), 48.
- Leiss, W. (1996). Three phases in the evolution of risk communication practice. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 545, 85-94.
- Lindell, M. K. (2018). Communicating imminent risk. H. Rodríguez, Trainor J. ve W. Donner (Ed.) *Handbook of Disaster Research* içinde (449-477). New York: Springer.
- Longest, B. B. ve Rohrer, W. M. (2005). Communication between public health agencies and their external stakeholders. *Journal of Health and Human Services Administration*, 28, 189–217.
- Lovejoy, K. ve Saxton, G. D. (2012). Information, community, and action: how nonprofit organizations use social media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 337-353.
- Mayer, R. E. (2005). *The Cambridge handbook of multimedia learning*. Cambridge: Cambridge University Press.
- McAllister-Spooner, S. M. (2009). Fulfilling the dialogic promise: a ten-year reflective survey on dialogic Internet principles. *Public Relations Review*, 35(3), 320-322.
- Naik, P. A. ve Raman, K. (2003). Understanding the impact of synergy in multimedia communications. *Journal of Marketing Research*, 40(4), 375-388.
- National Research Council (1989). *Improving risk communication*. Washington, DC:The National Academies Press. doi:10.17226/1189.
- Neiger, B. L., Thackeray, R., Burton, S. H., Giraud-Carrier, C. G. ve Fagen, M. C. (2013). Evaluating social media’s capacity to develop engaged audiences in health promotion settings: Use of Twitter metrics as a case study. *Health Promotion Practice*, 14(2), 157-162.
- Neuendorf, K. A. (2002). *Content analysis guidebook*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Nobles, A. L., Leas, E. C., Noar, S., Dredze, M., Latkin, C. A., Strathdee, S. A. veAyers, J. W. (2020). Automated image analysis of Instagram posts: Implications for risk perception and communication in public health using a case study of# HIV. *Plos One*, 15(5), e0231155.
- O’Donnell, N. H. ve Willoughby, J. F. (2017). Photo-sharing social media for e-health: analysing perceived message effectiveness of sexual health information on Instagram. *Journal of Visual Communication in Medicine*, 40(4), 149–159. doi: 10.1080/17453054.2017.1384995.
- O’Sullivan, J. J., Bradford, R. A., Bonaiuto, M., De Dominicis, S., Rotko, P., Aaltonen, J., Waylen, K.ve Langan, S. J. (2012). Enhancing flood resilience through improved risk communications. *Natural Hazards and Earth System Science*, 12 (7), 2271-2282
- Palenchar, M. J. ve Heath, R. L. (2007). Strategic risk communication: adding value to society. *Public Relations Review*, 33, 120–129.
- Patton, M. Q. (2002). Two decades of developments in qualitative inquiry: A personal, experiential perspective. *Qualitative Social Work*, 1(3), 261-283.
- Paxton, P. (2007). Association memberships and generalized trust: A multilevel model across 31 countries. *Social Forces*, 86(1), 47-76.

- Rasmussen, S. A, Jamieson, D. J. ve Bresee, J. S. (2008). Pandemic influenza and pregnant women. *Emerging Infectious Diseases*,14, 95-100.
- Renn, O. ve Levine, D. (1991). Credibility and trust in risk communication. R. E. Kasperson ve P. J. M. Stallen (Ed.). *Communicating Risks to the Public* içinde (175-218), Netherlands: Kluwer Academic Publishers.
- Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S. ve Camerer, C. (1998). Not so different after all: a cross-discipline view of trust. *Academy of Management Review*, 23(3), 393-404.
- Sandell, T., Sebar, B. ve Harris, N. (2013). Framing risk: Communication messages in the Australian and Swedish print media surrounding the 2009 H1N1 pandemic. *Scandinavian Journal of Public Health*, 41(8), 860-865.
- Sezgin, F. (2003). Kriz yönetimi. *Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 181-195.
- Shuchman, M. ve Wilkes, M.S. (1997). Medical scientists and health news reporting: a case of miscommunication. *Ann. Intern Med*, 126, 976-982.
- Slovic, P. (1997). *Trust, emotion, sex, politics, and science: Surveying the risk assessment battlefield*. University of Chicago Legal Forum, 59-100.
- Siegrist, M. (2019). *Trust and risk perception: A critical review of the literature*. Erişim adresi: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/risa.13325>, (15.09.2020).
- Sommerfeldt, E. J., Kent, M. L. ve Taylor, M. (2012). Activist practitioner perspectives of website public relations: why aren't activist websites fulfilling the dialogic promise?. *Public Relations Review*, 38(2), 303-312.
- Springston, J. K. ve Weaver Lariscy, R. A. (2005). Public relations effectiveness in public health institutions. *Journal of Health and Human Services Administration*, 28, 218-245.
- Thakadu, O. T.,Kolawole, O. D., Sommer, C., Mthombeni, N. ve Ditlhakeng, P. (2017). Flood risk communication within flood prone communities of the Okavango Delta, Botswana. *Botswana Notes and Records*, 49, 87-105.
- Tiggemann, M. ve Zaccardo, M. (2015). Exercise to be fit, not skinny: The effect of fitspiration imagery on women's body image. *Body Image*, 15, 61-67.
- Tözün, M. ve Sözmen, M. K. (2014). Halk sağlığı bakışı ile sağlık okuryazarlığı. *Smyrna Tıp Dergisi*, 48-54.
- Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı. (2011). *Sağlığın teşviki ve geliştirilmesine yönelik dönüm noktaları globalkonferanslardan bildiriler*, Ankara: Bakanlık Yayın No:813.
- Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı. (2021). Erişim adresi: <https://covid19.saglik.gov.tr>, (24.01.2021).
- Vaughan, E. ve Tinker, T. (2009). Effective health risk communication about pandemic influenza for vulnerable populations. *AmJ Public Health*, 99,332-324, doi: 10.2105/AJPH.2009.162537
- Yakut, İ. (2008). *İletişim bilimi perspektifinden risk iletişimi stratejileri*. İzmit: Umuttepe Yayınları.
- Ye, M., ve Lyu, Z. (2020). Trust, risk perception, and COVID-19 infections: evidence from multilevel analyses of combined original dataset in China. *Social Science & Medicine*, 265, 113517.
- Zahari, R.K. ve Ariffin, R. N. R. (2013). Risk communications: Flood-prone communities of Kualalumpur. *Procedia Environmental Sciences*, 17, 880-888.
- Zucker, L. G. (1986). Production of trust: institutional sources of economic structure, 1840-1920. *Research in Organizational Behavior*, 8, 53-111.
- Washer, P. (2004). Representations of SARS in the British newspapers. *Social Science & Medicine*, 59(12), 2561-2571.
- We Are Social. (2020). Erişim adresi: <https://wearesocial.com/digital-2020>, (15.12.2020).
- Wise, K. (2001). Opportunities for public relations research in public health. *Public Relations Review*, 27, 475-487.
- World Health Organizations. (2020). Erişim adresi: <https://www.who.int/health-topics/#H>, (11.12.2020).
- Worldometers. (2021). Erişim adresi: <https://worldometers.info>, (05.01.2021).

EKONOMİK GÜVEN ENDEKSİ VE FİNANSAL YATIRIM ARAÇLARI REEL GETİRİLERİ ARASINDAKİ ZAMANLA DEĞİŞEN NEDENSELLİK İLİŞKİSİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ

TIME VARYING CAUSALITY RELATIONSHIP BETWEEN ECONOMIC CONFIDENCE INDEX AND REAL RETURNS OF FINANCIAL INVESTMENT INSTRUMENTS: THE CASE OF TURKEY

Dr. Öğr. Üyesi Fatih DEMİR¹

ÖZ

Bu çalışma yatırımcı duyarlılığı ve finansal yatırım araçları arasındaki nedensellik ilişkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Yatırımcı duyarlılığını temsilen ekonomik güven endeksi (EGE), finansal yatırım araçları olarak mevduat, hisse senedi, döviz (Dolar/TL ve Avro/TL), altın ve devlet iç borçlanma senedi (DİBS) reel getirileri kullanılmıştır. Veriler 2007-2020 dönemini kapsamakta ve aylık frekanslıdır. Hacker ve Hatemi-J (2012) bootstrap nedensellik testi bulgularına göre EGE sadece DİBS getirisinin nedenidir. Buradan hareketle EGE'nin bir öncü gösterge niteliği taşımadığı söylenebilir. Ayrıca hisse senedi, döviz ve DİBS getirilerinden EGE'ye doğru nedensellik ilişkisine rastlanmıştır. Ek olarak, veri dönemi boyunca değişkenler arası nedensellik ilişkilerinde değişiklikler olabileceği düşüncesinden hareketle kayan pencereler yaklaşımına dayalı zamanla değişen bootstrap nedensellik testi uygulanmıştır. Yapılan değerlendirmeler sonucunda ekonomiye olan güvenin olumsuz seyir izlediği dönemlerde EGE ve finansal yatırım araçları getirileri arasında nedensellik ilişkileri ortaya çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ekonomik Güven Endeksi, Hisse Senedi Piyasası, Döviz Kuru, Altın, Nedensellik Testi.


JEL Sınıflandırma Kodları: C32, E60, G11, G40.

ABSTRACT

The study aims to examine the causal relationship between investor sentiment and financial investment instruments. Economic Confidence Index (EGE) representing investor sentiment, deposits, stocks, exchange rate (dollar/TL and Euro/TL), gold and government domestic debt securities (DIBS) real returns are used as financial investment instruments. Data cover the period 2007-2020 and are monthly frequency. Hacker and Hatemi-J (2012) according to bootstrap causality test findings, the EGE is only the cause of DIBS return. Based on this, it can be said that the EGE is not a leading indicator. Also, causal relationships are found from stock, exchange rate and DIBS returns to the EGE. In addition, the bootstrap causality test, which changes over time based on the rolling windows approach, is applied, based on the idea that there may be changes in causality relationships between variables during the data period. As a result of the evaluations, causal relations between the EGE and the returns of financial investment instruments arise during periods when confidence in the economy follows a negative view.

Keywords: Economic Confidence Index, Stock Market, Exchange Rate, Gold, Causality Test.

JEL Classification Codes: C32, E60, G11, G40.

¹  Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü, fatihdemir@sdu.edu.tr

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

It has been difficult in explaining financial market collapses in the past by traditional financial theories. Because investors are accepted rational and investor sensitivity was not attending evaluation. However, behavioral finance studies have enabled traditional financial theories to take into account the investor sensitivity. In this way, the opinions, decisions, assessments, expectations and psychologies of investors related to financial markets have also taken their place in research. The fact that investors act with irrational attitudes or expectations has made it necessary to determine the relationship between investor sentiment and financial markets. This requirement constitutes the purpose of the study. When the national and international literature is examined, the interaction between investor sensitivity and stock market has been subject to many studies. However, financial markets are not only formed with the stock market. In addition to the stock, financial investment means such as deposit, foreign exchange, gold and government domestic debt securities (DIBS) are also available. In this study, the interaction between investor sentiment and the return on financial investment instruments was investigated using monthly data for the period 2007:1-2020:12 in the case of Turkey.

Design/methodology/approach:

In recent years, Consumer Confidence Index, which represents investor sentiment, has been more preferred. However, in this study, the Economic Confidence Index (EGE) published by the Turkish Statistical Institute was preferred to represent investor sentiment. The EGE Consumer Confidence Index is a composite index that includes the manufacturing industry, service sector, retail trade sector and construction sector confidence indices. Returns on financial investment instruments are published by the Turkish Statistical Institute every month and consist of real returns of deposits, foreign exchange, stocks, gold and DIBS. The relationships between EGE and real returns of financial investment instruments were examined using Hacker and Hatemi-J (2012) bootstrap causality test. The bootstrap causality test has been applied in two different ways. The first is analysis that covers the entire data period. The second is the time-varying bootstrap causality test application based on the rolling windows approach. Socio-economic events affect both economic confidence and financial markets closely. For this reason, there may be changes in causality relationships between variables over time. In this aspect, the findings of causality, which change over time between variables, offered a broad evaluation perspective. It is believed that there is a contribution to the literature from this point of view.

Findings:

According to bootstrap causality test results for the entire data period, EGE is only the cause of DIBS return. Besides, the causality relationship from DIBS return to EGE has also been determined. In addition, BIST and exchange rate returns are also the cause of EGE. The bidirectional causality relationship between DIBS return and EGE is also an extremely important finding. Although DIBS is a variable that is highly affected by the economic situation and expectations, few studies have been found in the literature on this subject. Causality test results, which change over time, show the presence of causality relationships during the global financial crisis, domestic terrorist attacks and Covid-19 periods in general. In addition, among the variables that were determined that there was no causal relationship for the entire data period, it was also observed that there was a causal relationship in some periods of time.

Conclusion and Discussion:

According to the results of the analysis, EGE is not exactly a leading indicator. But it can be said that it is an indicator of sensitivity to the current state of the economy, influenced by stock and exchange rates. In addition, bootstrap causality test results that change over time have shown that during periods when EGE falls below 100, EGE is affected by financial investment instruments returns, except for deposit returns. Bootstrap causality test results between EGE and stock market; it is in line with the findings of the studies of Görmüş ve Güneş (2010), Topuz (2011), Baştürk (2019) and Beşiktaşlı and Cihangir (2020). The findings of causality between exchange rate and EGE are consistent with the majority findings in the literature. The causality test results between gold and deposit returns and EGE are not consistent with the findings of studies in the literature. But it should be noted that the number of studies in which the mentioned variables are considered is fairly less. The causality findings obtained between DIBS return and EGE are in line with the results obtained in Kaygısız (2019) and Beşiktaşlı and Cihangir (2020) studies.

1. GİRİŞ

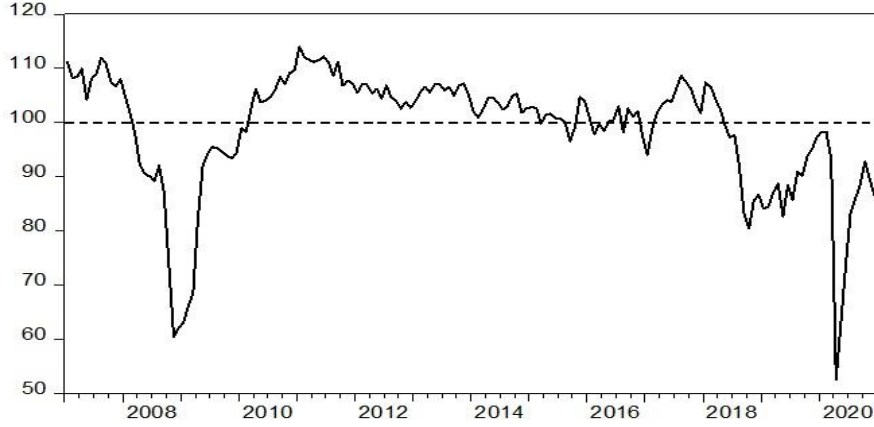
20. Yüzyılın ikinci yarısı, küreselleşme lehine politikaların ve teknolojik ilerlemenin etkisiyle finans piyasaları açısından oldukça olumlu bir dönemdi. Bu dönemde finansal piyasalar küresel bir yapıya dönüştü ve bu durum finansal derinlik oluşumunu destekledi. Bunun yanında, bahsi geçen dönemde finansal piyasaların (özellikle hisse senedi piyasaları) küresel çapta önemli çöküşler yaşandığı da görüldü. Finansal piyasalarda aşağı yönlü şokların etkisinin küresel kapsamda deneyimlenmesi 1929 Büyük Buhan, 1987 Kara Pazartesi ve 1997 Asya Krizi gibi çöküş örneklerinde yaşanmıştır. Tecrübe edilen bu tür çöküşler, finansal piyasaların gelişimine engel olamadı ancak yatırımcı tutumlarının, beklentilerinin ve hatta psikolojilerinin dikkate alınması gerektiği yönünde bir çıkarım ortaya koydu. Çünkü hisse senedi piyasaları özelinde daha sık yaşanan bu çöküş olaylarını Klasik finans teorileri ile açıklamak oldukça güçlü (Baker ve Wurgler, 2007). Klasik finans teorilerine göre yatırımcılar rasyonel kabul edilmekte ve piyasaya olan duyarlılıkların (duyguları, tutumları, beklentileri, psikolojileri vb.) teoride bir yeri yoktu (Baker ve Wurgler, 2006).

Finansal piyasalarda yaşanan bu tür olumsuz tecrübeler, 21. Yüzyıl'a geçildiğinde de devam etmiştir. Özellikle 2008 Küresel Finans Krizi göstermiştir ki, yatırımcı duyarlılığında yaşanan önemli düşüşler, finansal piyasalara yansığında küresel olarak büyük çöküşler ortaya çıkmaktadır (Nowzohour ve Stracca, 2020). Benzer bir durum 2020 yılında Covid-19 Pandemisi'nde de görülmüştür. Mevcut duruma yönelik değerlendirmeler ve beklentiler finansal piyasalara hızlı bir reaksiyonla yön vermiştir.

Davranışsal finans alanında yapılan çalışmalar, Klasik finans teorilerinde yatırımcı duyarlılığının dikkate alınmasına katkı sunmuş ve böylelikle teorilerin geliştirilerek geçerlilikleri sağlanmıştır (Baker ve Wurgler, 2007). Finansal bir bakış açısıyla duyarlılık Hsu, Lin ve Wu (2011)'e göre; gelecekteki nakit akışları ve yatırım riskleri hakkında eldeki gerçeklerle gerekçelendirilemeyen bir inançken, Nowzohour ve Stracca (2020) iktisadi yönden, karar vericinin ekonomiyi etkileyebilecek nitelikte gelecekteki ekonomik gelişmeler hakkındaki görüşleri olarak tanımlamıştır. Tanımlardan anlaşılacağı gibi, ekonominin kötüye gideceğini düşünen bir yatırımcı, örneğin hisse senedi piyasasının bundan olumsuz etkileneceğini, dolayısıyla para kaybedeceği ihtimalinden korkar ve sahip olduğu senetleri satma yönünde eylem gerçekleştirir (Chen, 2011). Elbette bu tür bir yatırımcı tutumu ve/veya beklentisine göre verilecek karar, farklı finansal piyasa araçları için de geçerli olacaktır. En basit şekilde, ekonominin kötüye gideceğini düşünen bir yatırımcı ulusal paranın değer kaybı yaşayacağını ve dolayısıyla döviz kurlarında bir artış görülebileceğini düşünür veya beklentisini bu yönde oluşturur. Veya ekonomiye yönelik benzer olumsuz değerlendirme ve/veya beklenti, yatırımcının faiz oranlarında da yükseliş olacağı öngörüsünü meydana getirir. Bu teorik beklentilerin Türkiye örneğinde geçerliliğinin araştırılmasını amaçlayan bu çalışma, yatırımcı duyarlılığı ve finansal yatırım araçları arasındaki ilişkilerin belirlenmesine yönelik bir kapsamı konu edinir. Finansal yatırım araçları olarak tek bir piyasaya odaklanmak yerine, daha geniş bir perspektif tercih edilerek; hisse senedi, mevduat, döviz, altın ve devlet iç borçlanma senedi (DİBS) yatırım araçları ele alınmıştır.

Yatırımcı duyarlılığı, finansal piyasalarda yaşanan tecrübelerle ve bu yönde ortaya konulan çalışmalarla önemi artmış ancak yatırımcı duyarlılığının nasıl ölçülmesi gerektiği de literatürde sıklıkla gündeme gelmiştir (Baker ve Wurgler, 2007). Bu hususta farklı yaklaşımlar ve çalışmalar olsa da son yıllarda piyasa aktörleri tarafından yakından takip edilen güven endeksleri bu yöndeki açığı kapatmaya çalışmaktadır. Güven ölçümleri, ekonominin mevcut ve gelecekteki durumlarına ilişkin temel bilgileri içerisinde barındırmaktadır (Hsu vd., 2011). Türkiye'de ekonomik güven endeksi (EGE), tüketici güven endeksi (TGE), sektörel (hizmet, perakende ticaret ve inşaat) güven endeksleri Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından; finansal hizmetler güven endeksi (FHGE) ve reel kesim güven endeksi (RKG) ise Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) tarafından aylık frekanslı olarak yayınlanmaktadır.

Bu çalışmada yatırımcı duyarlılığını temsilen EGE'nin kullanılması tercih edilmiştir. TÜİK, EGE'yi şu şekilde tanımlamaktadır; "ekonomideki arz ve talep yönündeki aktörlerin (üretici ve tüketicilerin), genel ekonomik duruma ilişkin davranış, değerlendirme, karar, beklenti ve eğilimlerini bir bütün olarak ve kapsamlı biçimde özetleyen ve öncü gösterge niteliğini taşıyan bir bileşik endekstir" (TÜİK, 2021). Tanımdan da anlaşılacağı üzere, ekonomi içerisinde yer alan tüm aktörlerin genel ekonominin durumu ve geleceği yönündeki beklenti ve eğilimleri, bu çalışmanın amacına daha uygun olduğu düşünülmektedir. Çünkü yatırım sadece tüketiciler nezdinde değil, kurumsal yatırımcılar açısından da düşünülmeli ve tüm aktörler yönüyle beklenti ve eğilimler dikkate alınmalıdır.



Şekil 1. Ekonomik Güven Endeksi (2007:1-2020:12)

Endeks alt sektör güven endeksleri ağırlıklandırılarak birleştirilmesiyle oluşur. Bu ağırlıklandırmalar; %20 tüketici güven endeksi, %40 reel kesim (imalat sanayi) güven endeksi, %30 hizmet sektörü güven endeksi, %5 perakende ticaret sektörü güven endeksi ve %5 inşaat sektörü güven endeksi şeklindedir. EGE 2015 yılı itibarı ile yayımlanmaya başlamış ancak 2007 yılına kadar seri genişletilerek yayımlanmaktadır (TÜİK, 2021). EGE’de 100 ortalama değer olup, 100’ün üzerinde değer alması ortalama üzeri ekonomik güveni, 100’ün altında değer alması ortalamadan düşük ekonomik güveni gösterir. Şekil 1’de EGE’nin zamana göre grafiği görülmektedir. 2008-2010 yılları arası Küresel Finans Krizi’nin etkisiyle önemli bir güven düşüşü izlenmiştir. 2018 yılına gelindiğinde ise Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ile olan siyasi anlaşmazlıklar ve Türk Lirası’nın önemli değer kaybı yaşaması, ekonomik güveni olumsuz yönde etkilemiştir. Sonrası süreçte ekonomik güvende toparlanma görülse de Covid-19 Pandemisi ile birlikte tüm ekonomilerde olduğu gibi Türkiye ekonomisi de olumsuz etkilenmiş ve bu durum ekonomik güvene de yansımıştır.

Yapılan çalışmalar incelendiğinde yoğun olarak finansal değişkenlerin güven endeksi/leri üzerine olan etkilerinin araştırıldığı görülmüştür. Bu yönlü bir araştırma da oldukça önemli, ancak bahsedildiği gibi güven endeksinin karar, beklenti ve eğilimleri özetleyen bir değişken durumunda olduğu hatırlanırsa, cari ekonomik duruma dayalı beklentilerin finansal değişkenler üzerindeki etkisinin de en az o derece önemli olduğu düşünülmektedir. TÜİK, EGE’yi tanımlarken “öncü gösterge niteliği taşıyan bir bileşik endeks” ifadesini kullanması araştırmanın bu yönünün de önemsenmesi gerektiğini vurgular. Bu noktada gerek EGE’nin finansal yatırım araçları üzerinde beklentiler yönüyle, gerekse finansal yatırım araçlarının EGE üzerinde mevcut durumun bir değerlendirilmesi veya kararı yönüyle karşılıklı etkileşimlerinin incelenmesi bu çalışmanın ekonometrik analiz kapsamını oluşturmaktadır. Analiz tekniği olarak Hacker ve Hatemi-J (2012) çalışmasına dayanan bootstrap nedensellik testi tercih edilmiştir. Ek olarak, zaman içerisinde politik, ekonomik, sosyolojik hatta son yıllarda görüldüğü gibi toplum sağlığı yönünden yaşanan gelişmeler göz önüne alındığında, EGE ve finansal yatırım araçları arasındaki nedensellik ilişkisinin zamanla değişen yapıda da incelenmesinin bir gereklilik olduğu düşünülmüştür.

Çalışmanın ikinci bölümünde güven endeksleri ve çeşitli finansal yatırım araçları (hisse senedi, mevduat, döviz, altın ve DİBS getirileri) arasındaki ilişkilerin incelendiği ampirik literatürden bahsedilerek, genel olarak çalışmalarda ulaşılan bulgular aktarılmıştır. Üçüncü bölümde çalışmanın analiz kısmı içerisinde kullanılan veriler ve analiz teknikleri hakkında bilgiler verilerek, elde edilen bulgular paylaşılmıştır. Son kısımda ise elde edilen analiz sonuçları özetlenmiş, literatür ile karşılaştırılarak genel bir değerlendirme yapılmıştır.

2. LİTERATÜR

Yatırımcı duyarlılığının çoğunlukla güven endeksleri üzerinden temsil edildiği literatürde görülmektedir. Ayrıca literatür incelendiğinde farklı güven endeksleri üzerinden temsil edilen yatırımcı duyarlılığının, hisse senedi piyasalarıyla olan etkileşimi konusunda çalışmaların başı çektiği görülmektedir. Bunlardan biri Otoo (1999) tarafından gerçekleştirilmiştir. 1980-1999 yılları kapsamında tüketici güveni ve Wilshire 5000 endeksi arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Ulaşılan bulgulara bakıldığında, hisse senedi fiyatları tüketici güveninin nedeni iken, tüketici güveninden hisse senedi fiyatlarına doğru bir nedensellik belirlenmemiştir. Bu sonuçtan hareketle Otoo (1999),

hisse senedi piyasasının öncü bir gösterge niteliğinde olduğunu savunmuştur. Bu görüşü vurgulayan bir diğer çalışma Jansen ve Nahuis (2003)'e aittir. 11 Avrupa ülkesi için 1986-2001 yılları kapsamında yaptıkları çalışmada borsa getirileri tüketici güveninin nedenidir ancak tersi yönde bir nedensellik ilişkisi belirlenmemiştir. Chen (2011) ise tüketici güveninin hisse senedi piyasası üzerinde etkisinin bulunduğunu, fakat bu etkinin asimetrik olduğunu belirtmiştir. Analiz sonuçlarına göre düşük güven düzeyi, piyasaları aşağı yönlü olarak daha büyük ölçüde etkilemektedir. Panel nedensellik testi kullanılarak 21 ülkeyi kapsayan bir çalışma yapan Hsu vd. (2011), hisse senedi getirileri ve tüketici güven değişimi arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi belirlemişlerdir. Sonraki yıllarda, güven endekslerinin öneminin giderek artmasıyla sektörel güven endeksleri de analizlere dahil edilmeye başlanmıştır. Bu çalışmalardan biri Sahlin, Sherif ve Jones (2016)'dır. Çalışmada tüketici ve sektörel reel kesim güven endekslerinin hisse senedi getirileri üzerine etkisi incelenmiştir. Ulaşılan bulgulara göre, tüketici güven endeksinin hisse senedi getirilerinin nedeni olmadığı, ancak sektörel reel kesim güven endekslerinin bazı sektör hisse senedi endekslerinin nedeni olduğu belirlenmiştir. Ayrıca hisse senedi piyasasından tüketici güvenine doğru nedensellik belirlenmiştir. Benzer bir sonuç inşaat sektörü hariç diğer sektörel güven endekslerinden sektör hisse senedi endekslerine doğru da belirlenmiştir.

Her ne kadar yatırımcı duyarlılığını konu edinen çalışmalar hisse senedi piyasaları üzerine yoğunlaşsa da son yıllarda hisse senedi piyasasının yanında döviz, altın, mevduat faiz oranı ve DİBS getirileri gibi farklı finansal yatırım araçları ve çeşitli makroekonomik değişkenlerin araştırma kapsamına alındığı görülmektedir. Bu konuda yapılan çalışmaların, ekonomik ve sosyolojik olarak farklı dinamiklere sahip her bir ülke için farklı sonuçlara ulaşacağı açıktır. Bu çalışmada Türkiye örneğinde bir araştırma kapsamı tercih edildiği için, yatırımcı duyarlılığını temsilen kullanılan güven endeksleri ile finansal ve/veya makroekonomik değişkenler arasındaki ilişkilerin araştırıldığı Türkiye kapsamlı çalışmalar literatür taramasına alınmıştır.²

Uluslararası literatürde olduğu gibi Türkiye kapsamında yapılan çalışmalarda da hisse senedi piyasası ve güven endeksleri arası ilişkilerin incelenmesi konusu daha fazla ele alınmıştır. Ancak ortaya konulan bulgularda farklılıklar söz konusudur. Farklı değişkenler kullanılsa da genelleme yapılmak istenirse, Olgaç ve Temizel (2008), Görmüş ve Güneş (2010), Topuz (2011), Tekin ve Cengiz (2018), Baştürk (2019), Beşiktaşlı ve Cihangir (2020) ve Özakarlı ve Küçükşille (2020) hisse senedi piyasalarından güven endeksine doğru nedensellik ilişkisi belirlemişken, Akkuş ve Zeren (2019) ve Kaygısız (2019) bu iki değişken arasında her iki yönde de bir nedensellik ilişkisi olmadığını belirtmişlerdir. Kandır (2006), Eyüboğlu ve Eyüboğlu (2017) ve Gökalp (2019) güven endeksinin hisse senedi piyasasının nedeni olduğu sonucuna ulaşırken, Görmüş ve Güneş (2010), Topuz (2011), Beşiktaşlı ve Cihangir (2020) ve Baştürk (2019) güven endeksinin hisse senedi piyasasının nedeni olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Korkmaz ve Çevik (2009), İskenderoğlu ve Akdağ (2017) ve Küçükçaylı ve Akıncı (2018) ise iki değişken arasında çift yönlü ilişki olduğunu belirlemişlerdir. Bu bulgular göstermektedir ki, güven endeksleri ve hisse senedi piyasası arasındaki ilişkinin Türkiye örneğinde ampirik sonuçları oldukça farklılaşmaktadır.

Döviz kurları ve güven endekslerini kapsayan çalışmalar incelendiğinde ise genel olarak bulguların benzer yönde olduğu görülmüştür. Görmüş ve Güneş (2010), Özpınar ve Özman (2017), Güngör (2019), Kaygısız (2019), Arabacı ve Özdemir (2020), Aytekin (2020), Barışık ve Dursun (2020), Beşiktaşlı ve Cihangir (2020) ve Kaya (2020) çalışmalarında döviz kurundan güven endeksine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi belirlemişlerdir. Benzer sonuçlar Çelik, Arslanoğlu ve Deniz (2010), Gürgür ve Kılınç (2015), Baş ve Kara (2020) ve Özakarlı ve Küçükşille (2020) çalışmalarında elde edilmiş ve döviz kurunun güven endeksi üzerinde etkili olduğu yönündedir. Beşel ve Yardımcıoğlu (2016) ise güven endeksinin döviz kuru üzerinde etkisi olmadığı yönünde bulgulara ulaşmıştır. Çift yönlü nedensellik ilişkisi belirleyen çalışmalar ise sadece Küçükçaylı ve Akıncı (2018) ve Sarı ve Ilgın (2018)'dir. Bu sonuçlarla genel bir değerlendirme yapıldığında, döviz kurundan güven endeksine doğru nedensellik ilişkisi ampirik çalışmalara dayalı olarak kanıtlanmıştır. Ancak güven endeksinden döviz kuruna doğru nedensellik ilişkisinin olmadığı sonucu daha ağır basmaktadır.

Güven endeksi ve altın ilişkisinde Türkiye kapsamlı literatür oldukça sığdır. Güngör (2019) altından güven endeksine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit etmişken, Küçükçaylı ve Akıncı (2018) güven endeksinden altına doğru bir ilişki belirlemiştir. Beşiktaşlı ve Cihangir (2020) ise güven endeksinden altına doğru bir ilişki olmadığını belirtmiş, Barışık ve Dursun (2020)'de iki değişken arasında çift yönlü nedensellik belirlemiştir.

² Çalışmalara ait bilgiler ve ulaşılan bulgular özetlenerek, çalışmanın akışını bozması için Ek 1'de sunulmuştur.

Literatürün oldukça sığ olması ve elde edilen bulguların farklılık içermesi nedeniyle güven endeksi ve altın arasındaki ilişki hakkında net bir şey söylemek bu bulgularla mümkün değildir.

Faiz oranları (fonlama maliyeti, mevduat vb.) ile güven endeksleri arasındaki ilişkilerin incelendiği çalışmalarda, Küçükçaylı ve Akıncı (2018) faiz oranından güven endeksine doğru bir nedensellik belirlerken, Baş ve Kara (2020) aksi yönde bulgular elde etmiştir. İskenderoğlu ve Akdağ (2017) ve Sarı ve Ilgın (2018) ise güven endeksinden faiz oranına doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi belirlemiş, ancak Beşiktaşlı ve Cihangir (2020) bu yönde bir nedensellik ilişkisine rastlamamıştır. Literatürdeki az sayıdaki çalışmaların bulguları farklılık arz ettiği için faiz oranı ve güven endeksleri arasındaki ilişki hakkında net bir çıkarım yapmak doğru olmayacaktır.

DİBS (endeksi veya getiri/faiz oranı) ve güven endeksleri arasında Türkiye örneğinde yapılan çalışmaların da oldukça sığ bir literatür oluşturduğu görülmüştür. Oysaki DİBS getiri oranı finansal piyasalar içerisinde gösterge niteliğinde takip edilen önemli bir değişken konumunda olup, yatırımcı duyarlılığı ile yakın ilişkiye sahip olması öngörülmektedir. Olgaç ve Temizel (2008) DİBS endeksinin güven endeksi üzerinde negatif yönlü etkisinin olduğunu belirlemişlerdir. Ancak Özakarlı ve Küçüksille (2020) gösterge faiz oranından güven endeksine doğru bir nedensellik olmadığını ortaya koymuşlardır. Bu konunun yer aldığı iki çalışmada Kaygısız (2019) ve Beşiktaşlı ve Cihangir (2020) ise DİBS faiz oranı ile güven endeksi arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi tespit etmişlerdir. Bu literatür bilgisi ile iki değişken arasındaki ilişkinin iki yönlü etkileşim olduğu söylene de oldukça az sayıdaki çalışma nedeniyle net bir değerlendirme yapmak yanıltıcı olabilir.

Genel bir değerlendirme yapıldığında, çalışmaların çoğunlukla hisse senedi ve belli ölçüde döviz piyasaları kapsamında yer aldığı anlaşılmıştır. Özellikle hisse senedi piyasası ile güven endeksleri arasındaki ilişkiler hakkında ulaşılan bulgular farklılık arz etmektedir. Bu çalışmada hisse senedi piyasasının araştırma kapsamına alınması, farklılık arz eden literatür sonuçlarına bir değerlendirme imkânı daha sunacaktır. Ayrıca güven endeksleri ile altın, mevduat ve DİBS getirileri üzerine az sayıda çalışmanın olduğu görülmüştür. Dolayısıyla bahsi geçen değişkenlerin de bu çalışmada araştırmaya dahil edilmesiyle literatüre önemli bir diğer katkı olarak görülmektedir.

3. EKONOMETRİK ANALİZ

Ekonomiye olan güven ile finansal yatırım araçları getirileri arasındaki ilişkiler önce tüm veri dönemi dikkate alınarak daha sonra zamanla değişen formda bootstrap nedensellik analizine dayalı olarak araştırılmıştır. Bu kapsamda finansal yatırım araçları olarak; mevduat, hisse senedi (Borsa İstanbul 100 Endeksi, BİST), döviz (Dolar/TL ve Avro/TL), altın (TL/gr) ve devlet iç borçlanma senetleri (BİST-KYD DİBS Tüm Endeksi, DİBS) ele alınmış ve reel getirileri kullanılmıştır. Finansal yatırım araçlarına ait reel getiriler, tüketici fiyat endeksi (TÜFE) bazlı aşağıdaki hesaplama üzerinden oluşturulmuş ve hazır olarak Türkiye İstatistik Kurumu'ndan ulaşılmıştır.

$$R = \left[\left(\frac{\text{Nominal Getiri} + 100}{\text{TÜFE Değişim Oranı} + 100} \right) * 100 \right] - 100 \quad (1)$$

Ekonomik güven durumunu temsilen Türkiye İstatistik Kurumu'ndan ulaşılan Ekonomik Güven Endeksi (EGE) kullanılmıştır. Finansal yatırım araçları aylık yüzde reel getiri oranı şeklinde olması nedeniyle, EGE de aylık yüzde değişim oranı olarak kullanılmıştır (çalışmanın devamında kullanılacak olan EGE tanımlaması aylık yüzde değişim oranını gösterecektir). Analize dahil edilen tüm veriler aylık frekanslı olup, 2007:1-2020:12 dönemini kapsamaktadır. Başlangıç dönemi olarak 2007:1 alınmasındaki sebep, EGE'nin veri başlangıcının bu dönem olmasıdır.

Değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler Tablo (2)'de sunulmuştur. BİST getirisi ve EGE standart sapmaları yönüyle değişkenler arasında en yüksek oynaklık gösteren iki değişkendir. En düşük oynaklık ise mevduat getirisinde görülmektedir. Ayrıca veri dönemi boyunca finansal yatırım araçları içerisinde en yüksek ortalama reel getiri sırasıyla Altın, Dolar, Avro, BİST, DİBS ve Mevduat şeklindedir.

Tablo 2. Tanımlayıcı İstatistikler

	N	Min.	Max.	Ortalama	Std. Sapma
Ekonomik Güven Endeksi	168	-44.13	20.38	0.06	5.61
Mevduat Getirisi	168	-4.48	3.06	0.10	0.93
BİST Getirisi	168	-25.93	19.06	0.18	6.49
Dolar/TL Getirisi	168	-10.31	19.27	0.28	3.64
Avro/TL Getirisi	168	-11.57	17.78	0.22	3.34
Altın Getirisi	168	-12.09	16.97	0.97	4.59
DİBS Getirisi	168	-9.55	11.10	0.17	2.29

Kaynak: Yazarın Kendi Hesaplamaları

3.1. Birim Kök Testi

Durağan olmayan zaman serileri ile çalışıldığında, değişkenler arası gerçekte rastlanmayacak ilişkilerin var olduğu gibi sonuçlar elde edilebilmektedir. Bu durum Granger ve Newbold (1974) tarafından “Sahte Regresyon” olarak tanımlanmıştır. Ayrıca He ve Maekawa (2001) çalışmalarında iki değişkenden biri ya da her ikisinin durağan dışı olması durumunda Granger nedenselliğinin de sahte olabileceğini göstermişlerdir. Değişkenler arası bu tür sahte ilişkilerle karşılaşmamak için zaman serilerinin durağan olup olmadıkları belirlenmelidir. Bunun için birim kök testlerinden yararlanılabilir. Bu aşamada, literatürde yaygın kullanıma sahip olan Dickey ve Fuller (1979, 1981) tarafından geliştirilen Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) birim kök testinin kullanılması uygun görülmüştür. Bu testin gerçekleştirilmesinde deterministik bileşenlere göre üç farklı şekilde test denklemi oluşturulabilir;

$$\Delta Y_t = \delta Y_{t-1} + \sum_{j=1}^p \delta_j \Delta Y_{t-j} + \varepsilon_t \quad (2)$$

$$\Delta Y_t = \mu + \delta Y_{t-1} + \sum_{j=1}^p \delta_j \Delta Y_{t-j} + \varepsilon_t \quad (3)$$

$$\Delta Y_t = \mu + \beta t + \delta Y_{t-1} + \sum_{j=1}^p \delta_j \Delta Y_{t-j} + \varepsilon_t \quad (4)$$

Burada μ sabit terimi ve t trendi göstermektedir. Her bir test denkleminde $\delta = 0$ şeklindeki sıfır hipotezinin geçerliliği test edilir. Eğer sıfır hipotezi reddedilirse Y_t 'nin birim köke sahip olmadığı, dolayısıyla düzeyde durağan olduğu belirlenmiş olur. Aksi durumda Y_t düzeyde durağan değildir ve birinci farkı alınarak ADF testi tekrarlanır. Çalışmada ele alınan zaman serilerine ADF birim kök testi uygulanmış ve sonuçları Tablo (3)'de sunulmuştur.

Tablo 3. ADF Birim Kök Test Sonuçları

Seriler (Düzye)	Deterministik Bileşen		
	Yok	Sabit Terim	Sabit Terim ve Trend
Ekonomik Güven Endeksi	-11,31**	-11,28**	-11,24**
Mevduat Getirisi	-6,88**	-6,98**	-7,60**
BİST Getirisi	-8,85**	-8,83**	-8,80**
Dolar/TL Getirisi	-9,65**	-9,70**	-9,85**
Avro/TL Getirisi	-9,78**	-9,81**	-10,05**
Altın Getirisi	-9,51**	-10,07**	-10,05**
DİBS Getirisi	-8,24**	-8,25**	-8,37**

(*) %5 anlam düzeyinde, (**) ise %1 anlam düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir.

ADF birim kök test sonuçlarına göre tüm seriler için “birim kök vardır” sıfır hipotezi %1 anlam düzeyinde reddedilir ve tüm seriler düzeyde durağandır. Bu çalışmada, değişkenler arası ilişkilerin araştırılmasında kullanılacak olan bootstrap nedensellik testi için serilerin durağanlık mertebelerinin belirlenmesi yeterlidir. Tablo (3)'den ulaşılan sonuçlar serilerin durağanlık mertebesinin sıfır (0) olduğunu göstermiştir.

3.2. Nedensellik Testi

İktisadi değişkenler arası neden-sonuç ilişkisinin ortaya konulabilmesi için literatürde nedensellik testleri yaygın olarak kullanılmaktadır. Birçok nedensellik testinin temelini Granger (1969) nedensellik testi oluşturur. En basit hali ile Granger nedensellik testi, bir zaman serisinin kendi ve bir başka zaman serisinin geçmiş değerlerinden istatistiksel olarak anlamlı olarak etkilenmesi durumudur. Ancak bu yaklaşımda zaman serileri durağan olmalı, eğer durağan dışı seriler varsa durağanlaştırılarak analiz edilmelidir. Bu aşamada fark alma işlemi zaman serilerinin gözlem ve bilgi kaybına neden olacağı unutulmamalıdır. Ayrıca aynı mertebeden durağan zaman serileri arasında eşbütünlük ilişkisinin de dikkate alınması gerekecektir. Serilerin durağan olmaları gerekliliğinin yanında Granger nedensellik testi için hata terimlerinin normal dağılıma uyması da önemli bir gerekliliktir. Bu varsayım standart dağılımlara dayalı gerçekleştirilen testlerin geçerliliği açısından önemlidir.

Granger nedensellik testine dayalı geliştirmeye yapan Toda ve Yamamoto (1995), analizde yer alan serilerin durağanlık koşuluna gerek olmayan bir yaklaşım önermişlerdir. Ayrıca aynı mertebeden durağan seriler arasında eşbütünlük ilişkisinin araştırılmasına da gerek duyulmadan uygulanabilen bu yaklaşım ($k + dmaks$). dereceden bir VAR (Vektör Otoregresyon) Modeli'ni kullanır. Bahsi geçen k uygun gecikme uzunluğunu, $dmaks$ ise analizde yer alan serilerin maksimum durağanlık mertebesidir. Bu kapsamda Toda ve Yamamoto (1995) nedensellik testi için Y ve X şeklindeki iki zaman serisi üzerinden ($k + dmaks$). dereceden açık formda VAR Modeli aşağıdaki gibi yazılabilir;

$$Y_t = \delta_{10} + \sum_{i=1}^k \alpha_{1i} X_{t-i} + \sum_{i=1}^k \beta_{1i} Y_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{k+dmaks} \gamma_{1j} X_{t-j} + \sum_{j=k+1}^{k+dmaks} \theta_{1j} Y_{t-j} + e_{1t} \quad (5)$$

$$X_t = \delta_{20} + \sum_{i=1}^k \alpha_{2i} X_{t-i} + \sum_{i=1}^k \beta_{2i} Y_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{k+dmaks} \gamma_{2j} X_{t-j} + \sum_{j=k+1}^{k+dmaks} \theta_{2j} Y_{t-j} + e_{2t} \quad (6)$$

Burada e_{1t} ve e_{2t} beyaz gürültü ve normal dağılılan hata terimleridir. Denklem (5)'de sıfır hipotezi " X , Y 'nin nedeni değildir" şeklindedir ve $\alpha_{1i} = 0$ ($\forall i = 1, 2, \dots, k$) olarak ifade edilir. Denklem (6)'da ise sıfır hipotezi " Y , X 'in nedeni değildir" şeklindedir ve $\beta_{2i} = 0$ ($\forall i = 1, 2, \dots, k$) olarak ifade edilir. Bu durumda muhtemel dört sonuç ile karşılaşılacaktır;

- X ve Y arasında bir nedensellik yoktur.
- X , Y 'nin nedenidir.
- Y , X 'in nedenidir.
- X ve Y arasında çift yönlü nedensellik vardır.

Toda ve Yamamoto (1995) yaklaşımında özellikle küçük örneklerde hata terimlerinin normal dağılıma uymama sorunu ortaya çıkabilmektedir. Bu durumda testin gerçekleştirildiği standart dağılım (ki-kare) geçerliliğini yitirir. Bu noktada literatürde bootstrap nedensellik testi olarak anılan Hacker ve Hatemi-J (2006), bootstrap ile kritik değerlerin belirlenmesini önermiştir. Toda ve Yamamoto (1995) yaklaşımını temel alan nedensellik testi bootstrap kritik değerleri kullanması nedeniyle küçük örneklerde dahi kullanılabilir olması, bu teste önemli bir üstünlük sağlamıştır. Ancak Hacker ve Hatemi-J (2006) bootstrap nedensellik testinde gecikme uzunluğunun dışsal belirlenmesi bir eksiklik olarak görülmüştür. Bu eksik Hacker ve Hatemi-J (2012) çalışması ile giderilmiş ve bootstrap nedensellik testi içsel gecikme uzunluğunun belirlenebildiği bir yapıya kavuşmuştur. Ayrıca bu yaklaşım finansal serilerde sıklıkla karşılaşılan ARCH etkisine karşı da dirençli sonuçlar elde etmektedir. Bu çalışmada, değişkenler ikili şekilde ele alınarak, EGE ile finansal yatırım araçları reel getirileri arasındaki nedensellik ilişkisinin keşfi için Hacker ve Hatemi-J (2012) bootstrap nedensellik testi tercih edilmiştir.

Tüm veri dönemi (2007-2020) kapsamında gerçekleştirilen bootstrap nedensellik test sonuçları Tablo 4'de yer almaktadır. Ulaşılan sonuçlara göre EGE sadece DİBS getirisinin nedenidir. Diğer finansal yatırım araçlarının getirileri üzerinde ekonomik güven endeksinin anlamlı bir nedensel etkisi yoktur. Ancak BİST ve Dolar/TL getirileri %1 anlam düzeyinde; Avro/TL ve DİBS getirileri ise %5 anlam düzeyinde ekonomik güven endeksinin nedenidir. Buna karşın mevduat ve altın getirisi ekonomik güven endeksinin nedeni değildir. Bu bulgular kapsamında, ekonomik güven endeksinin bir ekonomik beklenti göstergesi veya öncü gösterge özelliği yerine, geçmiş döneme ait BİST, Döviz Kurları ve DİBS getirilerinden etkilenmekte olan bir mevcut durum göstergesi olduğu söylenebilir.

Tablo 4. Hacker ve Hatemi-J (2012) Bootstrap Nedensellik Test Sonuçları (2007-2020)

Sıfır Hipotezi	Test İstatistiği	Bootstrap Kritik Değerler ¹		Gecikme Uzunluğu ²
		%5	%1	
Ekonomik Güven ⇌ Mevduat Getirisi	0,003	3,958	7,044	1
Mevduat Getirisi ⇌ Ekonomik Güven	0,000	4,020	7,097	1
Ekonomik Güven ⇌ BİST Getirisi	0,841	3,789	6,927	1
BİST Getirisi ⇌ Ekonomik Güven	19,120**	3,930	7,292	1
Ekonomik Güven ⇌ Dolar/TL Getirisi	1,525	3,831	7,959	1
Dolar/TL Getirisi ⇌ Ekonomik Güven	9,317**	4,015	7,383	1
Ekonomik Güven ⇌ Avro/TL Getirisi	1,475	3,904	7,666	1
Avro/TL Getirisi ⇌ Ekonomik Güven	4,646*	3,888	7,121	1
Ekonomik Güven ⇌ Altın Getirisi	0,014	4,030	6,977	1
Altın Getirisi ⇌ Ekonomik Güven	0,383	3,909	7,365	1
Ekonomik Güven ⇌ DİBS Getirisi	8,967**	4,125	8,434	1
DİBS Getirisi ⇌ Ekonomik Güven	7,075*	3,974	7,358	1

¹ Bootstrap kritik değerler 10.000 tekrarlar elde edilmiştir.

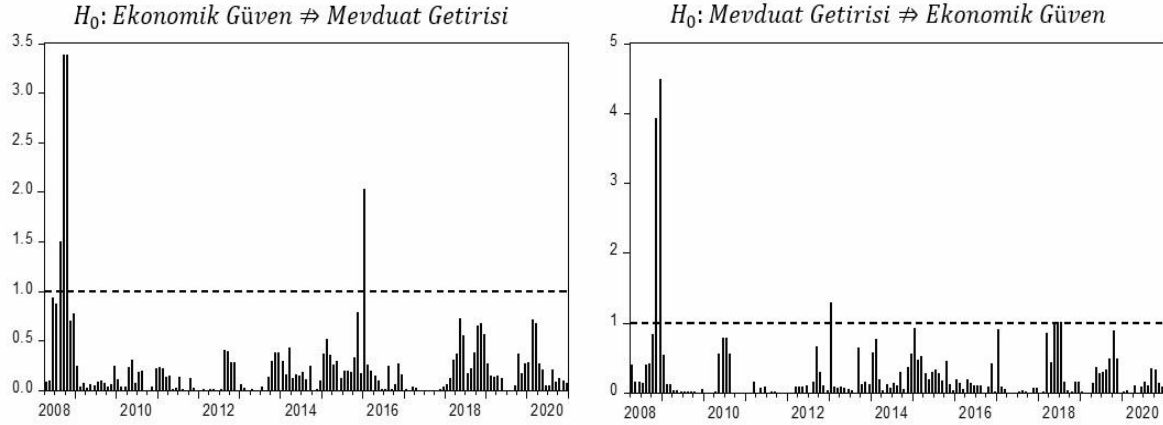
² Gecikme uzunluğu Schwarz (1978) tarafından önerilen Schwarz Bilgi Kriteri (SIC)'ne göre belirlenmiştir.

(*) %5 anlam düzeyinde, (**) ise %1 anlam düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir.

Elde edilen bu sonuçların tüm veri dönemini kapsamakta, ancak zaman içerisinde değişkenler üzerinde etkisi olan birçok gelişme yaşanabilmektedir. Bu gelişmeler ekonomik veya finansal olduğu gibi, siyasi, sosyolojik hatta toplum sağlığı yönünden oluşabilmektedir. Bu tür gelişmeler değişkenler arası ilişkileri de etkileyebilmekte, teorik beklentilerin tersi yönünde ilişkiler görülebilmektedir. Dolayısıyla değişkenler arası nedensellik ilişkilerinde zamanla değişiklik görülebileceği görüşüne dayalı olarak kayan pencereler yaklaşımı üzerinden bootstrap nedensellik testi tekrarlanmıştır. Kayan pencereler yaklaşımında belirlenen pencere genişliği dikkate alınarak, ilk gözlemden başlanarak pencere genişliği kadar örneklem dikkate alınarak testin gerçekleştirilmesi ve sonra ikinci gözlemden itibaren pencere genişliği kadar örneklem alınarak testin uygulanması şeklinde devam edilir. Bu çalışmada belirlenen pencere genişliği 15'tir. Hacker ve Hatemi-J (2012) nedensellik testi bootstrap üzerinden kritik değerleri elde ediyor olmasıyla küçük örneklerde de geçerli sonuçlar verdiği göz önüne alındığında, pencere genişliğinin 15 olarak belirlenmesi testin başarısını olumsuz etkilemeyecektir.

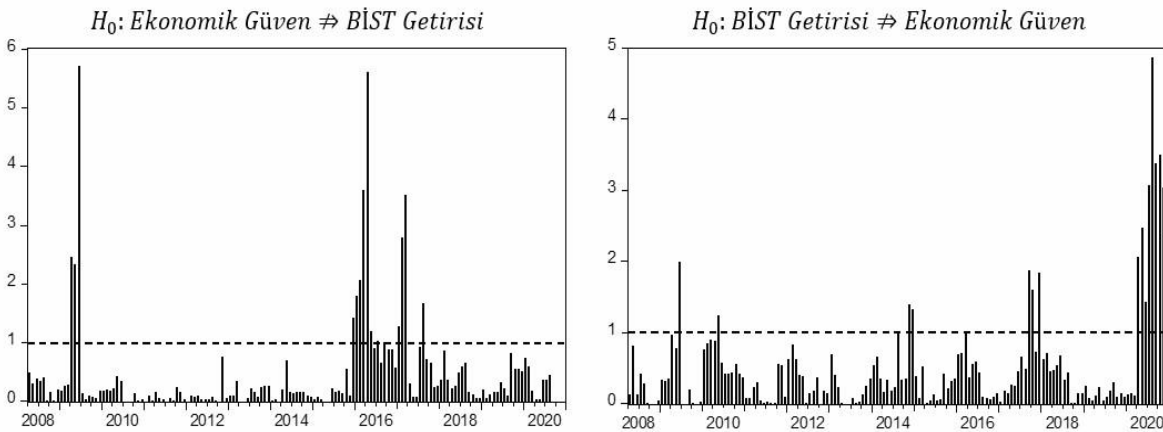
Tüm veri dönemi boyunca 15 pencere genişliği kullanılarak, birbirinden farklı 153 nedensellik test istatistiği ve 153 bootstrap kritik değeri elde edilir. Nedensellik ilişkilerinin zaman içerisinde nasıl bir değişim gösterdiğini grafik yardımıyla görebilmek için test istatistikleri bootstrap kritik değerleri ile normalleştirilir. Böylelikle elde edilen sonuçları zaman grafiği üzerinde görmek ve değerlendirmek kolay olur. Bu aşamada kullanılacak bootstrap kritik değerlerinin %5 anlam düzeyinde elde edilenleri tercih edilmiştir. Prosedür uygulanarak elde edilen zamanla değişen nedensellik test sonuçları Şekil 2 ila 7 arası sunulmuştur. Şekillerde yatay kesikli çizgi %5 anlam düzeyinde sıfır hipotezinin red sınırını belirtmektedir. Buna göre bootstrap kritik değerler ile normalize edilmiş test istatistiklerinin %5 anlam düzeyinde bir (1) değerinin üzerinde olması sıfır hipotezinin reddedildiğini (nedensellik ilişkisinin olduğunu), altında olması ise sıfır hipotezinin reddedilemediğini (nedensellik ilişkisinin olmadığını) göstermektedir.

Şekil 2 incelendiğinde EGE'nin mevduat getirisinin nedeni olduğu dönemler 2008:8-2008:10 ve 2016:1'dir. Mevduat getirisinin EGE'nin nedeni olduğu dönemler ise 2008:11-2008:12 ve 2013:1 olarak belirlenmiştir. Ancak her iki yöndeki bulgular dikkate alındığında küresel finans krizi döneminde çift yönlü nedensellik izlenmiş ancak bu dönem dışında genel bir değerlendirme ile nedenselliğin olmadığı söylenebilir. Bu sonuç Tablo 4'de verilen tüm veri dönemi için gerçekleştirilen bootstrap nedensellik test sonuçları ile uyumludur.



Şekil 2. Ekonomik Güven Endeksi ve Mevduat Getirisi Arasındaki Zamanla Değişen Nedensellik İlişkisi

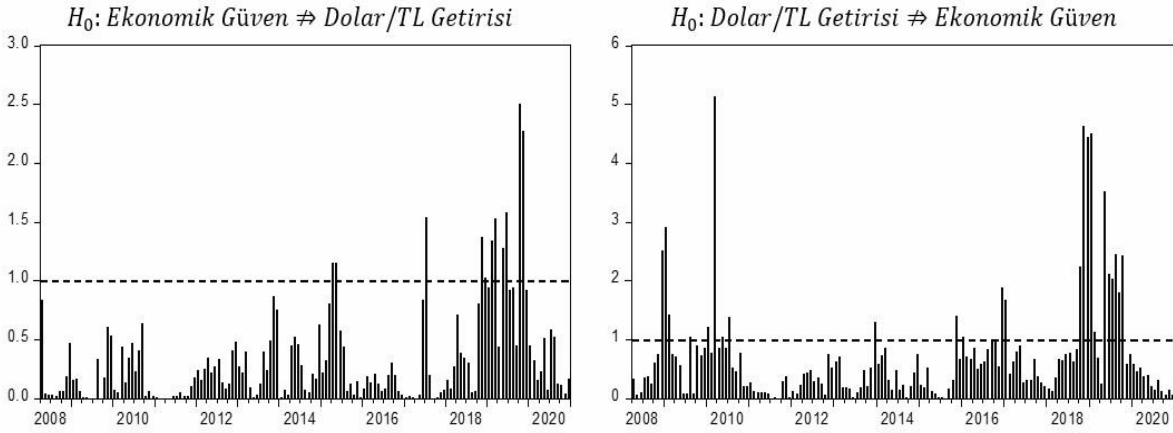
Tablo 4’de yer alan bootstrap nedensellik test sonuçlarına göre EGE, BİST getirisinin nedeni değildir. Ancak Şekil 3 incelendiğinde; 2009:4-2009:6, 2015:12-2016:5, 2016:7, 2016:9, 2017:1-2017:3 ve 2017:8 dönemlerinde EGE’den BİST’e doğru nedensellik ilişkisi olduğu görülmektedir. Bu dönemler incelendiğinde küresel finans krizi, siyasi anlaşmazlıklar ve terör olaylarının gündemde olduğu belirlenmiştir. 2009:6, 2010:5, 2014:8, 2014:11-2014:12, 2016:3, 2017:9-2017:10, 2017:12 ve 2020:4-2020:12 dönemlerinde ise BİST getirisi EGE’nin nedenidir. Bu nedensellik ilişkisinin olduğu dönemlerin de küresel finans krizinin, siyasi anlaşmazlıkların ve terör olaylarının yaşandığı dönemler olmasının yanında 2020 yılında gözlenen dikkate değer nedensellik ilişkisi göze çarpmaktadır. Covid-19 virüsüne Türkiye’de ilk defa rastlanmasıyla yaşanan süreçte BİST getirisi EGE’nin nedeni olduğu dönemlerin en önemlisi olarak görülmektedir. Bu süreçte hem BİST-100 Endeksi hem de EGE’de önemli düşüşler görülmüştür. Dolayısıyla EGE’nin düşüş kaydettiği dönemlerde BİST getirisinin öncü gösterge niteliği taşıdığı söylenebilir. Ayrıca Tablo 4’deki sonuçların da bu bulguya işaret ettiği söylenebilir.



Şekil 3. Ekonomik Güven Endeksi ve BİST Getirisi Arasındaki Zamanla Değişen Nedensellik İlişkisi

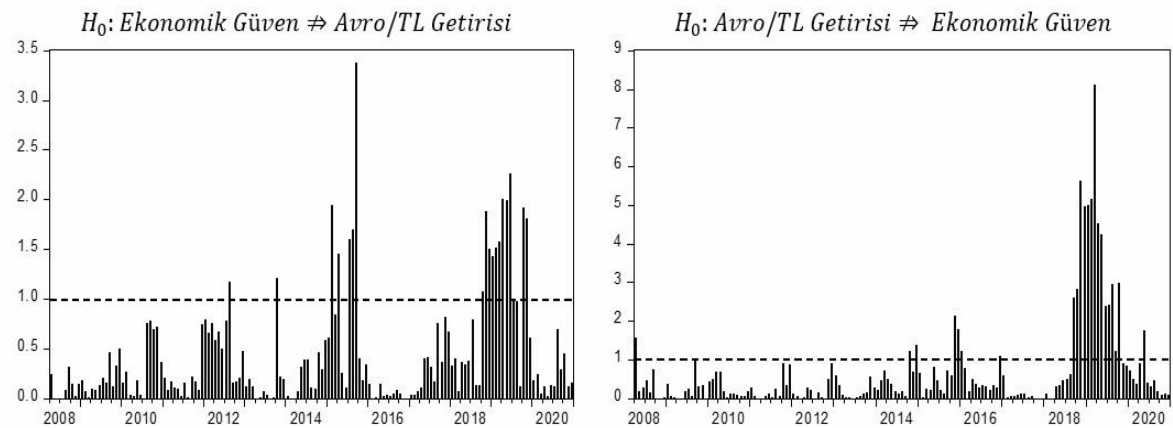
Şekil 4’e geçildiğinde 2015:4-2015:5, 2017:7, 2018:11-2018:12, 2019:2-2019:3, 2019:5-2019:6, 2019:10-2019:11 dönemlerinde EGE’nin, Dolar/TL getirisinin nedeni olduğu görülmektedir. Tüm veri dönemine ait sonuçlara göre EGE, Dolar/TL getirisinin nedeni değildir. Fakat zamanla değişen nedensellik bulguları, özellikle ABD-Türkiye arası siyasi gelişmelerin gündemi meşgul ettiği, Dolar/TL kurunda önemli yukarı yönlü şokların yaşandığı ve sonrasında yüksek enflasyon oranlarının görüldüğü dönemlerde EGE’den Dolar/TL getirisine doğru nedensellik ilişkisinin olduğu görülmektedir. Dolar/TL getirisinin EGE’nin üzerinde nedensel etkiye sahip olduğu dönemlerin nispeten daha sık olduğu gözlenmiştir. Bu dönemler; 2008:12-2009:2, 2009:8, 2010:1, 2010:3, 2010:5, 2010:7, 2013:12, 2015:11, 2016:1, 2016:12-2017:1, 2018:10-2019:2, 2019:5-2019:10 şeklindedir. Dolar/TL kurunun kamuoyunda yaygın olarak ekonominin genel durumunu yansıttığı algısı, Dolar/TL getirisinin EGE’nin nedeni

olduğunu daha net açıklamaktadır. Bu haliyle Dolar/TL'nin de bir öncü gösterge niteliğinden bahsedilebilir. Bunun yanında Tablo 4'de Dolar/TL'nin EGE'nin nedeni olduğu sonucu, burada belirlenen bulgularla uyumaktadır.



Şekil 4. Ekonomik Güven Endeksi ve Dolar/TL Getirisi Arasındaki Zamanla Değişen Nedensellik İlişkisi

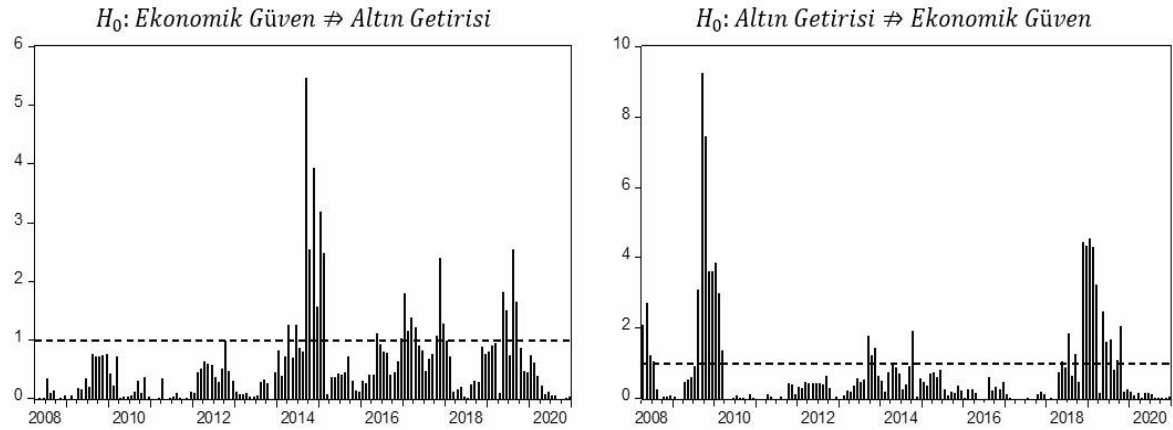
EGE ve Avro/TL getirisi arasındaki nedensellik ilişkilerinin sunulduğu Şekil 5'de 2012:8, 2013:10, 2015:2, 2015:4, 2015:7-2015:9, 2018:10-2019:6, 2019:10-2019:11 dönemlerinde EGE, Avro/TL getirisinin nedeni, Avro/TL getirisinin ekonomik güven endeksinin nedeni olduğu dönemler ise 2008:4, 2009:9, 2014:10, 2014:12, 2015:11-2016:1, 2016:12, 2018:9-2019:10 ve 2020:5'dir. 2018-2020 yılları arası TL'nin önemli değer kaybı yaşaması Avro/TL ve EGE arasında çift yönlü nedensellik ilişkisini ortaya koymuştur. Ayrıca Avrupa'nın bazı ülkelerinde yaşanan borç krizi ve İngiltere'nin Avrupa Birliği'nden çıkma süreci Avro üzerinde aşağı yönlü baskı oluşturmuştur. Bu durum Türkiye'de ülke içi terör olaylarının arttığı ve EGE'nin küresel finans krizinden sonra ilk defa 100 değerinin altına seyretmeye başladığı zamanla aynı döneme denk düşmektedir. Bu bahsi geçen dönemlerin EGE'den Avro/TL'ye doğru nedensellik ilişkisini 2015 yılı kapsamında oluşturduğu Şekil 5'den görülmektedir. Tablo 4'de yer alan bootstrap nedensellik test sonuçlarına göre EGE, Avro/TL getirisinin nedeni değildir. Ancak Şekil 5 bu yönde zaman içerisinde dikkate değer nedensellik ilişkilerinin oluştuğunu göstermektedir. Ayrıca Avro/TL getirisinin EGE'nin nedeni olduğu tüm veri dönemi için Tablo 4'de belirlenmişti. Şekil 5'den incelendiğinde bu nedensellik ilişkisinin son yıllarda EGE'de yaşanan aşağı yönlü eğilim sürecinde meydana geldiği söylenebilir.



Şekil 5. Ekonomik Güven Endeksi ve Avro/TL Getirisi Arasındaki Zamanla Değişen Nedensellik İlişkisi

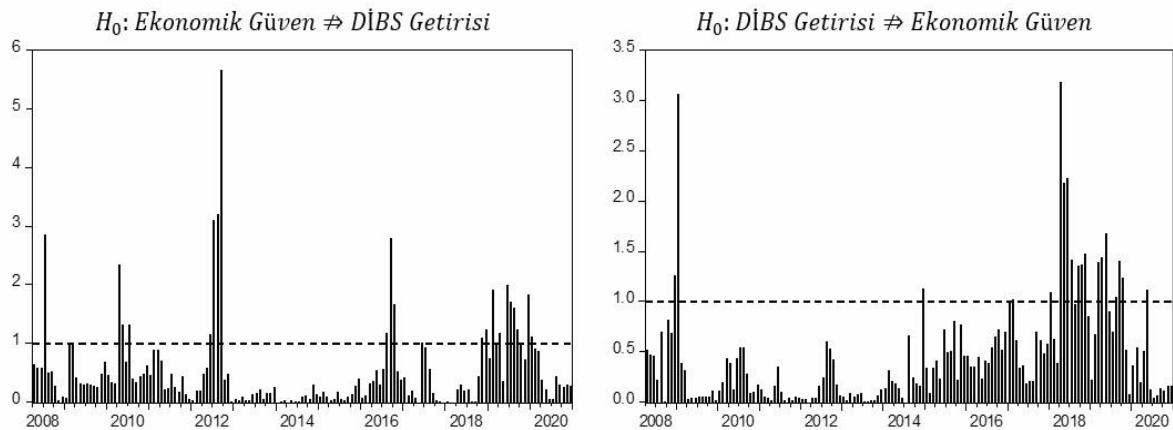
Türkiye'de yerleşiklerin önemli yatırım araçlarından biri olan altının, EGE ile olan nedensellik ilişkileri Şekil 6'da sunulmuştur. Özellikle EGE'nin 100 değerinin altına geçtiği (ekonomik durumun kötüleşeceği beklentisi) dönemlerde altın getirisinin nedeni olduğu söylenebilir. Bu dönemler; 2014:4, 2014:6, 2014:9-2015:2, 2016:5, 2016:12-2017:4, 2017:10-2017:12, 2019:5-2019:6, 2019:8-2019:9 şeklindedir. Altın getirisinin EGE'nin nedeni olduğu dönemler ise 2008:4-2008:7, 2009:8-2010:3, 2013:9-2013:11, 2014:10, 2018:5, 2018:7, 2018:9, 2018:11-

2019:3, 2019:5-2019:7 ve 2019:9-2019:10'dur. Tablo 4'de yer alan bootstrap nedensellik test sonuçlarına göre altın getirisi ve EGE arasında herhangi bir nedensellik ilişkisinin olmadığı belirlenmişti. Ancak zamanla değişen nedensellik testi bulgularına göre bu iki değişken arasında belli dönemlerde nedensellik ilişkisinin varlığı görülmektedir. Altın fiyatları uluslararası piyasalarda Ons/Dolar ile fiyatlanmakta ve bu nedenle TL'nin değerlendirilmesi veya değer yitirmesi yurtiçi altın fiyatlarına direkt olarak Dolar üzerinden yansımaktadır. Altın getirisinin EGE'nin nedeni olduğu dönemler için Dolar/TL kurunda yaşanan değişikliklerin yansımaları olduğu söylenebilir. EGE ise altın getirisinin özellikle son 5 yılda nedeni olduğu görülmektedir. Bu süreçte terör olayları, yurtiçi ve yurtdışı siyasi gelişmeler gibi sosyo-ekonomik önemli olayların yaşanmıştır.



Şekil 6. Ekonomik Güven Endeksi ve Altın Getirisi Arasındaki Zamanla Değişen Nedensellik İlişkisi

DİBS getirisi ve EGE arasındaki nedensellik ilişkileri Şekil 7'de bulunmaktadır. EGE'nin DİBS getirisinin nedeni olduğu neredeyse tüm döneme yayılan bir sıklıkta görülmektedir. Bu nedenselliğin belirlendiği dönemler; 2008:7, 2009:2, 2010:4-2010:5, 2010:7, 2012:6-2012:9, 2016:8-2016:10, 2017:6, 2018:11-2018:12, 2019:2, 2019:4, 2019:6-2019:10 ve 2019:12-2020:1 olarak sayılabilir. DİBS getirisinin EGE'nin nedeni olduğu dönemler için özellikle ekonomik ve siyasi krizlerin yaşandığı ve EGE'de dikkate değer düşüşlerin görüldüğü dönemler olduğu söylenebilir. Bu dönemler; 2008:12-2009:1, 2014:12, 2017:1-2017:2, 2018:1, 2018:4-2018:7, 2018:9-2018:11, 2019:3-2019:5, 2019:8-2019:10, 2020:5 şeklindedir. Tablo 4'de tüm veri dönemi için gerçekleştirilen bootstrap nedensellik test sonuçlarında, değişkenler arası çift yönlü nedensellik belirlenmişti. DİBS, kamu borçlanmasının önemli bir bileşeni olup, getirisi için finansal piyasalarda risksiz getiri tanımlaması yapılmaktadır. Bir ülke ekonomisine olan güven yüksek ise kamu borçlanması daha az maliyetli olacaktır. Ters bir durumda daha maliyetli kamu borçlanması gerçekleşecektir. Bu yönüyle EGE ve DİBS getirileri arasındaki ilişkilerin incelenmesinin oldukça önemli olduğu düşünülmektedir.



Şekil 7. Ekonomik Güven Endeksi ve DİBS Getirisi Arasındaki Zamanla Değişen Nedensellik İlişkisi

5. SONUÇ

Geçmişte yaşanan finansal piyasa çöküşlerini geleneksel finans teorileri tarafından açıklamakta zorluk çekilmiştir. Çünkü yatırımcılar rasyonel kabul edilirler ve yatırımcı duyarlılığı değerlendirmeye katılmazdı. Ancak davranışsal finans çalışmaları geleneksel finans teorilerinin yatırımcı duyarlılığını da dikkate almalarını sağlamıştır. Bu sayede finansal piyasalarla ilgili yatırımcıların görüş, karar, değerlendirme, beklenti ve psikolojileri de araştırmalarda yerini almış oldu. Yatırımcıların irrasyonel tutumlar veya beklentilerle hareket etmesi, yatırımcı duyarlılığı ile finansal piyasalar arasındaki ilişkisinin belirlenmesini gerekli kılmıştır. Bu gereklilik çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Ulusal ve uluslararası literatür incelendiğinde, yatırımcı duyarlılığı ve hisse senedi piyasası arasındaki etkileşim çok sayıda çalışmaya konu olmuştur. Ancak finansal piyasalar sadece hisse senedi piyasası ile oluşmamaktadır. Hisse senedinin yanında mevduat, döviz, altın ve DİBS gibi finansal yatırım araçları da mevcuttur. Bu çalışmada yatırımcı duyarlılığı ve bahsi geçen finansal yatırım araçları getirileri arasındaki etkileşim Türkiye örneğinde 2007:1-2020:12 dönemi aylık veriler kullanılarak araştırılmıştır.

Son yıllarda yatırımcı duyarlılığını temsilen tüketici güven endeksinin daha çok tercih edildiği görülmüştür. Ancak bu çalışmada yatırımcı duyarlılığını temsil etmesi için Türkiye İstatistik Kurumu tarafından yayınlanan Ekonomik Güven Endeksi (EGE) tercih edilmiştir. EGE tüketici güven endeksinin yanında imalat sanayi, hizmet sektörü, perakende ticaret sektörü ve inşaat sektörü güven endekslerini içerisinde barındıran bileşik bir endekstir. Finansal yatırım araçları getirileri ise her ay Türkiye İstatistik Kurumu tarafından yayınlanmakta ve mevduat, döviz, hisse senedi, altın ve DİBS reel getirilerinden oluşmaktadır. EGE ve finansal yatırım araçları reel getirileri arasındaki ilişkiler Hacker ve Hatemi-J (2012) bootstrap nedensellik testi kullanılarak incelenmiştir. Bootstrap nedensellik testi iki farklı şekilde uygulanmıştır. İlki tüm veri dönemini kapsayan analizlerdir. İkincisi ise kayan pencereler yaklaşımına dayalı zamanla değişen bootstrap nedensellik testi uygulamasıdır. Sosyo-ekonomik olaylar gerek ekonomik güveni gerekse finansal piyasaları yakından etkilemektedir. Bu nedenle zaman içerisinde değişkenler arası nedensellik ilişkilerinde değişiklikler olabilmektedir. Bu yönüyle değişkenler arası zamanla değişen nedensellik bulguları geniş bir değerlendirme perspektifi sunmuştur. Literatüre bu açıdan bir katkı sunulduğu düşünülmektedir.

Tüm veri dönemine ait bootstrap nedensellik test sonuçlarına göre EGE sadece DİBS getirisinin nedenidir. Ayrıca DİBS getirisinden EGE'ye doğru da nedensellik ilişkisi belirlenmiştir. Ek olarak BİST, Dolar/TL ve Avro/TL getirileri de EGE'nin nedenidir. DİBS getirisi ve EGE arasındaki çift yönlü nedensellik ilişkisi de son derece önemli bir bulgudur. Her ne kadar DİBS ekonomik durum ve beklentilerden oldukça etkilenen bir değişken olsa da bu konuda literatürde az sayıda çalışmaya rastlanmıştır. Zamanla değişen nedensellik test sonuçları ise genel olarak Küresel Finans Krizi, yurtiçi terör saldırıları ve Covid-19 dönemlerinde nedensellik ilişkilerinin varlığını göstermektedir. Ayrıca tüm veri dönemi için nedensellik ilişkisinin olmadığını belirlediği değişkenler arasında da zaman içerisinde bazı dönemlerde nedensellik ilişkisinin olduğu görülmüştür. Yapılan analizlerden elde edilen bulgulara göre EGE tam olarak öncü gösterge niteliğinde değildir. Ancak hisse senedi ve döviz kurlarından etkilenerek ekonominin mevcut durumuna yönelik bir duyarlılık göstergesi olduğu söylenebilir. Ayrıca zamanla değişen bootstrap nedensellik test sonuçları göstermiştir ki EGE, 100 değerinin altına indiği (güvenin azaldığı) dönemlerde, mevduat getirisi hariç, finansal yatırım araçları getirilerinden etkilenmektedir. Ulaşılan bu bulguların ekonomi ve finans alanındaki karar vericilere ve profesyonellere önemli bir çıktı sağlayacağı ve bu alanda yapılan çalışmalara farklı bir ekonometrik teknik perspektifiyle katkı sağlanacağını düşünülmektedir.

YAZARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazar, çalışmanın tümüne tek başına katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

Akkuş, H. T. ve Zeren, F. (2019). Tüketici güven endeksi ve Katılım-30 İslami hisse senedi endeksi arasındaki saklı ilişkinin araştırılması: Türkiye örneği. *Third Sector Social Economic Review*, 54(1), 53-70.

Arabacı, Ö. ve Özdemir, M. (2020). Türkiye'de Tüketici Güveni ve Döviz Kuru İlişkisi. *TESAM Akademi*, 7(1), 231-248.

- Aytekin, İ. (2020). Döviz kuru sanayi üretimi ve ekonomik güven arasındaki ilişkinin analizi: Türkiye örneği. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 322-330.
- Baker, M. ve Wurgler, J. (2006). Investor sentiment and the cross-section of stock returns. *The Journal of Finance*, 61(4), 1645-1680.
- Baker, M. ve Wurgler, J. (2007). Investor sentiment in the stock market. *Journal of Economic Perspectives*, 21(2), 129-152.
- Barışık, S. ve Dursun, E. (2020). Türkiye’de ekonomik güven endeksi ile altın fiyatları ve döviz kuru arasındaki ilişkinin analizi. *Journal of Institute of Economic Development and Social Researches*, 6(23), 370-384.
- Baş, G. ve Kara, M. (2020). The nexus between exchange rate and consumer confidence: A case of Turkey. *International Journal of Social Science Research*, 9(2), 170-179.
- Baştürk, M. F. (2019). Tüketici güven endeksi ile hisse senedi piyasası arasındaki ilişki: Türkiye örneği. *Maliye Dergisi*, 177, 145-159.
- Beşel, F. ve Yardımcıoğlu, F. (2016, October). Tüketici güven endeksi ile makro değişkenler arasındaki ilişki. *International Congress on Politic, Economic and Social Studies*, No. 1, İstanbul.
- Beşiktaşlı, D. K. ve Cihangir, Ç. K. (2020). Tüketici güven endeksinin finansal piyasalara ve makroekonomik yapıya etkisi. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(1), 54-67.
- Chen, S. S. (2011). Lack of consumer confidence and stock returns. *Journal of Empirical Finance*, 18(2), 225-236.
- Çelik, S., Aslanoğlu, E. ve Deniz, P. (2010). The relationship between consumer confidence and financial market variables in Turkey during the global crisis. *30. Annual Meeting of The Middle East Economic Association, Allied Social Science Associations*, Atlanta, GA, January 3-6, 2010.
- Dickey, D. A. ve Fuller, W. A. (1979). Distribution of the estimators for autoregressive time series with a unit root. *Journal of the American statistical association*, 74(366a), 427-431.
- Dickey, D. A. ve Fuller, W. A. (1981). Likelihood ratio statistics for autoregressive time series with a unit root. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 1057-1072.
- Eyüboğlu, K. ve Eyüboğlu, S. (2017). Ekonomik güven endeksi ile hisse senedi fiyatları arasındaki ilişkinin incelenmesi: Türkiye örneği. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(2), 603-614.
- Gökçalp, B. T. (2019). Hisse senedi getirileri ile tüketici güven endeksi arasındaki ilişki: Diyagonal VECH modeli üzerinden bir değerlendirme. *Ekonomi Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 139-150.
- Görmüş, Ş. ve Güneş, S. (2010). Consumer confidence, stock prices and exchange rates: The case of Turkey. *Applied Econometrics and International Development*, 10(2), 103-114.
- Granger, C. W. (1969). Investigating causal relations by econometric models and cross-spectral methods. *Econometrica: journal of the Econometric Society*, 424-438.
- Granger, C. W. ve Newbold, P. (1974). Spurious regressions in econometrics. Baltagi, Badi H. A (Ed.), *Companion of Theoretical Econometrics*, 557-61.
- Güngör, S. (2019). Ekonomik Güven endeksi ve finansal yatırım araçları getirileri arasındaki nedensellik ilişkisi: 2007-2017 döneminde ABD doları ve altın getirileri örneği. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 22-39.
- Gürgür, T. ve Kılınç, Z. (2015). What drives the consumer confidence in Turkey? (No. 1517). *Research and Monetary Policy Department, Central Bank of the Republic of Turkey*.
- Hacker, S. ve Hatemi-J, A. (2012). A bootstrap test for causality with endogenous lag length choice: theory and application in finance. *Journal of Economic Studies*, 39(2), 144-160.
- Hacker, R. S. ve Hatemi-J, A. (2006). Tests for causality between integrated variables using asymptotic and bootstrap distributions: theory and application. *Applied Economics*, 38(13), 1489-1500.

- He, Z. ve Maekawa, K. (2001). On spurious Granger causality. *Economics Letters*, 73(3), 307-313.
- Hsu, C. C., Lin, H. Y. ve Wu, J. Y. (2011). Consumer confidence and stock markets: The panel causality evidence. *International Journal of Economics and Finance*, 3(6), 91-98.
- İskenderoğlu, Ö. ve Akdağ, S. (2017). Finansal hizmetler güven endeksinin geçerliliğinin incelenmesi: Türkiye örneği. *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 3(4), 625-633.
- Jansen, W. J. ve Nahuis, N. J. (2003). The stock market and consumer confidence: European evidence. *Economics Letters*, 79(1), 89-98.
- Kandır, S. Y. (2006). Tüketici güveni ve hisse senedi getirileri ilişkisi: İMKB mali sektör şirketleri üzerinde bir uygulama. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(2), 217-230.
- Kaya, L. (2020). Türkiye’de tüketici güven endeksi ile döviz kuru arasındaki ilişki: Fourier fonksiyonları yaklaşımı. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(4), 598-608.
- Kaygısız, A. D. (2019). Türkiye’de tüketici ve reel kesim güven endeksi ile seçilmiş makro değişkenler arasındaki ilişki: 2010-2018, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 17, 314-332.
- Korkmaz, T. ve Çevik, E. (2009). Reel kesim güven endeksi ile İMKB 100 Endeksi arasındaki dinamik nedensellik ilişkisi. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 38(1), 24-37.
- Küçükçaylı, F. M. ve Akıncı, G. Y. (2018). Tüketici güveninin makroekonomik belirleyicileri: bir zaman serisi analizi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 459-472.
- Nowzohour, L. ve Stracca, L. (2020). More than a feeling: confidence, uncertainty, and macroeconomic fluctuations. *Journal of Economic Surveys*, 34(4), 691-726.
- Olgaç, S. ve Temizel, F. (2008). Yatırımcı duyarlılığı hisse senedi getirileri ilişkisi: Türkiye örneği. *TISK Akademi*, 3(6).
- Otoo, M. (1999). *Consumer sentiment and the stock market*. (Working Paper) Federal Reserve Board Finance and Discussion Series.
- Özakarlı, H. ve Küçükşille, E. (2020). Çeşitli finansal değişkenler ile tüketici güven endeksi arasındaki ilişkinin incelenmesi: Türkiye örneği. *Muhasebe ve Finans İncelemeleri Dergisi*, 3(1), 46-54.
- Özpinar, Ö. ve Özman, H. (2017, May). Türkiye-ABD güven endekslerinin kavramsal çerçevesindeki farklılıklar ve kur-endeks ilişkisi, *V. Anadolu International Conference in Economics Bildiriler Kitabı*, 11-13 Mayıs 2017, Eskişehir, 1-30.
- Salhin, A., Sherif, M. ve Jones, E. (2016). Managerial sentiment, consumer confidence and sector returns. *International Review of Financial Analysis*, 47, 24-38.
- Sarı, S. S. ve Iğın, K. S. (2018). Makroekonomik Faktörler ile tüketici güven endeksi arasındaki nedensellik ilişkisi: Türkiye örneği. *International Congress on Political, Economic and Social Studies*, 394-402.
- Schwarz, G. (1978). Estimating the dimension of a model. *Annals of Statistics*, 6(2), 461-464.
- Tekin, B. ve Cengiz, S. (2018). Pay senedi piyasası ile tüketici güven endeksi arasındaki nedensellik ve eşbütünleşme ilişkileri: Borsa İstanbul’da bir uygulama. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 5(29), 3837-3847.
- Toda, H. Y. ve Yamamoto, T. (1995). Statistical inference in vector autoregressions with possibly integrated processes. *Journal of Econometrics*, 66(1-2), 225-250.
- Topuz, Y. V. (2011). Tüketici güveni ve hisse senedi fiyatları arasındaki nedensellik ilişkisi: Türkiye örneği. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(1), 53-65.
- TÜİK (2021). *Ekonomik güven endeksinde yapılan ana revizyona ilişkin metodolojik doküman*. Erişim adresi: https://www.tuik.gov.tr/indir/metodolojikDokumanlar/ege_metod_tr_2021_01.pdf, (29.01.2021).

Ek 1. Türkiye Örneğinde Ampirik Literatür Özeti

Çalışma	Veri Dönemi	Analiz Tekniği	Değişkenler	Bulgular
Kandır (2006)	2002:2-2005:6	Regresyon	CNBC-e TGE, 28 Mali Sektör Şirketin Hisse Senedi Getirisi, Şirket Büyüklüğü, Değer Primi ve DİBS Endeksi	TGE, mali sektör hisse senetlerinin çoğunluğu için önemli bir faktördür.
Olgaç ve Temizel (2008)	2004:1-2007:5	Eşbütünleşme	TGE, İMKB-30 (BİST-30), Tüketici Fiyat Endeksi ve DİBS Endeksi	Hata düzeltme modeli sonuçlarına göre, TGE üzerinde BİST-30 Endeksi'nin pozitif yönlü, DİBS Endeksi'nin ise negatif yönlü etkisi vardır.
Korkmaz ve Çevik (2009)	1987:12-2008:10	EGARCH Modeli ve Dinamik Nedensellik Testi	RKGE ve İMKB-100 (BİST-100) Endeksi Getirisi	BİST-100 Endeks Getirisi ve RKGE birbirlerini pozitif yönlü etkilemektedir.
Çelik, Aslanoğlu ve Deniz (2010)	2008:1-2009:10	Eşbütünleşme	CNBC-e TGE, BİST-100 Endeksi, Dolar Kuru ve Tahvil Faiz Oranı	Döviz Kuru ve Tahvil Faiz Oranları beklentiye uygun olarak TGE üzerinde negatif yönlü etkiye sahiptir. Ancak beklentiye ters olarak, BİST-100 Endeksi de TGE'yi negatif yönlü etkilemektedir.
Görmüş ve Güneş (2010)	2002:1-2008:12	Eşbütünleşme, Granger Nedensellik Testi, GARCH-M ve Regresyon	CNBC-e TGE, Reel Döviz Kuru, Dünya Borsa Endeksi, Tüketici Fiyat Endeksi, Sanayi Üretim Endeksi, ABD ve Türkiye Sanayi Üretim Endeksi farkı, Enflasyon Oranı Farkı, Para Arzı Farkı ve Faiz Oranı Farkı	Granger nedensellik bulgularına göre CNBC-e TGE, Reel Döviz Kuru ve BİST-100 Endeksi'nin nedeni değildir. Ancak Reel Döviz kuru ve BİST-100 Endeksi CNBC-e TGE'nin nedenidir.
Topuz (2011)	2004:1-2009:1	Granger Nedensellik Testi	TGE ve İMKB-100 (yeni adıyla BİST-100) Endeksi	TGE'den BİST-100 Endeksi'ne doğru bir nedensellik ilişkisi bulunamamışken, BİST-100 Endeksi TGE'nin nedenidir.
Gürgür ve Kılınç (2015)	2004:1-2015:4	Eşbütünleşme	TGE, Dolar Kuru, Tüketici Kredi Faiz Oranı, İşsizlik Oranı, Sanayi Üretim Endeksi, Tüketici Fiyat Endeksi	Gerek kısa gerekse uzun dönemde Döviz Kuru, TGE'yi negatif yönlü etkilemektedir.
Beşel ve Yardımcıoğlu (2016)	2005:1-2014:10	Yapısal Kırılmalı Eşbütünleşme ve Nedensellik Testi	TGE, Reel Efektif Döviz Kuru, Petrol Fiyatları ve İşsizlik	Döviz Kuru, TGE'nin nedenidir ancak TGE Döviz Kuru'nun nedeni değildir.
Eyüboğlu ve Eyüboğlu (2017)	2012:1-2016:10	Eşbütünleşme	EGE ve BİST-100, BİST Hizmetler, BİST Sınai Endeksleri	Hata düzeltme modeli sonuçlarına göre EGE, BİST-100, BİST Hizmetler ve BİST Sınai Endeksleri'nin nedenidir.
İskenderoğlu ve Akdağ (2017)	2015:5-2017:8	Frekans Nedensellik Testi	FHGE, BİST-100 Getirisi ve Net Fonlama Tutarı Yüzde Değişimi	FHGE ile BİST-100 getirisi arasında çift yönlü nedensellik olduğu belirlenmiştir. Net fonlama ise FHGE'nin nedeni olmadığı, ancak orta vadede ve geçici olarak FHGE'nin Net Fonlama'nın nedeni olduğu tespit edilmiştir.
Özpinar ve Özman (2017)	2004:1-2016:12	Regresyon, Eşbütünleşme ve Nedensellik Testi	TGE ve Döviz Kuru (Dolar)	Döviz Kuru, TGE'nin nedeni olarak bulunmuştur. Ancak TGE'den Döviz Kuru'na doğru bir nedensellik belirlenmemiştir.

Çalışma	Veri Dönemi	Analiz Tekniği	Değişkenler	Bulgular
Küçükçaylı ve Akıncı (2018)	2004:1-2017:7	Eşbütünleşme ve Granger Nedensellik Testi	TGE, BİST-100 Endeksi, Altın, Döviz Sepeti, Enflasyon, Mevduat Faiz Oranı, Petrol Fiyatı, Sanayi Üretim Endeksi ve İşsizlik Oranı	Nedensellik testi bulgularına göre TGE ile BİST-100 Endeksi ve Döviz Sepeti çift yönlü nedensellik ilişkisine sahiptir. Ayrıca TGE'den Altın'a doğru ve Mevduat Faiz Oranı'ndan TGE'ye doğru tek yönlü nedensellik ilişkileri belirlenmiştir.
Sarı ve İlgin (2018)	2011:1-2018:8	Eşbütünleşme ve Nedensellik Testi	TGE, Enflasyon, Döviz Kuru, Ağırlıklı Ortalama Fonlama Maliyeti	Döviz Kuru ve TGE arasında çift yönlü nedensellik belirlenmiştir. Ayrıca elde edilen bulgulardan bir diğeri TGE'den Ağırlıklı Fonlama Maliyeti'ne doğru bir nedenselliğin bulunmasıdır.
Tekin ve Cengiz (2018)	2004:1-2017:8	Eşbütünleşme ve Nedensellik Testi	TGE ve BİST-100 Endeksi	BİST-100 Endeksi'nden TGE'ye doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi belirlenmiştir.
Akkuş ve Zeren (2019)	2011:1-2018:08	Saklı Eşbütünleşme ve Asimetrik Nedensellik Testi	TGE ve Katılım-30 Endeksi	Herhangi bir nedensellik ilişkisinin olmadığı ancak pozitif şoklarda eşbütünleşme ilişkisine rastlanmıştır.
Alaçahan ve Akarsu (2019)	2004:2-2018:6	Regresyon	TGE, BİST-100 Endeksi ve Kurumsal Şirket Endeksli Tahvil Getiri Oranları	TGE ve Tahvil Getiri Oranı BİST-100 Endeksini negatif yönlü etkilemektedir.
Baştürk (2019)	2004:1-2019:3	Eşbütünleşme ve Granger Nedensellik Testi	TGE ve BİST-100 Getiri Endeksi	TGE'den BİST-100 Getiri Endeksi'ne doğru bir nedensellik ilişkisi bulunamamışken, BİST-100 Getiri Endeksi TGE'nin nedenidir.
Gökalp (2019)	2003:12-2018:12	Çok Değişkenli GARCH Modeli	TGE ve BİST-100 Endeksi	TGE 'den BİST-100 Endeksi'ne doğru bir yayılmanın olduğu, ancak BİST-100 Endeksi'nden TGE'ye doğru bir ilişki belirlenmemiştir.
Güngör (2019)	2007:1-2017:12	Granger Nedensellik Testi	EGE, Altın Reel Getirisi ve Dolar Reel Getirisi	EGE, Altın ve Dolar getirisinin nedeni olmadığı, ancak hem Altın hem de Dolar getirisi EGE'nin nedeni olduğu belirlenmiştir.
Kaygısız (2019)	2010:1-2018:12	Granger Nedensellik Testi ve VAR Modeli	TGE, RKGE, Tüketici Fiyat Endeksi, Döviz Kuru, BİST-100 Endeksi, Sanayi Üretim Endeksi, İstihdam Oranı ve Gösterge Faiz Oranı (Tahvil)	TGE ve BİST-100 Endeksi arasında herhangi bir nedensellik ilişkisi bulunamamıştır. TGE'den Döviz Kuru'na da bir nedensellik bulunamamış ancak Döviz Kuru'ndan TGE'ye doğru nedensellik ilişkisi belirlenmiştir. Ayrıca RKGE ile Gösterge Tahvil Faiz Oranı arasında çift yönlü bir nedensellik olduğu tespit edilmiştir.
Arabacı ve Özdemir (2020)	2012:1-2018:6	Eşbütünleşme ve Granger Nedensellik Testi	TGE ve Döviz Kuru (Dolar)	Döviz kurundan TGE'ye doğru nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Ancak TGE, Döviz kurunun nedeni değildir.
Aytekin (2020)	2008:1-2020:3	Eşbütünleşme ve Granger Nedensellik Testi	EGE, Reel Döviz Kuru ve Toplam Sanayi Üretimi	Reel Döviz Kuru, EGE'nin nedenidir. Ancak EGE, Reel Döviz Kuru'nun nedeni değildir.
Barışık ve Dursun (2020)	2007:1-2019:12	Eşbütünleşme ve Granger Nedensellik Testi	EGE, Altın Fiyatı ve ABD Doları	Altın ve Dolar EGE'nin nedenidir. EGE ise Altın fiyatlarının %10 anlam düzeyinde nedeni olup, Dolar kurunun nedeni değildir.
Baş ve Kara (2020)	2012:1-2019:9	Eşbütünleşme	TGE, Döviz Kuru ve Faiz Oranı	TGE üzerinde Döviz kuru negatif yönlü etkiye sahiptir. Ancak Faiz Oranının TGE üzerinde etkisi yoktur.

Çalışma	Veri Dönemi	Analiz Tekniği	Değişkenler	Bulgular
Beşiktaşlı ve Cihangir (2020)	2005:1-2019:4	Eşbütünleşme ve Granger Nedensellik Testi	TGE, Altın, Dolar, Kredi Faiz Oranı, Mevduat Faiz Oranı, BİST-100 Endeksi, DİBS Faiz Oranı, Tüketici Fiyat Endeksi, Üretici Fiyat Endeksi ve İşsizlik	TGE, DİBS Faiz Oranı hariç, Altın, Dolar, Mevduat Faiz Oranı, BİST-100 Endeksi'nin nedeni değildir. Fakat Dolar, BİST-100 Endeksi ve DİBS Faiz Oranı TGE'nin nedenidir.
Kaya (2020)	2004:1-2020:5	Eşbütünleşme ve Bootstrap Nedensellik Testi	TGE ve Döviz Kuru (Dolar)	Döviz kuru, TGE'yi negatif yönlü etkilemekte ve Döviz Kuru'ndan TGE'ye doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi belirlenmiştir. Ancak TGE, Döviz Kuru'nun nedeni değildir.
Kocabıyık ve Alptürk (2020)	2012:5-2019:9 ve 4 Ocak 2016 - 30 Eylül 2019	Nedensellik Testi	TGE, FHGE, BİST-100 Endeksi ve Kredi Temerrüt Takas Primleri	BİST-100 Endeksi TGE'nin nedeni değilken, FHGE'nin nedenidir. Ayrıca TGE'den BİST-100 Endeksi'ne doğru bir nedensellik bulunmuş, fakat FHGE'ne doğru bir nedenselliğe rastlanmamıştır.
Özakarlı ve Küçüksille (2020)	2006:7-2019:6	Eşbütünleşme	TGE, BİST-100 Endeksi, Döviz Sepeti ve Gösterge Faiz Oranı (Tahvil)	TGE'yi uzun dönemde BİST-100 Endeksi pozitif, Döviz Sepeti negatif yönlü etkilemektedir. Gösterge Faiz Oranı'nın ise TGE üzerinde bir etkisinin olmadığı belirlenmiştir.

BURDUR GENÇLİK VE SPOR İL MÜDÜRLÜĞÜ ÇALIŞANLARININ LİDER OLMA ENDİŞELERİNİN İNCELENMESİ*

INVESTIGATION OF THE WORRIES ABOUT LEADERSHIP OF THE PERSONNELS AT PROVINCIAL DIRECTORATE OF YOUTH AND SPORT IN BURDUR

Dr. Öğr. Üyesi Hasret ÖZTÜRK¹

ÖZ

Araştırmanın amacı Burdur Gençlik ve Spor İl Müdürlüğünde çalışan personelin lider olma endişe düzeylerini tespit etmektir. Bu amaçla betimsel tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmaya Burdur Gençlik ve Spor İl Müdürlüğünde çalışan 38 memur ve 207 işçi olmak üzere 245 kişi katılmıştır. Araştırmanın verileri araştırmacı tarafından İngilizce'den Türkçe'ye uyarlanan lider olma endişesi ölçeği kullanılarak toplanmıştır. Araştırmanın analizleri Burdur Gençlik ve Spor İl Müdürlüğünde çalışan personelin lider olma endişesi algıları istihdam türü, cinsiyet, medeni durum, mesleki kıdem, eğitim düzeyi, geçmiş yöneticilik deneyimi, yönetici olma istekleri değişkenlerine göre yapılmıştır. Buna göre çalışanların lider olma endişelerinin istihdam türü, cinsiyet, eğitim düzeyi, geçmiş yöneticilik deneyimi, yönetici olma istekleri değişkenlerine göre farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmada elde edilen veriler sonucunda çalışanların lider olma endişelerini azaltmak için liderliğe hazırlayıcı temel eğitimler ile kriz ve stres yönetimi eğitimleri önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kamu Sektörü, Lider, Lider Olma Endişesi.

JEL Sınıflandırma Kodları: J18, M12.


ABSTRACT

The aim of the study is to find out the perceptions on the worries about leadership of the personnel who work at Burdur Provincial Directorate of Youth and Sport. For that purpose, descriptive survey model is used. 245 personnel working at the Burdur Provincial Directorate of Youth and Sport, consisting of 38 officers and 207 workers, attend the research. The data of the research are collected by the researcher by using the worries about leadership scale which is adapted to Turkish from its English version. The analysis of the study is carried out in accordance with the variables of the personnel who work at Burdur Provincial Directorate of Youth and Sport, such as perceptions on worries about leadership, type of employment, gender, marital status, professional seniority, educational level, past leadership experiences, the will to become a leader. In conclusion, it is found out that the worries about leadership of the personnel differ on the basis of variables such as type of employment, gender, educational level, past leadership experiences, the will to become a leader. Considering the data obtained during the research, basic trainings preparatory for leadership and trainings on crisis and stress management is offered to reduce the personnel's worries about leadership.

Keywords: Public Sector, Leader, Worries about Leadership.

JEL Classification Codes: J18, M12.

* Bu çalışma için Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Etik Kurulundan 2021/01 toplantı ve 2021/25 sayılı ve 06.01.2021 tarihli etik kurul onayı alınmıştır.

¹  Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü, hozturk@mehmetakif.edu.tr

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

The aim of the research is to determine the level of worries about leadership of the personnel who work at Burdur Provincial Directorate of Youth and Sport. Accordingly, the scope of the research consists of the officers who work at Burdur Provincial Directorate of Youth and Sport.

Design/methodology/approach:

Descriptive survey model was used as the research model. The descriptive survey model is used in research to determine the perspectives and perceptions of the sample group over the subject being researched. In this direction, descriptive survey design was used to determine the levels of worries about leadership of the personnel who work at Burdur Provincial Directorate of Youth and Sport (Dönmez and Uslu; 2013: 4). 245 personnel working at the Burdur Provincial Directorate of Youth and Sport, consisting of 38 officers and 207 workers, attended the research. Accordingly, the data obtained from 38 officers and 207 workers were analyzed.

Findings:

It was found out that the worries about leadership of the personnel were differed on the basis of variables such as type of employment, gender, educational level, past leadership experiences, the will to become a leader, but not differed on the basis of variables such as marital status and professional seniority.

Conclusion and Discussion:

As a result of the findings obtained, it was found out that the personnel of the Burdur Provincial Directorate of Youth and Sport in Burdur have a high level of worries about leadership. Besides, this might have been due to the personal characteristics of the employees such as lack of knowledge and self-reliance, it might also be due to the restrictive and detailed legislation in organizational structure restricting the range of action, and the reaction by the personnel to the requests for change in the corporate structure that the leadership role would bring (Anderson, Brien, McNamara, O'Hara and McIsaac, 2011; Chan and Drasgow, 2001; Şahin and Gül, 2011: 246-247). The worries of the officers about leadership are lower in the sub-scale "failure" compared to workers. This situation may be due to the fact that the officers have a wider field of duty than workers on the ground they are subject to State Personnel Law numbered 657, and they have more control over the organizational structure and work processes. On the other hand, the fact that there is no difference in the sub-scales of the "worries about the balance of work and private life" and "the worries of hurting himself and his colleagues" may be due to the regulation of working conditions with predictable legislation. In other words, the fact that the officers are subject to the State Personnel Law numbered 657 and the Labor Law numbered 4857 can shape their working conditions, the time they devote to themselves and their private lives, and their sensitivity towards their colleagues. It is observed that women have higher levels of worries in the sub-scale of fear of hurting themselves and their colleagues compared to men. This may be due to the roles society gives to women. Women have more sensitive, compassionate, protective and mother roles than men. For this reason, it is likely that they will show more sensitivity about not hurting themselves and those around them (Günay and Bener, 2011: 167; Pekel, 2019: 31-33). It is observed that gender roles do not have an effect in the sub-scale of worries of failure. In the same direction, Çekiç (2016: 87) concluded that personnel's worries about leadership are not affected by the gender factor. The fact that there is no difference in terms of gender in worries about the balance of work and private life can be explained by the fact that the working hours and vacation times of female and male personnel are regulated by the State Personnel Law numbered 657 and the Labor Law numbered 4857, so that the workers have the opportunity to allocate enough time to their business and family lives. It is observed that personnel, who graduated high school or have a lower educational level, have high levels of worries about failure and those who graduated associate's degree and above education level are found to have low level. In the same direction, Elmuti, Minnis and Abebe (2005: 1026) stated that the skills of the personnel improved, their self-reliance increased and their fear of failure decreased in proportion to educational level. In other words, it was stated that as the education level of public personnel working in conditions where corporate pressure elements are felt intensely, such as legislation, their awareness of this institutional environment may increase and they can build up knowledge about how to respond to the demands of the institutional environment. The fact that there is no significant difference between the worries about the balance of work and private life and the worry of hurting themselves and their colleagues according to the educational level may be due to the fact that the relevant legislation, which regulates working conditions, give the same rights and responsibilities to all personnel. The personnel, who did not have previous management experience, had high levels of anxiety in the sub-scales of worries of failure and the worry of hurting themselves and their colleagues. Similarly, according to Araç Ilgar (2019: 70-75), public personnel, who had more managerial experience, have enough confidence in themselves because they have experienced work processes before, and this situation reduces their levels of worries. The fact that there is no difference in the sub-scale of the worries of not being able to balance work and private life among personnel may be due to the fact that the relevant legislation, which regulates work and private life, provides equal rights to all personnel.

1. GİRİŞ

Toplumsal yaşamın her alanında görülen liderler son zamanlarda iş yaşamında da önem kazanmaya başlamıştır. Özellikle örgütlerin amaçlarına ulaşmasında etkinlik ve verimliliğin sağlanmasında liderler önemli rollere sahiptir (Tunçer, 2011: 76). Genelde çalışanlar lider olmanın sağlayacağı avantajlardan faydalanmak için bu rolü üstlenmeyi istemektedirler. Fakat lider olmak olası başarısızlıkları, yoğun iş temposunu, emrinde çalışanlarla yaşanabilecek sorunları da beraberinde getirmektedir. Bu durum bazı çalışanları lider olma konusunda bir takım kaygılara ve kararsızlıklara sevk etmektedir. Bununla birlikte çalışanların lider olma endişelerini lider olacağı örgüt yapısı da önemli ölçüde etkilemektedir (Anderson, Brien, McNamara, O'Hara ve McIsaac, 2011; Chan ve Drasgow, 2001).

Özellikle kamu örgütlerinin uygulamak zorunda oldukları katı mevzuat, hiyerarşik örgüt yapısı, rutinleşmiş faaliyetler ve iş süreçleri ile değişime karşı olan çalışanlar kamu örgütlerinde lider olma endişelerini daha da artırabilmektedir. Fakat kamu örgütlerinin hedeflerine ulaşması için değişimi gerçekleştirecek, çalışanlara yön verecek bir lidere her zaman ihtiyacı bulunmaktadır (Şahin, Taşpınar, Eryeşil ve Örselli, 2016: 75-76). Bu nedenle kamu çalışanların lider olma endişelerini tespit edilmesi ve endişelerini azaltacak çözüm önerileri sunulması önem arz etmektedir. Bu kapsamda bu çalışmanın amacı Burdur Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü çalışanlarının lider olma endişelerinin belirlenmesidir.

2. LİDER KAVRAMININ TANIMI VE ÖNEMİ

Lider kavramının tanımı kültürlere ve kişilere göre farklılık gösterebilmektedir (Baloğlu, 2011: 128). Ama genel olarak lideri tanımlayacak olursak lider, içinde bulunduğu ortam ve durumları değiştiren ve bu değişim doğrultusunda kişileri harekete geçiren kişi olarak tanımlanmaktadır (Çelik, 1997: 470-471). İş yaşamında lider ise örgütlerin geleceğe yönelik hedeflerine ulaşması için çalışanlarına yeni ilke ve prensipler benimseten, bu ilke ile prensipler doğrultusunda çalışanları motive eden ve değişimi başlatan ve yöneten kişi olarak ifade edilebilir. Bu doğrultuda lider çevreden etkilenen değil, çevresini etkileyen, değişimi gerçekleştiren (Eraslan, 2004: 4) ve yeni bir örgüt kültürü oluşturan kişi olarak karşımıza çıkmaktadır (Tunçer, 2011: 63). Lider, örgütün amaçlarına ulaşmasında ve başarısında önemli rol oynamaktadır. Çünkü örgütsel başarıda vazgeçilmez kaynaklardan biri olan insan kaynağı tanımak, harekete geçirmek, etkinliğini ve verimliliğini sağlamak gibi görevler ancak liderler tarafından yerine getirebilmektedir (Yeşil, 2016: 175-176).

İş yaşamında liderin bir takım özelliklere sahip olması gerekmektedir. Bunlar, tüm çalışanlar tarafından benimsenen vizyon ortaya koymak (Tahaoglu ve Gedikoğlu, 2009: 280), yaratıcı fikir ve düşünceler sunmak, etkili ve doğru iletişim tekniklerini kullanarak motivasyon yaratmak, zorluklar, stres ve eleştiriler karşısında duygusal açıdan dayanıklı olmak, özgüven ve cesarete sahip olmak, gerektiğinde risk alabilmek ve değişimin öncüsü olmak şeklinde sıralanmaktadır (Eraslan, 2004: 13-29). Görüldüğü üzere lider olmak birtakım ağır sorumlulukları, yükümlülükleri ve çatışmaları da beraberinde getirmesi muhtemeldir.

3. LİDER OLMA ENDİŞESİ

Lider olmak her şeyden önce bireysel bir tercih meselesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Genellikle de arzu edilen ayrıcalıklı bir konum olarak tasvir edilmektedir. Fakat ağır sorumluluklar ve özel yaşamda verilen tavizler liderliği toplumun büyük çoğunluğu tarafından arzu edilmeyen, hatta kaçınılan bir duruma dönüştürebilmektedir. Bu özellikleri nedeniyle lider rolü ilgili kararların genellikle uzun ve çetrefilli bir karar süreci sonunda verilmesine yol açabilmektedir. Başka bir ifadeyle, lider olmak insanların üstlenmek için can attığı ve mutlulukla kucakladığı bir rol olmayabilir. Hatta başarılı ve yetenekli çalışanlar çoğunlukla öne çıkmayı, yöneticilik ve lider rollerini üstlenmeyi reddetmektedir. Bu durum, iş yaşamında liderliğin çoğunlukla eksikliği hissedilen bir göreve dönüşmesine yol açmaktadır (Epitropaki, 2018). Aycan ve Shelia (2019) örgütlerde liderliğin teşvik edildiği halde çalışanların neden liderlik rolünden kaçındıklarını betimlemek için "Lider Olma Endişesi" kavramını geliştirmiştir. Lider olma endişesi hem yüksek lider olma potansiyeli olduğu halde ileri çıkmayan insanların durumunu hem de kadınlar gibi üst kademelerde yeterince temsil edilmeyen grupların durumunu betimlemeye kolaylık sağlayabilmektedir. Lider olmak genellikle örgütün hiyerarşisi içinde formel bir rol üstlenmeyi gerektirmektedir. Fakat lider olma endişesi insanların lider olma veya olmama yönündeki seçimlerinin duygularının etkisi altında şekillendiği varsayımına dayanmaktadır (Aycan ve Shelia, 2019).

Lider olma endişesi üç boyuttan oluşmaktadır. Bunlar başarısız olma endişesi, iş-yaşam dengesizliğine ilişkin endişe ile kendine ve diğer insanlara zarar verme endişesidir. Liderler de zaman zaman başarısızlıklar yaşamakta ve başarısızlıkların sonuçlarıyla mücadele etmektedirler. Başarısızlık yalnızca takipçilerin hoşnutsuz olmalarına yol açmamaktadır. Aynı zamanda liderlerin kendi yetkinlikleri sorgulamalarına neden olmaktadır. Bu nedenle, günlük yaşamında kaygıdan uzak olan insanlar dahi lider olmaları söz konusu olduğunda endişeye kapılabilmektedir (Giessner ve Van Knippenberg, 2008).

Benzer şekilde iş-yaşam dengesizliği özerklik ihtiyacının karşılanmasına tehdit oluşturmaktadır. Lider rolü iş yaşamındaki özerklik düzeyini artırırken toplumsal yaşamdaki özerkliği kısıtlayabilir. Özellikle ailelerine ve özel yaşamlarına yeterince vakit ayıramamaları liderlerin en çok şikâyet ettikleri konular arasında yer almaktadır (Brue, 2018). Son olarak, liderlerin verdikleri kararların kendine ve diğer insanlara zarar verme olasılığı insanlar için güçlü bir endişe kaynağı olabilmektedir. Zira bu durum ilişki kurma ihtiyacının tatmin edilmesine yönelik bir tehdittir. Özellikle istismarcı ve yıkıcı lider davranışlarına ilişkin farkındalığın artması, insanların lider rolünün olumsuz sonuçları hakkındaki endişelerini pekiştirmektedir (Aycan ve Shelia, 2019).

Benzer duruma kamu örgütlerinde rastlanmaktadır. Hatta kamu yönetimi alanında liderlik konusunda eğitim görenlerde dahi liderlik olmak söz konusu olduğunda isteksizlik gözlenebilmektedir. Lider imajıyla ilgili sorunlar, iş yükü, önyargı, kişilik, yetersizlik hissi, kurumsal çevrenin kısıtlayıcılığı ve çevresel belirsizlik gibi etkenler liderliği kamu çalışanları için endişe verici bir role dönüştürebilmektedir (Anderson, Brien, McNamara, O'Hara ve McIsaac, 2011; Chan ve Drasgow, 2001). Ayrıca kamu sektörlerine özgü durumlar kişinin lider olma isteğine ket vurmakta ve liderlik rolleri ve uygulamaları ile tezatlık oluşturmaktadır. Bunlar, merkezden yönetim tarzının benimsenmesi, yetki devrinin kısıtlı olması, günlük işlerin dışına çıkmaktan çekingen davranan üst yönetimin ve çalışanların olması, değişiklere karşı çıkan yapının bulunması, uzun dönemli planlamaların olmaması, yönetici ve çalışanlar arasında etkin iletişim ağının sağlanamaması ve nepotizm şeklinde sıralanmaktadır (Şahin ve Gül, 2011: 246-247).

Yukarıdaki açıklamalar ışığında genel olarak Burdur Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü çalışanlarının lider olma endişelerinin yüksek düzeyde çıkması beklenebilir. Ayrıca memurların lider olma endişelerinin işçilere göre daha düşük düzeyde çıkması beklenmektedir. Çünkü memurların 567 sayılı Devlet Memurları Kanuna tabi olmaları nedeniyle geniş görev tanımlarına sahiptirler. Bu nedenle kurumun iş ve işleyiş süreçlerine hâkimdirler. Bununla birlikte yükselme ihtimallerinin işçilere göre daha yüksek olması lider olmaya onları daha hazırlıklı hale getirebilmektedir. Bu doğrultuda alanyazında Rigby, (2014), Spillane, Hallett ve Diamond, (2003) kamu kurumlarında çalışanların lider olma endişelerini etkileyen önemli faktörün iş yaşamını düzenleyen kanunlar olduğunu ifade etmişlerdir.

Kadınların lider olma endişelerinin erkeklere göre daha yüksek düzeyde olması beklenebilir. Çünkü iş yaşamında kadınların liderlik rolü ile bağdaşmadıklarına yönelik örtük bir ön yargı bulunmaktadır. Ayrıca kadınların kendilerinden kaynaklanan ailelerine vakit ayırma endişesi gibi etkenler de lider olma endişelerini olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Akbaş ve Korkmaz, 2017: 74-75; Mızrahi ve Aracı, 2010: 150).

Bekâr çalışanların evlilere göre daha az lider olma endişelerine sahip olmaları beklenebilir. Çünkü bekâr çalışanlar evlilere nazaran daha az rol ve sorumluluklara sahiptirler. Bu nedenle lider olma konusunda daha çok istekli olabilmektedirler (Binen, 2013: 75).

Mesleki kıdemi fazla olan çalışanların lider olma endişelerinin daha az düzeyde çıkması beklenebilir. Çünkü mesleki kıdem arttıkça çalışanların deneyim ve tecrübeleri artmaktadır. Bu nedenle mesleki kıdemi fazla olan çalışanların liderlik rolü üstlenme konusunda görece daha istekli olduklarını ileri sürmek mümkündür (Hoşgör, Hoşgör ve Memiş, 2016: 354).

Eğitim durumu yüksek çalışanların lider olma endişelerinin daha yüksek düzeyde çıkması beklenmektedir. Çünkü eğitim düzeyi yüksek çalışanlar çalıştıkları kurumun iş ve işleyişinde ne tür sorunların olduğunu daha çok farkında olduklarından endişe düzeyleri de yüksek olabilmektedir (Soysal ve Baynal, 2016: 261).

Daha önce yöneticilik yapmış çalışanların lider olma endişelerinin daha düşük düzeyde çıkması beklenmektedir. Çünkü daha önce yöneticilik yapan çalışanlar geçmiş deneyimlerinden dolayı örgütsel yapıyı daha iyi tanımaktadırlar. Aynı zamanda kendilerine olan özgüvenleri daha fazladır. Aynı şekilde yöneticilik yapma ve kariyer planlaması düşüncesi olan çalışanların lider olma endişe düzeylerinin düşük düzeyde çıkması beklenmektedir. Çünkü liderlik rolü birlikte planladıkları arzu ettikleri mevki ve kariyer hedeflerine ulaşma imkânı

bulabileceklerini düşünmektedirler. Bu durum endişeden çok istekliliği öne çıkarabilmektedir (Araç Ilgar, 2019: 74-75; Günay ve Özbilen, 2018: 1341).

Yukarıdaki açıklamalar doğrultusunda, bu çalışmanın temel amacı Burdur Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü çalışanlarının lider olma endişesi düzeylerinin belirlenmesidir. Bu temel amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevap aranmaya çalışılmıştır.

- Burdur Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü çalışanlarının lider olma endişeleri ne düzeydedir?
- Burdur Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü çalışanlarının lider olma endişesi düzeyleri istihdam türü, cinsiyet, medeni durum, meslekteki kıdem ve eğitim durumu, geçmiş yöneticilik deneyimi, herhangi bir kurumda yönetici olma veya daha üstü görevlerde kariyer yapma düşüncelerine göre farklılık göstermekte midir?

4. YÖNTEM

Bu bölümde araştırma deseni, evren ve örneklem, veri toplama aracı ve veri analizine ilişkin başlıklara yer verilmiştir. Ayrıca bu çalışmanın etik kurallara uygunluğu, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi'nin 06.01.2021 tarih ve 2021/01 toplantı ve 2021/25 karar numaralı etik kurul raporu ile onaylanmıştır.

4.1. Araştırma Deseni

Araştırma deseni olarak betimsel tarama deseni kullanılmıştır. Betimsel tarama deseni araştırmalarda örneklem grubunun araştırılan konuyla ilgili bakış açıları ve algılarını belirlemek amacıyla kullanılmaktadır. Bu doğrultuda Burdur Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü çalışanlarının lider olma endişe düzeylerini belirlemek amacıyla betimsel tarama deseni kullanılmıştır (Dönmez ve Uslu, 2013: 4)

4.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmaya Burdur Gençlik ve Spor İl Müdürlüğünde çalışan 38 memur ve 207 işçi olmak üzere 245 kişi katılmıştır. Araştırmada tabakalı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Tabakalı örnekleme yönteminin kullanılması nedeni araştırma yapılan kurumda iki ayrı istihdam türü bulunmasından kaynaklanmaktadır. Veriler ilgili kurumdan izin alınarak toplanmıştır. Yapılan ilk analizler neticesinde uç değer bulunmadığı tespit edilmiş bu nedenle herhangi bir katılımcıdan elde edilen veri çıkarılmamıştır.

4.3. Veri Toplama Aracı

Aycan ve Shelia, (2019) tarafından geliştirilen ölçek, üç dil uzmanı tarafından İngilizce'den Türkçe'ye çevrilmiştir. Yapılan çeviriler araştırmacı tarafından incelenerek ölçeğin Türkçe taslağı oluşturulmuştur. Oluşturulan taslak Türk dili ve kamu yönetimi alanında uzman 7 akademisyene gönderilerek görüşleri alınmıştır. Son şekli verilen ölçek yeniden üç dil uzmanı tarafından İngilizce'ye çevrilerek orijinali ile aralarında tutarlılık olup olmadığı incelenmiştir. Bu çalışmalar neticesinde ölçeğe son hali verilerek uygulama safhasına geçilmiştir. Ölçeğin geçerlik güvenilirlik analizi sonucunda açıklanan toplam varyans oranı %59.82 olarak bulunmuştur. Maddelerin faktör yük değerleri ile her bir faktörün açıkladığı varyans ve Cronbach Alfa değerleri Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Maddelerin Faktör Yük Değerleri ile Her Bir Faktörün Açıkladığı Varyans ve Cronbach Alfa Değerleri

Madde Sıra No	Başarısız Olma Endişesi	İş ve Özel Yaşam Dengesi H. Endişeler	Kendine ve Çevresine Zarar Verme Endişesi
1	.59		
13	.67		
15	.81		
9	.81		
5	.59		
2		.62	
14		.77	
16		.68	
6		.62	

Madde Sıra No	Başarısız Olma Endişesi	İş ve Özel Yaşam Dengesi H. Endişeler	Kendine ve Çevresine Zarar Verme Endişesi
4		.82	
8		.75	
11			.59
10			.60
12			.53
7			.50
3			.34
Açıklanan Varyans	%31.1	%18.4	%10.34
Cronbach Alfa	.74	.84	.81

Tablo 1’de görüldüğü gibi ölçek maddelerinin faktör yük değerleri .34 ile .82 arasında değişmektedir. Cronbach Alfa değerleri .74 ile .84 arasındadır.

4.4. Verilerin Analizi

Verilerin analizi için SPSS 22 programı kullanılmıştır. Verilerin normal dağılıp dağılmadığını belirlemek için grafik ve betimsel yöntemler kullanılmıştır. Grafik yöntemler arasında kutu-bıyık (boxplot) grafikleri ve Q-Q grafikleri kullanılmıştır. Kutu bıyık grafikleri incelendiğinde verilerin ortancalar etrafında bakışık yayıldığı görülmüştür. Q-Q grafikleri ise, gerçekleşen değerler ile beklenen değerler örtüşmesi sonucunda ortaya 45 derecelik açı yapan bir doğru ortaya çıktığını göstermektedir. Betimsel yöntemle verilerin normallik varsayımını karşılanıp karşılanmadığını belirlemek için çarpıklık ve basıklık katsayıları incelenmiştir. Çarpıklık ve basıklık katsayıları -1.5 ile +1.5 arasında bir değer olması önerilmektedir (Garson, 2012; 18-25). Bu çalışmada bu değerler -1.07 ile +0.31 arasında değişmektedir.

Verilerin analizinde ortalama, standart sapma gibi betimsel istatistikler kullanılmıştır. İstihdam türü, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, geçmişteki yöneticilik deneyimi, yönetici olma isteklerine göre katılımcıların lider olma endişelerinden farklılık gösterip göstermediği t-testi ile sınanmıştır. 21 yıl ve üzeri kıdeme sahip 14 katılımcı olduğu için mesleki kıdeme göre katılımcıların lider olma endişelerinin farklılaşıp farklılaşmadığı parametrik olmayan testler arasında yer alan Kruskal Wallis-H Testi ile sınanmıştır. Anlamlılık testleri 0.05 düzeyinde yapılmıştır.

5. BULGULAR

Aşağıda tablo 2’de başarısız olma endişesi alt boyutuna ilişkin aritmetik ortalama, standart sapma ve göreceli önem sıra değerleri sunulmuştur.

Tablo 2. Başarısız Olma Endişesi Alt Boyutuna İlişkin Aritmetik Ortalama, Standart Sapma ve Göreceli Önem Sıra Değerleri

Md. No.	İfadeler	Görev	\bar{X}	ss	Önem Sırası
1	Yaptığım hataların daha fazla göze batması	Memur	3.60	1.28	2
		İşçi	4.17	1.14	1
		Toplam	4.09	1.18	1
13	Kendime olan saygımı kaybetme	Memur	3.68	1.09	1
		İşçi	3.86	1.32	3
		Toplam	3.84	1.28	3
15	Küçük düşme ve utanç duyma	Memur	3.47	1.24	3
		İşçi	4.16	1.16	2
		Toplam	4.05	1.19	2

Md. No.	İfadeler	Görev	\bar{X}	ss	Önem Sırası
9	Kendimi kanıtlama gereksinimi	Memur	2.94	1.03	4
		İşçi	2.77	1.38	5
		Toplam	2.80	1.33	5
5	Daha sık olumsuz eleştiri ile karşılaşma	Memur	2.76	1.12	5
		İşçi	3.49	1.38	4
		Toplam	3.38	1.37	4
n= 254	Toplam	Memur	3.29	0.77	
		İşçi	3.69	0.90	
		Toplam	3.36	0.89	

Tablo 2 incelendiğinde memurların en çok katıldıkları ifadenin “ Kendime olan saygımı kaybetme” iken işçilerin en çok katıldığı ifadenin ise “yaptığım hataların göze batması” olduğu görülmektedir. Aşağıda tablo 3’te iş ve özel yaşam dengesi hakkında endişeler alt boyutuna ilişkin aritmetik ortalama, standart sapma ve görelî önem sıra değerleri sunulmuştur.

Tablo 3. İş ve Özel Yaşam Dengesi Hakkında Endişeler Alt Boyutuna İlişkin Aritmetik Ortalama, Standart Sapma ve Görelî Önem Sıra Değerleri

Md. No.	İfadeler	Görev	\bar{X}	ss	Önem Sırası
2	Aileme ihmal etme ihtimali	Memur	3.81	0.86	2
		İşçi	3.82	1.19	3
		Toplam	3.82	1.15	3
14	Ailevi yükümlülükleri yerine getirememe	Memur	3.97	1.02	1
		İşçi	4.31	1.06	1
		Toplam	4.26	1.06	1
16	Özel hayatın hiç kalmama riski	Memur	3.73	1.17	3
		İşçi	3.98	1.19	2
		Toplam	3.94	1.19	2
6	İş ve aile yaşamı arasındaki denge sağlayamama ihtimali	Memur	3.52	1.26	4
		İşçi	3.63	1.28	4
		Toplam	3.62	1.27	4
4	Uğraşlarıma zaman ayıramama	Memur	3.36	0.99	5
		İşçi	3.03	1.16	5
		Toplam	3.08	1.14	5
8	Arkadaş çevresine daha az vakit ayırma	Memur	3.15	1.05	6
		İşçi	2.93	1.15	6
		Toplam	2.97	1.14	6
n= 254	Toplam	Memur	3.59	0.75	
		İşçi	3.62	0.88	
		Toplam	3.61	0.86	

Tablo 3 incelendiğinde memurların en çok katıldığı ifadenin “Ailevi yükümlülükleri yerine getirememe” olurken, işçilerin en çok katıldığı ifadenin aynı şekilde “Ailevi yükümlülükleri yerine getirememe” olduğu görülmektedir. Aşağıda tablo 4’te kendine ve çevresine zarar verme endişesi alt boyutuna ilişkin aritmetik ortalama, standart sapma ve görelî önem sıra değerleri sunulmuştur.

Tablo 4. Kendine ve Çevresine Zarar Verme Endişesi Alt boyutuna İlişkin Aritmetik Ortalama, Standart Sapma ve Göreli Önem Sıra Değerleri

Md. No.	İfadeler	Görev	\bar{X}	ss	Önem Sırası
11	Aşırı kuralcı ve sert bir insana dönüşme	Memur	3.78	1.14	2
		İşçi	4.01	1.21	2
		Toplam	3.97	1.20	2
10	Eş veya arkadaşıyla sorun yaşama olasılığı	Memur	3.34	1.23	5
		İşçi	3.64	1.34	5
		Toplam	3.60	1.32	5
12	Sağlık sorunlarının ortaya çıkması	Memur	3.78	1.21	3
		İşçi	3.71	1.26	4
		Toplam	3.72	1.25	4
7	Verdiğim kararların çalışanları incitmesi	Memur	3.71	1.20	4
		İşçi	3.81	1.21	3
		Toplam	3.79	1.20	3
3	Emrinde çalışanlara adaletsiz davranma	Memur	4.52	1.03	1
		İşçi	4.66	0.84	1
		Toplam	4.64	0.87	1
n= 254	Toplam	Memur	3.83	0.91	
		İşçi	3.96	0.89	
		Toplam	3.94	0.89	

Tablo 4 incelendiğinde memurların en çok katıldığı ifade “Emrinde çalışanlara adaletsiz davranma” olurken, işçilerin en çok ifadenin aynı şekilde “Emrinde çalışanlara adaletsiz davranma” olduğu görülmektedir. Aşağıda tablo 5’te istihdam türüne göre bağımsız gruplar t-testi sonuçları sunulmuştur.

Tablo 5. İstihdam Türüne Göre Bağımsız Gruplar T-Testi Sonuçları

Alt Boyut	İstihdam Türü	n	\bar{X}	ss	sd	t	p
Başarısız Olma Endişesi	Memur	38	3.29	.77	243	2.57	.01
	İşçi	207	3.69	.90			
İş ve Özel Yaşam Dengesi	Memur	38	3.59	.75	243	.18	.857
	İşçi	207	3.62	.88			
K. ve Ç. Zarar Verme	Memur	38	3.83	.91	243	.87	.386
	İşçi	207	3.96	.89			

Tablo 5 incelendiğinde başarısız olma endişesi alt boyutunda istihdam türüne göre anlamlı bir farklılık bulunduğu görülmektedir ($p<0.05$). İşçilerin başarısız olma endişeleri memurlara nazaran daha yüksektir. Öte yandan iş ve özel yaşam dengesi hakkında endişeler ile kendine ve çevresine zarar verme endişesi boyutlarında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Aşağıda tablo 6’da cinsiyete göre bağımsız gruplar t-testi sonuçları sunulmuştur.

Tablo 6. Cinsiyete Göre Bağımsız Gruplar T-Testi Sonuçları

Alt Boyut	Cinsiyet	n	\bar{X}	ss	sd	t	p
Başarısız Olma Endişesi	Kadın	65	3.78	.88	243	1.60	.11
	Erkek	180	3.58	.89			
İş ve Özel Yaşam Dengesi	Kadın	65	3.75	.75	243	1.43	.15
	Erkek	180	3.57	.90			
K. ve Ç. Zarar Verme	Kadın	65	4.13	.79	243	1.98	.049
	Erkek	180	3.88	.92			

Tablo 6 incelendiğinde, kendine ve çevresine zarar verme alt boyutunda cinsiyete göre anlamlı bir farklılık bulunduğu görülmektedir ($p<0.05$). Kadın çalışanların kendine ve çevrelerine zarar verme endişelerinin erkek çalışanlara nazaran daha yüksektir. Başarısız olma endişesi ile iş ve özel yaşam dengesi hakkında endişeler alt boyutlarında cinsiyete göre anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Aşağıda tablo 7’de medeni duruma bağımsız gruplar t-testi sonuçları sunulmuştur.

Tablo 7. Medeni Duruma Göre Bağımsız Gruplar T-Testi Sonuçları

Alt Boyut	Medeni Durum	n	\bar{X}	ss	sd	t	p
Başarısız Olma Endişesi	Evli	189	3.64	.88	243	.16	.870
	Bekâr	56	3.61	.95			
İş ve Özel Yaşam Dengesi	Evli	189	3.63	.86	243	.42	.674
	Bekâr	56	3.57	.87			
K. ve Ç. Zarar Verme	Evli	189	3.95	.92	243	.08	.936
	Bekâr	56	3.93	.81			

Tablo 7 incelendiğinde, başarısız olma endişesi, iş ve özel yaşam dengesi hakkında endişesi ile kendine ve çevresine zarar verme endişesi alt boyutlarında medeni duruma göre anlamlı bir farklılık bulunmadığı görülmektedir ($p<0.05$). Aşağıda tablo 8’de mesleki kıdeme göre Kruskal Wallis-H testi sonuçları sunulmuştur.

Tablo 8. Mesleki Kıdeme Göre Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları

Alt Boyutlar	Mesleki Kıdem	n	\bar{X}	Sıra Ort.	X^2	sd	p	Anlamlı Fark
Başarısız Olma Endişesi	0-10 yıl	167	3.64	124.78	1.185	2	.553	---
	11-20 yıl	64	3.57	115.74				
	21 ve üzeri	14	3.78	135.00				
İş ve Özel Yaşam Dengesi	0-10 yıl	167	3.61	122.87	.033	2	.984	---
	11-20 yıl	64	3.64	123.95				
	21 ve üzeri	14	3.59	120.29				
K. ve Ç. Zarar Verme	0-10 yıl	167	3.94	123.36	.678	2	.712	---
	11-20 yıl	64	3.95	119.18				
	21 ve üzeri	14	3.92	136.14				

Tablo 8’deki sonuçlar incelendiğinde, katılımcıların başarısız olma endişesi, iş ve özel yaşam dengesi hakkında endişesi ile kendine ve çevresine zarar verme endişesi alt boyutlarına ilişkin algılarının mesleki kıdeme göre anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı görülmektedir ($p>0.05$). Aşağıda tablo 9’da çalışma süresine göre bağımsız gruplar t-testi sonuçları sunulmuştur.

Tablo 9. Eğitim Durumuna Göre Bağımsız Gruplar T-Testi Sonuçları

Alt Boyut	Eğitim Durumu	n	\bar{X}	ss	sd	t	p
Başarısız Olma Endişesi	Lise ve altı	154	3.72	.91	243	2.04	.042
	Önlisans ve üstü	91	3.48	.85			
İş ve Özel Yaşam Dengesi	Lise ve altı	154	3.69	.87	243	1.69	.092
	Önlisans ve üstü	91	3.49	.83			
K. ve Ç. Zarar Verme	Lise ve altı	154	4.00	.92	243	1.18	.296
	Önlisans ve üstü	91	3.85	.85			

Tablo 9 incelendiğinde, başarısız olma endişesi alt boyutunda lise ve altı düzeyde eğitime sahip katılımcılarla önlisans ve üstü düzeyde eğitime sahip katılımcıların görüşleri arasında anlamlı bir farklılık bulunduğu görülmektedir ($p<0.05$). Lise ve altı düzeye sahip katılımcıların başarısız olma endişeleri daha yüksek bulunmuştur. Öte yandan, iş ve özel yaşam dengesi hakkında endişeler ile kendine ve çevresine zarar verme endişesi alt boyutlarında eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık bulunmadığı görülmektedir. Aşağıda tablo 10'da yöneticilik deneyimine göre bağımsız gruplar t-testi sonuçları sunulmuştur.

Tablo 10. Yöneticilik Deneyimine Göre Bağımsız Gruplar T-Testi Sonuçları

Alt Boyut	Yöneticilik Deneyimi	n	\bar{X}	ss	sd	t	p
Başarısız Olma Endişesi	Evet	49	3.33	.90	243	2.68	.008
	Hayır	196	3.71	.88			
İş ve Özel Yaşam Dengesi	Evet	49	3.40	.98	243	1.92	.056
	Hayır	196	3.67	.82			
K. ve Ç. Zarar Verme	Evet	49	3.67	.98	243	2.38	.018
	Hayır	196	4.01	.86			

Tablo 10 incelendiğinde, başarısız olma endişesi ile kendine ve çevresine zarar verme endişesi alt boyutlarında yöneticilik deneyimi olan ve olmayan katılımcıların görüşleri arasında anlamlı bir farklılık bulunduğu görülmektedir ($p<0.05$). Yöneticilik deneyimi olmayan katılımcılar, geçmişte yöneticilik yapan katılımcılara göre daha fazla başarısız olma ve daha fazla kendine ve çevresine zarar verme endişesi taşımaktadır. Öte yandan iş ve özel yaşam dengesine ilişkin endişeler alt boyutunda katılımcıların görüşleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Aşağıda tablo 11'de yönetici olma isteğine göre bağımsız gruplar t-testi sonuçları sunulmuştur.

Tablo 11. Yönetici Olma İsteğine Göre Bağımsız Gruplar T-Testi Sonuçları

Alt Boyut	Yönetici Olma İsteği	n	\bar{X}	ss	sd	t	p
Başarısız Olma Endişesi	Evet	113	3.47	.88	243	2.53	.012
	Hayır	132	3.76	.89			
İş ve Özel Yaşam Dengesi	Evet	113	3.47	.94	243	2.49	.013
	Hayır	132	3.74	.77			
K. ve Ç. Zarar Verme	Evet	113	3.74	.97	243	3.30	.001
	Hayır	132	4.11	.78			

Tablo 11 incelendiğinde, başarısız olma endişesi, iş ve özel yaşam dengesi hakkında endişeler ile kendine ve çevresine zarar verme endişesi alt boyutlarında yönetici olma isteğine göre katılımcıların görüşleri arasında anlamlı bir farklılık bulunduğu görülmektedir ($p<0.05$). Yönetici olmak isteyen katılımcılar başarısız olma konusunda, iş ve özel yaşam dengesi hakkında ve kendilerine ve çevrelerine zarar verme konusunda daha az endişelenmektedir.

6. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Elde edilen bulgular neticesinde Burdur Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü çalışanlarının lider olma endişelerinin yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Bu konuda yapılan araştırmalar kamu çalışanlarının liderlik rollerini üstlenmedeki endişelerinin, bilgi ve özgüven eksikliği gibi bireysel etkenlerden etkilenebileceği gibi, kamu örgütlerinin iş çevrelerini kısıtlayan katı mevzuattan da etkilenebileceğini ifade etmişlerdir. (Anderson, Brien, McNamara, O'Hara ve McIsaac, 2011; Chan ve Drasgow, 2001; Şahin ve Gül, 2011: 246-247).

Memurların lider olma endişeleri işçilere göre başarısız olma alt boyutunda daha düşük seviyedir. Bu durum memurların 657 sayılı Devlet Memurları Kanuna tabi olmaları nedeniyle işçilere nazaran görev alanlarının geniş olması, kurumsal yapı ve iş süreçlerine daha fazla hâkim olmalarından kaynaklanabilir. Diğer taraftan iş ve özel yaşam dengesi hakkında endişe ile kendisine ve çevresine zarar verme endişesi alt boyutlarında farklılık bulunmaması çalışma koşullarının öngörülebilir mevzuatla düzenlenmesinden kaynaklanabilir. Başka bir ifadeyle, memurların 657 sayılı Devlet Memurları Kanununa ve İşçilerin ise 4857 sayılı İş Kanunu tabi olmaları çalışma koşullarını, kendilerine ve özel yaşamlarına ayırdıkları zamanın süresini ve çalışma arkadaşlarına karşı hassasiyetlerini şekillendirebilmektedir.

Kadınların erkeklere nazaran kendine ve çevresine zarar verme endişesi alt boyutunda daha yüksek düzeyde endişe yaşadıkları görülmektedir. Bu durum toplumun kadınlara verdiği rollerden kaynaklanabilir. Kadınlar erkeklere göre daha hassas, şefkatli, korumacı ve anne rollerine sahiptirler. Bu nedenle kendine ve çevresindekilere zarar vermeme konusunda daha çok hassasiyet göstermeleri muhtemeldir (Günay ve Bener, 2011: 167; Pekel, 2019: 31-33). Başarısız olma endişesi alt boyutunda cinsiyet rollerinin etkiye sahip olmadığı görülmektedir. Aynı doğrultuda Çekiç (2016: 87) çalışanların lider olma endişelerin cinsiyet faktöründen etkilenmediği sonucuna ulaşmıştır. İş ve özel yaşam dengesi hakkındaki endişelerde cinsiyete göre farklılık bulunmaması, kadın ve erkek çalışanların çalışma saatlerinin ve tatil zamanlarının 657 sayılı Devlet Memurları Kanunu ve işçilerin ise 4857 sayılı İş Kanunu ile düzenlendiği için iş yaşamları ve aile yaşamlarına yeteri kadar vakit ayırma imkânı bulmaları ile açıklanabilir.

Çalışanların medeni durumlarının lider olma endişesi düzeyini etkilemediği görülmektedir. Aynı doğrultuda Hoşgör vd. (2016: 357) lider olma endişesi ile medeni durum arasında ilişki olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Bu durum kamu sektöründeki 657 sayılı Devlet Memurları Kanunu ve 4857 sayılı İş Kanunu gibi yasal mevzuatın etkisiyle açıklanabilir. Çünkü ilgili mevzuat çalışanların ailelerine ve çevrelerine ayırdıkları zamandan feragat etmeden başarılı olmalarına şans tanımaktadır. Ayrıca iş ve özel yaşam dengesi hakkında endişesi ile kendine ve çevresine zarar verme endişesi alt boyutlarında farklılık olmaması ilgili mevzuatın tüm çalışanların özel yaşamını güvence altına alarak, yeteri kadar ailelerine ve çevresine vakit ayırmasına imkân tanınması ve işyerindeki çalışanlar arasındaki ilişkilerin yine aynı mevzuatla düzenlenmesi ile ilişkilendirilebilir.

Çalışanların başarısız olma endişesi, iş ve özel yaşam dengesi hakkında endişesi ile kendine ve çevresine zarar verme endişesi alt boyutları mesleki kıdemden etkilenmediği görülmektedir. Aynı doğrultuda Demircioğlu ve Chowdhury (2020: 8) mesleki kıdem lider olma yönelimi üzerinde herhangi bir etkiye sahip olmadığını belirtmişlerdir. Başka bir ifadeyle kamu kurumlarında kıdem, çalışanların liderlikle ilgili kararları üzerinde etkili değildir. Yine Jacobsen ve Andersen (2017: 266-267) mesleki kıdem kamu çalışanlarının öz yeterliliklerinin anlamlı yordayıcısı olmadığını, farklı kıdemlere sahip çalışanların aynı çalışma koşullarına tabi olmalarının, öngörülebilir bir kurumsal çevre oluşturarak çalışma süresi ne olursa olsun kamu çalışanlarının liderlik konusunda benzer tutumlara yol açtığını ifade etmişlerdir.

Eğitim seviyesine göre lise ve altı eğitim seviyesine sahip olan çalışanların başarısız olma endişelerinin yüksek düzeyde çıktığı ve önlisans ve üstü eğitim seviyesine sahip olanların düşük düzeyde çıktığı görülmektedir. Aynı doğrultuda Elmuti, Minnis ve Abebe (2005: 1026) eğitimle birlikte çalışanların becerilerinin geliştiği, özgüvenlerin arttığı ve başarısızlık korkularının azaldığını belirtmişlerdir. Başka bir ifadeyle mevzuat gibi kurumsal baskı öğelerinin yoğun bir şekilde hissedildiği çevrelerde faaliyet gösteren kamu çalışanlarının eğitim düzeyleri yükseldikçe bu kurumsal çevreye ilişkin farkındalıkları yükselebilir ve kurumsal çevrenin taleplerine nasıl yanıt verecekleri konusunda bilgi birikimi oluşturabileceği ifade edilmiştir. İş ve özel yaşam dengesi hakkında endişesi ile kendine ve çevresine zarar verme endişesi alt boyutlarında eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık bulunmaması çalışma hayatını düzleyen ilgili mevzuatın tüm çalışanlara aynı hak ve sorumlulukları vermesinden kaynaklanabilir.

Daha önce yöneticilik deneyimi olmayan çalışanların başarısız olma endişesi ve kendisine ve çevresine zarar verme endişesi alt boyutlarında endişe düzeylerin yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Benzer şekilde Araç

İlgar'a göre (2019: 70-75) daha yöneticilik deneyimi olan kamu çalışanlarının iş süreçlerini daha önce tecrübe ettikleri için kendilerine yeteri kadar güven duymaktalar ve bu durum endişe düzeylerini düşürmektedir. Çalışanlar arasında iş ve özel yaşam dengesi kuramama endişesi alt boyutunda farklılık olmaması ise iş ve özel yaşamı düzenleyen ilgili mevzuatın tüm çalışanlara eşit haklar sağlamasından kaynaklanabilir.

Çalışanların yönetici olma isteği durumuna göre lider olma endişesi alt boyutlarından başarısız olma endişesi, iş ve özel yaşam dengesi hakkında endişeler ile kendine ve çevresine zarar verme endişelerinin düşük düzeyde çıktığı görülmektedir. Bu durum yöneticilik yapma isteği olan çalışanların lider olmanın kendisine sağlayacağı imkân ve olanakları arzu etmeleri ile açıklanabilir (Araç İlgar, 2019: 74-75).

Sonuç olarak Burdur Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü çalışanlarının lider olma endişelerinin istihdam türü, cinsiyet, eğitim seviyesi, yöneticilik deneyimi ve yönetici olma istekleri gibi faktörlerden etkilendiği görülmektedir. Bununla birlikte lider olma süreci ilgili belirsizlik, bilgi eksikliği, yetersizlik hissi çalışanların lider olma endişelerini daha da artırmaktadır. Bu veriler neticesinde çalışanların lider olma endişelerini en aza indirmek için aşağıdaki önerilerde bulunulabilir.

- Öncelikli olarak çalışanları liderliğe hazırlayıcı temel eğitimler verilebilir. Bu eğitim kapsamında:
- Liderliğin getirdiği sorumluluklar konusunda çalışanlar bilgilendirilebilir.
- Liderliğin çalışanlara yüklediği maliyetler konusunda bilgilendirmeler yapılabilir.
- Liderliğin sağlayacağı olası avantajlar anlatılabilir.
- Kriz ve stres yönetimi eğitimleri verilebilir.
- Ayrıca çalışanların özellikle işçilerin yönetime katılımları sağlanarak bilgi, tecrübe ve özgüvenlerinin artırılmasına katkıda bulunulabilir.

Bu araştırma küçük ölçekteki kamu kurumu ile sınırlıdır. Daha büyük ölçekteki kamu kurum ve kurum kuruluşları ile geniş çaplı araştırmalar yapılarak farklı sonuçlara ve genellemelere ulaşılabilir. Ayrıca kamu sektörlerinde kurumsal çevrenin lider olma endişesi etkileri üzerine çalışmalar yapılabilir.

YAZARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazar, çalışmanın tümüne tek başına katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

- Akbaş, G. ve Korkmaz, L. (2017). Kadın yöneticiler: Görünmez engellerin gölgesinde yükselme çabası. *İş ve İnsan Dergisi*, 4(2), 73-86.
- Anderson, K., Brien, K., McNamara, G., O'Hara, J. ve McIsaac, D. (2011). Reluctant leaders: Why are some capable leaders not interested in the principalship?. *International Journal of Management in Education*, 5(4), 384-400.
- Anderson, K., Brien, K., McNamara, G., O'Hara, J. ve McIsaac, D. (2011). Reluctant leaders: Why are some capable leaders not interested in the principalship?. *International Journal of Management in Education*, 5(4), 384-400.
- Araç İlgar, E. (2019). Beden eğitimi öğretmenlerinin yönetici olmaya isteklilik düzeylerinin belirlenmesi. *Sportmetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 17(1), 63-77.
- Aycan, Z. ve Shelia, S. (2019). "Leadership? No, thanks!" A new construct: worries about leadership. *European Management Review*, 16(1), 21-35.
- Baloğlu, N. (2011). Dağıtımcı liderlik: Okullarda dikkate alınması gereken bir liderlik yaklaşımı. *Journal of Kirsehir Education Faculty*, 12(3). 127-148.

- Binen, B. (2013). *Kadın öğretmenlerin yönetici olma taleplerini etkileyen etkenler: Adana ili araştırması*. Master's Thesis, Çığ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Brue, K. L. (2018). Harmony and help: Recognizing the impact of work-life balance for women leaders. *Journal of Leadership Education*, 17(4), 214-243.
- Chan, K. Y. ve Drasgow, F. (2001). Toward a theory of individual differences and leadership: understanding the motivation to lead. *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 481-498.
- Çekiç, B. (2016). *Bahçelievlerde meslek lisesi öğretmenlerinin idareciliğe bakış açıları ve idareciliği tercih nedenleri*, Doktora Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çelik, V. (1997). Eğitim yönetiminde vizyoner liderlik. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 3(4), 465-474.
- Demircioğlu, M. A. ve Chowdhury, F. (2020). Entrepreneurship in public organizations: the role of leadership behavior. *Small Business Economics*, 1-17.
- Dönmez, C. ve Uslu, S. (2013). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının öğretmenlik mesleğine yönelik tutumları. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 11(1), 42-63.
- Elmuti, D., Minnis, W. ve Abebe, M. (2005). Does education have a role in developing leadership skills?. *Management Decision*. 1018-1031.
- Epitropaki, O. (2018). Self-selection bias in leadership. R. E. Riggio (Ed.), *What's wrong with leadership?: Improving leadership research and practice* içinde (89-104). New York, NY: Routledge.
- Eraslan, L. (2004). Liderlikte post-modern bir paradigma: Dönüşümcü liderlik. *Journal of Human Sciences*, 1(1), 1-32.
- Garson, G. D. (2012). *Testing Statistical Assumptions*. Asheboro, Nc: Statistical Associates Publishing.
- Giessner, S. R. ve Van Knippenberg, D. (2008). "License to fail": Goal definition, leader group prototypicality, and perceptions of leadership effectiveness after leader failure. *Organizational behavior and human decision processes*, 105(1), 14-35.
- Günay, G. ve Bener, Ö. (2011). Kadınların toplumsal cinsiyet rolleri çerçevesinde aile içi yaşamı algılama biçimleri. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 153(153), 157-171.
- Günay, G. ve Özbilen, F. M. (2018). Öğretmenlerin okul yöneticiliği istekliliğini etkileyen faktörlerin belirlenmesi. *Electronic Turkish Studies*, 13(19), 1331-1344.
- Hoşgör, H., Hoşgör, D. G., ve Memiş, K. (2016). Sosyo-demografik özellikler ile cam tavan sendromu arasındaki ilişki ve farklılıkların incelenmesi: Sağlık çalışanları örneği. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(35), 345-362.
- Jacobsen, C. B. ve Bøgh Andersen, L. (2017). Leading public service organizations: How to obtain high employee self-efficacy and organizational performance. *Public Management Review*, 19(2), 253-273.
- Mizrahi, R. ve Aracı, H. (2010). Kadın yöneticiler ve cam tavan sendromu üzerine bir araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(1), 149-156.
- Pekel, E. (2019). Toplumsal cinsiyet rolleri ve kadının çalışma hayatındaki konumu. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 5, 30-39.
- Rigby, J. G. (2014). Three logics of instructional leadership. *Educational Administration Quarterly*, 50(4), 610-644.
- Soysal, A. ve Baynal, T. (2016). Sağlık kurumlarında cam tavan sendromu: Kayseri özel sağlık kurumlarında bir araştırma. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 225-264.
- Spillane, J. P., Hallett, T. ve Diamond, J. B. (2003). Forms of capital and the construction of leadership: Instructional leadership in urban elementary schools. *Sociology of Education*, 76(1), 1-17

- Şahin, A., Taşpınar, Y., Eryeşil, K., ve Örselli, E. (2016). Kamu yönetiminde liderlik: Yönetici ve çalışanların liderlik algısı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 18(2), 73-96.
- Şahin, K. ve Gül, H. (2011). Bilgi toplumunda yeni bir liderlik yaklaşımı olarak transformasyonel liderlik ve kamu çalışanlarının transformasyonel liderlik algısı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (25) 237-249.
- Tahaoğlu, F. ve Gedikoğlu, T. (2009). İlköğretim okulu müdürlerinin liderlik rolleri. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 15(2), 274-298.
- Tunçer, P. (2011). Örgütsel değişim ve liderlik. *Sayıştay Dergisi*, 80(1), 57-83.
- Yeşil, A. (2016). Liderlik ve motivasyon teorilerine yönelik kavramsal bir inceleme. *Uluslararası Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2 (3), 158-180.

SEÇİM ÇEVRESİ BÜYÜKLÜĞÜNÜN DEĞİŞMESİNİN ÇOK-PARTİLİLİĞE ETKİSİ

IMPACT OF CHANGE IN ELECTORAL DISTRICT MAGNITUDE ON MULTIPARTISM

Dr. Öğr. Üyesi İbrahim YILMAZ¹

ÖZ

Bu çalışmanın amacı seçim çevresi büyüklüğü ile çok partililik arasındaki ilişkiyi, Türkiye’de gerçekleşen, 1 Kasım 2015 milletvekili genel seçimleri ve 24 Haziran 2018 milletvekili genel seçimleri sonuçlarını dikkate alarak analiz etmektir. 16 Nisan 2017 tarihinde gerçekleşen Anayasa referandumunun kabulü ile Türkiye’de milletvekili sayısı 550’den 600’e yükseldi. Bunun sonucu olarak 33 seçim çevresinin milletvekili sayısında 1 ile 4 arasında artış meydana geldi ve 48 seçim çevresinde milletvekili sayısı değişmedi. Bu istisnai durum milletvekili sayısı artan seçim çevreleri ile milletvekili sayısı değişmeyen seçim çevrelerinin çok partililik açısından mukayese edilmesine imkân sunmaktadır. Sonuçlar, milletvekili sayısı artan seçim çevrelerinin ortalama etkin parti sayısının, milletvekili sayısı değişmeyen seçim çevrelerinin ortalama etkin parti sayısından daha fazla arttığını işaret etmektedir. Bu farklılık özellikle 2015 seçimlerinde milletvekili sayısı 5 veya 5’in altında olan seçim çevrelerinden kaynaklanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Seçim Çevresi Büyüklüğü, Çok-Partililik, Etkin Parti Sayısı, Milletvekili Genel Seçimleri, Milletvekili Sayısı.


JEL Sınıflandırma Kodları: D72, K16.

ABSTRACT

The aim of the study is to analyze the relation between electoral district magnitude and multipartism in accordance with the election results of 1 November 2015 and 24 June 2018. With the approval of the Constitutional referendum which was held on 16 April 2017, the number of the members of parliament in Turkey increased from 550 to 600. Consequently, in 33 electoral districts, the number of representatives increased by 1 to 4 and in 48 electoral districts the number of representatives remained the same. This novel case enables to compare the multipartism between electoral districts where the number of members of parliament increase and do not change. Results reveal that average effective number of parties of those electoral districts where district magnitude enlarge is higher than those electoral districts where the number of representatives do not change. This difference mainly arises from those electoral districts where the number of representatives was 5 or lower in 2015 elections.

Keywords: Electoral District Magnitude, Multipartism, Effective Number of Parties, General Elections, Number of Members of Parliament.

JEL Classification Codes: D72, K16.

¹  Samsun Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, ibrahim.yilmaz@samsun.edu.tr

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

Over the last few decades there has been a considerable discussion on the issue of what determines the number of political parties in a democratic country. There have been two incompatible theoretical approaches that aim to predict this. While one of them focuses on the nature of electoral system, the other one focuses on the nature and magnitude of the ideological cleavages within a society. Regarding the electoral systems, Duverger's law suggests that plurality electoral system is likely to result with two party competition and proportional representation electoral systems are likely to result with multipartism. In relation to the proportional representation electoral system, district magnitude is one of the most important determinant of the number of political parties. It seems that the higher the number of elected members in an electoral district, the greater the number of political parties. This paper discusses the first approach and targets to understand the impact of electoral district magnitude on the number of political parties. Change in the number of members of Grand National Assembly of Turkey enables us to analyze the impact of district magnitude on multipartism. With the approval of the Constitutional referendum which was held on 16 April 2017, the number of the members of the Grand National Assembly of Turkey increased from 550 to 600. Consequently, in 33 electoral districts the number of representatives increased between 1 and 4 and in 48 electoral districts the number of representatives remained the same. This novel case enables to compare the multipartism between electoral districts that the number of members of parliament increase and the number of members of parliament do not change. Hence, this paper aims to analyze the relation between electoral district magnitude and multipartism in accordance with the general election results of 1 November 2015 and 24 June 2018 that took place in Turkey.

Design/methodology/approach:

The impact of change in district magnitude on the number of parties is estimated with the following model:

$$y = \beta_0 + \beta_1 S\check{C}^{MVS\ De\check{g}i\check{s}ti\check{g}i\ Yil} + \beta_2 S\check{C}^{MVS\ De\check{g}i\check{s}en} + \beta_3 S\check{C}^{MVS\ De\check{g}i\check{s}ti\check{g}i\ Yil} S\check{C}^{MVS\ De\check{g}i\check{s}en} + \varepsilon$$

y is the dependent variable and it measures the number of political parties in an electoral district. As consistent with the literature, the number of political parties in an electoral district is calculated with the effective number of political parties (ENPs) developed by Rein Taagepera. The coefficient of constant (β_0) gives the average ENPs of electoral district in general election which was held in 2015. $S\check{C}^{MVS\ De\check{g}i\check{s}ti\check{g}i\ Yil}$ is a dummy variable and takes value of one if it is a general election that was held in 2018 which the number of members of parliament is 600, and zero otherwise. The coefficient of this variable (β_1) captures the mean differences of the ENPs of electoral district between 2015 and 2018. In other words, $(\beta_0) + (\beta_1)$ gives the average ENPs of electoral district in general election which was held in 2018. $S\check{C}^{MVS\ De\check{g}i\check{s}en}$ is a dummy variable and takes value one if there is an increase in the number of elected members in an electoral district and zero otherwise. Lastly the interaction between these two variables, $S\check{C}^{MVS\ De\check{g}i\check{s}ti\check{g}i\ Yil} S\check{C}^{MVS\ De\check{g}i\check{s}en}$, presents change in ENPs between 2018 and 2015 for electoral districts that the number of elected members increased minus corresponding change for the electoral district that the number of elected members remained the same.

Findings:

Results show that change in district magnitude is likely to have an impact on the ENPs. In more detail, change in average ENPs seems to be higher for the electoral district that the number of elected members increased compared to the electoral district that the number of elected members remained the same. However, results need to be interpreted cautiously, because these results is only consistent with the electoral districts that have number of elected members between 2-5. In other words, if the number of elected members is 6 or higher than 6, increase in the number of representatives in an electoral district seems to have no impact on the ENPs..

Conclusion and Discussion:

To conclude, results provide support for the theoretical approach that electoral system is likely to impact the number of political parties. However, results provide limited support for the idea that in proportional representation system, district magnitude has an impact on the number of political parties. If the number of elected members in an electoral district is lower than the number of political parties in the parliament, increase in the number of elected members in an electoral districts results with increase in ENPs. If it is higher, then it seems it has no impact.

1. GİRİŞ

Siyasi parti sayısını etkileyen faktörler birbiriyle uyum içerisinde olmayan iki farklı yaklaşıma dayanmaktadır. Bu yaklaşımlar, temeli Duverger kanunlarına dayanan, seçim sistemleri ve seçim çevresindeki milletvekilliği sayısı ile ilgili olan 'kurumsal' yaklaşım ve toplum içerisindeki ideolojik farklılaşmanın mahiyeti ve büyüklüğüne dayanan 'ideolojik' yaklaşımdır. 'Kurumsal' yaklaşıma göre seçim sistemi siyasi parti sayısını belirleyen en temel faktörlerden biridir. Bu yaklaşıma göre tek turlu çoğunluk sistemi iki parti sistemini teşvik etmekteyken, iki turlu çoğunluk sistemi ve nispi temsil sistemi ise sistemde ikiden fazla siyasi partinin yer aldığı çok parti sistemini teşvik eder. Diğer taraftan, hem Downs hem de Lipset ve Rokka tarafından ileri sürülen 'ideolojik' yaklaşıma göre ise siyasi parti sayısını belirleyen temel etken seçim sistemi değil fakat toplum içerisindeki ayrışıklıklardır. Eğer toplum içerisindeki ayrışıklık sayısı düşük ise seçim sisteminden bağımsız olarak siyasi parti sayısı da az olacaktır (Taagepera ve Grofman, 1985: 341-343).

'Kurumsal' yaklaşımı esas alan çalışmalar genellikle seçim sistemlerinin parti sayısı üzerine etkisini analiz etmişler ve istisnalar bulunmakla beraber bu ikisi arasında güçlü bir bağın var olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Yapılan çalışmalar seçim sistemi olarak tek turlu basit çoğunluk sisteminin uygulandığı ülkelerde iki parti sisteminin, iki turlu çoğunluk sisteminin veya nispi temsil sisteminin uygulandığı ülkelerde ise çok parti sisteminin ortaya çıktığını göstermektedir (Lijphart, 1990: 490; Jones, 1993: 66). Buna ek olarak karma seçim sisteminin benimsendiği, yani hem çoğunluk sisteminin hem de nispi temsil sisteminin uygulandığı ülkelerde sonraki lehine etkin parti sayısının daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir (Gabel, 1995: 209).

Seçim sistemlerinin parti sayısına etkisi yalnızca çoğunluk ve nispi temsil sistemi olarak düşünülmeyp aynı zamanda seçim çevresi büyüklüğü² seçim çevresi barajı ya da ülke barajının (Moser, 1999) siyasi parti sayısı üzerinde belirleyici etkisi olduğu ifade edilmektedir (Lijphart, 2014: 181-184). Ülkeler arası yapılan karşılaştırmalı çalışmalar, seçim çevresi başına düşen ortalama milletvekilliği sayısı yüksek olan ülkelerin etkin parti sayısının da diğerlerine nazaran daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur (Lijphart, 1990; Jones, 1993: 66). Bununla beraber farklı seçim çevresi büyüklüğünün bulunduğu aynı ülke içerisinde, seçim çevresi büyüklüğü ile çok partililik arasında belirsiz bir ilişkinin var olduğu tespit edilmiştir (Gabel, 1995: 210).

Seçim çevresi büyüklüğü ile çok partililik arasındaki ilişki, aynı ülkedeki farklı büyüklükte olan seçim çevrelerinin mukayese edilerek analiz edilmesinin yanında, seçim çevresi (coğrafi olarak) değişmeden seçim çevresindeki milletvekilliği sayısında meydana gelen değişiklik üzerinden de incelenebilir. 2017 Anayasa referandumunun kabulü ile Türkiye'de milletvekili sayısının 550'den 600'e çıkması kimi seçim çevrelerinde milletvekili sayısının artmasına sebebiyet vermiş ve bu durum seçim çevresi büyüklüğü ile etkin parti sayısı arasındaki ilişkinin farklı bir boyuttan ele alınması noktasında istisnai bir örnek teşkil etmiştir.

Bu çalışmada, 1 Kasım 2015 milletvekili genel seçimleri ile 24 Haziran 2018 milletvekili genel seçimleri karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Sonuçlar 2018 seçimlerinde seçim çevrelerinin ortalama etkin parti sayısının 2015 seçimlerine nazaran daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Bununla beraber asıl önemli olan bulgu, milletvekilliği sayısı artan seçim çevrelerinin ortalama etkin parti sayısı, milletvekilliği değişmeyen seçim çevrelerinin ortalama etkin parti sayısından daha fazla artmıştır. Bu sonuçlar seçim çevresinde milletvekilliği sayısının artmasının etkin parti sayısının artmasına teşvik ettiğini ortaya koymaktadır.

İkinci bölümde seçim sistemleri ile parti sistemleri arasındaki ilişkinin ele alındığı kısa literatür taraması yer almaktadır. Üçüncü bölüm, cumhuriyetin kuruluşundan günümüze Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde yer alan milletvekilliği sayısı hakkında tarihsel bilgi sunarak 2017 Anayasa referandumunu neticesinde karşılaşılan durumun ne derece istisnai olduğunu anlatmaktadır. Dördüncü bölüm, seçim çevrelerindeki milletvekilliği sayısı ve hesaplanması hakkında bilgi vermektedir. Beşinci bölüm seçim çevrelerinde meydana gelen milletvekilliği sayısındaki artışın etkin parti sayısına etkisi olup olmadığını incelemektedir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Gabel'e (1995: 205) göre seçim sistemlerinin parti sistemleri üzerindeki etkisi oldukça basit ve açıktır. Seçim sistemleri, küçük partilerin temsilini sınırlandırarak parti sistemlerinin belirlenmesine yol açar. Şöyle ki, çoğunluk sistemi seçim çevresinde en çok oy alan partinin temsilini sağlarken, nispi temsil sistemi partilerin aldıkları oy

² Lijphart'ın (2014: 181)'da ifade ettiği gibi seçim çevresi büyüklüğünden seçim çevresinde seçilecek milletvekilliği sayısı kastedilmekte olup coğrafi büyüklük ya da seçim çevresindeki seçmen sayısı ile ilişkili bir kavram değildir.

oranına göre temsil olunmasına olanak verir. Seçim sistemi olarak nispi temsil sisteminin uygulandığı bir seçimde, seçim çevresi ne kadar büyük ise partilerin aldıkları oyların milletvekilliğine dağılımı o derece orantılı olacağı için bu durum küçük partilerin temsiline olanak sağlamaktadır. Literatürde seçim sistemleri ile parti sistemleri arasındaki ilişki ele alınırken seçim sistemleri genellikle çoğunluk ve nispi temsil olarak ikiye ayrılırken, parti sistemleri de Laakso ve Taagepera (1979) tarafından geliştirilen ve partilerin sayılarını ve seçimde aldıkları oyları/parlamentoda sahip oldukları sandalye oranlarını dikkate alarak hesaplanan etkin parti sayısı³ kullanılmaktadır.

Literatürde ülkeler arası karşılaştırmalı yapılan çalışmalarda nispi temsil sistemini kullanan ülkelerde ortalama seçim çevresi daha yüksek olan ülkelerin ortalama etkin parti sayısının da daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Lijphart, 1990; Jones, 1993). Bununla beraber, hem çoğunluk hem de nispi temsil sisteminin kullanıldığı ülkelerde etkin parti sayısının sonraki lehine daha yüksek olduğunu işaret etmektedir (Gabel, 1995).

Lijphart'ın (1990) çalışması, Douglas W. Rae tarafından 1967 yılında kaleme alınan *Seçim Kanunlarının Politik Sonuçları (The Political Consequences of Electoral Laws)* isimli klasik eserin farklı bir metot, daha sağlam bir veri ve daha güçlü hipotezler ile tekrar analiz edilmesine dayanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, Lijphart (1990; 481) temel seçim sistemi değişkenleri (*seçim formülü, seçim çevresi büyüklüğü ve oy verme sistemi*) ile seçim sonuçları (*orantısızlık ve çok partililik*) arasındaki ilişkiyi 20 batılı demokrasi içerisinde 1945-1985 arasında yapılan seçimleri dikkate alarak incelemiştir. Bu çalışmada Lijphart'ın (1990: 493) ulaştığı sonuçlardan birisi seçim çevresi büyüklüğü ile çok partililik arasında zayıf bir ilişkinin var olduğudur. Nispi temsil sistemini uygulayan ülkelerin ortalama seçim çevresi büyüklüklerini dört farklı kategoriye (1.1-5, 5-10, 10-25, 100-150) ayıran Lijphart (1990: 490), seçim çevresi büyüdükçe seçime katılan partilerin etkin parti sayısının arttığını fakat bu artışın oldukça düşük olduğunu tespit etmiştir. D'Hondt sistemi kullanılarak milletvekili dağılımının belirlendiği ülkelerde, ortalama seçim çevresi büyüklüğü 1.1-5 arasında olanların seçime giren etkin parti sayısı 3.96 iken, bu sayı ortalama seçim çevresi büyüklüğü 5-10 arası olan ülkeler için 4.10, 10-25 için 4.27 ve 100-150 için 4.76'dır. Netice itibarıyla, Lijphart (1990) batılı demokrasilerde, ortalama seçim çevresi büyüklüğü ile etkin parti sayısı arasında pozitif ama zayıf bir ilişkinin var olduğunu ortaya koymuştur.

Jones'un (1993) yapmış olduğu çalışma, Lijphart'ın (1990) ortaya koyduğu seçim sistemi değişkenleri ile seçim sonuçları arasındaki ilişkinin batılı demokrasilere özgü olmadığını ve bu değişkenler arasındaki ilişkinin demokratikleşme aşamasında olan ülkeler için de söz konusu olabileceğini ortaya koymuştur. Jones (1993), Lijphart'ın (1990) hipotezlerini Latin Amerika ve Karayipler'de bulunan 22 ülkeyi ele alarak incelemiş ve genel olarak Lijphart'a (1990) oldukça yakın sonuçlar elde etmiştir. Bununla beraber, seçim çevresi büyüklüğü ve etkin parti sayısı arasındaki ilişki bakımından bu iki yazarın bulguları arasında küçük farklılıklar mevcuttur. Jones (1993:66), d'Hondt sistemi kullanılarak milletvekili dağılımının belirlendiği ülkelerde ortalama seçim çevresi büyüklüğü 1.1-5 arasında olan ülkelerin seçime giren etkin parti sayısının 3.85, 5-10 arası olan ülkeler için 4.57 ve 10-100 olanlar için 3.50 olduğunu tespit etmiştir. Bu bulgular da kısmi olarak seçim çevresi büyüklüğü ile çok partililik arasında pozitif ilişkiye işaret etmekle beraber, bu ilişki Lijphart (1990) tarafından batılı demokrasiler için tespit edildiği kadar kuvvetli değildir.

Lago and Martí'nez, (2007) İspanya'da 1977-2004 yılları arasında aynı zamanda yapılan ve millet meclisi temsilcilerinin nispi temsil sistemi (d'Hondt) ile belirlendiği, senato temsilcilerinin ise çoğunluk sistemi kategorisinde yer alan limitli oy metodu⁴ (*limited vote method*) ile belirlendiği seçimleri mukayeseli olarak analiz etmiştir. Millet meclisi temsilci sayısının senato temsilci sayısı ile eşit olduğu seçim çevrelerinde bu ikisi arasında etkin parti sayısı bakımından farklılığın bulunmadığını, millet meclisi temsilci sayısının senato temsilci sayısından düşük olduğu seçim çevrelerinde etkin parti sayısının önceki lehine daha düşük olduğunu ortaya koymuştur. Buna ek olarak, millet meclisi temsilci sayısının, senato temsilci sayısından yüksek olduğu seçim çevrelerinde ise etkin parti sayısının önceki lehine daha yüksek olduğunu gözlemlemiştir (Lago and Martí'nez, 2007: 386). Bu sonuçlar hem nispi temsil hem de limitli oy metodunun kullanıldığı seçim çevresinde, eğer temsilci sayısı öncekinde daha

³ Etkin parti sayısı $N=1/\sum_{i=1}^n p_i^2$ formülü ile hesaplanmaktadır (Laakso ve Taagepera, 1979). Yapılan çalışmanın mahiyetine göre etkin parti sayısı partilerin aldıkları oy oranına ya da sandalye dağılımlarına göre hesaplanmaktadır. Bu çalışmanın temel amacı doğrultusunda, etkin parti sayısı, partilerin seçim çevresindeki temsilci oranları dikkate alınarak hesaplanmıştır.

⁴ Limitli oy (*limited vote*) birden fazla temsilciliğin bulunduğu seçim çevrelerinde seçmenlerin birden fazla fakat temsilci sayısından daha az sayıda oy kullandığı seçim sistemidir. Limitli oy kavramı ile ilgili daha fazla bilgi için bakınız (Reynolds, Reilly ve Ellis, 2008: 117).

fazla ise bu durum nispi temsilin limitli oy metoduna göre daha yüksek etkin parti sayısı oluşturduğunu ortaya koymaktadır.

Macaristan'da parlamento üyelerinin bir kısmının çoğunluk bir kısmının ise nispi temsil sistemiyle belirlenmesinden ötürü, bu ülke seçim sistemleri ile parti sistemleri arasındaki ilişkinin analiz edilmesi bakımından istisnai bir örnek teşkil etmektedir. Gabel (1995: 212) 1990 yılında Macaristan'da yapılan parlamento seçimlerini analiz etmiş ve nispi temsil sisteminin çoğunluk sistemine nazaran çok partililiği daha fazla teşvik ettiği sonucuna ulaşmıştır. Bununla beraber, Gabel (1995: 209-210) seçim çevresi büyüklüğü ile çok partililik arasında belirsiz bir ilişkinin var olduğunu ifade etmiştir. 4 temsilcinin seçildiği seçim çevrelerinin ortalama etkin parti sayısı 4 iken, bu sayı, 5 için 4.3, 6 için 4, 8 için 4.6, 9 için 5.4, 11 için 5.3, 14 için 5.2 ve 28 için 5.1'dir. Bir diğer ifade ile seçim çevresi büyüdükçe etkin parti sayısı atış gösterme eğiliminde olmuş fakat belli bir noktadan sonra azalan bir seyir izlemiştir. Gabel (1995: 210) seçim çevresi büyümesine rağmen etkin parti sayısında azalışın meydana gelmesinin seçim çevrelerindeki ayrışıklık düzeyi ile açıklanabileceğini⁵ ileri sürmektedir.

3. TÜRKİYE'DE MİLLETVEKİLLİĞİ SAYISI

Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM) üye tamsayısı 1923 ile 2018 tarihleri arasında değişiklik göstermektedir. 1923 – 1957 tarihleri arasında yapılan seçimlerde meclis üye tamsayısı ülke nüfusuna göre belirlenirken (Armağan, 1967: 97), 1961 ve sonrasında ise bu sayı hem kanun hem de Anayasa tarafından tayin edilmiştir.

1927 – 1957 arası yapılan seçimlerde meclis üye tamsayısının kaç olduğu kanun ya da Anayasa tarafından tayin edilmiş olmayıp, seçimden önce yapılan son nüfus sayımı esas alınarak belirlendiği için bu tarihler arasında yapılan seçimlerde milletvekilliği sayısı değişiklik göstermektedir. Cumhuriyetin kuruluşundan sonra gerçekleşen ilk genel seçim olan 1927 seçimleri ve 1931 seçimlerinde milletvekilliği sayısı 1877 tarihli *İntihab-ı Mebusan Kanununun* bazı maddelerini değiştiren 3 Nisan 1923 tarih ve 320 sayılı kanuna göre belirlenmiştir. Bu düzenleme uyarınca milletvekili sayısı her 20.000 erkek nüfusa 1 milletvekili karşılık gelecek şekilde hesaplanmıştır (Armağan, 1967: 70; Olgun, 2011: 12).

1935 ile 1957 yılları arasında yapılan milletvekilli genel seçimlerinde farklı seçim kanunları uygulanmış olmakla beraber, bu kanunlar arasında milletvekilliği sayısının belirlenmesi ile ilgili bir fark söz konusu değildir. Bu tarihler arasında yapılan seçimlerde 40,000 nüfusa karşılık 1 milletvekili gelecek şekilde bir düzenleme yapılmıştır. 1935 ve 1939 seçimlerinde milletvekilliği sayısı 5 Kânunuevvel (Aralık) 1934 tarih ve 2598 sayılı *İntihabı Mebusan Kanununun bazı maddelerinin değiştirilmesine ve kanuna bir madde ilâvesine dair kanun*'un 1. Maddesine göre (İntihabı Mebusan Kanunun ..., 1934); 1943 genel seçimlerinde milletvekilliği sayısı 14 Kânunuevvel (Aralık) 1942 tarih ve 4320 sayılı *Mebus Seçimi Kanunu*'nun 2. Maddesine göre (Mebus Seçimi Kanunu, 1942); cumhuriyetin ilanından sonra tek dereceli olarak yapılan ilk seçim olan 1946 seçimlerinde milletvekilliği sayısı 5 Haziran 1946 tarih ve 4918 sayılı *Milletvekilleri Seçimi Kanunu*'nun 2. Maddesine göre (Milletvekilleri Seçimi Kanunu, 1946); 1950, 1954 ve 1957 seçimlerinde milletvekilliği sayısı 16.2.1950 tarih ve 5545 sayılı *Milletvekilleri Seçimi Kanunu*'nun 4. Maddesine göre belirlenmiştir (Milletvekilleri Seçimi Kanunu, 1950). 5545 sayılı *Milletvekilleri Seçimi Kanunu* önceki seçim kanunlarından farklı olarak genel seçim öncesi seçim çevrelerinin çıkaracağı milletvekilliği sayısının Bakanlar Kurulunca bir kararname ile tespit edilip Resmi Gazetede yayınlamasını öngörmüştür⁶ (Madde 4).

1961 tarihinden günümüze kadar yapılan genel seçimlerde milletvekilliği sayısı hem kanun hem de Anayasa tarafından tayin edilmiştir. 1961 – 1977 tarihleri arasında gerçekleşen seçimlerde milletvekilliği sayısı 1961 Anayasası'nın 67. Maddesi ve 25 Mayıs 1961 tarih ve 306 sayılı *Milletvekili Seçimi Kanununun* 3. Maddesi

⁵ Gabel'e (1995: 210) göre her ne kadar seçim çevrelerinde aynı partiler yarışıyor olsa da, seçmenlerin bu partilere yönelik tercihleri ilgili bölgelerdeki politik ayrışmanın yoğunluğuna bağlı olarak değişebilir.

⁶ 14 Mayıs 1950 tarihinde gerçekleşen Milletvekilliği Seçimleri için seçim çevrelerinin çıkaracakları milletvekilliği sayısı için bakınız (Bakanlar Kurulu Kararları, 1950).

2 Mayıs 1955 tarihinde gerçekleşen Milletvekilliği Seçimleri için seçim çevrelerinin çıkaracakları milletvekilliği sayısı için bakınız (Kararnameler, 1954).

27 Ekim 1957 tarihinde gerçekleşen Milletvekilliği Seçimleri için seçim çevrelerinin çıkaracakları milletvekilliği sayısı için bakınız (Kararnameler, 1957).

uyarınca öngörülmüş olup Millet Meclisi milletvekili sayısı 450⁷ olarak belirlenmiştir (Milletvekili Seçimi Kanunu, 1961).

1983 – 2018 yılların arasında gerçekleşen seçimlerde milletvekilliği sayısı 400 ile 600 arasında değişmekte olup bu sayı Kanun ve Anayasa tarafından tayin edilmiştir. 1983 seçimlerinde milletvekilliği sayısı 7 Kasım 1982 tarihinde halkoyu ile kabul edilen Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'nın 75. Maddesi ve 13 Haziran 1983 tarihli ve 2839 sayılı *Milletvekili Seçimi Kanununun* 3. Maddesi uyarınca 400 olarak tayin edilmiştir (Milletvekili Seçimi Kanunu, 1983a). 18 Mayıs 1987 tarihli ve 3361 sayılı kanunla 1982 Anayasasının 75. Maddesi değiştirilmiş ve milletvekilliği sayısı 450 olarak tayin edilmiş olup (Türkiye Cumhuriyeti Anayasasının ..., 1987) 1987 ve 1991 milletvekilliği genel seçimlerinde milletvekili sayısı bu hükme göre belirlenmiştir. 26 Temmuz 1995 tarih ve 4121 sayılı kanunla Anayasasının 75. Maddesi tekrar değiştirilmiş ve milletvekili sayısı 550 olarak öngörülmüştür (Türkiye Cumhuriyeti Anayasasının ..., 1995). 1995 ve 2015 yılları arasında yapılan yedi milletvekili genel seçiminde milletvekilliği sayısı bu hükme göre belirlenmiştir. 16 Nisan 2017 tarihinde yapılan anayasa değişikliği referandumunun kabulü ile Anayasasının 75. Maddesi bir kez daha değiştirilmiş ve milletvekilliği sayısı 600 olmuştur.

Cumhuriyetin kurulduğu andan günümüze kadar milletvekilliği sayısında değişiklikler yaşanmış olmakla beraber, son değişiklik haricindeki hiçbir değişiklik seçim çevresinde milletvekili sayısının değişmesinin etkin parti sayısına etkisi olup olmadığını incelemek için elverişli değildir. Şöyle ki, 1927 – 1942 tarihleri arasında TBMM milletvekilliği sayısında değişiklikler olsa da tek partili siyasal hayat olduğu için seçim çevresinde milletvekilliği sayısında meydana gelen değişiklik etkin parti sayısını etkilemez. Bununla beraber 1946 – 1957 arasında yapılan dört seçimde çok partili hayata geçilmiş olmakla birlikte, bu tarihler arasında liste usulü tek turlu basit çoğunluk sistemi uygulandığı için, her bir seçim çevresinin etkin parti sayısı her zaman 1'e eşit olacaktır. Netice itibarıyla 1927 – 1961 tarihleri arasında seçim çevresinde meydana gelen değişikliğin etkin parti sayısına etkisini incelemek olası değildir.

1980 ihtilalinin akabinde milletvekilliği sayısı 450'den 400'e düşürülmüştür. 1977 seçimleri ile 1983 seçimlerini seçim çevrelerinin etkin parti sayısı açısından mukayese etmek olası değildir, çünkü 1980 ihtilali sonrası Türkiye tarihinde ilk kez bütün siyasi partiler kapatılıp (Alkan, 1999: 58) 1983 seçimlerine yalnızca üç partinin seçime girmesine izin verilmiştir (Önder, 2019: 529). Bu durum bizatihi seçim çevrelerinde milletvekilliği sayısı değişse de bu değişimin etkin parti sayısına etkisini incelemeye olanak vermemektedir.

1983 seçimlerinde 400 milletvekili ile temsil olunurken 1987 seçimlerinde 450 milletvekilliği ile temsil olunmaktaydı. Bu iki seçimde uygulanan seçim sistemi birbirinden farklı olduğu için seçim çevrelerinde meydana gelen milletvekilliği değişikliğini mukayese etmek pek anlamlı değildir. 1983 seçimlerinde orantılı nispi temsil sistemi, 1987 seçimlerinde ise hem çoğunluk hem de nispi temsilin kullanıldığı karma seçim sistemi uygulanmıştır (Yüzbaşıoğlu, 1996: 130). Bu bağlamda 1991 seçimleri ile 1995 seçimlerini de mukayese etmek pek anlamlı değildir. Zira 1991 seçimlerinde hem çoğunluk hem de nispi temsilin kullanıldığı karma seçimi uygulanmışken 1995 seçimlerinde nispi temsil sistemi uygulanmıştır.

1 Kasım 2015 seçimleri ile 24 Haziran 2018 seçimleri seçim çevrelerinde meydana gelen milletvekilliği sayısı değişikliğinin etkin parti sayısı üzerine etkisi olup olmadığını incelemek için ender bir örnek oluşturmaktadır. Her iki genel seçimde uygulanan seçim sistemi aynı olup 33 seçim çevresinde milletvekilliği sayısı artış göstermiş, 48 seçim çevresinde ise milletvekilliği sayısı değişmemiştir. Bu durum iki seçim arasında milletvekilliği sayısı artan seçim çevrelerinin ortalama etkin parti sayısı ile milletvekilliği sayısı değişmeyen seçim çevrelerinin ortalama etkin parti sayısı farkını incelemek için istisnai bir durum teşkil etmektedir.

⁷ 1961 Anayasası çift Meclis öngörmüş olup, ilki Millet Meclisi ikincisi ise Cumhuriyet Senatosu'dur. Bu çalışmada yalnızca Millet Meclisi üyeliği üzerine durulmaktadır.

4. SEÇİM ÇEVRELERİ MİLLETVEKİLİ SAYISI VE MİLETVEKİLİ DAĞILIMININ HESAPLANMASI

4.1. Seçim Çevresi Milletvekili Sayısı

Cumhuriyetin kuruluşundan 1983 yılına kadar yapılan milletvekili seçimlerinde her il bir seçim çevresi olarak kabul edilmiştir (Özbudun, 1995: 530). 1983'ten günümüze kadar yapılan milletvekili seçimlerinde ise her il bir seçim çevresi kabul edilmekle beraberinde milletvekilliği sayısı belli sayının üzerinde olan iller birden fazla seçim çevresine ayrılmıştır. İllerin çıkaracağı milletvekili sayısı 2839 sayılı *Milletvekili Seçimi Kanununun* 4. maddesine göre tespit olunmaktadır (Milletvekili Seçimi Kanunu, 1983b). Bu madde uyarınca, toplam milletvekili sayısından her il önce bir milletvekili verilir, akabinde ise son genel nüfus sayımı ile belli olan Türkiye nüfusu, toplam milletvekilliği sayısından illere verilen milletvekilliği sayısı çıkarılarak elde edilen sayıya bölünür. Elde edilen bu sayı her ilin nüfusuna bölünerek illerin çıkaracağı milletvekili sayısı tespit olunur. Bu madde uyarınca ayrıca, çıkaracağı milletvekili sayısı 18'e kadar olan iller bir seçim çevresi, 19'dan 35'e kadar olan iller iki seçim çevresi ve 36 ve daha fazla olan iller üç seçim çevresine bölünür. Bu kanun maddesi uyarınca, 1 Kasım 2015 seçimlerinde yalnızca üç il birden fazla seçim çevresine ayrılırken; Ankara, İstanbul ve İzmir, 24 Haziran 2018 seçimlerinde bu illere Bursa'da eklenerek dört il birden fazla seçim çevresine ayrılmıştır.

4.2. Seçim Çevresinde Milletvekili Dağılımının Hesaplanması

1 Kasım 2015 seçimleri ile 24 Haziran 2018 seçimlerinde seçim çevrelerinde milletvekili dağılımının hesaplanmasında d'Hondt usulü uygulanmıştır. Ancak, 16/3/2018 tarih ve 7102 sayılı *Seçimlerin Temel Hükümleri ve Seçmen Kütükleri Hakkında Kanun ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun* ile 2839 Sayılı Milletvekili Seçimi Kanununun bazı maddelerinde değişiklikler yapılmış olması sebebiyle bu iki seçimde seçim çevrelerinde milletvekilliği dağılımının hesaplanmasında farklılıklar mevcuttur (Seçimlerin Temel Hükümleri ..., 2018). 7102 sayılı kanun ile 1957'den beri var olan seçim ittifakları yasağı kalkmış ve siyasi partilerin seçimlere ittifak yaparak girmelerine imkân tanınmıştır (Savut, 2020: 41). 1 Kasım 2015 seçimlerinde bir siyasi partinin seçim çevresinde milletvekilliği elde edebilmesi için %10'luk ülke barajını geçmesi gerekli iken 7102 sayılı kanunla yapılan değişiklikle 24 Haziran 2018 seçimlerinde bir seçim çevresinde bir siyasi partinin milletvekilliği elde edebilmek için siyasi partinin ya da ittifakın % 10'luk ülke barajını geçmesi yeterlidir. Seçim çevresinde milletvekili dağılımı hesaplanırken 1 Kasım 2015 seçimlerinde yalnızca %10'luk ülke barajını geçen siyasi partilerin aldıkları oylar dikkate alınırken, 24 Haziran 2018 seçimlerinde %10'luk ülke barajını geçen siyasi partiler ve ittifaklar dikkate alınarak hesaplanma yapılmıştır. İttifak içerisinde milletvekili dağılımı, ittifak içerisinde yer alan partilerin oyları dikkate alınarak d'Hondt usulüyle hesaplanmıştır. Seçim çevresinde milletvekilliği dağılımı dikkate alınarak iki seçim karşılaştırıldığında, ittifak içerisinde yer alan partilerin ve özellikle ittifakın büyük ortağının milletvekilliği elde etme noktasında avantaj sağladığı ifade edilebilir⁸.

5. SEÇİM ÇEVRESİ BÜYÜKLÜĞÜ VE ETKİN PARTİ SAYISI İLİŞKİSİ

1 Kasım 2015 ve 24 Haziran 2018 Milletvekili Genel Seçimlerindeki seçim çevreleri hakkında aşağıda bulunan Tablo 1'de bilgi yer almaktadır. 1 Kasım 2015 seçimlerinde seçim çevreleri sayısı 85 iken, 24 Haziran 2018 seçimlerinde seçim çevreleri sayısı 87'e yükselmiştir. 2015 seçimlerinde, 550 milletvekilinden 163 tanesi 5 ya da daha az milletvekilliği olan seçim çevrelerinden belirlenmekte iken, bu sayı 2018 seçimleri için 161 olmuştur. Her iki seçimde de seçilen milletvekillerinin büyük çoğunluğu seçim çevresinde 6 ya da daha fazla milletvekilliğinin bulunduğu seçim çevrelerinden belirlenmektedir.

Her iki seçimde de seçim çevrelerinin milletvekilliği sayısı oldukça değişiklik arz etmekte, 2015 seçimlerinde bu sayı 2 ile 31 arasında iken, 2018 seçimlerinde ise bu sayı 1 ile 35 arasında değişmektedir. Türkiye'deki seçim çevrelerindeki milletvekilliği sayılarının farklılığı, seçim çevrelerinin temsilci sayısının 1 ile 34 arasında değişiklik gösterdiği İspanya ile İsviçre'ye oldukça benzerlik göstermektedir (Lago and Mart'inez 2007: 384; Monroe and Rose, 2002: 68).

2017 Anayasa referandumunun kabulü neticesinde milletvekili sayısı 550'den 600'e yükseldi. Bu durumun seçim çevrelerinin milletvekilliği sayısına etkisi şu şekilde oldu: 48 seçim çevresinde milletvekilliği sayısı değişmedi, 33 seçim çevresinde milletvekilliği sayısı 1 ile 4 arasında farklılık göstererek arttı ve bir seçim çevresinde milletvekilliği sayısı 1 azaldı. Ankara'daki seçim çevresi sayısı 2'den 3'e Bursa'daki seçim çevresi sayısı ise 1'den 2'ye arttı. Milletvekilliği sayısı düşen seçim çevresi analizin konusu kapsamı dışında olduğu için analize dâhil

⁸ İttifak sisteminin partilerin meclisteki sandalye dağılımına etkisi için bakınız Göksel, Çınar ve Yürük (2018).

edilmemiştir. Bununla beraber, Ankara ve Bursa'daki seçim çevreleri, iki seçim arasında aynı seçim çevrelerindeki farklılığa bakmaya elverişli olmadığından ötürü analizin kapsamı dışında bırakılmıştır.

Seçim çevrelerinin küçüklüğü seçim çevresinde en fazla oy alan partilerin oransal olarak daha fazla temsilci elde etmelerine olanak sağlarken, büyük seçim çevreleri alınan oyların sandalyeye dönüştürülmesinde daha orantılı bir görünüm sergilemekte bu durumda seçim çevresindeki küçük partilerin de temsilci elde etmelerine olanak sunmaktadır. Netice itibariyle, seçim çevrelerinin büyümesi, seçim çevresindeki küçük partilere avantaj sağlamakta bu durumda seçim çevresindeki etkin parti sayısının artmasına olanak sağlamaktadır.

Bu bağlamda, seçim çevresindeki milletvekilliği sayısı artan seçim çevrelerinin ortalama etkin parti sayısındaki değişiklik, milletvekilliği sayısı değişmeyen seçim çevrelerinin ortalama etkin partisi sayısı değişikliğinden daha fazla olması beklenebilir. Bu bağlamda;

Ortalama ENP (SÇMVS_{Değişen, 2018} – SÇMVS_{Değişen, 2015}) > ortalama ENP (SÇMVS_{Değişmeyen, 2018} – SÇMVS_{Değişmeyen, 2015})

Seçim çevresindeki milletvekilliği sayısı parlamentoda temsil olunan partilerden daha az ise seçim çevresindeki milletvekilliği sayısı artan seçim çevrelerinin ortalama etkin parti sayısı değişikliği, milletvekilliği sayısı değişmeyen seçim çevrelerinin ortalama etkin parti sayısı değişikliğinden daha fazla olması beklenebilir. Bu bağlamda, eğer seçim çevresindeki milletvekilliği sayısı 2015 seçimlerinde 5 ya da daha az ise;

Ortalama ENP (SÇMVS_{Değişen, 2018} – SÇMVS_{Değişen, 2015}) > ortalama ENP (SÇMVS_{Değişmeyen, 2018} – SÇMVS_{Değişmeyen, 2015})

Tablo 1. Seçim Çevresi Yapısı

Seçim Çevresi Büyüklüğü	2015 Seçimleri	2018 Seçimleri
N	85	87
1		1
2	16	12
3	19	1
4	11	11
5	6	7
6	7	6
7	3	4
8	3	4
9	3	2
10	1	4
11	3	2
12	2	2
13	2	3
14	4	4
15		2
16		1
18	2	
26	1	
28		1
31	2	
35		2
Milletvekili Sayısı	550	600
Ortalama (MVS)	6,47	6,89

Kaynak: Seçim çevrelerinin milletvekilliği sayılarına Yüksek Seçim Kurulunun Seçim Arşivi bölümünden ulaşılmıştır (T. C. Yüksek Seçim Kurulu, 2020).

Not: N, seçim çevresindeki milletvekilli sayısını ifade eder. Örneğin, 2015 milletvekili genel seçimlerinde 2 milletvekili çıkaran seçim çevresi sayısı 16 iken bu sayısı 2018 milletvekili genel seçimlerinde 12'dir

Seçim çevresindeki milletvekilliği sayısı parlamentoda temsil olunan partilerden fazla ise seçim çevresindeki milletvekilliği sayısı artan seçim çevrelerinin ortalama etkin parti sayısı, milletvekilliği sayısı değişmeyen seçim çevrelerinin ortalama etkin parti sayısından farklı olmayabilir. Bu bağlamda, eğer seçim çevresindeki milletvekilliği sayısı 2015 seçimlerinde 6 ya da daha fazla ise;

Ortalama ENP ($SÇMV_{Değişen, 2018} - SÇMV_{Değişen, 2015}$) = ortalama ENP ($SÇMV_{Değişmeyen, 2018} - SÇMV_{Değişmeyen, 2015}$)

Tablo 2'nin Panel A kısmında milletvekilliği sayısı değişen seçim çevrelerinin 2018 seçimlerindeki ortalama etkin parti sayısı değerleri ile 2015 seçimleri ortalama etkin parti sayısı değerleri arasında fark olup olmadığına dair *t* test yapılmıştır. Milletvekili sayısı değişmeyen seçim çevreleri için aynı hesaplama Panel B'de yapılmıştır. Öncelikle ifade etmek gerekir ki, 2018 seçimlerinde seçim çevrelerinin ortalama etkin parti sayısı 2015 seçimlerindeki seçim çevrelerinin ortalama etkin parti sayısından yüksektir ve bu farklılık istatistiksel olarak tabloda yapılan üç farklı sınıflandırma için de anlamlıdır.

Milletvekili sayısında artışın yaşandığı 33 seçim çevresinde iki seçim arasındaki ortalama etkin parti sayısı farklılığı 0,601 iken milletvekilliği sayısında değişikliğin yaşanmadığı 48 seçim çevresinde farklılık 0,293 olarak çok daha düşük düzeydedir. Milletvekilliği sayısının 2-5 arasında olduğu ve milletvekilliği sayılarında artışın yaşandığı seçim çevresi sayısı 11, milletvekili sayısında artışın yaşanmadığı seçim çevresi sayısı ise 40'tır. Milletvekili sayısında artışın yaşandığı bu seçim çevrelerinde 2018 seçimlerindeki ortalama etkin parti sayısı, 2015 seçimlerine nazaran 0,653 daha yüksektir. Milletvekili sayısında artışın yaşanmadığı bu seçim çevrelerinde ise 2018 seçimlerindeki ortalama etkin parti sayısı, 2015 seçimlerine nazaran 0,253 daha yüksektir. Son olarak, milletvekilliği sayısının 6-35 arasında olduğu ve milletvekilliği sayılarında artışın yaşandığı seçim çevresi sayısı 22 iken milletvekili sayısında artışın yaşanmadığı seçim çevresi sayısı ise 8'dir. Milletvekilliği sayısının artış gösterdiği bu seçim çevrelerinde iki seçim arasındaki ortalama etkin parti sayısı farkı 0,575 iken milletvekili sayısının değişiklik göstermediği 8 seçim çevresinin iki seçim arasındaki ortalama etkin parti sayısı arasındaki fark 0,491'dir.

Tablo 2. Etkin Parti Sayısı Ortalamaları Karşılaştırması

Panel A			
	(MVS 2-31)	(MVS 2-5)	(MVS 6-31)
Gözlem Sayısı	33	11	22
Ort. ENP SÇMV Sayısı Değişen, 2018	2,611 (0,736)	2,102 (0,550)	2,866 (0,691)
Ort. ENP SÇMV Sayısı Değişen, 2015	2,010 (0,630)	1,449 (0,475)	2,290 (0,500)
Farklılık	0,601 (0,744)	0,653 (0,617)	0,575 (0,434)
<i>t</i>	6,988	3,506	6,218
<i>p>t</i>	0,000***	0,005**	0,000***
Panel B			
	(MVS 2-31)	(MVS 2-5)	(MVS 6-31)
Gözlem Sayısı	48	40	8
Ort. ENP SÇMV Sayısı Değişmeyen, 2018	1,864 (0,440)	1,823 (0,450)	2,069 (0,344)
Ort. ENP SÇMV Sayısı Değişmeyen, 2015	1,571 (0,419)	1,570 (0,447)	1,578 (0,258)
Farklılık	0,293 (0,521)	0,253 (0,553)	0,491 (0,250)
<i>t</i>	3,892	2,891	5,552
<i>p>t</i>	0,000***	0,006**	0,000***

* % 10 düzeyinde, ** % 5 düzeyinde, *** % 1 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 2'de yer alan sonuçlar, farklı büyüklükteki seçim çevrelerinin, 2018 seçimlerinde ortalama etkin parti sayısının 2015 seçimlerine nazaran daha yüksek olduğuna işaret etmektedir. Bu durum, hem milletvekilliği sayısı artan hem de milletvekilliği sayısı değişmeyen seçim çevreleri için geçerlidir. Fakat bu sonuçlar tek başına seçim çevresinin büyümesinin etkin parti sayısına etkisini anlamak için yeterli değildir. Seçim çevresinde meydana gelen büyümenin etkin parti sayısına etkisi olup olmadığını analiz etmek için, seçim çevresindeki milletvekilliği sayısı

artan seçim çevrelerinin ortalama etkin parti sayısındaki değişiklik ile milletvekilliği sayısı değişmeyen seçim çevrelerinin ortalama etkin partisi sayısı değişikliğinin farklı olup olmadığına bakmak gereklidir. Bu durum aşağıda yer alan model tarafından tespit edilmektedir:

$$y = \beta_0 + \beta_1 SÇ^{MVS \text{ Değiştiği Yıl}} + \beta_2 SÇ^{MVS \text{ Değişen}} + \beta_3 SÇ^{MVS \text{ Değiştiği Yıl}} SÇ^{MVS \text{ Değişen}} + \varepsilon \quad (1)$$

y bağımlı değişkeni seçim çevrelerinin ortalama etkin parti sayısını vermektedir. B_0 (Constant) katsayısı milletvekilliği sayısı değişmeyen seçim çevrelerinin 2015 seçimlerindeki ortalama etkin parti sayısını vermektedir. $SÇ^{MVS \text{ Değiştiği Yıl}}$ kukla değişkeni olup milletvekilliği sayılarının değişiklik yapıldığı seçim yılı olan 2018 için 1 değerini 2015 seçim yılı için ise 0 değerini alır. B_1 katsayısı milletvekilliği değişmeyen seçim çevrelerinin 2018 ile 2015 seçim yılları arasındaki ortalama etkin partisi sayısı farkını verir. $SÇ^{MVS \text{ Değişen}}$ kukla değişkeni olup milletvekilliği sayılarında değişikliğin yaşandığı seçim çevreleri için 1 milletvekilliği sayısı değişmeyen seçim çevreleri için ise 0 değerini alır. B_2 katsayısı 2015 seçimleri için milletvekilliği sayısı değişen seçim çevrelerinin milletvekilliği değişmeyen seçim arasındaki ortalama etkin parti sayısı farkını verir. $SÇ^{MVS \text{ Değişen Yıl}} * SÇ^{MVS \text{ Değişen}}$ değişkeni ise önceki iki değişkenin çarpımıyla elde edilmiş olup, milletvekilliği sayısı değişen seçim çevrelerinin milletvekilliği sayısı değişmeyen seçim çevrelerine nazaran ortalama etkin parti sayısının değişiklik gösterip göstermediğini ölçer. Bu bağlamda, B_3 katsayısı milletvekilliği değişen seçim çevreleri ile milletvekilliği sayısı değişmeyen seçim çevreleri arasındaki ortalama etkin parti sayısı farkı olup olmadığını ve var ise bu farkın niceliğini ölçer.

Tablo 3'te birinci sütunda yukarıda ifade edilen istisnalar dışındaki seçim çevreleri haricinde⁹, milletvekilliği sayısı 2015 seçimlerinde 2 ile 31 arasında değişen bütün seçim çevreleri analize dâhil edilmiştir. İkinci sütunda ise yalnızca milletvekilliği sayısı 2015 seçimlerinde 2 ile 5 arasında olan seçim çevreleri analize konu edinmiştir. Üçüncü sütunda ise 2015 seçimlerinde milletvekilliği sayısı 6 ile 31 arasında değişen seçim çevreleri analiz edilmiştir.

Tablo 3. Seçim Çevresinde Meydana Gelen Büyümenin Etkin Parti Sayısına Etkisi

	SÇMVS (Hepsi)	SÇMVS (2-5)	SÇMVS (6-35)
	ENP(Ort)	ENP(Ort)	ENP (Ort)
SÇ ^{MVS} Değiştiği Yıl	.293** (.112)	.253** (.103)	.491* (.272)
SÇ ^{MVS} Değişen	.439*** (.124)	-.121 (.157)	.713*** (.225)
SÇ ^{MVS} Değiştiği Yıl * SÇ ^{MVS} Değişen	.308* (.175)	.399* (.223)	.084 (.318)
Constant	1.571*** (.079)	1.570*** (.073)	1.578*** (.192)
R2	.315	.151	.400
AdjR2	.302	.125	.373
N	162	102	60
Prob>F	0.000	0.001	0.000

* % 10 düzeyinde, ** % 5 düzeyinde, *** % 1 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir.

Not: SÇ seçim çevresini, MVS, milletvekili sayısını, seçim çevresi milletvekili sayısını ifade eder.

Birinci sütunda yer alan $SÇ^{MVS \text{ Değişen Yıl}} * SÇ^{MVS \text{ Değişen}}$ değişkenin katsayısı, milletvekilliği sayısında artış meydana gelen seçim çevrelerinin, milletvekilliği sayısında değişikliğin meydana gelmediği seçim çevrelerine nazaran, 2018 seçimlerinde ortalama 0.308 daha yüksek etkin parti sayısına sahip olduğunu ifade eder. Bu sonuç istatistiksel olarak %10 düzeyinde anlamlıdır. Bu sonuç göstermektedir ki, seçim çevrelerinde milletvekilliği sayılarının artması beklendiği üzere etkin parti sayısının yükselmesine sebebiyet vermiştir. İkinci sütunda yer alan sonuçlara baktığımızda (milletvekilliği sayısının 2015'te 2 ile 5 arasında olduğu seçim çevreleri) ise bu farklılığın

⁹ Ankara'daki seçim çevreleri, Bursa'daki seçim çevreleri ve Bayburt ile seçim çevresi analize dâhil edilmemiştir.

0.399 olduğu ve istatistiksel olarak %10 düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. Bu sonuçta göstermektedir ki, milletvekilliği sayısı küçük olan seçim çevrelerinde meydana gelen milletvekilliği sayısındaki artış etkin parti sayısının artmasına sebebiyet vermektedir. Sütun ikideki $SC_{MVS}^{Değişen\ Yıl} * SC_{MVS}^{Değişen}$ değişkeni katsayısının sütun birdekenden büyük olmasının sebebi milletvekilliği sayısı küçük olan seçim çevrelerinin milletvekilliği sayılarındaki artışın diğer seçim çevrelerine nazaran etkin parti sayısının artmasına daha fazla imkân sağlamasından kaynaklanmaktadır. Üçüncü sütunda yer alan sonuçlar (milletvekilliği sayısı 2015'te 6-31 arasında olan seçim çevreleri) ise milletvekilliği sayısı değişen seçim çevreleri ile milletvekilliği sayısı değişmeyen seçim çevreleri arasında beklendiği üzere etkin parti sayısı bakımından bir farklılığın olmadığını göstermektedir.

6. SONUÇ

Çok partililiği etkileyen faktörler “kurumsal” ve “ideolojik” yaklaşımlar çerçevesinde açıklanmaya çalışılmıştır. Kurumsal yaklaşıma göre, seçim sistemleri ve seçim çevresi büyüklüğü ile çok partililik arasında ilişki kurulabilir. İdeolojik yaklaşıma göre ise toplum içerisindeki ayrışıklık düzeyi çok partililiği belirleyen en temel etkidir. Bu çalışmada, kurumsal yaklaşım esas alınarak, seçim çevresi büyüklüğü ile çok partililik arasındaki ilişki 1 Kasım 2015 milletvekili genel seçimleri ve 24 Haziran 2018 milletvekili genel seçimleri sonuçlarına göre analiz edilmiştir. 2017 Anayasa referandumunun kabulü ile milletvekili sayısının 550'den 600'e yükselmesi 33 seçim çevresinde milletvekilliği sayısının artmasına sebebiyet vermiştir. Bu durum, iki seçim arasında milletvekilliği değişen seçim çevreleri ile milletvekilliği değişmeyen seçim çevrelerini çok partililik açısından mukayese etmek imkânı sunmuştur. Sonuçlar, seçim çevresi büyüklüğü parlamentoda yer alan siyasi parti sayısından daha düşük olan seçim çevrelerinde milletvekilliği sayısının artmasının etkin parti sayısının da artmasına teşvik ettiğini işaret etmektedir. Bununla beraber, seçim çevresi büyüklüğü parlamentoda yer alan parti sayısından daha fazla ise seçim çevresinin milletvekilliği sayısının artması etkin parti sayısını etkilememektedir.

YAZARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazar, çalışmanın tümüne tek başına katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

- Alkan, M. Ö. (1999). Osmanlı'dan günümüze Türkiye'de seçimlerin kısa tarihi. *TÜSİAD Görüş Dergisi*, 39, 48-61.
- Armağan, S. (1967). Türkiyede parlamento seçimleri. *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası*, 33(3-4), 45-100.
- Bakanlar Kurulu Kararları. (1950, 7 Nisan). *T.C. Resmi Gazete* (Sayı: 7477). Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/7477.pdf>, (03.09.2020).
- Gabel, M. J. (1995). The political consequences of electoral laws in the 1990 Hungarian elections. *Comparative Politics*, 27(2), 205-214.
- Göksel, T., Çınar, Y. ve Yürük, S. (2018) İttifaklı seçim sistemi ve sandalye dağıtım mekanizmalarının temsilde adalet açısından sayısal analizi: Türkiye örneği. *Turkish Studies*, 13(4), 99-124.
- Grofman, B. ve Selb, P. (2011). Turnout and the (effective) number of parties at the national and district level: A puzzle-solving approach. *Party Politics*, 17(1), 93-117.
- İntihabı Mebusan Kanununun bazı maddelerinin değiştirilmesine ve kanuna bir madde ilâvesine dair kanun. (1934, 11 Kânunuevvel). *T.C. Resmî Gazete* (Sayı: 2877). Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/2877.pdf>, (01.09.2020).
- Jones, M. P. (1993). The political consequences of electoral laws in Latin America and the Caribbean. *Electoral Studies*, 12(1) 59-75.

- Kararnameler. (1954, 20 Mart). *T.C. Resmi Gazete* (Sayı: 8663). Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/8663.pdf>, (03.09.2020).
- Kararnameler. (1957, 24 Eylül). *T.C. Resmi Gazete* (Sayı: 9714). Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/9714.pdf>, (03.09.2020).
- Laakso, M. V. ve Taagepera, R. (1979). "Effective" number of parties: A measure with application to West Europe. *Comparative Political Studies*, 12(1), 3-27.
- Lago, I. ve Mart'inez, F. (2007). The importance of electoral rules: Comparing the number of parties in Spain's lower and upper houses. *Electoral Studies*, 26(2), 381-391.
- Lijphart, A. (1990). The political consequences of electoral laws, 1945-85. *The American Political Science Review*, 84(2), 481-496.
- Lijphart, A. (2014). *Demokrasi modelleri, Otuz altı ülkede yönetim biçimleri ve performansları*. G. Ayas ve U. U. Bulsun (Çev.) İstanbul: İthaki Yayınları.
- Mebus Seçimi Kanunu. (1942, 17 Kânunuevvel). *T.C. Resmi Gazete* (Sayı: 5285). Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/5285.pdf>, (02.09.2020).
- Milletvekili Seçimi Kanunu. (1961, 30 Mayıs). *T. C. Resmi Gazete* (Sayı: 10815). Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/10815.pdf>, (04.09.2020).
- Milletvekili Seçimi Kanunu. (1983a, 13 Haziran). *T.C. Resmi Gazete* (Sayı: 18076). Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/18076.pdf>, (04.09.2020).
- Milletvekili Seçimi Kanunu. (1983b, 13 Haziran). *T.C. Resmi Gazete* (Sayı: 18076). Erişim adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2839.pdf>, (02.05.2021).
- Milletvekilleri Seçimi Kanunu. (1946, 6 Haziran). *T.C. Resmi Gazete* (Sayı: 6326). Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/6326.pdf>, (02.09.2020).
- Milletvekilleri Seçimi Kanunu. (1950, 21 Şubat). *T.C. Resmi Gazete* (Sayı: 7438). Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/7438.pdf>, (02.09.2020).
- Monroe, B. L. ve Rose, A. G. (2002). Electoral systems and unimagined consequences: Partisan effects of districted proportional representation. *American Journal of Political Science*, 46, 67-89.
- Moser, G. R. (1999). Electoral systems and the number of parties in postcommunist states. *World Politics*, 51(3), 359-384.
- Olgun, K. (2011). Türkiye'de cumhuriyetin ilanından 1950'ye genel seçim uygulamaları. *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, 27(79), 1-36.
- Önder, T. (2019). Türkiye'de parti sistemi: Tarihsel bir analiz. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(21), 511-534.
- Özbudun, E. (1995). Seçim sistemleri ve Türkiye. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 44(1), 52-539.
- Reynolds, A., Reilly B. ve Ellis, A. (2008). *Electoral system design: The new international IDEA handbook*. International Institute for Democracy and Electoral Assistance.
- Savut, E. (2020). Geçmişten bugüne Türkiye siyasetinde seçim ittifakları: Tercih mi? Zorunluluk mu?. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 39(2), 33-48.
- Seçimlerin Temel Hükümleri ve Seçmen Kütükleri Hakkında Kanun ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun. (2018, 16 Mart). *Resmi Gazete* (Sayı: 30362). Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/03/20180316-28.htm>, (04.09.2020).
- T. C. Yüksek Seçim Kurulu. (2020). *Milletvekili genel seçim arşivi*. Erişim Adresi: <https://www.ysk.gov.tr/milletvekili-genel-secim-arsivi/2644>, (05.07.2020).

- Taagepera, R. ve Grofman, B. (1985). Rethinking Duverger's law: Predicting the effective number of parties in plurality and PR systems - parties minus issues equals one. *European Journal of Political Research*, 13, 341-352.
- Türkiye Cumhuriyeti Anayasasının 67, 75, 175 inci Maddelerinin Değiştirilmesi ve Geçici 4. Maddenin Kaldırılması Hakkında Kanun. (1987, 18 Mayıs). *T.C. Resmi Gazete* (Sayı: 19464). Erişim adresi: https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/19464_1.pdf, (04.09.2020).
- Türkiye Cumhuriyeti Anayasasının Başlangıç Metni ve Bazı Maddelerinin Değiştirilmesine Dair Kanun. (1995, 26 Temmuz). *T.C. Resmi Gazete* (Sayı: 22355). Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/22355.pdf>, (04.09.2020).
- Yüzbaşıoğlu, N. (1996). Türkiye'de uygulanan seçim sistemleri ve bunlara ilişkin Anayasa Mahkemesi Kararlarına göre nasıl bir seçim sistemi. *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası*, 55(1-2), 103-150.

“DOLAP BEYGİRİ” FİLMİNİN MUHASEBE ETİĞİ VE MUHASEBE HİLELERİ BAĞLAMINDA İNCELENMESİ

EXAMINATION OF “DOLAP BEYGİRİ” MOVIE IN THE CONTEXT OF ACCOUNTING ETHICS AND ACCOUNTING FRAUDS

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Akif ALTUNAY¹

ÖZ

Son yıllarda yaşanan muhasebe skandallarında muhasebecilerin de rolünün bulunması muhasebe etiğini önemli hale getirmiştir. Muhasebe hilelerinin önüne geçebilmek amacıyla küresel ve yerel olmak üzere birçok değişim ve dönüşüm yaşanmıştır. Ancak kamu veya özel sektör çalışanlarının muhasebe etiğine uygun hareket etmeme ihtimali bir risk unsuru olarak durmaktadır. Bu çalışmanın amacı seksenli yılların başında üretilen bir sinema filmi olan “Dolap Beygiri” filminin muhasebe etiği ve hile unsurları çerçevesinde incelenmesidir. Bu çalışmada “Dolap Beygiri” filmi nitel bir yöntem olan betimsel-yorumlayıcı analiz yöntemiyle analiz edilmiştir. Filmin tamamı incelenmiş ve muhasebe meslek etiği ve muhasebe hileleri ile ilgili olduğu değerlendirilen sahneler analiz edilerek yorumlanmıştır. Çalışmada üç sonuca ulaşılmıştır. Birincisi filmin muhasebe mesleğini okumak, memur olmak ve memleketi kurtarmak kavramlarıyla özdeş halde ve olumsuz bir bakış açısıyla yansıttığı sonucuna varılmıştır. İkincisi, muhasebe hileleri ile mücadelede muhasebecilerin dürüstlüğüne yeterli olmayacağı, muhasebecilerin çalışanlarını hile yapmalarını için gözetlemeleri gerektiği sonucuna varılmıştır. Üçüncüsü bir muhasebecinin her zaman dürüst olabileceği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dolap Beygiri Filmi, Muhasebe Mesleği, Meslek Etiği, Sinema, Hile Unsurları.


JEL Sınıflandırma Kodları: M41, M14, M38.

ABSTRACT

The roles of accountants in recent accounting scandals have made accounting ethics important. Many regulations, both global and local, have been made in order to prevent accounting frauds. However, the possibility of public or private sector employees not to act in accordance with accounting ethics remains a risk factor. The aim of the study is to examine the movie "Dolap Beygiri", a motion picture produced in the early eighties, within the framework of accounting ethics and fraud elements. In the study, the movie "Dolap Beygiri" is analyzed with the descriptive-interpretative analysis method, which is a qualitative method. The whole film is analyzed and the scenes that are considered to be related to accounting professional ethics are analyzed and interpreted. The study reaches three results. First, it is concluded that the film reflects the accounting profession identically with the concepts of studying, being a civil servant and saving the country. Second, it is concluded that the honesty of accountants would not be sufficient in combating accounting fraud, and accountants should monitor their employees to prevent fraud. Third, it is concluded that an accountant can always be honest.

Keywords: Dolap Beygiri Film, Accounting Profession, Professional Ethics, Cinema, Fraud Elements.

JEL Classification Codes: M41, M14, M38.

¹  Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, mehmetaltunay@sdu.edu.tr

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

Cinema films are a mass communication tool that brings up social problems as well as their artistic dimension. Unethical accounting behaviors, which have remained on the agenda for five thousand years and are a social problem with their effects, have also taken their place in the cinema as a comedy. In fact, the traditional good men and bad men struggle has been handled within the framework of the accounting profession. Cinema, which has been an important mass communication tool since its emergence, reflects social developments on the screen through the eyes of the screenwriter and the director. Based on the saying that "cinema is the mirror of society", the story told is not cut off from the social reality. In this context, the social perception of accountant and accounting professional ethics has been tried to be determined by making a film analysis with a qualitative method. In the film, which is the subject of the study, the effect of accounting ethical principles on the professional and private life of an accountant is tried to be presented objectively. The plot of the film and its handling of professional accounting ethics are so up-to-date that this movie can still find an audience today.

Design/methodology/approach:

In this study, according to Yavuz Donat (Donat, 2016), the film "Dolap Beygiri", whose real name is "Neither Martyr Neither Gazi", was released in October 1982, is analyzed in the context of accounting professional ethics. The method of the research is document analysis, one of the qualitative analysis methods. Document review is a highly reliable qualitative method that is made using materials such as written documents or films, videos that contain information about the phenomenon or facts that are aimed to be investigated (Yıldırım & Şimşek, 2018, pp.189-190). By using descriptive-interpretative analysis as an analysis technique in the research, the elements of accounting ethics in the film will be revealed. According to Sönmez and Alacapınar (2016, p. 273), descriptive-interpretative analysis is "a type of superficial analysis in which the depicted data is presented and interpreted by the researcher, the data selected from the research data." In this study, the movie scenes were examined in terms of discourse and visual, and the scene dialogues considered to be related to accounting ethics were literally interpreted.

Findings:

In this film, the accounting profession was dealt with with the concepts of studying, being a civil servant and saving the country. Reading in the movie was treated as a negative phenomenon that confuses people and drives people to be honest and honest. Being a civil servant was considered as being unable to turn the corner, staying poor. Being honest and honest, acting ethically was considered as trying to save the country and opening a job. Cinema, as a mirror, reveal the perception of accounting ethics experienced in that period in the society. The film also emphasizes that fraudsters will never stop cheating and honest accountants will never give up honesty. The evaluation of the film in terms of cinema technique is not the subject of this study.

Conclusion and Discussion:

The film, which is the subject of this study, deals with life of an accountant when he was working in the office, in the period of unemployment and in the private sector. The character of Ali in the film showed that the ethical behavior he demonstrated throughout the film and general ethics and professional ethics are not different from each other. This situation set a good example for accountants' compliance with ethical rules both in their business and private lives. On the other hand, the character of Ali in the film has shown that the accountants will not defraud even if they have difficulties. Since Ali's general ethical and professional ethical values are very strong, no benefit could create a moral break in Ali. For this reason, as in Ali's example, the main purpose in accounting ethics education and general ethics education should be to gain ethical values in order to train honest accountants. As a result of this study, it was seen that the social perception of the accounting profession was created by the accountants. So if accountants behave ethically, accountants and the accounting profession are well known in society. Accordingly, there are virtuous (good) accountants as well as (bad) accountants who act against professional ethics. It should not be forgotten that if the accountants act in accordance with the professional ethics rules, it will bring positive results for the profession, society and the accountant in the long run. Another point emphasized in this film is that acting against professional ethics and public ethics will bring degeneration in the end. Accordingly, it is very difficult to correct the negative effect of degeneration on the professional image. The fraudster Yakup character in the film stated in his suicide letter that he admired the honest accountant. This situation shows that to be virtuous is the dream of even cheaters. Accountants' acting in accordance with accounting ethics is not enough to prevent fraud. Besides that accountants must prevent personnel' act against professional ethics who work with them. As a general conclusion, it can be said that it is important to know the fraudsters well, to detect the frauds quickly and to eliminate the conditions suitable for cheating in the prevention of accounting fraud.

1. GİRİŞ

Muhasebe mesleği diğer mesleklerden farklı olarak müşterisine veya işletmesine hizmet sorumluluğu yanında kamu yararı sorumluluğu da olan bir meslektir (IESBA, 2014: 16). Gerek işletmelerin muhasebe süreçlerinde, gerekse devlet muhasebe sisteminde üretilen muhasebe bilgisi herkesi doğrudan veya dolaylı şekilde etkilediği için bu mesleğin temel kavramları arasında sosyal sorumluluk kavramı yer almaktadır (Kaya ve Yanık, 2011: 295). Son yıllarda yaşanan muhasebe skandalları ve dünya ekonomisinde meydana getirdiği güven bunalımı muhasebe etiğini daha önemli hale getirmiştir. Yeni muhasebe skandallarının önlenmesi amacıyla genel ekonomiler, işletmeler, muhasebe ve denetim süreçleri ile muhasebe meslek mensupları (muhasebeciler) için yeni düzenlemeler ve sınırlamalar çoğu ülke tarafından eşzamanlı olarak kabul edilerek uygulamaya geçirilmiştir (Bekci ve Avşarlıgil, 2011: 133). Diğer bir ifade ile ülkeler ve düzenleyici/denetleyici kurumlar yeni çözüm önerileri geliştirerek yerel veya küresel bazda bunları hayata geçirmişlerdir.

Dellaportas (2013), muhasebe hilelerinde muhasebecilerin rollerinin gözardı edilmemesi gerektiğini ifade etmektedir. Bu yüzden çoğu muhasebe hilesinde muhasebecilerin kasıt veya ihmâl şeklinde ortaya çıkan etik dışı davranışlarına rastlanmaktadır (Enofe, Nakpodia ve Moruku, 2014: 144). Muhasebecilerin kısa vadeli amaçlar için dahil olduğu veya engel olmadığı muhasebe hileleri, muhasebecinin ve muhasebe mesleğinin itibarını riske atmaktadır. Uluslararası Muhasebeciler Federasyonu (IFAC), muhasebecileri hilelere karışmaktan korumak, onların kişisel ve mesleki itibarlarına zarar gelmesini engellemek amacıyla muhasebe meslek etiği ilkelerini yürürlüğe koymuştur (IESBA, 2018). Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği (TÜRMOB) aracılığıyla Türkiye mevzuatına da giren bu ilkeler dürüstlük, tarafsızlık, mesleki yeterlilik ve özen, gizlilik ve mesleki davranış olmak üzere beş adettir (IESBA, 2014; TÜRMOB, 2007; Uçma Uysal, Türker ve Kurt, 2019).

Muhasebe etik kuralları serbest ve bağımlı çalışan muhasebecilerin tamamına yöneliktir. Ancak çalışma şartlarının farklılığı nedeniyle bazı kurallar bu gruplar için ayrı ayrı düzenlenmiştir. Kamu sektöründe çalışan muhasebeciler bağımlı çalışan muhasebeciler olarak sayılmıştır (IESBA, 2014: 201).

Muhasebecilerin hilelere yönelik olumlu ve olumsuz tavırları, toplumla birlikte gelişen ve değişen, kısaca toplumsal yapının bir ürünü olan sinemaya (Güçhan, 1993: 52) da yansımıştır. Batı’da ve Türkiye’de muhasebe hilelerini ve muhasebe etiğini ele alan çok sayıda sinema filmi ve dizi film üretilmiştir. Bu filmler seyircisine ve araştırmacılara değişik muhasebeci tipleri ve muhasebe mesleğinin algılanan imajı ile ilgili bilgiler vermektedir (Alankaya ve Akpınar, 2017; Beard, 1994; Caglio, Cameran ve Klobas, 2019; Christensen ve Rocher, 2020; Coşkun Arslan ve Şahin, 2018; Jeacle, 2012). Dolap Beygiri filmi, bir muhasebe meslek ilkelerini hem iş hem de özel hayatında yaşamayan çalışan muhasebecinin başına gelenleri konu almaktadır. İçinde etik dışı davranış gösteren muhasebecilere de yer veren bu film toplumun muhasebeciye, muhasebe algısına, muhasebe etiğine bakışımı yansıtmaktadır.

Türk Medeni Kanun’a göre “Herkes, haklarını kullanırken ve borçlarını yerine getirirken dürüstlük kurallarına uymak zorundadır.” (TMK, 2001, madde: 2). Muhasebecinin dürüstlüğü mesleki etik ilkenin ötesinde olmalıdır. Muhasebecinin iş bulmasında, kariyer yapmasında hayatının her aşamasında dürüstlük kuralına uygun hareket etmesi yani temiz bir sicile sahip olması önemlidir.

Toplumu ve toplumsal olayları şekillendiren toplumsal dinamiklerin neler olduğunu en güzel sunan iletişim araçlarından birisi sinema (Yıldırım, 2018: 236) olduğu için bu çalışmada, muhasebe etiğinin ve muhasebe hilelerinin toplumsal algısı seçilen filmin karakterleri ve olayları üzerinden ele alınmıştır.

Bu çalışmada öncelikle literatür taraması yapılmıştır. Kavramsal çerçevede ise filmin analizinde göz önünde bulundurulacak muhasebe mesleğinin etik ilkeleri ile muhasebe hilesinin unsurları açıklanmıştır. Araştırma bölümünde ise Dolap Beygiri filminin muhasebe meslek etiği ve muhasebe hileleri ile ilgili olduğu değerlendirilen sahneleri analiz edilip yorumlanmıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Muhasebe mesleğinin medya yayınları üzerinden araştırılmasına yönelik yerli literatür oldukça azdır. Yerli ve yabancı literatüre ait bazı yayınlar şunlardır.

Beard (1994) çalışmasında, 1957-1994 arasında muhasebecilerin başkarakter olarak yer aldığı 16 popüler filmi incelemiştir. Çalışmada filmler mizah, karakter özellikleri ve olay örgüsüne yönelik olarak analiz edilmiştir. Çalışma sonuçlarında film yapımcıları tarafından muhasebecilerin popüler eğlence dünyası olan sinemada nasıl uyarlandıkları ortaya konulmuştur.

Hoffjan (2004) çalışmasında, yönetim muhasebecisinin çalışmasından etkilenen çalışanlara yönelik 73 reklamı ele almıştır. Çalışmanın sonuçları, muhasebe konusunun özellikle "maliyet düşürme" vaatleriyle bağlantılı olarak kullanıldığını, reklamların çoğunda "tasarruf kişileştirilmiş" muhasebeci stereotipinin kullanıldığını ortaya koymuştur.

Dimnik ve Felton (2006) çalışmalarında, sosyal tutumları yansıtan ve şekillendiren etkili bir mecra olan popüler sinemada muhasebecinin imajını incelemişlerdir. Çalışmada, 168 karakter 41 özellik üzerinden kodlanmış ve bu veriler altı faktöre indirgemek için faktör analizi ve beş klişeyi (Hayalperest, azimli, tuhaf, kahraman ve kötü adam) belirlemek için küme analizini kullanılmıştır. Çalışma sonuçlarına göre, zamanla kadınların, etnik azınlıkların, filmlerde muhasebeci olarak temsilinde bir artış olduğu ileri sürülmüştür.

Türker (2006) çalışmasında, 1980'ler Türk sinemasında hiciv tarzı çekilen komedi filmlerinin anlatı yapısını incelemeyi amaçlamıştır. Çalışmanın hipotezi filmlerde toplumsal dönüşümlerin "namuslu" ve "namussuz" figürleri üzerinden veya "bozuk düzen" üzerinden eleştirildiği iddiasıdır. Çalışma sonucunda, bu dönemde çekilen filmlerin dönemin sosyal ve politik dinamiklerini yansıttığı vurgulanmıştır.

Felton, Dimnik ve Bay (2008) çalışmalarında, muhasebeci etiğinin sinemadaki tasvirlerini ele almışlardır. Çalışmada 110 film incelenmiş ve filmlerdeki muhasebeciler temel etik karakterleri, etik davranışları ve değerleri açısından analiz edilmiştir. Çalışma sonuçlarına göre, sinemada muhasebecilerin etik davranışlarının içsel uç değerlerle pozitif, ancak yetkinlik değerlerle negatif olarak ilişkili olduğunu tespit edilmiştir.

Smith ve Jacobs (2011) çalışmalarında, popüler müzikte muhasebe ve muhasebecilerin karakterizasyonunun bir incelemesini sunmayı amaçlamışlardır. Çalışmada muhasebe içeren şarkı sözleri, muhasebecilerin veya muhasebe faaliyetlerinin nasıl sunulduğuna göre analiz edilmiş ve bir sınıflandırma oluşturulmuştur. Çalışma sonuçlarına göre, bazı şarkılar muhasebecileri kişilerin servet ve makam arzularını gerçekleştiren bir araç olarak göstermektedir. Çalışmada ayrıca muhasebecinin güven konumunu kötüye kullanacağı iddiası, dolandırıcılık ve aldatmacanın faileri olarak muhasebecilerin görülmesi, muhasebe mesleğinin imajı açısından olumsuz bir durum olduğu sonucuna varılmıştır.

Jacobs ve Evans (2012) çalışmalarında, muhasebenin popüler müziğin kültürel pratiğiyle nasıl iç içe geçtiğini keşfetmeyi amaçlamışlardır. Çalışma muhasebecinin karakterinin sanatçı tarafından nasıl inşa edildiğini ve kullanıldığını anlamak için Pierre Bourdieu'nun kültürel teorisine dayandırılmıştır. Çalışma sonuçlarında, muhasebe ve muhasebecilerin hem kahramanı hem de kötü adamı oynadığı, sanatçı, "muhasebeci kötü adam" ı reddederek, sanatsal saflığı ve güvenilirliği özdeşleştirdiği belirtilmiştir.

Jeacle (2012) çalışmasında, muhasebe ve popüler kültür arasındaki karşılıklı bağlantıları keşfetmeyi amaçlamıştır. Çalışmada muhasebenin popüler olanla iç içe geçtiği sayısız yolun incelenmesi için teorik olarak bilgilendirilmiş bir çerçeve oluşturmak için hem muhasebe hem de kültürel çalışmalar alanlarındaki literatürden yararlanılmıştır. Çalışma sonucunda, popüler kültür ve muhasebe arasındaki ara bağlantıları incelemek için iki teorik bakış açısı önerilmiş ve bu alanda daha fazla bilimsel araştırma yapmak için çok çeşitli araştırma önerileri getirilmiştir.

Alankaya ve Akpınar (2017) çalışmalarında, sinema filmlerindeki muhasebeci karakterlerinin kişilik özelliklerini belirlemeyi amaçlamışlardır. Çalışmada örneklem olarak Hollywood sinemasının başrol oyuncularından biri muhasebeci olan beş adet filmi seçilmiş ve bu filmlerdeki muhasebeci karakterleri kişilik modelleri, kişiliğin karanlık yönü ve kişilik bozuklukları boyutuyla analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre bu filmlerdeki muhasebeci karakterlerinin B tipi kişiliğe yakın, sessiz, uyumluluk eğilimli, sorumluluk sahibi ve sakin kişiliklere sahip oldukları ortaya çıkmıştır.

Demirdağ (2017) çalışmasında, 1970-1980 yılları arasında Türkiye ekonomisinde yaşanan gelişmelerin sinemaya yansımaları, Umud, Endişe, Diyet, Canım Kardeşim, Sürü ve Maden filmleri üzerinden araştırmıştır. Araştırma sonucunda söz konusu filmlerde ele alınan tarihsel aralıkta yansıtılan ekonomik olaylarla Türkiye'de yaşanan gerçek gelişmelerin örtüştüğü sonucuna varılmıştır.

Güngör (2017) çalışmasında, İstanbul Geceleri filmi aracılığıyla 1950'ler Türkiye'sinde yaşanan çağdaşlaşma ve gündelik hayat değişimlerini sosyolojik analiz yöntemi ile incelemiştir. Çalışma sonuçlarına göre, sinemanın dönemin siyasi ve toplumsal yaşamını tam olarak yansıttığı ortaya konulmuştur. Çalışmada ayrıca sinemanın toplumsal bir kayıt ve ifşa aracı olduğu da belirtilmiştir.

Tavares ve Silva Dantas (2017) çalışmalarında 21. yüzyılın sinematografik yapımında muhasebe profesyonelinin canlandığı imajı incelemeyi amaçlamışlardır. Çalışmada, Casino Royale, Wanted, The Dark Knight, RocknRolla, Too Big to Fail ve The Accountant olmak üzere altı film örneklem olarak seçilmiştir. Çalışma sonucunda, bazı stereotiplerin önceki çalışmalara göre doğrusal kaldığı ortaya çıkmıştır. Çalışmada ayrıca, bu analizde yer alan filmlerdeki muhasebecilerin olumlu bir şekilde tasvir edildiği, bazı özelliklerin ise hala olumsuz olarak temsil edildiği vurgulanmıştır.

Coşkun Arslan ve Şahin (2018) çalışmalarında, muhasebe mesleğinin geçtiği film ve diziler üzerinden muhasebecilerin yansıtılma biçimlerini belirlemeyi amaçlamışlardır. Bu bağlamda ulusal ve uluslararası boyutta 1912 yılından 2018 yılına kadar ortaya konan sanatsal, edebi ve medyatik ürünlerde muhasebeci yansıması incelenmiş ve bu eserlerde muhasebecilerin genelde mesleklerinden ziyade özel hayatlarıyla ve olumsuz niteliklerle yansıtıldığı ortaya konulmuştur.

Sarı Aksakal (2018) çalışmasında, Türkiye'de yaşanan ekonomik, siyasi ve sosyal gelişmelerin Türk sinemasına yansımasını ele almıştır. Bir kronoloji çerçevesinde sinema filmleri ile yaşanan gelişmelerin karşılaştırmalı ele alındığı çalışmada sinemanın üretildiği dönemdeki toplumsal bakışla gelişmeleri yansıttığı sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada ayrıca sinemanın bir iletişim ve eğitim aracı olduğu da vurgulanmıştır.

Uyanık (2019) çalışmasında, 2013-2018 yılları arasında üretilen sinema filmlerini, filmlerin üretildiği dönemdeki sosyo-ekonomik yapı ile karşılaştırmıştır. Toplamda 18 film incelemesi yapılan araştırmanın sonuçlarına göre en çok izlenen filmlerin toplumun genel yapısı ile örtüşen filmler olduğu ortaya çıkmıştır. Böylece izleyicinin kendini yansıtan karakterlerin bulunduğu filmlere ilgi gösterdiği, diğer bir ifadeyle sinema toplumu yansıtır fikrinin doğrulandığı ifade edilmiştir.

Caglio vd. (2019) çalışmalarında, farklı muhasebeci imajlarını tanımlamak ve bu farklılıkların sebeplerini tespit etmeyi amaçlamışlardır. Çalışmada muhasebecilerin başkaları tarafından nasıl algılandıklarının yanı sıra kendilerini nasıl algıladıklarına odaklanılmıştır. Çalışmanın hedef kitlesi üniversite öğrencileri, yeni atanan muhasebeciler ve stajyer muhasebeciler olarak belirlenmiştir. Çalışma sonucunda mesleğe olan uzaklığın büyüklüğünün, muhasebecilerin imajını olumsuz yönde etkilediği ortaya konulmuştur.

Christensen ve Rocher (2020) çalışmalarında, 1945 ile 2016 yılları arasında Fransa'da yayınlanan çizgi romanlarda ortaya çıkan muhasebeci imajının yörüngesini, doğuşundan kalıcılığına kadar analiz etmeyi amaçlamışlardır. Çalışmada muhasebeci karakterleri, bireylerin kültürel eserleri nasıl anlamlandırdığını ve bunun karşılığında görsellerin belirli bir zamanda kültürel inanç sistemlerini nasıl şekillendirdiğini ortaya çıkarmak için bir Iconology (görsel sanat yorumlama) uygulamasında incelenmiştir. Çalışma sonucunda, çizgi roman sanatçılarının muhasebeci imajını kullanmalarının, yönetime ve kapitalizme yönelik eleştirel tepkilerinden kaynaklandığı, diğer zamanlarda ise kullanımın gerçekliğin bir göstergesi olduğunu ortaya konulmuştur.

3. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

3.1. Muhasebe Meslek Etiği

Meslek, yapılan işin sonuçlarından bireylerin ve toplumun olumsuz etkilenme ihtimali nedeniyle yasalar tarafından işi kimin ve nasıl yaptığı belirlenen ve özel statü verilen meşguliyet olarak ifade edilebilir (Bowal ve Lau, 2005: 33). Meslek etiği, meslek mensubunun ikileme düşebileceği özel hayatı ile meslek hayatı arasındaki rol çatışmaları, yerel değer ve kuralların genelden farklılaşması durumlarında neyin doğru olduğunu gösteren kurallardır (Vieriu, 2017: 138).

Muhasebe meslek mensubunun hizmet verdiği müşterileri veya işletmesine, kamuya, mesleğine ve meslektaşlarına karşı taşıdığı sorumlulukları ve sunduğu muhasebe bilgisinin stratejik önemi gereği etik ilkelere uygun bir sorumluluk duygusuyla hareket etmesi gerekmektedir (Özçelik ve Angı, 2017: 143; Uçma Uysal vd., 2019: 22). Muhasebe meslek etiği ise, temelde dürüstlük, güvenilirlik ve bağımsızlık ilkelerinden oluşmaktadır (Kutlu, 2011: 117). Muhasebe etiği ile temel düzenlemeler 1977 yılında kurulmuş muhasebe mesleğinin uluslararası bir üst

kuruluşu olan IFAC tarafından yapılmıştır. En son 2018 yılında güncellenen etik ilkeler ve kurallar IFAC'a bağlı Uluslararası Muhasebeciler için Etik Standartları Kurulu (IESBA) tarafından "Profesyonel Muhasebeciler için Uluslararası Etik Kuralları" adıyla yayımlanmıştır (IESBA, 2018). Bu yayın IFAC'ın bir üyesi olan TÜRMOB tarafından tercüme edilerek yayımlanmıştır (IESBA, 2014). Muhasebeciler; serbest çalışanlar ve bağlı çalışanlar olmak üzere iki gruba ayrılmıştır. Kamu sektöründe çalışan muhasebeciler de bağımlı çalışan sayılmıştır. Buna göre, IFAC tarafından belirlenen ve etik kuralların genel uygulaması başlığı altında sayılan etik ilkeler aşağıda verilmiştir (IESBA, 2018; IESBA, 2014; TÜRMOB, 2007):

- **Dürüstlük ilkesi:** Dürüstlük ilkesi, muhasebe meslek mensuplarının mesleki faaliyetlerinde açık ve doğru sözlü olmasını, adil olmasını, dürüst davranmasını gerektiren bir ilkedir.
- **Tarafsızlık ilkesi:** Tarafsızlık ilkesi, muhasebe meslek mensuplarının mesleki yargılarını ve kararlarını belirlerken başkalarından gelebilecek baskılara boyun eğmemelerini; gerektiğinde bu faaliyeti veya hizmeti yerine getirmemelerini gerektirmektedir.
- **Mesleki yeterlilik ve özen ilkesi:** Mesleki yeterlilik ilkesi, muhasebe meslek mensubunun mesleki faaliyetlerini yerine getirirken gerekli mesleki bilgi ve becerilere sahip olması, koruması ve geliştirmesini ifade etmektedir. Mesleki özen ilkesi ise, yeterlilik ilkesiyle de bağlantılı olarak, muhasebe meslek mensubunun mesleki hizmetleri vermesinde mesleki standartlara, usullere ve kurallara uygun olarak hareket etmesini, gayretli, özenli ve çalışkan olmasını gerektirmektedir.
- **Gizlilik ilkesi:** Gizlilik ilkesine göre muhasebe meslek mensubu mesleki faaliyetleri sonucu elde etmiş olduğu bilgileri kanuni veya mesleki bir yetkisi veya yükümlülüğü yoksa başkalarına açıklamamakla, bu bilgileri kendisi veya bir başkası menfaatine kullanmamakla ve bu bilgileri korumakla yükümlüdür.
- **Mesleki davranış ilkesi:** Mesleki davranış ilkesi, muhasebe meslek mensubunun mevzuata uygun hareket etmesini, kendini ve mesleğinin itibarını zedeleyecek davranışlardan kaçınmasını ve iş alabilmek için kendini yüceltecek, meslektaşlarını küçümseyecek tavırlardan uzak durmasını gerektirmektedir.

Yukarıda sayılan genel ilkeler bağlamında oluşturulan ve kamu çalışanı muhasebecilerin de dahil olduğu bağımlı (işletmelerde çalışan) muhasebecilerin karşılaşabileceği, etik ilkelere uymayı zorlaştıran veya zorlaştırabilecek ilişkileri ve durumları içeren bazı tehditler ve bu tehditlerle baş edebilmek için alınabilecek önlemler sayılmıştır. Olası tehditler " kişisel çıkar, kendi kendini denetim, taraf tutma, yakınlık ve gözdağı" başlıklarında sınıflandırılmıştır (IESBA, 2018; IESBA, 2014).

Kamu çalışanı muhasebecilerin muhasebe etiği dışında uymak zorunda oldukları etik kurallar da bulunmaktadır. Bu konuda yayınlanan mevzuat ve içeriği aşağıda verilmiştir:

- 657 sayılı "Devlet Memurları Kanunu" memurların genel çalışma kuralları ve özlük hakları ile birlikte uymaları gereken etik kuralları ve bunların ihlali durumunda verilecek cezaları da içermektedir (DMK, 1965).
- 178 sayılı "Maliye Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname" Maliyet teşkilatını ve görevlerini belirleyerek "Vergi Denetim Kurulu Başkanlığı"na çalışanların uyacakları etik düzenlemeleri yapma görevi vermiştir (Hazine ve Maliye Bakanlığı, 1983).
- 3628 sayılı "Mal Bildiriminde Bulunulması, Rüşvet ve Yolsuzluklarla Mücadele Kanunu" memurlar tarafından rüşvet ve yolsuzlukla ilgili suçların soruşturulması usullerini de içeren bir düzenlemedir. Diğer yandan memurlara ve bazı kişilere görevleri süresince mal bildiriminde bulunma zorunluluğu getirerek haksız mal ediniminin de önüne geçilmesi amaçlanmıştır (*Mal Bildiriminde Bulunulması, Rüşvet ve Yolsuzluklarla Mücadele Kanunu*, 1990).
- 5176 sayılı "Kamu Görevlileri Etik Kurulu Kurulması ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun" ile kamu etik ilkelerini gözetmek amacıyla Kamu Etik Kurulu kurulmuştur. Bu kurum kamu görevlilerinin vazifeleri ile ilgili etik davranış kurallarını belirlemek, etik kültürünü geliştirmek ve etik kural ihlal iddialarını incelemekle görevlendirilmiştir (*Kamu Görevlileri Etik Kurulu Kurulması ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun*, 2004).
- 2004 yılında yayınlanan 27 sayılı Başbakanlık Genelgesi ile bütün kamu kurum ve kuruluşlarına "Kamu Görevlileri Etik Kurulu" ile işbirliği talimatı verilmiştir. Bu genelge söz konusu Kurul'un çalışmalarını kolaylaştırmak amacıyla yayınlanmıştır (Başbakanlık, 2004).

- “Kamu Görevlileri Etik Davranış İlkeleri İle Başvuru Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik” 5176 sayılı Kanun’a dayalı olarak, “*kamuda etik kültürünü geliştirmek, kamu görevlilerinin görevlerini yürütürken uymaları gereken etik davranış ilkelerini belirlemek, bu ilkelere uygun davranış göstermeleri açısından onlara yardımcı olmak ve görevlerin yerine getirilmesinde adalet, dürüstlük, saydamlık ve tarafsızlık ilkelerine zarar veren ve toplumda güvensizlik yaratan durumları ortadan kaldırmak suretiyle kamu yönetimine halkın güvenini artırmak, toplumu kamu görevlilerinden beklemeye hakkı olduğu davranışlar konusunda bilgilendirmek ve Kurula başvuru usul ve esaslarını düzenlemek*” amacıyla çıkarılmıştır (Başbakanlık, 2005).
- 2005 yılında yayınlanan 28 sayılı Maliye Bakanlığı Genelgesi ile “Etik Sözleşme” memurlar için zorunlu hale getirilmiştir. Bu sözleşme ile kamu görevlileri etik kurallara uyma konusunda taahhütte bulunmaktadır (Hazine ve Maliye Bakanlığı, 2005a).
- “İç Kontrol ve Ön Mali Kontrole İlişkin Usul ve Esaslar” 5018 sayılı Kanun’a dayalı olarak kamu idarelerinde iç kontrol sistemine ve ön mali kontrollere ilişkin usulleri belirlemek için çıkarılmıştır. Burada iç kontrolün unsurlarından kontrol ortamında, kamu görevlilerinin “etik değerlere ve dürüst bir yönetim anlayışına sahip olması esastır” vurgusu yapılmıştır (Hazine ve Maliye Bakanlığı, 2005b).
- Bakanlar Kurulu tarafından 2010 yılında “Saydamlığın Artırılması ve Yolsuzlukla Mücadelenin Güçlendirilmesi Stratejisi (2010-2014)” ile “*saydamlığı engelleyen ve yolsuzluğu besleyen faktörlerin ortadan kaldırılması suretiyle daha adil, hesap verebilir, saydam ve güvenilir bir yönetim anlayışının geliştirilmesi*” amacıyla yolsuzluğun önlenmesine, yolsuzluklara yönelik yaptırımların uygulanmasına ve yolsuzluk konusunda toplumsal bilincin artırılmasına yönelik faaliyetler belirlenmiştir (Milletlerarası Andlaşma, 2010).

Devlet yönetiminde etik ihlallerin takibi amacıyla kurulan Kamu Görevlileri Etik Kurulu kurulduğu 2005 yılından 2020 yılına kadar yapılan başvurulara ilişkin yapılan işlemler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Kamu Görevlileri Etik Kuruluna Yapılan Başvurular

	2005-2019 Toplam
Toplam Başvuru Sayısı	2.476
Usule Aykırılık Nedeniyle Reddedilen Başvuru Sayısı	1.713
İncelemeye Alınan Başvuru Sayısı	634
İncelemeye Alınan Başvurulardan Etik İhlal Kararı Verilenler	97
İncelemeye Alınan Başvurulardan Etik İhlal Kararı Verilmeyenler	296
İncelemeye Alınan Ancak Yargıya İntikal Etmesi Nedeniyle İncelemesi Durdurulanlar	206
Karar Verilmesine Yer Olmadığına Karar Verilenler	35

Kaynak: (Kamu Görevlileri Etik Kurulu, 2020).

Hata! Başvuru kaynağı bulunamadı.’de de görüldüğü gibi etik ihlaller usulüne uygun şekilde Kamu Görevlileri Etik Kurulu’na bildirildiği zaman usulünce değerlendirilip, etik ihlal kararı verilebildiği gibi, gerektiğinde bu ihlallerden bir kısmı yargıya da intikal ettirilebilmektedir.

Muhasebe meslek mensubunun etik ilkelere uymasının mesleki faaliyetleriyle mi sınırlı olduğu, özel hayatı kapsayıp kapsamadığı tartışılmaktadır. Bu konuda, Serbest Muhasebeci Mali Müşavir ve Yeminli Mali Müşavirlerin Çalışma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik’te “Meslekle ve Meslek Onuru İle Bağdaşmayan Haller” başlıklı 42 nci maddesinde “aşırı içki ve kumar düşkünlüğü ile tanınmak” ile “kanunlara göre yapılması yasak olan işlerden herhangi birini yapmak” şeklinde meslek hayatına ve özel hayata ilişkin çok geniş bir hükümler konulmuştur (TÜRMOB, 1990). “Mesleğin vakar ve onuru ile bağdaşmayan işler” olarak ifade edilen ancak neler olduğu, özel hayatı kapsayıp kapsamadığı belirtilmeyen faaliyetler Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu Disiplin Yönetmeliği’nde de uyarı cezasını gerektiren durumlar arasında sayılmıştır. Ancak Bowal ve Lau (2005: 37) meslek etiğinin özel hayatı da kuşattığını şu şekilde ifade etmişlerdir:

“Bir profesyonel, üç farklı gruba karşı yükümlülük altında kalır: müşteri, toplum ve meslek grubu. Ek olarak, profesyonelin hem mesleğin içinde hem de dışında en yüksek kişisel davranış standartlarını koruması beklenir. Bir üye her zaman mesleğini temsil eder. Belgeci bir meslek mensubu, taahhüdüne bakılmaksızın her zaman mesleki etik ile bağlıdır, çünkü dürüstlük ve iyi karakter, rahatlatılmaması gereken standartlardır. Bir meslek mensubunun mesleğiyle ilgisiz bir

konuda ve özel hayatında işlediği bir hata veya suçun mesleği lekeleyeceğinden hareketle mesleki bir yaptırma uğramasının nedeni budur. Örneğin, alışkanlıkla hırsızlık yapan bir mühendis, normal mühendislik faaliyetleriyle ilgili olmasa bile bu basit bir hırsızlık nedeniyle meslek odası/birliği tarafından disiplin cezası ile cezalandırılabilir. Mesleki etik belirli ve titiz olduğundan, çoğu meslek, herhangi bir üyesinin genel ve kurumsal etik kurallarını ihlaline izin vermez.”

Bu durumda meslek mensubunun meslek etik ilkelerini özel hayatında da gözetmesi meslek imajı açısından önemli bir konudur. Muhasebe mesleğinin saygınlığı meslek etiğine uygun davranmak ve etik ilkeleri karşılaşılan özel durumlar için bir uygulama rehberi edinmekle artacaktır (Bektöre, 2003, ss. 2-6). Böylece muhasebe meslek mensubunun “az vergi ödeten kişi” (Jacobson, 1965: 680) gibi olumsuz imajı daha saygın noktaya gelebilecektir.

Muhasebeci meslek hayatında çeşitli şekillerde etik ikilemler yaşayabilmekte ve muhasebe meslek etiği ilkelerine uygun olan “etik karar” yerine çeşitli bahanelerle “etik sapma” olarak ifade edilen meslek etiği ilkelerine aykırı kararlar alabilmektedir (Daştan, Bellikli ve Bayraktar, 2015: 77). Hile yapmaya **yeteneği** olan bir muhasebeci hile yapma **baskısı** altında olduğunda, zayıf kontroller veya gözetim nedeniyle kişiye dolandırıcılık yapma **fırsatı** sağlandığında ve kişi dolandırıcılık davranışını **haklı görebilmektedir** (Wolfe ve Hermanson, 2004: 38).

Muhasebe etik ilkelerinin ihlal edilmesi yozlaşmayı getirmektedir. Eryılmaz (2008: 3)’a göre yozlaşma, “*kamu görevlilerinin gerek kendi inisiyatifleriyle gerekse hizmetten yararlananların teşvikiyle etik davranış ilkelerini ve hukuku ihlal edecek şekilde, özel çıkar, tercih, prestij veya belirli bir grubun çıkarı için kamusal gücü kullanarak ortaya koydukları her türlü davranış ve yöntemlerden meydana gelir.*” Yozlaşma bir toplumun ve mesleğin yaşayabileceği arzu edilmeyen ve tehlikeli bir durumdur.

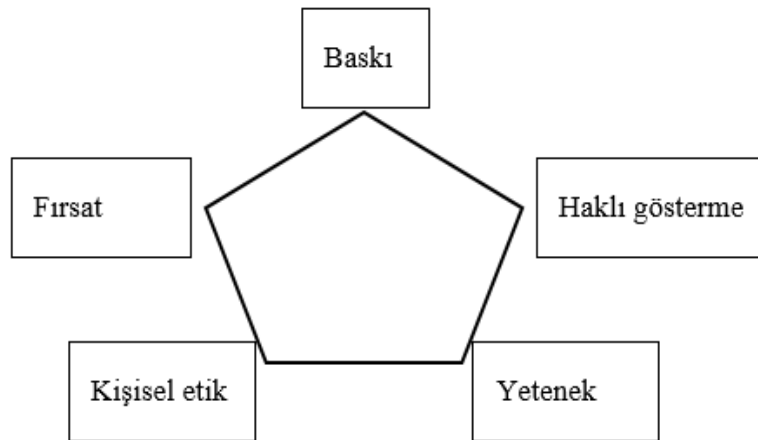
3.2. Muhasebe Hilesinin Unsurları

Kişileri hile yapmaya iten nedenler veya hilenin unsurları Cressey’in (1953) çalışmasına dayanmaktadır. Cressey hilenin meydana gelmesinde “hile üçgeni” adını verdiği baskı, fırsat ve haklı gösterme unsurlarının bulunduğunu ileri sürmüştür (Bozkurt, 2011: 111).

Cressey’in teorisini temel alan yaklaşıma göre hilenin yapılmasında yönetimi veya diğer çalışanları, hile yapmaya güdüleyen/baskılayan nedenler “baskı unsuru”, hilenin yapılabilmesi için uygun ortamın oluşması veya oluşturulması “fırsat unsuru” ve hilekarın hileyi yapmak için kendini ikna etmesi ve hileyi meşrulaştırması da “meşru gösterme unsuru” olarak adlandırılmıştır (AICPA, 2002: 1722).

Wolfe ve Hermanson (2004) hile nedenlerine yeni bir unsur olarak “yetenek” unsurunu eklemiştir. Sorunke (2016) de hile nedenlerine yeni bir unsur olarak “kişisel etik” unsurunu eklemiştir.

Böylece son eklemelerle oluşan hile beşgeni Şekil 1’de verilmiştir.



Şekil 1. Hile Beşgeni (Fraud Pentagon)

Kaynak: (Sorunke, 2016: 164).

4. ARAŞTIRMA

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

İlk ortaya çıkışından günümüze kadar önemli bir kitle iletişim aracı olan sinema, toplumsal gelişmeleri senaristin ve yönetmenin gözünden beyaz perdeye yansıtmaktadır. Sinema toplumun aynasıdır sözünden hareketle anlatılan hikayenin toplumsal gerçekle bağı kesilmemektedir. Bu bağlamda muhasebeci ve muhasebe meslek etiği konularının toplumsal algısı nitel yöntemle film incelemesi yapılarak tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın konusu olan filmde muhasebe etik ilkelerinin bir muhasebecinin meslek yaşantısına ve özel yaşantısına etkisi nesnel bir şekilde ortaya konulmaya çalışılmıştır. Filmin konusu ve muhasebe meslek etiğini ele alış şekli o kadar günceldir ki, bu film günümüzde bile izleyici bulabilmektedir.

4.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada, Yavuz Donat (Donat, 2016)'a göre asıl adı "Ne Şehittir Ne Gazi" olan Ekim 1982 tarihinde gösterime girmiş olan "Dolap Beygiri" filminin muhasebe meslek etiği bağlamında analiz edilmektedir. Araştırmanın yöntemi nitel analiz yöntemlerinden doküman incelemesidir. Doküman incelemesi, araştırılması hedeflenen olgu veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı belge veya film, video gibi malzemeler kullanılarak yapılan ve oldukça güvenilir olan bir nitel yöntemdir (Yıldırım ve Şimşek, 2018, ss. 189-190). Araştırmada analiz tekniği olarak betimsel-yorumlayıcı analiz kullanılarak filmdeki muhasebe etiğine ilişkin öğeler ortaya konulacaktır. Sönmez ve Alacapınar (2016: 273)'ya göre betimsel-yorumlayıcı analiz, "betimlenen verilerin araştırmacı tarafından, araştırma verileri arasından seçilen verilerin sunulduğu ve yorumlandığı yüzeysel bir analiz türüdür." Bu çalışmada film sahneleri söylem ve görsel bakımından incelenmiş, muhasebe etiği ile ilgili olduğu değerlendirilen sahne diyalogları aynen aktararak yorumlanmıştır.

4.3. Araştırmanın Kapsamı

Araştırmanın kapsamını bir muhasebecinin meslek etiğine bağlılığı nedeniyle yaşadıklarını ele aldığı için "Dolap Beygiri" filmi oluşturmaktadır. 1982 yapımı ve 89 dakika süren film Uluyağcı (1996)'ya göre bir Hacivat Karagöz tipleresidir.

"Karagöz (İlyas Salman) saf, sezgileri güçlü, sıradan bir halk adamıdır. Mesai saatleri içinde çay bile içmeyecek kadar dürüştür. Karşıtı Hacivat (Şener Şen) ise yarı aydın, bilgiç bir adamdır. Dindar görüntüsü altında dolandırıcılık yapar. Para gözlü, çıkarıcı bir tip çizer. Ayrıca Dolap Beygiri,

Bir varmış

Bir yokmuş

Onlar eremedi muradına

Biz biraz düşünelim hele

tekerlemesiyle Karagöz-Hacivat oyununun başlayış ve bitiş ayrımlarında olduğu gibi izleyiciyi düşündürecek bir biçimde biter." (Uluyağcı, 1996: 93).

Dolap Beygiri filmi, Yavuz Donat (Donat, 2016)'a göre asıl adı "Ne Şehittir Ne Gazi" olan Ekim 1982 tarihinde gösterime girmiş bir sinema filmidir. Filmin künyesi Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Dolap Beygiri Filminin Künyesi

Yapımcı	Uzman Filmcilik (Ferit Turgut, Kadir Turgut)
Yönetmen	Atıf Yılmaz Batıbeki
Senaristler	Suphi Tekniker, Atıf Yılmaz Batıbeki
Tür	Komedi, Dram
Film müziği	Melih Kibar
Vizyon Tarihi	Ekim 1982
Oyuncular	İlyas Salman, Şener Şen, Yaprak Özdemiroğlu, Aysen Gruda, Şevket Altuğ, Ali Yalaz, İhsan Yüce, Ekrem Dümer, Altan Erkekli, Teoman Özer, Koray Ergun, Hakki Kıvanç, Yusuf Çağatay, Yasar Şener, Arslan Kacar, Ahmet Açıkan, Nuri Tuğ, Seyfettin Karadayı, Ercan Acar, Ali Demirel

Kaynak: ("Dolap Beygiri", 2017).

4.4. Dolap Beygiri Filmi'nin Özeti

İş hayatında ve özel hayatında ahlaklı bir hayat sürmeyi arzu eden bir kişinin yaşadığı mağduriyetleri hikayeleyen “Dolap Beygiri” filminin kahramanı Ali'dir. Film temelde Ali'nin devlet memuru olarak çalışması ile özel bir şirkette çalışması bölümlerinden oluşmaktadır.

Birinci bölümde İktisadi ve Ticari İlimler Akademisini bitiren Ali köyünden “rüşvet yeme” “harama el uzatma” nasihatleriyle “muhasabe müdür yardımcısı” unvanıyla atandığı ve eniştesi Yakup ile ablası Hacer'in yaşadığı yere gider. Yakup cami yaptırma derneğinde yönetici, Ali'nin çalıştığı “muhasabe idaresinin müdürü” ise aynı dernekte denetçidir. Yakup, Ali'ye muhasabe idaresinin, memurların “köşeyi döndüğü” bir yer olduğu söylemiştir. Ali'nin işe başlamasıyla birlikte Yakup, derneğin paralarını da alarak ailesiyle birlikte başka bir semte kaçır. Yakup'un yeğeni Ayşe ile evlenen Ali muhasabe idaresinin çalışma disiplini ve memurların etik dışı davranışlarına uymayarak itiraz eder. Ali'nin dürüst tavrı ve davranışları onun memuriyetine son verilmesine neden olur.

İkinci bölümde işsiz kalan ve yeni çocuğu doğmuş olan Ali iş arar ve bulamaz. Bu süreçte çaresizlikle “diplomalı hıyarcı” olarak seyyar satıcılık yapar ancak zabitanın el koymasıyla bu işten de nasibini alamaz. Bu süreçte yolda bulduğu para dolu zarfı eniştesi, ablası ve eşinin ısrarlarına rağmen sahibine iade eder. Zarfı düşüren iş insanı Ali'ye şirketinde iş verir. Yönetici olan Ali'nin yolunda giden iş hayatı ve aile hayatı, Hacer'in ricası üzerine işe aldığı Yakup'un yasadışı faaliyetleri nedeniyle yeniden bozulur. Yakup'un yaptığı kaçakçılık faaliyetleri sonucunda Ali suçlanır ve hapse gider. Yakup ise yasadışı işlerden kazandığı paralarla bankerlik yapmaya başlar. Ali'nin hapisten çıkması sonrası Yakup, intihar etmiş görünerek banker olarak topladığı paraları da zimmetine geçirir. Cenaze defni sırasında Yakup'un gizli bir şekilde ortaya çıkması sonucu Ali, Yakup'u öldürmeye kalkar. Kocasının daha çok parası olduğunu düşünen Hacer'in engellemesiyle Yakup birkaç yarayla kurtulur ve Ali vurduğu eniştesi Yakup'u sırtında taşımak zorunda kalır.

4.5. Dolap Beygiri Filminin Muhasebe Meslek Etik İlkeleri Boyutuyla İncelenmesi

4.5.1. Ali'nin Memuriyeti Öncesine İlişkin Sahnelerin Değerlendirilmesi

Filmin başında Ali'yi köyden görev yapacağı İstanbul'a uğurlama sahnesinde toplumsal bir beklenti olarak köylüler, annesi ve babası tarafından filmin genelinde dürüstlüğünden ödün vermeyen Ali'ye iletilmektedir:

“Köylü: Makamında fakir fukarayı kolla.

Köylü: Memur oldum diye rüşvet filan yemeyesin sonra karışmam

Ali'nin Babası: Vatana millette yararlı ol. Doğru yoldan ayrılırsan, harama el uzatırsan hakkımı helal etmem bilmiş ol.”

Bu sahnede “vatana millete yararlı olma” ve “fakir fukarayı kollama” olumlu bir davranış olarak övülürken “rüşvet yemek”, “doğru yoldan ayrılmak” ve “harama el uzatmak” olumsuz davranışlar olarak yerilmiştir. Dürüstlük ilkesi hem muhasabe mesleğinin hem de kamu görevlilerinin temel etik ilkelerindedir (Başbakanlık, 2005, madde: 5). Bu sahnede muhasabe mesleğinin ve memuriyetin etik ilkelerinden olan dürüstlüğü toplumsal bir beklenti olduğu; dürüst olmayan davranışların ise toplumsal bir kaygı olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu sahnede övülen ve yerilen davranışlar tarafsızlık ilkesi açısından da önemlidir. Muhasebecinin mesleki kararlarından ödün vermeyi gerektirecek rüşvet vb. davranışlardan, ortam ve ilişkilerden uzak durması gerekmektedir.

Ali'nin müdür yardımcısı olarak atandığı “Muhasebe İdaresi” filmin çekildiği yıllarda vatandaşların devletten alacaklarının ödendiği bir kurum olarak faaliyette bulunmaktadır. Muhasebe idaresinde işi olan vatandaşların alacaklarını biran önce almak veya hak etmedikleri halde devletten para alabilmek amacıyla müdüre ve memurlara rüşvet verdikleri ve bunun bilinen bir durum olduğu filmde ayrıntılı olarak işlenmiştir. Ali'nin eniştesi Yakup ve ablası Hacer'in yaşadığı eve geldiği gün Yakup ve Ali arasında aşağıdaki diyalog geçmektedir:

“Yakup: Eee sizin daire verimlidir. Hayvan değil ya bunlar. Sana da bir pay düşecek elbet.

Ali: Ne payı?

Yakup: Valla aslan payı şimdilik sana düşmez kayınço. Ama gözünü açarsan... Ben müdüre söylerim. Benim iyi ahbabımdır.

Ali: Gözümü açarsam?.. Anlamıyorum... Ne yapacağım ki?

Yakup: Ya kayınço sen işletiyor musun bizi?

Hacer: Hadi be! Aman ilk günden oğlanın aklını karıştırma.“

Bu sahneden muhasebe etik ilkelerinden “dürüstlük”, “tarafsızlık” ve “mesleki davranış” ilkelerine aykırı hareket eden muhasebe memurları nedeniyle Ali’nin çalıştığı “muhasebe idaresi” toplum tarafından rüşvetçi olarak bilindiğini anlıyoruz. Ayrıca filmde dürüst olmayan, dolandırıcı özellikleriyle karakterize edilen Yakup’un müdürün yakın arkadaşı olması da müdürün mesleki itibar ilkesine yani “mesleğin adını olumsuz etkileyeceği düşünülen davranışları” gerçekleştirdiği anlaşılmaktadır. Bu sahneyle birlikte Ali’ye dürüst olmaması gerektiği konusunda baskı yapılmaya başlanmaktadır.

Yakup’un Ali’ye dürüst olmaması gerektiğiyle ilgili baskıları devam etmektedir. Ali’nin karşı çıktığı dürüstlüğe uygun olmayan davranışların toplumsal kabul gördüğü Yakup’un Ali’yi iş yerinde ziyareti sırasında aralarında geçen diyaloguna aşağıdaki şekilde yansımıştır:

“Yakup: Yahu bizim kayınço nerede? Bugün işe başlayacaktı.

Memur: Yeni muavin mi, Yakup Bey defîne arıyor.

Yakup: Kayınço, bunlar ne bu ne hal?

Ali: Ya bunlar gecikmiş. Vatandaşın işini geciktirmek olmaz.

Yakup: Boşver bu milletin işi biter mi?

Ali: Valla yapınca biter.

Yakup: Bizim millet beklemeye alıştıktır. Düzeni bozmayacaksın.”

Ali işe başladığı ilk günden itibaren işyerindeki müdürün, memurların ve vatandaşların dürüstlüğe uymayan ilişkilerine ve davranışlarına itiraz etmiştir. Bu davranışlardan rüşvet vermeyen vatandaşların işlerinin bekletilmesi ve mevzuata aykırı işlemlerin rüşvet karşılığı onaylanması filmde vurgulanmıştır. Ali’nin bu olaylara tepkisi ise rüşvet alabilmek amacıyla bekletilen vatandaşların işlerinin halledilmesi, rüşvet verme ve alma davranışlarına engel olmaya çalışması şeklinde gösterilmiştir. Benzeri değerlendirmeler Ali’nin dürüst tavır ve davranışlarından rahatsız olan Yakup ve müdür arasındaki diyalogda da vurgulanır:

“Müdür: İlk günden dairenin düzenini bozdu. Memur kısmının bu kadar çalıştığı görülmiş mü canım.

Yakup: Meraklanma yakında soluğu tükenir, sütçü beygirine döner.“

Yukarıda ifade edilen iki sahne birlikte değerlendirildiğinde Ali arkadaşlarının muhasebe meslek ilkelerinden “mesleki yeterlilik ve özen” ilkesine aykırı hareket etmesini olumsuz karşılamış ve onlara örnek olmak amacıyla bekletilen işleri yapmaya başlamıştır. Bu sahneden “muhasebe idaresi” yönetici ve çalışanlarının vatandaşların işlerini bilerek beklettiği, işinin tamamlanmasını veya olumlu sonuçlanmasını talep eden vatandaşları rüşvet vermeye zorladıkları anlaşılmaktadır. Oysa mesleki yeterlilik ve özen ilkesi mesleki hizmetlerin dikkatli, detaylı ve uygun zamanda yerine getirilmesini gerektirmektedir. Yakup’un “düzeni bozmayacaksın” ifadesi ve müdürün “ilk günden düzeni bozdu” ifadesi rüşvet düzeninin işlerin geciktirilmesine bağlı olduğu değerlendirilmesini güçlendirmektedir. Düzen, filmin çekildiği seksenli yılların başında “sallabaşı al maaşı”, “benim memurum işini bilir”, “devleti sen mi kurtaracaksın”, “devletten aylık Allahtan sağlık” gibi ifadeler üzerine kurulmuştur (Acar ve Akman, 2019: 204).

Zaten filmde dönemin toplumsal bir sorunu olan muhasebe ve memuriyette yozlaşmanın ele alınması sinemanın toplumla kurduğu bağı ifade etmektedir (Güçhan, 1993: 62).

Ali’nin yozlaşmaya karşı yaşadığı kaygı geçmişten geleceğe yaşanan bir kaygıdır. Ahlaksızlığın meşruiyeti yozlaşmanın en üst noktası sayılabilir. Toplum ahlaksızlığa karşı kayıtsızdır; hatta meşru görmektedir. Edip Ahmet Yükneki, Atebetü’l-Hakayık adlı eserinde bu kaygısını şöyle ifade etmektedir:

“Ey ahlaksız kişi, sevinçle dolaş. Bu senin zamanındır, istediğini yap.

İstediğin gibi rahat ve kaygısız yaşa.

Seni hangi yerde engellediler; sana hangi sözlerle engel çıktı?

Utanma kayboldu; araştırsan kokusunu bile bulamazsın.

Helal yiyen kalmadı, helalin vücudu şöyle dursun eseri bile görünmüyor.

Haram yiyen, yediğini haram saymıyor.” (Edib Ahmet bin Mahmut Yükneki, 2013: 29)

Rüşvetin yaygınlığı ve vatandaş tarafından kabul görmüşlüğü Ali’ye rüşvet teklifi sahnesinde de gösterilmiştir.

“Rüşvet Veren Vatandaş: *Bunu hemen havale eder misiniz? Bugün sonucu almamız lazım da...*

Ali: *Para unutmusunuz (evrakların arasında).*

Rüşvet Veren Vatandaş: *Bu para sizin bizden bir rakı içersiniz canım.*

Ali: *Yani siz bana... Ha anladım rüşvet bu.*

Rüşvet Veren Vatandaş: *Canım hizmetinize karşılık...*

Ali: *Size hizmet etmek benim görevim. Devlet bunun için bana para veriyor.*

Rüşvet Veren Vatandaş: *Canım o parayla bu zamanda geçinmek...*

Ali: *Rüşvet verdiniz. Yani namussuz dediniz bana.”*

Bu sahnede “muhasabe idaresinde” rüşvet almak kadar rüşvet vermenin de kabul gördüğü anlaşılmaktadır. Oysa rüşvet, muhasabe etik ilkelerinin ve kamunun saygınlığının korunması gereği suç sayılmış bir eylemdir (Ünlü, 2012: 333). Muhasabe etik ilkeleri muhasebeciler ve haksız kazanç elde etmek isteyen kişiler tarafından etkisiz kılınmıştır. Muhasabecinin tarafsızlık ilkesi gereği vatandaştan gelen rüşvet tekliflerine hayır demesi gerekmektedir. Çünkü rüşvet, dürüstlük ve tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu kadar, rüşveti alan muhasabecinin ilerleyen zamanda rüşvet verenin şantajlarına maruz kalabileceğinden dolayı gizlilik ilkesine de yönelen bir tehdittir (IESBA, 2014: 193). Rüşvet alan bir muhasebeci, rüşvet verenin rüşvete dair şantajları karşısında kendisinden ve işletmesinden daha fazla şeyler vermek zorunda kalabilir.

Ali, etik değerleri gereği arkadaşlarının rüşvet almasına da mani olur. Yasalara aykırı işlerin meşruluk kazanması rüşvet ile mümkün olduğu için kaybeden devlet, haksız kazanç sağlayan vatandaş ve memur olmaktadır. Rüşvet alan memur vatandaştan rüşvet alırken kendisini uyaran iş arkadaşı Ali’yi kendisine iftira etmekle suçlar ve Ali haklı iken haksız duruma düşürür. Bu duruma şahit olan müdür, muhasabe idaresindeki rüşvet ve diğer yasadışı iş ve işlemlere müdahale eden Ali’yi tehdit eder:

“Ali: *Bu ne?*

Rüşvet Alan Memur: *Kör müsün?*

Ali: *Para değil mi bu?*

Rüşvet Alan Memur: *Para ne olacak? Git işine başımı belaya sokma.*

Ali: *Rüşvet yedin itiraf et.*

Rüşvet Alan Memur: *Yedimse ben yedim. Sana ne.*

Rüşvet Veren Vatandaş: *Uşaklar ayıptır. Bugün ona yarın sana.”*

Ali (Müdür Beye memuru ve vatandaşı göstererek): *Bu adam rüşvet veriyor. Bu da rüşvet yiyor. Bakın şu paralara.*

Rüşvet Alan Memur: *Benim param bu. Temel beyden alacağım vardı onu getirmiş müdür bey.*

Müdür: *Bana bak. Düzeni bozmaya devam edersen sen kaybedersin.*

Ali: *Müdür Bey ben bu memlekete...*

Müdür: *Sen mi kaldın bu memleketi kurtaracak be. Bozguncu musun ne? Bak bu son olsun. Aklını başına toplu yoksa karışmam.”*

Ali, mesleğin etik değerlerine duyduğu saygı gereği kendisi doğru davranışlar gösterirken diğer muhasebecilerin yanlış davranışlarına da mani olur. Muhasabe meslek etiği muhasebecilere etik ilkelere yönelik tehditleri ortadan kaldırma veya makul bir seviyeye indirme sorumluluğu yüklemektedir (TÜRMOB, 2007, madde: 2). Ancak bu işyerinde rüşvet çalışan hilesi olduğu kadar yönetici hileleri haline de gelmiştir. Dolayısıyla rüşvet tehdidinin ortadan kaldırılabilmesi için “üst yönetimi bilgilendirilmesi” işlemi (IESBA, 2014: 194) yöneticinin de rüşvet düzeninin içinde bulunmasından dolayı sonuç vermeyecektir. Ayrıca müdürün olay sonrası Ali’yi tehdit etmesi de Yönetmelik’te geçen “yıldırma amaçlı tehditler” yani muhasebeciyi tehdit ederek tarafsız davranmaktan vazgeçirme çabasıdır (TÜRMOB, 2007, madde: 3). Bu durumda Ali için yapılması gereken istifa ederek işten ayrılmasıdır (TÜRMOB, 2007, madde: 5). Görevden ayrılmanın rüşvet sorununu çözmeyeceği açıktır. Görevde

kalıp mücadele etmek ise bir başka seçenektir. Zaten Ali için istifa etmesine gerek kalmamıştır. Ali hakkında “*Bu kadar da namuslu olunmaz ki canım!*” diyen müdürü, Ali’nin işine son verildiğini bildirmek için odasına çağırır ve görevinin sonlandırıldığını kendisine bildirir:

“Ali: Günaydın sayın müdürüm. Beni neden çağırdığınızı biliyorum sayın müdürüm. Memleketi düzeltmek bana mı kaldı siz büyüklerim dururken değil mi? Size söz veriyorum bundan sonra gözlerimi kaparım vazife...”

Rüşvet Alan Memur: (Müdür Beye) Halim Bey’in ruhsat işi efendim. Sizinle görüşmüşler.

Ali: (Müdür Beye) Bunu imzalayamazsınız. Yasal değil bu. Gayrimeşru kazanç sağlamış olacaksınız.”

Yukarıdaki sahnede Ali her ne kadar muhasebe idaresindeki kendisi dışındakilerin muhasebe etiğine aykırı davranışlarına ses çıkarmayacağını söylese de müdürünün yasadışı bir evrakı imzalamasına yine mani olmuştur. Yani Ali’nin değerleri, o an sözlerine yansımaya da davranışlarına yansımıştır. Ali dürüst bir memur ve muhasebeci olarak başladığı devlet memurluğundan “Dairemizin çalışma düzenine uyamadığınız için işinize son verilmiştir.” yazısıyla uzaklaştırılır. Yani Ali, dürüstlüğü, mesleğine ve devletine sadakati ile muhasebe idaresinde karşılaştığı etik ikilemler nedeniyle “düzene uymadığı” gerekçe gösterilip kovulur.

4.5.2. Ali’nin İşsizlik Dönemine İlişkin Sahnelerin Değerlendirilmesi

Ali’nin babası “*Vatanına milletine yararlı ol. Doğru yoldan ayrılırsan, harama el uzatarsan hakkımı helal etmem bilmiş ol*” diye köyden uğurladığı oğlunun dürüstlüğü yüzünden işsiz kalmasına çok üzülmüştür. Kızı Hacer’e yazdığı mektupta “*Ali’yi girdiği beşinci işten de attular. Karısıyla beraber 15 gündür köyde kalıyorlar Bizim Ali’ye harama el sürme demekle en büyük kötülüğü ben ettim artık buralarda iş bulmasını mümkünü yok bu kadar okumuş adam köyde oturup da ne yapacak Ali’ye İstanbul’da iş bulmamızı istiyor.*” demiştir. Bu mektup üzerine Hacer kardeşi Ali’yi İstanbul’a çağırması için eşi Yakup’a ricada bulunur. Yakup’un da kabul etmesi üzerine Ali ve eşi İstanbul’a gelir.

Yakup, Ali’nin dürüst ve namuslu davranmaması için onu ikna etmeye çalışır:

“Ali: Bizim başımıza gelen de hep dürüstlüğümüz yüzünden gelmedi mi?

Yakup: Valla dürüstlük iyi hoş da. Sen işin ölçüsünü biraz kaçırdın.

Hacer: Bak bu doğru. Sana mı kaldı dünyayı düzeltmek?

Ali: Öyle ama dayanamıyorum işte. Bir haksızlık görünce...

Yakup: Of dünya kötü kötü.

Ayşe: Etraf dürüst olmayınca, Ali suçluymuş gibi göze batıyor hemen.

Ali: Dürüst olduğumu, namuslu olduğumu etrafa belli etmemeye çalışırım. Ne yapalım. Merak etmeyin.”

Bu sahnede Ali’nin dürüst olması kabullenilmiş, ancak haksızlıklara karşı müdahalesi “sana mı kaldı dünyayı düzeltmek” denilerek eleştirilmiştir. Ali de dürüstlüğünden taviz vermemek şartıyla çevresine karışmayacağını ifade etmiştir. Bu sahnede Yakup’un “dünya kötü” demesi, hile üçgenindeki “haklı gösterme” unsurunu çağırıştırır. Diğer bir ifadeyle Yakup etik dışı davranışları içselleştirmede ancak haklı gösterdiği (rasyonelleştirdiği) söylenebilir. Yakup’un kendi kendini çeşitli gerekçelerle hileye ikna etmesi “haklı gösterme” unsurunu, Ali’yi hileye ikna etmeye çalışması ise Ali için “baskı/teşvik” unsurunu oluşturmaktadır. Çünkü tarafsızlık unsuru başkalarının beklentilerini yerine getirmeyi de kapsamaktadır (Yazıcı, 2018: 847). Tarafsızlık ilkesi de hile üçgenindeki “baskı”ya direnmeyi gerektirmektedir. Diğer yandan hileye “dünyayı düzeltmek”, “dünya kötü”, “etraf dürüst olmayınca” ifadesiyle bir meşruiyet kazandırma çabası da mevcuttur. Bu durumu “kırık camlar teorisi” ile açıklamak mümkündür. Çünkü kırık camlar teorisi denetimsiz ve sahipsiz bir ortamda çoğunluğun olumsuz davranışlarının dürüst insanlar için bile hileyi meşrulaştırdığını ifade etmektedir (Doğan ve Sevinç, 2011: 31).

Ali muhasebeci olarak Yakup’un tanıdıklarına iş aramaya gider. Ali ve iş insanı arasında geçen diyalogda muhasebe mesleğinin toplumsal algısı sorgulanmaktadır.

“İş İnsanı: Bak oğlum sen benden daha iyi bilirsin ya. İyi muhasebeci kimdir? Söyle bakayım.

Ali: İyi muhasebeci....

İş İnsanı: İyi muhasebeci hesabı kitabına uydurup, bana vergi ödetmeyendir. Benim hesabım böyle anlaştık mı?

Ali: İşler nasıl gidiyor bey baba?

İş İnsanı: İyi, niye sordun?

Ali: Kazanıyorsunuz yani.

İş İnsanı: Kazanmasam burada işim ne oğlum.

Ali: Öyle ise vergisini vereceksiniz kazancınızın. Yoksa devlet vatandaşa nasıl hizmet götürür? Bu koca çark nasıl döner. Değil mi? Geceleri vicdanınız rahat mışıl mışıl uyumak istiyorsanız.

İş İnsanı: Başımı yastığa koyar koymaz uyurum. Sana da iyi uykular dilerim. Hadi bakalım güle güle.”

Bu sahnede devletin, giderlerini karşılayabilmek veya sosyal-ekonomik amaçlarına ulaşabilmek amacıyla gerçek ve tüzel kişilerden aldığı vergi (Aydoğdu Bağcı, 2020: 3) üzerinden muhasebeci algısı irdelenmiştir. İş insanı elde ettiği kazançtan vergi ödemek istememektedir. Ali ise muhasebe etik ilkelerinden dürüstlük, mesleki özen ve mesleki davranış ilkeleri gereği kişinin elde ettiği kazançtan doğan vergiyi ödemesi gerektiğini ifade etmiştir. İki farklı bakış açısı Ali’yi yine işsiz bırakmıştır. İş insanının “vergi kaçırma” veya “vergiden kaçınma” şeklinde iki yasadışı eylemi (Batı, 2019: 97) içeren talebinin muhasebeci tarafından “hesabı kitabına uydurularak” gerçekleştirilmesini istemektedir. Bu eylemlerde iş insanının ödeme yapmadığı için doğrudan menfaati, muhasebecinin ise iş bulduğu için dolaylı menfaati bulunmaktadır. Yapılan araştırmalarda “vergiden kaçınma”nın muhasebecilerin en çok etik ikilem yaşadığı konulardan biri olduğu ortaya konulmuştur (Öztürk, Karabayır ve Cengiz, 2018: 350). Bazı araştırmalarda iyi muhasebecinin “az vergi ödeten muhasebeci” şeklinde bir algının bulunduğu ifade edilmektedir (Köse ve Aldemir, 2019: 7). Muhasebecilerin tarafsızlık ilkesi gereği bu tür yasadışı ve etik dışı taleplere karşı ödün vermemeleri gerekmektedir. Ali de zaten ödün vermeyen tavrından dolayı işe girememiştir.

Ali okulda ve yaşadığı çevrede edindiği etik değerleri her yerde korumaya çalışmıştır. Karşılaştığı etik dışı tavırlarla ilgili eşi ile arasında şu diyalog geçer:

“Ali: Şaştım kaldım Kuzucuk. Dört yer dolaştım. Hepsi de vergi kaçırma peşinde. Yahu bu memleket nasıl batmıyor be?

Ayşe: Bilmem...

Ali: Namuslu bir vatandaş olduğumu belli etmemeye çalıştım ama... Hırsızlık uğursuzluk daha zor zannederdim; namuslu olmak daha zormuş.”

Kohlberg’in “Ahlaki Gelişim Teorisi”ne göre önemli olan kişinin vardığı etik karar değil etik karara götüren olayları muhakeme sürecidir (Karabey, 2020: 48). Ali memuriyetinde ve işsizlik sürecinde karşılaştığı etik dışı tavırlara ve taleplere karşı hep direnç ve tepki göstermiştir. İşsizlik gibi bir baskı, memuriyette ve diğer işlerde kendini zengin edebilecek fırsatlar ve sığınabileceği onca bireysel ve toplumsal meşrulaştırma olanağı olduğu halde Ali muhasebe etik ilkelerine göre tavır geliştirmekten vazgeçmemiştir.

4.5.3. Ali’nin Özel Sektörde Müdürlüğü Dönemine İlişkin Sahnelerin Değerlendirilmesi

Ali özel sektörde bir muhasebeci olarak etik değerlerini koruyarak “ekmeğini helalinden kazanabileceği” bir iş ararken, yolda bir iş insanı tarafından düşürülmüş yüklü bir miktar para bulur ve eve getirir. Bu para çerçevesinde yaşananlar bir hile üçgeninin baskı, fırsat ve meşrulaştırma yönlerinin bütün renkleriyle belirlediği bir örnek oluşturmaktadır. Ali, eşi, çocuğu, ablası ve abisine kadar bir etik abidesi gibi direnmektedir. Sahnede geçen diyaloglar şu şekildedir:

“Yakup: Ben yanlış saymadım değil mi? Tam 1.242.000.TL. Peki ne düşünüyor hala bu? Çekin ellerinizi, siz kaybedersiniz, en iyisi ben saklayayım bunu.

Ayşe: Ben bankaya yatırırım dayı. Bankaya yatıralım değil mi Ali?

Hacer: Ah şimdi bu para bende olsaydı neler neler yapardım. Şöyle kocaman pırlanta bir yüzük, bir de kürk alırdım. Mine’ye bir dadı tutardım. Tam otomatik bir de çamaşır makinesi alır, konu komşuyu çatır çatır çatlatırdım.

Yakup: Hanım palavrayı bırak da şu kayınço ile olan hesabımızı getir. Hazır para varken değil mi?

Ali: Enişte o paraya dokunamayız.

Yakup: Ne diyor bu yav.

Ali: Yahu bu para başkasının. Belki bir emeklinin ikramiyesidir. Belki beş on fakirin maaşındır. Belki de bir tahsildar düşürdü bu parayı. Bizim yüzümüzden hapse düşecek herif yav.

Yakup: Yahu tahsildar kim? Çıldıracağım. Yahu bize ne?

Ali: Enişte açıkçası biz bu parayı kullanamayız.

Ayşe: Ali bu bizim son şansımız.

Ali: Biliyorum Kuzucuk. Ama bir başkasının parasını, hakkını nasıl yiyeceğiz?

Yakup: Kayınço aklın başında mı?

Ali: Başında.

Yakup: Bu para senin. Söyle bakayım. Senin değil mi? (Ali'yi tokatlar)

Ali: Benim değil.

Yakup: (Ali'yi sürekli tokatlar) Şok geçiriyor bu. Ali kendine gel.

Ali: Vurma enişte. Aklım başında.

Yakup: Yok ulan sen aklını kaçırdın. (Hacer'e) Su getir yürü.

Ayşe: Bu para zengin birinindir; kaybetse de batmaz. Ama bizim için çok önemli. Anlıyor musun Ali!

Ali: Biliyorum Kuzucuk. Biliyorum ama...

Yakup: (Ali'nin kafasından bir kova su döker)

Ali: Enişte çıldırдың mı?

Yakup: Sen çıldırдың. Bu para bizim. Tamam mı?

Ali: Bizim değil enişte.

Yakup: (Ali'nin ayaklarına kapanır) Aklını başına topla Ali. Kendini düşünmüyorsan bizleri düşün, çoluk çocuğunu düşün.

Hacer: Ali Hızır Aleyhisselamin gönderdiği para tepilmez.

Ayşe: No'lur beni düşün.

Ayşe-Hacer-Yakup (Ali'ye yalvarırlar)

Ali: Susun yahu. Susun. Paranın sahibini arayacağız. Dürüstlük, insanlık bunu gerektirir. Yarın büyük bir gazeteye gideriz; ilan etsinler.

Yakup: Hanım bir kova daha su getir.

Ali: Sen Müslüman adamsın enişte. Başkasının parasını yemek günah değil mi?

Yakup: Ulan peygamber misin sen?...”

Ali'nin sokakta bulduğu para filmin çekildiği 1982 yılı fiyatlarıyla (www.altinpiyasa.com) yaklaşık 690 gr altın değerindedir. Evde bulunan ve bu paranın Ali ve ailesi için bir lütuf olduğunu düşünenlerin öne sürdükleri meşrulaştırma ve baskı faaliyetleri bir taraftan, yaşanan ekonomik ve sosyal olumsuzluklar bir taraftan Ali'ye etik ikilem yaşatmaktadır. Etik ikilem hem Ali'nin parayı sahibini bulup iade etmesine, hem de Ali'nin parayı kendisi için kullanmasına yönelik gerekçelerin bulunabileceği durumları ifade etmektedir (Özçelik ve Angı, 2017: 143). Etik ikilemler muhasebecilerin her an karşılaşılabileceği durumlardan olduğu için (Öztürk vd., 2018: 335) bu tür durumlarda etik karar verebilmek muhasebe etik bilincinin gelişmiş olmasına bağlıdır. Ali'nin Yakup'u ikna etmek için “enişte sen Müslüman adamsın” demesi, Ayşe için “ya bu para başkasının (emeklinin, fakirin, tahsildarın)” demesi verdiği etik kararın bireysel ve sosyolojik değerlere dayandığını göstermektedir. Yakup'un “yahu sen peygamber misin?” cevabı ise Sorunke (2016: 164)'nin “Hile Beşgeni Modeli”nde literatüre kazandırdığı beşinci hile unsuru “kişisel etik”in önemini ortaya koymaktadır. Yakup'un sergilediği dindarlığın aslında hilekarlığını “peçeleme”den yani gizlemeden başka bir şey değildir.

Ali bütün ısrarlara rağmen etik değerlerinin kırılmasına izin vermez ve paranın sahibini gazete ilanı ile bulup, parayı iade eder. Parasına kavuşan iş insanının bir miktar parayı hediye olarak vermek istemesine Ali “*Yüzünü alacak olduktan sonra milyonları getirmezdim; bu benim insanlık görevim.*” şeklinde cevap verir. İş insanı ise “*Ben bunun altında kalmam Ali Bey, kalırsam kahrımdan ölürüm. Madem iş arıyorsun o zaman gel benim yanımda çalış. Bahşiş değil, emeğinin karşılığını alırsın.*” diyerek Ali’yi genel müdür olarak işe alır. Ali, iş insanının lojistik işi yaptığı işletmesinin genel müdürü olmuştur. İş insanı, hem tebrik etmek hem de işletme risklerine karşı uyararak için Ali ile aşağıdaki konuşmayı yapar:

“İş İnsanı: Senden çok memnunum. Yahu hiç beklemiyordum Kusura bakma çok namuslu geçinenlerde iş yoktur da pek. Doğrusu işe alırken bile kuşku daydım. Neyse o palavra namuslulardan değilmişsin. Sen geleli işler düzene girdi. İş hacmi yüzde yirmi arttı Böyle giderse gelecek aydan itibaren kardan prim vereceğim sana.

Ali: Sağolun efendim.

İş İnsanı: Seninle açık konuşacağım. Ben bu işe şoförlükten başladım. Kaçakçılık yaptım, her türlü pisliği bulaştım. Sonra hacca gittim; tövbe ettim. Bundan önce bizim damat bakıyordu senin işe. Şimdi hapiste. Ona göre gözünü açacaksın.”

Muhasebe hileleri konusunda öncülerden olan Prof. Dr. Nejat Bozkurt çalışan hilelerini konu alan kitabında (2011: viii) hile ile mücadelenin temel kuralını “Her üstün, astına karşı hile denetçisi gibi davranmasıdır.” şeklinde ifade etmiştir. İş insanı, Ali’ye dürüst ve çalışkanlığının beklentilerinin üzerinde olduğunu ifade etmiştir. Ancak bu niteliklerin başarılı bir yöneticilik için yeterli olmayacağını, çalışanların hilelerine karşı “gözünü dört açması” gerektiğini de bir uyarı olarak sözlerine eklemiştir. Ayrıca işletmelerde hile ile etkin mücadele edebilmek için dürüst yöneticilerin atanmasıyla birlikte örgütsel ve yasal reformların da yapılması gerektiği söylenebilir (Çevikbaş, 2006: 266).

Ali’nin eniştesi Yakup, Ali’nin bu yeni görevinden istifade edebilmek için Ali’nin yanında işe girmek ister. Bu talebini eşi Hacer’i Ali’ye göndererek iletir. Ali her ne kadar eniştesine güvenirse de ablası ve yeğenleri için Yakup’u işe alır. Yakup’un hile yapması için herşey hazırdır. Yakup kaçak sigara sevk etmek için sigara kaçakçıları ve bunları taşıyacak şoförleri Ali’nin haberi olmadan organize eder. Kaçakçı Hazım ve Yakup arasında şu diyalog geçer:

“Hazım: Bak Yakup bu iş çocuklara sigara sattırmaya benzemez. Başımıza dert açmayalım.

Yakup: Yükleme boşaltma işinin başında ben varım Hazım abi. Merak etme şoförleri de bağladım.

Hazım: Bana sorarsan senin kayınçoya da bir pay verelim. İşi sağlama alırsın.

Yakup: Aman Hazım abi. Bizim kayınço iyidir de biraz müzeliştir. Sen merak etme onun ruhu bile duymaz.”

Yakup, “İnsanlar, diğer canlıların tersine çoğunlukla kendilerini düşünürler.” (Bozkurt, 2011: 101) sözünde olduğu gibi kendi çıkarları için Ali’yi hapse götürecek “yıkıcı hile”sinden geri durmamıştır. Ali işletmenin yöneticisi olduğu için Yakup’un kaçak sigara nakliyesinde mağdur/kurban olmuştur. Muhasebe etik ilkelerinden “mesleki özen” ilkesi gereği muhasebeci çalışanlarının “gözetim altında tutulmasını sağlamalı”dır (TÜRMOB, 2007, madde: 11). Ali, Yakup’u kaçakçılığa karşı uyarı, ancak Yakup’un hileden vazgeçmeyeceğini veya kaçakçılık yapabileceğini hesap edememiştir. Ali, iş insanın “gözünü açacaksın” uyarısı doğrultusunda iç kontrol sistemini etkin bir şekilde kuramadığı veya işletemediği için hilenin kurbanı olmuş ve hapis cezasıyla cezalandırılmıştır. Film 24 Ocak 1980 kararları olarak bilinen ticari ve serbestleşme kararları sonrası ortaya çıkan bankalarla birlikte yüksek faiz ile kaynak sağlayan ancak yeterli düzenleme ve denetlemenin yapılmaması nedeniyle ‘Banker Krizi’ olarak adlandırılan (Coşkun, 2012: 66) ekonomik ve toplumsal bir soruna da değinmiştir. Sever (2019: 5)’e göre bankerlik aslında bir faize yönelme, yasak tanımaz bir yöntemle, kolaydan para kazanma yolu olarak ortaya çıkmış ve sosyal çöküşe, intiharlara, cinayetlere neden olmuştur. Ali, hapiste Yakup’un yasadışı işlerinin cezası çekerken, Yakup, bankerlik yaparak kendisine kurbanlar olarak “bankerzedeler”i seçmiştir. Yakup yüksek kazanç vaadiyle bankerzedelerden topladığı paraları zimmetine geçirmiştir. Paralarla birlikte kendisini de gizlemek için sahte bir intihar hilesi tertiplemiştir. Yakup, eşi Hacer’e bir intihar mektubu bırakarak intihar ettiğine herkesi inandırmaya çalışmıştır:

“Sevgili eşim Hacer'e, Beni affet. Ben mahvolmuş bir adamım. Artık hiç kimsenin yüzüne bakacak halim kalmadı. Bu yüzden intihara karar verdim. Senden tek dileğim kayınbiraderim Ali'den, o dünyanın en namuslu, en dürüst, en saf en iyi yürekli insanından beni bağışlamasını istemendir. Ona yaptıklarına rağmen beni affedeceğini, sana ve çocuklarıma bir baba şefkatiyle sahip çıkacağını biliyorum.”

Bu sahnede görülen Yakup'un geride bıraktığı mektupta, Ali'ye olan imrenişini ifade etmiştir.

Kimsesiz bir cenazenin Hacer tarafından Yakup diye teşhis edilmesi sonucu Yakup amacına ulaşmış, herkesi öldüğüne inandırmıştır. Yakup'un mezarlıktaki defin törenine Ali, Hacer ve Ayşe'nin yanı sıra alacaklı bankerzedeler de katılmıştır. Sözde cenaze töreni sırasında Yakup, kılık değiştirerek eşi Hacer ile iletişim kurmaya çalışırken Ali tarafından fark edilmiştir. Ali, kimsenin olmadığı bir yerde Yakup'u silahla yaralamış ve öldürmek istemiştir. Ancak Yakup'un Hacer'i *“Hacer yavrum yetmiş milyonu da benimle beraber mi gömeceksin”* şeklinde uyarmasıyla Hacer, Yakup'un öldürülmesine karşı koymuştur. Yaralanan ve yürüyemeyen Yakup, kendisini yaralayan Ali'nin sırtına binmiş ve aralarında aşağıdaki diyalog geçmiştir:

“Yakup: Çabuk ol. Kan kaybından ölmeden hastaneye yetiştir beni.

Ali: Ulan ömrümce hep sırtında taşıdım senin gibileri.

Yakup: Yahu kayınço sizin gibi beygirler olmasa bizim halimiz nice olur.”

Filmin sonunda da hilekar Yakup'un dürüst Ali'nin sırtında olması, filmin senaristinin geleneksel “iyiler kazanır, kötüler kaybeder” özdeyişine bir eleştiri olarak görülebilir. Eğer yaşanan süreç bir film yerine gerçek hayatta olsaydı, sonu farklı bitebilirdi. Çünkü ahlak felsefesinde “erdem” olarak adlandırılan (Çüçen, 2003: 256), Ali'nin davranışları, kısa vadede bedel ödeten, zarar ettiren davranışlar gibi görünse de uzun vadede kazandıran davranışlar olmuştur. Bu manada Ali erdemli bir insan ve erdemli bir muhasebecidir.

5. SONUÇ

Sinema filmleri sanatsal boyutu yanında toplumsal sorunları gündeme getiren bir kitle iletişim aracıdır. Beşbin yıldır gündemden düşmeyen ve yarattığı etkilerle toplumsal bir sorun olan etik dışı muhasebe davranışları da bir güldürü şeklinde sinemada yerini almıştır. Aslında geleneksel iyi ve kötü mücadelesi muhasebe mesleği çerçevesinde ele alınmıştır.

Bu çalışmada seksenli yılların başında üretilmiş bir sinema filmi olan “Dolap Beygiri” filmi muhasebe meslek etiği ve hile unsurları açısından nitel bir yöntem olan betimsel-yorumlayıcı analiz yöntemiyle analiz edilmiştir. Filmin tamamı incelenmiş ve muhasebe meslek etiği ile ilgili olduğu değerlendirilen sahneler analiz edilerek yorumlanmıştır.

Bu filmde muhasebe mesleği okumak, memur olmak ve memleketi kurtarmak kavramlarıyla özdeş halde ve olumsuz bir algıyla ele alınmıştır. Filmde okumak, insanın aklını karıştıran, insanı dürüst ve namuslu olmaya iten olumsuz bir olgu olarak işlenmiştir. Memur olmak, köşeyi dönmek, fakir kalmak olarak ele alınmıştır. Dürüst ve namuslu olmak, etik davranmak ise memleketi kurtarmaya çalışmak, başına iş açmak olarak ele alınmıştır. Sinema bir ayna olarak toplumdaki o dönem yaşanan muhasebe etiği algısını ortaya koymaya çalışmıştır. Filmin sinema tekniği açısından değerlendirilmesi bu çalışmanın konusu değildir.

Çalışma konusu olan filmde bir muhasebecinin memuriyetinde, işsizliğinde ve özel sektörde çalıştığı dönemi ele alınmaktadır. Filmdeki Ali karakteri, filmin tamamında gösterdiği etik davranışlarla genel etik ile meslek etiğinin birbirinden farklı olmadığını göstermiştir. Bu durum muhasebecilerin meslek imajı açısından hem iş hayatlarında hem de özel hayatlarında etik kurallara uymasına güzel bir örnek oluşturmuştur. Diğer yandan filmdeki Ali karakteri muhasebecilerin çok zorda kalsalar bile hile yapmayacaklarını da göstermiştir. Ali'nin genel etik ve meslek etiği değerleri çok güçlü olduğu için hiçbir menfaat Ali'de bir ahlaki kırılma yaratamamıştır. Bu nedenle Ali örneğinde olduğu gibi dürüst muhasebeciler yetiştirebilmek için muhasebe etik eğitiminde ve genel etik eğitiminde temel amaç etik değerler kazandırmak olmalıdır. Bu çalışma sonucunda, muhasebe mesleğinin toplumsal algısının yine muhasebeciler tarafından oluşturulduğu görülmüştür. Yani muhasebeciler etik davranırsa toplumsal muhasebeciler ve muhasebe mesleği iyi bilinmektedir. Buna göre meslek etiğine aykırı hareket eden (kötü) muhasebeciler kadar erdemli (iyi) muhasebeciler de vardır. Muhasebecilerin mesleki etik kurallarına uygun hareket etmelerinin, uzun vadede meslek, toplum ve muhasebeci için olumlu sonuçlar getireceği unutulmamalıdır.

Meslek etiğine ve kamu etiğine aykırı hareket etmenin ise uzun vadede yozlaşmayı beraberinde getireceği bu filmde vurgulanan bir başka noktadır. Buna göre yozlaşmanın meslek imajına olumsuz etkisi düzeltmek ise çok zordur. Filmdeki hilekar Yakup karakteri intihar mektubunda dürüst muhasebeciye hayran olduğunu ifade etmiştir. Bu da erdemli olmanın, hilekarların bile hayali olduğunu göstermektedir. Muhasebecilerin muhasebe etiğine uygun hareket etmeleri dolandırıcılığın önlenmesi için yeterli değildir. Genel bir sonuç olarak muhasebe hilelerinin önlenmesinde hilekarların iyi bilinmesinin, hilelerin hızlı bir şekilde tespit edilmesinin ve hile yapmaya uygun şartların ortadan kaldırılmasının önemli olduğu söylenebilir.

Gelecek çalışmaları için muhasebe mesleği ve muhasebe meslek mensuplarını ele alan yerli ve yabancı sinemada, dizilerde ve diğer yayınların da değişik analiz yöntemleriyle ele alınması mesleğin gelişimi açısından çok önemli olacaktır. Çünkü muhasebecilerle daha önce hiç temas etmemiş insanlar, bu mesleği ekranlardan ve perdelerden tanımaktadır.

YAZARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazar, çalışmanın tümüne tek başına katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

- Acar, O. K. ve Akman, E. (2019). Türkiye’de kamu personel politikalarının süreç modeli çerçevesinde analizi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(27), 203-217. doi:10.20875/makusobed.533924
- AICPA. (2002). *Statement on auditing standards (SAS) No.99: Consideration of fraud in a financial statement audit*. American Institute of Certified Public Accountants. Erişim adresi: <https://www.aicpa.org/Research/Standards/AuditAttest/DownloadableDocuments/AU-00316.pdf>, (17.02.2021).
- Alankaya, Ş. ve Akpınar, S. (2017). Sinema filmlerindeki muhasebeci karakterlerinin kişilik özellikleri: Hollywood filmleri incelemesi. *İşletme Bilimi Dergisi*, 5(3), 235-255.
- Altın Piyasa. (2020). *Son 30 yılın altın fiyatları*. Erişim adresi: http://www.altinpiyasa.com/son-30-yilin-altin-fiyatları_45225.html, (17.02.2021).
- Aydoğdu Bağcı, S. (2020). *Kaynaklarına göre vergi türleri vergilerin tarihsel ve teorik gelişimi*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Başbakanlık. (2004). *Kamu Görevlileri Etik Kurulu Genelgesi*. Erişim adresi: https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2019/02/etik_genelge_2004_27-1.pdf, (17.02.2021).
- Başbakanlık. (2005). *Kamu Görevlileri Etik Davranış İlkeleri İle Başvuru Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik*. Erişim adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/File/GeneratePdf?mevzuatNo=8044&mevzuatTur=KurumVeKurulusYonetmeli&mevzuatTertip=5>, (17.02.2021).
- Batı, M. (2019). *Muhasebe hileleri ve vergiden kaçınma: Türk vergi mevzuatındaki yasallığı*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Beard, V. (1994). Popular culture and professional identity: Accountants in the movies. *Accounting, Organizations and Society*, 19(3), 303-318. doi: 10.1016/0361-3682(94)90038-8
- Bekci, İ. ve Avşarlıgil, N. (2011). Finansal bilgi manipülasyonu yöntemlerinden yaratıcı muhasebe ve bir uygulama. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi (MÖDAV)*, (2), 131-162.
- Bektöre, S. (2003). Muhasebe mesleği, etik ve Enron olayı. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(1), 1-9.
- Bowal, P. ve Lau, B. (2005). Professional ethics. *LawNow*, 29(4), 32-42.

- Bozkurt, N. (2011). *İşletmelerin kara deliği hile: Çalışan hileleri*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Caglio, A., Cameran, M. ve Klobas, J. (2019). What is an accountant? An investigation of images. *European Accounting Review*, 28(5), 849-871. doi: 10.1080/09638180.2018.1550000
- Christensen, M. ve Rocher, S. (2020). The Persistence of accountant beancounter images in popular culture. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 33(6), 1395-1422. doi: 10.1108/AAAJ-09-2019-4163
- Coşkun Arslan, M. ve Şahin, E. (2018). Muhasebe mesleğinin medyadaki yansımaları üzerine bir inceleme. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(3), 2040-2054. doi: 10.17218/hititsosbil.422635
- Coşkun, Y. (2012). Repo ve ters repo düzenlemeleri: Banker krizi sonrası ortaya çıkışı ve finansal başarısızlık dersleri ışığında politika önerileri. *Business and Economics Research Journal*, 3(1), 59-90.
- Cressey, D. R. (1953). *Other people's money; a study of the social psychology of embezzlement*. New York, NY, US: Free Press.
- Çevikbaş, R. (2006). Yönetimde etik ve yozlaşma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(1), 265-289.
- Çüçen, A. K. (2003). *Felsefeye giriş*. Bursa: Asa Yayınları.
- Daştan, A., Bellikli, U. ve Bayraktar, Y. (2015). Muhasebe eğitiminde etik ikilem ve etik karar alma konularına yönelik KTÜ-İİBF öğrencileri üzerine bir araştırma. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(1), 75-92.
- Dellaportas, S. (2013). Conversations with inmate accountants: Motivation, opportunity and the fraud triangle. *Accounting Forum*, 37(1), 29-39. doi: 10.1016/j.accfor.2012.09.003
- Demirdağ, M. (2017). *Türkiye ekonomisindeki gelişmelerin sinema sektörüne yansımaları (1970-1980)*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Devlet Memurları Kanunu. (DMK). (1965). Erişim adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.657.pdf>, (17.02.2021).
- Dimnik, T. ve Felton, S. (2006). Accountant stereotypes in movies distributed in north america in the twentieth century. *Accounting, Organizations and Society*, (31), 129-155.
- Doğan, H. İ. ve Sevinç, B. (2011). Suç teorileri ve şehir güvenliği: Bitlis iliyle ilgili genel bir değerlendirme. *Polis Bilimleri Dergisi*, 13(4), 27-53.
- Dolap Beygiri. (2017). *Türk sineması araştırmaları*. Erişim adresi: <https://www.tsa.org.tr/tr/film/filmgoster/245/dolap-beygiri>, (17.02.2021).
- Donat, Y. (2016, 8 Şubat). *Ne şehittir ne gazi*. Erişim adresi: <https://www.sabah.com.tr/yazarlar/donat/2016/02/08/ne-sehittir-ne-gazi>, (17.02.2021).
- Edib Ahmet bin Mahmut Yükneci. (2013). *Günümüz diliyle Atebetü'l-Hakâyık gerçeklerin eşiği*. Y. Çağbayır (Çev.). İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Enofe, A. O., Nakpodia, J. O. ve Moruku, J. A. (2014). Ethics and role of accountants. *European Journal of Business and Management*, 6(27), 144-148.
- Eryılmaz, B. (2008). Etik kültürü geliştirmek. *Türk İdare Dergisi*, (459), 1-12.
- Felton, S., Dimnik, T. ve Bay, D. (2008). Perceptions of accountants' ethics: evidence from their portrayal in cinema. *Journal of Business Ethics*, 83(2), 217-232. doi: 10.1007/s10551-007-9613-z
- Güçhan, G. (1993). Sinema-toplum ilişkileri. *Kurgu Dergisi*, (12), 51-71.
- Güngör, E. (2017). 1950'ler Türkiye'sinde modernleşme ve gündelik hayat değişimlerine sinema üzerinden bakmak: İstanbul Geceleri filmi. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR)*, 2(3), 94-112.
- Hazine ve Maliye Bakanlığı. (1983). *Maliye Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname*. Erişim adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/4.5.178.pdf>, (17.02.2021).

- Hazine ve Maliye Bakanlığı. (2005a). *Etik Hakkında Genelge*. Erişim adresi: <https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2019/02/Etik-Hakk%C4%B1nda-Genelge.docx>, (17.02.2021).
- Hazine ve Maliye Bakanlığı. (2005b). *İç Kontrol ve Ön Mali Kontrole İlişkin Usul ve Esaslar*. Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/12/20051231M3-4.htm>, (17.02.2021).
- Hoffjan, A. (2004). The image of the accountant in a german context. *Accounting and the Public Interest*, 4(1), 62-89. doi: 10.2308/api.2004.4.1.62
- International Ethics Standards Boards for Accountants (IESBA). (2014). *Muhasebe meslek mensupları için etik kurallar el kitabı*. Türker, M., Sayar, A. R. Z. ve Türker, İ. (Ed.). S. Gündoğdu, M. Karataş, A. A. Biçer ve A. Saldanlı, (Çev.). Ankara: TÜRMÖB Yayınları. Erişim adresi: <https://turmob.org.tr/ekutuphane/detailPdf/58717b3a-355d-48d3-8712-b7e9744b0ba4/muhasebe-meslek-mensuplari-icin-etik-kurallar-el-kitabi--turkce-----2014>, (17.02.2021).
- International Ethics Standards Boards for Accountants (IESBA). (2018). *IESBA Handbook Code of Ethics*. New York: IFAC. Erişim adresi: <https://www.ifac.org/system/files/publications/files/IESBA-Handbook-Code-of-Ethics-2018.pdf>, (17.02.2021).
- Jacobs, K. ve Evans, S. (2012). Constructing accounting in the mirror of popular music. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 25(4), 673-702. doi: 10.1108/09513571211225097
- Jacobson, D. (1965). The public image of the accountant. *New York Certified Public Accountant*, 35(9), 680-682.
- Jeacle, I. (2012). Accounting and popular culture: Framing a research agenda. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 25(4), 580-601.
- Kamu Görevlileri Etik Kurulu Kurulması ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun. (2004). Erişim adresi: <https://www.uab.gov.tr/uploads/pages/etik-komisyonu/1-5-5176.pdf>, (17.02.2021).
- Kamu Görevlileri Etik Kurulu. (2020). *2005-2020 Yıllarına Ait Kamu Görevlileri Etik Kuruluna Yapılan Başvuruların İstatistik Bilgileri*. Erişim adresi: <http://www.etik.gov.tr/wp-content/uploads/2020/01/2005-2020basvuruistatistikleri.pdf>, (17.02.2021).
- Karabey, C. N. (2020). *İşletmelerde etik karar verme*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Kaya, N. ve Yanık, R. (2011). Muhasebe meslek ahlakı, etik ve müşteri tatmini ilişkisi. *EKEV Akademi Dergisi*, 15(49), 293-306.
- Köse, E. ve Aldemir, M. E. (2019). Muhasebe etiği ve etik dışı davranmaya yönelten sebepler: Nevşehir ilinde bir araştırma. *Uluslararası İşletme, ekonomi ve Yönetim Perspektifleri Dergisi (IJBEMP)*. ASOS Yayınevi. doi: 10.29228/ijbemp.40370
- Kutlu, H. A. (2011). *Muhasebe meslek ahlakı*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Mal Bildiriminde Bulunulması, Rüşvet ve Yolsuzluklarla Mücadele Kanunu. (1990). Erişim adresi: https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2019/02/etik_kanun_3628.pdf, (17.02.2021).
- Milletlerarası Andlaşma. (2010). *Saydamlığın Artırılması ve Yolsuzlukla Mücadelenin Güçlendirilmesi Stratejisi (2010-2014)*. Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2010/02/20100222-1.htm>, (17.02.2021).
- Özçelik, H. ve Angı, G. G. (2017). Muhasebe meslek mensuplarının meslek etiği ve etik ikilem algıları: Antalya ili örneği. *Muhasebe ve Denetime Bakış*, (50), 141-158.
- Öztürk, S., Karabayır, M. E. ve Cengiz, S. (2018). Muhasebe meslek mensubu adayları ve etik ikilem. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, (Özel Sayı), 328-353. doi: 10.29067/muvu.344768
- Sarı Aksakal, B. (2018). Türk sineması ışığında Türkiye'deki sosyoekonomik, sosyopolitik ve sosyokültürel dönüşümler. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(58), 749-759. doi: 10.17719/jisr.2018.2589
- Sever, M. (2019). 1980 sonrasında Türkiye'de toplumsal değişme. *Uluslararası Halkbilimi Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 2-10.

- Smith, D. ve Jacobs, K. (2011). "Breaking up the sky": The characterisation of accounting and accountants in popular music. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 24(7), 904-931. doi:10.1108/09513571111161648
- Sorunke, O. A. (2016). Personal ethics and fraudster motivation: The missing link in fraud triangle and fraud diamond theories. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 6(2), 159-165. doi: 10.6007/IJARBS/v6-i2/2020
- Sönmez, V. ve Alacapınar, F. G. (2016). *Örneklendirilmiş bilimsel araştırma yöntemleri* (4. Baskı.). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Tavares, J. D. A. ve da Silva Dantas, M. G. (2017). Accountant profile in the cinema of the 21st century. *Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade*, 7(2), 218-239.
- Türk Medeni Kanunu (TMK). (2001). Erişim adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.4721.pdf>, (17.02.2021).
- Türker, D. (2006). *The Turkish satiric comedies in the 1980s*. Yüksek Lisans Tezi, The Graduate School of Social Sciences of Middle East Technical University, Ankara.
- Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği (TÜRMOB). (1990). *Serbest Muhasebeci Mali Müşavir ve Yeminli Mali Müşavirlerin Çalışma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik*. Erişim adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/File/GeneratePdf?mevzuatNo=4650&mevzuatTur=KurumVeKurulYonetmeligi&mevzuatTertip=5>, (17.02.2021).
- Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği (TÜRMOB). (2007). *Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirlerin Mesleki Faaliyetlerinde Uyacakları Etik İlkeler Hakkında Yönetmelik*. Erişim adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/File/GeneratePdf?mevzuatNo=11666&mevzuatTur=KurumVeKurulYonetmeligi&mevzuatTertip=5>, (17.02.2021).
- Uçma Uysal, T., Türker, M. ve Kurt, G. (2019). *Etik ve etik kurallar*. Ankara: Sayıştay Başkanlığı.
- Uluyağcı, C. (1996). Türk sinemasında güldürü. *Kurgu Dergisi*, (14), 89-95.
- Uyanık, Ö. Ş. (2019). *Türk Sineması'nda sosyoekonomik yapı üzerine bir inceleme (2013—2018)*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ünlü, U. (2012). Son değişiklik kapsamında rüşvet suçu. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi (TBB)*, (102), 323-340.
- Vieriu, D. (2017). The conceptual analysis of professional ethics. *Journal of Law and Administrative Sciences*, (8), 137-144.
- Wolfe, D. T. ve Hermanson, D. R. (2004). The fraud diamond: Considering the four elements of fraud. *The CPA Journal*, 74(12), 38-42.
- Yazıcı, N. (2018). Hile üçgeni: Fırsatların önlenmesinde kırık camlar teorisi. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 53(3), 843-851. doi: 10.15659/3.sektor-sosyal-ekonomi.18.09.1023
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, E. (2018). Toplumsal yapının aynası olarak sinema: Söylem ve eleştirel söylem analiz yöntemlerine göre Ayla filminin çözümlemesi. *İnifE-Dergi*, 3(1), 234-243.

ÜNİVERSİTELERDE AKADEMİK VE İDARİ PERSONELİN BİREYSEL DEĞERLER ALGI DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ (BURDUR İLİ ÖRNEĞİ)*

DETERMINATION OF INDIVIDUAL PERCEPTION LEVELS OF ACADEMIC AND ADMINISTRATIVE STAFF IN UNIVERSITIES (BURDUR PROVINCE EXAMPLE)

Dr. Öğr. Üyesi Perihan GÖZÜM¹

Kahraman GÖZÜM²

Orhan DELİGÖZ³

ÖZ

Bu araştırmada üniversitede çalışanlarının akademik ve idari personellerin bireysel değerler algı düzeylerini anket uygulayarak bazı değişkenlere bağlı olarak etkileri incelenmeye çalışılmıştır. Araştırma verilerinin analizinde betimsel istatistikler olan aritmetik ortalama, frekans, standart sapma ve yüzde değerlerine bakılmıştır. Araştırmada toplanan verilerin analizi için SPSS 21.0 programından yararlanılmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre Güven ve Bağışlama boyutunda anlamlı fark görülmüştür. Buna göre idari personelin güven ve bağışlama boyutundaki algı düzeyleri akademik personele göre anlamlı bir şekilde daha yüksek görülmüştür. Araştırmanın sonuçlarına göre hiç spor yapmayan çalışanların güven ve bağışlama boyutundaki algı düzeyleri haftada 2-4 saat spor yapan çalışanlara göre anlamlı bir şekilde daha yüksek görülmüştür. Eğitim değişkenine göre ön lisans mezunu olan çalışanların ve lisans mezunu çalışanların güven ve bağışlama boyutundaki algı düzeyleri doktora mezunu olan çalışanlara göre anlamlı bir şekilde daha yüksek görülmüştür. Dürüstlük ve paylaşım boyutunda ise yüksek lisans mezunu çalışanların algı düzeyleri lisans mezunu olan çalışanlara göre anlamlı bir şekilde daha yüksek görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Bireysel Değerler, Akademik Personel, İdari Personel, Üniversiteler.

JEL Sınıflandırma Kodları: M1, M12, J17, J19.


ABSTRACT

Individual values perception levels of academic and administrative staff in universities depending on some variables are tried to be examined in the study by way of conducting a questionnaire. Descriptive statistics such as arithmetic mean, frequency, standard deviation and percentage values are used in the analysis of the data. The findings obtained in the study are evaluated by using the statistical methods included in SPSS 21.0 software package. In consequence of the study, a significant difference is found in Trust and Forgiveness dimension. Accordingly, perception levels of administrative staff on trust and forgiveness dimension are found to be significantly higher than the perception levels of academic staff. The results of the study reveal that the perception levels of the staff not doing any sports on trust and forgiveness dimension are significantly higher than those who exercise 2 to 4 hours a week. On the basis of education variable, perception levels of the staff with associate's degree and high school graduates on trust and forgiveness dimension are found to be significantly higher than those having doctoral degree. Perception levels of the staff having master's degree on honesty and sharing dimension are found to be significantly higher than those having bachelor's degree.


Keywords: Individual Values, Academic Staff, Administrative Staff, University.

JEL Classification Codes: M1, M12, J17, J19.

* Bu çalışma 1-3.11.2019 tarihinde 6. Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Kongresi'nde sunulan ve özet metni bildiriler kitabında yayınlanan "Üniversite Çalışanlarının Bireysel Değerler Algı Düzeylerinin İncelenmesi (Burdur İl Örneği)" başlıklı bildirden hazırlanmıştır. Çalışma için Ardahan Üniversitesi Bilimsel Yayın ve Etik Kurulundan E-67796128-000-2100002238 sayılı ve 27.01.2021 tarihli etik kurul onayı alınmıştır.

¹  Ardahan Üniversitesi, Çıldır Meslek Yüksekokulu, Hukuk Bölümü, perihangozum@ardahan.edu.tr

²  Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Bilim Uzmanı, kahramangozum@yahoo.com

³  Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tarih Anabilim Dalı, Bilim Uzmanı, odeligoz@gmail.com

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

The purpose of the research is to determine the individual value perception levels of academic and administrative staff in universities. The study aims to discuss the reflection of individual values acquired from the childhood stage, the development in the youth stage, the socio-economic status of the family, the informal-formal education gains during the school period, and the informal education gains from the social environment on the future business life of the individual. The reason of this is the indisputable fact that mass media are used effectively in our globalizing world. Hence, it is aimed to draw attention to how different individual behaviors, which are revealed in the face of common events and situations in our society, indeed the cause of differentiation in the understanding of individual values as a result of the rapid change of culture, which is the sub-dimension of individual values, in integration with the created and imposed common global culture. Based on this point of view, even though the literal meaning of "value" refers to "the abstract measure used to determine the importance and the equivalent of something," the concept of value means, according to the Turkish Language Association, "the quality of objects and events that determines their importance for a society, a class, or a person" (Karalar and Kiracı, 2010).

Design/methodology/approach:

In the survey study, the "Personal Values Inventory" developed by Roy (2003) and adapted to Turkish by Asan et al. (2008) as a result of validity and reliability study will be used for data analysis. SPSS 21.0 software will be used for the data obtained from these scales. The Cronbach α internal consistency value of the Personal Values Inventory consisting of 47 items used in this study was determined as 0.792. The Cronbach α internal consistency value of 0.881 was obtained for the discipline and responsibility dimension consisting of 16 items, 0.299 for the trust and forgiveness dimension consisting of 12 items, 0.541 for the honesty and sharing dimension consisting of 9 items, -0.402 for the dimension of respect and righteousness consisting of 6 items, and 0.704 for sharing and respect dimension consisting of 4 items. The obtained values show that the reliability of the scale is quite sufficient in general. The population of the study consisted of 51 academic and 102 administrative personnel and a total of 153 personnel (73 female and 80 male) working at Mehmet Akif Ersoy University in Burdur, who were determined by random selection method based on a volunteer basis in the spring semester of the 2018-2019 academic year.

Findings:

The average and standard deviation values of the university employees participating in the study regarding the perceptions of individual values in their workplaces are given. For the dimension of discipline and responsibility consisting of 16 items, a general average of $x=4,01\pm0,59$ was obtained, which corresponds to the value of "I agree" according to the 5-point Likert scale range. The results of the T-test analysis were given, in which the perceptions of the individual value of the university employees participating in the study according to the variable of the task type were evaluated. According to the results of the T-test analysis, a significant difference was observed only in the Trust and Forgiveness dimensions. Accordingly, the perception levels ($x=2,97\pm0,40$) of the administrative staff in the dimension of trust and forgiveness were found to be significantly higher than the academic staff ($x=2,79\pm0,46$). ($p<0,05$).

Conclusion and Discussion:

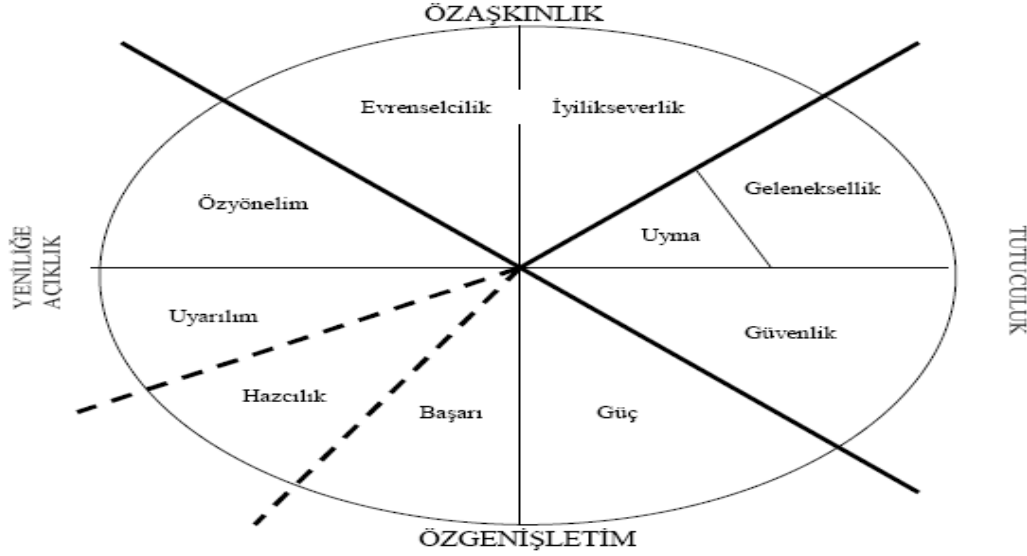
The results of the T-test analysis were given, in which the perceptions of the individual value of the university employees participating in the study according to the variable of the task type were evaluated. According to the results of the T-test analysis, a significant difference was observed only in the Trust and Forgiveness dimensions. Al-Serhan (2016) states that values play an important role in the lives of individuals, groups, and societies, and therefore they have become one of the focus of interest of education as education itself is a process built on values. Accordingly, the perception levels of administrative staff on the dimension of trust and forgiveness were found significantly higher than the perception levels of academic staff. According to the results of Erdogan's study (2018) in which he evaluated the physical education and sports teacher candidates' perceptions of negative behaviors in terms of their demographic characteristics, there was no significant difference between the groups in terms of the variables regarding whether they are doing sports, the duration of sport doing, spare-time activities, reading frequency and self-definition. According to the results of the analysis made regarding the education level of the university employees participating in the study, in the trust and forgiveness dimension, the perception levels of the employees who have a two-year degree and bachelor's degree were significantly higher than those of doctoral graduates. The results of the One-Way Anova test, in which we evaluate the participant university employees' perception of individual values in the workplaces in terms of the duration of sport doing, are given. According to the results of the one-way ANOVA test, there was a significant difference between the groups only in the Trust and Forgiveness dimension. In terms of trust and forgiveness, the perception levels of employees who do not do sports at all were found to be significantly higher than employees who do sports 2-4 hours a week.

1. GİRİŞ

Çalışmada bireysel değerlerin aslında kişilerin daha sonra ki iş hayatlarına; çocukluk evresi, gençlik evresindeki gelişimi, ailesinin sosyo-ekonomik durumu, okul döneminde edindiği informal- formal eğitim kazanımları ve sosyal çevreninden informal eğitim kazanımlarından edindiği bireysel değerlerin iş hayatına yansımaları ele almaktır. Bunun nedeni küreselleşen dünyamızda kitle iletişim araçlarının etkin olarak kullanıldığı tartışılmaz bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle bireysel değerlerin alt boyutu olan kültürün oluşturulan ve dayatılan ortak küresel kültürle entegre bir şekilde hızlı bu değişimin sonucu olarak; bireylerin hızla toplumsal değerlerden uzaklaştığı, toplumumuzda karşılaşılan ortak olay ve durumlar karşısında ortaya konulan farklı bireysel davranışların aslında bireysel değerler anlayışında nasıl farklılaşmalara neden olduğuna dikkat çekmektir. Bu bakış açısından yola çıkarak; kelime anlamı olarak değer, herhangi bir olgunun ağırlığını saptamak için ölçü olarak soyut belirlemeye yarayan soyut bir ölçü olarak ifadesi anlamına gelse de kavram olarak değer, Tdk “nesne ve olayların bir toplum, bir sınıf ya da bir insan bakımından taşıdığı önemi belirleyen niteliği” olarak tanımlanmıştır (Karalar ve Kiracı, 2010). Değer kavramı aksiyoloji ve değer kuramı olarak felsefede Aristo ve Platon tarafından irdelenen felsefi bir alt konu olarak tartışılmaya devam etmektedir (Çetin ve Baluniye, 2015). Bireysel değerler kişinin eylem, yaşantı ve diğerleriyle olan ilişkilerinin değerini belirlemede rol oynar. İnsanın diğer canlılar arasında farklı ve özel olan yerini, onu değerli kılan sahip olduğu tüm özellikleriyle temele alacak bir değerler eğitimi ile etik değerlerin korunduğu kişi yaşantı ve eylemleri, değerli insan yaşantı ve eylemleri haline gelir. Bu konuda sahip olunan tüm verileri içine alan kapsamlı uygulamaların yapılması çalışmaların istenen sonucu vermesi açısından önemli bulunmaktadır (Çakırışlı, 2013; Erdoğan, 2014; Schwartz, 1994). Tanyol (1960), sosyolojik olarak değerleri ahlak ve ahlaklılık olarak ele alır. Ahlak bakımından değerler; toplumu oluşturan bireylerin sosyal yaşamlarında toplumsal isteklerini hayata geçirirken davranışların ahlaki niteliklerin ölçülebilir nitelikler olması noktasında değerlendirir (Güngör, 2010). Bireysel değerler konusunda ahlak eğitimi önemlidir. John Dewey (1959) karakter ahlaki eğitimle birlikte insan davranışlarını ve fikirlerini etkisi altına alan önemli bir olgudur. Bu nedenle ahlaki eğitim köklü değişimlere neden olan önemli bir enstrümandır. İnsanların davranışları ve karakterlerini geliştirmek ve olumlu yöne sevk etmek, daha iyi seviyeye getirmek için “ahlaki fikirler”, düzeyine çıkarmanın yanı sıra sıratemelde karakteristik özellikleri itibarıyla iyi davranışa dönüşmeyen düşüncelerin “ahlaklılık üzerine fikirler” bağlamında adlandırmıştır. Okul yaşamında eğitim müfredatı ve eğitim öğretimi sağlayan ve kolaylaştıran tüm araç gereç ve materyaller öğrencilerin hayata dönük olmak üzere okuldaki temel kuralların özümsemesi daha iyi ahlaki fikir ve düşüncelerin çeşitli etkinlikler ve öğretmen davranışlarını da kapsayan faaliyetleri içine alır. Bireysel değerlerin kazanılmasıyla ilgili yaklaşımlar, gerekli olan değerlerin hangileri olduğu ve bu değerlerin hangi metotlarla ve ne şekilde yapılacağı noktasında öğretmenin rolü etkilidir. Bu nedenle değerlerin öğretilmesinde öğreticilerin oynadığı rolün hangi konularda olacağı noktasında farklı yaklaşımlar ortaya konmuştur (Kirschenbaum, 1995).

2. BİREYSEL DEĞERLER

Değerler, sosyal hayatı tamamlayan kapsayıcı ve birleştirici bir yanı olması açısından sosyal bir gerekliliktir. Sosyal hayatı etkilemesi yönünden bakıldığında doğru ve yanlış kriterlerini belirleyici kişileri ve toplumu bir araya getiren olgulardır, toplumsal motivasyon araçlarının birleştiriciliği açısından ölçülebilir ve ortak ölçülerde toplum tarafından kabul edilebilir olmalıdır (Özkalp, 2005). Toplumu bir araya getiren değerler, toplumun yaşamsal ölçü ve kalıplarını betimler. Kişisel ve toplumsal standartları belirleyen değerler, toplumsal kültürün oluşumunda iyi kötü tanımlarının sosyolojik olarak o toplumda ölçülerini belirlemesi bakımından belirleyici bir etkendir. (Sarı, 2005; De Mooij, 2004). Schwartz (2008), elli altı değer tanımlaması yaparak, içersinde ülkemizin de olduğu elli dört ülkeden çoğunluk olarak öğretmenler ve öğrenci üzerinde yaptığı araştırmada veri toplamış ve tamamladığı araştırmada sonuç olarak elli altı değeri, küresel ortak nitelik taşıyan on değer başlığında birleştirmiştir. Yaptığı çalışmada elli dört ülkede oluşturulan değer ölçeğinin farklı kültürlerde geçerliği olduğu sonucuna ulaşmıştır. Aşağıdaki şekilde Schwartz (1992)’in ortaya koyduğu değer değer kriterleri iki ana başlıkta ortaya koymuştur (Biel, 2002).



Şekil 1. Schwartz'ın Değer Tipleri ve Ana Değer Grupları Arasındaki İlişkiler Modeli

Kaynak: (Schwartz, 1992: 21).

Bireye kazandırılacak bireysel değerler eğitimi yeterli ve becerilerin gerçekleştirilmesinde öğretim araç ve teknolojilerinin, öğretimde hangi amaç için nasıl kullanılacağı öğretim strateji, yöntem ve tekniklerini gerekli kılmaktadır. Etkili yöntem ve tekniğin seçimi ile uygulanmasına ise; eğitim psikolojisi, eğitim felsefesi ve konu alanının katkıları yön vermektedir (Brodbeck, 1951; Çakırığılı, 2013). Değerler, bir toplumun oluşması ve gelişmesi sürecinde oldukça büyük bir öneme sahip olmakla birlikte, değerlerin sosyokültürel farklı şekillerinin bireyleri farklı biçimlerde etkilemekte olduğu belirtilebilmektedir (Dilmaç, Deniz ve Deniz, 2009).

3. YÖNTEM

Bu kısımda ilişkisel (correlational) kullanılmıştır. Yöntem ve nedensel karşılaştırma (causal comparative) yöntemi bir davranış kalıbının olası nedenlerini, bu kalıba sahip olanlarla olmayanları karşılaştırarak bulmayı amaçlamıştır.

3.1. Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın çalışmanın evrenini Burdur ili Mehmet Akif Ersoy Üniversitesinde çalışan 51 akademik 102 idari personel 73 kadın 80 erkek olmak üzere toplam 153 personel 2018-2019 eğitim öğretim yılı bahar döneminde, rastgele (random) metoduyla seçilerek, gönüllülük esasına göre çalışmanın evrenini oluşturmuşlardır. Bu çalışma için, Ardahan Üniversitesi Bilimsel Yayın ve Etik Kurulundan E-67796128-000-2100002238 sayılı ve 27.01.2021 tarihli etik kurul onayı alınmıştır.

3.2. Veri Toplama Araçları

Araştırmada katılımcılara bireysel değerlerini belirlemeye yönelik Roy, (2003) tarafından geliştirilmiş olan "Personal Values Inventory" (Kişisel Değerler Envanteri) ölçeği, Asan, Ekşi, Doğan ve Ekşi (2008) tarafından envanterin dilsel eşdeğerlik geçerlik ve güvenilirlik çalışmasıyla son halini alan Bireysel Değerler Envanteri kullanılmıştır.

3.3. Araştırmanın Analizi

Araştırmada toplanan verilerin analizi için SPSS 21.0 programından kullanılmıştır. Bu çalışmada yararlanılan 47 maddeden oluşan Bireysel Değerler Envanterinin Cronbach α iç tutarlılık değeri 0,792 olarak belirlenmiştir. 16 maddeden oluşan disiplin ve sorumluluk boyutu için 0,881 değeri, 12 maddeden oluşan güven ve bağışlama boyutu için 0,299 değeri, 9 maddeden oluşan dürüstlük ve paylaşım boyutu için 0,541 değeri, 6 maddeden oluşan saygı ve doğruluk boyutu için -0,402 değeri ve 4 maddeden oluşan paylaşım ve saygı boyutu için 0,704 Cronbach α iç

tutarlılık değeri elde edilmiştir. Ölçeğin geneline bakıldığında elde edilen değerler ölçeğin güvenilirliğinin oldukça yeterli olduğunu göstermektedir.

Tablo 1. Bireysel Değerler Envanteri İçin Bu Çalışmada Elde Edilen Cronbach α İç Tutarlılık Değerleri

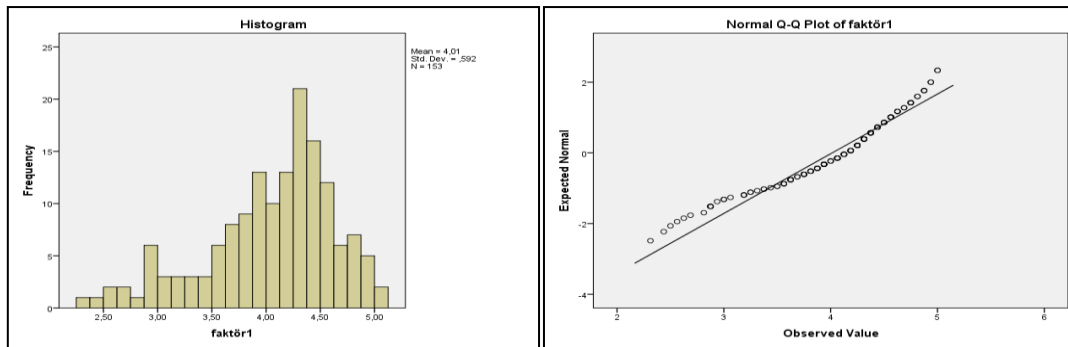
	Cronbach α	N of Items
“Bireysel Değerler Envanteri”	0.792	47
“Faktör 1. Disiplin ve Sorumluluk”	0.881	16
“Faktör 2. Güven ve Bağışlama”	0.299	12
“Faktör 3. Dürüstlük ve Paylaşım”	0.541	9
“Faktör 4. Saygı ve Doğruluk”	-0.402	6
“Faktör 5. Paylaşım ve Saygı”	0.704	4

Normal dağılım analizi sonucunda Tablo 1’de görüldüğü gibi bireysel değerler envanterinin tüm alt boyutları için elde edilen çarpıklık ve basıklık değerleri -2 ile +2 arasında görülmektedir. Buna göre araştırma verilerinin normal dağılım gösterdiğini söylenebilir. George ve Mallery (2010). Bu sonuçlara göre araştırma verilerinin katılımcıların demografik özelliklerine göre fark gösterip göstermediğini belirlemek için parametrik analizlerin yapılması uygun görülmüştür. İki grup arasındaki değerlendirmeler için T testi, ikiden fazla grup arasındaki değerlendirmelerde Tek Yönlü Anova testi uygulanmıştır. Bireysel değerler envanterine verilen cevapların ölçek aralıkları ve sınırları Tablo 2’de verilmiştir.

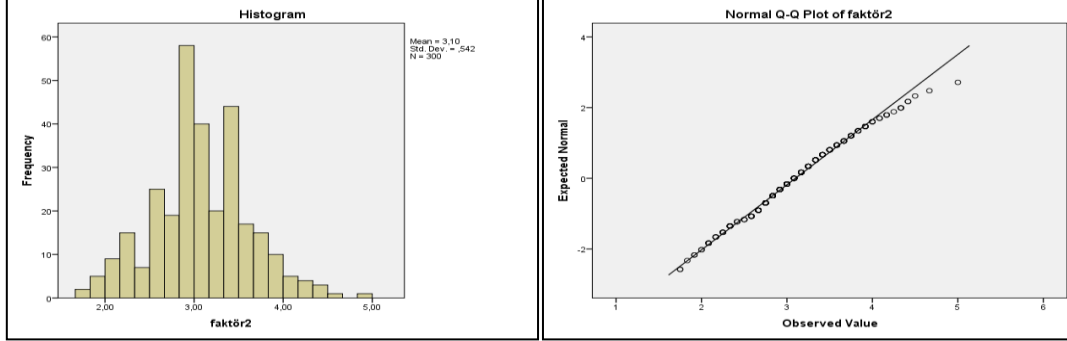
Tablo 2.Beş’liLikert Ölçeği Aralık Değerleri

Ağırlık	Seçenek	Sınırlar
1	Katılmıyorum	1.00 – 1.80
2.	Az Katılıyorum	1.81 – 2.60
3.	Kararsızım	2.61 – 3.40
4.	Katılıyorum	3.41 – 4.20
5.	Tamamen Katılıyorum	4.21 – 5.20

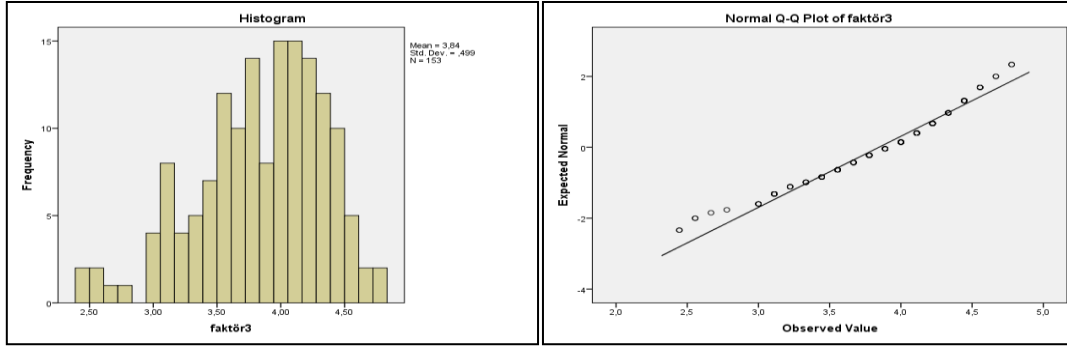
Araştırma verilerinin analizinde betimsel istatistikler olan aritmetik ortalama, frekans, standart sapma ve yüzde değerlerine bakılmıştır. Bu çalışma için parametrik analizlerin yapıp yapılmayacağını belirlemek için öncelikle her iki ölçek verilerinin normal dağılım gösterip göstermediğine bakılmıştır. Analiz sonucunda basıklık (kurtosis) ve çarpıklık (skewness) değerleri hesaplanmış sonuçlar aşağıda verilmiştir.



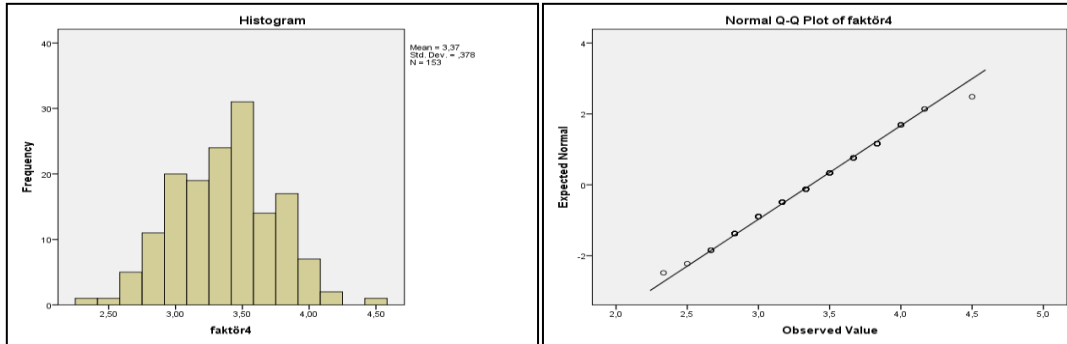
Şekil 2. Birinci Faktör Disiplin ve Sorumluluk Boyutu İçin Normal Dağılım Grafikleri



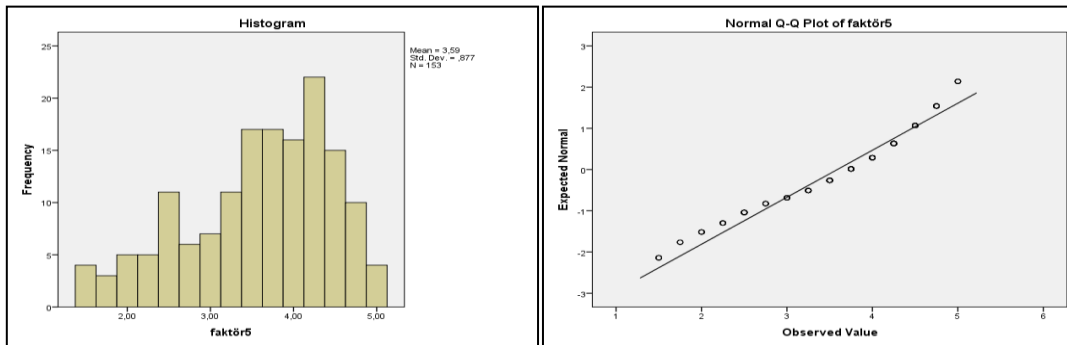
Şekil 3. İkinci Faktör Güven ve Bağışlama Boyutu İçin Normal Dağılım Grafikleri



Şekil 4. Üçüncü Faktör Dürüstlük ve Paylaşım Boyutu İçin Normal Dağılım Grafikleri

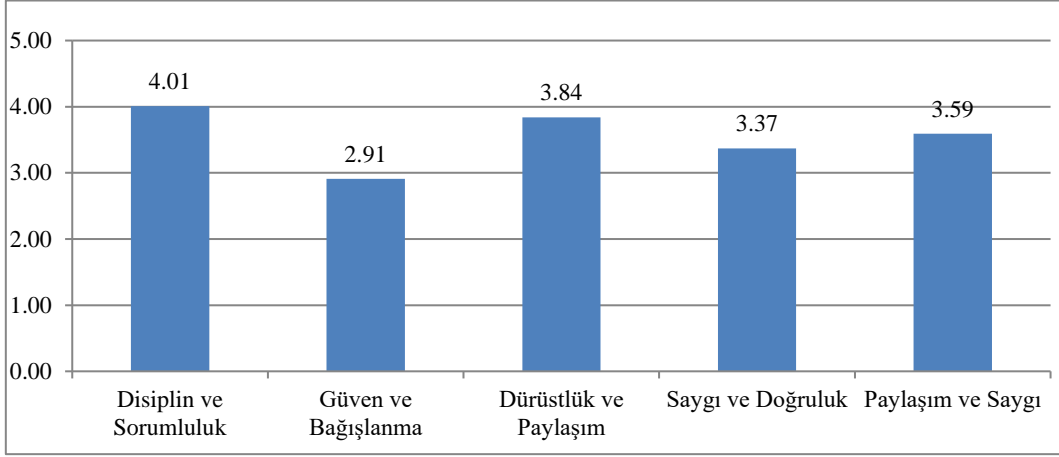


Şekil 5. Dördüncü Faktör Saygı ve Doğruluk Boyutu İçin Normal Dağılım Grafikleri



Şekil 6. Beşinci Faktör Paylaşım Ve Saygı Boyutu İçin Normal Dağılım Grafikleri

Yukarıda bireysel değerler envanterinin 5 alt boyutuna ilişkin verilmiş grafiklere göre tüm boyutlarda normallikte olduğu görülmektedir.



Şekil 7. Bireysel Değerler Envanteri Ortalama Değerleri

4. BULGULAR

Tablo 3. Çalışanların Demografik Bilgilerine Göre Dağılımlar

		f	%
Yaş	20-25	8	5.2
	26-30	35	22.9
	31-35	32	20.9
	36-40	27	17.6
	41 ve üstü	51	33.3
Cinsiyet	Kadın	73	47.7
	Erkek	80	52.3
Medeni Durum	Evli	106	69.3
	Bekâr	40	26.1
	Diğer	7	4.6
Eğitim Durumu	Ön lisans	7	4.6
	Lisans	77	50.3
	Yüksek lisans	34	22.2
	Doktora	35	22.9
Çalışma Hayatındaki Toplam Tecrübe	1 yıldan az	8	5.2
	1-5 yıl	39	25.5
	6-10 yıl	37	24.2
	11-20 yıl	45	29.4
	21 yıl ve üzeri	24	15.7
Görev Yaptığı Pozisyon	Akademik personel	51	33.3
	İdari personel	102	66.7
Spor Yapıyor mu?	Evet	95	62.1
	Hayır	58	37.9

		f	%
Bir Hafta İçinde Spor Yapmaya Ayırdığı Zaman	Hiç	58	37.9
	2-4 saat	35	22.9
	5-8 saat	45	29.4
	9 saat ve üstü	15	9.8
Boş Zamanlarında Ne Yapmayı Tercih Eder?	Kitap okurum	40	26.1
	Sinemaya giderim	30	19.6
	Tarihi yerleri gezerim	33	21.6
	Eğlence mekânlarına giderim	50	32.7
Ne Sıklıkla Kitap Okur?	Haftada 1	40	26.1
	2 Haftada bir	51	33.3
	Nadiren kitap okurum	52	34.0
	Hiç okumam	10	6.5
Günlük Hayatta Kendini Nasıl Tanımlar?	Sessiz sakin	40	26.1
	Sosyal ve dışa dönük	55	35.9
	Hipeaktif (hareketli)	33	21.6
	Sinirli ve çabuk parlayan	25	16.3

Tablo 3'e göre araştırmaya katılan üniversite çalışanlarının %33,3'ü 41 yaş üstü, %17,6'sı 36-40 yaş aralığında, %20,9'u 31-35 yaş aralığında, %22,9'u 26-30 yaş aralığındadır. Çalışanların cinsiyet dağılımı birbirine yakın oranlar içermektedir. Üniversite çalışanlarının %69,3'ünün evli, %26,1'inin bekâr olduğunu, %50,3'ünün lisans, %22,2'sinin yüksek lisans ve %22,9'unun doktora mezunu olduğunu, %25,5'inin 1-5 yıl aralığında, %24,2'sinin 6-10 yıl aralığında, %29,4'ünün 11-20 yıl aralığında ve %15,'sinin 21 yıl ve üzerinde çalışma tecrübesine sahip oldukları belirlenmiştir. Araştırmaya katılan çalışanların %33,3'ü akademik personel, %66,7'si idari personel olarak görev yapmaktadır. Üniversite çalışanlarının %62,1'i spor yaptığını, %37,9'u spor yapmadığını belirtmiştir. Spor yapan üniversite çalışanlarının %22,9'u haftada 2-4 saat, %29,4'ü haftada 5-8 saat, %9,8'i haftada 9 saat ve üstü zamanını spora ayırmaktadır. Üniversite çalışanlarının boş zaman değerlendirme biçimlerine bakıldığında %26,1'inin kitap okurum, %19,6'sının sinemaya giderim, %21,6'sının tarihi yerleri gezerim ve %32,7'sinin eğlence mekânlarına giderim dediği görülmüştür. Çalışanların kitap okuma sıklığı sorulduğunda %26,1'inin haftada 1 kez, %33,3'ünün 2 haftada bir ve %34,0'ünün nadiren kitap okuduğu cevabı alınmıştır. Çalışanların kendilerini nasıl tanımladıklarına bakıldığında %26,1'inin sessiz sakin, %35,9'unun sosyal ve dışa dönük, %21,6'sının hareketli ve %16,3'ünün sinirli çabuk parlayan yapıda buldukları belirlenmiştir.

Tablo 4. Çalışanların Bireysel Değerler Envanteri Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

	N	Ort	Ss
Faktör 1- Disiplin ve Sorumluluk (16 madde)	0.792	4.01	0.59
Faktör 2- Güven ve Bağışlama (12 madde)	0.881	2.91	0.43
Faktör 3- Dürüstlük ve Paylaşım (9 madde)	0.299	3.84	0.50
Faktör 4- Saygı ve Doğruluk (6 madde)	0.541	3.37	0.38
Faktör 5- Paylaşım ve Saygı (4 madde)	-0.402	3.59	0.88

Tablo4'de araştırmaya katılan üniversite çalışanlarının iş yerlerindeki bireysel değerler algılarına ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri verilmiştir. 16 maddeden oluşan disiplin ve sorumluluk boyutu için $x=4,01\pm 0,59$ genel ortalama elde edilmiş olup 5'li likert ölçeği aralık değerlerine göre katılıyorum değerine karşılık gelmektedir. 12 maddeden oluşan güven ve bağışlama boyutu için $x=2,91\pm 0,43$ genel ortalama elde edilmiş olup 5'li likert ölçeği aralık değerlerine göre kararsızım değerine karşılık gelmektedir. 9 maddeden oluşan dürüstlük ve paylaşım boyutu için $x=3,84\pm 0,50$ genel ortalama elde edilmiş olup 5'li likert ölçeği aralık değerlerine göre katılıyorum değerine karşılık gelmektedir. 6 maddeden oluşan saygı ve doğruluk boyutu için $x=3,37\pm 0,38$ genel ortalama elde edilmiş olup 5'li likert ölçeği aralık değerlerine göre kararsızım değerine karşılık gelmektedir. 4 maddeden oluşan paylaşım

ve saygı boyutu için $x=3,59\pm 0,88$ genel ortalama elde edilmiş olup 5'li likert ölçeği aralık değerlerine göre katılıyorrum değerine karşılık gelmektedir.

Tablo 5. Üniversite Çalışanlarının İşyerlerindeki Bireysel Değerler Algılarının Görev Türü Değişkenine Göre Değerlendirmesi Gösteren T Testi Sonuçları

	Görev Türü	N	ORT	SS	P
Faktör 1- Disiplin ve Sorumluluk	Akademik	51	4.10	0.62	0.202
	İdari	102	3.97	0.58	
Faktör 2- Güven ve Bağışlama	Akademik	51	2.79	0.46	0.014**
	İdari	102	2.97	0.40	
Faktör 3- Dürüstlük ve Paylaşım	Akademik	51	3.92	0.56	0.166
	İdari	102	3.81	0.46	
Faktör 4- Saygı ve Doğruluk	Akademik	51	3.36	0.39	0.841
	İdari	102	3.37	0.38	
Faktör 5- Paylaşım ve Saygı	Akademik	51	3.75	0.80	0.118
	İdari	102	3.51	0.91	

Tablo 5'de araştırmaya katılan üniversite çalışanlarının işyerlerindeki bireysel değerler algılarını görev türü değişkenine göre değerlendirdiğimiz T testi analiz sonuçları verilmiştir. T testi analiz sonuçlarına göre sadece Güven ve Bağışlama boyutunda anlamlı fark görülmüştür. Buna göre idari personelin güven ve bağışlama boyutundaki algı düzeyleri ($x=2,97\pm 0,40$) akademik personele göre ($x=2,79\pm 0,46$) anlamlı bir şekilde daha yüksek görülmüştür. ($p<0,05$).

Tablo 6. Üniversite Çalışanlarının İşyerlerindeki Bireysel Değerler Algılarının Eğitimi Durumu Değişkenine Göre Değerlendirmesi Gösteren Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Eğitim Durumu	N	ORT	SS	F	P	Fark
Faktör 1- Disiplin ve Sorumluluk	Ön lisans	7	4.00	0.26	2.609	0.054	
	Lisans	77	3.92	0.57			
	Yüksek lisans	34	4.25	0.53			
	Doktora	35	3.99	0.68			
Faktör 2- Güven ve Bağışlama	Ön lisans	7	3.23	0.42	6.571	0.000**	1-4 2-4
	Lisans	77	3.01	0.40			
	Yüksek lisans	34	2.85	0.32			
	Doktora	35	2.69	0.48			
Faktör 3- Dürüstlük ve Paylaşım	Ön lisans	7	3.60	0.29	3.713	0.013**	2-3
	Lisans	77	3.77	0.46			
	Yüksek lisans	34	4.08	0.46			
	Doktora	35	3.83	0.59			
Faktör 4- Saygı ve Doğruluk	Ön lisans	7	3.33	0.30	0.119	0.949	
	Lisans	77	3.37	0.41			
	Yüksek lisans	34	3.39	0.24			
	Doktora	35	3.34	0.43			
Faktör 5- Paylaşım ve Saygı	Ön lisans	7	3.57	0.45	1.875	0.136	
	Lisans	77	3.46	0.95			
	Yüksek lisans	34	3.88	0.71			
	Doktora	35	3.59	0.87			

Tablo 6'ya göre; ön lisans mezunu olan çalışanların ($x=3,23\pm 0,42$) ve lisans mezunu çalışanların ($x=3,01\pm 0,40$) güven ve bağışlama boyutundaki algı düzeyleri doktora mezunu olan çalışanlara göre ($x=2,69\pm 0,48$) anlamlı bir şekilde daha yüksek görülmüştür ($p<0,05$). Dürüstlük ve paylaşım boyutunda ise yüksek lisans mezunu

çalışanların ($x=4,08\pm0,46$) algı düzeyleri lisans mezunu olan çalışanlara göre ($x=3,77\pm0,46$) anlamlı bir şekilde daha yüksek görülmüştür ($p<0,05$).

Tablo 7. Üniversite Çalışanlarının İşyerlerindeki Bireysel Değerler Algılarının Spor Yapma Süresi Değişkenine Göre Değerlendirmesi Gösteren Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Spor Yapma Süresi	N	ORT	SS	F	P	Fark
Faktör 1- Disiplin ve Sorumluluk	Hiç	58	4.03	0.51	0.169	0.917	
	2-4 saat	35	3.98	0.65			
	5-8 saat	45	3.99	0.68			
	9 saat ve üstü	15	4.10	0.52			
Faktör 2- Güven ve Bağışlama	Hiç	58	2.98	0.43	2.722	0.047**	1 - 2
	2-4 saat	35	2.75	0.44			
	5-8 saat	45	2.91	0.37			
	9 saat ve üstü	15	3.03	0.49			
Faktör 3- Dürüstlük ve Paylaşım	Hiç	58	3.83	0.44	0.289	0.833	
	2-4 saat	35	3.80	0.57			
	5-8 saat	45	3.88	0.53			
	9 saat ve üstü	15	3.90	0.47			
Faktör 4- Saygı ve Doğruluk	Hiç	58	3.42	0.38	1.417	0.240	
	2-4 saat	35	3.33	0.38			
	5-8 saat	45	3.38	0.37			
	9 saat ve üstü	15	3.21	0.36			
Faktör 5- Paylaşım ve Saygı	Hiç	58	3.53	0.93	0.121	0.947	
	2-4 saat	35	3.64	0.77			
	5-8 saat	45	3.62	0.93			
	9 saat ve üstü	15	3.60	0.80			

** $P<0,05$ düzeyinde anlamlı fark ifade etmektedir.

Tablo 7’de araştırmaya katılan üniversite çalışanlarının işyerlerindeki bireysel değerler algılarını spor yapma süresi değişkenine göre değerlendirdiğimiz Tek Yönlü Anova testi analiz sonuçları verilmiştir. Tek yönlü anova testi analiz sonuçlarına göre sadece Güven ve Bağışlama boyutunda gruplar arasında anlamlı fark bulunduğu görülmüştür. Hiç spor yapmayan çalışanların güven ve bağışlama boyutundaki algı düzeyleri ($x=2,98\pm0,43$) haftada 2-4 saat spor yapan çalışanlara göre ($x=2,75\pm0,44$) anlamlı bir şekilde daha yüksek görülmüştür ($p<0,05$).

5. SONUÇ

Araştırmaya katılan üniversite çalışanlarının iş yerlerindeki bireysel değerler algılarına ilişkin ortalama ve standart sapma değerlerine göre; 16 maddeden oluşan disiplin ve sorumluluk boyutu için genel ortalama elde edilmiş olup 5’li likert ölçeği aralık değerlerine göre katılıyorum değerine karşılık gelmektedir. 12 maddeden oluşan güven ve bağışlama boyutu için genel ortalama elde edilmiş olup 5’li likert ölçeği aralık değerlerine göre kararsızım değerine karşılık gelmektedir. 9 maddeden oluşan dürüstlük ve paylaşım boyutu için genel ortalama elde edilmiş olup 5’li likert ölçeği aralık değerlerine göre katılıyorum değerine karşılık gelmektedir. 6 maddeden oluşan saygı ve doğruluk boyutu için genel ortalama elde edilmiş olup 5’li likert ölçeği aralık değerlerine göre kararsızım değerine karşılık gelmektedir. 4 maddeden oluşan paylaşım ve saygı boyutu için genel ortalama elde edilmiş olup 5’li likert ölçeği aralık değerlerine göre katılıyorum değerine karşılık gelmektedir. Araştırmaya katılan üniversite çalışanlarının işyerlerindeki bireysel değerler algılarını görev türü değişkenine göre değerlendirdiğimiz T testi analiz sonuçları verilmiştir. T testi analiz sonuçlarına göre sadece Güven ve Bağışlama boyutunda anlamlı fark görülmüştür. Al-Serhan (2016), değerlerin bireyler, gruplar ve toplumların yaşamlarında önemli rol oynadıklarını, bu yüzden de eğitimin de ilgi odaklarından birisi haline geldiğini, çünkü eğitimin kendisinin değerler üzerine kurulmuş bir süreç olduğunu ifade etmektedir. Buna göre idari personelin güven ve bağışlama boyutundaki algı düzeyleri akademik personele göre anlamlı bir şekilde daha yüksek görülmüştür. Erdoğan, (2018) yapmış olduğu

çalışmada Beden eğitimi ve spor öğretmen adaylarının olumsuz davranışlar algılarıyla ilgili sonuçları onların demografik özellikleri açısından değerlendirdiği sonuçlarına göre; spor yapıyor mu, spor yapma süresi, boş zaman değerlendirme biçimi, kitap okuma sıklığı ve kendini tanımlama değişkenleri açısından gruplar arasında anlamlı bir farklılığı rastlanmamıştır. Araştırmaya katılan üniversite çalışanlarının eğitim düzeylerine göre yapılan analiz sonuçlarına göre; ön lisans mezunu olan çalışanların ve lisans mezunu çalışanların güven ve bağışlama boyutundaki algı düzeyleri doktora mezunu olan çalışanlara göre anlamlı bir şekilde daha yüksek görülmüştür. Erdoğan (2014), yapmış olduğu bir diğer çalışmada Eğitim düzeyi farklılaşması bireylerin değer yönelimlerinde belirleyici bir unsur olarak ele alınması gereken bir diğer konudur, özellikle bireysel değerlere yönelik anne ve babadan başlayan, okullarda devam eden bu eğitimlerinde değerler konusunda belirleyici bir nitelik taşıdığı söylene bilir sonucuna ulaşmıştır. Dürüstlük ve paylaşım boyutunda ise yüksek lisans mezunu çalışanların algı düzeyleri lisans mezunu olan çalışanlara göre anlamlı bir şekilde daha yüksek görülmüştür. Araştırmaya katılan üniversite çalışanlarının işyerlerindeki bireysel değerler algılarını spor yapma süresi değişkenine göre değerlendirdiğimiz Tek Yönlü Anova testi analiz sonuçları verilmiştir. Tek yönlü anova testi analiz sonuçlarına göre sadece Güven ve Bağışlama boyutunda gruplar arasında anlamlı fark bulunduğu görülmüştür. Hiç spor yapmayan çalışanların güven ve bağışlama boyutundaki algı düzeyleri haftada 2-4 saat spor yapan çalışanlara göre anlamlı bir şekilde daha yüksek görülmüştür.

YAZARLARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Çalışmaya birinci yazar %50 oranında, ikinci yazar %25, üçüncü yazar %25 oranında katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

- Al-Serhan, K. A. (2016). The degree of adherence to educational values by the students of the university of Jordan in their point of view. *International Education Studies*, 9(1), 55-62.
- Asan, T., Ekşi, F., Doğan, A. ve Eksi, H. (2008). Bireysel değerler envanteri'nin dilsel eşdeğerlik geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 27(27), 15-38.
- Biel, A. (2002). Values as determinants of environmental behaviour. life-cycle approaches to sustainable consumption-workshop proceedings, Laxenburg, Austria. International Institute for Applied Systems Analysis.
- Brodbeck, M. (1951). Toward a naturalistic "non-naturalistic" ethic. *Philosophical studies. An International Journal for Philosophy in the Analytic Tradition*, 2(1), 7-11.
- Çakıroğlu, A. E. (2013). *Değerler eğitiminde korku kültürünün etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bolu.
- Çetin, N. ve Baluniye, Ç. (2015). Değerler ve eğitim ilişkisi üzerine. *Kaygı. Bursa Uludağ University Faculty of Arts and Sciences Journal of Philosophy*, 24(24), 191-203.
- Dewey, J. (1959). *Okulda ahlak eğitimi*. A. F. Oğuzkan (Çev.), Erişim adresi: http://vizyon21y.com/documan/Egitim_Ogretim/Onemli_Insanlari/Yab_Bilim_Insanlari_1/JohnDewey/Okulda_Ahlak_Egitimi_John_Dewey.pdf, (13.10.2020).
- De Mooij, M. (2004). *Consumer behavior and culture – consequences for global marketing and advertising*. California: Sage Publishing.
- Dilmaç, B., Deniz, M. ve Deniz, M. E. (2009). Üniversite öğrencilerinin öz-anlayışları ile değer tercihlerinin incelenmesi. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 7(18), 9-24.

- Erdoğan, B. S. (2018). Determination of awareness levels of physical education and sport teacher candidates about negative acts. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, (Special Issue for INTE - ITIC AM - IDEC), 351-358.
- Erdoğan, B. S. (2014). *Profesyonel futbolcularda bireysel değerler üzerine bir araştırma*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- George, D. ve Mallery, P. (2010). *SPSS for windows step by step: A simple guide and reference 17.0 update*. 10th Edition, Pearson, Boston.
- Güngör, E. (2010). *Değerler psikolojisi üzerinde araştırmalar*, İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Karalar, R. ve Kiracı, H. (2010). Bireysel değerlerin sürdürülebilir tüketim davranışı üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik öğretmenler üzerinde bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 79-106.
- Kirschenbaum, H. (1995). *100 Ways to enhance values and morality in schools and youth settings*. Massachusetts: Allynand Bacon Company.
- Özkalp, E. (2005). *Sosyolojiye giriş*, 14. Baskı, Bursa: Ekin Kitabevi Yayınları.
- Roy, A. (2003). *Factor Analysis and initial validation of the personal values inventory*. Unpublished Doctorate Dissertation, Tennessee State University, USA.
- Sarı, E. (2005). Öğretmen adaylarının değer tercihleri: Giresun eğitim fakültesi örneği. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 3(10), 73-88
- Schwartz, S. H. (1992), Universals in the content and structure of values: the oretical advances and emprical tests in 20 countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, 25(45), 1-65
- Schwartz, S. H. (1994). Are the reuniversal aspects in the structure and contents of human values?. *Journal of Social Issues*, 50(4), 19-45.
- Schwartz, S. H. (2007). *Properuse of schwartz value survey: draft users manual*. Erişim adresi: <http://www.crossculturalcentre.homestead.com>, (04.08.2019).
- Tanyol, C. (1960). *Sosyal ahlâk/lâik ahlâka giriş*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.

THE EFFECTS OF BANKS' INTERNAL MARKETING AND MARKET ORIENTATION APPROACHES ON PERFORMANCE*

BANKALARIN İÇSEL PAZARLAMA VE PAZAR ODAKLI YAKLAŞIMLARININ PERFORMANS ÜZERİNE ETKİSİ

Asst. Prof. Dr. Rafet BEYAZ¹
Res. Asst. Abdullah Yiğit GÜNGÖR²
Res. Asst. Şerife KILIÇARSLAN³

ABSTRACT

Information technologies are developing rapidly nowadays and globalization concept which shows up in parallel to IT has started to threaten the existence of firms by making competitive environment more intensive. Counter to this threat, businesses are trying to provide an advantage against their competitors by developing various of strategies. Internal marketing and market oriented approach are among the significant strategies which are developed within this scope. In the study, it is aimed to determine the effects of internal marketing practices and market oriented approach on performance in banks. Besides, it is examined whether internal marketing practices have an effect on market oriented approach or not. As a result of the study, it is determined that internal marketing practices and market oriented approach of banks affect their performance positively. Moreover, it is found that internal marketing practices affect market oriented approach substantially.

Key Words: Banking, Market Orientation, Internal Marketing, Performance.

JEL Classification Codes: M21, M31, G61, L25.


ÖZ


Günümüzde hızla gelişen bilişim teknolojileri ve bunun paralelinde ortaya çıkan küreselleşme olgusu pazardaki rekabet ortamını daha şiddetli hale getirerek işletmelerin varlığını tehdit etmeye başlamıştır. Bu tehdide karşı firmalar da çeşitli stratejiler geliştirerek rakiplerine karşı avantaj sağlamaya çalışmaktadırlar. İçsel pazarlama ve pazar odaklı yaklaşımlar da bu kapsamda geliştirilen önemli stratejiler arasındadır. Bu çalışmada, bankaların içsel pazarlama uygulamaları ve pazar yönlü yaklaşımlarının işletme performansları üzerindeki etkisini tespit etmek amaçlanmaktadır. Ayrıca içsel pazarlama uygulamalarının pazar odaklı yaklaşımlar üzerinde etki edip etmediği de ayrıca incelenmiştir. Araştırma sonucunda bankaların içsel pazarlama uygulamalarının ve pazar odaklı yaklaşımlarının işletme performansını pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca içsel pazarlamanın uygulamalarının, bankaların pazar odaklı yaklaşımlarını da önemli oranda etkilediği görülmüştür.


Anahtar Kelimeler: Banka, Pazar Odaklılık, İçsel Pazarlama, Performans.

JEL Sınıflandırma Kodları: M21, M31, G61, L25.

* For the study, ethics committee approval no 77040475-000-E.2000256263 dated 18.10.2020 is taken from the Ethics Committee of Atatürk University.

¹  Atatürk University, Oltu Faculty of Humanities and Social Sciences, Department of Business Administration, rafet.beyaz@atauni.edu.tr

²  Atatürk University, Oltu Faculty of Humanities and Social Sciences, Department of Business Administration, yigit.gungor@atauni.edu.tr

³  Atatürk University, Oltu Faculty of Humanities and Social Sciences, Department of Finance and Banking, serife.kilicarslan@atauni.edu.tr

GENİŞLETİLMİŞ ÖZET

Amaç ve Kapsam:

Çalışmanın amacı, bankaların içsel pazarlama uygulamaları ve pazar odaklı yaklaşımlarının işletme performansı üzerindeki etkisini incelemektir. Aynı zamanda içsel pazarlama uygulamalarının pazar odaklı yaklaşımlar üzerinde etki edip etmediği de bu çalışmada incelenecektir. Literatürde içsel pazarlama ve işletme performansı ile pazar yönlülük ve işletme performansı arasındaki etkileşimi incelemeye yönelik çeşitli çalışmalara ulaşılabilmektedir. Ancak içsel pazarlama, pazar yönlülük ve işletme performansının birlikte ele alındığı çalışmalara ulaşılamamıştır. Bu nedenle, banka çalışanlarının bu kapsamdaki görüşlerini belirlemek önem arz etmektedir. Araştırmanın kapsamını ise, Erzurum Merkez ve Oltu İlçesinde faaliyet gösteren banka şubelerinin çalışanları oluşturmaktadır.

Yöntem:

Çalışmada veri toplama aracı olarak anket tekniğinden faydalanılmıştır. Anketler dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik özellikler ve banka özelliklerine yönelik sorular bulunmaktadır. İkinci bölümde 15 ifadeden oluşan içsel pazarlama ölçeği; üçüncü bölümde 16 ifadeden oluşan pazar odaklılık ölçeği; dördüncü bölümde ise 12 ifadeden oluşan işletme performansı ölçeği bulunmaktadır. Belirtilen ölçekler ve bunları oluşturan tüm sorular 5’li likert tipi ölçek ile (1: Kesinlikle Katılmıyorum, ... 5: Kesinlikle Katılıyorum) şeklinde sorulmuştur. Çalışma kapsamında kolayda örnekleme yardımı ile yaklaşık 300 banka personeline anketler dağıtılmıştır. Bu anketler içerisinde kullanılabilir özelliklere sahip 125 anket toplanmıştır. Ölçeklerin güvenilirlik ve geçerliliğini tespit etmek için faktör analizi gerçekleştirilmiş ve Cronbach Alpha katsayıları dikkate alınmıştır. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin frekans ve yüzde bilgileri verilmiştir. Araştırma modeli kapsamında oluşturulan hipotezleri test etmek amacıyla doğrusal ve çoklu regresyon analizinden faydalanılmıştır. Analizler SPSS 21 programında gerçekleştirilmiştir.

Bulgular:

Çalışmada katılımcıların demografik özelliklerine yönelik elde edilen bulgular değerlendirildiğinde cinsiyet değişkeni açısından erkeklerin; yaş aralığı açısından 31-40 yaş grubunun, eğitim seviyesi açısından lisans eğitimine sahip olanların; çalışılan süre açısından 6-10 yıl arası deneyime sahip kişilerin, çalışılan banka açısından Vakıfbank çalışanlarının, departman açısından operasyon departmanında çalışanların önemli katılımı göze çarpmaktadır. Çalışmada kullanılan ölçeklere yönelik geçerlik ve güvenilirlik çalışmasını yapmak için açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi sonucunda, iki boyutlu bir yapı ortaya çıkmıştır. Değerlendirme sonucunda “Bu banka, vizyonunu çalışanlarına uygun bir şekilde iletir” ve “Bu banka, çalışanlarının farklı ihtiyaçlarını karşılayabilmek için gerekli esnekliğe sahiptir” ifadeleri binişiklik nedeni ile ölçekten çıkarılmıştır. Elde edilen boyutlar “ödül ve vizyon” ve “personel geliştirme” olarak isimlendirilmiştir. Güvenirlik özellikleri açısından yüksek derecede güvenilirliğe sahip olan boyutlar, toplam varyansın 72,511’ini açıklamaktadır. Ayrıca örneklemin yeterli olup olmadığını gösteren Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri (0,903) ile verilerin normal dağılıma uyup uymadığını gösteren Barlett Testi değerinin (1378.651) oldukça iyi düzeyde olduğu görülmektedir. Pazar odaklılık ölçeğine yönelik yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda “müşteri odaklılık”, “rakip odaklılık” ve “departmanlar arası koordinasyon” olarak isimlendirilen üç boyut ortaya çıkmıştır. Analiz sürecinde “Müşterilerimizin bizden ne kadar memnun olduklarını sürekli ve sistemli olarak ölçeriz” ifadesi binişiklik nedeni ile analizden çıkarılmıştır. Orijinal ölçek boyutları ile önemli oranda benzerlik gösteren bu boyutların toplam varyansın 71,588’ini açıkladığı ve yüksek derecede güvenilir olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca örneklemin yeterli olup olmadığını gösteren Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri (0,874) ile verilerin normal dağılıma uyup uymadığını gösteren Barlett Testi değerinin (1376.4) oldukça iyi düzeyde olduğu görülmektedir. Çalışmada belirtilen hipotezlerin desteklenip desteklenmediğini tespit etmek için basit doğrusal ve çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Bu çerçevede öncelikle içsel pazarlama uygulamalarının pazar odaklı yaklaşımlar üzerindeki etkisini tespit etmek için çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Daha sonra içsel pazarlama ve pazar odaklı yaklaşımların işletme performansı üzerindeki etkisini tespit etmek için basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Analizler genel olarak değerlendirildiğinde ise, içsel pazarlama uygulamalarının hem işletme performansı üzerinde hem de pazar odaklılık üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Benzer şekilde pazar odaklı yaklaşımların da işletme performansını üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Sonuç ve Tartışma:

Çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre genel olarak bankaların içsel pazarlama ve pazar odaklı yaklaşımlarının işletme performansını pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca içsel pazarlamanın, bankaların pazar odaklı yaklaşımlarını da önemli oranda etkilediği görülmüştür. Boyutlar itibarıyla değerlendirildiğinde bankaların personeline yönelik ödül ve vizyon yaklaşımlarının, çalışanların rakip odaklı ve diğer departmanlarla koordinasyonlu bir şekilde çalışmasına katkı sağladığı görülmüşken, müşteri odaklı olmaları üzerinde anlamlı bir etki tespit edilememiştir. Bununla beraber bankaların personel geliştirmelerine yönelik uygulamalarının, çalışanların rakip odaklı, müşteri odaklı ve diğer departmanlarla koordineli bir şekilde çalışmasına katkı sağladığı görülmüştür. Ayrıca tüm boyutların (ödül ve vizyon, personel geliştirme, rakip odaklılık, müşteri odaklılık, departmanlar arası koordinasyon) işletme performansı üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sonuçlar değerlendirildiğinde ise, bankaların yoğun rekabet ortamında avantaj sağlayabilmeleri için özellikle içsel pazarlama faaliyetlerine önem vermesi, tatmin edilen çalışanları aracılığı ile pazar odaklı diğer stratejilere yönelmesi gerektiği düşünülmektedir.

1. INTRODUCTION

Information technologies (IT) developing rapidly nowadays and the globalization concept which shows up in parallel to IT has started to threaten the existence of firms by making the competitive environment more intensive. Since IT and globalization concepts make the market as the only world market, they force firms to reexamine the market, competitors, and customers within an international perspective. Firms that want to resolve this difficulty have achieved to develop various strategies and practices.

In this context, customer-oriented approach which is one of the most requirements of modern marketing perspective has been shown among significant strategies by firms. However, it has been seen that some firms perceive customer-oriented approach incompetently and only focus on external customers while ignoring internal customers. This circumstance which is evaluated as an important marketing myopia might originate substantial results especially in terms of service firms. Hence, firms that aim to achieve sustainability within today's intense competition environment ought to adopt market-oriented approach and develop internal customer-oriented policies. It's known that these two phenomena affect each other considerably and have an effect on business performance.

Market orientation concept had been mentioned in the literature by year of 1980 (Karamustafa, Güllü, Acar and Ulama, 2010: 65) was tried to express with concepts such as customer orientation, market-oriented culture, and marketing-orientation (Ayyıldız Ünlü, 2009: 1246). Nonetheless, Shapiro (1988) and many theoreticians indicated that the best label stated the concept was customer orientation (Kohli and Jaworski, 1990: 3). Within this scope, they made three proposals to support the concept. In the first proposal, it was stated that marketing-orientation was a limited concept because it had been perceived as an operation belonging to a specific department (Shapiro, 1988: 122-123). Secondly, it was stated that this label was less political and less emphasized marketing department. Lastly, the significance of market orientation approach was emphasized by stressing that the label tried to focus customers and forces which affecting them on the market further (Kohli and Jaworski, 1990: 3; Park and Zaltman, 1987: 7).

There are several studies related to the definition of the market orientation concept in the literature. Kohli and Jaworski (1990: 3) defines the market orientation as a construct which includes three pillars; 1) one or more departments to understand the current needs of customers, potential needs of them for the future, and factors affecting these needs, 2) share of this approach between departments, 3) several departments which are involved in activities to meet selected customer needs. On the other hand, Narver and Slater (1990: 21) defines the market orientation as more value creation for customers to increase business performance and continue its existence and as a culture based on developing behaviors effectively and efficiently in this direction. Sharipo who defined market orientation as an organizational decision-making process indicated that market-oriented firms ought to include three essential characteristics as the following (Shapiro, 1988: 120-122).

- Gathering information about all significant purchase activities and sharing this information among other units.
- Providing contributions of all units for important strategic decision-making.
- Decisions that are made with the participation of all units should implement coordinately.

When these definitions are examined, market orientation is based on information gathering related to current and potential customers, disseminating this information across departments, and giving the required response as the whole organization by analyzing the obtained information (Çakıcı and Eren, 2005: 160). Market-oriented firms are open systems that have interaction with their environment and this situation provides different benefits to them (Naktiyok, 2003: 98). For instance; providing a competitive advantage, adaptiveness to innovation, increasing service quality and profitability, producing qualified new products, sales development, making market segmentation, easing the selection of target market, providing coordination between employees and managers can be evaluated as some of these benefits (Erdem, Gül and Gül, 2013: 77; Liu, 1995: 57).

There are various studies devoted to determine the effect of market orientation on business performance in the literature. Studies were conducted within this framework is as following: market and quality orientation affects business performance positively (Hamşioğlu, 2011: 91); market orientation provides competitive advantage and affects organizational performance (Nikoomaram and Maatoofi, 2011: 639); market orientation affects business performance positively (Suliyanto and Rahab, 2012: 134); market orientation and innovation orientation have a positive effect on business performance (Erdem et al., 2013: 74). Moreover, Şahin and Aytekin (2019) have

determined that customer orientation as a sub-dimension of market orientation has a positive effect on financial and non-financial performance which are sub-dimensions of business performance. On the other hand, they have indicated that customer orientation has a significant and negative effect on innovation performance. On contrary, some studies show that there is not any significant relationship between market orientation and business performance (Karahan and Özçifçi, 2008: 491). However, the dominant findings support the significant relationship among these two variables in the literature.

Starting from this fact, focusing too much on market orientation and continuous performance increase of firms might cause fatigue of employees (internal customers) and ignore their expectations. These circumstances bring about some problems about several issues particularly such as market and customer orientation in terms of firms. Because employees (internal customers) have a direct effect on following policies, providing customer satisfaction, and enhancing business performance. Therefore, it's tried to encourage both market orientation behaviors and improve business performance with internal marketing practices.

The internal marketing concept was utilized first by Berry, Hensel and Burke (1976), then George (1977) and Murray (1979). Even if Sasser and Arbeit didn't utilize the internal marketing concept directly, their study supports the main idea of internal marketing. Internal marketing became a popular concept after it had been defined by Berry (1981) with regards to organizational goals as a point of view considers employees as "internal customers" and tasks as "internal products" which satisfy the needs of these internal needs and requests (Rafiq and Ahmed: 2000: 450).

Internal marketing states that all employees have customers (internal or external) (Grönroos, 1981) and these internal customers (employees) must be satisfied in the workplace to give effective service to the external or internal customers (Berry, 1980). In other words, internal marketing is considered as a prerequisite for the efficiency of marketing operations between the firm and its customers (Compton, George, Grönroos and Karvinen, 1987, Grönroos, 1990). Hence, it might be said that internal marketing is an approach not only concerned with employees who give service to external customers but also employees who give service to internal customers. This approach evaluates each employee who has direct or indirect interaction with other employees as a customer of each other and this network among employees is considered as a crucial factor that affects organizational efficiency.

Internal marketing has three main stages during its development from past to present (Ahmed and Rafiq, 2002: 14). In the first stage, researchers (Berry, 1981; Sasser and Arbeit, 1976; Berry and Parasuraman, 1991) who focused on "employee motivation and satisfaction" express that internal marketing could contribute to organizational performance through providing employee motivation and satisfaction. In the second stage, it was stated that only motivated employees couldn't be adequate for organizational success, they ought to be "customer-oriented" at the same time. In this context, activities that are done with a marketing-like approach such as developing employees who are sales-minded, customer conscious, and coordinated with their colleagues are evaluated as internal marketing practices (Grönroos, 1981; George, 1977). In the last stage, the idea was generated that internal marketing could be utilized as a tool for "strategy implementation and management of change" in addition to "employee motivation and satisfaction" and "customer orientation" (Winter, 1985). Moreover, it was indicated internal marketing could be implemented not only for service organizations but also for all kinds of organizations (Ahmed and Rafiq, 2002: 7).

After the stages of "employee motivation and satisfaction", "customer-orientation", and "strategy implementation and management of change", Rafiq and Ahmed (2000) remarked five elements of internal marketing as below:

- a) Employee motivation and satisfaction
- b) Customer orientation and customer satisfaction
- c) Coordination and integration among departments
- d) Marketing-like approach from top to bottom in the organizational hierarchy
- e) Implementation of corporate and functional strategies

They identified internal marketing as planned efforts which include five elements above. In this regard, Internal marketing is defined as planned efforts which utilized marketing-like approach aimed at employee motivation to implement and associate organizational strategies on customer-orientation (Ahmed and Rafiq, 2002: 11).

The main objective of this system where employees are considered as internal customers in is to evoke that management is responsive to its employees and care about their needs and requirements. The system moots that attainment of desired goods or services experiment in terms of external customers depends on employees satisfaction which are called as internal customers (Uygun, Güner and Mete, 2013: 131). This dependency is intensive in service organizations particularly. Because interaction between the employee and customer is acknowledged as the main determinant of service experience. Accordingly, service organizations ought to select suitable employees and have good interaction with these internal customers by comprehending their expectations, desires, goals, ideas, and concerns if the organizations would like to get maximum productivity from them (Kaya, 2006: 8-9). At the same time, it's crucial to enable some elements to employees such as maintaining internal marketing process consonant with human resources policies, encouraging intrapreneurship, rewarding innovative ideas, implementing planned promotion system fairly, improving technical and physical facilities (Uygun and Akin, 2017: 837).

There are various studies to determine the effect of internal marketing on business performance in the literature. Ayasi Çelik and Hacıoğlu (2017) have found that internal marketing has a positive effect on job satisfaction and remarks that internal marketing is an antecedent of successful external marketing. In addition to this, Çoban and Eren (2017) have indicated a positive relationship between market orientation and internal marketing. Kaurav Singh, Paul and Chowdhary (2015) have found out a relationship between internal marketing and job performance. Ergün (2013) has stated that a relationship between the elements of internal marketing and hospital performance. Findings of other studies as following: positive and significant relationship between. Zaman, Javaid, Arshad and Bibi (2012) have indicated internal marketing practices affect organizational commitment, market orientation, and job performance positively in the banking sector. Panigyrakis and Theodoridis (2009) have stated an effect of internal marketing on business performance in a positive way. Turkuz and Akyol (2008) have expressed internal marketing has a positive effect on each kind of business performance. Bouranta, Mavridoglou, Kyriazopoulos (2005) have indicated internal marketing has a positive and strong effect on market orientation. Lings (2000) has found internal marketing affects financial performance, holding employees, and being them disposed to obey operational rules and requirements despite of insignificant effect on business performance.

Banks as important service institutions have been improving rapidly in recent years. There are numerous public and private banks in this sector which involves intense competition. These banks develop policies based on success and profit intrinsically. They force their employees to be customer-oriented, have market-oriented mind, and increase business performance. Meanwhile, the banks also develop reward policies and various internal marketing practices to rise employees' motivation. Within this framework, this study has been carried out to evaluate whether internal marketing practices and market-oriented behaviors of banks affect business performance or not.

As understood from explanations, internal marketing aims not only employee satisfaction but also customer satisfaction and an important acquisition towards the market. However, it is seen that there is a minute amount of studies which evaluate both internal marketing and market orientation approaches at the same time. It is intended to fill this gap with this study.

The comparative advantage theory of competition (Hunt and Morgan, 1995) which is based on the resources and competencies of firms proposes the customer orientation as a comparative advantage resource. According to the theory, the customer orientation provides a basis for high-quality marketing practices and plays an important role for the effectiveness of the firms (Yağcı ve Çabuk, 2014: 272). In addition to this theory, resource-based view (Barney, 1991) postulates that human resources can be evaluated as a rare, valuable, non-substitutable, and imperfectly imitable resource which may provide competitive advantage for the firms. Therefore, internal marketing can be assessed as a strategy to use this resource more effectively. These theories constitute the theoretical background of the study. In this context, the hypotheses of the study have been developed.

2. MATERIALS AND METHOD

2.1. The Purpose of the Research

This study aims to examine the effect of internal marketing practices and market-oriented approach of banks on business performance. In addition, it is going to be investigated whether internal marketing practices affect market-oriented approach or not. Literature involves various studies which inquire the relationship between internal marketing and business performance and the relationship between market orientation and business performance.

However, any studies which include internal marketing, market orientation, and business performance at the same time couldn't be found. Therefore, it becomes more of an issue to determine the idea of employees working in banks within this scope.

2.2. Research Model and Hypotheses

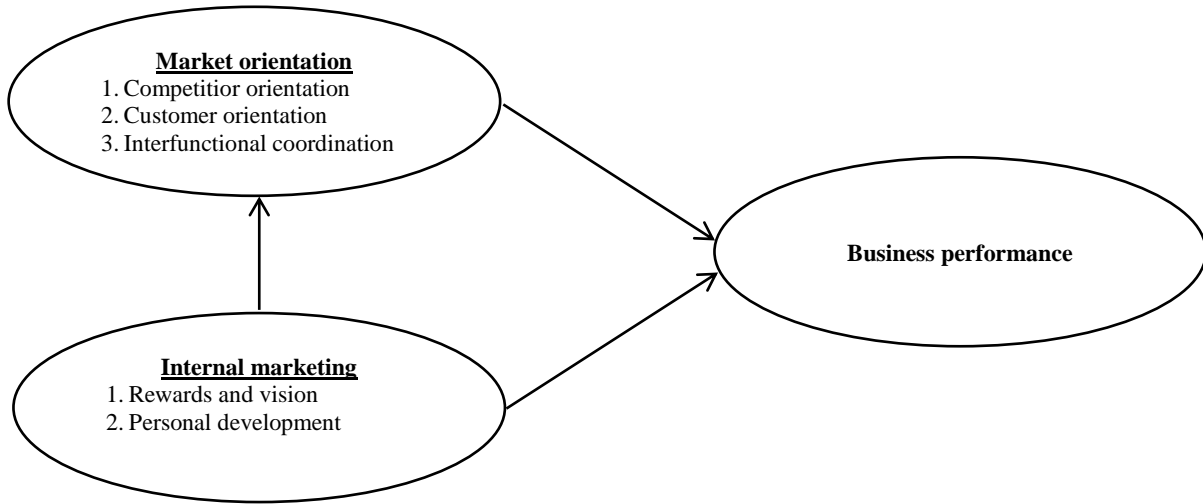


Figure 1. Research Model

As seen in the Figure 1 above, the research includes three variables as internal marketing, market orientation, and business performance. 11 hypotheses have been developed to test in terms of the model and variables. Developed hypotheses as below:

- H₁: Reward and vision have a positive effect on competitor orientation.
- H₂: Reward and vision have a positive effect on customer orientation.
- H₃: Reward and vision have a positive effect on interfunctional coordination.
- H₄: Personal development has a positive effect on competitor orientation.
- H₅: Personal development has a positive effect on customer orientation.
- H₆: Personal development has a positive effect on interfunctional coordination.
- H₇: Reward and vision have a positive effect on business performance.
- H₈: Personal development has a positive effect on business performance.
- H₉: Competitor orientation has a positive effect on business performance.
- H₁₀: Customer orientation has a positive effect on business performance.
- H₁₁: Interfunctional coordination has a positive effect on business performance.

2.3. Variables of the Research

As it can be seen in the research model, the variables of the study are “internal marketing”, “market orientation”, and “business performance”. The scale developed by Money and Foreman (1996) and adapted to Turkish by Kocaman, Durna and İnal (2013) was utilized to measure the internal marketing experience of participants which includes 15 items and two dimensions. The scale developed by Narver and Slater (1990), and adapted to Turkish by Bulut, Yılmaz and Alpkın (2009) was utilized to measure market-oriented approach of participants which includes 16 items and three dimensions. Lastly, the scale developed by Erdem et al. (2013) was utilized to measure business performance which includes 12 items.

2.4. The Scope of the Research, Data Collection Techniques and Procedures

For the study, “Ethics Committee Approval” no 77040475-000-E.2000256263 dated 18.10. 2020 is taken from the Ethics Committee of Atatürk University. Employees working in banks’ branches in central Erzurum and Oltu district constitute the scope of the study. Intensive usage of internal marketing and market-oriented approach in the banking sector is the main reason for the selection of banks in this study. In this context, 300 questionnaires were distributed to 300 bank employees with the convenience sampling method. 125 questionnaires were convenient to use for the analyses among questionnaires returned. The reasons for the low return rate in terms of questionnaires are the unwillingness of some banks to let their employees to participate this survey, pandemic period, and distance working method during the pandemic.

The questionnaire was utilized as the data collection tool in this research. The questionnaire has four parts. In the first part, there are questions about the demographic of participants and features of the banks. In the second part, the internal marketing scale with 15 items takes part. Market orientation scale with 16 items is in the third part while business performance scale with 12 items in fourth. Items of the scales were directed to participants with 5 Likert type questions from 1=Strongly disagree to 5=Strongly agree.

2.5. The Limitations of the Research

Time, cost, and access are evaluated as the most main limitations of the research. In addition, the selection of just one sector (banking) is another limitation. Lastly, an unwilling approach of some banks, pandemic period, and flexible working systems during this process are essential limitations of the research.

3. FINDINGS AND DISCUSSION

3.1 Demographic Findings

Findings about the demographics of participants are shown in Table1. In this study, male participants in terms of gender, 31-40 years old group in terms of age, bachelors in terms of education level, working for 6-10 years in terms of experience, Vakıfbank in terms of banks, operation in terms of department are dominant.

Table 1. Demographic Features of Participants

	F	%		F	%		
Gender	Female	43	34,4	Denizbank	5	4	
	Male	79	63,2	Garanti	3	2,4	
	Missing	3	2,4	Halkbank	24	19,2	
	Total	125	100	ING	4	3,2	
Age	21-30	40	32	Name of the Bank	İş Bankası	20	16
	31-40	67	53,6		Kuveyt Türk	6	4,8
	41-50	13	10,4		TEB	6	4,8
	51 ve üzeri	5	4		Vakıfbank	33	26,4
	Total	125	100		Ziraat Bankası	24	19,2
Education Level	High school	10	8	Total	125	100	
	Bachelor	103	82,4	Department	Branch manager	5	4,0
	Postgraduate	12	9,6		Director or assistant director	46	36,8
	Total	125	100		Operation	63	50,4
			Other		11	8,8	
Experience	Less than 1 year	5	4	Total	125	100	
	1-5 year(s)	35	28				
	6-10 years	45	36				
	11 years and more	40	32				
	Total	125	100				

3.2. Factor Analysis Findings

Exploratory factor analysis was run to measure the validity and reliability of the scales were used. Findings obtained after analysis are presented in the Table 2.

Table 2. Factor Analysis Findings

The Scale of Internal Marketing	Factor Loading
Reward and Vision; Variance Explained = 36,765; Cronbach's Alpha = 0,940	
Our performance measurement and reward systems encourage employees to work together	,886
We measure and reward employee performance that contributes most to our organization's vision	,841
In our organization, those employees who provide excellent service are rewarded for their efforts	,821
We place considerable emphasis in this organization on communicating with our employees	,758
In this organization, the employees are properly trained to perform their service roles	,703
We use the data we gather from employees to improve their jobs, and to develop the strategy of the organization	,646
Our organization offers employees a vision that they can believe in	,631
Personnel Development; Variance Explained = 35,745; Cronbach's Alpha = 0,909	
In our organization, we go beyond training and educate employees as well	,813
Skill and knowledge development of employees happens as an ongoing process in our organization	,791
We teach our employees "why they should do things" and not just "how they should do things"	,784
Our organization communicates to employees the importance of their service roles	,756
We prepare our employees to perform well	,737
Our organization views the development of knowledge and skills in employees as an investment rather than a cost	,643
KMO=0,903; Total variance explained 72,511	
The Scale of Market Orientation	Factor Loading
Interfunctional Coordination; Variance Explained = 28,620; Cronbach's Alpha=0,917	
Share resources with other business units	,828
Information shared among functions	,826
All functions contribute to customer value	,741
Functional integration in strategy	,731
Interfunctional customer calls	,687
Customer Orientation; Variance Explained = 21,616; Cronbach's Alpha=0,896	
Customer satisfaction objectives	,843
Customer commitment	,784
Create customer value	,778
Understand customer needs	,744
Competitor Orientation; Variance Explained = 21,351; Cronbach's Alpha=0,859	
Top managers discuss competitors' strategies	,810
Salespeople share competitor information	,803
Top managers discuss competitors' strengths	,786
Target opportunities for competitive advantage	,626
Respond rapidly to competitors' actions	,609
KMO=0,874; Total variance explained 71,588	

The Scale of Business Performance; Cronbach's Alpha=0,911

My bank is better than competitors in terms of product/service quality.	,847
My bank is better than competitors in terms of effectiveness.	,794
My bank is more successful than competitors in terms of new product development.	,788
My bank is better than competitors in terms of level of goal achievement.	,781
My bank is better than competitors in terms of providing customer satisfaction.	,746
My bank is better than competitors in terms of sales.	,728
My bank is better than competitors in terms of corporate image and reputation.	,727
My bank is better than competitors in terms of occupancy rate.	,711
My bank is better than competitors in terms of market share.	,706
My bank is better than competitors in terms of employees' job satisfaction.	,665
My bank is better than competitors in terms of supplier satisfaction.	,653
KMO=0,899; Total variance explained 55,128	

As a result of the factor analysis, two-dimensional structure of the scale of internal marketing arose. The items “We communicate our organization's vision well to employees” and “This organization has the flexibility to accommodate the differing needs of employees” were removed from the scale because of the overlapping. Dimensions obtained were entitled as “reward and vision” and “personnel”. Dimensions with a high level of reliability explain 72,511 percent of the total variance. Additionally, Kaiser-Meyer–Olkin (KMO) value which indicates whether the sample is adequate or not (0,903) and Bartlett’s Test value which indicates whether the data is appropriate for normal distribution or not (1378.651) are in acceptable level.

As a result of the factor analysis, three-dimensional structure of the scale of market orientation arose entitled as “customer orientation, “competitor orientation”, and “interfunctional coordination”. The item “Measure customer satisfaction” was removed from the scale because of the overlapping. Two dimensions which have similarity with the original scale substantially are reliable and explain 71,588 percent of the total variance. Additionally, Kaiser-Meyer–Olkin (KMO) value which indicates whether the sample is adequate or not (0,874) and Bartlett’s Test value which indicates whether the data is appropriate for normal distribution or not (1376.4) are in acceptable level.

As a result of the factor analysis, one-dimensional structure arose for the scale of business performance. The item “My bank is better than competitors in terms of profitability” was removed from the scale because of the overlapping. The scale is reliable and explains 55,128 percent of the total variance. Additionally, Kaiser-Meyer–Olkin (KMO) value which indicates whether the sample is adequate or not (0,899) and Bartlett’s Test value which indicates whether the data is appropriate for normal distribution or not (776.396) are in acceptable level.

3.3. Regression Analysis Findings

Linear regression and multiple regression analyses were performed to determine whether the hypotheses of the study are supported or not. In this context; firstly, multiple regression analysis was performed to determine the effect of internal marketing practices on the market orientation approach. Afterward, linear regression was performed to determine the effect of the internal marketing and market orientation approach on business performance. The finds obtained after analyses are shown in the Table 3 and Table 4.

Table 3. Regression Table Showing the Effect of Internal Marketing on Market Orientation

Independent Variable	Dependent Variable	Beta	T Value	P Value	R ² and Adj. R ² Values
Reward and Vision	Competitor Orientation	,178	2,135	,035	0,519 – 0,507
Reward and Vision	Customer Orientation	-,098	-1,006	,316	
Reward and Vision	Interfunctional Coordination	,796	7,801	,000	
Personnel Development	Competitor Orientation	,186	2,335	,021	0,563 – 0, 552
Personnel Development	Customer Orientation	,253	2,716	,008	
Personnel Development	Interfunctional Coordination	,420	5,031	,000	

In the multiple regression analysis model was developed to determine the effect of the dimensions of internal marketing on the dimensions of market orientation, significant and positive effect was determined among all dimensions in the %5 level of significance except “reward and vision – customer orientation”. There are high-level of significant effect among “reward and vision – interfunctional coordination” ($\beta=,796$); medium-level of significant effect among “personnel development – customer orientation” ($\beta=,253$), “personnel development – interfunctional coordination” ($\beta=,420$); low-level of significant effect among “reward and vision – competitor orientation” ($\beta=,178$), personnel development – competitor orientation” ($\beta=,186$).

Table 4. Regression Table Showing the Effect of Internal Marketing and Market Orientation on Business Performance

Independent Variable	Dependent Variable	Beta	T Value	P Value	R ² and Adj. R ² Values
Reward and Vision	Business Performamance	,525	6,808	,000	0,275 - 0,269
Personnel Development	Business Performamance	,610	8,493	,000	0,372 – 0,366
Competitor Orientation	Business Performamance	,419	5,095	,000	0,175 – 0,169
Customer Orientation	Business Performamance	,503	6,430	,000	0,253 – 0,247
Interfunctional Coordination	Business Performamance	,536	7,021	,000	0,288 – 0,282

In the linear regression analysis model was developed to determine the effect of internal marketing and market orientation, significant and positive effect was determined among all dimensions in the %5 level of significance. There are medium-level of significant effect among the dimensions of “competitor orientation – business performance” ($\beta=0,419$); low-level of significant effect among the dimensions of “reward and vision – business performance” ($\beta=0,525$), “personnel development - business performance” ($\beta=0,610$), “customer orientation - business performance” ($\beta=0,503$) ve “interfunctional coordination - business performance” ($\beta=0,536$).

When the analyses is evaluated, it is seen that internal marketing practices have significant effects on both market orientation and business performance. In a similar vein, market oriented approach has significant effect on business performance. In this context, hypotheses were developed within the scope of scales and sub-dimensions, all hypotheses were supported except H₂. Finding are presented on the Table 5.

Table 5. Hypotheses Results

	Hypotheses	Result
H ₁	Reward and vision - competitor orientation	Supported
H ₂	Reward and vision - customer orientation	Rejected
H ₃	Reward and vision - interfunctional coordination	Supported
H ₄	Personnel development - competitor orientation	Supported
H ₅	Personnel development - customer orientation	Supported
H ₆	Personnel development - interfunctional coordination	Supported
H ₇	Reward and vision - business performance	Supported
H ₈	Personel development - business performance	Supported
H ₉	Competitor orientation - business performance	Supported
H ₁₀	Customer orientation - business performance.	Supported
H ₁₁	Interfunctional coordination - business performance.	Supported

It can be indicated that the internal marketing and market-oriented approach have a positive effect on business performance due to the supported hypotheses. In addition, a significant and positive effect of internal marketing on market orientation has been found. There are some studies in the literature that supports these findings. In this context, researches of Ergün (2013), Bakan and Büyükbeşe (2014), Hamşioğlu (2018) can be given as an example of this studies. Additionally, it is stated that internal marketing has an effect on several business strategies. Within this framework, some evaluations are carried out such as internal marketing affects profitability positively (Çağlar, 2004: 20), provides competitive advantage, (Güleş and Bülbül, 2004: 76), enhances organizational commitment (Yüce and Kavak, 2017: 79), contributes development of intrapreneurship (Uygun and Akın, 2017: 845-847),

increase job satisfaction, and provides exhibition of customer and market-oriented approach of employees (İşler and Özdemir, 2010: 115; Yeniçeri, Kurt and Akgül, 2020; Uygun et al., 2013: 142).

Another result obtained from the study is that the market-oriented approach has a significant and positive effect on business performance. There are some studies that supported this in the literature as well (Çakıcı and Eren, 2005: 157; Şahin and Aytekin, 2019: 17; Bulut et al., 2009, 513; Slater and Narver, 1994: 46).

Within the scope of the finding obtained, banks as important and labor intensive institutions need to focus on internal marketing practices and develop policies that motivate employees, meet their expectations, and satisfy their requirements. Because effective and efficient use of human resources which is evaluated within the scope of internal marketing can both contribute to business performance and actualize several important business strategies.

4. CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

The banking sector has been rising its importance day by day all over the world. Nowadays, it is known that almost all monetary and commercial transactions are carried out via banks. It is observed that new banks have been popping up in the sector due to the importance of banks and increasing demand. Thus, competition has been growing up and banks implement various marketing strategies to take advantage against competitors in the fierce competition environment. Within this framework, internal marketing practices is one of most important strategy used. Firstly; the needs, expectations, and requirements of employees are met and then market-oriented activities are carried out with internal marketing strategies used more intensive by especially private banks. It is urged upon on this phenomenon in the study.

The main purpose of the study is to examine the effect of internal marketing practices and market-oriented approach of banks on business performance. Meanwhile, it is also investigated whether internal marketing practices affect market-oriented approach or not. There are various studies in the literature investigate the effects of internal marketing practices and customer-oriented approach on business performance separately. However, any studies couldn't find which examines the effect of these two concepts on each other and business performance. This circumstance constitutes the originality of the study.

According to the findings of the study, it has been determined that internal marketing practices and market-oriented approach of banks affects business performance positively. Besides, the effect of internal marketing on market-oriented approach of banks has been found as well. When dimensions are considered; it's seen that the reward and vision approach of banks contribute the employees to work as competitor-oriented and interfunctional coordinated but not customer oriented. In addition, it is found that policies of banks towards personnel development contribute to employees to work as competitor oriented, customer-oriented, and interfunctional coordinated. Moreover, all dimensions (reward and vision, personnel development, competitor orientation, customer orientation, interfunctional coordination) have a positive effect on business performance. According to results, it is thought that banks ought to attach importance to internal marketing activities and turn onto market-oriented strategies to take an advantage in the fierce competition environment. It is thought that these kinds of studies evaluated as subjective assessments make great contributions on indicators of banks such as profitability, sales, and market value financial performance of banks. Therefore, making both subjective and objective assessments at the same time. In this context, the findings of this study can be linked with previous studies (Slater and Narver, 1994; Çağlar, 2004; Güleş and Bülbül, 2004; Çakıcı and Eren, 2005; Bulut et al., 2009; Özdemir, 2010; Ergün ,2013; Uygun et al., 2013; Bakan and Büyükbeşe 2014; Yüce and Kavak, 2017; Uygun and Akın, 2017; Hamşoğlu, 2018; Şahin and Aytekin, 2019; Yeniçeri et al., 2020) which found parallel results with this study. Hence, it can be stated that this study's findings are supported by the literature.

Rejection of banks for questionnaires and adopting part-time or distance working methods limited the sample size. Evaluations made totally in the scope of subjective elements are also another limitation of the study. For this reason, it is proposed to evaluate both public and private banks in the scope of both objective and subjective assessment criteria with a greater sample size for future studies. Nonetheless, the mediator role of market orientation for the effect of internal marketing on business performance can be suggested to future studies to investigate. Moreover, it can be useful to implement these evaluations on universities, hospitals, municipalities, and retail businesses which operate in the service sector.

DECLARATION OF THE AUTHORS

Declaration of Contribution Rate: The authors have equal contributions.

Declaration of Support and Thanksgiving: Within the scope of the research, we would like to thank the employees of the bank branches operating in Erzurum Center and Oltu District, for their participation in the survey.

Declaration of Conflict: There is no potential conflict of interest in the study.

REFERENCES

- Ahmed, P. K. and Rafiq, M. (2002). *Internal marketing: Tools and concepts for customer-focused management*. Great Britain: Butterworth-Heinemann.
- Ayas, N., Çelik, M. and Hacıoğlu, G. (2017). İçsel pazarlamanın iş performansı üzerindeki etkisi: İş tatmini ve işten ayrılma niyetinin aracılık rolü, *Conference: VI. International Vocational Schools Symposium*.
- Ayyıldız Ünlü, N. A. (2009). Politik pazarlamada pazar yönlülük ve otantik liderliğin önemi. *Ege Akademik Bakış*, 9 (4), 1243-1273.
- Bakan, İ. and Büyükbeşe, T. (2004). Örgütsel iletişim ile iş tatmini unsurları arasındaki ilişkiler: Akademik örgütler için bir alan araştırması, *İ.İ.B.F Dergisi*, (7), 1-30.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120.
- Berry, L. L. (1980). Services marketing is different. *Business*, 30(3), 24-29.
- Berry, L. L. (1981). The employee as customer. *Journal of Retail Banking*, 3(1), 33-40.
- Berry, L. L., Hensel, J. S. and Burke, M. C. (1976). Improving retailer capability for effective consumerism response. *Journal of Retailing*, 52(3), 3-14.
- Berry, L.L. and Parasuraman A. (1991). *Marketing services: Competing through quality*. New York: The Free Press.
- Bouranta, A., Mavridoglou, G. and Kyriazopoulos, P. (2005). The impact of internal marketing to market orientation concept and their effect to bank performance. *Operational Research*, 5(2), 349-362.
- Bulut, Ç., Yılmaz, C. and Alpkan, L. (2009). Pazar oryantasyonu boyutlarının firma performansına etkileri. *Ege Akademik Bakış*, 9(2), 513-538.
- Coban, G. and Eren, D. (2017). Internal marketing and firm performance in hotel businesses: The role of market orientation, *European Journal of Business and Management*, 23(99), 53-66.
- Compton, F., George, W. R., Grönroos, C. and Karvinen, M. (1987). *The service challenge: Integrated for competitive advantage*, American Marketing Association, Chicago, IL, 7-12.
- Çağlar, Y. (2004). *Orman işletmeciliğinde verimlilik yönetimi eğitimi*, Ankara: MPM Yayınları.
- Çakıcı, A. C. and Eren, D. (2005). Otel işletmeciliğinde pazar yönlülük ve pazar yönlülük - performans ilişkisi üzerine bir araştırma ve sonuçları, *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(1), 157-178.
- Erdem, B., Gül, K. and Gül, M. (2013). Pazar yönlülük, inovasyon yönlülük ve firma performansı ilişkisi: Ankara'da faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 74-104.
- Ergün, Z. (2013). İçsel pazarlama uygulamalarının işletme performansı üzerine etkisi: kamu-özel hastane karşılaştırması, *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13(25), 223-247.
- George, W.R. (1977). The retailing of services - a challenging future, *Journal of Retailing*, 53(3), 85-98.
- Grönroos, C. (1981). Internal marketing – an integral part of marketing theory. *Marketing of Services*, 236-238.

- Grönroos, C. (1990). Relationship approach to marketing in service contexts: the marketing and organizational behavior interface. *Journal of Business Research*, 20(1), 3-11.
- Güleş, H. K. and Bülbül, H. (2004). *Yenilikçilik işletmeler için stratejik rekabet aracı*, Ankara: Nobel Yayınları.
- Hamşioğlu, A. B. (2011). Pazar yönlülük, kalite yönlülük ve işletme performans ilişkisi: İlaç sektöründe yapılan bir çalışma, *Ege Akademik Bakış*, 11(1), 91-101.
- Hunt, S. D. and Morgan, R. M. (1995). The comparative advantage theory of competition. *Journal of Marketing*, 59(2), 1-15.
- İşler D. B. and Özdemir, Ş. (2010). Hastane işletmelerinde içsel pazarlama yaklaşımının iş tatmini ve örgütsel bağlılık üzerine etkisi: Isparta ili örneği, *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 13(2), 115-142.
- Kale, S. H. (2006). Internal marketing: An antidote for macau's labor shortage. *UNLV Gaming Research and Review Journal*, 11(1), 1-11.
- Karahan, K. and Özçiftçi, V. (2008). Pazar yönlülük: Aksaray ili perakende hizmet işletmelerinde bir uygulama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20, 479-492.
- Karamustafa, K., Güllü, K., Acar, N. and Ulama, Ş. (2010). *Konaklama işletmelerinde pazar odaklılık uygulamaları*. Ankara: Detay Yayınları.
- Kaurav Singh, P. R., Paul, J. and Chowdhary, N. (2015). Effect of internal marketing on hotels: Empirical evidence for internal customers. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 16, 311-330.
- Kocaman, S., Durna, U. and İnal, M. E. (2013). Konaklama işletmelerinde içsel pazarlama uygulamalarının örgütsel bağlılığa etkisi, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 5(1), 21-29.
- Kohli A. K. and Jaworski B. J. (1990). Market orientation: The construct, research propositions and managerial implications, *Journal Of Marketing*, 54, 1-18.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2017). *Principles of marketing (17th Global Edition)*. United Kingdom: Pearson.
- Lings, L. N. (2000). The impact of internal market orientation on external market orientation and business performance: an empirical study of the u.k. retail market. *ANZMAC 2000 Visionary Marketing for the 21st Century: Facing the Challenge*, 697-702.
- Liu, H. (1995). Market orientation and firm size: An empirical examination in uk firms. *European Journal of Marketing*, 29 (1), 57-71.
- Money, A. and Foreman, S. (1996). The measurement of internal marketing: A confirmatory case study. *Journal of Marketing Management*, 11(8), 755-766.
- Murray, J. G. (1979), The importance of internal marketing, *Bankers Magazine*, July/ August, 38-40.
- Naktiyok, A. (2003). Yönetici değerleri ve pazar yönlülük bir uygulama. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (20): 95-116.
- Narver, J. C. and S. F. Slater, (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing*, 10, 20-35.
- Nikoomaram, H. and Maatooft, A. R. (2011). The effect of learning orientation on market orientation and performance in small-sized firms: Evidence from Iran. *European Journal of Social Sciences*, 18 (4): 632-642.
- Panigyrakis, G. G. and Theodoridis, P. K. (2008). Internal marketing impact on business performance in a retail context. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 37(7), 600-628.
- Park, C. W. and Zaltman, G. (1987). *Marketing management*. Chicago: Dryden Press.
- Rafiq, M. and Ahmed, P. K. (2000). Advances in the internal marketing concept: Definition, synthesis and extension. *Journal of Services Marketing*, 14(6), 449-462.
- Sasser, W.E. and Arbeit, S. F. (1976). Selling jobs in the service sector. *Business Horizons*, June, 61-65.

- Shapiro, B. P. (1988). What the hell is “market oriented”? *Harvard Business Review*, 66 (November-December), 119-125.
- Slater, S. F. and Narver, J. C. (1994). Does competitive environment moderate the market orientation-performance relationship?. *Journal of Marketing*, 58(1), 46-55.
- Suliyanto, S. and Rahab, R. (2012). The role of market orientation and learning orientation in improving innovativeness and performance of small and medium enterprises. *Asian Social Science*, 8(1): 134-145.
- Şahin, A. and Aytekin, M. (2019). Pazar odaklılığın işletme performansına etkisi: türkiye’de faaliyet gösteren katılım bankaları üzerinde bir araştırma, *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 22, 17-38.
- Türköz, I. and Akyol, A. (2008). Internal marketing and hotel performance. *An international Journal of Tourism and Hospitality Research*, 19(1), 149-177.
- Uygun, M. and Akın, P. D. (2017). İçsel pazarlama uygulamalarının hizmet çalışanlarının müşteri ve iç girişimcilik yönlü davranışlar geliştirmelerindeki rolü. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, ICMEB17 Özel Sayısı, 836-853.
- Uygun, M., Güner, E. and Mete, S. (2013). Hizmet işletmelerinde iç müşteri yaklaşımının çalışanların müşteri yönlü davranış geliştirmesindeki rolü. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(1), 129-149.
- Winter, J. P. (1985). Getting your house in order with internal marketing: A marketing prerequisite. *Health Marketing Quarterly*, 3(1), 69-77.
- Yeniçeri, T., Kurt, P. and Akgül, V. (2020). İçsel pazarlama uygulamalarının örgütsel bağlılığa etkisinde iş tatmininin aracı rolü: Bankacılık sektöründe bir araştırma, *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(1), 476-501.
- Yüce, A. and Kavak, O. (2017). İçsel pazarlama faaliyetlerinin örgütsel bağlılık ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi: Bir araştırma. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(3), 79-96.
- Zaman, K., Javaid, N., Arshad, A. and Bibi, S. (2012). Impact of internal marketing on market orientation and business performance, *International Journal of Business and Social Science*, 12(3), 76-87.

SİGARA, ALKOL VE KAHVE TÜKETİMİNDE TÜKETİCİ DAVRANIŞI*

CONSUMER BEHAVIOR IN CIGARETTE, ALCOHOL AND COFFEE CONSUMPTION

Dr. Öğr. Üyesi Şebnem ÖZDEMİR¹

Dr. Kasım Can IŞIK²

ÖZ

Bu çalışmanın amacı tüketicilerin sigara, alkol ve markalı kahve zincirlerinden kahve tüketiminin hem demografik parametrelere göre değişimini hem de tüketici davranışları kapsamında sıklıkla incelenen Hedonik Tüketim, Faydacı Tüketim, Plansız Satın Alma ve Gösterişçi Tüketim ile arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Anket tekniği ile elde edilen verilerin değerlendirilmesinde tanımlayıcı ve açıklayıcı istatistiksel tekniklerin yanı sıra, çarpıklık ve basıklık testi (Skewness ve Kurtosis), Spearman korelasyon testi, t testi, Anova (F) testi ve LSD çoklu karşılaştırma testleri SPSS 25 programı aracılığıyla kullanılmıştır. Faydacı tüketim ile yaş arasında pozitif yönlü, eğitim durumu arasında ise negatif yönlü; gösterişçi tüketimle kişisel gelir durumu ve aile gelir durumu arasında pozitif yönlü; sigara kullanım sıklığı ve yaş arasında pozitif yönlü, eğitim durumu arasında ise negatif yönlü bir korelasyon çıkmıştır. Markalı kahve zincirlerinden kahve kullanım sıklığıyla yaş arasında negatif yönlü, eğitim durumu ve toplam aile geliri arasında ise pozitif yönlü; alkol kullanım sıklığı ile kişisel gelir ve toplam aile geliri arasında pozitif yönlü bir korelasyon çıkmıştır. Kadınların hedonik tüketimleri erkeklerden fazla çıkmıştır. Sigara içme sıklığına göre hedonik tüketim, faydacı tüketim ve gösterişçi tüketimin değiştiği, markalı kahve zincirlerinden kahve içme sıklığına göre bütün tüketim faktörlerinin değişim gösterdiği saptanmıştır. Alkol içme sıklığına göre faydacı tüketimin de değişim gösterdiği tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Hedonik Tüketim, Faydacı Tüketim, Gösterişçi Tüketim, Plansız Satın Alma.

JEL Sınıflandırma Kodları: M31, P46, D91.


ABSTRACT

In the study, consumers' buying behaviours of cigarettes, alcohol and coffee products are analysed in terms of demography and within the framework of Hedonic Consumption, Utilitarian Consumption, Unplanned Purchasing and Conspicuous Consumption. In the evaluation of the data obtained, -as well as descriptive and explanatory statistical techniques- Skewness and Kurtosis test, Spearman correlation test, t test, Anova (F) test and LSD multiple comparison tests are used through SPSS 25 program. As a result of the analysis, a positive correlation is found between utilitarian consumption and age, and a negative correlation is found between educational status and age. There is a positive correlation between conspicuous consumption and personal/family income; a positive correlation between smoking frequency and age, and a negative correlation between education level and age. There is a negative correlation between the frequency of coffee use from branded coffee chains and age, and a positive correlation between education level and total family income, and age. There is a positive correlation between the frequency of alcohol use and personal income and total family income. It is also found that hedonic consumption of women is higher than that of men. It is determined that hedonic consumption, utilitarian consumption and conspicuous consumption change according to the smoking frequency; and all consumption factors change according to the frequency of coffee use from branded coffee chains. It is also found that utilitarian consumption changes according to the frequency of alcohol drinking.

Keywords: Hedonic Consumption, Utilitarian Consumption, Conspicuous Consumption, Unplanned Purchase.

JEL Classification Codes: M31, P46, D91.

* Bu çalışma için Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu Başkanlığı'ndan 60263016-050.06.04-E.482049 sayılı ve 05.10.2020 tarihli etik kurul onayı alınmıştır.

¹  Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, sebnemozdemir@gmail.com

²  T.C. Teknoloji ve Sanayi Bakanlığı, canm001@gmail.com

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

The main purpose of the study is to find the variation of coffee, cigarette, alcohol and branded coffee consumption with demographic parameters; and the relationship between Hedonic Consumption, Utilitarian Consumption, Unplanned Purchasing and Conspicuous Consumption, which are frequently examined within the scope of consumer behavior, in terms of these consumer products' consumption. Cigarettes, coffee and alcohol are products that are not essential for human life, and these three products have different characteristics in terms of economic value and market, and "whether these types of consumptions are related to consumer behavior (utilitarian, hedonic, pretentious, unplanned)" is an important research question.

Design/methodology/approach:

In the study, a questionnaire aiming to measure Hedonic Consumption, Utilitarian Consumption, Unplanned Purchasing and Conspicuous Consumption is used as data collection technique. The study is based on the scale which is used by Yaşar in 2017. In addition to the questions in the original study (Yaşar, 2017), 6 demographic questions and 3 questions about cigarette, coffee and alcohol consumption are added to the questionnaire. The sample size is determined to be 550, and 500 people who filled the questionnaire properly and answered all the questions makes up the final sample volume. The data obtained over the internet are analyzed via SPSS 25 statistics program. Apart from descriptive and explanatory statistical techniques, skewness and kurtosis test (Skewness and Kurtosis), Spearman correlation test, t test, Anova (F) test and LSD multiple comparison test are used to evaluate the data.

Findings:

Considering the factor averages, the factor with the highest average is "utilitarian consumption", while the factor with the lowest average is "conspicuous consumption". This shows that consumers consume more for compulsory and necessary situations and give up luxury consumption when necessary. There is a positive correlation between utilitarian consumption and age. A negative correlation was found between utilitarian consumption and education level, the frequency of coffee use from coffee chains and the frequency of alcohol use. According to these results, utilitarian consumption increases as the age increases, while utilitarian consumption decreases as the education level, the frequency of purchasing coffee from coffee chains and the frequency of alcohol use increase. This may be due to the fact that consumers tend to consume more when necessary as they age. Purchasing coffee from coffee chains and alcohol use may have shown an inverse relationship with utilitarian consumption, since they are not a compulsory needs. A positive correlation was found between conspicuous consumption and personal income, family income, and the frequency of coffee use from coffee chains. High coffee prices in coffee chains may be the reason for conspicuous consumption. There is a positive correlation between hedonic consumption and the frequency of purchasing coffee from coffee chains. A positive correlation has emerged between unplanned consumption and the frequency of coffee use from coffee chains. The easy accessibility of coffee chains, and the fact that coffee is a product that appeals to human senses with its smell and packaging can be a rational argument that explains this. There was a positive correlation between smoking frequency and age. There was a negative correlation between the frequency of smoking and education level. Smoking, which is harmful to health, is expected to decrease as the education level increases. The increase in the frequency of smoking as age increases may be related to explaining the harms of smoking to young people. Another reason for the increase in smoking as age increases may be the increase in purchasing power with age. There is a negative correlation between the frequency of purchasing coffee from coffee chains and age. A positive correlation was found between the frequency of coffee use from coffee chains and education level and total family income. According to these results, the frequency of purchasing coffee from coffee chains decreases as the age increases, while the frequency of purchasing coffee from coffee chains increases as the education level and total family income increase. The brand perception of coffee chains and the coffee diversity may appeal young people, and it may be the reason for the negative relationship between them. A positive correlation was found between the frequency of alcohol use and personal income and total family income. The high alcohol prices in the country may explain the positive relationship between personal income and total family income. In terms of hedonic consumption, gender was found to be quite effective, and hedonic consumption trends of women are higher than that of men. It was determined that there is a statistically significant difference between age and unplanned consumption, while other factors do not differ according to age. The unplanned purchasing of the upper age groups is higher than that of the lower age groups. The reason for this difference between age groups may be that as people age they tend to a more planned consumption. The conspicuous consumption of the upper personal income groups was higher than the lower personal income groups. Conspicuous consumption is sensitive to income levels, which is an expected result. As a matter of fact, Socioeconomic Status (SES) Groups are also shaped by this consumer behavior. It is determined that there is a statistically significant difference between hedonic consumption, utilitarian consumption and conspicuous consumption according to the frequency of smoking. A statistically significant difference was found between the frequency of purchasing coffee from coffee chains and all consumption factors. It is determined that there is a statistically significant difference between the frequency of alcohol drinking and utilitarian consumption, and the other factors did not differ with the frequency of alcohol consumption.

Conclusion and Discussion:

In the study, it is determined that there are significant relationships between cigarette, alcohol and branded coffee use and all consumption factors, and it is thought that considering these results in marketing communication practices and public policies is to create added value.

“İnsana, neye ihtiyacı olduğunu bilme yeteneği verilmemiştir.” (s.42)

- L.N. Tolstoy, *İnsan Ne ile Yaşar?*

1. GİRİŞ

Neoklasik ekonomi, ekonomik davranışı açıklarken “homo economicus - ekonomik insan” aktörünü kullanır. Ekonomik insan rasyoneldir, kendisine maksimum fayda sağlayacak ekonomik seçeneklerin farkındadır ve seçimlerini toplam faydasını maksimize edecek ürün ve hizmetler arasından yapar. Oysa günlük hayattaki gerçek insan bir homo economicus olmaktan çok uzaktır.

Günlük hayattaki ekonomik aktivitenin en önemli aktörlerinden biri -belki de bu aktörlerden en önemlisi- tüketicilerdir. Tüketiciyi anlamak, tüketicinin içinde bulunduğu ekonomik ve sosyal durumu bilmek, nasıl hissettiğini, nasıl davrandığını çözebilmek gün geçtikçe karmaşıklaşan ekonomik sistem içerisinde daha önemli hale gelmektedir. Bununla beraber tüketici davranışını anlamak oldukça zordur. Zira tüketici davranışını anlamaya çalışırken, tüketicinin kendisi dışında diğer pek çok faktörün de göz önüne alınması gerekmekte ve bu durum da “ceteris paribus – diğer bütün koşullar eşit kalmak kaydıyla” durumunu ortadan kaldırmakta ve bu anlama çabasını daha da zor hale getirmektedir.

Sosyoekonomik ve çevresel koşullar, hukuki düzenlemeler, makro dengeler ve benzeri tüm koşullar tüketici davranışını tam olarak anlayabilmeye imkân verse dahi (ki bu imkânsıza yakın bir ihtimaldir) tüketici olarak tabir ettiğimiz ekonomik aktör bir insandır³ ve insan davranışını anlamak başlı başına bir zorluktur. Ünlü reklamcı David Ogilvy, ünlü sözünde “Tüketiciler hissettikleri düşünmezler, düşündüklerini söylemezler ve söylediklerini yapmazlar” demekte ve bu söz tüketici davranışını anlamının zorluğunu çok iyi açıklamaktadır. Yani tüketici bir “kara kutu”dur, bu sebeptir ki “tüketici davranışları” ana başlığı altında öğretilen ilk terimlerden biri “tüketicinin kara kutusu” terimidir.

Bilimsel çalışmalarda mutlak doğruya ulaşmak meşakkatli ve zaman alıcı bir süreçtir, bu süreç özellikle de sosyal bilimlerde daha zor olabilir ve daha uzun sürebilir. Bu sebeple araştırmalara genellikle kabaca ve ana hatlar üzerinden, belli kabuller ve modeller dâhilinde başlanır ve araştırmalar giderek daha ince, daha hassas ve doğruya gitgide daha yakın hale gelir (örneğin başlangıçta “homo economicus” olarak kabul edilen insanın günümüzdeki irrasyonel davranış modellerinin “davranışsal iktisat” başlığında açıklanmaya çalışılması gibi). Tüketici davranışlarını açıklarken de belli varsayımlar ve modeller kullanılmış ve kullanılmaktadır. Bu çalışmada tüketici davranışları araştırmalarında önemli yeri olan Hedonik-Hazcı Tüketim (Hedonic Consumption), Faydacı Tüketim (Utilitarian Consumption), Plansız Satın Alma (Impulse Buying) ve Gösterişçi Tüketim (Conspicuous Consumption) kavramları ve bu kavramlar ışığında da tüketicilerin sigara, alkol ve kahve ürünleri satın alma davranışları incelenmiştir.

Bu çalışmada; sigara, alkol ve markalı kahve zincirlerinden kahve tüketiminin hem demografik parametrelere göre değişimi hem de tüketici davranışları kapsamında sıklıkla incelenen Hedonik Tüketim, Faydacı Tüketim, Plansız Satın Alma ve Gösterişçi Tüketim ile arasındaki ilişkiyi bulmak amaçlanmıştır. Sigara, kahve ve alkol insan yaşamı için elzem olmayan ürünlerdir ve bu üç ürünün de ekonomik değer ve pazar anlamında farklı özellikleri bulunmaktadır ve bu tüketimlerin hangi tüketici davranışlarıyla (faydacı, hedonik, gösterişçi, plansız) bu tercihler arasında ilişki olup olmadığı da önemli bir araştırma sorusudur.

Sigara ve alkol, uzun yıllar önce sağlığa zararlı olduğu kabul edilmiş ve satın alınması ve kullanılması belli koşullar dâhilinde düzenlenmiş bir tüketim ürünüdür. Kanun ve düzenlemelerin yanı sıra paternalist bir yaklaşımla devlet tarafından Alo 171 sigara bırakma hattı kurulmuş, özel hastanelerde ve devlet hastanelerinde sigara bırakma birimleri devreye alınmış ve sigara üzerindeki vergi oranı %86’ya, alkol üzerindeki vergi oranı ise %234’e⁴ çıkmıştır. Sigara ve alkoldeki bu yüksek vergi olarak “günah vergileri” olarak da nitelendirilmektedir. Bu vergiler, sigara ve alkolün yanı sıra şekerli içecekler, kumar vb. zararlı ürün ve hizmetler, yani sağlıksız olduğu düşünülen ürünlerin ve hizmetlerin tüketimini caydırmak için kullanılır (Bate, Kallen ve Mathur, 2020). Vergi sebebi ile yükselen fiyatlar, tüketim miktarını azaltmasına neden olabileceği gibi aynı tüketim miktarını devam ettirmek adına piyasa dışı/evde üretimin artmasına da neden olabilir (Koç ve Koç, 2020). Hatta aşırı artan vergi oranları,

³ Bu noktada şunu belirtmekte fayda vardır, B2B (Business to Business – İşletmeden İşletmeye) iş modellerinde bile asıl aktör insandır. Zira ticari aktivite yine insan için ve yine insan aracılığıyla gerçekleştirilmektedir.

⁴ Örnek vergi oranı rakı için alınmıştır.

tüketimi azaltacağına (ve vergi gelirlerini artıracığına), tüketicilerin kaçak ürünlere yönelmesine dahi sebep olabilir (Laffer Eğrisi). Özetle özellikle sigara ve alkol tüketimi söz konusu olduğunda tüketici davranışını etkileyen pek çok sebep olabilir. Sigara, alkol ve kahve türü ürünlerde tüketimi, sadece fizyolojik bağımlılık ya da fiyat değişimleri ile açıklamak yetersiz kalacaktır.

Türkiye, İngilizce’de kullanılan “Türk gibi sigara içmek” deyimini⁵ boşa çıkarmayacak derecede yüksek sigara tüketimine sahiptir. Türkiye’de kurumlar vergisi miktarı yaklaşık 70 milyar TL iken sadece 2018 yılında sigara ve tütün mamülleri üzerinden toplanan toplam vergi 42 milyar TL’dir (Bingöl, 2019). Bu da göstermektedir ki tüm çaba ve yüksek vergilere rağmen Türkiye’deki sigara ve alkol kullanımı arzu edilen derecede azaltılamamıştır. Tüm bu önlemlere rağmen sigara ve alkol tüketiminin bu kadar fazla kullanılması tüketici davranışı açısından incelenmeye değer olup; hangi tüketici davranışlarıyla (faydacı, hedonik, gösterişçi, plansız) bu tercihler arasında ilişki olup olmadığı da önemli bir araştırma sorusudur. Ocak 2019 itibarıyla Türkiye’de en çok bilinen kahve zincirlerinden biri olan Starbucks’ın 470 şubesi bulunmakta olup Türkiye Starbuck sayısı açısından İngiltere’nin ardından Avrupa’da en çok şubesi bulunan ikinci ülke konumuna gelmiştir (Çavuş, 2019). Bir çay ülkesi olan Türkiye’de kahve zincirlerinin bu kadar fazla kullanılması tüketici davranışı açısından incelenmeye değer olup; hangi tüketici davranışlarıyla (faydacı, hedonik, gösterişçi, plansız) bu tercih arasında ilişki olup olmadığı da önemli bir araştırma sorusudur.

Bu çalışmada, tüketicilerin sigara, alkol ve markalı kahve zincirlerinden kahve tüketiminin hem demografik parametrelere göre değişimi hem de tüketici davranışları kapsamında sıklıkla incelenen Hedonik Tüketim, Faydacı Tüketim, Plansız Satın Alma ve Gösterişçi Tüketim ile arasındaki ilişki tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla, Yaşar’ın 2017 tarihli çalışmasında kullanılan ölçekten faydalanılmış, bu ölçekteki sorulara ek olarak demografik değişkenleri belirlemek için 6 adet soru; sigara, kahve, alkol tüketimine ilişkin olarak da 3 soru ölçeğe eklenerek sigara, kahve ve alkol ürünleri özelinde tüketici davranışı incelenmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde tanımlayıcı ve açıklayıcı istatistiksel tekniklerin yanı sıra, çarpıklık ve basıklık testi (Skewness ve Kurtosis), Spearman korelasyon testi, t testi, Anova (F) testi ve LSD çoklu karşılaştırma testleri kullanılmıştır.

2. FAYDA KAVRAMI, BEKLENEN FAYDA TEORİSİ VE BEKLENTİ TEORİSİ

Genel anlamı ile fayda, bireyin ekonomik aktivite sonucu elde ettiği zevk, memnuniyet ya da acıdan arınma derecesini ifade eder. Örneğin, doyurucu bir yemek yemek, iyi bir saç kesimi hizmeti almak ya da ağrıyan dişini çektirerek ağrıdan arınmak kişiye fayda sağlar.

Fayda kavramına sadece mantıksal çerçeveden bakarak faydanın yalnızca kişinin refahını artıracak ürün ve hizmetler olarak algılanmaması gerekir. Örneğin –bu çalışmanın da konusu olduğu üzere- sigara ya da alkol kullanmak kişiye -mantıksal çerçevede- fayda sağlamayabilir, ancak bu eylemler kişi tarafından yine de tercih edilebilir ve kişinin mutluluğunu ve tatmin düzeyini artırabilir.

Fayda denilince akla ilk olarak Jeremy Bentham ve John Stuart Mill gelmektedir. Jeremy Bentham’ın ahlaki felsefesi üç iddiaya odaklanır:

1. *Deneyimin iyiliği veya kötülüğü, deneyimden kaynaklanan haz veya acıdır,*
2. *Bu haz veya acı (ilke olarak) ölçülebilirdir,*
3. *Bu şekilde elde edilen ölçülebilir miktarlar insanlar arasında eklenebilir⁶ (Read, 2007).*

Fayda kavramının nicel olarak ölçülmesi kolay değildir, zira fayda algısı insandan insana değiştiği için fayda sübjektif bir kavramdır. Bununla beraber fayda, sosyal bilimciler tarafından her zaman araştırılan ve sayısal hale getirilmeye çalışılan bir kavramdır. William Stanley Jevons bunu şu şekilde ifade etmektedir:

“İnsanların, insan kalbinin duygularını doğrudan ölçme araçlarına sahip olacaklarını söylemekten çekiniyorum. Bir haz veya acı birimini tasavvur etmek bile zordur; ama bizi sürekli olarak alıp satmaya, ödünç almaya ve ödünç vermeye, emek vermeye ve dinlenmeye, üretmeye ve tüketmeye sevk eden bu duyguların miktarıdır ve karşılaştırmalı miktarlarını tahmin etmemiz gereken duyguların nicel etkilerinden kaynaklanmaktadır. Yerçekimini kendi doğasında bir

⁵ “Smoking like a Turk” deyimini İngilizcede çok fazla sigara içen kişiler için kullanılan bir deyim olup, nadiren de olsa “smoking like a Greek”, “smoking like an Italian” olarak da kullanılmaktadır.

⁶ “Eklenebilir” kelimesi “hesaplanabilir, hesabı yapılabilir, toplama işlemi yapılabilir” anlamındadır.

duyguyu ölçebildiğimizden daha fazla bilemeyiz ve ölçemeyiz; ancak yerçekimini sarkaç hareketindeki etkileriyle ölçtüğümüz gibi, insan zihninin kararlarıyla duyguların eşitliğini veya eşitsizliğini tahmin edebiliriz. İrade bizim sarkacımızdır ve salınurları piyasaların fiyat listelerinde dakikalarca kayıtlıdır. Ne zaman mükemmel bir istatistik sistemine sahip olacağımızı bilmiyorum, ancak bu sistem, ekonomiyi kesin bir bilim haline getirmenin önündeki üstesinden gelinemez tek engeldir.” (1871, s. 29)

Günümüzde fayda kavramını ve faydacı tüketimi ölçebilmek, daha doğru bir tabirle, nispeten daha objektif ve nicel olarak ölçebilmek, ölçekler ve gelişmiş istatistikler vasıtası ile daha mümkün daha gelebilmiştir.

Fayda kavramı uzun yıllar boyunca açıklanmaya çalışılmıştır. Bu açıklama çalışmalarının en önemlilerinden biri “Beklenen Fayda Teorisi (Expected Utility Theory)”dir ve bu teori Bernoulli’ye atfedilir. Beklenen Fayda Teorisi karar vericinin beklenen fayda değerini, yani sonuçların fayda değerlerinin ilgili olasılıkları ile çarpılmasıyla elde edilen ağırlıklı toplamları karşılaştırarak riskli veya belirsiz olasılıklar arasında seçim yapmasını ifade eder (Mongin, 1997). Ancak bu model pek çok tartışmayı da beraberinde getirmektedir. En basit haliyle bile, gerek fayda değerleri gerekse riskler ölçülmesi zor kavramlardır. Bu ve diğer pek çok sebeplerle, teorinin özellikle iki versiyonu kabul görmüştür: Öznel Beklenen Fayda Teorisi ve von Neumann-Morgenstern Teorisi.

Fayda ile ilgili teorilerin en önemlilerinden bir diğeri ise 2002’de Nobel ödülü kazanan Daniel Kahneman ve Amos Tversky’nin “Beklenti Teorisi (Prospect Theory)”sidir. Beklenen Fayda Teorisi’nde aktörlerin nispeten rasyonel davrandığı, faydayı ve riski mümkün olduğu kadar doğru hesaplayabildiği varsayılmışken Kahneman ve Tversky yaptıkları deneysel çalışmalarla ekonomik aktörlerin aslında o kadar da rasyonel olmadıkları ve riskleri o kadar da iyi hesaplayamadıklarını ispatlamışlardır. Beklenen Fayda Teorisi’ne göre insanlar aynı miktardaki kayıpları aynı miktardaki kazançlardan miktarsal olarak daha fazla algılamaktadır. Örneğin yerde 100 lira para bulan insan 100 birim mutluluk hissederken 100 lirasını kaybeden aynı insan yaklaşık 200 birim acı hissetmektedir. Kahneman ve Tversky’nin “kayıptan kaçınma (loss aversion)” olarak açıkladıkları bu mevhum davranışsal iktisat açısından da önemli bir adım olmuş, Kahneman ve Tversky’e Nobel’in yolun açmıştır⁷.

3. HEDONİK TÜKETİM

Tüketici davranışlarının tamamen rasyonel sebeplerle şekillenmediği günümüzde tamamen kabul edilen bir gerçektir. Örneğin insanlar üşümek için kazak giyerler ve bir kişinin tek bir kazak (ya da mevcut kazağın kirlendiği düşünülürse iki kazak) sahibi olması üşümemesi için yeterlidir. Ancak çoğu insan birkaç kazaktan fazlasına sahiptir. Dolayısıyla kazağın sadece soğuktan korunmak amaçlı satın alındığı söylenemez. Benzer şekilde kravattaki rasyonel anlamda hiçbir faydası olmayan bir eşyadır. Zira iki yakanın bir araya gelmesi için kravattaki düğme kullanmak çok daha rasyoneldir. Dolayısıyla ürün ve hizmet satın alınırken tüketiciler sadece rasyonel fayda peşinde koşmamaktadır; aynı zamanda hedonik (hazcı) hareket etmektedirler.

Hedonizm, Yunanca “hedone” yani zevk kökünden türemiş bir kelimedir. Hedonizm, felsefe ve psikoloji başta olmak üzere pek çok disipline konu olmuş ve olmaktadır. Ancak tüketici davranışı açısından ve en basit hali ile açıklanması gerekirse, hedonik tüketim tüketicinin ürünlerle olan deneyiminin daha çok duyuşsal (multi-sensory), fantezi ve duygusal yönleriyle ilgili tüketici davranışı olarak belirtilebilir (Hirschman ve Holbrook, 1982). Hirschman ve Holbrook duyuşsal tanımının özellikle üzerinde durur ve hedonik tüketimde duyuşsallığın, yani ses, doku, tat ve görsellik gibi etmenlerin tüketici davranışını etkilediğini belirtir; örneğin parfüm koklayan bir kişi sadece koku almakla kalmaz aynı zamanda iç imgeler üretmek bir deneyim de yaşar.

İnsanoğlunun hayatını devam ettirebilmesi için elzem olan ürünler vardır: örneğin ekme, su, yağ vb. gıda ürünleri ya da enerji, ilaç, dış etkenlerden korunmak amacıyla bir barınak vb. gibi ürünler. Bu ürünler hemen herkesin ihtiyaç duyduğu ürünlerdir ve bu ürünlerin talebinin fiyat esnekliği sıfıra yakınsar. Hedonik tüketim söz konusu olduğu zaman, hedonik tüketime konu olan ürün ve hizmetlerde talebin fiyat esnekliği –genellikle ve belli bir noktaya kadar- artma eğilimindedir. Bazı ürünlerde ise hedonik tüketici için ürünün ya da hizmetin fiyatının bir önemi dahi kalmayabilir. Örneğin “Veblen Malları⁸” buna bir örnektir.

⁷ Amos Tversky 1996’da vefat ettiği için ödül sadece Kahneman’a verilmiştir.

⁸ Veblen Malları, fiyatı yükseldikçe talebi artan mallar olarak açıklanabilir.

Hedonik tüketici için asıl amaç temel bir ihtiyacı gidermek (örneğin karın doyurmak, sağlığına kavuşmak, ısınmak vb.) değildir. Hedonik tüketici ekonomik aktivitesini deneyim üzerine kurar. Yapmak zorunda olduğu ya da yapmayı arzu ettiği ekonomik aktiviteden tatmin, keyif ve heyecan duymayı, kısaca kendisine haz verecek bir ekonomik aktivite deneyimi yaşamak ister. Bu istek ekstra bir maliyet getirecekse de bu maliyete katlanmayı tercih edebilir. Örneğin yeni bir araba alırken, hedonik tüketici sadece ulaşım ya da güvenlik sorununu çözmek gibi fonksiyonel bir fayda elde etme isteğinde değildir, aynı zamanda saygınlık kazanmak, sürüş heyecanını hissetmek, belli bir sosyal grubun parçası olmak gibi ekstralara da sahip olmak ister.

4. PLANSIZ SATIN ALMA

Plansız satın alma, özellikle çevrimiçi (online) araçların günlük hayatta kullanımının artması ve ödeme sistemlerinin de çeşitlenmesi ve kolaylaşması sebebi ile gün geçtikçe önem kazanan bir araştırma konusudur. Plansız satın alma genellikle aniden gelen ve güçlü bir istek yaratan satın alma davranışlarını ifade eder ve pek çok faktör tarafından tetiklenebilir. Bu faktörlerin başında hedonik motivasyonlar, faydacı motivasyonlar, sosyalleşme ve/veya sosyal ortama uyum sağlama, fırsatı kaçırma korkusu gelmekle birlikte diğer pek çok duygusal ve duygusal faktör de plansız satın alma davranışını tetikleyebilir.

Bazı nörobilim araştırmaları, plansız satın alma davranışını tetikleyen önemli unsurlardan birinin dopamin hormonu olduğunu ortaya koymuştur (Dizik, 2016). Kişilere satın almayı istedikleri ürünlerin resimleri gösterildiğinde beyindeki dopamin aktivitesinin arttığı gözlemlenmiştir (Knutson, Rick, Wimmer, Prelec ve Loewenstein, 2007). Plansız satın alma tüketiciler açısından ani, duygusal, güçlü bir istek, ürün ve hizmet sağlayıcılar için ise oldukça kârlı bir ticaret fırsatıdır. Çoğu alışveriş merkezinin ve süpermarketin iç tasarımını tüketicileri plansız satın alma yapmaya itecek şekilde düzenledikleri bilinmektedir. Örneğin tüketicinin aradığı ürünü bulmak için reyonlar arasından dolaşmak zorunda bırakılması, bu amaçla ekmek, süt, yumurta gibi ürünlerin reyonların sonuna yerleştirilmesi, nispeten ucuz (ancak kar marjı yüksek çiklet, pil, şekerleme gibi) ürünlerin kasaya yakın yerleştirilmesi ve benzeri pek çok uygulama tüketicinin plansız satın alma ihtimali gözetilerek tasarlanmış uygulamalardır. Benzer şekilde özellikle televizyon satışlarında ve e-ticarette rastlanan “son 3 ürün” benzeri söylemler de aynı amaca hizmet etmektedir.

5. GÖSTERİŞÇİ TÜKETİM

Sosyolog ve ekonomist Thorstein Veblen, “Aylak Sınıfın Teorisi” isimli ünlü eserinde varlıklı kişilerin varlıklarını göstermek maksadı ile ilginç ürün ve hizmetler satın almaya eğilimli olduklarını ve bu satın alma davranışı ile sosyal statülerini göstermek amacını taşıdıklarını belirtir (Veblen, 2003)⁹. Veblen’e göre (özellikle) varlıklı tüketiciler varlıkları hakkında çevreye üstü kapalı olarak sinyal vermek ve “gösteriş yapmak” amacıyla bazı ürünlere ederinden çok daha fazlasını ödemeye istekli olduğunun altını çizer. Veblen’in bu düşünceleri iktisat alanyazınına “Veblen Etkisi” olarak geçmiş ve mikro iktisat çalışmalarında anormal arz-talep dengesini açıklamak için kullanılan teorilerden biri olmuştur.

Veblen Etkisi genellikle lüks segment ürünlerde görülmektedir. Bazı yüksek kaliteli ve pahalı ürünlerde (high-end goods) bu etki o kadar önemlidir ki bu ürünü üreten firmalar fiyatlarında indirim yapmak yerine ürünleri yok etmeyi tercih edebilir. Örneğin Londra merkezli moda devi Burberry’nin yıllık raporuna göre firma bir yıl içerisinde 24 milyarlık güzellik ve hazır giyim ürününü yakarak yok etmiştir (Amatulli, 2018).

Geleneksel iktisat kaynakların sınırlı ihtiyaçların ise sınırsız olduğunu kabul eder. Oysa sınırsız olanlar ihtiyaç değil, istek ve ihtiraslardır. Örneğin göz bozukluğu olan insanın ihtiyacı, görüşünü iyileştirecek bir gözlüktür; Chanel marka kemik çerçeveli bir gözlük ise ihtiyaç değil istektir. Özellikle endüstri devriminden sonra ürün çeşitlerinin giderek bollaşması, insanı (elbette burada kastedilen belli alım gücüne sahip insanlardır) sadece temel fizyolojik ve güvenlik gereksinimlerini gidermek zorunda olan bir canlı değil, sınırsız seçenek arasında seçim yapma durumunda olan hatta bundan zevk alan bir tüketici haline getirmiştir.

⁹ Veblen’in orijinal çalışması 1899 tarihli. Bu çalışmada kullanılan kaynak “Penn State Electronic Classics Series Publication”ın 2003 tarihli yayımıdır.

6. METODOLOJİ VE BULGULAR

Araştırmamızın evreni Türkiye’de yaşayan insanlardan oluşmaktadır. Örneklem yöntemi olarak kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır. Minimum örneklem sayısını belirlemek için ana kütledeki birim sayısının bulunduğu örnek büyüklüğü belirleme formülü kullanılmıştır. Buna göre:

$$n = \frac{N \cdot p' \cdot q' \cdot Z_{\alpha/2}^2}{(d^2 \cdot (N-1) + p' \cdot q' \cdot Z_{\alpha/2}^2)} \quad (1)$$

N: Ana kütle birim sayısı

n: Örneklem büyüklüğü

p': Olayın gözlenme olasılığı

q': Olayın gözlenmeme olasılığı

d: Örneklem hatası (Araştırmamızda 0,05 olarak alınmıştır)

$Z_{\alpha/2}$: Belirli anlamlılık düzeyinde z tablosunda bulunan teorik değer (Araştırmada güven aralığı $\alpha=0,05$ alınmıştır ve bu güven aralığı için tablo değeri 1,96’dır) (Karagöz, 2014: 152)

p' ve q' değerleri toplamı 1 olduğundan ve bu değerler birbirine yaklaştığında n değeri artacağından $p=0,5$ ve $q'=0,5$ olarak alınır. Buna göre;

$$n = (83.155.000 \times 0,5 \times 0,5 \times 1,96^2) / (0,05^2 \times (83.155.000-1) + 0,5 \times 0,5 \times 1,96^2) = 384$$

Bu değerden hareket ederek ve zaman ve maliyet kısıtlarını da dikkate alarak örneklem hacmi 550 olarak belirlenmiştir.

Araştırma için Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu Başkanlığı’nın 5 Ekim 2020 tarih 60263016-050.06.04-E.482049 sayılı etik kurul izni alınmıştır.

Çalışmada veri toplama tekniği olarak hedonik tüketim eğilimini, faydacı tüketim eğilimini, plansız satın alma davranışını ve gösterişçi tüketim eğilimini ölçmeyi amaçlayan anket kullanılmıştır. Çalışmada Yaşar’ın 2017 tarihli çalışmasında kullandığı ölçek baz alınmıştır. Orijinal çalışmadaki (Yaşar, 2017) sorulara ek olarak demografik değişkenleri belirlemek için 6 adet soru ve sigara, kahve, alkol tüketimine ilişkin 3 soru anket eklenmiştir. Anketler internet üzerinden doldurtulmuş olup toplamda 500 adet anket analize dâhil edilmiştir.

İnternet üzerinden elde edilen veriler SPSS 25 istatistik programı yardımıyla analiz edilmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde tanımlayıcı ve açıklayıcı istatistiksel tekniklerden başka, çarpıklık ve basıklık testi (Skewness ve Kurtosis), Spearman korelasyon testi, t testi, Anova (F) testi ve LSD çoklu karşılaştırma testi kullanılmıştır.

Çalışmada güvenilirlik düzeyini belirlemek için iç tutarlılık ölçütü olarak ele alınan ve Cronbach tarafından geliştirilen α katsayısı kullanılmıştır.

0 ile 1 arasında değerler alan α katsayısı 1’e yaklaştıkça ölçekte yer alan maddelerin birbiriyle daha tutarlı olduğu ve aynı özelliğin ölçüldüğü söylenebilir (Tezbaşaran, 1996: 46).

Ölçekteki 4 faktör ve ölçeğin tamamına ilişkin hesaplanan Cronbach α katsayıları sırasıyla 0.66, 0.88, 0.76, 0.73 ve 0.77’dir. Bu değerlere göre ölçeğin güvenilirlik düzeyinin yeterli ve yüksek olduğu söylenebilir (Tavşancıl, 2002:29).

Anket sorularının örneklem üzerindeki dağılımını ortaya koymak için gerçekleştirilen frekans analizi sonucunda ortaya çıkan bulgular Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

	Değişkenler	N	%		Değişkenler	N	%
Yaş	25 ve altı	105	21,0	Cinsiyet	Kadın	289	57,8
	26-35	210	42,0		Erkek	211	42,2
	36-45	115	23,0	Aile Geliri	3.000 TL ve altı	40	8,0
	46-55	39	7,8		3.001-6.000 TL arası	142	28,4
	56-65	18	3,6		6.001-9.000 TL arası	124	24,8
	66 ve üstü	13	2,6		9.001-12.000 TL arası	117	23,4
Eğitim Durumu	İlköğretim	17	3,4	12.001-15.000 TL arası	28	5,6	
	Lise	67	13,4	15.000 TL ve üzeri	49	9,8	
	Ön Lisans	60	12,0	Sigara Tüketimi	Hiç	303	60,6
	Lisans	259	51,8		Yılda birkaç kez	16	3,2
	Lisansüstü	97	19,4		Ayda birkaç kez	19	3,8
Bölge	Marmara	135	27,0		Haftada birkaç kez	22	4,4
	Ege	67	13,4	Her gün	140	28,0	
	Akdeniz	31	6,2	Kahve Tüketimi	Hiç	178	35,6
	İç Anadolu	139	27,8		Yılda birkaç kez	161	32,2
	Karadeniz	62	12,4		Ayda birkaç kez	114	22,8
	Doğu Anadolu	36	7,2		Haftada birkaç kez	39	7,8
	Güney D. Anadolu	30	6,0	Her gün	8	1,6	
Kişisel Gelir	2000 TL ve altı	96	19,2	Alkol Tüketimi	Hiç	259	51,8
	2001-4000 TL arası	124	24,8		Yılda birkaç kez	93	18,6
	4001-6000 TL arası	187	37,4		Ayda birkaç kez	96	19,2
	6001-8000 TL arası	35	7,0		Haftada birkaç kez	52	10,4
	8001 TL ve üstü	58	11,6		Her gün	0	0,0

Ankete ait demografik özellikler incelendiğinde katılımcıların %57,8'inin kadın %42,2'sinin erkek olduğu, yaş olarak en büyük payın %42,0 ile 26-35 yaş arası en küçük payın ise %2,6 ile 66 yaş üstü olduğu, eğitim durumu olarak en büyük payın %51,8 ile lisans mezunlarında en küçük payın ise %3,4 ile ilköğretim mezunlarında olduğu, bölge olarak en büyük payın %27,8 ile Marmara bölgesinde en küçük payın ise %6,0 ile Güney Doğu Anadolu bölgesinde olduğu, kişisel gelir olarak en büyük payın %37,4 ile 4001-6000 TL arasında en küçük payın ise %7,0 ile 6001-8000 TL arasında olduğu, aile gelir olarak en büyük payın %28,4 ile 3.001-6.000 TL arasında en küçük payın ise %5,6 ile 12.001-15.000 TL arasında olduğu görülmektedir. Ankette yer alan sigara, kahve ve alkol tüketim sıklıkları incelendiğinde; sigara tüketim sıklığında en büyük payın %60,6 ile hiç kullanmayanlarda olduğu en düşük payın ise %3,8 ile ayda birkaç kez kullananlarda olduğu, markalı kahve zincirlerinden kahve kullanım sıklığında en büyük payın %35,6 ile hiç kullanmayanlarda olduğu en düşük payın ise %1,6 ile her gün kullananlarda olduğu, alkol tüketim sıklığında en büyük payın %51,8 ile hiç kullanmayanlarda olduğu en düşük payın ise %0,0 ile her gün kullananlarda olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Faktör ve Maddelere İlişkin Bulgular

Faktörler / Maddeler	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Normallik Testi	
			Skewness	Kurtosis
Faydacı	3,84	0,67	-,568	,391
İhtiyacım olan şeyleri genellikle indirim ve kampanya dönemlerinde satın alırım.	3,65	1,22	-,587	-,558
Satın almayı düşündüğüm bir malın fiyatını önceden bilirim.	3,80	1,20	-,768	-,341
Alışveriş yaparken zaman ve para tasarrufu yapmak benim için önemlidir.	4,06	1,09	-1,108	,648
İhtiyacım olan şeylerin en düşük fiyatlısına ulaşmak benim için önemlidir.	3,78	1,22	-,641	-,649
Genellikle yalnızca ihtiyacım olan şeyler için para harcarım.	3,69	1,12	-,574	-,369
Satın almayı düşündüğüm şeylerin önceden bir planını yaparım.	3,87	1,12	-,838	,023
Alışverişe gittiğimde daha önceden hazırlamış olduğum listeye sadık kalırım	3,35	1,13	-,338	-,542
İhtiyacım olan malları fiyat-kalite dengesi en uygun olan yerden satın almak benim için önemlidir.	4,18	1,04	-1,267	1,018
Satın almayı düşündüğüm bir malın kalitesi hakkında bilgi sahibi olurum.	4,17	0,95	-1,103	,861
Gösterişçi	2,00	1,06	1,094	,410
Yüksek fiyatlı marka ürünleri satın almanın prestijimi arttırdığını düşünürüm.	2,28	1,32	,657	-,769
Pahalı kıyafetler giymek, ilgi odağı olmamda bana yardımcı olur.	1,98	1,19	1,080	,167
Bazen, zenginliğimi göstermek için pahalı eşyalar satın alırım.	1,65	1,08	1,736	1,832
Pahalı kıyafetler giydiğimde, insanları etkilediğimi düşünürüm.	2,09	1,28	,950	-,230
Hedonik	2,76	0,80	,387	-,373
Kendimi kötü hissettiğim zamanlarda bir şeyler satın almak, moralimi düzeltir.	2,73	1,47	,217	-1,329
Çok beğendiğim bir mal için fazladan para ödemek beni rahatsız etmez.	3,00	1,41	-,051	-1,280
Benim için alışveriş yapmak stres atmanın bir yoludur.	2,54	1,37	,409	-1,068
Çok beğendiğim bir şeyi satın almak istediğimde bütçemi aşmak problem olmaz.	2,59	1,35	,338	-1,121
Alışverişteyken gündelik sorunlarımı unuturum.	2,33	1,30	,651	-,697
Kendimi ödüllendirmek istediğimde genellikle bir şey satın alırım.	2,59	1,35	,379	-1,057
Satın aldığım malların moda uygun olması benim için önemlidir.	2,81	1,38	,110	-1,211
Alışverişe çıktığımda aradığım malı bulamadığım zaman kendimi kötü hissederim.	3,41	1,30	-,382	-,954
Diğerlerine göre yüksek fiyat da olsa markalı ürünler almayı tercih ederim.	2,84	1,34	,135	-1,100
Plansız	2,40	0,77	,527	-,041
Bazen satın alacağım şeyle ilgili biraz umursamaz olabilirim.	2,73	1,29	,125	-1,027
“Görürüm ve satın alırım cümlesi” beni tanımlar.	2,67	1,37	,305	-1,112
Bir şeyler satın almaya genellikle o an karar veririm.	2,61	1,23	,400	-,676
Alışverişe çıktığımda genellikle aklımda olmayan şeyler satın alırım.	2,41	1,26	,632	-,591
Ürünü o an satın alır, onunla ne yapacağımı sonra düşünürüm.	1,69	1,00	1,510	1,749
Bazen hiç aklımda olmayan bir ürünü gördüğümde heyecanlanır ve onu satın almak konusunda dayanılmaz bir istek duyarım.	2,67	1,39	,305	-1,164
Bazen hiç kullanmayacağım şeyleri satın alırım.	2,00	1,18	1,079	,221

Tablo 2 'de verilere ilişkin aritmetik ortalama, standart sapma ve normallik testi sonuçları verilmiştir. En yüksek ortalamaya sahip faktör “faydacı tüketim” olurken en düşük ortalamaya sahip faktör ise “gösterişçi tüketim” olmuştur.

Verilerin normal dağılıp dağılmadığının tespiti için Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk testleri uygulanmıştır ve bu testler bağlamında araştırma verilerinin normal dağılmadığı tespit edilmiştir. Tabachnick ve Fidell çalışmalarında sosyal bilimler alanında normallik varsayımı için çarpıklık ve basıklık (Skewness ve Kurtosis) değerlerinin de kullanılabilceğini ifade etmişlerdir (2013). George ve Mallery çalışmalarında verilerin normal dağılması için çarpıklık ve basıklık değerlerinin -2,0 ve +2,0 değerleri arasında olması gerektiğini belirtmişlerdir (2010). Bu bilgilere göre verilerin çarpıklık ve basıklık değerleri Tablo 2’de yer almakta olup araştırmada kullanılan verilerin normal dağıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Ölçekte yer alan faktörler ile demografik değişkenler arasındaki korelasyonlara ait bulgular ise Tablo 3’de yer almaktadır.

Tablo 3. Faktörler İle Demografik Değişkenler Arasındaki Korelasyonlara Ait Bulgular

		Yaş	Eğitim Durumu	Kişisel Gelir	Toplam Aile Geliri	Sigara Kullanım Sıklığı	Kahve Kullanım Sıklığı	Alkol Kullanım Sıklığı
Faydacı Tüketim	r	,109*	-,105*	,014	-,073	-,005	-,213**	-,089*
	p	,014	,019	,747	,101	,908	,000	,047
Gösterişçi Tüketim	r	,030	,086	155**	,140**	-,058	,157**	,069
	p	,505	,055	,001	,002	,196	,000	,122
Hedonik Tüketim	r	-,085	,038	,046	,080	-,066	,152**	,011
	p	,058	,395	,300	,072	,139	,001	,799
Plansız Tüketim	r	-,064	-,008	,032	,054	-,032	,161**	-,002
	p	,152	,851	,474	,228	,471	,000	,970

*: p<0,05, **: p<0,01.

Faydacı tüketim ile yaş arasında zayıf, pozitif yönlü ve anlamlı bir korelasyon çıkmıştır (r = 109, p=,014). Bu sonuca göre yaş arttıkça faydacı tüketim artmaktadır.

Faydacı tüketim ile eğitim durumu arasında zayıf, negatif yönlü ve anlamlı bir korelasyon çıkmıştır (r = -105, p=,019). Bu sonuca göre eğitim durumu arttıkça faydacı tüketim azalmaktadır.

Faydacı tüketim ile markalı kahve zincirlerinden kahve kullanım sıklığı arasında zayıf, negatif yönlü ve anlamlı bir korelasyon çıkmıştır (r = -213, p=,000). Bu sonuca göre markalı kahve zincirlerinden kahve kullanım sıklığı arttıkça faydacı tüketim azalmaktadır.

Faydacı tüketim ile alkol kullanım sıklığı arasında zayıf, negatif yönlü ve anlamlı bir korelasyon çıkmıştır (r = -089, p=,047). Bu sonuca göre alkol kullanım sıklığı arttıkça faydacı tüketimi azalmaktadır.

Gösterişçi tüketim ile kişisel gelir durumu arasında zayıf, pozitif yönlü ve anlamlı bir korelasyon çıkmıştır (r = 155, p=,001). Bu sonuca göre kişisel gelir durumu arttıkça gösterişçi tüketim artmaktadır.

Gösterişçi tüketim ile aile gelir durumu arasında zayıf, pozitif yönlü ve anlamlı bir korelasyon çıkmıştır (r = 140, p=,002). Bu sonuca göre aile gelir durumu arttıkça gösterişçi tüketim artmaktadır.

Gösterişçi tüketim ile markalı kahve zincirlerinden kahve kullanım sıklığı arasında zayıf, pozitif yönlü ve anlamlı bir korelasyon çıkmıştır (r = 157, p=,000). Bu sonuca göre markalı kahve zincirlerinden kahve kullanım sıklığı arttıkça gösterişçi tüketim artmaktadır.

Hedonik tüketim ile markalı kahve zincirlerinden kahve kullanım sıklığı arasında zayıf, pozitif yönlü ve anlamlı bir korelasyon çıkmıştır (r = 152, p=,001). Bu sonuca göre markalı kahve zincirlerinden kahve kullanım sıklığı arttıkça hedonik tüketim artmaktadır.

Plansız tüketim ile markalı kahve zincirlerinden kahve kullanım sıklığı arasında zayıf, pozitif yönlü ve anlamlı bir korelasyon çıkmıştır ($r = 161, p=,000$). Bu sonuca göre markalı kahve zincirlerinden kahve kullanım sıklığı arttıkça plansız tüketim artmaktadır.

Bazı demografik değişkenlerle sigara, kahve ve alkol kullanımı arasındaki korelasyonlara ait bulgular Tablo 4’de yer almaktadır.

Tablo 4. Demografik Değişkenlerle Sigara-Kahve-Alkol Kullanımı Arasındaki Korelasyonlara Ait Bulgular

		Yaş	Eğitim Durumu	Kişisel Gelir	Toplam Aile Geliri
Sigara Kullanım Sıklığı	r	,108*	-,184**	-,065	-,051
	p	,016	,000	,145	,258
Kahve Kullanım Sıklığı	r	-,393**	,121**	-,025	,122**
	p	,000	,007	,578	,006
Alkol Kullanım Sıklığı	r	-,023	,017	,136**	,112*
	p	,607	,711	,002	,012

*: $p<0,05$, **: $p<0,01$.

Sigara kullanım sıklığı ile yaş arasında zayıf, pozitif yönlü ve anlamlı bir korelasyon çıkmıştır ($r = 108, p=,016$). Bu sonuca göre yaş arttıkça sigara kullanım sıklığı artmaktadır.

Sigara kullanım sıklığı ile eğitim durumu arasında zayıf, negatif yönlü ve anlamlı bir korelasyon çıkmıştır ($r = -184, p=,000$). Bu sonuca göre eğitim durumu arttıkça sigara kullanım sıklığı azalmaktadır.

Markalı kahve zincirlerinden kahve kullanım sıklığı ile yaş arasında zayıf, negatif yönlü ve anlamlı bir korelasyon çıkmıştır ($r = -393, p=,000$). Bu sonuca göre yaş arttıkça markalı kahve zincirlerinden kahve kullanım sıklığı azalmaktadır.

Markalı kahve zincirlerinden kahve kullanım sıklığı ile eğitim durumu arasında zayıf, pozitif yönlü ve anlamlı bir korelasyon çıkmıştır ($r = 121, p=,007$). Bu sonuca göre eğitim durumu arttıkça markalı kahve zincirlerinden kahve kullanım sıklığı artmaktadır.

Markalı kahve zincirlerinden kahve kullanım sıklığı ile toplam aile geliri arasında zayıf, pozitif yönlü ve anlamlı bir korelasyon çıkmıştır ($r = 122, p=,006$). Bu sonuca göre toplam aile geliri arttıkça markalı kahve zincirlerinden kahve kullanım sıklığı artmaktadır.

Alkol kullanım sıklığı ile kişisel gelir arasında zayıf, pozitif yönlü ve anlamlı bir korelasyon çıkmıştır ($r = 136, p=,002$). Bu sonuca göre kişisel gelir arttıkça alkol kullanım sıklığı artmaktadır.

Alkol kullanım sıklığı ile toplam aile geliri arasında zayıf, pozitif yönlü ve anlamlı bir korelasyon çıkmıştır ($r = 112, p=,012$). Bu sonuca göre toplam aile geliri arttıkça alkol kullanım sıklığı artmaktadır.

Ölçekte yer alan faktörlerin cinsiyete göre değişip değişmediğini tespit etmek amacıyla kurulan hipotezler ve bu hipotezlere ilişkin t testi sonuçları Tablo 5’de yer almaktadır. Bu sonuçlara göre cinsiyete göre hedonik tüketim arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. İstatistiksel olarak kadınların hedonik tüketimleri erkeklerden fazla çıkmıştır.

Tablo 5. Faktörlerin Cinsiyete Göre Değişimi Hipotezlerine İlişkin t Testi Sonuçları

	Ortalama		Ho Hipotezi	p	Ho Hipotezi Kabul/Red Durumu
	Kadın	Erkek			
Faydacı Tüketim	3,82	3,86	Faydacı tüketim cinsiyete göre farklılık göstermez	,591	Kabul
Gösterişçi Tüketim	1,94	2,08	Gösterişçi tüketim cinsiyete göre farklılık göstermez	,130	Kabul
Hedonik Tüketim	2,89	2,58	Hedonik tüketim cinsiyete göre farklılık göstermez	,000**	Red
Plansız Tüketim	2,43	2,35	Plansız tüketim cinsiyete göre farklılık göstermez	,279	Kabul

*: $p<0,05$, **: $p<0,01$.

Ölçekte yer alan faktörlerin bölgelere göre değişip değişmediğini tespit etmek amacıyla kurulan hipotezler ve bu hipotezlere ilişkin F testi sonuçları Tablo 6'da yer almaktadır. Bu sonuçlara göre hiçbir tüketim faktörü bölgelere göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Tablo 6. Faktörlerin Bölgelere Göre Değişimi Hipotezlerine İlişkin F Testi Sonuçları

	Ho Hipotezi	F	p	Ho Hipotezi Kabul/Red Durumu
Faydacı Tüketim	Faydacı tüketim bölgelere göre farklılık göstermez	1,804	,096	Kabul
Gösterişçi Tüketim	Gösterişçi tüketim bölgelere göre farklılık göstermez	,819	,555	Kabul
Hedonik Tüketim	Hedonik tüketim bölgelere göre farklılık göstermez	,608	,724	Kabul
Plansız Tüketim	Plansız tüketim bölgelere göre farklılık göstermez	,703	,648	Kabul

*: p<0,05, **: p<0,01.

Ölçekte yer alan faktörlerin yaşa göre değişip değişmediğini tespit etmek amacıyla kurulan hipotezler ve bu hipotezlere ilişkin F testi sonuçları Tablo 7'de yer almaktadır. Bu sonuçlara göre sadece plansız tüketimin yaşa göre farklılık gösterdiği, diğer faktörlerin ise yaşa göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Plansız tüketimin hangi yaş grupları arasında farklılık gösterdiğine ilişkin LSD çoklu karşılaştırma testi sonuçları ise Tablo 8'de yer almaktadır.

Tablo 7. Faktörlerin Yaşa Göre Değişimi Hipotezlerine İlişkin F Testi Sonuçları

	Ho Hipotezi	F	p	Ho Hipotezi Kabul/Red Durumu
Faydacı Tüketim	Faydacı tüketim yaşa göre farklılık göstermez	1,942	,086	Kabul
Gösterişçi Tüketim	Gösterişçi tüketim yaşa göre farklılık göstermez	0,977	,431	Kabul
Hedonik Tüketim	Hedonik tüketim yaşa göre farklılık göstermez	1,383	,229	Kabul
Plansız Tüketim	Plansız tüketim yaşa göre farklılık göstermez	2,856	,015*	Red

*: p<0,05, **: p<0,01.

Tablo 8. Plansız Tüketim ile Yaş Arasındaki LSD Çoklu Karşılaştırma Testi Sonuçları

	25 ve altı	26-35	36-45	46-55	56-65	66 ve üstü
Plansız Tüketim	2,51 ± 0,75 ^b	2,40 ± 0,79 ^{ab}	2,27 ± 0,73 ^a	2,19 ± 0,83 ^a	2,70 ± 0,76 ^b	2,78 ± 0,84 ^b

a,b: Herbir faktör özelliği içinde aynı harfi taşıyan ortalamalar istatistiksel olarak önemli düzeyde farklı değildir (P>0,05). Değerler (Ort±SS) şeklinde verilmiştir.

Ölçekte yer alan faktörlerin eğitim seviyesine göre değişip değişmediğini tespit etmek amacıyla kurulan hipotezler ve bu hipotezlere ilişkin F testi sonuçları Tablo 9'da yer almaktadır. Bu sonuçlara göre hiçbir tüketim faktörü eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Tablo 9. Faktörlerin Eğitim Seviyesine Göre Değişimi Hipotezlerine İlişkin F Testi Sonuçları

	Ho Hipotezi	F	p	Ho Hipotezi Kabul/Red Durumu
Faydacı Tüketim	Faydacı tüketim eğitim seviyesine göre farklılık göstermez	2,160	,072	Kabul
Gösterişçi Tüketim	Gösterişçi tüketim eğitim seviyesine göre farklılık göstermez	1,420	,226	Kabul
Hedonik Tüketim	Hedonik tüketim eğitim seviyesine göre farklılık göstermez	1,391	,236	Kabul
Plansız Tüketim	Plansız tüketim eğitim seviyesine göre farklılık göstermez	0,058	,994	Kabul

*: p<0,05, **: p<0,01.

Ölçekte yer alan faktörlerin kişisel gelir seviyesine göre değişip değişmediğini tespit etmek amacıyla kurulan hipotezler ve bu hipotezlere ilişkin F testi sonuçları Tablo 10'da yer almaktadır. Bu sonuçlara göre sadece gösterişçi tüketimin kişisel gelir seviyesine göre farklılık gösterdiği, diğer faktörlerin ise kişisel gelir seviyesine

göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Gösterişçi tüketimin hangi kişisel gelir seviyelerine göre farklılık gösterdiğine ilişkin LSD çoklu karşılaştırma testi sonuçları ise Tablo 11’de yer almaktadır.

Tablo 10. Faktörlerin Kişisel Gelire Göre Değişimi Hipotezlerine İlişkin F Testi Sonuçları

	Ho Hipotezi	F	p	Ho Hipotezi Kabul/Red Durumu
Faydacı Tüketim	Faydacı tüketim kişisel gelir seviyesine göre farklılık göstermez	0,942	,439	Kabul
Gösterişçi Tüketim	Gösterişçi tüketim kişisel gelir seviyesine göre farklılık göstermez	3,203	,013*	Red
Hedonik Tüketim	Hedonik tüketim kişisel gelir seviyesine göre farklılık göstermez	0,860	,488	Kabul
Plansız Tüketim	Plansız tüketim kişisel gelir seviyesine göre farklılık göstermez	0,952	,434	Kabul

*: p<0,05, **: p<0,01.

Tablo 11. Gösterişçi Tüketim İle Kişisel Gelir Arasındaki LSD Çoklu Karşılaştırma Testi Sonuçları

	2000 TL ve altı	2001-4000 TL arası	4001-6000 TL arası	6001-8000 TL arası	8001 TL ve üstü
Gösterişçi Tüketim	1,83 ± 0,89 ^a	1,82 ± 1,04 ^a	2,10 ± 1,07 ^b	2,12 ± 0,91 ^{ab}	2,28 ± 1,19 ^b

a,b: Herbir faktör özelliği içinde aynı harfi taşıyan ortalamalar istatistiksel olarak önemli düzeyde farklı değildir (P>0.05). Değerler (Ort±SS) şeklinde verilmiştir.

Ölçekte yer alan faktörlerin aile gelir seviyesine göre değişip değişmediğini tespit etmek amacıyla kurulan hipotezler ve bu hipotezlere ilişkin F testi sonuçları Tablo 12’de yer almaktadır. Bu sonuçlara göre hiçbir tüketim faktörü aile gelir seviyesine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Tablo 12. Faktörlerin Aile Gelir Seviyesine Göre Değişimi Hipotezlerine İlişkin F Testi Sonuçları

	Ho Hipotezi	F	p	Ho Hipotezi Kabul/Red Durumu
Faydacı Tüketim	Faydacı tüketim aile gelir seviyesine göre farklılık göstermez	1,435	,210	Kabul
Gösterişçi Tüketim	Gösterişçi tüketim aile gelir seviyesine göre farklılık göstermez	1,978	,080	Kabul
Hedonik Tüketim	Hedonik tüketim aile gelir seviyesine göre farklılık göstermez	0,852	,513	Kabul
Plansız Tüketim	Plansız tüketim aile gelir seviyesine göre farklılık göstermez	0,534	,751	Kabul

*: p<0,05, **: p<0,01.

Ölçekte yer alan faktörlerin sigara içme sıklığına göre değişip değişmediğini tespit etmek amacıyla kurulan hipotezler ve bu hipotezlere ilişkin F testi sonuçları Tablo 13’de yer almaktadır. Bu sonuçlara göre sadece plansız tüketimin sigara içme sıklığına göre farklılık göstermediği, diğer faktörlerin ise sigara içme sıklığına göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Faydacı tüketimin, gösterişçi tüketimin ve hedonik tüketimin hangi sigara içme sıklığı durumlarına göre farklılık gösterdiğine ilişkin LSD çoklu karşılaştırma testi sonuçları ise Tablo 14’de yer almaktadır.

Tablo 13. Faktörlerin Sigara İçme Sıklığına Göre Değişimi Hipotezlerine İlişkin F Testi Sonuçları

	Ho Hipotezi	F	p	Ho Hipotezi Kabul/Red Durumu
Faydacı Tüketim	Faydacı tüketim sigara içme durumuna göre farklılık göstermez	4,991	,001**	Red
Gösterişçi Tüketim	Gösterişçi tüketim sigara içme durumuna göre farklılık göstermez	3,051	,017*	Red
Hedonik Tüketim	Hedonik tüketim sigara içme durumuna göre farklılık göstermez	3,175	,014*	Red
Plansız Tüketim	Plansız tüketim sigara içme durumuna göre farklılık göstermez	1,103	,354	Kabul

*: p<0,05, **: p<0,01.

Tablo 14. Faydacı/Gösterişçi/Hedonik Tüketim İle Sigara İçme Sıklığı Arasındaki LSD Çoklu Karşılaştırma Testi Sonuçları

	Hiç	Yılda Birkaç Kez	Ayda Birkaç Kez	Haftada Birkaç Kez	Hergün
Faydacı Tüketim	3,86 ± 0,64 ^a	3,53 ± 0,71 ^b	3,45 ± 0,54 ^b	3,48 ± 0,59 ^b	3,92 ± 0,67 ^a
Gösterişçi Tüketim	2,03 ± 1,07 ^a	2,39 ± 1,26 ^a	2,50 ± 1,35 ^a	2,14 ± 1,03 ^{ab}	1,81 ± 0,89 ^b
Hedonik Tüketim	2,80 ± 0,85 ^a	3,20 ± 0,62 ^b	2,95 ± 0,85 ^{abc}	2,72 ± 0,66 ^{abc}	2,60 ± 0,68 ^c

a,b,c: Herbir faktör özelliği içinde aynı harfi taşıyan ortalamalar istatistiksel olarak önemli düzeyde farklı değildir (P>0.05). Değerler (Ort±SS) şeklinde verilmiştir.

Ölçekte yer alan faktörlerin markalı kahve zincirlerinden kahve kullanım sıklığı göre değişip değişmediğini tespit etmek amacıyla kurulan hipotezler ve bu hipotezlere ilişkin F testi sonuçları Tablo 15’de yer almaktadır. Bu sonuçlara göre tüm tüketim faktörlerinin; markalı kahve zincirlerinden kahve kullanım sıklığı göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Bu tüketimin hangi markalı kahve zincirlerinden kahve kullanım sıklığı durumlarına göre farklılık gösterdiğine ilişkin LSD çoklu karşılaştırma testi sonuçları ise Tablo 16’da yer almaktadır.

Tablo 15. Faktörlerin Markalı Kahve Zincirlerinden Kahve Kullanım Sıklığına Göre Değişimi Hipotezlerine İlişkin F Testi Sonuçları

	Ho Hipotezi	F	p	Ho Hipotezi Kabul/Red Durumu
Faydacı Tüketim	Faydacı tüketim kahve içme durumuna göre farklılık göstermez	6,185	,000**	Red
Gösterişçi Tüketim	Gösterişçi tüketim kahve içme durumuna göre farklılık göstermez	3,426	,009**	Red
Hedonik Tüketim	Hedonik tüketim kahve içme durumuna göre farklılık göstermez	3,681	,006**	Red
Plansız Tüketim	Plansız tüketim kahve içme durumuna göre farklılık göstermez	5,361	,000**	Red

*: p<0,05, **: p<0,01.

Tablo 16. Faktörlerin Markalı Kahve Zincirlerinden Kahve Kullanım Sıklığı Arasındaki LSD Çoklu Karşılaştırma Testi Sonuçları

	Hiç	Yılda Birkaç Kez	Ayda Birkaç Kez	Haftada Birkaç Kez	Hergün
Faydacı Tüketim	3,99 ± 0,65 ^a	3,84 ± 0,61 ^b	3,71 ± 0,64 ^{bc}	3,59 ± 0,63 ^c	3,84 ± 0,66 ^c
Gösterişçi Tüketim	1,83 ± 0,95 ^a	1,97 ± 1,03 ^a	2,16 ± 1,05 ^a	2,34 ± 1,27 ^{ab}	2,47 ± 1,54 ^b
Hedonik Tüketim	2,65 ± 0,83 ^{ab}	2,73 ± 0,80 ^{abc}	2,88 ± 0,71 ^{bc}	2,91 ± 0,78 ^{abce}	3,49 ± 0,68 ^e
Plansız Tüketim	2,29 ± 0,75 ^{ab}	2,33 ± 0,77 ^{abc}	2,50 ± 0,68 ^{bcd}	2,73 ± 0,94 ^{cde}	3,13 ± 0,92 ^{de}

a,b,c,d,e: Herbir faktör özelliği içinde aynı harfi taşıyan ortalamalar istatistiksel olarak önemli düzeyde farklı değildir (P>0.05). Değerler (Ort±SS) şeklinde verilmiştir.

Ölçekte yer alan faktörlerin alkol içme sıklığına göre değişip değişmediğini tespit etmek amacıyla kurulan hipotezler ve bu hipotezlere ilişkin F testi sonuçları Tablo 17’de yer almaktadır. Bu sonuçlara göre sadece faydacı tüketimin sigara içme sıklığına göre farklılık gösterdiği, diğer faktörlerin ise alkol içme sıklığına göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Faydacı tüketimin hangi alkol içme sıklığı durumlarına göre farklılık gösterdiğine ilişkin LSD çoklu karşılaştırma testi sonuçları ise Tablo 18’de yer almaktadır.

Tablo 17. Faktörlerin Alkol İçme Sıklığına Göre Değişimi Hipotezlerine İlişkin F Testi Sonuçları

	Ho Hipotezi	F	p	Ho Hipotezi Kabul/Red Durumu
Faydacı Tüketim	Faydacı tüketim sigara içme durumuna göre farklılık göstermez	2,882	,035*	Red
Gösterişçi Tüketim	Gösterişçi tüketim sigara içme durumuna göre farklılık göstermez	1,002	,392	Kabul
Hedonik Tüketim	Hedonik tüketim sigara içme durumuna göre farklılık göstermez	1,416	,237	Kabul
Plansız Tüketim	Plansız tüketim sigara içme durumuna göre farklılık göstermez	0,488	,691	Kabul

*: p<0,05, **: p<0,01.

Tablo 18. Faydacı Tüketim ile Kişisel Gelir Arasındaki LSD Çoklu Karşılaştırma Testi Sonuçları

	Hiç	Yılda Birkaç Kez	Ayda Birkaç Kez	Haftada Birkaç Kez
Faydacı Tüketim	3,92 ± 0,64 ^a	3,72 ± 0,71 ^{bc}	3,74 ± 0,58 ^{bc}	3,83 ± 0,73 ^{abc}

a,b,c: Herbir faktör özelliği içinde aynı harfi taşıyan ortalamalar istatistiksel olarak önemli düzeyde farklı değildir (P>0.05). Değerler (Ort±SS) şeklinde verilmiştir.

7. SONUÇ

Bu çalışmada hedonik-hazcı tüketim, faydacı tüketim, plansız satın alma ve gösterişçi tüketim kavramları ve bu kavramların demografik değişkenlerle birlikte sigara, alkol ve markalı kahve ürünleri satın alma davranışlarıyla ilişkisi incelenmiştir. Araştırmada veri toplama tekniği olarak hedonik tüketim eğilimini, faydacı tüketim eğilimini, plansız satın alma davranışını ve gösterişçi tüketim eğilimini ölçmeyi amaçlayan anket kullanılmıştır. Örneklem hacmi 550 olarak belirlenmiş olup anketi düzgün dolduran ve bütün sorulara yanıt veren 500 kişi nihai örneklem hacmini oluşturmuştur. İnternet üzerinden elde edilen veriler SPSS 25 istatistik programı yardımıyla analiz edilmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde tanımlayıcı ve açıklayıcı istatistiksel tekniklerden başka, çarpıklık ve basıklık testi (Skewness ve Kurtosis), Spearman korelasyon testi, t testi, Anova (F) testi ve LSD çoklu karşılaştırma testi kullanılmıştır.

Faktör ortalamalarına bakıldığında en yüksek ortalamaya sahip faktör “faydacı tüketim” olurken en düşük ortalamaya sahip faktör ise “gösterişçi tüketim” olmuştur. Bu durum tüketicilerin daha çok zorunlu ve gerekli durumlar için tüketim yaptığını, lüks tüketimleri en sona bıraktığını göstermektedir. Faydacı tüketim ile yaş arasında pozitif yönlü bir korelasyon çıkmıştır. Faydacı tüketim ile eğitim seviyesi, markalı kahve zincirlerinden kahve kullanım sıklığı ve alkol kullanım sıklığı arasında ise negatif yönlü bir korelasyon çıkmıştır. Bu sonuçlara göre yaş arttıkça faydacı tüketim artmaktayken eğitim durumu, markalı kahve zincirlerinden kahve satın alma sıklığı ve alkol kullanım sıklığı arttıkça faydacı tüketim azalmaktadır. Tüketicilerin, yaşları arttıkça daha çok zorunlu ve gerekli durumlarda tüketim eğilimi göstermesi bunun nedeni olabilir. Markalı kahve zincirlerinden kahve satın alımı ve alkol kullanımı zorunlu ve gerekli bir ihtiyaç olmadığından faydacı tüketimle ters yönde bir ilişki göstermiş olabilir. Gösterişçi tüketim ile kişisel gelir durumu, aile gelir durumu ve markalı kahve zincirlerinden kahve kullanım sıklığı arasında pozitif yönlü bir korelasyon çıkmıştır. Bu sonuçlara göre kişisel gelir durumu, aile gelir durumu ve markalı kahve zincirlerinden kahve satın alma sıklığı arttıkça gösterişçi tüketim artmaktadır. Kişisel gelir durumu ve aile gelir durumu arttıkça lüks ve pahalı tüketim eğilimlerinin artması bunun nedeni olabilir. Markalı kahve zincirlerindeki kahve fiyatlarının yüksekliği gösterişçi tüketim sebebi olabilir. Hedonik tüketim ile markalı kahve zincirlerinden kahve satın alma sıklığı arasında pozitif yönlü bir korelasyon çıkmıştır. Bu sonuca göre markalı kahve zincirlerinden kahve kullanım sıklığı arttıkça hedonik tüketim artmaktadır. Markalı kahve zincirlerindeki kahve çeşitliliği ve marka algısı hedonik tüketim sebebi olabilir. Plansız tüketim ile markalı kahve zincirlerinden kahve kullanım sıklığı arasında pozitif yönlü bir korelasyon çıkmıştır. Bu sonuca göre markalı kahve zincirlerinden kahve satın alma sıklığı arttıkça plansız tüketim artmaktadır. Markalı kahve zincirlerinin fazlalığı ve ulaşılabilirliğinin kolay olması, ayrıca kahvenin gerek kokusu gerek ambalajı ile insan duyarlarına oldukça hitap eden bir ürün olması plansız tüketimi açıklayan rasyonel bir argüman olabilir.

Sigara kullanım sıklığı ile yaş arasında pozitif yönlü bir korelasyon çıkmıştır. Sigara kullanım sıklığı ile eğitim durumu arasında ise negatif yönlü bir korelasyon çıkmıştır. Bu sonuçlara göre yaş arttıkça sigara kullanım sıklığı artarken eğitim durumu arttıkça sigara kullanım sıklığı azalmaktadır. Sağlığa zararlı olan sigaranın eğitim seviyesi arttıkça azalması beklenen bir durumdur. Yaş arttıkça sigara kullanım sıklığının artması ise gençlere okullarda başlamak üzere sigara kullanımının zararlarının anlatılmasıyla ilişkili olabilir. Yaş arttıkça sigara kullanımının artmasının bir diğer sebebi ise yaşla beraber satın alım gücünün de artması olabilir. Markalı kahve zincirlerinden kahve satın alma sıklığı ile yaş arasında negatif yönlü bir korelasyon çıkmıştır. Markalı kahve zincirlerinden kahve kullanım sıklığı ile eğitim durumu ve toplam aile geliri arasında ise pozitif yönlü bir korelasyon çıkmıştır. Bu sonuçlara göre yaş arttıkça markalı kahve zincirlerinden kahve satın alma sıklığı azalmaktayken eğitim durumu ve toplam aile geliri durumu arttıkça markalı kahve zincirlerinden kahve satın alma sıklığı artmaktadır. Markalı kahve zincirlerindeki marka algısı ve kahve çeşitliliğinin daha çok gençlere hitap etmesi aradaki negatif yönlü ilişkinin nedeni olabilir. Bu sonuçtan yola çıkarak, genç neslin kahve içmeye daha meyilli olduğu da düşünülebilir. Markalı kahve zincirlerinin pahalı ve kahve çeşitliliğinin fazla olması ise eğitim durumu ve toplam aile geliri ile arasındaki

pozitif yönlü ilişkiyi açıklayabilir. Alkol kullanım sıklığı ile kişisel gelir ve toplam aile geliri arasında pozitif yönlü bir korelasyon çıkmıştır. Bu sonuca göre kişisel gelir ve toplam aile geliri arttıkça alkol kullanım sıklığı da artmaktadır. Ülkemizdeki alkol fiyatlarının yüksek olması kişisel gelir ve toplam aile geliri ile arasındaki pozitif yönlü ilişkiyi açıklayabilir.

Hedonik tüketim açısından cinsiyetin oldukça etkili olduğu tespit edilmiş, kadınların hedonik tüketim eğilimleri erkeklerden daha fazla çıkmıştır. Daha çok zevke ve isteğe göre şekillenen hedonik tüketimin kadınlarda daha yüksek çıkması beklenen bir sonuçtur. Yaş ile plansız tüketim arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu diğer faktörlerin ise yaşa göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Üst yaş gruplarının plansız tüketimleri alt yaş gruplarından daha fazla çıkmıştır. Yaşın verdiği olgunluğun kişileri daha planlı bir tüketime itmesi beklenirken bunun tersinin çıkması dikkat çeken bir sonuç olmuştur. Kişisel gelir seviyesiyle gösterişçi tüketim arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Üst kişisel gelir gruplarının gösterişçi tüketimleri alt kişisel gelir gruplarından daha fazla çıkmıştır. Gösterişçi tüketim gelir seviyelerine karşı hassastır ve bu da beklenen bir sonuçtur. Nitekim Sosyoekonomik Statü (SES) Grupları da bu tüketici davranışı sebebi ile şekillenmiştir. Eğitim seviyesine ve aile gelir seviyesi açısından hiçbir tüketim faktörü anlamlı bir farklılık göstermemiştir.

Sigara içme sıklığına göre hedonik tüketim, faydacı tüketim ve gösterişçi tüketim arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Markalı kahve zincirlerinden kahve satın alma sıklığı ile bütün tüketim faktörleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Alkol içme sıklığına ile faydacı tüketim arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu diğer faktörlerin ise alkol içme sıklığına ile farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Pahalı olması, sağlığa zararlı olması, bağımlılık yapması vb. özelliklerine rağmen sigara, alkol ve markalı kahve zincirlerinden kahve satın alımının ülkemizde yüksek seviyede olmasının tüketicilerin plansız tüketim, hedonik tüketim, faydacı tüketim ve gösterişçi tüketim eğilimleri arasındaki farklılıktan kaynaklandığı sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada sigara, alkol ve markalı kahve kullanımlarıyla tüm tüketim faktörleri arasında ilişkiler bulunduğu tespit edilmiş olup gerek pazarlama iletişimi pratikleri gerekse kamu politikaları açısından bu sonuçların dikkate alınmasının katma değer yaratacağı düşünülmektedir.

YAZARLARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

- Amatulli, J. (2018). *Burberry burned millions of dollars worth of unsold stock*. Erişim adresi: [vergiyedair.com/2019/04/06/son-13-yilda-tutun-mamullerinden-ne-kadar-vergi-toplandi/](https://huffpost.com/entry/burberry-burned-millions-of-dollars-worth-of-unsold-stock_n_5b50c2abe4b0b15aba8ca9a7#:~:text=Luxury%20clothing%20brand%20Burberry%20burned,t o%20The%20Times%20of%20London,(19.10.2020).</p><p>Bate, R., Kallen, C. ve Mathur, A. (2020). The perverse effect of sin taxes: the rise of illicit white cigarettes. <i>Applied Economics</i>, 58(8), 789-805. doi: 10.1080/00036846.2019.1646403</p><p>Bingöl, O. (2019). <i>Son 13 yılda tütün mamüllerinden ne kadar vergi toplandı?</i>. Erişim adresi: <a href=), (19.10.2020).
- Çavuş, G. (2019). *Türkiye'de ve Avrupa'da bulunan Starbucks şubelerinin sayıları hakkındaki iddialar*. Erişim adresi: teyit.org/turkiyede-ve-avrupada-bulunan-starbucks-subelerinin-sayilari-hakkindaki-iddialar, (19.10.2020).
- Çaymer. (2020). *Türkiye'de çay*. Erişim adresi: caymer.com.tr/icerik/turkiyede-cay, (20.10.2020).
- Dizik, A. (2016, Kasım 24). *Shopping a sale gives you the same feeling as getting high*. Erişim adresi: bbc.com/worklife/article/20161123-shopping-a-sale-gives-you-the-same-feeling-as-getting-high, (07.10.2020).

- George, D. ve Mallery, P. (2010). *SPSS for windows step by step: a simple guide and reference, 17.0 Update*. Boston: Pearson.
- Hirschman, E., ve Holbrook, M. (1982). Hedonic consumption: emerging concepts, methods and propositions. *Journal of Marketing*, 46(3), 92-101.
- Jevons, W. (1871). *The theory of political economy*. Londra: MacMillan and Co.
- Karagöz, Y. (2014). *Uygulamalı biyoistatistik*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Knutson, B., Rick, S., Wimmer, E., Prelec, D., ve Loewenstein, G. (2007). Neural predictors of purchases. *Neuron*, 53(1), 147-156. doi: 10.1016/j.neuron.2006.11.010
- Koç, Ö. ve Koç, N. (2020). Alkol tüketimi ile alkol üzerinden alınan özel tüketim vergisi ilişkisinin incelenmesi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 212-226. doi: dx.doi.org/10.11611/yead.676661
- Mongin, P. (1997). Expected utility theory. J. Davis, W. Hands, ve U. Maki (Ed.), *Handbook of economic methodology* içinde (342-350), Londra: Edward Elgar.
- Read, D. (2007). Experienced utility: Utility theory from Jeremy Bentham to Daniel Kahneman. *Thinking and Reasoning*, 13(1), 45-61. doi: 10.1080/13546780600872627
- Tabachnick, B. ve Fidell, L. (2013). *Using multivariate statistics (sixth ed.)*. Boston: Pearson.
- Tavşancıl, E. (2002). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Nobel Basım Yayın.
- Tezbaşaran, A. (1996). *Likert tipi ölçek geliştirme kılavuzu*. Ankara: Psikologlar Derneği Yayınları.
- Veblen, T. (2003). *The theory of leisure class*. A Penn State Electronic Classics Series Publication: The Pennsylvania State University Repository.
- Yaşar, M. (2017). *Hedonik ve faydacı tüketim bağlamında tüketici davranışlarının incelenmesi: Gençlerin hedonik tüketim eğitimlerini belirlemeye yönelik bir araştırma*, Doktora Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.

VERİMLİLİK MUHASEBESİ YÖNTEMİNİN BİR ÜRETİM İŞLETMESİNDE UYGULANMASI

IMPLEMENTATION OF THROUGHPUT ACCOUNTING IN A SAMPLE PRODUCTION ENTERPRISE

Dr. Öğr. Üyesi Ulukan BÜYÜKARIKAN¹

ÖZ

Verimlilik muhasebesi, işletmelerin kârlılık seviyesi yükseltmek için kısıtlar teorisi felsefesine göre sistemdeki kısıtları, kârlılık düzeyini arttırmak için yapılan iyileştirmelerin finansal etkisinin görülmesini sağlamaktadır. Dolayısıyla yöneticiler üretim hacmine bağlı olarak değişken nitelikteki direkt ilk madde ve malzeme giderlerindeki kısıtları iyileştirmeye yoğunlaşmakta ve diğer giderleri sabit kabul ettiklerinden dolayı verimliliğe odaklanmaktadır. Özellikle üretim işletmelerinde girdi kullanımının azaltılması, işletme verimliliğini artırmakla kalmayıp, süreçler üzerinde yoğunlaşarak üretim işlemlerinde uzmanlaşmayı ve kaliteyi de beraberinde getirebilecektir. Çalışmanın amacı üretimde verimliliği, kaliteyi ve belirli bir çizgiyi yakalayabilmenin bir yolu olan verimlilik muhasebesi yöntemi kullanarak ürün karması probleminin çözülmesidir. Bu bağlamda tarım makineleri sektöründe faaliyet gösteren bir üretim işletmesi örneği incelenmiştir. Tarım makineleri üreten bir işletmede kısıtlar teorisine dayalı verim payı ve makine saati başına verime göre iki ayrı gelir tablosu hazırlanmış ve yapılan karşılaştırma sonucunda en yüksek faaliyet kârının makine saati başına verimde olduğu tespit edilmiştir. Verimliliği sağlayabilmek, üretim ve maliyet planlaması ile kontrolü gerçekleştirebilmek adına üretim işletmelerinde verimlilik muhasebesinin kullanılması önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Verimlilik Muhasebesi, Kısıtlar Teorisi, Üretim İşletmesi, Verim.


JEL Sınıflandırma Kodları: M41.

ABSTRACT

Throughput accounting enables observing the constraints in the system according to the theory of constraints philosophy to increase the profitability level of the enterprise and the financial impact of the improvements made to increase the profitability level. Therefore, managers focus on improving the limitations in direct material costs, which are variable depending on the production volume, and focus on productivity as other expenses are considered to be constant. Reducing the use of inputs, especially in production enterprises, would not only increase operating efficiency but also focus on production processes and bring quality. The aim of the study is to solve the product mix problem by using the throughput accounting method, which is a way to achieve efficiency, quality, and a certain stage in production. In this context, a sample production enterprise operating in the agricultural machinery sector is examined. In an enterprise producing agricultural machinery, two separate income statements are prepared according to the share of the yield based on the theory of constraints and the yield per machine hour. As a result of the comparison, it is determined that the highest operating profit is the efficiency per machine hour. As the result of the study, it is recommended to use throughput accounting in production enterprises in order to ensure efficiency, to realize production and cost planning and control.

Keywords: Throughput Accounting, Theory of Constraints, Production Enterprise, Yield.

JEL Classification Codes: M41.

¹  Afyon Kocatepe Üniversitesi, Bolvadin Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, ulukan@aku.edu.tr

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

Throughput accounting (TA) is used to increase the profitability level of businesses. According to the theory of constraints (TOC) philosophy, it enables the constraints in the system to increase the profitability level and to see the financial impact of the improvements made. This system allows business managers to easily examine the effects of direct materials cost, production processes, and events. It also facilitates production and cost planning and control. The study, it is aimed to solve the product mix problem of a production enterprise operating in the agricultural machinery sector by using the throughput accounting method. When the literature is examined, the fact that productivity accounting has not been applied before in a production enterprise operating in the agricultural machinery sector constitutes the originality of the study. In addition, product mix of four different products was applied in the study.

Design/methodology/approach:

Product mix, which is an important decision area in terms of cost management; it has been applied in an enterprise producing agricultural machinery, and the cost, production, and market data used were built on the assumption. In business; four different agricultural machines are produced which agricultural car (trailer), tractor plow, cultivator, and chemical fertilizer spreader machine. Two product mixes were created. These are the product mix to maximize the efficiency and the efficiency per machine hour for each product.

Findings:

Hypothetical financial information of the enterprise producing agricultural machinery was given. The machine hours required to ensure that all the demands on agricultural machinery in the enterprise are enough has been calculated as 480 hours. However, the potential production capacity of the enterprise was 450 hours. Therefore, it is not enough for all of the requests. This situation shows that there was a capacity constraint. Two separate income statements based on the theory of constraints in an enterprise producing agricultural machinery were prepared: by share of yield and by yield per machine hour. In product mix 1, the tractor plow comes first. This is followed by the agricultural car (trailer), cultivator and chemical fertilizer spreader machine. In the product mix 2, the chemical fertilizer spreader is in the first place. This is followed by the agricultural car (trailer), the cultivator and the tractor plow. According to the theory of constraints of the enterprise producing agricultural machinery; TL (Turkish Lira) 676,000 operating profit has been calculated according to the yield share. TL 725,000 operating profit has been calculated according to efficiency per machine hour. As a result of the application of productivity accounting in the enterprise producing agricultural machinery, two income statements were created according to two different product mixes. As a result of the theory of constraints applied in the enterprise, $725,000 - 676,000 = 49,000$ TL extra profit can be obtained. It can be stated that the comparison of the income statements of the two different product mix approaches made can guide the business managers in production and profit planning. However, in order for the generation enterprise to increase its income, it is necessary to improve the capacity restriction.

Conclusion and Discussion:

In the study, two separate income statements based on the theory of constraints in an enterprise producing agricultural machinery were prepared: by share of yield and by yield per machine hour. As a result of the comparison made, it determined that the highest operating profit is the efficiency per machine hour. Kırılı (2016) determined the production decision of the products according to the high yield contribution. Albez (2020) found that taking the yield rate per machine hour as the basis for the product mix (with two products) compared to the higher one would increase the operating profit. In future studies on throughput accounting, the benefits of the method such as improving capacity constraints in production enterprises, increasing financial balance, and reducing unnecessary actions and costs related to this should be made more apparent. Managers focus on improving the limitations in direct raw material and material expenses, which are variable depending on the production volume, and focus on productivity because they consider other expenses as constant. In this context, it is recommended to compare the financial performance of companies that apply throughput accounting and those that do not, in production enterprises operating in the same sector.

1. GİRİŞ

Verimlilik muhasebesi, yabancı muhasebe literatüründe “Throughput Accounting” (TA) olarak bilinmektedir. Verimlilik muhasebesini bir dizi farklı teknik için genel bir başlık olarak ele alındığında, ilk olarak Goldratt ve Enstitü mezunlarının çalışmaları ve ardından Galloway ve Waldron tarafından yayınlanan makaleler dizisi aracılığıyla, keşfedildiği ifade edilebilir (DugDale ve Jones, 1998: 205). Verimlilik muhasebesinin temeli Kısıtlar Teorisi (TOC - Theory of Constraints)’ne dayanmaktadır. Kısıtlar Teorisi Goldratt tarafından 1980’lerin başında geliştirilen ve son yıllarda oluşturulan maliyet yönetimi felsefeleri açısından oldukça önemli bir konuma sahiptir. Kısıtlar teorisi, bir işletmenin değer katma sürecini kısıtlayan kısıtların belirlenmesi, çözümlenmesi ve ortadan kaldırılmasına yönelik bir süreçtir (Goldratt, 1990: 4). Yönetim süreçlerine yönelik kısıtlama odaklı bir algı, her karar problemini çözemese de daha yüksek kâr sağlayan yeni bir görünüm oluşturmaktadır. Böylece, kısıtlar teorisine dayalı olarak farklı yönetim alanlarındaki birçok uygulama ve yönetim aracı geliştirilebilmiştir. Bu uygulamalardan biri de Verimlilik Muhasebesi (TA) yaklaşımıdır. Verimlilik muhasebesi, diğer sistemlerin çift girişli defter tutma mantığını içermediğinden tam bir maliyet muhasebesi sistemi değildir. Fakat tüm maliyetleri oluşturan üç ölçüyü; iş hacmi, envanter ve işletme giderlerini içermektedir. Verimlilik muhasebesinin temeli, işletme yöneticilerin karar almaları için işletme faaliyetlerine konu olan iş hacmini, yani değişken maliyetlerin dikkate alınmasına dayanmaktadır. Bununla birlikte, verimlilik muhasebesi ile diğer maliyet muhasebesi sistemleri arasındaki temel fark, Goldratt’ın işletmeleri oldukça bağımlı süreçler ve olaylar sistemleri olarak görerek entegre bir maliyet, üretim planlaması ve kontrol sistemi geliştirmeye çalışmasıdır (Boyd ve Cox, 2002: 1881).

Kısıtlar teorisi, işletme performansı üzerinde oldukça etkili bir yaklaşım olmasında rağmen meydana gelen performansın ölçüm sistemleriyle de doğrulanması gerekmektedir. Bunun temel nedeni, her işletmenin kendi sistemi üzerindeki iyileştirmelerin etkisini ölçmek istemesidir. Nitekim verimlilik muhasebesi uygulamaları süreç odaklı bir performans ölçüm sisteminin geliştirilmesini sağlamaktadır (Şimşit, Günay ve Vayvay, 2014: 932). Geleneksel maliyet muhasebesi yöntemlerinin yönetime eksik ve yetersiz bilgi vermesinden dolayı yöneticiler işletmenin finansal performansını düşüren yanlış kararlar alabilmektedirler. Verimlilik muhasebesi, sadece değişken nitelikteki direkt ilk madde ve malzeme giderlerini yüklemekte ve makinelerin üretim hacmini esas aldığından dolayı kâra odaklı olan uygun mamul karmasını üretebilmesi için doğru bilgiyi sağlamaktadır (Özkol, 2018: 142). Dolayısıyla işletmelerin kısıtlar teorisine göre oluşturdukları ürün karmasının üretim işletmelerinin kârlılığı, sürekliliği ve sürdürülebilirliği üzerinde olumlu etkiler göstermektedir (Akçimen ve Antmen, 2019: 626).

Verimlilik muhasebesi kısıtlamalara odaklanan ve doğrudan bir maliyetleme yaklaşımı olarak tasarlanmış olup, özellikle kısa ve orta vadeli üretim kararlarını desteklemektedir. Bu nedenle hem teorik hem de pratikteki ürün karması kararları işletmeye yapılacak teknik yardımın ana uygulama alanını oluşturmaktadır (Souren, Ahn ve Schmitz, 2005: 62).

Çalışmada verimlilik muhasebesi yöntemi kullanarak tarım makineleri sektöründe faaliyet gösteren bir üretim işletmesinin ürün karması probleminin çözülmesi amaçlanmıştır. İşletmede; tarım arabası (römork), kulaklı traktör pulluğu, kültivatör ve kimyevi gübre dağıtma makinesi olmak üzere dört farklı tarım makinası üretilmektedir. Maliyet yönetimi açısından önemli bir karar alanı olan ürün karmasında kullanılan maliyet, üretim ve pazar verileri varsayım üzerine kurgulanmıştır.

2. LİTERATÜR

1990’ların başından bu yana kısıtlar teorisi tabanlı yaklaşımın ve bunun ölçüm aracı olan verimlilik muhasebesi ile diğer maliyet yönetimi yaklaşımlarını karşılaştıran çok sayıda literatür yayınlanmıştır.

Verimlilik muhasebesine odaklanan çoğu araştırma makalesi, ürün karması kararlarını doğrudan kısıtlar teorisi felsefesine bağlamaktadır (Patterson, 1992; Posnack, 1994). Souren vd. (2005) bu genel görüş dikkate alındığında, burada "kısıtlar teorisi tabanlı çözüm/kısıtlar teorisi tabanlı yaklaşım" terimleri kullanılmaktadır. Ürün karması kararları için bir araç olarak, kısıtlar teorisi tabanlı yaklaşım genellikle kısıtlama birimi yöntemi başına katkı payı veya doğrusal programlama (LP) yaklaşımları gibi optimizasyon araçlarına alternatif olarak kullanılmaktadır. Kısıtlar teorisi kısıtlarla başa çıkmak için sürekli iyileştirme felsefesine odaklanmaktadır.

Goldratt (1990) çalışmasında kısıtlar teorisine göre üretim sürecindeki kısıtların nasıl belirleneceğini ve buna ilişkin nasıl karar alınacağını göstermeyi amaçlamıştır. Bu bağlamda kısıtlar teorisinin temelinin değişimle ilgili olduğunu ifade etmiştir. Kısıtlarla uğraşırken değişimle ilgili olarak; neyi değiştirmeli? Nasıl ve ne olarak

değiştirmeli? Değiştirme sonucu nasıl bir değişime neden olur? Şeklinde üç temel soruya cevap bularak çözüme kavuşturulabileceği sonucuna varmıştır.

Dettmer (1997) çalışmasında üretim işletmelerinde kısıtları kategorize ederek belirleyebilmeyi ve çözüme kavuşturmayı amaçlamıştır. Kısıtları fiziksel veya politik olarak kategorize edilebilmenin mümkün olduğunu belirtmiştir. Fiziksel kısıtların belirlenmesi ve ortadan kaldırılması tipik olarak daha kolay olduğunu, politika kısıtlarının ortadan kaldırılmasının ise oldukça zor olduğunu tespit etmiştir. Bu nedenle büyük bir sistem iyileştirmesi gelişiminin ve değişiminin gerekliliğini ifade etmiştir. Değişimin nasıl sağlanabileceğinin belirlenmesi için kısıtlardan nasıl yararlanılacağını tanımlamanın ve diğer işlemleri nasıl ikincilleştirilebileceğini belirlemenin gerekliliğini vurgulamıştır.

Lockamy ve Spencer (1998) kısıtlar teorisi tabanlı performans ölçüm sisteminin uygulanması incelemiştir. Kısıtlar teorisinin ölçüm sistemi olan verimlilik muhasebesinin işletmenin hedefleriyle tutarlı olması şartıyla mevcut sistemlerle birlikte kullanılabileceğini belirlemiştir.

Raham (1998) kısıtlar teorisine ilişkin literatürü incelemiştir. Kısıtlar teorisindeki sistemin bir zincire eşdeğer olup, tüm sistemin performansının sistemin en zayıf halkası olan kısıtla sınırlı olduğunu belirtmiştir. Bu bağlamda her sistemin en az bir kısıtının bulunduğunu tespit etmiştir. Kısıtın sistemin performansını etkilediği belirlendikten sonra bunun iyileştirilebilmesi için bir fırsat temsil ettiği ve bunun olumlu bir şey olarak görülmesi gerektiği kabul edilmesi gerektiğini ifade etmiştir.

Fu (2000) kısıtlar teorisi ile faaliyet tabanlı maliyetleme sistemini karşılaştırmış ve işletmelerin her iki yöntemi birlikte uygulayarak en uygun ürün karmasını belirleyebileceğini ve dolayısıyla yüksek kârlar elde edebildiğini ortaya koymuştur.

Pretorius (2004) verimlilik muhasebesinin geleneksel maliyet muhasebesine göre üstünlüğünü örnek yardımıyla göstermiştir. Kısıtlar teorisinin ürün maliyetleme yaklaşımı olan verimlilik muhasebesinin geleneksel maliyet muhasebesi yaklaşımlarına nazaran kısa vadeli karar almada üzerinde daha etkili olduğu sonucuna varmıştır.

Çakıcı (2006) çalışmada verimlilik muhasebesini süper değişken maliyetleme adı altında örnekler yardımıyla açıklamıştır. Yöntemin maliyet hesaplamalarını basitleştirdiği ve mamul bazında kârlılığın hesaplanmasında faydalı bir yaklaşım olduğunu ifade etmiştir.

González ve Escobar (2008) çalışmalarında verimlilik muhasebesinin geleneksel maliyet muhasebesine göre avantajlarını belirlemek için bir üretim işletmesinde örnek uygulamaya yer vermişlerdir. Kısıtlar teorisi (TOC) ve verimlilik muhasebesinin (TA) işletme kârlılığının yükseltilmesini kolaylaştıran, yönetimin kaynaklardaki sorunları hesaba katarak, üretim sürecinde daha tutarlı kararlar almasına yardımcı olan sistemler olduğunu ifade etmişlerdir.

Utku ve Ersoy (2008) geleneksel maliyet muhasebesi ile verimlilik muhasebesi, faaliyet tabanlı maliyetleme ve stratejik maliyet yöntemlerini karşılaştırmışlardır. Verimlilik muhasebesi ve geleneksel maliyet muhasebesi ile faaliyet tabanlı maliyetleme ve stratejik maliyet yöntemleriyle karşılaştırarak benzerlikler ve farklılıkları ortaya çıkarmışlardır.

Tektüfekçi ve Selek (2009) çalışmalarında geri püskürtme yöntemi ile diğer maliyetlendirme yöntemleri arasındaki ilişkiyi belirlemeyi amaçlamışlardır. Verimlilik muhasebesindeki satışlar ile direkt ilk madde ve malzemenin çıkarılarak elde edilen katkı payının işletmelerde kısa dönemde karar verebilmek için kullanılan kısıt katkı payı olduğunu belirtmişlerdir. Verimlilik muhasebesinde direkt ilk madde ve malzeme dışındaki maliyetlerin dışlanmasında, dönüşüm kazancının yükseltilmesinin amaçlandığını vurgulamışlardır.

Utku, Cengiz ve Ersoy (2011) kimya işletmesinde ürün karması kararlarının belirlenmesinde kısıtlar teorisinin verimlilik muhasebesi yaklaşımının, değişken maliyet yönteminin katkı payı ile tam maliyet yönteminin birim kâr yaklaşımlarıyla karşılaştırılmasını incelemiştir. Her üç yöntemin maliyetlerin kavramsallaştırılması konusunda farklılık gösterdiğini belirlemiştir. Kısa vadeli bir bakış açısına sahip olan kısıtlar teorisi ve verimlilik muhasebesinin yönetimin kısa vadeli ürün karması ve fiyatlandırma gibi kararında verimlilik sağladığını ifade etmişlerdir.

Elsukova (2015) geleneksel yönetim muhasebesi yöntemlerinin modern işletmelerde bilgi oluşumu ve yönetimi için gereksinimleri karşılayamaz hale getirdiği için çalışmada yalın muhasebe ve verimlilik muhasebesi

yöntemlerini birlikte kullanmayı amaçlamışlardır. Her iki yöntemin birlikte kullanılmasının modern bir işletmenin maliyetleri ve faaliyet sonuçları hakkında, daha etkili bir şekilde bilgi ürettiği sonucuna varmışlardır. Artan rekabet koşullarının yeni üretim sistemlerinin uygulanmasıyla birlikte üretimin modernizasyonunun yanı sıra, kurumsal yönetim sisteminin modernizasyonu da gerekli kıldığını belirtmişlerdir.

Myreid ve Olhager (2015) ürün seviyesindeki boşluklardaki iyileştirmeler açısından verimlilik muhasebesi, yalın muhasebe ve geleneksel muhasebeyi karşılaştırarak hangi yöntemin daha faydalı olduğunu tespit etmişlerdir. Karşılaştırılan üç muhasebe sistemi içerisinde verimlilik muhasebesinin, yönetim ve diğer faaliyetlerde diğer muhasebe sistemlerine göre daha değerli olduğunu belirlemişlerdir.

Kırlı (2016) kısıtların verimli bir biçimde yönetilmesinin işletme kârlılığına olan etkisini örnek üzerinden incelemiştir. Kısıtlar teorisinin üretim sürecindeki kısıtlara odaklanarak, işletme performansını artırmak için sürekli iyileştirmeyi hedefleyen bir yönetim kavram olduğunu ifade etmiştir. İşletmelerde kârlılığın artırılmasına odaklanan kısıtlar teorisinin direkt ilk madde ve malzeme maliyetlerine odaklandığını belirlemiştir.

Parkhi, Tamraparni ve Punjabi (2016) Hindistan'daki üretim işletmelerinde verimlilik muhasebesiyle ilgili farkındalık yaratmayı amaçlamışlardır. Verimlilik muhasebesinin faaliyet ve tedarik zinciri alanındaki uygulayıcıların artan ilgisine rağmen kapsamlı bir çerçevede değerlendirilmediğini ifade etmişlerdir. Verimlilik muhasebesinin işletme yönetimine gerekli olan verilerin kolaylıkla yakalayabilme yeteneğinin işletme açısından önemli bir avantaj sağlayabileceğini, uygulama esnekliği bakımından da kısa dönemde önemli bir farkındalık yaratabileceğini ifade etmişlerdir.

Karagün ve Sözen (2017) çalışmada kısıtlar teorisini kullanarak iki ayrı ürüne ait ürün karması örneği oluşturmuşlardır. Kısıtlar teorisi üretim işletmeleri açısından süreç iyileştirme mekanizması olduğunu, teorisinin finansal ölçümünü ve kontrolü de verimlilik muhasebesinin sağladığını ifade etmişlerdir. Çalışmadaki örnek uygulamaya göre kapasite kısıtı uygulamasının işletme satışlarını ve ürün karmasındaki seçimin işletme kârını artırdığını belirlemişlerdir.

Oğuz (2018) çalışmasında verimlilik muhasebesinin üç farklı ürün üzerinde ürün karması oluşturmuştur. Verimlilik muhasebesi yöntemiyle düzenlenecek gelir tablosunda direkt ilk madde ve malzeme maliyetlerinin değişken, direkt işçilik ve genel üretim giderleri ise faaliyet gideri olarak raporlandığını ifade etmiştir.

Özkol (2018) kısıtlar teorisinin bir performans ölçüm yöntemi olan verimlilik muhasebesini kullanarak üç farklı ürüne ait ürün karmasını mobilya sektöründe uygulamıştır. Verimlilik muhasebesinin değişken maliyet olarak sadece direkt ilk madde ve malzeme giderlerini kabul ettiğini ve satış fiyatı ile üretim hacmini esas aldığından dolayı gerçeğe uygun finansal performans ölçümünün yapılmasında kullanılacak iyi bir yönetim muhasebesi yöntemi olduğunu ifade etmiştir.

Yurevich, Vasilevna ve Anatolyevna (2018) verimlilik muhasebesinde maliyetleme ve bütçelemeye yönelik teori geliştirmişlerdir. Verimlilik muhasebesi özellikle Avrupa ve Asya'da gelişen modern yönetim muhasebesi yöntemlerinden biri olduğunu belirtmişlerdir. Bütçelemenin ise işletmedeki yönetim sürecinin önemli bir parçası ve yönetim muhasebesi sistemiyle etkileşim içinde olduğunu ifade etmişlerdir. Bu bağlamda çalışmada verimlilik muhasebesi yönteminin teorik ve yönetsel sorularını araştırmışlar ve yönetim muhasebesi yönteminde maliyetlerin ve sonuçların bütçelenmesine yönelik yaklaşımlar geliştirmişlerdir.

Albez (2020) geleneksel maliyet düşürme yöntemlerinden farklı olarak kısıtlayıcı faktörleri belirleyerek verimliliği yükseltmeyi amaçlayan bir yöntem olan verimlilik muhasebesini tanıtmıştır. Yöntemi kullanarak kısıtlar üzerinde yapılan iyileştirmelerin finansal performans üzerinde olumlu etkilerde bulunduğunu ifade etmiştir.

Mijbil, Hamzah ve Allawi (2020) verimlilik muhasebesinin üretim kararlarını nasıl etkilediğini göstermişlerdir. Verimlilik muhasebesi boyunca karakterize edilen doğruluk ve netlik, işletme performansının verimliliğini artırmanın yanı sıra kârlılık üzerinde olumlu yansımalar oluşturabilecek kararların alınmasını, maliyet planlanmasını ve kontrol açısından da yönetim faaliyetlerini desteklediğini ifade etmişlerdir.

Literatür incelendiğinde, tarım makineleri sektöründe faaliyet gösteren bir üretim işletmesinde verimlilik muhasebesinin daha önce uygulanmamış olması çalışmanın özgünlüğünü oluşturmaktadır. Ayrıca dört farklı ürüne ait ürün karması çalışmada uygulanmıştır.

3. VERİMLİLİK MUHASEBESİ

Verimlilik muhasebesi sadece direkt ilk madde ve malzeme maliyetlerinin değişken olduğu varsayımına dayanan bir yöntemdir. Yöntemde diğer tüm maliyetler, oluştukları dönemde dönem giderleri olarak finansal tablolara yansıtılmaktadır. Özellikle, direkt işçilik ve değişken imalat genel üretim giderleri dönem giderleri olarak kabul edilmektedir (Horngren, Datar ve Rajan 2012: 312). Kısıtlar teorisi, bazı kısıtlarla ve kısıt olmayan bazı faaliyetlerle karşılaşıldığında işletme kârını en üst düzeye çıkarmak için gerekli yöntemleri açıklar. Bunun için üç ölçüm tanımlanmaktadır (Bhimani, Horngren, Datar ve Foster, 2012: 712):

1. Verimlilik katkısı, satış gelirinden direkt ilk madde ve malzeme maliyetlerinin çıkarılmasıyla elde edilmektedir.
2. Yatırımlar, direkt ilk madde ve malzeme, mamul ve yarı mamul stoku; Ar-Ge giderleri ile ekipman ve bina maliyetlerinin toplamına eşittir.
3. İşletme maliyetleri, direkt ilk madde ve malzemeler hariç iş hacminin gerçekleşmesi için yapılmış olan tüm giderleri ifade etmektedir.

İşletme maliyetleri maaşları ve ücretleri, kira, kamu hizmetleri ve amortismanı da içermektedir. Kısıtlar teorisinin amacı, yatırımları ve işletme maliyetlerini düşürürken üretim katkısını artırmaktır. Kısıtlamalar teorisi, kısa dönemi dikkate alır ve diğer mevcut işletme maliyetlerini sabit maliyetler olarak varsayar. Kaynak kısıtlarının yönetilmesindeki temel adımlar aşağıdaki gibidir (Bhimani vd., 2012: 713):

1. Adım: Kısıt kaynağının, üretim tesisinin tümünde verimliliği etkilediğini belirleme
2. Adım: Üzerinde çalışılmayı bekleyen büyük miktarda stok içeren kaynakları belirleyerek kısıt kaynağını araştırmak ve bulmak. Kalite performansını değerlendirmek.
3. Adım: Kısıt olmayan kaynakları ikinci plana atarak, kısıt kaynağı ve buna ilişkin faaliyetleri ön planda tutarak kısıtlar üzerinde yoğunlaşmak. Çünkü kısıt kaynağının ihtiyaçları, kısıt olmayan kaynakların üretim programını belirlemektedir. Adım 3'e göre verimliliği artırmak için tesis katkısının (bu durumda, üretim katkısını) yükseltilmesi gerekmektedir.
4. Adım: Üretimde verimliliği ve kapasiteyi artırmak için alınan önlemler üretim katkısını artırmaktır. Yönetim muhasebecisi, verim katkısını hesaplayarak, ilgili ve ilgisiz maliyetleri belirleyerek ve verimliliği ve kapasiteyi artırmak için alternatif eylemlerin maliyet-fayda analizini yaparak 4. adımda önemli bir rol oynar.

Verimlilik muhasebesi, işletmelerin kârlılık seviyesi yükseltmek için kısıtlar teorisi felsefesine göre sistemdeki kısıtları, kârlılık düzeyini arttırmak ve yapılan iyileştirmelerin finansal etkisinin görülmesini sağlamaktadır. Bu sistem işletme yöneticilerine, direkt ilk madde ve malzemelerin üretim maliyeti üzerindeki etkisini, üretim süreçleri ve gerçekleşen olaylar üzerindeki etkisinin kolaylıkla incelenebilmesini sağlamakla birlikte, üretim ve maliyet planlaması ile kontrolünü de kolaylaştırmaktadır. Dolayısıyla yöneticiler üretim hacmine bağlı olarak değişken nitelikteki direkt ilk madde ve malzeme giderlerindeki kısıtları iyileştirmeye yoğunlaşmakta ve diğer giderleri sabit kabul ettiklerinden dolayı verimliliğe odaklanmaktadır.

Verimlilik muhasebesindeki katkı payı saat başına hesaplanmakta olup, hesaplanması Denklem 1'de gösterilmiştir Galloway ve Waldron (1988):

$$\frac{\text{Satışlar (Toplam)} - \text{Direkt İlk Madde ve Malzeme Giderleri}}{\text{Kaynak kullanım süresi (saat)}} \quad (1)$$

Daha sonra Galloway ve Waldron (1989): Birincil Oran adıyla genel bir verimlilik muhasebesi ölçüm anahtarı oluşturmuştur. Bu anahtar Denklem 2'de verilmiştir.

$$\text{Birincil Oran} = \frac{\text{Verimlilik (V)}}{\text{Üretim maliyeti Toplamı (Ü)}} \quad (2)$$

Burada, $V/\bar{Ü} > 1$ ise üretim kârlı, $V/\bar{Ü} < 1$ ise, üretim kârsızdır (başarısızlığa mahkûmdur). Sonuç olarak, ürünlerin maliyeti, Verimlilik Muhasebesi ilkelerine göre Denklem 3'deki gibi hesaplanabilir (Çapuşeanu, Topor, Turkeş ve Rakoş, 2019: 30).

$$\text{Üretim maliyeti} = \text{Odak noktasına getirmek için gerekli süre} * \text{Maliyet Odak Noktası (Dakika)} + \text{Direkt Malzeme Maliyeti} \quad (3)$$

Verimlilik muhasebesi, üretim maliyetlerinin yapısını tek değişken unsur olarak kabul etmiş olduğu hammaddeye bölmeye dayanmaktadır. Diğer maliyet unsurları ise işletme giderleri adı verilen, kısa vadede sabit maliyetler olan tek bir grup çatısı altında toplanmaktadır. Modern üretim ortamındaki en büyük gelişmeler, makine ve ekipman yatırımlarının artmasına neden olmuş ve dolayısıyla endüstriyel maliyetlerin yapısında emek bileşeninin doğrudan ortadan kalkmasına neden olmuştur (Kadhim, Najm ve Kadhim, 2020: 766). Bu bağlamda geleneksel maliyet muhasebesi bir zamanlar geçerli olan varsayımlara dayandığı için günümüzde geçerliliğini yitirmeye başlamıştır. Dolayısıyla yöneticilerin doğru kararlar alabilmeleri için gerçek zamanlı bilgilere ihtiyaç bulunmaktadır. Geleneksel maliyet muhasebesi ile verimlilik muhasebesi arasındaki farkların yansımaları Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Geleneksel Maliyet Muhasebesi ile Verimlilik Muhasebesinin Karşılaştırılması

Geleneksel Maliyet Muhasebesi	Verimlilik Muhasebesi
Maliyetleri direkt ve endirekt olarak sınıflandırmaktadır.	Maliyetleri direkt ve endirekt olarak sınıflandırmamaktadır.
Toplam üretim maliyeti, tüm maliyetlerin (doğrudan ve dolaylı) toplanmasıyla belirlenir.	Üretim sonucu karlılık, satış gelirinden toplam üretim maliyeti çıkarılarak belirlenir.
Malzemeler envanter, değeri artan bir varlıktır.	Malzemeler bir varlık değil, kârı önleyen üretim sürecinin eşgüdüksüzlüğün bir sonucudur.
Maliyet bileşenlerinin azaltılması kâr artışına doğrudan katkı sağlar.	Kâr, malzeme maliyetinin, toplam üretim maliyetinin ve verimliliğin bir fonksiyonudur.

Kaynak: (Waldron, 1988: 1-2)

Yapılan karşılaştırmaya dayanarak, geleneksel maliyet muhasebesinde, her bir kaynağın aynı kalitede olduğunu düşünülerek, direkt işçilik giderlerinin üretim süreciyle doğrudan ve pozitif yönde ilişkili olduğu ifade edilebilir. Kısıtlar teorisi kârlılığını yükseltmekte ve kısıtları ve kısıtlı kaynakları çözümlemenin önemini anlamaya odaklanmaktadır. Verimlilik, işletmenin tüm departmanları arasındaki iş birliğinin sürekli katılımı yoluyla kısıtların belirlenmesine odaklanmasıyla gerçekleştirilmektedir. Nitekim işletme yönetiminin kararlarında kısıtlar hesaba katılırsa, verimlilik de yükselecektir. Geleneksel maliyet muhasebesi, endirekt maliyetleri ürünlere tahsis etmenin yollarını bulmak için muhasebeci ve karar vericileri kullanmaktadır. Bu nedenle ücret maliyetleri ve genel giderler dönem giderleri olarak kabul edilmektedir (Çapuşneanu vd., 2019: 35).

4. VERİMLİLİK MUHASEBESİNİN BİR ÜRETİM İŞLETMESİNDE UYGULAMASI

Çalışmada yapılan optimal hesaplamalar verimlilik muhasebesi uygulaması için kullanılacaktır. Maliyet yönetimi açısından önemli bir karar alanı olan ürün karması, tarım makineleri üretimi yapan bir işletmede uygulanmış olup, kullanılan maliyet, üretim ve pazar verileri varsayım üzerine kurgulanmıştır. İşletmede; tarım arabası (römork), kulaklı traktör pulluğu, kültivatör ve kimyevi gübre dağıtma makinesi olmak üzere dört farklı tarım makinası üretilmektedir.

Çalışmaya konu olan tarım makinaları işletmesinin finansal bilgileri Tablo 2'de gösterilmiştir².

Tablo 2. Tarım Makinaları Üretimine Dâhil Olan Malzemelerin Maliyeti

	Tarım Arabası	Kulaklı Traktör Pulluğu	Kültivatör	Kimyevi Gübre Dağıtma Makinesi
	Birim			
Satış fiyatı (TL)	20.000	18.000	12.000	3.000
Direkt İlk Madde Malzeme (TL)	9.000	6.000	5.000	1.000
Direkt İşçilik	2.000	1.500	1.500	250
Genel Üretim Gideri (TL)	3.500	3.000	2.000	250
Faaliyet Giderleri (TL)	500	500	500	500
Toplam Maliyet (TL)	15.000	11.000	9.000	2.000
Net Kâr (TL)	5.000	7.000	3.000	1.000
Makine Saati (saat/adet)	3	4	2	0,5
Maksimum Talep (Adet)	60	40	40	60

² Verimlilik Muhasebesinin uygulama örneği, Albez, A. (2020). "Maliyet Yönetiminde Verimlilik Muhasebesi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 24(1), 431-444" 'den uyarlanmıştır.

Tablo 3'te işletmedeki tarım makinelerine gelen taleplerin hepsinin karşılanabilmesi için gerekli makine saati 480 saat olarak hesaplanmıştır. Ancak işletmenin potansiyel üretim kapasitesi 450 saat olduğundan gelen taleplerin hepsi karşılanamamaktadır. Bu durum kapasite kısıtının olduğunu göstermektedir.

Tablo 3. Taleplerin Karşılanması İçin Gerekli Süre

	Tarım Arabası	Kulaklı Traktör Pulluğu	Kültivatör	Kimyevi Gübre Dağıtma Makinesi	Toplam
Makine Saati (saat/adet)	3	4	2	0,5	
Maksimum Talep (Adet)	60	40	40	60	
Fiili Kapasite (saat) = Makine Saati* Maksimum Talep	180	160	80	30	450

Kapasite kısıtı = 450 – 430 = 20 saat olarak hesaplanmıştır.

4.1. Ürün Karması 1: Verimi En Yüksek Düzeye Çıkacak Ürün Karmasının Oluşturulması

Tarım makineleri sektöründe faaliyet gösteren işletmenin verimlilik muhasebesine göre birim gelir tablosu Tablo 4'te verilmiştir. Verimi büyük olan ürüne öncelik verilerek işletmede üretim yapılacaktır.

Tablo 4. İşletmede Üretilen Ürünlerin Verimleri

	Tarım Arabası	Kulaklı Traktör Pulluğu	Kültivatör	Kimyevi Gübre Dağıtma Makinesi
	Değer (TL)			
Satış fiyatı	20.000	18.000	12.000	3.000
Direkt İlk Madde Malzeme	(9.000)	(6.000)	(5.000)	(1.000)
Verim (Kısıtlı katkı payı)	11.000	12.000	7.000	2.000
Verim Sırası	2	1	3	4
Faaliyet Giderleri	(500)	(500)	(500)	(500)
Net Kâr	10.500	11.500	6.500	1.500

Kulaklı Traktör Pulluğu üretimini maksimize edip, zamanın geri kalanını diğer ürünler ile doldurarak kısıtlamanın kullanılması gerekmektedir. Önerilen üretim planına göre;

- Kulaklı Traktör Pulluğu: $40 \times 4 = 160$ makine saati

$430 - 160 = 270$ makine saati

- Tarım Arabası: $60 \times 3 = 180$

$270 - 180 = 90$ makine saati

- Kültivatör: $40 \times 2 = 80$

$90 - 80 = 10$ makine saati

- Kimyevi Gübre Dağıtma Makinesi

$10 / 0,5 = 20$ adet

Kulaklı traktör pulluğu önceliğine göre tarım makineleri üretimini ürün karması Tablo 5'te gösterilmiştir. Ürün karması 1'e göre; 60 adet tarım arabası, 40 adet kulaklı traktör pulluğu, 40 adet kültivatör ve 30 adet kimyevi gübre dağıtma makinesi üretilmektedir.

Tablo 5. Kısıtlar Teorisine Göre Ürün Karması 1 Kapasite Kullanımları

Ürün	Maksimize edilen üretim miktarı (adet)
Tarım Arabası	60
Kulaklı Traktör Pulluğu	40
Kültivatör	40
Kimyevi Gübre Dağıtma Makinesi	20

Ürün karması 1'e göre verimlilik muhasebesi gelir tablosu Tablo 6'da verilmiştir. Buna göre satış gelirleri toplamı 2.490.000 TL, direkt ilk madde malzeme giderleri 1.010.000 TL ve verim 1.480.000 TL olarak hesaplanmıştır. Verimden; direk işçilik giderleri, genel üretim giderleri ve faaliyet giderleri çıkarıldığında elde edilen faaliyet kârı 676.000 TL olarak bulunmuştur.

Tablo 6. Verimlilik Muhasebesine Göre Gelir Tablosu (Ürün Karması 1 Kapasite Kullanımları)

Satış gelirleri				2.490.000
Tarım Arabası: 60*20.000		1.200.000		
Kulaklı Traktör Pulluğu: 40*18.000		720.000		
Kültivatör: 40*12.000		480.000		
Kimyevi Gübre Dağıtma Makinesi: 20*3.000		90.000		
Direkt İlk Madde Malzeme				(1.010.000)
Tarım Arabası: 60*9.000		540.000		
Kulaklı Traktör Pulluğu: 40*6.000		240.000		
Kültivatör: 40*5.000		200.000		
Kimyevi Gübre Dağıtma Makinesi: 20*1.000		30.000		
Verim				1.480.000
Direk işçilik giderleri				(247.500)
Tarım Arabası: 60*2.000		120.000		
Kulaklı Traktör Pulluğu: 40*1.500		60.000		
Kültivatör: 40*1.500		60.000		
Kimyevi Gübre Dağıtma Makinesi: 20*250		7.500		
Genel üretim giderleri				(417.500)
Tarım Arabası: 60*3.500		210.000		
Kulaklı Traktör Pulluğu: 40*3.000		120.000		
Kültivatör: 40*2.000		80.000		
Kimyevi Gübre Dağıtma Makinesi: 20*250		7.500		
Faaliyet giderleri				(85.000)
Tarım Arabası: 60*500		30.000		
Kulaklı Traktör Pulluğu: 40*500		20.000		
Kültivatör: 40*500		20.000		
Kimyevi Gübre Dağıtma Makinesi: 20*500		15.000		
Faaliyet kârı				676.000

4.2. Ürün karması 2: Her Bir Ürün İçin Makine Saati Başına Verimin (MSBV) Hesaplanması

MSBV değeri, Birim Satış Fiyatından Direkt İlk Madde Malzemenin çıkartılmasından elde edilen değerlerin Birim Makine Saatine bölünmesi ile bulunmaktadır. MSBV değeri her bir ürün için hesaplanarak ürünlerin sırası belirlenir (Tablo 7).

Tablo 7. Makine Saati Başına Verimin Üretim İşlem Sırası

	Tarım Arabası	Kulaklı Traktör Pulluğu	Kültivatör	Kimyevi Gübre Dağıtma Makinesi
Birim Satış fiyatı	20.000	18.000	12.000	3.000
Direkt İlk Madde Malzeme	(9.000)	(6.000)	(5.000)	(1.000)
Makine Saati (saat/adet)	3	4	2	0,5
MSBV (TL/saat)	3.667	3.000	3.500	4.000
Üretim işlem sırası	2	4	3	1

İşletme buna göre; Kimyevi Gübre Dağıtma Makinesi, Tarım arabası, Kültivatör ve Kulaklı Traktör Pulluğu sırasıyla üretim yapacaktır.

-Kimyevi Gübre Dağıtma Makinesi: $60 \times 0,5 = 30$ makine saati

$430 - 30 = 400$

-Tarım Arabası: $60 \times 3 = 180$

$400 - 180 = 220$ makine saati

- Kültivatör: $40 \times 2 = 80$

$220 - 80 = 140$ makine saati

-Kulaklı Traktör Pulluğu: $140 / 4 = 35$ adet

Kimyevi gübre dağıtma makinesi önceliğine göre tarım makinaları üretiminin ürün karması Tablo 8'de gösterilmiştir. Ürün karması 2'ye göre; 60 adet tarım arabası, 35 adet kulaklı traktör pulluğu, 40 adet kültivatör ve 60 adet kimyevi gübre dağıtma makinesi üretilebilmektedir.

Tablo 8. Kısıtlar Teorisine Göre Ürün Karması 2'ye Göre Kapasite Kullanımları

Ürün	Maksimize edilen üretim miktarı (adet)
Tarım Arabası	60
Kulaklı Traktör Pulluğu	35
Kültivatör	40
Kimyevi Gübre Dağıtma Makinesi	60

Ürün karması 2'ye göre verimlilik muhasebesi gelir tablosu Tablo 9'da verilmiştir. Buna göre satış gelirleri toplamı 2.490.000 TL, direkt ilk madde malzeme giderleri 1.010.000 TL ve verim 1.480.000 TL olarak hesaplanmıştır. Verimden; direk işçilik giderleri, genel üretim giderleri ve faaliyet giderleri çıkarıldığında elde edilen faaliyet kârı 725.000 TL olarak bulunmuştur.

Tablo 9. Verimlilik Muhasebesine Göre Gelir Tablosu (Ürün Karması 2 Makine Saatine Göre)

Satış gelirleri	2.490.000
Tarım Arabası: 60×20.000	1.200.000
Kulaklı Traktör Pulluğu: 35×18.000	630.000
Kültivatör: 40×12.000	480.000
Kimyevi Gübre Dağıtma Makinesi: 60×3.000	180.000
Direkt İlk Madde Malzeme	(1.010.000)
Tarım Arabası: 60×9.000	540.000
Kulaklı Traktör Pulluğu: 35×6.000	210.000
Kültivatör: 40×5.000	200.000
Kimyevi Gübre Dağıtma Makinesi: 60×1.000	60.000
Verim	1.480.000
Direk işçilik giderleri	(247.500)
Tarım Arabası: 60×2.000	120.000
Kulaklı Traktör Pulluğu: 35×1.500	52.500
Kültivatör: 40×1.500	60.000
Kimyevi Gübre Dağıtma Makinesi: 60×250	15.000

Genel üretim giderleri		(410.000)
Tarım Arabası: 60*3.500	210.000	
Kulaklı Traktör Pulluğu: 35*3.000	105.000	
Kültivatör: 40*2.000	80.000	
Kimyevi Gübre Dağıtma Makinesi: 60*250	15.000	
Faaliyet giderleri		(97.500)
Tarım Arabası: 60*500	30.000	
Kulaklı Traktör Pulluğu: 35*500	17.500	
Kültivatör: 40*500	20.000	
Kimyevi Gübre Dağıtma Makinesi: 60*500	30.000	
Faaliyet kârı		725.000

Tarım makineleri üreten işletme kısıtlar teorisine göre verim payı esas alındığında (Tablo 6) 676.000 TL faaliyet kârı elde edilebilecekken, MSBV esas alındığında (Tablo 9) 725.000 TL faaliyet kârı elde edecektir. Verimlilik muhasebesinin tarım makinaları üretimi yapan işletmede uygulanması sonucu iki alternatif ürün karması ve iki farklı gelir tablosu ortaya konulmuştur. İşletmede uygulanan kısıtlar teorisinin sonucunda $725.000 - 676.000 = 49.000$ TL fazladan kâr elde edilebilecektir. Tarım makineleri üretim işletmesinin gelirini artırabilmesi için kapasite kısıtlamasında iyileştirmeye gitmesi gerekmektedir. Buna ek olarak mevcut kısıtların iyileştirilmesinden sonra da yeni kısıtlara odaklanmak gerekmektedir.

5. SONUÇ

Kısıtlar teorisi kısıtlarla başa çıkmak için sürekli iyileştirme felsefesine odaklanmaktadır. Dolayısıyla yöneticiler üretim hacmine bağlı olarak değişken nitelikteki direkt ilk madde ve malzeme giderlerindeki kısıtları iyileştirmeye yoğunlaşmakta ve diğer giderleri sabit kabul ettiklerinden dolayı verimliliğe odaklanmaktadır. Kısıtlar teorisinin finansal ölçüm aracı olan verimlilik muhasebesi, işletmelerin kârlılık seviyesi yükseltmek için yapılan iyileştirmelerin finansal etkisinin görülmesini sağlamaktadır. Özellikle üretim işletmelerinde girdi kullanımının azaltılması, işletme verimliliğini artırmakla kalmayıp, süreçler üzerinde yoğunlaşarak üretim işlemlerinde uzmanlaşmayı ve kaliteyi de beraberinde getirebilecektir.

Çalışmada tarım makineleri sektöründe faaliyet gösteren bir üretim işletmesi örneği incelenmiştir. Bu bağlamda üretimde verimliliği, kaliteyi ve belirli bir çizgiyi yakalayabilmenin bir yolu olan verimlilik muhasebesi uygulanmıştır. Kırılı (2016) ise verim katkı payının yüksek olmasına göre ürünlerin üretim kararını belirlemiştir. Albez (2020) oluşturduğu ürün karmasında (iki ürünlü) MSBV oranının yüksek olana göre esas alınmasının faaliyet karını arttıracakını bulmuştur. Çalışmada tarım makineleri üreten bir işletmede kısıtlar teorisine dayalı verim payı ve makine saati başına verime göre iki ayrı gelir tablosu hazırlanmış ve yapılan karşılaştırma sonucunda en yüksek faaliyet kârının makine saati başına verimde olduğu tespit edilmiştir. Yapılan iki ayrı ürün karması yaklaşımına ait gelir tablolarının karşılaştırmasının işletme yöneticilerine üretim ve kâr planlamasında yol gösterebileceği ifade edilebilir. Bununla birlikte üretim işletmesinin gelirini artırabilmesi için kapasite kısıtlamasında iyileştirmeye gitmesi gerekmektedir. Nitekim üretim işletmelerinde verimliliği sağlayabilmek, üretim ve maliyet planlaması ile kontrolü gerçekleştirebilmek adına verimlilik muhasebesinin kullanılması önerilmektedir.

Verimlilik muhasebesiyle ilgili yapılacak sonraki çalışmalarda yöntemin üretim işletmelerinde kapasite kısıtlarının iyileştirilmesi, finansal dengeyi artırması ve bununla ilgili gereksiz eylemleri ve maliyetleri azaltması gibi yararlarını daha belirgin bir hale getirebilmek gerekmektedir. Bu bağlamda aynı sektörde faaliyet gösteren üretim işletmelerinde verimlilik muhasebesi uygulayan ve uygulamayan işletmelerin finansal performansının karşılaştırılması önerilmektedir.

YAZARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazar, çalışmanın tümüne tek başına katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

- Akçimen, C. ve Antmen, Z. F. (2019). Kısıtlar teorisinde kapasite kısıtı ve bir üretim işletmesinde uygulaması. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (15), 618-626.
- Albez, A. (2020). Maliyet yönetiminde verimlilik muhasebesi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(1), 431-444.
- Bhimani, A., Horngren, C. T., Datar, S. M. ve Foster, G. (2012). *Management and cost accounting*. 4th Edition, Harlow: Financial Times/Prentice Hall.
- Boyd, L. H. ve Cox Iii, J. F. (2002). Optimal decision-making using cost accounting information. *International Journal of Production Research*, 40(8), 1879-1898.
- Căpuşneanu, S., Topor, D. I., Turkeş, M. C. ve Rakoş, I. S. (2019). Throughput Accounting: Decisional Informational Support for Optimizing Entity Profit. *In Throughput Accounting in a Hyperconnected World* (pp. 27-56), IGI Global.
- Çakıcı, C. (2006). Süper değişken maliyetleme (throughput costing). *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (30), 102-111.
- Dettmer, W. H. (1997). *Goldratt's theory of constraints: a systems approach to continuous improvements*. Wisconsin: Quality Press.
- Dugdale, D. ve Jones, T. C. (1998). Throughput Accounting: transforming practices?. *The British Accounting Review*, 30(3), 203-220.
- Elsukova, T. V. (2015). Lean accounting and Throughput Accounting: An integrated approach. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(3), 83-83.
- Fu, A. (2000). Theory of constraints and activity-based costing. *University of Auckland Business Review*, 2(2), 66-74.
- Galloway, D. ve Waldron, D. (1988). Throughput Accounting- 2: ranking products profitably. *Management Accounting*, December, 34-35.
- Galloway, D. ve Waldron, D. (1989). Throughput Accounting- 3: a better way to control labour costs. *Management Accounting*, January, 32-33.
- Goldratt, E. M. (1990). *Theory of constraints*. New York: Croton-on-Hudson.
- González, P. ve Escobar, J.W. (2008). Teoría de las restricciones (TOC) y la mecánica del Throughput Accounting (TA) Una aproximación a un modelo gerencial para toma de decisiones: caso compañía de Cementos Andino SA. *Cuadernos de Contabilidad*, 9(24), 208-228.
- Horngren, C. T., Datar, S. M. ve Rajan, M. V. (2012). *Cost accounting: a managerial emphasis*. 14th Edition, New Jersey: Prentice Hall.
- Kadhim, H. K., Najm, K. J. ve Kadhim, H. N. (2020). Using Throughput Accounting for cost management and performance assessment: constraint theory approach. *TEM Journal*, 9(2), 763-769.
- Karagün, V. ve Sözen, M. (2017). Kısıtlar teorisinde kapasite kısıtı ve bir uygulama. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 184-199.
- Kırlı, M. (2016). Throughput Accounting in strategic cost management: an application. *Annals of the University Dunarea De Jos of Galati: Fascicle: I, Economics & Applied Informatics*, 22(2), 78-88.
- Lockamy A. ve Spencer M. S. (1998). Performance measurement in a theory of constraints environment. *International Journal of Production Research*, 36(8), 2045-2060.

- Mijbil, S. H., Hamzah, A. M. ve Allawi, K. M. (2020). Measuring cost by using Throughput Accounting to rationalize administrative decisions. *International Journal of Economics & Business Administration (IJEBA)*, 8(3), 569-578.
- Myrelid, A. ve Olhager, J. (2015). Applying modern accounting techniques in complex manufacturing. *Industrial Management & Data Systems*, 115(3), 402-418.
- Oğuz, M. (2018). Süper değişken maliyetleme. *İda Academia Muhasebe ve Maliye Dergisi*, 1(1), 49-59.
- Özkol, A. E. (2018). Stratejik İşletme Kararlarında Kısıt, Süreç ve Mamul Karması. *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 9(2), 131-144.
- Parkhi, S., Tamraparni, M. ve Punjabi, L. (2016). Throughput accounting: an overview and framework. *International Journal of Services and Operations Management*, 25(1), 1-20.
- Patterson, M. C. (1992). The product-mix decision: a comparison of theory of constraints and labor-based management accounting. *Production and Inventory Management Journal*, 33(3), 80-85.
- Posnack, A. J. (1994). Theory of constraints: Improper applications yield improper. *Production and Inventory Management Journal*, 35(1), 85-86.
- Pretorius, P. (2004). Long term decision making using throughput accounting. *7th Africon Conference in Africa (IEEE Cat. No. 04CH37590)*, Gaborone, Botswana, 15-17 September 2004, 861-866-Vol.2. doi: 10.1109/AFRICON.2004.1406810.
- Raham, S. U. (1998). Theory of Constraints: a review of the philosophy and its applications. *International Journal of Operations and Production Management*, 18(4), 336-355.
- Souren, R., Ahn, H. ve Schmitz, C. (2005). Optimal product mix decisions based on the theory of constraints? Exposing rarely emphasized premises of throughput accounting. *International Journal of Production Research*, 43(2), 361-374.
- Şimşit, Z. T., Günay, N. S. ve Vayvay, Ö. (2014). Theory of constraints: a literature review. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 150, 930-936.
- Tektüfekçi, F. ve Selek, A. S. (2009). Geri püskürtme yöntemi ve diğer maliyetleme sistemleri ile olan ilişkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(3), 149-174.
- Utku, B. D. ve Ersoy, A. (2008). Comparison of the theory of constraints and Throughput Accounting with conventional and contemporary management/cost accounting methods. *Journal of Yasar University*, 3(11), 1627-1661.
- Utku, B. D., Cengiz, E. ve Ersoy, A. (2011). Comparison of the theory of constraints with the traditional cost accounting methods in respect to product mix decisions. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 12(2), 317-331.
- Waldron, D. (1988). Accounting for CIM: the new yardsticks. *EMAP Business and Computing Supplement*, February, 1-2.
- Yurevich, S. A., Vasilevna, E. T. ve Anatolyevna, S. T. (2018). Developing budgeting and control in throughput accounting system. In *International conference "Economy in the modern world"(ICEMW 2018)*, Sokolov, Çekya, August 2018, 307-312-Vol.61. doi: 10.2991/icemw-18.2018.56.

BİREYSEL KARIYER PLANLAMADA ÖZ TANIMA ARACI OLARAK SWOT ANALİZİ: Z KUŞAĞI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA*

SWOT ANALYSIS AS A TOOL OF SELF RECOGNITION IN INDIVIDUAL CAREER PLANNING: A RESEARCH ON GENERATION Z

Öğr. Gör. Dr. Muhammet Hamdi MÜCEVHER¹

ÖZ

Kariyerini geliştirmek isteyen her bireyin kariyer planlaması yapması önerilmektedir. Bireysel kariyer planlaması, kişilerin kendi beklentileri doğrultusunda gelecek hedefleri, yetenekleri ve mesleklerinin planlanması sürecidir. SWOT Analizi, bireysel kariyer planlamada, öz tanıma aracı olarak kullanılabilir. Bu motivasyon ile yapılan çalışmada, Z kuşağı üyesi üniversite öğrencilerine ait 251 bireysel SWOT analizi, içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Neticede, Z kuşağının güçlü ve zayıf yönleri, yetenek ve yetkinlikleri, fırsat ve tehditleriyle ilgili bir profil ortaya çıkarılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, Z kuşağı öğrencilerin en güçlü ilk üç yönü, beşeri ilişkiler becerisi, sanat/spor/hobi ile uğraşma ve kararlılık iken; en zayıf ilk üç yönü ise duygularını yönetememe, yabancı dil eksikliği ve sinir/öfkedir. Buna mukabil Z kuşağının fırsat olarak gördüğü ilk üç unsur, aile desteği, sosyal sermaye ve iyi bir üniversite okumak iken; tehdit olarak gördükleri ilk üç faktör ise rakipler, işletmelerin nitelikli insan kaynağı talebi ve DGS/KPSS'yi kazanamamaktır.

Anahtar Kelimeler: Bireysel Kariyer Planlama, SWOT Analizi, Z Kuşağı, Kuşakların Yönetimi.

JEL Sınıflandırma Kodları: M12, D23, M14, J53.


ABSTRACT

It is recommended that every individual who wants to develop their career should make career planning. Individual career planning is the process of planning the future goals, talents and professions of individuals in line with their own expectations. SWOT Analysis can be used as a self-recognition tool in individual career planning. In the study conducted with this motivation, 251 individual SWOT analyzes of Generation Z member university students are analyzed using content analysis method. As a result, a profile about the strengths and weaknesses, abilities and competencies, opportunities and threats of Generation Z is revealed. According to the results of the research, the first three strongest aspects of Generation Z are human relations skills, dealing with arts / sports / hobbies and stability. The first three weakest aspects are the inability to manage emotions, lack of foreign language, and anger. On the other hand, the first three factors that generation Z sees as an opportunity are family support, social capital and studying a good university. The first three factors they see as a threat are competitors, the demand for qualified human resources of enterprises and not being able to win the DGS / KPSS.

Keywords: Individual Career Planning, SWOT Analysis, Generation Z, Management of Generations.

JEL Classification Codes: M12, D23, M14, J53.

* Bu çalışma 24-25.12.2020 tarihinde İnsan Kaynakları Yönetiminde Güncel Gelişmeler (İKGEÇ-I/2020) Çalıştayında sunulan ve özet metni bildiriler kitabında yayınlanmayan "Bireysel Kariyer Planlamada SWOT Analizinin Kullanımı: Z Kuşağı Örneği" başlıklı bildiri hazırlanmıştır. Çalışma için Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan E-96714346-050.99-11463 sayılı, 47/01 toplantı nolu ve 16.03.2021 tarihli etik kurul onayı alınmıştır.

¹  Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Uluborlu Selahattin Karasoy Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, mhmucevher@gmail.com

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

In this study, efforts have been made to facilitate the management of generations to organizations. In the study, it is aimed to create a profile about the strengths and weaknesses, abilities and competencies, opportunities and threats of Generation Z.

Design/methodology/approach:

In order to achieve this goal, 251 individual SWOT analyzes of university students from the Generation Z who are studying in Human Resources Management, Banking, Logistics and Business Administration departments were analyzed using content analysis method. In the study, homework documents, which are secondary data, were used as data collection tools. Qualitative research was used as a method. In the study, students who are members of Generation Z were studied using purposeful random sampling and convenience sampling strategies. Peer review (Creswell, 2013: 251) was used for validity in the study. For reliability, the strategies of consensus among coders (consistency analysis) and the use of multiple coders (Creswell, 2016: 253) were used. For validity, the research has been audited from beginning to end with an academic experienced in qualitative research. Within the scope of reliability, coding was carried out with an expert in order to look at the research from an external perspective and to check whether the coding was done consistently (Yıldırım and Şimşek, 2011: 272). Again, for reliability, in order to verify the research at any time (Yıldırım and Şimşek, 2011: 272), the data booklet containing the analysis stages is kept for external auditors to audit.

Findings:

According to the results of the research, the first three strongest aspects of Generation Z are human relations skills, dealing with arts / sports / hobbies and stability. The first three weakest aspects are the inability to manage emotions, lack of foreign language, and anger. On the other hand, the first three factors that generation Z sees as an opportunity are family support, social capital and studying a good university. The first three factors they see as a threat are competitors, the demand for qualified human resources of enterprises and not being able to win the DGS / KPSS.

Conclusion and Discussion:

Every individual wants to have a profession and be successful and move forward in career steps. In this case, there are some duties for individuals in career planning and management. Evaluating oneself by analyzing expectations, needs, interests, success, qualifications and deficiencies, looking after the opportunities around them, setting goals by evaluating the acquired knowledge, and determining strategies to reach the goals can be counted among the things an individual should do. At this point, SWOT analysis, business, professional and private life, career and every individual who wants to direct their future; It is a very simple technique that can be used to discover oneself and to recognize possible dangers and opportunities in the environment. People who want to recognize their strengths and weaknesses, realize their talents, successes, potentials and competencies, eliminate dangers and take advantage of opportunities should make preparations with a proactive understanding. With this aspect, SWOT analysis emerges as an option that can be used in individual career planning. There are quotations in the literature in support of the study results. Generation Y is known to be collaborative, creative, innovative and technological (Deneçli and Deneçli, 2015; Çetin and Karalar, 2016; turkishtimerge, 2020). In addition, Taş et al. (2017: 1033-1038) stated that Generation Z is constantly learning, immediately grasps technology, performs their works quickly and regularly, uses computers and digital technology intensively and cannot imagine a life without a computer and mobile phone. He mentioned that they are individuals. In addition, it is stated in various studies that Generation Z is sensitive to social events, environment, technological developments, peace and justice (ikiletisim.wordpress, 2020; humanica, 2020). Again, being honest, knowing what they want, entrepreneurship, being sensitive to differences (turkishtimerge, 2020) are data that are similar to other Generation Z features determined as a result of the research. Again, there are explanations that support the findings of the research, stating that Generation Z has the characteristics of impatience, infidelity, inability to communicate easily, having a low sense of belonging, being bored and giving up, frequent job changing and acting individually (Taş et al., 2017: 1033-1034, 1040; Savaş and Karataş, 2019: 232; turkishtimerge, 2020). Generation Z is also known for being result-oriented, unsatisfied and indecisive, and preferring to live alone (humanica, 2020). In parallel with the research results, Taş et al. (2017: 1041) stated that the generation Z, which grows up under the shadow of technology and easy knowledge, is fast and hasty and wants everything, everywhere and immediately. In addition to these transmissions, Generation Z's self-centeredness, in anticipation of continuous advancement, being hasty and impatient (turkishtimerge, 2020) are the other negative features that are conveyed about Generation Z and parallel to the research results. As seen from the research results, SWOT analysis is a very useful technique in individual career planning. Thanks to this technique, individuals not only realize their skills, shortcomings, and potentials, but also determine their future orientation by anticipating opportunities and threats. However, organizations also have duties regarding individual career planning. Especially in recent times, with the increasing demand for more democratic, free, participatory, flexible and employee-oriented organizations with opportunities for development and learning, it has become important for organizations to support individual career goals. Because, as long as individual goals and organizational goals meet at a common point (goal unity is achieved), businesses will be sustainable.

1. GİRİŞ

Kuşakların yönetimi, örgütleri çokça meşgul eden konulardandır. Çünkü değişen ve dönüşen dünya ile beraber kuşakların beklenti, yaşamı ve yetenekleri de farklılaşmaktadır. Z kuşağı, örgütlerde yeni yeni görev alan ve örgütlerin geleceğine yön vereceği düşünülen bir kuşaktır. Bu bakımdan örgütlerin sahip olduğu insan kaynağında önemli bir konuma oturacak ve geleceğin yöneticileri ve çalışanları olacak olan Z kuşağının tanınması, özellikleri, yetenek ve yetkinliklerinin bilinmesi, potansiyellerinin fark edilmesi ve beklentilerinin açığa çıkarılması örgütler açısından önem arz etmektedir. Nedeni şu ki, örgütler Z kuşağını cezp etmek ve elinde tutmak istiyorsa Z kuşağının çalışma hayatına dair beklentilerini karşılamak ve buna yönelik hazırlıklar yapmak zorundadır. Zira Z kuşağı, örgütlerin geleceğinde söz sahibi olmaya adaydır.

Z kuşağı, eğer uyum sağlayabilirler ise örgütlerin geleceğine yön verecek ve rekabetçi üstünlük kazanmaları hususunda fark yaratacak bir kuşak olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun farkına varan örgütlerin Z kuşağını tanıması ve yönetebiliyor olması gerekir. Örgütlerin, özellikle sahip olduğu sınırsız kariyer anlayışından ötürü Z kuşağını, bireysel kariyer planlaması konusunda destekleyerek yeteneklerinin tespiti ve potansiyellerinin açığa çıkarılması için teşvik etmesi icap etmektedir. Bu açıdan SWOT analizi, bireysel kariyer planlamasında kullanılabilir. Yetenek ve deneyimlerin tespiti, yetkinlik, potansiyel, beklenti ve gelecek yönelimlerinin açığı çıkarılması gibi konularda SWOT analizi, basit ama önemli bir stratejik araç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu çalışma, hem SWOT analizinin bireysel kariyer planlamada bir öz tanıma aracı olarak kullanılabileceğini hem de Z kuşağının özelliklerini belirlemek için yapılmıştır. Çalışma sonucunda, Z kuşağının güçlü ve zayıf yönleri, fırsat ve tehditleriyle ilgili bir görüntü sunmak amaçlanmıştır. Sunulan bu görüntünün Z kuşağının yönetimi ile ilgili örgütlere yarar sağlayacağı umulmaktadır. Özellikle Z kuşağının yönetimi, örgüte çekilmesi, kariyerlerinin planlanması ve geliştirilmesi, beklentilerinin karşılanması, hak ettikleri değerin verilmesi ve örgütteki sürekliliklerinin sağlanması açılarından bu çalışma önem arz etmektedir.

Bu motivasyon ile yapılan çalışmada, öncelikle bireysel kariyer planlaması kavramı ve adımlarına değinilmiştir. Daha sonra SWOT analizinin ne olduğu, ne işe yaradığı ve bireysel kariyer planlamasında nasıl kullanılabileceğine dair açıklamalarda bulunulmuştur. Literatür kısmında son olarak Z kuşağı ve iş yeri özelliklerinden bahsedildikten sonra çalışmada kullanılan yöntem, seçilen örneklem ve tercih edilen analiz metodu anlatılmıştır. Bulgular kısmında, Z kuşağının güçlü ve zayıf tarafları, fırsat ve tehditleri ile ilgili içerik analizi sonuçları paylaşılmıştır. Sonuç ve tartışma ile çalışma sonlandırılmıştır.

2. BİREYSEL KARIYER PLANLAMASI

Bilindiği üzere kariyer planlaması ve yönetiminin örgüt ve birey olarak iki yönü bulunmaktadır. Kariyer planlama ve yönetimde örgütlere düşen görevler olduğu kadar bireylere düşen sorumluluklar da vardır. Bu sebeple kariyer olarak ilerlemek ve gelişmek isteyen herkesin, bireysel kariyer planlaması yapması lazım gelir. Kendini tanıma, yetenek ve eksiklerini görme, potansiyelini açığa çıkarma, geleceğe dair bir vizyon çizme, bireysel kariyer planlamasıyla ilgili bireyin yapması gerekenler arasında sayılabilir (Mathis ve Jackson, 2006: 297; Aytaç, 2005: 167; Taşçı, 2004: 124-126).

Bu doğrultuda bireysel kariyer planlama, bireyin becerileri, deneyimleri, bilgi birikimi, ilgi alanları, kişilik özellikleri ve motivasyon kaynaklarının ortaya konduğu, kariyer ve meslek seçim ve seçeneklerine dair bilgi edinildiği, kariyere ilişkin amaç ve hedeflerin tanımlandığı ve bunlara ulaşmak için uygulama planlarının hazırlandığı bir süreç olarak değerlendirilebilir (Dessler, 2013: 354). Bu açıdan bakıldığında bireysel kariyer planlaması, bireyin görev ve sorumluklarının, amaç ve hedeflerinin kendi arzusu doğrultusunda planlanması (Saruhan ve Yıldız, 2012: 420) olarak da tanımlanabilir. Bu özelliği ile bireysel kariyer planlaması, işten çok bireyi odak noktasına alması, bireysel hedef ve becerileri incelemesi hasebiyle bireye özeldir (Ergun Özler, 2013: 135).

Bireysel kariyer planlamasında, kişisel beceri ve ilgileri tespit etmek, yaşam, meslek ve iş hedeflerini planlamak, alternatif kariyer seçeneklerini ve yollarını değerlendirmek ve kariyer, yaşam ve amaçlardaki değişimleri fark edip güncellemeler yapmak, bireyin üzerine düşen görevler arasındadır (Mathis ve Jackson, 2006: 297). Aytaç (2005: 167)'a göre ise bireysel kariyer planlamasında, (1) kendini tanıma (bireysel beceri ve ilgililerin ortaya konması), (2) hedeflerin planlanması (iş, görev ve yaşam hedeflerinin tespiti), (3) seçeneklerin değerlendirilmesi (alternatif meslek ve kariyer olanakları ve seçeneklerini karşılaştırma) ve (4) ilgi, amaçlarda değişim amaçları.

Bu kapsamda düşünüldüğü zaman, Tablo 1'de yer aldığı üzere; kendini değerlendirme, fırsatları tanıma, hedefleri belirleme ve planları hazırlama üzere bireysel kariyer aşamasının dört temel aşamasından bahsedilebilir (Taşçı, 2004: 124-126; Çetin, Arslan ve Dinç, 2015: 136-137);

Tablo 1. Bireysel Kariyer Planlamasının Aşamaları

1. aşama: Kendini değerlendirme	Bir kariyer planlamasında öncelikle bireyin kendisini tanıması gerekir. Bu aşamada birey, güçlü ve zayıf yönlerini, yetkinliklerini, ihtiyaçlarını, ilkelerini, yetenekleri, ilgilerini belirler.
2. aşama: Fırsatları tanıma	Bu aşamada, birey kendisi, işi, mesleği, çalıştığı örgüt ve çevresi ile ilgili fırsatları kollar ve bilgi toplar.
3. aşama: Hedefleri belirleme	Birey, 2. aşamada elde ettiği bilgileri bu adımda değerlendirip kendi özellikleri, yetenekleri ile karşılaştırarak varmak istediği hedefleri tespit eder. Bireyin bu aşamada, özellikle önce kendi güçlü ve zayıf taraflarını tanıyarak daha sonra dış çevresini analiz etmesi önemlidir. Bu aşama, bireyin gelecek vizyonunu ortaya koymasına ve daha sağlıklı kararlar almasına yardımcı olur.
4. aşama: Planları hazırlama	Bu aşamada, birey hedeflerine varmak adına alternatif yol arayışına girer ve buna ilişkin planlar hazırlar.

Bireysel kariyer planlama aşamaları takip edilirken uygun ortamın olması, destekleyici ve yönlendirici kişilerin varlığı, iyimser ve umutlu davranılması, planlama ve değerlendirmelerde bulunurken objektif ve gerçekçi hareket edilmesi, amaç ve hedeflerin açık bir şekilde ortaya konmasına özen gösterilmelidir (Ergun Özler, 2013: 136).

Tüm bunların yanında işgörenlerin kariyer planlaması konusunda inisiyatif almaları örgütlerce olumlu karşılanmaktadır. Özellikle etkin bir İK ve kariyer yönetimine sahip örgütler, işgörenlerin kendi kariyerleri konusunda sorumluluk almalarını beklemektedirler (Çetin vd., 2015: 134). Bu açıdan bakıldığında zaman SWOT analizi, çalışanların kendi potansiyellerini görmeleri, mevcut durumlarını ortaya koyabilmeleri, bir gelecek yönelimi çizabilmeleri için bireysel kariyerlerini planlama ve yönetme noktasında çalışanların kullanabileceği alternatif bir araç olabilir.

3. SWOT ANALİZİ

İngilizce strengths (güçlü yönler), weaknesses (zayıflıklar), opportunities (fırsatlar) ve threats (tehditler) sözcüklerinin baş harflerinden oluşan SWOT analizi, işletmenin bir bütün halinde mevcut durum ve tecrübesinin incelenmesi, iç çevresinin analiz edilmesiyle güçlü ve zayıf yönlerin tespiti; dış çevrenin analiz edilmesiyle fırsat ve tehditlerin ortaya çıkarılmasına yarayan (Ülgen ve Mirze, 2007: 160; Çorbacioğlu, 2013: 15; Akdemir ve Konakay, 2013: 36; Ulukan, 2013: 106; Dinçer, 2013: 142) stratejik bir analizdir. Türkçe kısaltma olarak ise FÜTZ ya da GZFT şeklinde kullanılmaktadır. SWOT analizinin bileşenlerini Tablo 2’de görmek mümkündür.

Tablo 2. SWOT Analizi Bileşenleri

Dış faktörler	İç faktörler	
	Strengths (güçlü yönler)	Weaknesses (zayıflıklar)
	Opportunities (fırsatlar)	Threats (tehditler)

Bu analizde amaç, mevcut durumun ortaya konması, önceliklerin belirlenmesi, ilerleme ve gelişim için stratejik konuların tespit edilmesidir. Böylece fırsatların değerlendirilmesi, tehditlere karşı önlem alınması şeklinde gösterilecek refleksler tayin edilir, örgütün işlek ve esnek olup olmadığıyla ilgili tespitler yapılmış olur (Ülgen ve Mirze, 2007).

Üstünlükler, işletmenin iç çevresinin analiz edilmesiyle tespit edilen, rakiplerinden daha üstün, etkili ve verimli oldukları yetenek ve varlıkları ifade ederken; zayıflıklar, işletmenin yetenek ve varlıklarının rakiplerinden daha yetersiz, verimsiz, etkisiz, kötü olduğu durumları ifade etmektedir (Dinçer, 2013: 143; Ülgen ve Mirze, 2007: 160-161; Kempner, 1980: 390). Yasal, teknolojik, sosyal, kültürel, demografik, ekonomik, küresel gibi uzak çevre; rakipler, müşteriler, araçlar, tedarikçiler gibi yakın çevre unsurlarından meydana gelen değişken dış çevre unsurlarının işletmeye sunduğu ve işletme için elverişli, olumlu sonuçlar ve durumlar ise fırsatlardır (Ülgen ve Mirze, 2007: 160-161; Dinçer, 2013: 143). Fırsatların tersine tehditler, dış çevre unsurlarının değişimi neticesinde meydana gelen, işletmenin varlığını ve başarısını engelleyebilecek, işletmeyi zarara uğratacak, rekabette geri bırakabilecek, zorda bırakacak, işletmede kargaşa ve elverişsiz şartlar doğuracak ve işletme için istenmeyen durumlardır (Dinçer, 2013: 146; Ülgen ve Mirze, 2007: 160-161; Kotler, 1984: 60).

SWOT analizi sonucunda ortaya çıkan iç ve dış faktörleri birleştirerek birbirinden farklı ikili matrisler oluşturulabilir (Ulukan, 2013: 106). SWOT matrisi, (1) SO: Güçlü yönler ve fırsatlar, (2) WO: Zayıf yönler ve fırsatlar, (3) ST: Güçlü yönler ve tehditler, (4) WT: Zayıf yönler ve tehditler şeklinde dört farklı tip stratejinin geliştirilmesine imkân tanıyabilir (David, 2011: 210).

SWOT analizi, sadece işletmeler için kullanılan bir analiz değildir. Bireyler, SWOT analizini iş hayatlarını kolaylaştırmak için örgütsel amaçlı kullanabilecekleri gibi kendi hayatlarını şekillendirmek için de kullanılabilir. SWOT analizi, özellikle bireysel kariyer planlaması, yetenek ve yetkinliklerin tespiti için tercih edilebilecek bir tekniktir. SWOT analizini ile kendindeki güçlü ve zayıf yönleri tespit ederek kendini tanıyan, dışarıdan gelecek fırsatları koklayarak ve tehditleri kollayarak gerekli önlemleri alan ve hazırlıklarını yapan bir kişi, hem kendi durumunu analiz etmiş olur hem de hangi konu ya da sorunların kendisi için önemli ve öncelikli olduğunu belirlemiş olur. Bireyin başarı kazanması için öncelikle kendini değerlendirerek rekabetçi üstünlüklerini ve zayıf yönlerini belirlemesi gerekir. Daha sonra birey, amaç ve hedeflerinden faydalanarak gelecek vizyonunu şekillendirmeye çalışmalı ve bu yönde fırsat ve tehditleri listelemelidir.

4. Z KUŞAĞI

Farklı kuşakların farklı ihtiyaç ve beklentileri olduğu gibi farklı kuşağa mensup işgörenlerin de farklı kariyer ihtiyaç ve beklentileri olması doğaldır. Günümüzde örgütler, sessiz kuşak, bebek patlaması kuşağı, X kuşağı, Y kuşağı ve Z kuşağını bir arada istihdam etmektedir. Bu kuşaklar içerisinde işletmelerde taze bir kan olarak varlığını göstermeye başlayan ve işletmelerin geleceğinde de söz sahibi olacağı aşikâr olan Z kuşağı dikkat çekmektedir. Ülkemizde Z kuşağına mensup bireylerin sayısının 18 milyon civarında olduğu tahmin edilmektedir. Türkiye’de genç nüfusunun yüksekliği de göz önünde bulundurulduğunda bu sayı, Z kuşağını anlamak ve yönetmek açısından ehemmiyet taşımaktadır (Taş, Demirdöğmez ve Küçükoğlu, 2017: 1040).

Yazında daha çok 1996 ve sonrasında doğan bireyleri kapsadığı aktarılan ve M kuşağı, internet kuşağı, iGen, generation i, next generation, instant online, yeni sessiz kuşak, com kuşağı, net kuşağı, dijital yerliler/göçmenler, medya kuşağı, kristal nesil gibi farklı isimlerle anılan Z kuşağı bireyler, çoklu görev becerileri, bireysellikleri, teknolojik olmaları, pratiklikleri, eğlenceyi sevmeleri ve yalnız kalmayı tercih etmeleri gibi özellikleri ile öne çıkmaktadır (Levickaite, 2010; Strauss ve Howe, 1991: 335; Williams, 2010: 12; Toruntay, 2011: 82; Prensky, 2001; Akdemir, Konakay, Demirkaya, Noyan, Demir, Ağ, Pehlivan, Özdemir, Akduman, Eregez, Öztürk ve Balcı, 2013: 15; Taş vd., 2017: 1037). Z kuşağını diğer kuşaklardan ayıran en önemli özellik, dijital teknolojilerin yaygın olarak kullanıldığı bir zaman diliminde dünyaya gelmeleridir (Taş vd., 2017: 1033). Z kuşağına mensup kişiler, oyun, internet dünyası ve özellikle sosyal ağların kazandırmış olduğu özelliklerden dolayı bilgiye çabuk ulaşmak ve bilgiyi hemen işlemek istemektedirler (Savaş ve Karataş, 2019: 230).

Görüldüğü gibi çok farklı isimler ile anılan Z kuşağının zaman aralığı ile ilgili de tartışmalar mevcuttur. Bazı araştırmacılar, 1990’ların ortası ve 2000’li yılların sonlarında dünyaya gelenleri Z kuşağına dâhil ederken bazıları 2000’li yılından sonra doğan bütün bireyleri Z kuşağı içerisinde değerlendirmektedir (Baran, 2014: 20). Hatta yeni yeni Alfa kuşağından da bahsedilmektedir. 2010 yılından sonra doğan bireyleri ifade eden Alfa kuşağının iş yaşamı özellikleri bilinmemekle birlikte iş hayatında önemli bir değişim ve dönüşüme sebep olacağı şimdiden tahmin edilmektedir. Z kuşağının öne çıkan özellikleriyle ilgili literatür bulguları Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3. Z Kuşağının Öne Çıkan Özellikleri

Kaynak	Z kuşağının özellikleri
Penfold, 2017	Detaylı, uzun açıklama ve metinler, zaman alıcı ya da yinelenen işleri sıkıcı bulurlar.
Twenge, 2017	Her türlü ayrımcılığa karşıdırlar.
Elmore, 2019	Girişimci, duyarlı, çoklu görev becerisine sahip ve teknoloji bağımlısı bireylerdir. Bunun yanında alaycı, özel ve özgündürler.
Palfrey ve Gasser, 2008	Dijital yerliler denme sebeplerinden birisi olarak mütemadiyen kendi nesilleri ile bağılırlar.
Lenhart, 2013.	Sosyal medyada fazlasıyla aktiftirler.
Reeves ve Oh, 2008	Dilleri, teknolojiktir ve çok fazla teknolojiye bağımlıdırlar.
Tari, 2011	Mücadele becerileri zayıftır, sabırsızdırlar. Ancak çabuk, zeki, cesur ve lider oldukları söylenebilir. İlave olarak yeni şeyler denemeyi sevdiklerinden bahsedilebilir.
Desai ve Lele, 2017	Hızı fazlasıyla önemserler. Çoklu görevlere ve çoklu kaynaklara sahip bilgilere değer verirler.
Tabscott, 2009	İşbirliği, özgürlük, araştırma, eğlenme, güven, hız ve yaratıcılık önemli özellikleri arasındadır.

Z kuşağının işyerindeki özellikleri ise Tablo 4’te yer almaktadır (Levickaite, 2010: 73; Sladek and Grabinger, 2013: 1-11; Tabscott, 2009: 7; Çetin ve Karalar, 2016; Deneçli ve Deneçli, 2015);

Tablo 4. Z Kuşağının İşyeri Özellikleri

Yaratıcı	İşbirlikçi
Kendi kendini yönetebilen	Hızlı, pratik
Zayıf örgütsel bağlılık gösteren	Zeki
Bireysel çalışan	Esnek
Çabuk sıkılan	Sınırsız kariyer anlayışına sahip
Çalışırken eğlenmek isteyen	Öğrenme odaklı
Çoklu karar alabilen	Teknolojik
Yenilikçi	Bağımsız
Gelişim odaklı	Araştırmacı
Tecrübesiz	Gerçekçi
Çoklu görev alabilen	Lider
Farklılıklara hoşgörülü olan	Dürüst

5. YÖNTEM

Bu çalışmada, Süleyman Demirel Üniversitesi ve Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, İnsan Kaynakları Yönetimi, Bankacılık, Lojistik ve İşletme bölümlerinde ön lisans eğitimi gören Z kuşağına mensup 1. ve 2. Sınıf üniversite öğrencileri tarafından ders kapsamında hazırlanan ve sunulan 251 bireysel SWOT analizi, içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Bu sayede Z kuşağının güçlü ve zayıf yönleri, yetenek ve yetkinlikleri, fırsat ve tehditleriyle ilgili bir profil çıkarılması amaçlanmıştır. Yapılacak çalışma ile kuşakların yönetimi konusunda örgütler için bir çıktı sunulmaya çalışılmıştır.

Nitel araştırma yaklaşımı ile yapılan çalışmada, yöntem olarak ikincil veri kullanımına başvurulmuştur. Bu kapsamda ödev dokümanlarından yararlanılmıştır. Araştırmada, kolayda örneklem seçim strateji kullanılarak Z kuşağına üye öğrenciler üzerinde çalışma gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırmalarda en çok kullanılan örneklem seçim metodlarından olan kolayda (elverişli) örnekleme ise ulaşılması kolay ve hızlı, daha az maliyetli ve zaman alıcıdır ve var olan örneklemin seçilmesi esasına dayanır (Patton, 2005).

Çalışmada geçerlik için akran incelemesi (Creswell, 2013: 251); güvenilirlik için ise kodlayıcılar arası görüş birliği (tutarlılık incelemesi) ve verilerin analizinde çoklu kodlayıcıların kullanılması (Creswell, 2016: 253) stratejileri kullanılmıştır. Geçerlik kapsamında, nitel araştırmalarda deneyimli bir akademisyen ile araştırma başından sonuna kadar denetlenmiştir. Güvenirliğin sağlanması için araştırmaya dışarıdan bir gözle bakılması ve kodlamaların tutarlı bir şekilde yapılıp yapılmadığının kontrol edilmesi gerekir (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 272). Bunun için kodlamalar, nitel araştırmalar konusunda uzman bir akademisyen ile birlikte gerçekleştirilmiştir. Yine güvenilirlik için istenildiği zaman araştırmanın teyit edilebilmesi gerekmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 272). Bu kapsamda, analiz aşamalarının yer aldığı veri kitapçığı, dış denetimcilerin denetleyebilmesi için muhafaza edilmektedir.

Araştırmada, Z kuşağının güçlü ve zayıf yönleri, fırsat ve tehditleri ortaya çıkarılırken sadece Z kuşağına mensup öğrencilerin görüşlerine başvurulması, araştırmanın bir kısıtıdır. Çünkü Z kuşağının özelliklerini ortaya çıkarabilmek için farklı bakış açılarının değerlendirilmesi daha doğru olabilecektir. Yine bunun yanında katılımcıların bireysel özelliklerini değerlendirebilme yeteneği, kendileriyle ilgili algıları, bazı özelliklerini paylaşmak istememeleri ya da yüzeysel ve çarpıtarak aktarmış olma ihtimalleri, Z kuşağı özelliklerinin gerçekte olan özelliklerden farklı olabilmesi gibi bir kısıtı beraberinde getirmektedir.

Araştırma için Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan E-96714346-050.99-11463 sayılı, 47/01 toplantı nolu ve 16.03.2021 tarihli etik kurul onayı alınmıştır.

6. BULGULAR

Bulgular kısmında, Z kuşağına mensup üniversite öğrencilerinin güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditlerine ilişkin algılarının analiz edilmesi sonucu ortaya çıkan bulgulara yer verilecektir.

6.1. Güçlü ve Zayıf Yönler

Z kuşağının güçlü ve zayıf yönlerinin frekans dağılımına ilişkin bilgiler Tablo 5 ve Tablo 6'daki gibidir.

Tablo 5. Z Kuşağının Güçlü ve Zayıf Yönleriyle İlgili Algıları (1. Grup*)

Güçlü Yönler		Zayıf Yönler	
Beşeri ilişkiler becerisi	101	Duygusalılık/Duygularını yönetememe	104
Sanat/spor/hobi ile uğraşma	81	Yabancı dil eksikliği	100
Kararlılık	80	Sinir/öfke	90
Öğrenme ve gelişim odaklılık	80	Korku/kaygılar	63
Sosyallik	75	Çekingenlik/utangaçlık	49
Güvenilirlik	55	Güven sorunları	47
Sorumluluk bilinci	50	Teknik yetersizlik	44
Çalışkanlık	46	Sabırsızlık	41
Mücadelecilik	44	Zayıf hafıza	41
Yenilik	39	Tembellik	39
Yardımseverlik	39	Kolay pes etme	39
Planlama becerisi	37	Asosyallik	37
Liderlik	35	Kararsızlık	35
Sabır	34	Heyecan	31
Düzen	34	İletişim sorunları	30
Teknik yetenek	33	Sağlık sorunları	26
İş tecrübesi	31	İnat	25
İkna becerisi	30	Fazla iyi niyet	25
Soğukkanlılık	29	Deneyim eksikliği	24
Girişimcilik	28	Takıntı	23
Güler yüz	28	Kıskançlık	19
İyimserlik	28	Çabuk sıkılma	18
Özgüven	27	Odaklanamama	18
Takım çalışması	26	Bencillik	18
Esneklik	26	Zamanı yönetememe	16
Sempatiklik	26	Acelecilik	16
Pratiklik	26	Karamsarlık	16
Duygu yönetimi	24	Stres	15
Eğitim ve sertifikalar	24	Ciddiyetsizlik	14
Güçlü hafıza	23	Özgüven eksikliği	12

*İlk 30'da yer alan güçlü ve zayıf yönlere dair frekans değerleri

Başkalarıyla iyi ve ölçülü ilişkiler kurabilme, anlaşma, etkili iletişim kurabilme, farklı kültürden kişilerle uyum içinde birlikte hareket edebilme, başkalarını anlama gibi beşeri ilişkilerin sürdürülmesine ilişkin özellikler, sosyal ortamlarda gerekli beceriler içerisinde. Z kuşağına mensup üniversite öğrencileri de, kendileriyle ilgili en güçlü gördükleri ilk özellik olarak beşeri ilişkiler becerisini (f=101) ifade etmişlerdir. Z kuşağı üyesi öğrenciler, beşeri ilişkiler becerileri içerisinde; iyi ilişkiler kurma, iyi-etkin iletişim, diyalog becerisi, iyi ve güçlü ilişkiler kurma, kolay iletişim kurma, iletişimde önyargılı olmama, iyi dinleme ve anlama, karşındakine değer verme, arabuluculuk yapabilme ve güçlü aile-akraba bağları kurabilme gibi özelliklerinden söz etmişlerdir.

Z kuşağının ikinci en güçlü yönleri ise sanat/spor/hobi gibi uğraşlarıdır (f=81). Z kuşağının uğraşları arasında müzik yeteneği, sanat becerisi, el becerisi, resim, ahşap boyama, el sanatları becerisi, ustalık, tamircilik, çizim kabiliyeti, iyi yemek yapma yeteneği, iyi araba kullanma becerisi, fotoğrafçılık, futbol, basket, yüzme, atletizm, dalgıçlık ve voleybol gibi amatör ya da profesyonel sporlar ile uğraşma, hakemlik, yürüyüş yapmak ve elinden her işin gelmesi gibi uğraşlar öne çıkmaktadır.

Bir konu ya da karar üzere istikrarlı, düzenli, ölçülü bir şekilde hareket etmek, gerek özel hayatta gerekse çalışma hayatında her insanda olması gereken temel özelliklerdendir. Kararlılık olarak ifade edilebileceğimiz bu beceriyi, Z kuşağına mensup üniversite öğrencileri, üçüncü en güçlü yönleri (f=80) olarak belirtmişlerdir. Bu özellik içinde azim, tuttuğunu koparma, kafasına koyduğunu yapma, hırs, iradeli ve istikrarlı olmak ile ilgili vurgular dikkat çekmektedir.

Öğrenme ve gelişim odaklı kişilerin; hata ve başarısızlıklarından dersler çıkaran, başkalarını örnek alan, esnek, değişim, yenilik ve eleştiriye açık, geçmişe takılmayan kişiler olduğu bilinmektedir. Öğrenme ve gelişim odaklılık (f=80), Z kuşağı üyesi öğrencilerin dördüncü güçlü yönü olarak karşımıza çıkmaktadır. Z kuşağının bu özellikleri altında; eleştiriye açıklık, merak, gözlem, keşifçilik, maceracılık, hatalarından ders çıkarmak, gelişime açıklık, gezme, okuma ve araştırmayı sevmek gibi ifadeler göze çarpmaktadır. Beşinci sırada yer alan sosyalliğe (f=75) ilişkin ise Z kuşağı mensupları; arkadaş canlısı, çabuk anlaşılan, konuşkan, sevecen, dost, cana yakın, sıcakkanlı, uyumlu, herkesle anlaşabilen, uysal, samimi olmak gibi özelliklerinden bahsetmişlerdir.

Duyguları tarafından çok yoğun bir şekilde etkilenme olarak nitelendirilebileceğimiz duygusallık/duygularını yönetememe (f=104), Z kuşağının en zayıf gördükleri özellikleridir. Z kuşağına üye üniversite öğrencileri, duygularını yönetememe özelliği içinde fazla duygusal, kırılabilir, alıngan, hassas, kırgın, nevroitik olduklarından, duygusal karar verdiklerinden, duygu dengesizliği yaşadıklarından, değişken kişilik ve ruh hali içinde olduklarından dem vurmışlardır.

Z kuşağının ikinci, üçüncü ve dördüncü en zayıf gördükleri yönleri olarak yabancı dil eksikliği (100), sinir/öfke (90) ve korku/kaygılar (63) dikkat çekmektedir. Z kuşağı üniversite öğrencileri sinir ve öfke ile ilgili olarak çabuk öfkelenedikleri ve sinirlendikleri, öfke ve sınırlarını kontrol edemedikleri, agresif oldukları, ani sinirsel hareketlerde bulduklarından bahsetmişlerdir. Z kuşağı öğrenciler, korku ve kaygılar kategorisinde ise gelecek kaygısı, iş bulamama korkusu, fobiler, dert etmek, olumsuz düşünceler, karanlıktan korkma, başaramama korkusu, sorumluluk almaktan korkma gibi korku ve kaygıları aktarmışlardır. Çekingenlik/utangaçlık olarak toplum önünde konuşamama, çekinme ve girişken olamamaları öne çıkmaktadır.

Z kuşağına mensup üniversite öğrencilerinin en güçlü ve en zayıf yönleri sıralamasında 31 ile 67. sıra arasında yer alan özellikleriyle ilgili frekans değerleri ise Tablo 6'daki gibidir.

Tablo 6. Z Kuşağının Güçlü ve Zayıf Yönleriyle İlgili Algıları (2. Grup)*

Güçlü Yönler		Zayıf Yönler	
Doğru karar verme	23	Hayır diyememe	12
Hitabet becerisi	19	Dik başlılık	12
Hoşgörü	18	Erteleme hastalığı	12
Sorun çözme becerisi	16	Önyargı	12
Motivasyon becerisi	14	Yaşananlardan çabuk etkilenmek	11
Adaletli olmak	14	Baskıcı olmak	11
Açık sözlülük	14	Seçicilik	11
Zaman yönetimi becerisi	14	Yüksek beklentiler	10
Analitik beceri	14	Hoşgörüsüzlük	10
Kavramsal beceri	14	Sanat/hobi/el becerileri eksikliği	10
Disiplin	13	Dikkatsizlik	9
Ölçülülük	13	Düşük başarı	9
Karizma	13	Kindarlık	9
İyi niyet	13	Umursamazlık	9
Saygı	12	Ayrıntıya takılma	8
Mükemmeliyetçilik	12	Düzensizlik	8
Öngörü	11	Zararlı alışkanlıklar	8
Başarılar	11	Para israfı/tutumsuzluk	7
Nezaket	11	Hırs	7
İyi oluş	11	Narsizm	7
Sezgi	10	Plansızlık	7

Güçlü Yönler		Zayıf Yönler	
Cesaret	10	Fanatiklikler	6
Yabancı dil bilgisi	10	Öğrenmeyi/okumayı sevmeme	6
Ahlak ve maneviyat	10	Şüphecilik	5
Odaklanma becerisi	9	Zaman israfı	5
Olgunluk/hayat tecrübesi	9	Düşük motivasyon	5
Sağduyu	9	Aykırı davranışlar	5
Kendini yönetebilme	9	Değişimi sevmemek	5
Sonuç odaklılık	7	Çabuk hata yapmak	4
Özerklik	7	Patavatsızlık	4
Çok kültürlülük	6	Ölçsüzlük	4
Cömertlik	6	Cesaretsizlik	3
Sevgi	6	Fiziksel zayıflık	3
Sağlıklı yaşam	6	Ağırcaılık	3
İtibar	4	Yüzeysel düşünme	2
Mütevazılık	2	Genel kültür/egitim eksikliği	2
Yazma/not alma	2		

*31-67. sıradaki güçlü ve zayıf yönler için frekans değerleri

Z kuşağı öğrenciler tarafından daha az sıklıkla ($f=2-23$) belirtilen güçlü ve zayıf yönler bakımından; doğru karar verme, hitabet, hoşgörü, sorun çözme becerisi, motivasyon becerisi, adalet, açık sözlülük, zaman yönetimi becerisi, analitik beceri ve kavramsal beceri gibi güçlü yönler dikkat çekmektedir. Z kuşağı öğrencilerin zayıf olarak gördükleri özellikler içerisinde ise hayır diyememe, dik başlılık, erteleme hastalığı, önyargı, yaşananlardan çabuk etkilenmek, baskıcı olmak ve seçicilik öne çıkmaktadır.

Z kuşağı öğrencilerin güçlü yönleriyle ilgili en az bahsettikleri beş özellik sırasıyla yazma/not alma, mütevazılık, itibar, sağlıklı yaşam ve sevgi iken zayıf yönleriyle ilgili en az bahsettikleri beş özellik ise sırasıyla genel kültür/egitim eksikliği, yüzeysel düşünme, ağırcaılık, fiziksel yakınlık ve cesaretsizliktir.

6.2. Fırsat ve Tehditler

Tablo 7 ve Tablo 8’de, Z kuşağının fırsat ve tehditlerinin frekans dağılımına ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Tablo 7. Z Kuşağının Fırsat ve Tehditleriyle İlgili Algıları (1. Grup)*

Fırsatlar		Tehditler	
Aile desteği	88	Rakipler	120
Sosyal sermaye	85	İşletmelerin daha nitelikli iş gücü talebi	47
İyi bir üniversite okumak	82	DGS/KPSS’yi kazanamamak	45
İyi bir bölümde okumak	74	İşsizlik	41
Yaşadığı şehrin avantajları	60	Ekonomik ve siyasi krizler	37
DGS/KPSS/ALES/PÖH/YKS fırsatları	48	Yaşadığı şehrin dezavantajları	33
Gelişim olanakları	45	Ön lisans mezunu olmanın dezavantajları	30
Kamu/özel sektör iş imkânları	37	Adaletsiz uygulamalar/kayırmacılık	26
Üniversite hayatının kazandırdıkları	36	Kötü/art niyetli insanlar	23
Stajın getirdiği fırsatlar	19	Aile desteğinin olmaması	22
İyi hocalara sahip olmak	16	Baskılar	21
Aile şirketlerinin olması	14	Okuduğu şehrin dezavantajları	20
Yeni insanlar tanıma	13	Teknolojiye ayak uyduramam/otomasyon	18
Önceden çalışılan yerler	10	Yıl kayıpları	15
Devlet destekleri	9	İkame bölümler	9

*İlk 15 sıradaki fırsat ve tehditlere dair frekans değerleri

Z kuşağı, en büyük fırsatları olarak aile desteğini (f=88) söylemektedir. Bu fırsat içerisinde ailenin maddi ve manevi desteği, ailesiyle yaşama, ailenin çevresinin geniş olması, ailenin maddi gücünün iyi olması, abi desteği, okuma için teşvik, aile huzuru, ailenin olduğu şehirde okumak, ailede bilgili ve eğitilmiş kişilerin olması, tek çocuk ya da kardeşlerinin küçük olmasından kaynaklı daha çok ilgi görme ve aile itibarı gibi vurgular vardır.

Z kuşağına üye üniversite öğrencileri, ikinci en büyük fırsatları olarak belirttikleri sosyal sermaye fırsatı (f=82) içerisinde; arkadaş çevresi, geniş çevreye sahip olma, arkadaş desteği, iyi arkadaşlara sahip olma, sevilme, çevre desteği, siyasi çevre, güvenilir-iyi arkadaşlar, iyi referanslara sahip olmak, itibar, olumlu izlenim, çevresinde yol gösterecek kişilerin olması ve destek vermesi gibi özellikleri belirtmişlerdir.

Z kuşağına mensup öğrenciler, kaliteli, başarılı bir üniversitede okuma ve iyi kütüphane, konferans, seminer, Erasmus, eğitim, etkinlikler ve uluslararası geçerli diplomaya sahip olma gibi imkânlar sunması gibi ifadelerle iyi bir üniversite okumayı (f=82) en büyük üçüncü sıradaki fırsatları olarak değerlendirirken; gelecek vaat eden bir bölümde okumak, insan kaynakları-lojistik-bankacılığa ihtiyacın artması ve iş imkânının fazla olması gibi ifadelerle ise iyi bir bölümde okumayı (f=74) en büyük dördüncü fırsatları olarak aktarmaktadırlar.

Z kuşağı, ulaşım kolay, iş imkânları geniş, büyük şehir, işletmeler fazla, okuduğum alandan firmalar var, turizm şehri, ucuz, havası temiz, trafiği rahat, sanayi şehri, yaşanabilir, sakin, hinterlandı geniş gibi ifadelerle yaşadıkları şehrin sunduğu avantaj ve imkânları (f=60), en büyük beşinci fırsatları olarak görmüşlerdir.

Buna mukabil Z kuşağına ait olan üniversite öğrencileri, tehditleri arasında ilk sırada, sayılarının artması, deneyim, dil, yetenek, diksiyon, başarı, çalışkanlık, zekâ, azim ve not gibi açılardan daha nitelikli olmaları, rekabet, şanslarının azalması, aynı bölümden çok mezun olması, mezun sayısının artması gibi vurgularla rakiplerinden (f=120) bahsetmişlerdir.

Yine Y kuşağına üye üniversite öğrencileri, işletmelerin dil, vasıf, tecrübe, fakülte mezunu olma gibi yönlerden nitelikli iş gücüne olan taleplerini (f=47), en büyük ikinci tehdit olarak görmektedirler. En büyük üçüncü tehdit olarak ise atamaların azlığı, rakiplerin fazlalığı ve daha iyi hazırlanması, puanların yükselmesi, sınavın zorlaşması, kontenjan azlığı, başvuruların fazlalığı, sınavın zorluğu ve puanların yüksekliğinden dem vurarak DGS/KPSS'yi kazamama ihtimallerinden (f=45) söz etmektedirler.

En büyük dördüncü tehdit olarak istihdam ve iş imkânlarının az olması, iş bulmadaki zorluklar, iş olanaklarının ve desteğin azlığından bahsederek işsizlik (f=41), beşinci tehdit olarak ise ambargo, terör olayları, darbe, enflasyon, pahalılık, hayat şartları, istikrarsızlık, ekonominin yetersizliği, belirsizlik, asgari ücretin düşüklüğünden dem vuran ekonomik ve siyasi krizler (f=37), Z kuşağının önündeki tehditler olarak dikkat çekmektedir.

Z kuşağına mensup üniversite öğrencilerinin diğer fırsat ve tehditleri sıralamasında, 16 ile 27. sıra arasında yer alanlara dair frekans değerleri ise Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8. Z Kuşağının Fırsat ve Tehditleriyle İlgili Algıları (2. Grup)*

Fırsatlar		Tehditler	
Teknolojinin getirdiği kolaylıkları	8	Yanlış meslek seçimi	9
Nitelikli işgören arayan firmalar	7	Eğitim sistemindeki olumsuzluklar	8
Başarısız/ilgisiz rakipler	6	Ders ve sınav zorlukları	6
Yeni yerler keşfetmek	4	Okuduğu bölümün dezavantajları	5
Yurt dışındaki fırsatlar	4	Kötü arkadaşlık	4
Okuduğu şehrin avantajları	4	Referans bulamamak	4
Önceki okuduğu okulların yararları	4	Sorumluluklar	4
Yaş avantajı	4	Askerlik	2
Pozitif ayrımcılık	2	Ülkeyi tanımamak	2
Bedelli askerlik imkânı	1	Kötü kurslar/hocalar	2
Sağlıklı yaşam	1	Bürokrasi	1
		Sakatlık ihtimali	1

*16-27. Sıradaki fırsat ve tehditlere dair frekans değerleri

Z kuşağı öğrenciler tarafından daha az sıklıkla (f=1-9) belirtilen fırsat ve tehditler incelendiğinde; fırsatlar içerisinde teknolojinin getirdiği kolaylıkları, nitelikli işgören arayan firmalar ve başarısız/ilgisiz rakipler biraz daha öne çıkarken; tehditler içerisinde yanlış meslek seçimi, eğitim sistemindeki olumsuzluklar ve ders ve sınav zorlukları dikkat çekmektedir.

7. SONUÇ

Her birey, bir meslek sahibi olup başarılı olmak ve kariyer basamaklarında ilerlemek ister. Bu durumda, kariyer planlama ve yönetimi konusunda, bireylere düşen bazı görevler vardır. Beklenti, ihtiyaç, ilgi alanı, başarı, vasıf ve eksikliklerini tahlil ederek kendini değerlendirmek, etrafındaki fırsatları kollamak, edindiği bilgileri değerlendirip hedefler ortaya koymak ve hedeflere ulaşmak için stratejiler belirlemek, bireyin yapması gerekenler arasında sayılabilir (Mathis ve Jackson, 2006: 297; Dersler, 2013: 354; Çetin vd., 2015: 134).

Bu noktada, SWOT analizi, iş, meslek ve özel hayat, kariyer ve geleceğini yönlendirmek isteyen her bireyin; kendini keşfetmek ve çevredeki muhtemel tehlike ve fırsatların farkına varmak için kullanabileceği, uygulaması oldukça basit bir tekniktir. Güçlü ve zayıf taraflarını tanımak, yetenek, başarı, potansiyel ve yetkinliklerinin farkına varmak, tehlikeleri bertaraf etmek ve fırsatları değerlendirmek isteyen kişiler, proaktif bir anlayış ile hazırlıklar yapmalıdır. SWOT analizi bu yönü ile bireysel kariyer planlamasında kullanılabilir bir seçenek olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu kapsamda ele alınan çalışmada, Z kuşağına mensup üniversite öğrencilerine ait 251 bireysel SWOT analizi, içerik analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Bu sayede, Z kuşağının güçlü ve zayıf yönleri, beceri ve yetkinlikleri, fırsat ve tehditleriyle ilgili bir profil ortaya çıkarılarak kuşakların yönetimi konusunda örgütler için bir çıktı sunulmuştur.

Araştırma sonuçlarına göre Z kuşağına üye üniversite öğrencilerinin kendileriyle ilgili gördükleri en güçlü ilk 10 özellik, sırasıyla, beşeri ilişkiler becerisi, sanat/spor/hobi ile uğraşma, kararlılık, öğrenme ve gelişim odaklılık, sosyallik, güvenilirlik, sorumluluk bilinci, çalışkanlık, mücadele becerisi ve yenilikçi olmalarıdır. Liderlik, teknik beceri, ikna becerisi, girişkenlik, özgüven, takım çalışması, esneklik ve pratiklik gibi özellikler, Z kuşağının diğer güçlü özellikleri içerisinde göze çarpmaktadır.

Z kuşağının kendileriyle ilgili gördükleri en zayıf ilk 10 yönleri ise duygusallık (duygularını yönetememe), yabancı dil eksikliği, sinir/öfke, korku/kaygı, çekingenlik/utangaçlık, güven sorunları, teknik yetersizlik, sabırsızlık, zayıf hafıza ve tembelliktir. Z kuşağının diğer öne çıkan zayıf yönleri; kolay vazgeçme, çabuk sıkılma, iletişim sorunları, inat, odaklanamama, bencillik ve aceleciliktir.

Z kuşağının fırsat olarak gördüğü ilk 5 unsur, sırasıyla, aile desteği, sosyal sermayeleri, iyi bir üniversite okumak, iyi bir bölümde okumak ve yaşadığı şehrin sunduğu avantajlar iken tehdit olarak gördükleri ilk 5 faktör ise rakipler, işletmelerin nitelikli insan kaynağı talebi, DGS/KPSS'yi kazanamamak, işsizlik ve ekonomik/siyasi krizlerdir.

Yazında, çalışma sonuçlarını destekleyici aktarımlar vardır. Y kuşağının işbirlikçi, yaratıcı, yenilikçi ve teknolojik olduğu bilinmektedir (Deneçli ve Deneçli, 2015; Çetin ve Karalar, 2016; turkishtimedergi, 2020). Bunun yanında Taş ve diğerleri (2017: 1033-1038), Z kuşağının araştırmacı, sürekli öğrenme içinde olan, teknolojiyi hemen kavrayan, işlerini hızlı ve düzenli biçimde yerine getiren, bilgisayar ve dijital teknolojiyi çok yoğun kullanan ve bilgisayarsız, cep telefonsuz bir hayatı hayal bile edemeyen bireyler olmalarından bahsetmiştir. Ayrıca Z kuşağının, sosyal olaylara, çevreye, teknolojik gelişmeler, barış ve adalet duyarlı olduğu çeşitli çalışmalarda ifade edilmektedir (ikiletisim.wordpress, 2020; humanica, 2020). Yine dürüst olmaları, ne istediklerini bilmeleri, girişimcilikleri, farklılıklara duyarlı olmaları (turkishtimedergi, 2020), araştırma neticesinde tespit edilen diğer Z kuşağı özellikleri ile benzerlik gösteren verilerdir.

Yine araştırma bulgularını destekler nitelikte, Z kuşağının sabırsızlık, sadakatsizlik, kolay iletişim kuramama, düşük aidiyet duygusuna sahip olma, kolay sıkılma ve vazgeçme, sık iş değiştirme ve bireysel hareket etme özelliklerinin olduğunu belirten açıklamalar vardır (Taş vd., 2017: 1033-1034, 1040; Savaş ve Karataş, 2019: 232; turkishtimedergi, 2020). Yine Z kuşağı, sonuç odaklı, tatminsiz ve kararsız olmaları, yalnız yaşamayı tercih etmeleri (humanica, 2020) ile tanınmaktadır. Taş ve diğerleri (2017: 1041), araştırma sonuçlarına paralel şekilde, teknoloji ve kolay bilginin gölgesinde yetişen Z kuşağının hızlı ve aceleci olduğunu, her şeyi, her yerde ve hemen istediğinden söz etmiştir. Bu aktarımların yanında Z kuşağının ben merkezli, sürekli yükselme beklentisi

içinde, aceleci ve sabırsız olması (turkishtimedergi, 2020), Z kuşağına dair aktarılan ve araştırma sonuçlarına paralel diğer olumsuz özelliklerdir.

SWOT analizi, bireylerin güçlü ve zayıf taraflarını tanıyabilecekleri, etraflarındaki fırsat ve tehditleri görmelerini sağlayan ve mevcut durumlarını ortaya döken oldukça kullanışlı bir tekniktir. Bu teknik sayesinde bireyler, becerilerini, eksikliklerini, potansiyellerini fark ettikleri gibi fırsat ve tehditleri tahmin ederek gelecek yönelimlerini de tayin edebilmektedir.

Başarılı bir kariyer planı yapmak isteyen bireyler, güçlü yönlerini korumak ya da daha güçlü yapmak, zayıf yönlerini bertaraf etmek, fırsatlarını değerlendirmek ve tehditlerden kaçınmak ya da tehditlere karşı önlem almak adına adımlar atmalıdır. Bireysel kariyer planlaması konusunda örgütlere de düşen görevler söz konusudur. Özellikle son zamanlarda daha demokratik, özgür, katılımcı, gelişim ve öğrenme fırsatlarının olduğu, esnek ve çalışan odaklı örgütlere olan talebin artmasıyla birlikte örgütlerin de bireysel kariyer amaçlarını desteklemesi önemli hale gelmiştir. Çünkü bireysel amaçlar ile örgüt amaçları ortak bir noktada buluştuğu (amaç birliği sağlandığı) sürece işletmeler sürdürülebilir olacaktır.

Araştırmada, sadece öğrencilerin görüşlerine başvurulmuştur. Bu araştırma açısından bir kısıt oluşturmaktadır. Bundan sonraki yapılacak araştırmalarda bireysel görüşlerin yanında, çoklu ve farklı yönlerden Z kuşağının güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditlerinin daha sağlıklı değerlendirilmesi adına bu kişilerin ailelerinin, arkadaşlarının, derlerine giren hocalarının ya da çalışıyorlar ise yöneticilerinin ve çalışma arkadaşlarının görüşlerine başvurulabilir.

Bu çalışmada, Z kuşağına üye üniversite öğrencilerine “Güçlü ve zayıf yönleriniz, tehdit ve fırsatlarınız nedir?” sorusu sorularak Z kuşağının bireysel özellikleri ile ilgili bir sonuç elde edilmiştir. Başka bir araştırma ile “Nedir? sorusuna “Neden?” sorusu da eklenerek hem Z kuşağı ile ilgili daha güçlü çıkarımlar elde edilebilir hem de bireysel özelliklerine yükledikleri anlamlar ve bu özelliklerin altında yatan nedenler ortaya çıkarılabilir.

Bu çalışmanın yapılmasında motivasyon kaynaklarından birisi Z kuşağının yönetimi konusunda kolaylık sağlaması adına örgütlere bir çıktı sunmaktır. Örgütler, Z kuşağının güçlü, zayıf, fırsat ve tehdit özelliklerine göre onları daha iyi anlayabilir, yönlendirebilir, motive edebilirler.

Araştırma sonuçlarına göre Z kuşağının güçlü çıkan yönlerinden hareketle örgütler, Z kuşağına mensup işgörenlerin kendilerini geliştirebilecekleri, beşeri ilişkiler becerilerini gösterebilecekleri, daha fazla öğrenebilecekleri, sorumluluk ve inisiyatif alabilecekleri, sosyalleşebilecekleri, becerilerini sergileyebilecekleri, sanat, spor ya da hobiler ile uğraşabilecekleri, güvenildiklerini hissedecekleri, mücadeleciler ve yenilikçi çalışma ortamları oluşturarak onları daha çok motive edilebilir ve cesaretlendirilebilirler.

Yine örgütler, Z kuşağının zayıf yönlerinin ortadan kaldırılması, törpülenmesi ya da azalması adına Z kuşağına; duygularını yönetebilmeleri, sinir, sabır, öfke, kaygı kontrolü ve güven sorunu için eğitimler ya da destekleyici uygulamalar, yaptıkları işlere dair uzmanlık sahibi olabilecekleri teknik eğitimler, yabancı dil öğrenebilecekleri kurslar, utangaçlık ve çekingenliklerini atmak için toplum içinde konuşma, sunum yapma ya da sorumluluk alma gibi fırsatlar sunabilirler.

YAZARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazar, çalışmanın tümüne tek başına katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

Akdemir, A. ve Konakay, G. (2013). Stratejik analiz: Dış ve iç çevre analizi. A. Akdemir ve İ. C. Ulukan (Ed.), *Stratejik yönetim içinde* (22-45), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Akdemir, A., Konakay, G., Demirkaya, H., Noyan, A., Demir, B., Ağ, C., Pehlivan, Ç., Özdemir, E., Akduman, G., Eregez, H., Öztürk, İ ve Balcı, O. (2013). Y kuşağının kariyer algısı, kariyer değişimi ve liderlik tarzı beklentilerinin araştırılması. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 11-42.

- Aytaç, S. (2005). *Çalışma yaşamında kariyer*. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Baran, M. (2014). Y kuşağının zorunlu askerlik hizmetinden beklentilerinin analizi. Yüksek Lisans Tezi, Harp Akademileri Stratejik Araştırmalar Enstitüsü Savunma Kaynakları Yönetimi Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Çetin, C., Arslan, M. L. ve Dinç, E. (2015). *İnsan kaynakları yönetimi*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Çetin, C. ve Karalar, S. (2016). X, Y ve Z kuşağı öğrencilerin çok yönlü ve sınırsız kariyer algıları üzerine bir araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi (Journal of Administrative Sciences)*, 14 (28), 157-197.
- Çorbacıoğlu, S. (2013). Stratejik yönetim. S. Sözen (Ed.), *Yönetim bilimi-II* içinde (2-30), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- David, F. R. (2011). *Strategic management: Concepts and cases*. N.J: Pearson-Prentice Hall.
- Deneçli, E. ve Deneçli, S. (2015). Nabza göre şerbet, kuşağa göre etkinlik: Eğlencenin pazarlanması ve kuşaklar. *Pİ Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi*, 40, 29-33.
- Desai, S. P. ve Lele, V. (2017). Correlating internet, social networks and workplace- a case of generation Z students. *Journal of Commerce & Management Thought*, 8(4), 802-815.
- Dessler, G. (2013). *Human resources management*. USA: Pearson.
- Elmore, T. (2019). *Six defining characteristics of generation Z*. Erişim adresi: <https://growingleaders.com/blog/six-defining-characteristics-of-generation-z/>, (18.04.2021).
- Ergun Özer, D. (2013). Performans değerlendirme ve kariyer yönetimi. R. Geylan ve H. Z. Tonus (Ed.), *İnsan kaynakları yönetimi* içinde (110-156), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Humanica. (2020). *Kuşakları anlamak ve yönetmek*. Erişim adresi: <http://www.humanica.com.tr/kusaklari-anlamak-yonetmek/>, (01.01.2021).
- İK ve İletişim. (2020). *Z kuşağı gümbür gümbür geliyor*. Erişim adresi: <https://ikiletisim.wordpress.com/2014/09/03/z-kusagi-gumbur-gumbur-geliyor/>, (01.01.2021).
- Kempner, T. (1980). *A handbook of management*. Middlesex: Penguin Book.
- Kotler, P. (1984). *Pazarlama yönetimi*. E. Yaman (Çev.), İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Lenhart, A. (2013). *Teens, social media, and privacy: Reputation management, third party access, and exposure to advertising*. Erişim adresi: <https://www.pewresearch.org/internet/2013/06/25/teens-social-media-and-privacy-reputation-management-third-party-access-exposure-to-advertising/>, (18.04.2021).
- Levickaite, R. (2010). Generations X, Y, Z: How social networks form the concept of the world without borders (the case of Lithuania). *LIMES: Cultural Regionalistics*, 3(2), 170-183.
- Mathis, R. L. ve Jackson, J. H. (2006). *Human resources management*. USA: Thomson South Western.
- Palfrey, J. ve Gasser, U. (2008). *Born digital: Understanding the first generation of digital natives*. New York: Basic Books.
- Patton, M. Q. (2005). *Qualitative research*. New York: John Wiley and Sons.
- Penfold, R. (2017). *Your Next Hire Is Already Employed*. Erişim adresi: <https://info.jobbio.com/gen-z-ebook/>, (17.04.2021).
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1-6.
- Reeves, T. C. ve Oh, E. (2008). Generational differences. *Handbook of research on educational communications and technology*, 3, 295-303.
- Saruhan, Ş. C ve Yıldız, M. L. (2012). *İnsan kaynakları yönetimi*. Bursa: Alfa Yayınları.
- Savaş, S. ve Karataş, S. (2019). *Z kuşağı öğrencisini tanımak*. Ankara: Eğitim Yöneticileri ve Uzmanları Derneği Yayınları.

- Sladek, B. S. ve Grabinger, A. (2016). *Gen Z: The first generation of the 21st century has arrived!*. Erişim adresi: https://www.xyzuniversity.com/wp-content/uploads/2018/08/GenZ_Final-d11.pdf, (15.11.2020).
- Strauss, W. ve Howe, N. (1991). *Generations: The history of America's future, 1584 to 2069*. New York: Perennial.
- Tabscott, J. (2009). *Grown up digital: how the net generation is changing your world*. New York: McGraw-Hill.
- Tapscott, D. (2009). *Grown up digital*. Boston: McGraw-Hill Education.
- Taş, H. Y., Demirdöğmez, M. ve Küçükoğlu, M. (2017). Geleceğimiz olan z kuşağının çalışma hayatına muhtemel etkileri, *OPUS-Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi (International Journal of Society Researches)*, 7 (7), 13, 1031-1048.
- Taşçı, D. (2004). Kariyer yönetimi. R. Geylan (Ed.), *İnsan kaynakları yönetimi* içinde, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Tari, A. (2010). *Az Y és mögötte a Z generáció*. Erişim Yeri: http://www.budapestedu.hu/data/cms47443/okopannon_tari.pdf, (18.04.2021).
- Toruntay, H. (2011). *Takım rolleri çalışması: X ve y kuşağı üzerinde karşılaştırmalı bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Turkishtimedergi. (2020). *Z kuşağı iş hayatına adımını atıyor*. Erişim Adresi: <http://www.turkishtimedergi.com/insan-kaynaklari/ve-z-kusagi-is-hayatina-adimini-atiyor/>, (04.01.2021).
- Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy- and completely unprepared for adulthood and what that means for the rest of us*. New York: Atria Books.
- Ulukan, İ. C. (2013). Stratejilerin analizi ve seçimi. A. Akdemir ve İ. C. Ulukan (Ed.) *Stratejik yönetim* içinde (104-128), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Ülgen, H. ve Mirze, K. (2007). *İşletmelerde stratejik yönetim*. İstanbul: Arıkan Yayınları.
- Williams, S. (2010). Welcome to generation Z. *B&T Magazine*, 60 (2731), 12.

HİBRİT REGRESYON MODELLERİ İLE BİST'E ETKİ EDEN G20 ENDEKSLERİNİN BELİRLENMESİ*

DETERMINATION OF G20 INDICES AFFECTING BIST WITH HYBRID REGRESSION MODELS

Dr. Ahmet SEL¹

ÖZ

Yatırımcılar için borsa endekslerinin yönelim tahmini endeksin etkilendiği çok fazla değişken olmasından dolayı zor olduğu kadar ihtiyaç duyulan bir konudur. Küresel olaylar, politika yapıcıların davranışları, ekonomik faktörler ile özellikle son dönemde görülen salgın hastalıklar endekslerin fazlasıyla değişkenlik göstermesine sebep olmuştur. Bu çalışmada parametrik olmayan regresyon modelleri ve hibrit yaklaşımları kullanarak BİST 100 endeksine etki eden G20 endeksleri incelenmiştir. Veri setinde 2010/01/01 ve 2019/12/31 tarihleri arasında endeks günlerinin açık olduğu ortak günler dikkate alınarak 2432 günlük kapanış değerleri kullanılmıştır. Bağımsız değişkenler Bovespa, İtalya40, KOSPI, Nikkei 225, BMVIIPC ve Shanghai endeksleri seçilmiştir. Çalışmada veri madenciliği uygulamaları Knime programı yardımıyla 30 bölütleme için en yüksek $R^2=0,9918$ için en düşük MAE=0,0650, MSE=0,0082 ve RMSE=0,0903 değerleri bulunmuştur. Analiz sonuçlarına göre Bovespa, İtalya40, KOSPI, Nikkei 225 ve BMVIIPC endekslerinin BİST-100 endeksini pozitif yönlü olarak etkilediği, Shanghai endeksinin ise negatif yönlü etkilediği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Veri Madenciliği, Büyük Veri, Hibrit Makine Öğrenmesi, Regresyon.

JEL Sınıflandırma Kodları: C13, C53, E27.


ABSTRACT

For investors, the prediction of the trend of the stock market indices is not only a difficult but needed issue due to various variables that affect the index. Global events, policymakers' actions, economic variables and, in particular, recent epidemics have caused indices to respond more than once. Using hybrid regression models, the study aims to predict the relationship between BİST 100 index and G20 index. The closing values of 2,432 days are taken as the data set by considering the common days when the index days between 2010/01/01 and 2019/12/31 are open. Independent variables, Bovespa, Italy40, KOSPI, Nikkei 225, BMVIIPC, Shanghai and Tadawul, are obtained by taking into account the correlation values of indices which are expected to have an effect on the BİST index in the G20 countries, with an absolute value below 0.80. In the study, data mining applications have found the highest $R^2 = 0.9918$ for 30 segmentation with the Knime program, the lowest MAE = 0.0650, MSE = 0.0082 and RMSE = 0.0903. According to the results of the analysis, it is determined that Bovespa, Italy40, KOSPI, Nikkei 225 and BMVIIPC indices affect BIST-100 index positively, and Shanghai index negatively.

Keywords: Data Mining, Big Data, Hybrid Machine Learning, Regression.

JEL Classification Codes: C13, C53, E27.

* Bu çalışma 1-4 Ekim 2020 tarihlerinde 1. Uluslararası Uygulamalı İstatistik Kongresi'nde sunulan ve bildiri özet kitabında "Determination of G20 Indices Affecting BIST with Hybrid Regression Models" başlığıyla basılan bildirinin revize edilmiş halidir.

¹  T. C. Milli Eğitim Bakanlığı, selahmet43@gmail.com

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

Investors can invest in any product they want and sell it with ease. As a result, the positive or negative consequences of any case have an effect on markets in other countries. Financial markets have emerged from a position that can be considered separate from one another, particularly in light of recent events. Data mining methods go beyond routine statistical methods in terms of big data analysis and obtaining different relationships and patterns on the basis of data. The advancement of technology and the increase in storage areas have made big data analysis a necessity. The increase in the programs and applications used in the field of data mining has been beneficial for the analysis to be done more easily. Data mining, which has many application areas, is preferred in the application of main methods such as association, clustering, causality and classification. The impact of the G20 countries' indices on the BIST 100 index was examined in this report. Data mining approaches have been favoured over big data analysis methods since Index data spans a decade. The Knime software was used to complete the applications. Machine learning models and hybrid methods were used in the study to increase the performance values of regression models. With the aid of the evaluations obtained prior to the start of the pandemic, it was attempted to evaluate the impact and direction of the indices to which the BIST 100 index is associated. The evolution of the BIST index in the normalization phase after the pandemic can thus be seen with the aid of similar indices using the results obtained. Furthermore, the findings are expected to aid in the direction of investments and portfolio diversification.

Design/methodology/approach:

The increase in the amount of data and the creation of the appropriate resources for analyzing this data has increased interest in analyzing the collected data in recent years, thanks to advancements in information and communication technologies. Data mining activities have become commonplace in both the academic and business worlds as a result of the innovations. Since the random forest method, support vector regression analysis, and machine learning approaches were combined in the research, a hybrid approach was used. Furthermore, data mining techniques have been studied using the Knime software due to the large number of data and the preference for hybrid methods. The study's variables were found and normalized to find standardized values. Using the random forest regression method under the segment node, a model with the best output was found by repeating operations up to 50 segments and checking the number of segments in multiples of 5.

Findings:

The results of random forest, support vector, and hybrid regression models, as well as their combinations, were compared in this analysis. Between January 1, 2010 and December 31, 2019, the independent variables Bovespa, Italy40, KOSPI, Nikkei 225, BMVIIPC, and Shanghai indices were chosen for the dependent variable BIST 100. Variables with an absolute correlation value of less than 0.80 were used as a precaution against the multiple association issue since the regression model was used in this collection. Using data mining applications, the Knime software and python plugin were used to construct the applications. For the results, 30 segmentation had the highest $R^2 = 0.9918$ and the lowest MAE = 0.0650, MSE = 0.0082, and RMSE = 0.0903. In addition, the "rbf" kernel structure was chosen in the support vector regression model, and the data was divided into training (66%) and test (33%) data for review.

Conclusion and Discussion:

R^2 : 0.940 was calibrated for the support vector regression model, while this value was 95.8% in the hybrid process, according to the results of the study. The applied method has been found to be more efficient, and the random forest method can also be used to solve the visualization problem. The BIST-100 index was found to be positively affected by the Brazil-Bovespa, Italy-Italy40, South Korea-KOSPI, Japan-Nikkei 225, and Mexico-BMVIIPC indices. The countries whose indices contributed the most to the BIST-100 index were Japan, Mexico, Brazil, and South Korea, according to the findings. The China-Shanghai index was found to have a negative effect. BIST-100 is unaffected by the Saudi Arabia-Tadawul index. The impact of increases and decreases in related country indices on the BIST index was investigated in this report. The findings are expected to aid decision-makers in their investment decisions. Different machine learning approaches and models are thought to be contributed to the literature in future research by creating different hybrid methods.

1. GİRİŞ

Dünyanın herhangi bir yerinde piyasa ve fiyatlar üzerinde etkili olabilecek bir haber anında ulaşmakta ve borsalar reaksiyon gösterebilmektedir. Sermaye hareketlerinin önündeki engellerin de kalkmasıyla birlikte bütün piyasalar aynı bilgiyi aynı anda elde ettiği için hisse senetleri arasında fiyat farklılıkları ortadan kalkmış ve piyasalar birlikte hareket etmeye başlamıştır (Yıldız ve Aksoy, 2014:22). Yatırımcılar istedikleri ürüne yatırım yapabildikleri gibi satış konusunda da sıkıntı yaşamamaktadırlar. Bu nedenle meydana gelen herhangi bir olayın olumlu ya da olumsuz etkileri diğer ülke piyasalarını da etkilemektedir. Özellikle son gelişmelerle finansal piyasalar birbirinden ayrı olarak düşünülebilecek bir konumdan çıkmıştır.

Yatırım argümanları günümüzde fazlasıyla olmasına rağmen hisse senetleri bu konuda temel olarak nitelendirilebilir. Hisse senetleri getirileri fazla olabilmesine karşın risk seviyeleri de bir o kadar yüksektir. Buna rağmen modellerle yardımcıyla riskler analiz edilebilmektedir. Bunların bir tanesi de hisse senetlerinin çeşitlendirilmesidir. Çeşitlendirme yoluyla yatırım sepetine dahil olan yatırım araçları riskin azaltılmasında etkili olabilmektedir. Çeşitlendirme de ana yöntem ilişki oranları az olan argümanların sepete dahil edilmesidir. Çeşitlendirme yönteminde hisse senedi bazında olduğu gibi borsaların birbirleriyle olan ilişkileri de büyük önem taşımaktadır. İlgili borsa altında bulunan hisseler borsa genel endeksinin ani hareketlerine genellikle aynı yönlü tepki vermektedirler. Aralık 2019'da ortaya çıkan koronavirüs (Covid-19) pandemisi piyasalarda ve yatırım araçlarının çoğunda olağan dışı dalgalanmalara sebep olmuştur. Teknolojinin ilerlemesi ile dünya piyasalarının tamamına ulaşabilen yatırımcılar için farklı borsalara yatırım imkânı sağlaması çeşitlendirmeye imkân tanımıştır. Özellikle çeşitlendirme konusunda tahminlerin doğruluğu başarılı kararlar alınmasını sağlar ve yatırımcıların fayda maksimizasyonuna ulaşmasına imkân tanır.

Veri madenciliği yöntemleri büyük veri analizi ve verinin temelinde olan farklı ilişki ve örüntülerin elde edilmesi yönünden rutin istatistiksel yöntemlerin dışına çıkmaktadır. Teknolojinin ilerlemesi ve depolama alanlarının artması büyük veri analizini bir gereklilik haline getirmiştir. Veri madenciliği alanında kullanılan programların ve uygulamaların artması analizlerin daha rahat yapılabilmesi konusunda faydalı olmuştur. Birçok uygulama alanı olan veri madenciliği ilişkilendirme, kümeleme, nedensellik ve sınıflama gibi ana yöntemlerin uygulanmasında tercih edilmektedir.

Bu çalışmada, G20 ülkeleri endekslerinin BİST 100 endeksine olan etkisi araştırılmıştır. Uygulamada G-20 ülkelerinin seçilme nedeni, Dünya ekonomisinin yaklaşık %85'ini, ticaretinin %75'ini ve nüfusunun 2/3'ünü temsil etmekte olan G20, farklı kıtalardan gelişmiş ve yükselen ekonomileri aynı platformda bir araya getiren, kapsayıcı yapısıyla uluslararası ekonomik düzlemde profili giderek yükselen bir oluşum olarak kendisini göstermesidir (Dışişleri Bakanlığı, 2020). Endeks verileri on yılı kapsamasından dolayı büyük veri analizi yöntemlerinden veri madenciliği yöntemleri tercih edilmiştir. Uygulamalar Ktime programı yardımcıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmada makine öğrenme modelleri ve hibrit yaklaşımlar kullanılarak regresyon modellerinin başarı değerleri artırılmıştır. Elde edilen değerlendirmeler yardımcıyla pandemi süreci başlamadan önce BİST 100 endeksinin ilişkili olduğu endekslerin etkisi ve yönü belirlenmeye çalışılmıştır. Böylelikle elde edilen sonuçlar yardımcıyla pandemi sonrası normalleşme sürecinde BİST endeksinin gelişimi ilişkili endeksler yardımcıyla görülebilecektir. Ayrıca sonuçların yatırımların yönlendirilmesi ve portföy çeşitlendirilmesinde yardımcı olması beklenmektedir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

BİST endeksinin tahmini konusunda literatürde genellikle Yapay Sinir Ağları (YSA) ve makine öğrenme yöntemleri kullanılarak yapılan çalışmalar incelendiğinde; Diler (2003), çalışmada bir gün gecikmeli veriler ile BİST 100 endeksini tahmin etmiştir. Sonuç olarak %60,81 açıklama oranı ile fiyat yönü tahmini gerçekleştirmiştir. Karaatlı, Güngör, Demir ve Kalaycı (2005), çalışmalarında BİST endeksi kapanış fiyatını YSA ve regresyon yöntemi ile tahmin etmiştir. Bağımsız değişkenler olarak faiz, tasarruf mevduatı ve enflasyon oranı, altın fiyatı, sanayi üretim endeksi ve Dolar kurunu kullanarak aylık tahminlerde bulunmuştur. Modeller arasında YSA modeli performansına daha yüksek elde edilmiştir. Altay ve Satman (2005), çalışmalarında BİST endeksi için yön ve nokta tahmininde bulunmuşlardır. YSA ve regresyon modeli kullanılan analizlerde nokta tahmini için her iki model ile yaklaşık değerler elde edilirken, yön tahmininde YSA modeli regresyon modeline göre daha iyi performans göstermiştir. Yıldız, Yalama ve Coşkun (2008), çalışmalarında YSA yardımcıyla bir gün gecikmeli veriler ile BİST 100 endeksini tahmin etmişlerdir. Bağımsız değişkenler BİST endeksinin en düşük, en yüksek, kapanış fiyatları ve ayrıca TL-Dolar kurudur. Sonuç olarak elde edilen model ile %54,37 performans elde edilmiştir. Kara,

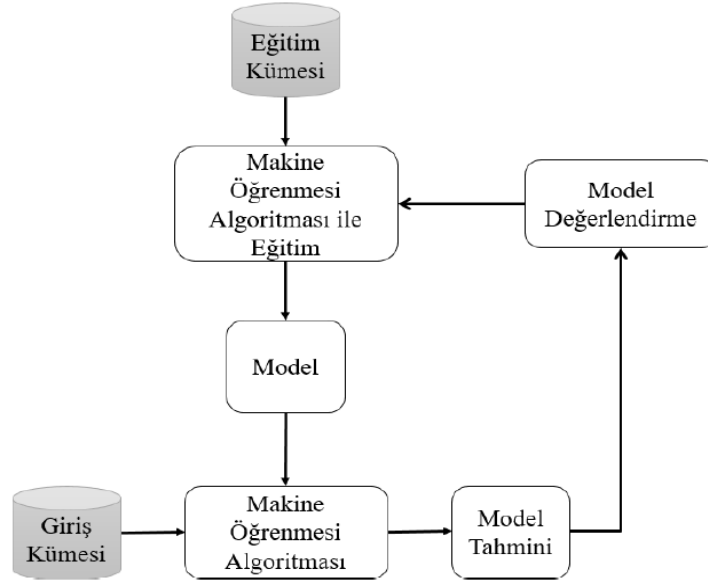
Boyacıoğlu ve Baykan (2011), çalışmalarında BİST 100 endeks değerini destek vektör makineleri ve YSA modeli ile tahmin etmişlerdir. Bağımsız değişken olarak 10 adet teknik gösterge kullanılmıştır. Sonuç olarak YSA modeli %75,74 ve destek vektör makineleri %71,52 oranında doğru tahmin etmiştir. Aygören, Sarıtaş ve Morali (2012), çalışmalarında BİST 100 endeks değeri tahmini için YSA ve Newton nümerik arama modelleri denenmiş ve performansları karşılaştırılmıştır. Sonuç olarak YSA modelinin performansı daha yüksek olduğu görülmüştür. Özçalıcı ve Ayrıçay (2016), çalışmalarında teknik göstergeler yardımıyla genetik algoritma tabanlı uzman bir sistem tasarlamıştır. Sonuç olarak 53 adet teknik gösterge için, kapanış fiyatlarının 6 günlük üçgenel hareketinin ortalamasının daha etkin olduğu görülmüştür. Filiz, Karaboğa ve Akoğul (2017), çalışmalarında BİST-50 endeksini makine öğrenmesi metotları ve YSA kullanılarak incelemişlerdir. Bağımlı değişken BİST-50 için bağımsız değişkenler; DAX, S&P 500, BİSTSINAİ, BİSTMALİ, FTSE, BİSTBANK, Ham Petrol Fiyatı, Euro/Dolar Paritesi, Faiz oranları ve GOLDINDEX kullanılmıştır. Analizde k-NN, Naive Bayes, C4.5 ve YSA modelleri kullanılmıştır. Sonuç olarak C4.5 algoritması %92,71 başarı oranı ile en iyi performansı göstermiştir. Özer, Sarı ve Başakın (2017), çalışmalarında BİST 100 endeksi değeri tahminini bağımsız değişkenler; Almanya, Hindistan, Meksika, İstanbul, ABD, Çin, İngiltere ve Fransa endeksleri kullanılarak YSA ve bulanık mantık yöntemleriyle gerçekleştirmiştir. Sonuç olarak bulanık mantık tekniğinin diğerlerine göre daha iyi bir performans sergilediği görülmüştür. Kara (2019), çalışmasında bağımsız değişken olarak teknik göstergeler kullanarak borsa endeksi hareket yönünü tahmin etmeye çalışmıştır. Makine öğrenmesi yöntemlerinden Naive Bayes, Destek Vektör Makineleri, YSA, Karar Ağaçları, k-En Yakın Komşuluk yöntemleri ile Doğrusal Diskriminant Analizi ve Lojistik Regresyon kullanılarak denemeler gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak %83,83 ile YSA'nın yüksek performans gösterdiği belirlenmiştir. Pabuççu (2019), çalışmasında YSA, destek vektör makineleri ve Naive Bayes yöntemleri ile bağımlı değişken olan Borsa endeksini bağımsız değişkenler olan on teknik gösterge ile tahmin etmiştir. Analiz sonucunda her üç modelinde başarılı olmasına rağmen YSA modelinin performansının daha fazla olduğu görülmüştür.

Ayrıca BİST endeksine etki eden değişkenler için regresyon ve zaman serileri yöntemleri kullanılarak yapılan çalışmalar incelenmiştir. Özmerdivanlı (2014), çalışmasında BİST 100 endeksi ile petrol fiyatları ilişkisini Granger nedensellik ve eş bütünleşme yöntemi kullanarak incelemiştir. Eş bütünleşme testi sonucunda petrol fiyatları ile BİST 100 endeksi için uzun dönem, nedensellik analizi sonucunda ise tek yönlü nedensellik belirlenmiştir. Yıldız ve Aksoy (2014), çalışmalarında gelişmekte olan endeksler olan Morgan Stanley ile BİST arasında hata düzeltme modeli, eşbütünleşme ve Engle- Granger yöntemi kullanılarak ilişki olup olmadığı incelenmiştir. Eşbütünleşme analizi sonucuna göre serilerin uzun dönemde birlikte hareket etmekte olduğu ve portföy çeşitlendirmesine uygun oldukları görülmüştür. Şimşek (2016), çalışmasında BRICS ülkeleri ve BİST hisse senedi piyasalarının etkileşimini ARCH ve GARCH modelleri kullanarak araştırmıştır. Sonuç olarak; BRICS ile BİST ülkelerinin ilişkili olduğu ve bu ilişki en fazla Güney Afrika ve Hindistan ülkeleri arasında olduğu tespit edilmiştir. Tekin ve Hatipoğlu (2017), çalışmalarında kantil regresyon yöntemi kullanarak BİST endeksine dolar kurunun, petrol fiyatlarının ve VIX endeksinin etkisini araştırmıştır. Analiz sonucunda; önemli ölçüde volatilité endeksinden etkilendiği, Dolar kurunun ise yüksek kantillerde BİST üzerinde etkili olduğu ve Petrol ile BİST arasında asimetric bir ilişki olmadığı görülmüştür. Caba (2017), çalışmasında firma büyüklüğü ve finansal kaldıraçın işletme finansal performansında etkisinin yönü araştırılmıştır. BİST Sınai Endeksi üzerinde yapılan çalışmada çoklu regresyon yöntemi kullanılmıştır. Sonuç olarak firma büyüklüğü ve finansal kaldıraçların işletmelerin finansal performansı üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Güney ve Iğın (2019), çalışmalarında BİST 100 endeksi bağımlı değişken iken altın fiyatları, döviz kuru ve faiz oranlarının bağımsız değişken olarak alınmıştır. Çalışmada etki analizleri Johansen eşbütünleşme testi, Granger Nedensellik Analizi ve VAR modeli ile incelenmiştir. Sonuç olarak, BİST100 ile faiz ve altın arasında çift yönlü; döviz, altın ve faiz arasında ise tek yönlü nedensellik olduğu görülmüştür. Varyans ayrıştırması ve etki tepki analizi sonucunda ise BİST100 endeksine karşı alternatif yatırımların sırasıyla faiz oranları, döviz kurları ve altın fiyatları olduğu tespit edilmiştir. Güngör ve Polat (2020), çalışmalarında bağımlı değişken BİST'teki sektörler olmak üzere bağımsız değişkenler; döviz kuru, altın fiyatı ve faiz oranı kullanılmıştır. Sonuç olarak yatırım araçlarının hisse senedi fiyatını negatif yönde etkilediği görülmüştür. Altın fiyatı etkisiz bulunurken anlamlı olan döviz kurunun, hisse senedi fiyatını faiz oranından daha çok etkilediği belirlenmiştir.

3. YÖNTEM

Son yıllarda, bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler yardımıyla veri miktarının artması ve bu verilerin analizi için gerekli araçların gelişmesi, toplanan verilerin analiz edilmesine yönelik ilgiyi de arttırmıştır.

Meydana gelen gelişmelere paralel olarak gerek akademik gerekse iş dünyasında veri madenciliği uygulamalarının yaygınlaştığı görülmektedir. Veri madenciliği, toplanan verilerden anlamlı bilgiler çıkarmak, veri içerisinde gizli olan birtakım örüntüleri ve eğilimleri tespit etmek ve çeşitli değişkenler arasında ilişkiler bulmak ve böylece karar vermeye yardımcı olmak amacıyla uygulanan bir yaklaşımdır. Veri madenciliği uygulaması temelinde istatistik, yapay zekâ, makine öğrenmesi gibi farklı alanlarda geliştirilmiş birçok teknik ve yöntem kullanılmaktadır (Rygielski, Wang ve Yen, 2002:483). Hibrit kelimesi Türk Dil Kurumuna (TDK) göre iki farklı güç kaynağının bir arada bulunması veya melez anlamında kullanılmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2021). Çalışmada rasgele orman yöntemi, destek vektör regresyon analizi ve makine öğrenme yöntemleri bir arada kullanıldığından dolayı hibrit bir yaklaşım benimsenmiştir. Ayrıca veri sayısının büyüklüğü ve de hibrit yöntemlerin tercih edilmesinden dolayı, veri madenciliği yöntemleri Knime programı kullanılarak analiz edilmiştir. Uygulamanın temelinde yatan makine öğrenme süreci Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1. Temel Makine Öğrenmesi Süreci

Makine öğrenmesi yardımıyla modelin belirlenmesi ve değerlendirilmesi eğitim ve test verileri yardımıyla gerçekleşmektedir. Eğitim kümesi ile oluşturulan modelin test kümesi yardımıyla performansı değerlendirilmektedir. Eğer istenilen düzeylerde performans elde edilemezse döngü yeniden oluşturulmakta ve süreç istenilen düzey yakalanana kadar devam etmektedir.

Standart sapma; verilerin ortalamadan sapmalarını gösteren bir dağılım ölçüsüdür. Uygulamalarda çoğu zaman veriler farklı olduğu için ortalama ve varyans farklı çıkar. Normalleştirme ile farklı birimlerdeki değişkenlerin karşılaştırılmaları mümkün olur. Bu yüzden veri setinde yer alan değişkenlerin normalleştirilmesi gerekir. Normalleştirme yapılmasının avantajları (Tunç ve Ülger, 2016);

- Standartlaştırılmış sonuçlara ulaşmayı sağlar.
- Standartlaştırılmış değerler ile değişkenler arası karşılaştırma daha kolaydır.
- Karmaşıklığı ortadan kaldırır.

Çalışmada kullanılan değişkenlerin standartize edilmiş değerleri bulunarak normalleştirme işlemine tabi tutulmuştur. Z' standardize edilmiş değer olmak üzere her bir veri X için μ : ortalama ve σ : standart sapma değeri ile Denklem (1) ile normalleştirme işlemine tabi tutulmuştur.

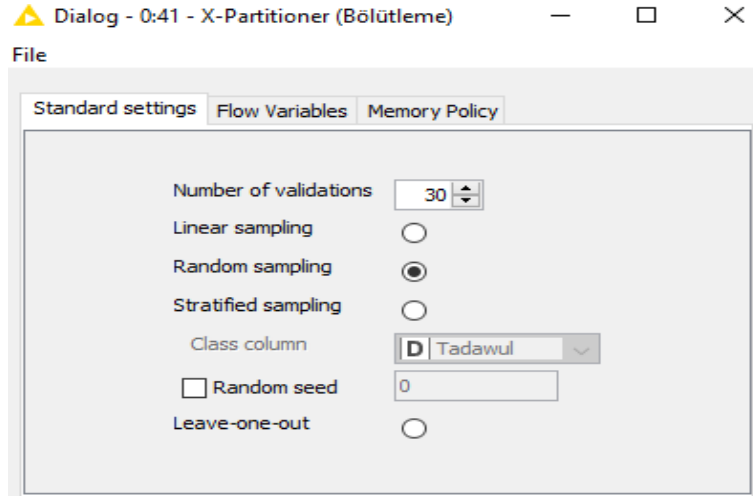
$$Z' = \frac{X - \mu}{\sigma} \quad (1)$$

Normalleştirme işlemi sonucunda elde edilen veriler için sırasıyla bölütleme, rasgele orman regresyon yöntemi, birleştirme, destek vektör regresyon analizi ve performans değerlendirme adımları izlenmiştir.

3.1. Bölütleme ve Birleştirme

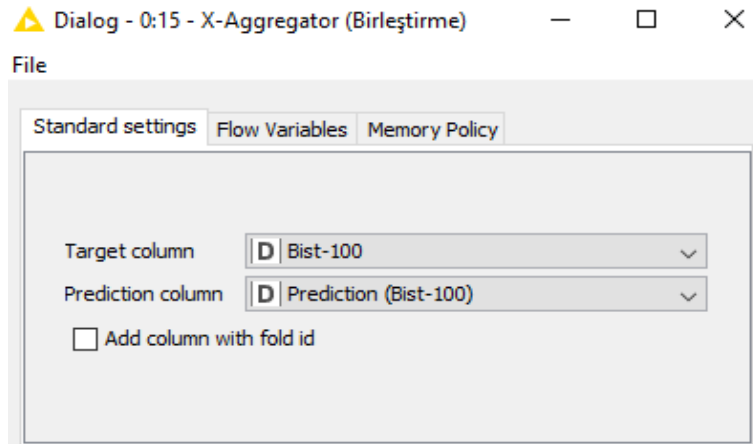
Bölütleme; veri setinin “n” parçaya ayrılması ve “n-1” parçasının eğitim, geriye kalan bir parçanın da test olarak kullanıldığı çapraz geçerlilik uygulamasıdır. Modelde bulunan tüm veriler her seferinde eğitim ve test kümesine ayrılarak “n” parçanın tamamı çalışmaya dahil olmaktadır. Örneğin, bölütleme işlemi ile n=5 parçaya ayrılan verinin n-1=4 parçası eğitim için kullanılırken bir parçası test için kullanılır. “n” kere tekrarlanan bu işlem sonucunun her biri için hesaplanan hata değerlerinin ortalaması alınarak genel hata değeri elde edilmektedir. Bölütleme işlemi ile veri madenciliği uygulamalarında verinin tamamının eğitim ve test olarak sürece katılması sağlanarak olası tek seçimden elde edilecek olan sapmalar azaltılmaktadır.

Knime programı altında X-Partitioner (X-Bölütleme) düğümü çapraz doğrulama döngüsünde ilk düğümdür. Bu adımda veri istenilen sayıda parçaya ayrılarak her seferinde yapılan işlemlerin tekrarı ile doğrulama sağlanır. Bu adımda birden fazla doğrulama yöntemi olmasına rağmen, çapraz doğrulama yineleme sayısı değiştirilerek yüksek açıklayıcılık katsayısı olan R^2 aranmıştır. Knime programı bölütleme işlemi düğümü Şekil 2’de gösterilmiştir.



Şekil 2. Knime Programı Bölütleme Düğümü

Döngünün sonunda, her yineleden sonuçları toplamak için bir X-Aggregator (X-Toplayıcısı) programa yerleştirilmesi gerekmektedir. Sonucu bir tahmin düğümünden toplar ve tahmin sınıfı ile gerçek sınıfı karşılaştırır. Bu düğüm ile tüm satırlar ve yineleme istatistikleri için tahminler elde edilir. Bu iki düğüm arasındaki tüm düğümler, yinelemelerin gerçekleştirilmesi gerektiği kadar yürütülür. Knime programı birleştirme işlemi düğümü Şekil 3’te gösterilmiştir.



Şekil 3. Knime Programı Birleştirme Düğümü

Bölütleme ve birleştirme döngüsü için doğrulama işlemi BİST endeksinin gerçek değerleri ile tahmin değerleri arasında gerçekleştirilmiştir.

3.2. Rasgele Orman Yöntemi Regresyon Analizi

Rasgele orman yönteminin oluşturduğu yapı Karar Ağaçları (KA) yapısıyla meydana gelmektedir. KA ilgili uygulamada bulunan verilerin cinsine göre ağaç yapısı yardımıyla sınıflandırma ve regresyon uygulaması yapılabilmektedir. KA modelleri için ağaç yapısında dalların oluşumu programlama dilinde yer alan “eğer” yapısını kullanmaktadır. Bu yapıyla birlikte uygulamanın başında karmaşık halde bulunan veriler birbirini takip eden katmanlı bir yapıya sahip olur.

Ağaç yapısını oluşturan dalların oluşumunda en önemli adım meydana gelen dallanmaların hangi kriter ya da öznelik değerinin dikkate alınacağına belirlenmesidir. Kaynaklar incelendiğinde bu problemin çözümünde kullanılan çeşitli yaklaşımlar olduğu görülmektedir. Bunlardan en önemli olarak kabul edilenler ise Gini indeksi, Twoing kuralı, bilgi kazancı ve bilgi kazanç oranı ile Ki-Kare olasılık tablo istatistiği yaklaşımlarıdır. ID3 algoritması tek değişkenli karar ağaçlarından olmak üzere bilgi kazancı yaklaşımını kullanırken, C4.5 algoritması bilgi kazancı ve bölünme bilgisi kavramından yararlanmaktadır. Regresyon ağacı ve sınıflandırma yöntemi olarak bilinen CART algoritması ise Twoing kuralını kullanmaktadır (Breiman, Friedman, Olshen ve Stone, 1984:28).

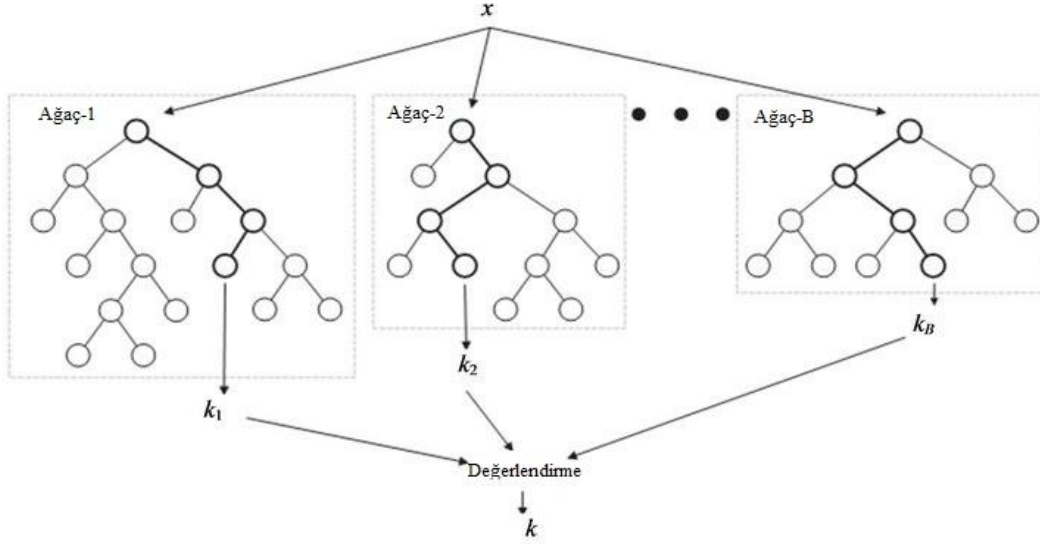
Bagging yöntemi, birçok sınıflama modeline uygulanabilmekle birlikte daha çok karar ağaçları için kullanılmaktadır. Bagging yöntemi veri setinden sınıf yapısını bozmayacak şekilde rastgele örnekler seçilerek (bootstrap) oluşturulan çok sayıda karar ağacının yaptığı sınıf tahminleri oylanarak en çok oy toplayan sınıfı asıl sınıf tahmini olacak şekilde belirleyen öğrenme yöntemidir. Bagging yönteminde art arda oluşturulan ağaçlar önceden oluşturulan ağaçlara bağımlı değildirler ve ağaçlar orijinal veri setinden bootstrap örnekleme yapılarak oluşturulmaktadır.

Rasgele Orman (Random Forests) yönteminde sonradan gelen veriye ait tahmin yapılmasının yanında, değişkenlerin önem derecesi de hesaplanmaktadır. Veri setinde çok sayıda değişken varsa, değişken önem derecesinin hesaplanması model indirgemesi açısından oldukça kullanışlıdır. Örneğin binlerce değişkenin bulunduğu veri setinde, Rasgele Orman yöntemiyle elde edilen ve önem derecesi yüksek olan değişkenler yardımıyla daha etkin tahminler yapılabilir.

Rastgele orman regresyon modelinde ağaç sayısının fazla olmasının her zaman daha yüksek performans elde etmeyi garanti etmediği söylenebilir (Breiman, 2017). Bundan dolayı veri sayısı da dikkate alınarak ağaç sayıları deneyerek elde edilen modellerin performans değerlerinin karşılaştırılması uygun görülmektedir. Elde edilen modeller için görsel çıktı eksikliği ve işlem adımlarının karmaşıklığı dezavantaj olarak görülmektedir (Akman, Genç ve Ankaralı, 2011:38). Çalışmada bu dezavantajın ortadan kaldırılması adına parametrik olmayan destek vektör regresyon modelleri sürece eklenerek hibrit yöntemler elde edilmiştir.

Rastgele orman modelinde karar ağaçlarından oluşan bir topluluk sayesinde öğrenme gerçekleşir. Regresyon ağacı modellerinin her biri, farklı satırlarda bulunan örnekler ve farklı sütunlarda yer alan öznelikler üzerinde öğrenme gerçekleştirir. Ayrıca sütunlarda yer alan özellikler çalışmanın niteliğine göre değişkenlik gösterebilir. Çıktı modeli regresyon ağacı modellerinden oluşmaktadır. Her bir model ile elde edilen modeller için tek tek tahminlerin basit bir ortalaması kullanılarak ilgili tahmin düğümüne uygulanır.

Rasgele orman yönteminin yapısı karar ağaçları topluluğundan meydana gelen bir orman yapısını andırmaktadır. Şekil 4’te rasgele orman modelinin yapısı görülebilir.

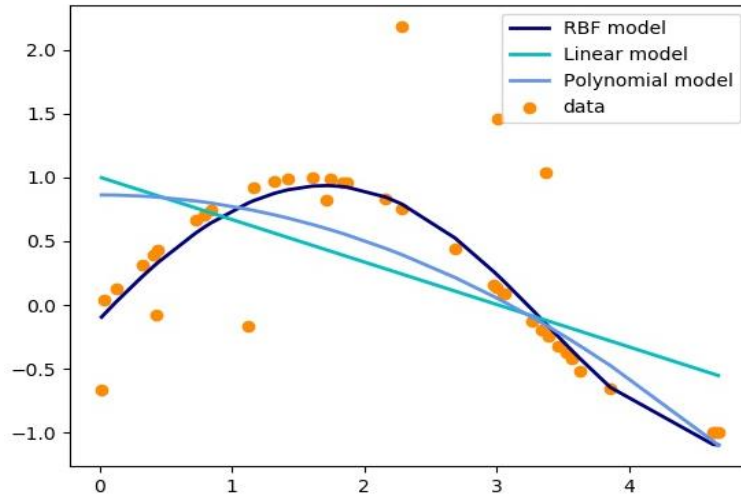


Şekil 4. Rasgele Orman Modeli Yapısı

Karar ağaçlarının her birinden elde edilen sonuçlar ($k_1, k_2, k_3, \dots, k_B$) için ortalamaları tahmin değerini (k) vermektedir. Ancak karar ağaçlarında olduğu gibi rasgele orman yönteminde elde edilen modelin görselleştirilmesi çoğu zaman sorun olabilmektedir.

3.3. Destek Vektör Makineleri

1963 yılında Vladimir Vapnik ve Alexey Chervonenkis tarafından temelleri atılan Destek Vektör Makineleri (Support Vector Machine) (SVM) istatistiksel öğrenme teorisine dayalı bir gözetimli öğrenme algoritmasıdır. Her ne kadar temelleri 60'lı yıllara dayansada 1995 yılında Vladir Vapnik, Bernhard Boser ve Isabelle Guyon tarafından geliştirilmiştir (Akpınar, 2017). SVM modelleri aşırı öğrenmeyi azaltan yapısı ile sınıflandırma ve regresyon problemlerinin çözümünde uygulanan ve daha iyi sonuçlar veren güdümlü bir öğrenme algoritmasıdır (Panigrahi ve Mantri, 2015). SVM algoritmasında, regresyon için Destek Vektör Bağlayıcısı (Support Vector Regressor-SVR) adı verilen bir yapı bulunmaktadır. SVR, regresyon hatalarını en aza indirmek için deneysel riskleri ölçer ve bunun için de bir maliyet fonksiyonu kullanır (Yu, Chen ve Chang 2016). SVM algoritması, doğrusal olan ve doğrusal olmayan türlere sahiptir. Hiper düzlemlerdeki en optimal noktayı bulabilmek için kernel adı verilen çekirdek yapıları kullanılır (Lin ve Wang, 2002). Şekil 5'te SVR modelleri için Radial Basis Function (RBF) metodu kernel yapısına göre doğrusal ve polinomal eğrilere göre daha başarılı sonuç verdiği görülmektedir.



Şekil 5. SVR (rbf)-Doğrusal-Polinomal Tahminler

Destek Vektör Makinesi yönteminde doğrusal olarak sınıflanabilen verileri birbirinden ayırt etmek için olası pek çok doğrusal fonksiyon arasından, marjini en büyük olan belirlenmektedir. Sınıflandırılacak örnekler doğrusal bir düzlemle ayrıştırılabilecek düzeyde olmadığına, bu yöntemde belirlenen bir Kernel fonksiyonu yardımı ile daha yüksek boyutlu bir uzaya aktarılması mümkün olmaktadır. Bu şekilde marjini en yüksek olan hiper düzlemler bulunur. Sonuç olarak veriler bu ayırt edici hiper düzleme göre sınıflara atanır (Coşgun ve Karağaoğlu 2011). Python programlama dili altında bulunan SVR modeli kernel yapıları {'linear', 'poly', 'rbf', 'sigmoid', 'precomputed'} seçenek olarak verilmektedir. Verinin yapısı ve model başarısının yüksekliğine göre bu yapılardan uygun olanı modele uygulanır.

3.4. Doğrulama

Uygulama sonuçlarının elde edilmesi sonucunda performans değerlendirme işlemleri için Açıklayıcılık Katsayısı (R^2) Denklem (2)'de, Ortalama Hata Kare (Mean Square Error-MSE) Denklem (3)'te, Ortalama Hata Kare Kökü (Root Mean Square Error-RMSE) Denklem (4)'te ve Ortalama Mutlak Hata (Mean Absolute Error-MAE) Denklem (5)'de olduğu gibi hesaplanmıştır.

$$R^2 = 1 - \frac{\sum_{i=1}^n (y_i - \hat{y}_i)^2}{\sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2} \quad (2)$$

$$MSE = \frac{\sum_{i=1}^n (y_i - \hat{y}_i)^2}{n} \quad (3)$$

$$RMSE = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (y_i - \hat{y}_i)^2}{n}} \quad (4)$$

$$MAE = \frac{\sum_{i=1}^n (y_i - \hat{y}_i)}{n} \quad (5)$$

Burada R^2 'nin 1'e en yakın değeri alması beklenirken hataların değerlendirilmesinde kullanılan MSE, RMSE ve MAE için en düşük değeri veren tahmin başarılı sayılacaktır.

4. UYGULAMA

4.1. Veri ve Değişkenler

Pandemi öncesi yapılan uygulama için G20 ülkelerinin verileri 01/01/2010-31/12/2019 tarihleri arasında olmak üzere (investing.com) adresinden alınmıştır. Veriler alınırken tüm ülkeler için işleme açık olduğu günler için kapanış değerleri dikkate alınmıştır. Çalışmada regresyon modelleri kullanıldığından dolayı çoklu doğrusallık sorunu olmaması adına bağımsız değişkenler arasında mutlak değerce 0,80 ve daha büyük olan değişkenler çikartılmıştır. Buna göre çikartılan endeksler ve korelasyon matrisi Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. G20 Endeksleri Korelasyon Matrisi

Endeksler	Nifty50	CAC40	DAX	DowJones	Ftse100	IDX	MOEX	NASDAQ	S&P500	S&PMerval	S&PTSX	S.Africa	
Nifty50	1,00												
CAC40	0,93	1,00											
DAX	0,93	0,96	1,00										
DowJones	0,97	0,92	0,93	1,00									
Ftse100	0,87	0,91	0,94	0,90	1,00								
IDX	0,92	0,84	0,91	0,94	0,91	1,00							
MOEX	0,89	0,82	0,76	0,89	0,72	0,78	1,00						
NASDAQ	0,98	0,93	0,93	1,00	0,89	0,93	0,90	1,00					
S&P500	0,93	0,96	0,92	0,93	0,92	0,87	0,81	0,93	1,00				
S&PMerval	0,98	0,93	0,95	0,99	0,91	0,94	0,87	0,99	0,94	1,00			
S&PTSX	0,96	0,88	0,86	0,96	0,82	0,88	0,93	0,97	0,87	0,95	1,00		
S.Africa	0,92	0,92	0,91	0,90	0,92	0,88	0,81	0,91	0,94	0,92	0,86	1,00	
	0,89	0,89	0,96	0,90	0,90	0,91	0,69	0,90	0,88	0,93	0,81	0,87	1,00

Tablo 1 incelendiğinde Nifty50 (Hindistan), CAC 40 (Fransa), DAX (Almanya), Dow Jones (Amerika), Ftse100 (İngiltere), IDX (Endonezya), MOEX (Rusya), NASDAQ (Amerika), S&P_ASX 200 (Avustralya), S&P500 (Amerika), S&P Merval (Arjantin), S&P_TSX (Kanada) ve SouthAfrica (Güney Afrika) endeksleri korelasyon değerleri 0,80'den büyük olduğundan dolayı uygulamaya alınmamıştır. Sonuç olarak elde edilen 7 bağımsız değişken için endeksler Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Bağımsız değişkenler

Borsa Adı	Ülke
Bovespa	Brezilya
İtaly40	İtalya
KOSPI	Güney Kore
Nikkei 225	Japonya
BMVIIPC	Meksika
Shanghai	Çin
Tadawul	Suudi Arabistan

Tablo 2'de yer alan bağımsız değişkenler için korelasyon matrisi Tablo 3'te gösterilmiştir.

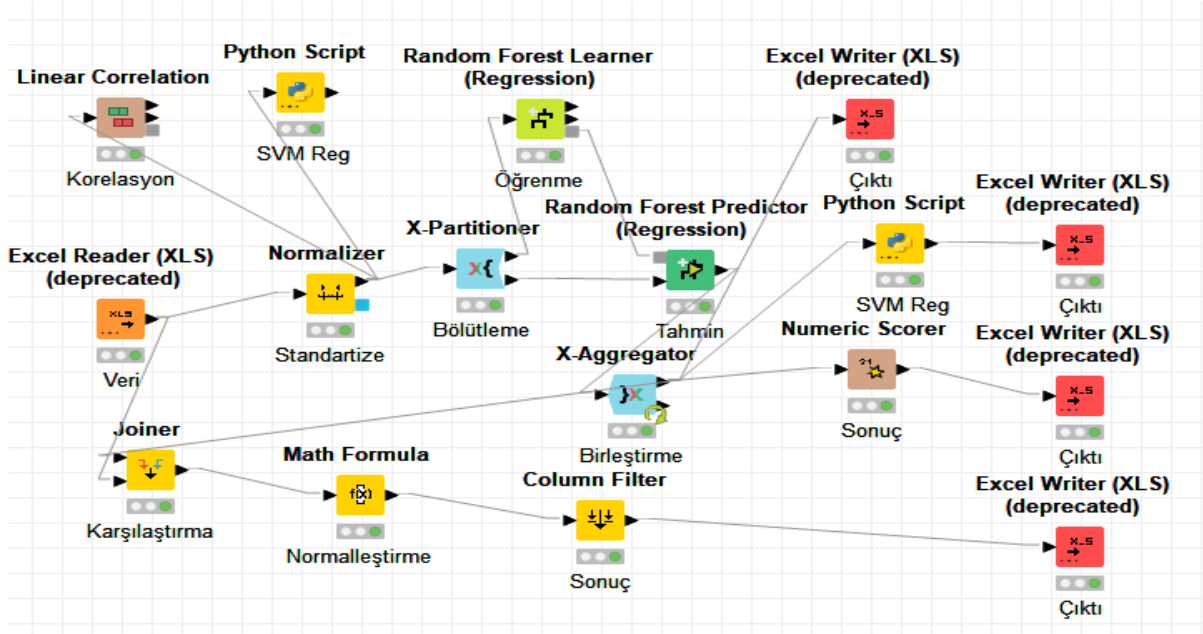
Tablo 3. Korelasyon Matrisi

Ülkeler	Endeks Adı	Bovespa	İtaly40	KOSPI	Nikkei 225	BMVIIPC	Shanghai	Tadawul
Brezilya	Bovespa	1,00	0,38	0,42	0,46	0,14	0,16	0,10
İtalya	İtaly40	0,38	1,00	0,44	0,56	0,21	0,60	0,38
G. Kore	KOSPI	0,42	0,44	1,00	0,69	0,75	0,39	0,23
Japonya	Nikkei 225	0,46	0,56	0,69	1,00	0,77	0,54	0,45
Meksika	BMVIIPC	0,14	0,21	0,75	0,77	1,00	0,36	0,31
Çin	Shanghai	0,16	0,60	0,39	0,54	0,36	1,00	0,02
S. Arabistan	Tadawul	0,10	0,38	0,23	0,45	0,31	0,02	1,00

Tablo 3 incelendiğinde bağımsız değişkenlerin aralarındaki korelasyon değerleri 0.80'den düşük olduğundan dolayı analize dahil edilmiştir.

4.2. Model

Knime programı kullanılarak elde edilen hibrit regresyon ve makine öğrenme modeli Şekil 6'da gösterilmiştir.



Şekil 6. Knime Programı Uygulama Modeli

Şekil 6’da yer alan program akışı incelendiğinde öncelikle veri okunduktan sonra normalleştirme işlemine tabi tutulduğu görülmektedir. Daha sonra normal veriler bölütleme(X-Partitioner) döngüsü başlangıcına verilmiş bu adımda bölüt sayıları değiştirilerek doğrulama yöntemlerine göre en iyi model aranmıştır. Verinin bölütleme çıktısından sonra işlem, Rasgele Orman yöntemi için öğrenme ve tahmin adımlarına yönlendirilmiştir. Rasgele orman yöntemiyle elde edilen model bölütleme işleminden dolayı birleştirme işlemine tabi tutulmuştur. Birleştirme işlemi (X-Aggregator) sonucunda elde edilen model katsayıları destek vektör regresyon modeli ile tahmin edilmiş ve doğrulama sonuçları değerlendirilmiştir (Numeric Scorer). Model yapısında öncelikle rasgele orman yöntemi yardımıyla model elde edilerek sonuçları destek vektör regresyon modeli ile değerlendirilmiştir. Bundan dolayı programın yapısı ve döngüler hibrit regresyon yapısını ortaya çıkarmıştır. Ayrıca destek vektör regresyon modelinde “rbf” kernel yapısı seçilerek eğitim (%66) ve test (%33) verilerine ayrılarak analiz gerçekleştirilmiştir. Knime programında destek vektör regresyon modeli bulunmadığından dolayı uygulamalar python script modülü altında kod kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

4.3. Bulgular

Bölütleme düğümü altında rasgele orman regresyon yöntemi ile bölüt sayıları 5 in katları şeklinde denenerek 50 bölüt sayısına kadar işlemler tekrarlanarak en iyi performansı veren model aranmıştır. Model başarılarının değerleri Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3. Modellerin Başarı Değerleri

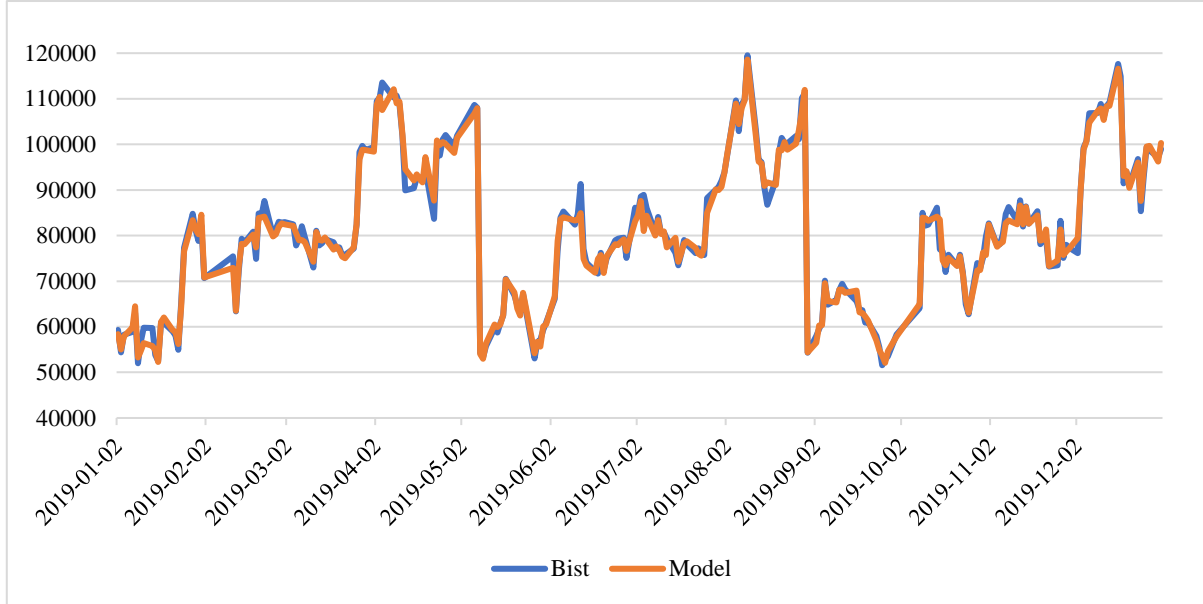
Bölüt Sayısı	5	10	15	20	25
R-kare	0,9906	0,9913	0,9917	0,9917	0,9917
MAE	0,0697	0,0672	0,0658	0,0659	0,0655
MSE	0,0094	0,0087	0,0083	0,0083	0,0083
RMSE	0,0972	0,0935	0,0913	0,0912	0,091
Bölüt Sayısı	30	35	40	45	50
R-kare	0,9918	0,9918	0,9918	0,9917	0,9917
MAE	0,0650	0,0651	0,0649	0,0651	0,0653
MSE	0,0082	0,0082	0,0082	0,0083	0,0083
RMSE	0,0903	0,0904	0,0906	0,0909	0,0910

Tablo 3. incelendiğinde 30 bölüt için maksimum R² değeri ile minimum MAE, MSE ve RMSE değerleri elde edilmiştir. Elde edilen rasgele orman modelinin katsayılarının belirlendiği hibrit regresyon modeli için destek vektör regresyon modeli sonuçları Tablo 4’te gösterilmiştir.

Tablo 4. Hibrit Yöntem Destek Vektör Regresyon Modeli Sonuçları

Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	t-değeri	P.
Bovespa	0.2501	0.013	19.843	0.000
İtaly40	0.0343	0.015	2.318	0.021
KOSPI	0.2450	0.017	14.411	0.000
Nikkei	0.3594	0.023	15.700	0.000
BMVIIPC	0.3130	0.023	13.464	0.000
Shanghai	-0.0711	0.013	-5.604	0.000
R-kare: 0.958		Düzeltilmiş R-kare: 0.958		
P. (F-statistic):0.00		Durbin-Watson:1.958		

Destek vektör regresyon modelinde Tadawul endeksi anlamlı olmadığından dolayı modelden çıkartılmıştır. Düzeltilmiş R² değeri %95,8 için bağımsız değişkenlerin BİST endeksine etkileri; Bovespa (0,2501), İtaly40 (0,0343), KOSPI (0,2450), Nikkei 225 (0,3594) ve BMVIIPC (0,3130) pozitif yönlü iken Shanghai (-0,0711) endeksinin ise negatif yönlü etkilediği belirlenmiştir. Hibrit yöntem kullanılmadan sadece destek vektör regresyon modelinin sonuçları ise; P. (F-statistic): 0.00 için anlamlı olmasıyla birlikte R-kare: 0.941, düzeltilmiş R-kare: 0.940 bulunmuştur. Elde edilen hibrit model kullanılarak 2019 yılı için BİST 100 ve model değeri Şekil 7’de gösterilmiştir.



Şekil 7. BİST 100 ve Tahmin Değerleri Grafiği

Sonuçlar incelendiğinde hibrit yapı kullanılarak bölütleme, rasgele orman regresyon yönteminin tek destek vektör modelinden daha iyi sonuçlar verdiği görülmüştür. Ayrıca rasgele orman yöntemi çıktılarının görselleştirilmesi sorunu destek vektör regresyon modeli kullanılarak ortadan kaldırılmıştır.

5. SONUÇ

Yatırımcıların yeni varlık alımına karar vermesi veya satın alınıp yönetilen varlıklardan çıkılması aşamasında belirleyici kıstaslardan biri, ilgilenilen varlıkların etkisi altında olduğu makroekonomik değişkenlerdir. Borsa

endeksinin etkilendiği çok fazla değişken olmasından dolayı endeksi etkileyen faktörlerin tespit edilebilmesi, zor olduğu kadar ihtiyaç duyulan bir konudur. Yatırımcılar risklerin azaltılması adına yatırımlarını yönlendirirken çeşitlendirme yolunu tercih ederler. Gelişen teknoloji yardımıyla çeşitlendirme sadece yerel piyasa ve yatırımlarla kalmayıp uluslararası düzeye taşınmıştır. Bu durum yatırımcılar için avantaj olarak görülse de pozitif etkilerin yanı sıra negatif etkilerin de tüm piyasalara kısa sürede yayılmasına da sebep olmaktadır. Ancak uzun dönemli analizler yatırımların yönlendirilmesi ve değerlendirilmesi açısından anlık etkilerden sıyrılarak etkinliğin artmasına sebep olabilir. Bundan dolayı çalışmada uzun dönemli etkiler araştırılarak anlık etkiler dışında BİST 100 endeksine etki eden ilişkili G20 endeksleri incelenmiştir.

Çalışmada rasgele orman, destek vektör ve bunların birleşim olan hibrit regresyon modelleri kullanılmış ve sonuçları karşılaştırılmıştır. 01/01/2010-31/12/2019 tarihleri arasında bağımlı değişken BİST 100 için bağımsız değişkenler Bovespa, İtalya40, KOSPI, Nikkei 225, BMVIIPC ve Shanghai endeksleri seçilmiştir. Bu seçimde regresyon modeli kullanıldığından çoklu bağlantı sorununa önlem olarak mutlak değerce korelasyon değeri 0,80 altı olan değişkenler kullanılmıştır. Uygulamalar veri madenciliği uygulamaları kullanılarak Knime programı ve python eklentisiyle gerçekleştirilmiştir. Veriler için 30 bölütleme için en yüksek $R^2=0,9918$ ve en düşük $MAE=0,0650$, $MSE=0,0082$ ve $RMSE=0,0903$ değerleri bulunmuştur. Ayrıca destek vektör regresyon modelinde “rbf” kernel yapısı seçilerek eğitim (%66) ve test (%33) verilerine ayrılarak analiz gerçekleştirilmiştir.

Analiz sonuçlarına göre destek vektör regresyon modeli için düzeltilmiş R^2 : 0.940 iken bu değer hibrit yöntemde %95,8 bulunmuştur. Uygulanan yöntemin daha başarılı olduğu ve rasgele orman yönteminin görselleştirme sorununa da çözüm olabileceği görülmüştür. Brezilya-Bovespa, İtalya-İtalya40, Güney Kore-KOSPI, Japonya-Nikkei 225 ve Meksika-BMVIIPC endekslerinin BİST-100 endeksini pozitif yönlü olarak etkilediği belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlar yardımıyla endeksleri pozitif yönlü olarak BİST-100 endeksine katkısı fazla olan ülkelerin sırasıyla Japonya, Meksika, Brezilya, Güney Kore olduğu görülmüştür. Çin-Shanghai endeksinin ise negatif yönlü etkilediği belirlenmiştir. Suudi Arabistan-Tadawul endeksinin ise BİST-100 üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

Yapılan çalışmada ilişkili ülkelerin endekslerinde meydana gelen artış ve azalışların BİST endeksine olan etkisi belirlenmiştir. Elde edilen sonuçların yatırımların yönlendirilmesinde karar vericilere yardımcı olacağı düşünülmektedir. Gelecek çalışmalarda farklı makine öğrenme yöntemleri ve modeller geliştirilerek oluşturulan farklı hibrit yöntemlerle literatüre katkı sağlanabileceği düşünülmektedir.

YAZARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazar, çalışmanın tümüne tek başına katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir

KAYNAKÇA

- Akman, M., Genç, Y. ve Ankaralı, H. (2011). Random forests yöntemi ve sağlık alanında bir uygulama. *Türkiye Klinikleri Biyoistatistik Dergisi*, 3(1), 36-48.
- Akpınar, H. (2014). *Data: Veri madenciliği veri analizi*. Papatya Yayıncılık Eğitim.
- Altay, E., & Satman, M. H. (2005). Stock market forecasting: artificial neural network and linear regression comparison in an emerging market. *Journal of Financial Management & Analysis*, 18(2), 18.
- Aygören, H., Sarıtaş, H. ve Morali, T. (2012). İMKB 100 endeksinin yapay sinir ağları ve Newton nümerik arama modelleri ile tahmini. *Journal of Alanya Faculty of Business/Alanya İslah Fakültesi Dergisi*, 4(1), 73-88
- Breiman L. (2017). *Manual on setting up, using, and understanding random forests*. Erişim adresi: <http://www.stat.berkeley.edu/~breiman> (12.05.2020).
- Breiman, L., Friedman, J. H., Olshen, R. A. ve Stone, C. J. (1984). *Classification and regression trees*. Monterey, Calif., USA: Wadsworth.

- Caba, N. (2017). Finansal kaldıraç ve firma büyüklüğünün finansal performans üzerine etkisi: BİST sınai endeksinde işlem gören işletmeler üzerine bir uygulama. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 13(5), 796-811.
- Cosgun, E. ve Karaağaoğlu, E. (2011). Veri madenciliği yöntemleriyle mikrodizilim gen ifade analizi. *Hacettepe Tıp Dergisi*, 42, 180-189.
- Diler, A. İ. (2003). İMKB ulusal-100 endeksinin yönünün yapay sinir ağları hata geriye yayma yöntemi ile tahmin edilmesi. *İstanbul Menkul Kıymetler Borsası Dergisi*, 7(25-26), 65-82.
- Filiz, E., Karaboğa, H. A. ve Akoğul, S. (2017). BİST-50 endeksi değişim değerlerinin sınıflandırılmasında makine öğrenmesi yöntemleri ve yapay sinir ağları kullanımı. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(1), 231-241.
- Güney, S. ve Ilgin, K. S. (2019). Yatırım araçlarının BİST-100 endeksi üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (53), 226-245.
- Güngör, B. ve Polat, A. (2020). Geleneksel yatırım araçlarının hisse senedi fiyatlarına etkisi: BİST'te sektörel bazda karşılaştırmalı bir analiz. *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(1), 79-105.
- Investing.com. (2020). *Kripto paralar*. Erişim adresi: <https://tr.investing.com/crypto/currencies>, (06.07.2020).
- Kara, İ. (2019). *Borsa endeksi hareket yönünün tahmininde sınıflandırma yöntemlerinin performanslarının karşılaştırılması: BİST 100 örneği*. Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Kara, Y., Boyacioglu, M. A. ve Baykan, Ö. K. (2011). Predicting direction of stock price index movement using artificial neural networks and support vector machines: The sample of the Istanbul Stock Exchange. *Expert systems with Applications*, 38(5), 5311-5319.
- Karaatlı, M., Güngör, İ., Demir, Y. ve Kalaycı, Ş. (2005). Hisse senedi fiyat hareketlerinin yapay sinir ağları yöntemi ile tahmin edilmesi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 38-48.
- Lin, C. F. ve Wang, S. D. (2002). Fuzzy support vector machines. *IEEE transactions on neural networks*, 13(2), 464-471.
- Özer A., Sarı, S. ve Başakın, E. E. (2017). Bulanık mantık ve yapay sinir ağları ile borsa endeksi tahmini: gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler örneği. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 99-124.
- Özmerdivanlı, A. (2014). Petrol fiyatları ile BİST 100 endeksi kapanış fiyatları arasındaki ilişki. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (43).
- Pabuçcu, H. (2019). Borsa endeksi hareketlerinin makine öğrenme algoritmaları ile tahmini. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (23), 179-190.
- Panigrahi, S. S. ve Mantri, J. K. (2015). Epsilon-SVR and decision tree for stock market forecasting. *2015 International Conference on Green Computing and Internet of Things (ICGCIoT)*, IEEE, 761-766.
- Rygielski, C., Wang, J. C. ve Yen, D. C. (2002). Data mining techniques for customer relationship management. *Technology in society*, 24(4), 483-502.
- Şimşek, M. (2016). Borsa İstanbul (BİST) ve Brics ülkelerinin hisse senedi piyasalarının ilişkisi üzerine bir inceleme. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 520-536.
- Tekin, B. ve Hatipoğlu, M. (2017). VIX endeksi, döviz kuru ve petrol fiyatlarının BİST 100 endeksi üzerindeki etkileri: Bir kuantil regresyon yaklaşımı. *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi (ODÜSOBİAD)*, 7(3), 627-634.
- Tunç, A. ve Ülger, İ. (2016). Veri madenciliği uygulamalarında özellik seçimi için finansal değerlere binning ve five number summary metotları ile normalizasyon işleminin uygulanması. *XVIII. Akademik Bilişim Konferansı, Adnan Menderes Üniversitesi*, 30.

Türk Dil Kurumu. (2021). *Sözlükler*. Erişim adresi: <https://sozluk.gov.tr/>, (22.02.2021)

Yıldız, A. ve Aksoy, E. (2014). Morgan stanley gelişmekte olan borsa endeksi ile BİST endeksi arasındaki eşbütünleşme ilişkisinin analiz edilmesi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28(1), 1-23.

Yıldız, B., Yalama, A. ve Coşkun, M. (2008). Forecasting the İstanbul stock exchange national 100 index using an artificial neural network. *An International Journal of Science, Engineering and Technology*, (46), 36-39.

Yu, P. S., Chen, S. T. ve Chang, I. F. (2006). Support vector regression for real-time flood stage forecasting. *Journal of Hydrology*, 328(3-4), 704-716.

REEL DÖVİZ KURLARI ÜZERİNDEKİ ŞOKLAR GEÇİCİ Mİ, KALICI MI? DALGACIK TABANLI BİRİM KÖK TESTLERİ İLE KIRILGAN SEKİZLİ ÜLKELERİ İÇİN BİR UYGULAMA

ARE SHOCKS ON REAL EXCHANGE RATES TEMPORARY OR PERMANENT? AN APPLICATION FOR THE FRAGILE EIGHT COUNTRIES BY WAVELET-BASED UNIT ROOT TESTS

Dr. Memduh Alper DEMİR¹

ÖZ

Bu çalışmada, kırılğan sekizli ülkelerinde reel döviz kurlarına gelen şokların etkilerinin geçici mi yoksa kalıcı mı olduğu dalgacık tabanlı birim kök testleri ile incelenmiştir. Bu kapsamda, kullanılan verilerin zaman aralığı, 1994 Ocak - 2020 Ağustos dönemini kapsamaktadır. Öncelikle seçilen ülkelerin reel döviz kurları üzerinden doğrusallık testleri yapılmıştır. Sonuçlar çerçevesinde doğrusal olmayan serilere dalgacık tabanlı doğrusal olmayan FWKSS ve WKSS testleri uygulanmıştır. Fourier terimi tüm ülkeler için anlamlı bulunmamıştır. Dolayısıyla FWKSS birim kök testi sonuçlarının tüm ülkeler için yorumlanamayacağı görülmektedir. Bu sonuç, WKSS birim kök testinin ülkeler için kullanılması gerektiğini göstermektedir. WKSS testinin sonuçlarına göre, sadece Arjantin ve Güney Afrika'nın reel döviz kurları % 10 anlamlılık düzeyinde durağan iken, diğerleri birim köke sahiptir. Sonuçlara göre şokların reel döviz kuruna etkileri Arjantin ve Güney Afrika'da geçicidir. Ancak reel döviz kurundaki şokun etkilerinin Brezilya, Şili, Hindistan, Endonezya, Rusya ve Türkiye'de kalıcı olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Reel Döviz Kurları, Kalıcı ve Geçici Şoklar, Dalgacık Tabanlı Birim Kök Testleri.


JEL Sınıflandırma Kodları: F31, F41, C22.

ABSTRACT

In the study, it is investigated whether the effects of shocks to real exchange rates in the fragile eight countries are temporary or permanent by wavelet-based unit root tests. In this context, the time range of the data used covers the period between 1994 January - 2020 August. Firstly, linearity tests are performed on the real exchange rates of the selected countries. Within the framework of the results, the wavelet-based nonlinear FWKSS and WKSS tests are applied to the nonlinear series. The Fourier term is not found to be significant for all countries. Therefore, it is seen that the FWKSS unit root test results cannot be interpreted for all countries. This result shows that the WKSS unit root test should be used for countries. According to the results of the WKSS test, only the real exchange rates of Argentina and South Africa are stationary at 10% significance level, while the others have unit-roots. According to the results, the effects of shocks on the real exchange rate are temporary for Argentina and South Africa. However, the effects of the shock in the real exchange rate are found to be permanent for Brazil, Chile, India, Indonesia, Russia and Turkey.

Keywords: Real Exchange Rates, Permanent and Temporary Shocks, Wavelet-Based Unit Root Tests.

JEL Classification Codes: F31, F41, C22.

¹  Kastamonu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, mademir@kastamonu.edu.tr

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

Shocks affecting real and nominal exchange rates are generally referred to as real and nominal shocks in the international economic literature. The sources of permanent and temporary shocks on exchange rates have been a lengthy topic in international economies. Many arguments show that macroeconomic shocks perform a key role in understanding the evaluation of real exchange rates. At this point, another important issue is the purchasing power parity (PPP) hypothesis. PPP is the ratio of the purchasing power of a country's currency to the purchasing power of another country's currency. If the PPP hypothesis is valid, the real exchange rate remains in stable equilibrium in the long run. Deviations in the real exchange rate indicate that there are deviations from PPP. From this point of view, studies on real exchange rates can be regarded as identical with the studies that test the PPP hypothesis. At this point, considering the effects of shocks on the real exchange rate, if the real exchange rate series includes unit root, the effects of shocks on real exchange rates are permanent and the PPP hypothesis is invalid. In cases of shocks occurring in a variable that is temporary and permanent, a price variable is analyzed econometrically by unit root tests. Therefore, since the exchange rate is also a price variable, it is examined econometrically by unit root tests whether the shocks occurring in a variable are temporary and permanent. If the real exchange rate data series is stationary, the shocks in the exchange rate are temporary, and vice versa, it is nonstationary, meaning shocks are permanent. Therefore, the purpose of this study is to examine whether the effects of economic shocks on real exchange rates in the fragile eight countries are permanent or temporary with wavelet-based unit root tests.

Design/methodology/approach:

If a variable is stationary, that is, if the effects of shocks are temporary, it is possible to obtain predictive values of such a variable. On the other hand, it is not possible to make future predictions for a non-stationary variable where the effects of shocks are permanent. Time series analysis can be performed in two different dimensions. The first of these is time and the second is the frequency dimension. Almost all of the unit root tests in the literature perform time-scale analysis. However, ignoring the frequency information may cause the results to be deviated, especially for high-frequency time series. Therefore, wavelet-based unit root tests, in which time and frequency information used together, have been performed recently. Aydın (2019b) introduced the first unit root test that allows wavelet-based nonlinear and soft structural breaks in the literature. In time series, sometimes the stationarity may not be $I(0)$ or $I(1)$ but in the form of fractional numbers $0 < d < 1$. The hyperbolic reduction in autocorrelation functions of high-frequency time series, long-term dependency, and tendency to slow average is defined as long memory properties. Therefore, fractional unit root tests can be used in a series with a long memory feature. In the study, GPH (Geweke Porter Hudak) fractional unit root test (1983) was conducted to test the long-term memory properties of the series before proceeding to nonlinear unit root tests. Subsequently, wavelet-based unit root tests, in which time and frequency information are together, have been performed in the study. For this purpose, firstly, to determine the correct analysis method, whether the variables have a linear structure or not were examined with the BDS test. According to the linearity test results, all variables showed a nonlinear structure. Accordingly, the stochastic properties of all variables should be examined by nonlinear unit root tests. In this case, FWKSS and WKSS tests were applied to the variables.

Findings:

In the study, GPH fractional unit root test was conducted to test the long-term memory properties of the series before proceeding to nonlinear unit root tests. According to the results, the H_0 hypothesis established as $d = 0$ is rejected in the real exchange rate series of all countries. The rejection of the null hypothesis that there is no long memory indicates the existence of unit root. In the study, wavelet-based unit root tests were carried out in which time and frequency information were together. For this purpose, firstly, to determine the correct analysis method, whether the variables have a linear structure or not were examined with the BDS test. According to the linearity test results, all variables show a nonlinear structure. In this case, FWKSS and WKSS tests were applied to the variables. The Fourier term was not found significant for all countries. It is seen that the FWKSS unit root test results cannot be interpreted for all countries. This result showed that the WKSS unit root test should be used for all countries. According to the results of the WKSS test, the real exchange rates of only Argentina and South Africa are stationary at the 10% significance level, while the others have unit-roots. Consequently, the shocks have temporary effects on the real exchange rate in Argentina and South Africa. However, the impact of shocks to the real exchange rate is permanent in Brazil, Chile, India, Indonesia, Turkey, and Russia. Besides, when we examine the study in terms of the PPP hypothesis, the PPP hypothesis is valid in Argentina and South Africa. However, the PPP hypothesis is not valid in Brazil, Chile, India, Indonesia, Turkey, and Russia.

Conclusion and Discussion:

In economies where shock effects are permanent, macroeconomic factors affecting real exchange rates should be well-identified and policymakers should revise these factors. It is accepted in the literature that real shocks may arise from the supply or demand of the economy and that the effects of these shocks on both real and nominal exchange rates will be permanent. Real shocks in the economy are caused by technology and thus productivity change, pandemic, and natural disasters, etc. Monetary and fiscal policies are relatively ineffective in the solution as they are mainly caused by these factors. Therefore, structural reforms affecting the economy, in the long run, should be implemented by countries. Correct monetary policy decisions to be applied in economies where the effects of shocks are temporary will further reduce the temporary effects of shocks.

1. GİRİŞ

Hem ekonomi politikalarının oluşturulmasında hem de bir ülkedeki ekonomik faaliyetlerin yönlendirilmesinde ciddi etkisi bulunan döviz kurları, ülkelerin ekonomik yapıları ile ilgili önemli bilgiler sağlamaktadır. Yurt içinde üretilen mallara karşı ithal malların fiyatını etkileyen reel döviz kurları uluslararası rekabetin ölçülmesinde mühim bir araç olarak kullanılmaktadır. Ayrıca reel döviz kurlarındaki değişimlerin ülkelerin ekonomilerinin üzerinde mühim etkileri vardır. Dolayısıyla, reel döviz kurlarındaki değişim ve sapmaların analizi önem arz etmektedir. Analizlerden elde edilen bulgulara dayalı olarak uygulanacak politikalar, döviz kuru değişikliklerini istikrarlı hale getirecek ve ekonomik istikrarı olumlu yönde etkileyebilecektir (Akçay ve Erataş, 2015: 82).

Reel ve nominal döviz kurlarını etkileyen şoklar genellikle uluslararası ekonomi literatüründe reel ve nominal şoklar olarak adlandırılmaktadır. Ekonominin arz veya talep tarafından kaynaklanan reel şokların hem reel hem de nominal döviz kurları üzerinde kalıcı etkileri olacağı kabul edilmektedir. Ancak para arzındaki kalıcı değişikliklerin nominal döviz kurunda kalıcı bir değişikliğe yol açacağı ancak reel döviz kuruna etkisinin geçici olacağı ve bu etkinin uzun vadede ortadan kalkacağı sonucuna varılmaktadır (Alper, 2011: 39).

Döviz kurlarında istikrarın sağlanması için kur dalgalanmalarının nedeninin bilinmesi gerekmektedir. Ekonomideki yapısal değişikliklerden kaynaklanan döviz kuru değişikliklerini dengeleme girişimleri boşuna olabilmekte ve potansiyel olarak ekonomiye zarar verebilmektedir. Sonuç olarak, döviz kurları üzerindeki kalıcı ve geçici şokların göreceli önemini ölçebilmek ve bunlar arasında ayırım yapabilmek önemlidir. Döviz kurları üzerindeki kalıcı ve geçici şokları ayırt etmeye yönelik son girişimlerde, gelişmiş ülkeler için reel döviz kurundaki dalgalanmalar incelendiğinde, reel şokların nominal şoklardan daha önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte, Brezilya ve Arjantin gibi yüksek enflasyonlu ülkeler için, nominal şokların reel döviz kuru hareketleri üzerinde kalıcı olandan nispeten daha büyük etkileri vardır (Moore ve Pentecost, 2006: 10).

Döviz kurlarındaki gerek kalıcı gerekse geçici şokların nedenlerine baktığımızda, esas olarak bu soru uluslararası ekonomi literatürünün uzun süredir odak noktası olmuştur. Birçok argüman, makroekonomik şokların reel döviz kuru değişimlerini açıklamada önemli rol oynadığını göstermektedir (Wong, 2020:5491). Bretton Woods'un çöküşünden bu yana reel döviz kuru değişimlerinin kaynağını belirlemek için, Clarida ve Galli (1994) tarafından esnek-fiyat rasyonel beklenti dengesi modeli ortaya konulmuştur. Clarida ve Galli, talep şoklarının hem kısa hem de uzun vadede reel döviz kuru dalgalanmalarının çoğunu açıkladığını, oysa nominal şokların reel döviz kurundaki değişimin önemli bir miktarını açıkladığını ve arz şoklarının etkisinin önemsiz olduğunu bulmuşlardır.

Öte yandan, para politikasının da reel döviz kuru dalgalanmalarına önemli katkı sağladığı genel kabul görmektedir (Wong, 2020: 1). Dornbusch'un (1976) hedef aşımı modelinin çığır açan çalışmaları, uluslararası faiz oranına kıyasla yurt içi faiz oranındaki artışın, görünür bir ani değer kazanmaya ve ardından yerel paranın uzun vadeli denge değerine doğru kalıcı bir değer kaybına yol açacağını göstermektedir.

Sonuç olarak, talep ve arz kaynaklı şoklar, makroekonomik göstergelerdeki ani değişimler, para politikası araçlarından faiz oranlarındaki değişimler şokların genel nedenleri olarak sıralanabilmektedir.

Burada konu ile ilgili önemli bir başka nokta da satın alma gücü paritesi (SAGP) hipotezidir. SAGP, bir ülke parasının satın alma gücünün başka bir ülke parasının satın alma gücüne oranlanmasıdır. Bir başka ifade ile de nominal döviz kurlarındaki değişimler iki ülke arasındaki enflasyon oranlarının farkıyla açıklanmaktadır. Eğer SAGP hipotezi geçerli ise reel döviz kuru uzun dönemde sabit bir dengede kalmaktadır. Reel kurda meydana gelen sapmalar SAGP'den sapmalar olduğuna işaret etmektedir. SAGP hipotezinin uzun dönemde geçerliliğini koruyabilmesi, reel döviz kurlarının durağan özellik sergilemesini gerektirmektedir. Reel döviz kuru serisinin birim kök içermesi yani uzun vadede ortalamaya dönme eğilimi göstermemesi SAGP'nin geçersiz olduğunu göstermektedir. Bu açıdan bakıldığında reel döviz kurları ile ilgili yapılan çalışmalar, SAGP hipotezinin sınırdışı çalışmaları özdeş kabul edilebilmektedir (Kaya ve Çelik, 2018: 353). Bu noktada konuya şokların reel döviz kuru üzerine etkileri açısından bakıldığında eğer reel döviz kuru serisi birim kök içeriyorsa şokların reel döviz kurları üzerindeki etkileri kalıcıdır ve SAGP hipotezi geçersizdir (Al-Gasaymeh vd., 2015:32).

Bir fiyat değişkeninde meydana gelen şokların geçici mi kalıcı mı olduğu ekonometrik olarak birim kök testleri ile incelenmektedir (Aydın ve Aydın, 2020: 6). Bu nedenle, döviz kuru da bir fiyat değişkeni olduğundan, döviz kurunda meydana gelen şokların geçici ve kalıcı olup olmadığı birim kök testleri ile ekonometrik olarak incelenebilmektedir. Eğer reel döviz kuru serisi durağan ise döviz kurundaki şokların geçici olduğuna, tam tersi durumu ifade eden durağan olmaması ise, şokların kalıcı olduğuna işaret eder.

Kırılgan beşli ülkeler, 2013 yılında bir Amerikan yatırım bankası olan Morgan Stanley tarafından belirlenmiştir. Bu sayı, Financial Times yazarı Gavyn Davies tarafından ABD Merkez Bankası'nın faiz artırımlarından yoğun olarak etkilendiği düşünülen üç ülkenin katılımıyla sekize çıkarılmıştır. Bu kırılığa sekizli ülke Brezilya, Endonezya, Hindistan, Türkiye, Güney Afrika, Arjantin, Şili ve Rusya'dır. Bu ülkelerin pek çok ekonomik sorunu vardır. Bunlar düşük büyüme hızı, yüksek enflasyon ve işsizlik oranları, yüksek cari açık ve dolayısıyla yüksek kur riski ve ekonomik büyümede dışa bağımlılıktır (Organ ve Katrancı, 2016: 74). Bu ülkeler, ekonomilerinin kırılımlığı nedeniyle küresel sermayedeki değişimlere karşı yüksek risklere maruz kalmaktadır. Bu ülkelerin birçoğu Latin Amerika ve Doğu Asya ülkeleridir.

Birçok Asya ve Latin Amerika ülkesi, 1990lı yıllardan sonra, sürekli bir şekilde döviz piyasalarını serbestleştirmişlerdir. Hem reel hem de nominal döviz kurunda oluşan hareketler bu gelişmekte olan ekonomilerde uluslararası rekabet gücü açısından önem arz etmiştir. Rekabet avantajı konusuna ilaveten reel döviz kurunun, bu yükselen piyasa ekonomilerinin bazılarını etkileyen kur krizlerinin tahmin edilmesinde yadsınamaz rolü olmuştur. Bu gelişmekte olan piyasa ekonomilerinde döviz kuru rejimlerine geçiş süreçleri birbirlerine benzerlik göstermiştir. Sabit kur rejiminden, uzun dönemli sabit faizlere endeksli ayarlanabilir kur rejimine ve son olarak da ani devalüasyonlardan dolayı esnek kur rejimine geçmişlerdir. Nominal döviz kurunun bu esnek yapıya kavuşması iki nedenle açıklanabilmektedir. Bunlardan ilki reel döviz kuru yaygın olarak uluslararası rekabet gücünün bir ölçüsü olarak kabul edilmekte ve reel döviz kuru hedeflemesi ortaya konulmaktadır. Nominal döviz kuru esnekliği reel dövizin aşırı değerlenmesini dengelemektedir. İkincisi, 1990'ların başlarında birçok yükselen piyasa ülkesinde güçlü sermaye girişleri yaşadığından, katı nominal rejimlerin artık sürdürülemez olduğu görülmüştür. Bu arka plana karşı, döviz kuru sabitlemesinin optimal derecesinin belirlenmesi sorunu, gelişmekte olan piyasa ekonomilerinde politika gündeminin üst sıralarında yer almaya devam etmektedir. Reel döviz kurunu yönlendiren şokların niteliği, optimal döviz kuru düzenlenmesinin temel belirleyicilerinden biridir. Nominal şokların (örneğin para arzı) aksine reel şokların (örneğin teknoloji, tercihlerdeki değişim), reel döviz kuru hareketlerinin baskın kaynağı olduğu varsayılmaktadır. Reel bir şokun, reel döviz kuru üzerinde kalıcı bir etkiye sahip olma eğiliminde olduğundan, esnek bir nominal döviz kuru, uluslararası rekabet gücündeki olası bir bozulmayı telafi etmede yardımcı olabilmektedir. Reel döviz kur dalgalanmalarındaki reel ve nominal şokların payının tahmin edilmesi, bu ülkeler için en uygun döviz kuru derecesinin belirlenmesine katkıda bulunmaktadır (Chowdhury, 2004: 697-698). Bu nedenle çalışmada, kırılığa sekiz ülkede ekonomik şokların reel döviz kurları üzerindeki etkilerinin geçici mi kalıcı mı olduğunun, dalgacık tabanlı birim kök testleri ile belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Böylece, reel döviz kuru şoklarına ilişkin teorik çerçeve ve çalışmanın amacı bu giriş bölümünde ortaya konulmuştur. Çalışmanın bir sonraki bölümünde, kırılığa sekizli ülkelerinde kalıcı ve/veya geçici şokların reel döviz kuru üzerine etkisini inceleyen çalışmalara ilişkin bir literatür taraması gerçekleştirilmektedir. Araştırmanın üçüncü bölümünde ekonometrik yöntem verilirken, dördüncü bölümde ampirik bulgular sunulmuştur. Çalışma, politika önerilerinin sunulduğu sonuç bölümü ile tamamlanmaktadır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Çalışmanın bu bölümünde kırılığa sekizli ülkelerinde kalıcı ve/veya geçici şokların reel döviz kuru üzerine etkisini inceleyen çalışmalar ortaya konulmaktadır. Ayrıca, literatürde kırılığa sekizli ülkeler dışında yapılan çalışmalar da mevcut olmakla birlikte, burada özellikle veri seti içerisinde kırılığa sekizli ülkelerin olduğu çalışmalar dikkate alınmaktadır.

Rodriguez ve Romero (2007) yaptıkları çalışmada, ekonomideki geçici olayların Arjantin ve Meksika'daki reel döviz kurlarını etkilediğini, Brezilya ve Şili'de ise kalıcı şokların reel döviz kurunu ciddi şekilde etkilediğini belirtmişlerdir. Ayrıca, parasal şokları da içeren talep yönlü şoklar, Arjantin ve Meksika'da reel döviz kurunun davranışını etkilerken, Brezilya ve Şili'de teknoloji gibi reel şoklar döviz kurunu etkilemektedir.

Mireles (2003) Brezilya, Şili, Kolombiya ve Meksika'da reel döviz kuru dalgalanmalarını etkileyen kaynakları incelemiştir. Bu kapsamda, nominal döviz kurundaki ve faiz oranındaki değişimlerin reel döviz kuruna etkileri incelenmiştir. Reel şokların reel döviz kurunu kalıcı olarak etkilediğini, nominal şokların ise sadece nominal döviz kurunu geçici olarak etkileyeceğini belirtmişlerdir. Teorik olarak ortaya koydukları bu savları test ettiklerinde Brezilya, Şili ve Kolombiya da şokların geçici, Meksika da ise kalıcı yapıda olduğu bulunmuştur.

Chowdhury (2004) çalışmasında, 6 adet gelişmekte olan piyasalarda döviz kurundaki dalgalanmaları etkileyen kaynakları incelemiştir. Bu çerçevede yapılan analizde kırılığa sekizli ülkelerin içine Şili dahil edilmiştir.

Analizdeki her ülke için reel şokların reel ve nominal döviz kuru üzerine etkisi kalıcı bir yapıya sahiptir. Uzun dönemde reel ve nominal bir değer artışına sebep olmaktadır. Şili’de nominal döviz kurları, nominal şoklara çok daha güçlü tepki vermektedir. Bu ülkede reel döviz kurundaki hareketlerin %99’u kalıcı şoklarla sağlanmaktadır. Sonuç olarak, Şili’de reel döviz kurundaki şokların kalıcı olduğu belirtilmektedir.

Erlat ve Erlat (1998) çalışmalarında, Türkiye’de 1980 sonrası dönemde reel döviz kurundaki dalgalanmaların nedenlerini ortaya koymaya çalışmaktadırlar. Yazarlara göre reel şoklar reel döviz kurunda dalgalanmalara, nominal şoklar nominal döviz kurunda dalgalanmalara sebep olmaktadır. Reel ve nominal döviz kurunun eski, bir başka ifade ile kalıcı değerlerine dönmesi 3-4 yılda mümkün olmaktadır.

Wang ve Dunne (2003), Doğu Asya ülkeleri için yaptıkları çalışmada, reel döviz kurunun reel faktör değişikliklerine bağlı olarak kalıcı değişikliklere tabi olduğu sonucuna varmışlardır. Özellikle Endonezya için, reel petrol fiyatlarındaki değişiklikler Endonezya rupisinde kalıcı değişikliklere neden olmaktadır.

Kolev(2014) çalışmasında, gelişmekte olan piyasalarda döviz kurlarını yönlendiren şokları Merkez Bankası’nın parasal daralma bağlamında analiz etmektedir. Rus rublesi ve Türk lirasındaki değer kayıplarının büyük ölçüde geçici şoklardan kaynaklandığını göstermektedir. Brezilya ve Hindistan’da ise, tersine, nominal döviz kuru davranışı esas olarak kalıcı şoklardan kaynaklanmaktadır.

Anifowose (2020), para politikası şoklarının Nijerya ve Güney Afrika’daki döviz kurlarını nasıl etkilediğini incelemiştir. Test edilen değişkenler arasında, Tüketici Fiyat Endeksi (TÜFE) ve Faiz Oranı, Güney Afrika’daki döviz kurlarının tek etkili belirleyicileri gibi görünmektedir. Sonuçlar, para politikası şoklarının her iki ülkenin iç döviz kurlarının test edilen yabancı para birimleri karşısındaki değişkenliğini etkilediğini göstermektedir.

Böke ve Doğanay (2014), döviz kuru ile ticaret akışı arasındaki ilişkiyi tüm dünya için geçici ve kalıcı bileşenler açısından incelemiştir. Döviz kurunun geçici bileşenleri ile ikili ticaret arasında önemli bir ilişki yoktur, ancak reel döviz kurunun kalıcı bileşeni ile ikili ihracat arasında güçlü bir negatif yönlü ilişki mevcuttur.

Alper (2011), Türkiye de reel döviz kurundaki dalgalanmaların kaynaklarını açıkladığı çalışmasında, nominal şokların reel döviz kuru üzerinde, reel şokların da nominal döviz kuru üzerinde etkisinin olabileceğini belirtmektedir.

Inoue ve Hamori (2009) yaptıkları çalışmada, Hindistan’daki döviz kuru dalgalanmalarının nedenlerini belirlemeyi amaçlamışlardır. Reel ve nominal kur dalgalanmalarının ana sebebinin reel şoklar olduğunu ve bu etkinin kalıcı olduğunu belirtmişlerdir.

Soto (2003), Şili’de doksanlı yıllarda hem nominal hem de reel şokların reel döviz kuru üzerindeki etkilerini incelemiştir. Kısa vadede nominal şokların reel döviz kurunu etkilediğini, üretim şoklarının ise reel döviz kurlarını kalıcı olarak artırdığını belirtmiştir.

Ahmad ve Pentecost (2009), 9 Afrika ülkesindeki döviz kuru dalgalanmalarının nedenlerini belirlemek için çalışmışlardır. Tüm bu ülkelerdeki kur dalgalanmalarının nedeninin talep şokları olduğunu ve Güney Afrika’daki nominal şokların reel döviz kuru üzerinde küçük ama önemli bir etkisi olduğunu belirtmişlerdir. Burada özellikle parasal şokların etkili olduğu belirtilmektedir.

Moore ve Pentecost (2006) çalışmalarında, Hindistan’da rupinin dolar karşısındaki reel döviz kurunun durağan çıkmadığını ve dolayısıyla reel şokların döviz kuru üzerine kalıcı etkisinin olduğunu ortaya koymuşlardır.

Hoffmeister ve Roldos (2001), Kore ve Brezilya’da yaptıkları çalışmada, nominal şokların reel döviz kuru hareketleri üzerinde kalıcı olanlara göre nispeten daha büyük bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuşlardır.

Ayrıca, literatürde SAGP paritesini söz konusu ülkeler için inceleyen birçok çalışma ortaya konulmuştur. Bazı çalışmaların bulgularında birkaç yöntemin sonucu verilmektedir. Bu tarz çalışmalarda hangi yöntemin sonucunun dikkate alındığı çalışmanın yanında belirtilmektedir. Tablo 1’de SAGP hipotezinin geçerliliği ile ilgili çalışmalar ülkelere göre ayrılmış şekilde ortaya konulmaktadır.

Tablo 1. SAGP Hipotezi İle İlgili Çalışmalar

Ülke	SAGP Hipotezinin Geçerli Çıktığı Çalışmalar	SAGP Hipotezinin Geçersiz Çıktığı Çalışmalar
Arjantin	Rodrigues-Benavides vd. (2018), Taylor (2002)→DF-GLS Birim Kök Testine Göre, Anorou vd. (2002), Triki ve Maktouf (2015), McNown ve Wallace (1989), Çavuşoğlu ve Telatar (2011), Mahdavi ve Zhou (1994)	Dal Bianco (2008), Al-Gasaymeh vd. (2015), Ralph Lu vd. (2011)→ Panel SURADF Birim Kök Testine Göre
Brezilya	Doğanlar vd. (2020), Çeviş ve Ceylan (2015), Bozgeyik ve Aydın (2019), Küçükaksoy ve Çifçi (2018)→Im-Lee- Tieslau Birim Kök Testine Göre, Rodrigues-Benavides vd. (2018), Taylor (2002)→DF-GLS Birim Kök Testine Göre, Peng vd. (2017), Triki ve Maktouf (2015), Chen(2017), Çavuşoğlu ve Telatar (2011), Zhou (1997), Mike ve Kızılkaya (2019)→Fourier Koentegrasyon Testine Göre, Bal vd. (2016)→Yapısal Kırılmalı Birim Kök Testine Göre, Mahdavi ve Zhou (1994), Su vd. (2012), Güriş ve Tıraşoğlu(2018), Özmen ve Şanlı (2015)→HEGY Birim Kök Testi En Geniş Model olan sabit+kukla+trend modeline göre	Güney vd. (2012)→Sollis Birim Kök Testine Göre, Doğanlar vd. (2009), Güriş vd. (2017)→ Sollis Birim Kök Testine Göre, Fava ve Alves (1996), Alper (2015)→ KSS Birim Kök Testine Göre, Çoşkun (2020), Bozoklu ve Yılanıcı (2010), Altınar ve Bozkurt (2018)→SURADF Birim Kök Testine Göre, Kızılkaya ve Mike (2019), Mike(2018)→Vogelsang ve Perron Birim Kök Testine Göre, Sağlam ve Erataş Sönmez (2017), Atasoy(2016), Gyamfi ve Adam (2017), Gyamfi (2017), Bahmani-Oskooee vd. (2016)→ Carron-i Silvestre Birim Kök Testine Göre, Al-Gasaymeh vd. (2015), McNown ve Wallace (1989), Ralph Lu vd. (2011)→ Panel SURADF Birim Kök Testine Göre, Vasconcelos ve Junior (2016), Çil ve Tıraşoğlu (2018)
Şili	Doğanlar vd. (2020), Destek ve Okumuş (2016)→ Fourier KSS Birim Kök Testine Göre, Bozgeyik ve Aydın (2019), Rodrigues-Benavides vd. (2018), Arize (2011), Al-Gasaymeh vd. (2015), Jiang vd. (2015), Triki ve Maktouf (2015), McNown ve Wallace (1989), Lee (1999)→Genelleştirilmiş Dinamik Hata Düzeltme Modeline Göre, Bal vd. (2016)→Yapısal Kırılmalı Birim Kök Testine Göre, Vasconcelos ve Junior (2016)	Ralph Lu vd. (2011)→ Panel SURADF Birim Kök Testine Göre
Hindistan	Doğanlar vd. (2020), Güney vd. (2012)→Sollis Birim Kök Testine Göre, Çeviş ve Ceylan (2015), Çoşkun (2020), Mike(2018)→Vogelsang ve Perron Birim Kök Testine Göre, Sağlam ve Erataş Sönmez (2017), Bahmani-Oskooee vd. (2016)→ Carron-i Silvestre Birim Kök Testine Göre, Peng vd. (2017), Al-Gasaymeh vd. (2019), Mike ve Kızılkaya (2019)→Fourier Koentegrasyon Testine Göre, Su vd. (2012), Çil ve Tıraşoğlu (2018)	Doğanlar vd. (2009), Güriş vd. (2017)→ Sollis Birim Kök Testine Göre, Alper (2015)→ KSS Birim Kök Testine Göre, Bozoklu ve Yılanıcı (2010), Altınar ve Bozkurt (2018)→SURADF Birim Kök Testine Göre, Kızılkaya ve Mike (2019), Atasoy(2016), Gyamfi ve Adam (2017), Gyamfi (2017), Sidiq ve Harawati (2016), Chen(2017), Güriş ve Tıraşoğlu(2018), Özmen ve Şanlı (2015)→HEGY Birim Kök Testi En Geniş Model olan sabit+kukla+trend modeline göre
Endonezya	Bahramian ve Saliminezhad (2020), Hatipoğlu (2019), Yıldırım vd. (2019), Mike(2018)→Vogelsang ve Perron Birim Kök Testine Göre, Atasoy(2016), Triki ve Maktouf (2015), Chen(2017), Nusair (2003)	Güney vd. (2012)→Sollis Birim Kök Testine Göre, Doğanlar vd. (2009), Çeviş ve Ceylan (2015), Çoşkun (2020), Altınar ve Bozkurt (2018)→SURADF Birim Kök Testine Göre, Bahmani-Oskooee vd. (2016)→ Carron-i Silvestre Birim Kök Testine Göre, Al-Gasaymeh vd. (2015), Choji ve Sek (2017), Lee (1999)→Genelleştirilmiş Dinamik Hata Düzeltme Modeline Göre, Çil ve Tıraşoğlu (2018), Özmen ve Şanlı (2015)→HEGY Birim Kök Testi En Geniş Model olan sabit+kukla+trend modeline göre

Ülke	SAGP Hipotezinin Geçerli Çıktığı Çalışmalar	SAGP Hipotezinin Geçersiz Çıktığı Çalışmalar
Rusya	Doğanlar vd. (2019), Ağazade (2014), Bozgeyik ve Aydın (2019), Altiner ve Bozkurt (2018)→SURADF Birim Kök Testine Göre, Küçükaksoy ve Çiççi (2018)→Im-Lee- Tieslau Birim Kök Testine Göre, Sağlam ve Erataş Sönmez (2017), Arize (2011), Peng vd. (2017), Telatar ve Hasanov (2009)→Sollis Birim Kök Testine Göre, Su vd. (2012), Özmen ve Şanlı (2015)→HEGY Birim Kök Testi En Geniş Model olan sabit+kukla+trend modeline göre	Güriş vd. (2017)→ Sollis Birim Kök Testine Göre, Alper (2015)→ KSS Birim Kök Testine Göre, Bozoklu ve Yılandı (2010), Mike(2018)→Vogelsang ve Perron Birim Kök Testine Göre, Gyamfi ve Adam (2017), Gyamfi (2017), Bahmani-Oskooee vd. (2016)→ Carron-i Silvestre Birim Kök Testine Göre, Bahmani-Oskooee vd. (2015), Güriş ve Tıraşoğlu(2018)
Güney Afrika	Doğanlar vd. (2020), Güney vd. (2012)→Sollis Birim Kök Testine Göre, Çevis ve Ceylan (2015), Çoşkun (2020), Bozgeyik ve Aydın (2019), Kızılkaya ve Mike (2019), Anorou vd. (2002), Arize (2011), Peng vd. (2017), Mike ve Kızılkaya (2019)→Fourier Koentegrasyon Testine Göre, Yılandı ve Eriş (2013), Kyei-Mensah (2019)→Johansen Eşbütünleşme Sonuçlarına Göre, Mahdavi ve Zhou (1994), Su vd. (2012), Güriş ve Tıraşoğlu(2018)	Doğanlar vd. (2009), Alper (2015)→ KSS Birim Kök Testine Göre, Mike(2018)→Vogelsang ve Perron Birim Kök Testine Göre, Atasoy(2016) , Gyamfi ve Adam (2017), Gyamfi (2017), Bahmani-Oskooee vd. (2016)→ Carron-i Silvestre Birim Kök Testine Göre, Gyamfi ve Appiah (2019)→DFA Metodu, Çil ve Tıraşoğlu (2018), Özmen ve Şanlı (2015)→HEGY Birim Kök Testi En Geniş Model olan sabit+kukla+trend modeline göre
Türkiye	Yıldırım (2017), Doğanlar vd. (2020), Yavuz (2009), Ceylan ve Ulucan (2014)→ Sollis Birim Kök Testine Göre, Çevis ve Ceylan (2015), Bozgeyik ve Aydın (2019), Koçak ve Özbek (2020)→ Yapısal Kırımlı Birim Kök Testine Göre, Kaya ve Çelik (2018), Yücesan(2021), Altiner ve Bozkurt (2018)→SURADF Birim Kök Testine Göre, Köktürk ve Ural (2019), Yıldırım ve Yıldırım (2012), Aydın (2019a), Gürbüz ve Hasgür (1997), Kızılkaya ve Mike (2019), Küçükaksoy ve Çiççi (2018)→Im-Lee- Tieslau Birim Kök Testine Göre, Sağlam ve Erataş Sönmez (2017), Yanar ve Zengin (2018)→Ziwot Andrews Birim Kök Testine Göre, Güriş vd. (2016), Şeker ve Şimdi (2018), Tatoğlu (2009)→İki kırılmalı Panel LM Birim Kök Testi, Güney ve Tunalı (2015), Tolgay ve Kula (2020), Tolgay ve Kula (2019), Mike ve Kızılkaya (2019)→Fourier Koentegrasyon Testine Göre	Güney vd. (2012)→Sollis Birim Kök Testine Göre, Doğanlar vd. (2009), Güriş vd. (2017)→ Sollis Birim Kök Testine Göre, Karagöz ve Saraç (2016), Çoşkun (2020), Bozoklu ve Yılandı (2010), Yıldırım (2003), Gözen vd.(2016), Can ve Can (2019), Gerek ve Karabacak (2017), Mike(2018)→Vogelsang ve Perron Birim Kök Testine Göre, Çağlayan ve Saçaklı (2006), Tıraşoğlu (2014)→ Lee-Strazicich Birim Kök Testine Göre, Atasoy(2016), Bilgin (2018)→Mutlak SAGP göre, Aslan ve Kanbur (2007), Konat ve Temiz (2019), Bahmani-Oskooee vd. (2016)→ Carron-i Silvestre Birim Kök Testine Göre, Al-Gasaymeh vd. (2015), Jiang vd. (2015), Mahdavi ve Zhou (1994), Çil ve Tıraşoğlu (2018), Özmen ve Şanlı (2015)→HEGY Birim Kök Testi En Geniş Model olan sabit+kukla+trend modeline göre, Çil ve Dülger (2017)→Maki Eşbütünleşme Testi Sonucuna Göre

Kırılgan sekizli ülkeler açısından ortaya konulan çalışmalar dikkate alındığında, bu çalışmayı diğerlerinden ayıran nokta, literatürde kırılmalı sekizli ülkeleri bir arada inceleyen çalışmanın olmaması ve yöntem açısından dalgacık tabanlı birim kök testini uygulayan çalışmalara rastlanılmamasıdır.

3. EKONOMETRİK METODOLOJİ

Bir serinin stokastik yapısı belirlenirken birkaç nokta dikkate alınmalıdır. Bunlardan ilki, seriye gelen şokların etkilerinin kalıcı mı yoksa geçici mi olduğudur. Şokun kalıcı olması seride oluşan sapmaların, serinin bir müdahaleye gerek olmadan ortalamaya dönemediğini göstermektedir. Bu tarz bir seri üzerine etkin politikalar uygulanırsa şokların etkileri geçici hale dönüştürülebilir. Eğer seriye gelen şokların etkileri geçici ise, müdahaleye gerek yoktur. Serideki sapmalar kendiliğinden zaman içinde ortalamaya dönebilmektedir. İkincisi, seriler başka bir seri ile ilişki içinde olabileceğinden, bu ilişkiyi araştırmanın ilk adımı, stokastik yapılarını belirlemektir. Üçüncüsü, serilere ait gelecek tahminlerinin siyaset yapıcılar için çok mühim bir yeri vardır. Bir seri durağan olduğunda şokların etkileri geçici olmakta ve söz konusu durağan serinin tahmin değerlerini yapmak mümkün olmaktadır. Öte yandan şokların etkilerinin kalıcı olduğu durağan olmayan serilerde gelecek tahminlerinde bulunmak imkânsızdır. Son olarak, doğru tahmin yönteminin seçiminde serilerin stokastik yapılarının belirlenebilmesi çok önemlidir. Serilerin stokastik yapısını incelemeyen uygulanan yöntemler yanlış olarak kullanılmakta ve bu durumda sapmalı ve yanlış sonuçlar oluşabilmektedir (Aydın ve Aydın, 2020: 9-10).

Literatür incelendiğinde, durağanlık ile ilgili birçok çalışmaya rastlanmaktadır. Bunlardan bazıları yapısal kırılmaları göz ardı eden ADF, PP, KPSS testleridir. Ayrıca, yapısal kırılmaları dikkate alan ve bu yapısal kırılmaları dışarıdan belirleyen Perron (1989) testi mevcuttur. Yapısal kırılmaları içsel olarak belirlemek için de literatürde birçok test mevcuttur. Bu yapısal kırılmaları içsel olarak belirleyen testlerin eksik yönü, içsel olarak modellenen yapısal kırılmaların yapısı, biçimi ve sayısının önceden bilinmesi gerektiğidir. Bu sorunun üstesinden gelmek için, Becker, Enders ve Hurn (2004), Becker, Enders ve Lee (2006) kırılmalar hakkında herhangi bir ön bilgi gerektirmeden, Fourier terimleri ve yapısal özellikler aracılığıyla birim kök testlerini gerçekleştirebilmiştir. Ayrıca, bu testler sayesinde artık sert kırılmalar yerine yumuşak kırılmalar da gözlenebilmektedir. Becker vd. (2006)'nin Fourier KPSS testi, Enders ve Lee (2012a)'nin Fourier LM testi, Enders ve Lee (2012b)'nin Fourier DF testi ve Rodrigues ve Taylor (2012)'in Fourier GLS birim kök testleri Fourier terimlerini kullanan birim kök testleridir (Aydın ve Aydın, 2020: 10-11).

Zaman serilerinde analizler zaman ve frekans boyutu olmak üzere iki farklı boyutta yapılabilmektedir. Zaman ölçeğinde analiz yapan testler literatürde yer alan birim kök testlerinin neredeyse tamamıdır. Ancak, özellikle yüksek frekanslı zaman serileri için frekans bilgisinin dikkate alınmaması sonuçların sapmasına neden olabilmektedir. Dolayısıyla, son dönemlerde literatürde frekans ve zaman bilgilerinin bir arada olduğu dalgacık temelli birim kök testleri ortaya konulmuştur. Fan ve Gencay (2010)'ın ortaya koyduğu birim kök varyans oranı testi, literatürdeki ilk dalgacık tabanlı birim kök testidir. Bu çalışmanın ardından Eroğlu ve Soybilgen (2018) dalgacık tabanlı ADF ve PP birim kök testlerini önermiştir. Aydın (2019b) ise, dalgacık temelli doğrusal olmayan ve yumuşak yapısal kırılmalara izin veren ilk birim kök testini literatüre tanıtmıştır. Son olarak, Aydın ve Pata (2020), dalgacık temelli doğrusal ve yapısal kırılmalara izin veren birim kök testini literatüre tanıtmıştır (Aydın ve Aydın, 2020: 11-12).

Dalgacık tabanlı birim kök testi tipik olarak dalgacık ayrıştırma kesikli dalgacık dönüşümünü kullanır. Kesikli dalgacık dönüşümünde dalgacık katsayıları aşağıdaki gibidir;

$$w_{1,t} = \sum_{l=0}^{L-1} h_l x_{2t+1-l \bmod N} \quad t = 0, 1, \dots, N/2-1 \quad (1)$$

kesikli dalgacık dönüşümü için ölçek katsayıları aşağıdaki gibidir;

$$v_{1,t} = \sum_{l=0}^{L-1} g_l x_{2t+1-l \bmod N} \quad t = 0, 1, \dots, N/2-1 \quad (2)$$

Eşitlik 1 ile 2 arasındaki en önemli fark kullanılan filtrelerdir. Dalgacık katsayıları için h_l filtresi ve ölçek katsayıları için g_l filtresi kullanılmaktadır. Literatürde bahsedilen dalgacık tabanlı birim kök testleri doğrusal veri üretme tekniği kullanılarak yapılmaktadır. Bununla birlikte, literatürde doğrusal olmayan bir veri oluşturma yöntemine dayalı dalgacık tabanlı birim kök testi bulunmamaktadır. Aydın (2019b), bu boşluğu doldurmak için KSS birim kök metodolojisine (Kapetanios, Shin ve Snell, 2003) dayalı dalgacık tabanlı doğrusal olmayan birim kök testini önermiştir. Ayrıca, önerilen bu test yapısal kırılmaları da dikkate alacak şekilde genişletilmiştir (Aydın, 2019b: 2-3).

Böylece doğrusal olmayan dalgacık tabanlı birim kök testi için kullanılan model şu şekilde yazılmıştır;

$$\Delta V_{1,t} = \sum_{j=1}^p p_j \Delta V_{1,t-j} + \delta V_{1,t-1}^3 + \varepsilon_t \quad (3)$$

dalgacık dönüşümlü KSS birim kök test modeli Eşitlik 3'te verilmiştir. Doğrusal olmayan dalgacık tabanlı KSS birim kök testinin test istatistikleri aşağıdaki gibidir;

$$WKSS = \hat{\delta} / s.h.(\hat{\delta}) \quad (4)$$

burada $s.h.$ standart sapmayı ifade etmektedir. Birim kök testinin varlığı WKSS testinin temel hipotezidir ve alternatif hipotez ise durağanlığa işaret etmektedir (Aydın, 2019b: 4).

Yazgan ve Özkan (2015) dalgacık dönüşümlerindeki yapısal kırılmaları tespit etmek için Fourier fonksiyonlarını kullanmışlardır. Yapısal kırılmaların tespiti için kullanılacak veri oluşturma yöntemini şu şekilde oluşturmaktadırlar;

$$y_t = \mu(t) + \varepsilon_t \quad (5)$$

Eşitlik 5'teki regresyon katsayılarının yapısal kırılmaları aşağıdaki fonksiyonla tanımlanmaktadır;

$$\mu(t) \cong \alpha \sum_{i=1}^n \left\{ (2i-1)^{-1} \sin \left[\frac{2\pi(2i-1)kt}{T} \right] \right\} \quad (6)$$

Eşitlik 6'da n frekansları belirtirken k belirli bir frekansı belirtmektedir. α ise boyutu (genişliği) belirtmektedir. Kırılma sayıları ve bunların geçici mi kalıcı mı olduğu, tek başına frekans katsayısı k ile hesaplanır. Ayrıca, tek bir frekans kullanıldığında ($n = 1$), geçişler düzgün olma eğilimindeyken, daha yüksek n değerleri ani geçici veya kalıcı kırılmalara izin vermektedir (Yazgan ve Özkan, 2015: 25- 27). Aydın (2019b), Fourier WKSS (FWKSS) testi için $n = 1$ değerini almış ve aşağıdaki modeli önermiştir;

$$\Delta V_{1,t} = \sum_{j=1}^p p_j \Delta V_{1,t-j} + \delta V_{1,t-1}^3 + \beta \sin(2\pi kt/T) + \varepsilon_t \quad (7)$$

Burada $V_{1,t}$ ölçek katsayısını temsil etmektedir. Aydın (2019), Enders ve Lee'yi (2012b) dikkate alarak FWKSS testi için aşağıdaki adımları önermektedir. İlk adımda $1 \leq k \leq 5$ aralığı için Eşitlik 7 tahmin edilmektedir. Kalıntılarının karelerinin en küçük toplamına sahip olan model en uygun model olarak seçilmektedir. İkinci adımda, doğrusal olmama standart t-testi ile belirlenir. Ayrıca, birim kök sıfır hipotezlerinde klasik kritik değerler kullanılmadığından yeni kritik $t(\widehat{k})$ değerleri Aydın (2019b, Tablo 5) tarafından hesaplanmıştır. Aydın (2019b) bu kritik değerleri elde ederken Becker vd. (2004)'ü takip etmiştir. Son olarak, Fourier fonksiyonunun anlamsız olduğu durumlarda WKSS birim kök testi yönteminin kullanılması önerilmektedir (Aydın, 2019b: 5).

Zaman serilerinin durağanlıklarının tespit edilmesinde şimdiye kadar sıralanan birim kök testleri bütünleşme parametresini 0 ve 1 gibi mutlak sayı cinsinden test etmektedir. Oysa zaman serilerinde bazen durağanlık $I(0)$ veya $I(1)$ değil de kesirli sayı cinsinden $0 < d < 1$ şeklinde olabilir. Yüksek frekanslı zaman serilerinin otokorelasyon fonksiyonlarındaki hiperbolik oranda azalma, uzun dönem bağımlılık ve yavaş ortalamaya dönme eğilimi, uzun hafıza özellikleri olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla uzun hafıza özelliği taşıyan bir seride parçalı birim kök testleri kullanılabilir. Parçalı birim kök testleri $I(0)$ 'a karşı $I(1)$ 'in test edildiği süreci genişleterek fark almada kesirli üstel değerlere izin vermektedir. Bu sayede birçok makroekonomik ve finansal zaman serilerinin uzun hafıza özelliği gösterip göstermediği ve dirençli bir karakter sergileyip sergilemediği anlaşılabilir (Kaya ve Çelik, 2018: 355).

4. VERİ SETİ VE AMPİRİK BULGULAR

Verilerin zaman aralığı, 1994 Ocak - 2020 Ağustos dönemini kapsamaktadır. Reel döviz kuru verileri, St. Louis Merkez Bankası'ndan alınmıştır. Reel döviz kuru olarak reel geniş efektif döviz kuru (RBEER) alınmıştır. RBEER verileri, mevsimsellikten arındırılmamış 2010 = 100 endeks değerleridir. Analize konu olan ülkeler kırılmalı sekizli ülkelerdir.

Analize dahil edilen reel döviz kurlarına ait grafikler Ek 1'de ortaya konulmaktadır. Bu sayede zaman serilerinde ciddi yapısal kırılmaların mı, yoksa yumuşak geçişlerin mi olduğu, serilerin doğrusal bir yapıdan uzak olup olmadığı görsel olarak da ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışmada, doğrusal olmayan birim kök testlerine geçmeden önce serilerin uzun dönem hafıza özelliklerinin test edilmesinde GPH (Geweke Porter Hudak) parçalı birim kök testi (1983) sonuçları da Ek 2'de ortaya konulmuştur. Ek 2'deki sonuçlara göre $d = 0$, şeklinde kurulan H_0 hipotezi tüm ülkelerin reel döviz kurları serilerinde reddedilmektedir. Uzun hafıza yoktur şeklindeki sıfır hipotezinin reddedilmesi birim kökün varlığına işaret etmektedir.

Şokların seriler üzerindeki etkisinin belirlenebilmesi, bu serilerin stokastik yapısının incelenmesiyle gerçekleştirilebilmektedir. Bu nedenle çalışmada esas olarak zaman ve frekans bilgilerinin bir arada olduğu dalgalı tabanlı birim kök testleri yapılmıştır. Bu amaçla öncelikle doğru analiz yönteminin tespiti için değişkenlerin doğrusal olup olmadığı BDS testi ile incelenmektedir. Tablo 2'de doğrusallık testinin sonuçları ortaya konulmaktadır.

Tablo 2. Doğrusallık Testi Sonuçları

	Boyut	BDS İstatistiği	Standart Hata	Z-İstatistiği	Olasılık Değeri
Arjantin	2	0.203346	0.003721	54.64797	0.0000
	3	0.344000	0.005868	58.62739	0.0000
	4	0.440539	0.006931	63.56244	0.0000
	5	0.506443	0.007165	70.68586	0.0000
	6	0.550881	0.006852	80.39375	0.0000
Brezilya	2	0.178065	0.002709	65.72836	0.0000
	3	0.297416	0.004289	69.35191	0.0000
	4	0.376239	0.005084	74.00726	0.0000
	5	0.426112	0.005274	80.80062	0.0000
	6	0.456672	0.005061	90.23759	0.0000
Şili	2	0.159650	0.003193	50.00481	0.0000
	3	0.263867	0.005063	52.11306	0.0000
	4	0.329482	0.006014	54.78388	0.0000
	5	0.367644	0.006251	58.80964	0.0000
	6	0.387711	0.006011	64.49499	0.0000
Hindistan	2	0.153679	0.002839	54.12597	0.0000
	3	0.256294	0.004495	57.02160	0.0000
	4	0.322883	0.005329	60.59501	0.0000
	5	0.361679	0.005528	65.42805	0.0000
	6	0.383372	0.005305	72.26311	0.0000
Endonezya	2	0.174423	0.005113	34.11328	0.0000
	3	0.295257	0.008145	36.25186	0.0000
	4	0.376986	0.009722	38.77690	0.0000
	5	0.430999	0.010158	42.43078	0.0000
	6	0.466780	0.009820	47.53367	0.0000
Rusya	2	0.185259	0.003233	57.29740	0.0000
	3	0.311442	0.005123	60.79653	0.0000
	4	0.396269	0.006079	65.18844	0.0000
	5	0.451311	0.006312	71.49487	0.0000
	6	0.486044	0.006064	80.14720	0.0000
Güney Afrika	2	0.170245	0.002770	61.46072	0.0000
	3	0.285406	0.004385	65.08409	0.0000
	4	0.361338	0.005199	69.50249	0.0000
	5	0.409481	0.005394	75.92029	0.0000
	6	0.438679	0.005176	84.74546	0.0000
Türkiye	2	0.173542	0.002475	70.11960	0.0000
	3	0.289999	0.003920	73.97287	0.0000
	4	0.368109	0.004650	79.16203	0.0000
	5	0.418809	0.004826	86.77563	0.0000
	6	0.450005	0.004634	97.10866	0.0000

Doğrusallık testi sonuçlarına göre tüm seriler doğrusal olmayan bir yapı göstermektedir. Buna göre, tüm serilerin stokastik özelliklerinin doğrusal olmayan birim kök testleri ile incelenmesi gerekmektedir. Bu durumda serilere FWKSS ve WKSS testleri uygulanmıştır. Uygulanan test sonuçları Tablo 3'de verilmiştir.

Tablo 3. Doğrusal Olmayan Birim Kök Testi Sonuçları

Ülke	FWKSS Testi					WKSS Testi			
	FWKSS Test İstatistiği	FWKSS Kritik Değerleri Aydın (2019b, Tablo 2)			T Test İstatistiği $t(\hat{k})$	k	p	WKSS Test İstatistiği	p
		%1	%5	%10					
Arjantin (Durum 1)	-2.21**	-2.63	-2.05	-1.77	1.58	2	2	-1.87***	2
Brezilya (Durum 1)	-1.17	-2.48	-1.92	-1.64	1.35	5	1	-1.18	1
Şili (Durum 1)	-0.79	-2.63	-2.05	-1.77	0.44	2	0	-0.74	1
Hindistan (Durum 1)	-0.07	-2.48	-1.92	-1.64	0.78	5	0	-0.05	0
Endonezya (Durum 1)	-1.09	-2.48	-1.92	-1.64	1.57	5	0	-1.03	0
Rusya (Durum 1)	-0.33	-2.48	-1.92	-1.64	2.37	5	0	-0.65	0
Güney Afrika (Durum 1)	-1.61	-2.51	-1.96	-1.68	0.65	4	1	-1.66***	1
Türkiye (Durum 1)	-0.42	-2.92	-2.29	-1.97	1.31	1	2	-0.73	2

WKSS Testi için kritik değerler sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık seviyelerinde -2.40, -1.89 ve -1.63 dir. FWKSS testi t- istatistiği olan $t(\hat{k})$ için kritik değerler sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık seviyelerinde -2.69, -1.93, and -1.50 dir. Durum 1 verilerin ham veri olduğunu belirtmektedir. k frekansı p ise gecikme uzunluğudur. *, ** ve *** sırasıyla % 1, % 5 ve % 10'daki anlamlılık düzeyleridir.

Fourier terimi tüm ülkeler için anlamlı bulunmamıştır. Arjantin için FWKSS testinin sonuçları anlamlı gözükse de, $t(\hat{k})$ testi anlamsızdır. Sonuç olarak, FWKSS birim kök testi sonuçlarının tüm ülkeler için yorumlanamayacağı görülmektedir. Bu sonuç, WKSS birim kök testinin ülkeler için kullanılması gerektiğini göstermektedir. WKSS testinin sonuçlarına göre, sadece Arjantin ve Güney Afrika'nın reel döviz kurları % 10 anlamlılık düzeyinde durağan iken, diğerleri birim köke sahiptir. Dolayısıyla şokların Arjantin ve Güney Afrika'daki reel döviz kuru üzerinde geçici etkileri vardır. Ancak, şokların reel döviz kuruna etkisi Brezilya, Şili, Hindistan, Endonezya, Türkiye ve Rusya'da kalıcıdır.

Bu sonuçlar, Rodriguez ve Romero'nun (2007) Arjantin, Brezilya ve Şili için yaptığı çalışmayı desteklemektedir. Aynı zamanda Chowdhury'nin (2014) Şili için yaptığı çalışmayı da destekler niteliktedir. Wang ve Dunne (2003) de Endonezya rupisi üzerinde kalıcı bir yapı bulmuştur. Nominal döviz kuru için Kolev (2014) ayrıca Brezilya ve Hindistan için kalıcı bir yapı olduğunu ortaya koymuştur. Inoue ve Hamori (2009), Soto (2003) ve Moore ve Pentecost (2006) bu çalışmayı destekleyici diğer çalışmalardır.

Ayrıca, çalışmayı SAGP hipotezi açısından incelediğimizde Arjantin ve Güney Afrika'da SAGP hipotezi geçerlidir. Ancak, Brezilya, Şili, Hindistan, Endonezya, Türkiye ve Rusya'da ise geçerli değildir. Tablo 1 incelendiğinde bu sonuçları destekleyen birçok çalışma olduğu görülmektedir.

5. SONUÇ

Bu çalışmada, kırılmalı sekizli ülkelerinde reel döviz kurlarına gelen şokların etkilerinin geçici mi yoksa kalıcı mı olduğu dalgacık tabanlı birim kök testleri ile incelenmiştir. Serilerin uzun dönem hafıza özelliklerine sahip olup olmadığı parçalı birim kök testi yardımıyla incelendikten sonra çalışmanın esas yöntemine geçilmiştir. Bu noktada doğru test yönteminin seçimi için ilk olarak serilere doğrusallık testi sınıması yapılmış ve sekiz ülkenin reel döviz kurunun da doğrusal olmayan bir yapıya sahip olduğu görülmüştür. Çalışmanın sonuçlarına göre, Arjantin ve Güney Afrika'nın reel döviz kurları durağan iken; Brezilya, Şili, Hindistan, Endonezya, Rusya ve Türkiye'nin reel döviz kurları durağan olmayan şekilde çıkmıştır. Dolayısıyla Arjantin ve Güney Afrikada reel döviz kuruna gelen şokların etkisi geçicidir. Ancak Brezilya, Şili, Hindistan, Endonezya, Rusya ve Türkiye'de ise reel döviz kuruna gelen şokların etkisi kalıcıdır. Literatürdeki birçok çalışma bu çalışmayı destekler niteliktedir. Burada özellikle Arjantin için çalışmaların birçoğunun birim kök içermemesi durumu, bu çalışmada da aynen görülmüştür. Güney Afrika için yapılan çalışmaların bir kısmında da birim kök içermeyen çalışmalar mevcuttur. Brezilya, Hindistan, Endonezya, Türkiye ve Rusya ile ilgili çalışmalar dikkate alındığında, birim kök içeren çalışmalarda

literatürde fazlası ile yer almaktadır. Şili açısından bulunan birim kökün varlığına literatürde çok az rastlanılmaktadır.

Şokların etkisinin kalıcı olduğu ekonomilerde özellikle reel döviz kurlarını etkileyen makroekonomik faktörlerin iyi tespit edilerek politika yapıcılarının bu etkenleri düzeltme yoluna gitmeleri gerekmektedir. Literatürde, reel şokların, ekonominin arz veya talep yönleri tarafından ortaya çıkabileceği ve bu şokların gerek nominal gerekse reel döviz kurları üzerindeki etkilerinin kalıcı olacağı belirtilmektedir. Ekonomide, reel şoklar teknoloji ve dolayısıyla verimlilik değişimi ve doğal afetler vb. etkenlerden ağırlıklı olarak kaynaklandığı için çözümünde para ve maliye politikaları görece daha etkisiz kalmaktadır. Dolayısıyla ekonomiyi uzun vadede etkileyen yapısal reformların ülkeler tarafından uygulanması gereklidir. Şokların etkisinin geçici olduğu ekonomilerde uygulanacak doğru para politikası kararları şokların geçici olan etkisini daha da azaltacaktır.

YAZARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazar, çalışmanın tümüne tek başına katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir

KAYNAKÇA

- Ağazade, S. (2014). Doğrusal olmayan birim kök testleriyle Rusya için satın alma gücü paritesi hipotezinin incelenmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(4), 15-24.
- Ahmad, A. H. ve Pentecost, E. J. (2009). Sources of real exchange rate fluctuations: empirical evidence from nine African countries. *The Manchester School*, 77, 66-84.
- Akçay, A. Ö. ve Erataş, F. (2015). Satın alma gücü paritesi teorisinin geçerliliği: G7 örneği. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 81-100.
- Al-Gasaymeh, A., Ahmed, G., Mehmood, T. ve Alzoubi, H. M. (2019). Co-Integration tests and the long-run purchasing power parity: A case study of India and Pakistan currencies. *Theoretical Economics Letters*, 9(4), 570-583.
- Al-Gasaymeh, A., Kasem, J. ve Alshurideh, M. (2015). Real exchange rate and purchasing power parity hypothesis: Evidence from ADF unit root test. *International Research Journal of Finance and Economics*, 142, 28-39.
- Alper, A. (2015). Testing the validity of purchasing power parity for BRICS countries using non-linear unit root test. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD)*, 7(12), 90-99.
- Alper, A. M. (2011). Reel ve nominal şokların reel ve nominal döviz kurları üzerindeki etkileri: Türkiye örneği. *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar*, 5(1), 35-71.
- Altınar, A. ve Bozkurt, E. (2018). The validity of purchasing power parity hypothesis in E-7 countries: Panel data analysis. *Business and Economics Research Journal*, 9(4), 735-747.
- Anifowose, A. D. (2020). Monetary policy shocks and exchange rate dynamics: Empirical evidence from Nigeria and South Africa. *Imo State University /Business & Finance Journal*, 11(2), 1-15.
- Anoruo, E., Braha, H. ve Ahmad, Y. (2002). Purchasing power parity: evidence from developing countries. *International Advances in Economic Research*, 8(2), 85-96.
- Arize, A. C. (2011). Purchasing power parity in LDCs: An empirical investigation. *Global Finance Journal*, 22(1), 56-71.
- Aslan, N. ve Kanbur, A. (2007). Türkiye'de 1980 sonrası satın alma gücü paritesi yaklaşımı. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(2), 9-43.
- Atasoy, A. B. (2016). Satınalma gücü paritesi, kırılğan beşli ülkeleri'nde geçerli midir?. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(12), 237-246.

- Aydın, M. (2019a). Satın alma gücü paritesi hipotezi geçerliliğinin fourier birim kök testleri ile incelenmesi: Türkiye örneği. *Ekoist: Journal of Econometrics and Statistics*, (30), 35-48.
- Aydın, M. (2019b). *A new nonlinear wavelet-based unit root test with structural breaks* (Working Paper No. 98693). München: Munich Personal RePEc Archive.
- Aydın, M. ve Aydın, M. (2020). Tarımsal emtia fiyatlarına gelen şokların etkisinin dalgacık tabanlı birim kök testleri ile incelenmesi. N. Toğuş (Ed.) *Para ve finans* içinde (3-26), Adıyaman: İksad Publishing House.
- Aydın, M. ve Pata, U. K. (2020). Are shocks to disaggregated renewable energy consumption permanent or temporary for the USA? Wavelet-based unit root test with smooth structural shifts. *Energy*, 207(118245), 1-9.
- Bahmani-Oskooee, M., Chang, T. ve Lee, K. C. (2016). Purchasing power parity in emerging markets: A panel stationary test with both sharp and smooth breaks. *Economic Systems*, 40(3), 453-460.
- Bahmani-Oskooee, M., Chang, T. ve Wu, T. P. (2015). Purchasing power parity in transition countries: Panel stationary test with smooth and sharp breaks. *International Journal of Financial Studies*, 3(2), 153-161.
- Bahramian, P. ve Saliminezhad, A. (2020). Revisiting purchasing power parity in the ASEAN-5 countries: evidence from the Fourier quantile unit root test. *Applied Economics Letters*. doi: 10.1080/13504851.2020.1803473
- Bal, H., Manga, M., Ballı, E. ve Destek, M. A. (2016). Does purchasing power parity hypothesis hold for Latin American countries?. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(2), 167-177.
- Becker, R., Enders, W. ve Hurn, S. (2004). A general test for time dependence in parameters. *Journal of Applied Econometrics*, 19(7), 899-906.
- Becker, R., Enders, W. ve Lee, J. (2006). A stationarity test in the presence of an unknown number of smooth breaks. *Journal of Time Series Analysis*, 27(3), 381-409.
- Bilgin, C. (2018). Uluslararası ticarete satın alma gücü paritesinin geçerliliği sorunu: Türkiye için zaman serisi analizi. *Academic Review of Humanities and Social Sciences*, 1(1), 17-30.
- Bozgeyik, Y. ve Aydın, A. (2019). Seçilmiş gelişmekte olan ülkelerde satın alma gücü paritesinin geçerliliğine ilişkin ampirik bir çalışma. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 13(19), 2068-2089.
- Bozoklu, Ş. ve Yılcıncı, V. (2010). Reel döviz kurlarının durağanlığı: E7 ülkeleri için ampirik bir inceleme. *Maliye Dergisi*, 158, 587-606.
- Böke, S. S. ve Doğanay, S. M. (2014). *Trade and real exchange rate: permanent and transitory components*. Erişim adresi: <http://econ.bilkent.edu.tr/wp-content/uploads/2014/09/Gravity-paper.pdf>, (15.11.2020).
- Can, U. ve Can, Z. G. (2019). Türkiye'nin son yüzyılında satın alma gücü paritesi. *Bankacılar*, 30(111), 71-90.
- Ceylan, R. ve Ulucan, H. (2014). Satın alma gücü paritesi hipotezi (SAGP)'nin OECD ülkeleri için test edilmesi. *Sosyoekonomi*, 22(22), 193-209.
- Chen, F. C. (2017). Purchasing power parity and nonlinear real exchange rate adjustment: evidence from high-growth countries. *Taiwan Economic Review*, 45(2), 195-224.
- Choji, N. M. ve Sek, S. K. (2017). Testing for the validity of purchasing power parity theory both in the long-run and the short-run for ASEAN-5. *AIP Conference Proceedings* (Vol. 1905, No. 1, p. 050015). AIP Publishing LLC.
- Chowdhury, I. S. (2004). Sources of exchange rate fluctuations: empirical evidence from six emerging market countries. *Applied Financial Economics*, 14(10), 697-705.
- Clarida, R. ve Gali, J. (1994). Sources of real exchange-rate fluctuations: How important are nominal shocks? *Carnegie-Rochester Conference Series on Public Policy*, 41, 1-56.
- Coşkun, N. (2020). Mutlak satın alma gücü paritesi hipotezi: Kırılgan beşli örneği. *Bulletin of Economic Theory and Analysis*, 5(1), 41-55.
- Çağlayan, E. ve Saçaklı, İ. (2006). Satın alma gücü paritesinin geçerliliğinin sıfır frekansta spektrum tahmincisine dayanan birim kök testleri ile incelenmesi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(1), 121-137.

- Çavuşoğlu, T. ve Telatar, E. (2011). Purchasing power parity revisited: A time-varying parameter approach. *Economics Bulletin*, 31(3), 2701-2708.
- Çeviş, I. ve Ceylan, R. (2015). Kırılgan beşlide satın alma gücü paritesi (SAGP) hipotezinin test edilmesi. *Journal of Yaşar University*, 10(37), 6381-6393.
- Çil, A. B. ve Dülger, F. (2017). İstikrarlılık ve eşbütünleşme testleri ile satın alma gücü paritesi hipotezinin Türkiye ekonomisi için sınanması. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(3), 998-1020.
- Çil, N. ve Tıraşoğlu, B.Y (2018). Validity of purchasing power parity in fragile five countries: The Bayesyen unit root analysis. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 7(2), 82-90.
- Dal Bianco, M. J. (2008). Argentinean real exchange rate 1900-2006: Testing purchasing power parity theory. *Estudios de Economía*, 35(1), 33-64.
- Destek, M. A. ve Okumuş, İ. (2016). Satın alma gücü paritesi hipotezi geçerliliğinin fourier birim kök testleri ile incelenmesi: OECD ülkeleri örneği. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1), 73-87.
- Doğanlar, M., Bal, H. ve Özmen, M. (2009). Testing long-run validity of purchasing power parity for selected emerging market economies. *Applied Economics Letters*, 16(14), 1443-1448.
- Doğanlar, M., Kızılkaya, O. ve Mike, F. (2020). Testing the long-run PPP for Turkey: new evidence from the Fourier quantile unit root test. *Applied Economics Letters*, 27(9), 729-735.
- Doğanlar, M., Mike, F. ve Kızılkaya, O. (2020). Testing the validity of purchasing power parity in alternative markets: Evidence from the Fourier quantile unit root test. *Borsa İstanbul Review*. doi: 10.1016/j.bir.2020.12.004
- Dornbusch, R. (1976). Expectations and exchange rate dynamics. *Journal of Political Economy*, 84(6), 1161-1176.
- Enders, W. ve Lee, J. (2012a). The flexible Fourier form and Dickey-Fuller type unit root tests. *Economics Letters*, 117(1), 196-199.
- Enders, W. ve Lee, J. (2012b). A unit root test using a Fourier series to approximate smooth breaks. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 74(4), 574-599.
- Erlat, H. ve Erlat, G. (1998). Permanent and transitory shocks on real and nominal exchange rates in Turkey during the post-1980 period. *Atlantic Economic Journal*, 26(4), 379-396.
- Eroğlu, B.A. ve Soybilgen, B. (2018). On the performance of wavelet-based unit root tests. *Journal of Risk and Financial Management*, 11(3),47, 1-22.
- Fan, Y. ve Gençay, R. (2010). Unit root tests with wavelets. *Econometric Theory*, 26(5), 1305-1331.
- Fava, V. ve Alves, D. (1996). *A fractional cointegration analysis of purchasing power parity for Brazil*. Erişim address: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.924.3899verep=rep1vetype=pdf>, (25.03.2021).
- Gerek, S. ve Karabacak, M. (2017). Satın alma gücü paritesi yaklaşımı ile Türkiye’de reel döviz kuru yanlış dengelenmesinin belirlenmesi: Yapısal kırılmalı ve doğrusal olmayan birim kök testleri ile bir analiz. *Journal of Life Economics*, 4(1), 1-24.
- Geweke, J. ve Porter-Hudak, S. (1983). The estimation and application of long memory time series models. *Journal of Time Series Analysis*, 4(4), 221-238.
- Gözen, M., Koç, S. ve Abasız, T. (2016). Testing the validity of exchange rate determination approaches for Turkey. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 38(2), 111-128.
- Güney, A. ve Tunalı, H. (2015). Satınalma gücü paritesi teorisinin döviz kuru belirleme modeli olabilirliği üzerine ampirik bir inceleme: Türkiye örneği. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(4), 1-34.
- Güney, P. Ö., Telatar, E. ve Hasanov, M. (2012). Re-examining purchasing power parity for selected emerging markets and African countries. *Applied Economics Letters*, 19(2), 139-144.

- Gürbüz, A. ve Hasgür, P. (1997). Satın alma gücü paritesi örneğinin mevsimsel verilerle (1970:01 - 1994:04) analizi üzerine bir uygulama: Eşbütünlük. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 171-196.
- Güriş, B., Yaşgül, Y. ve Tıraşoğlu, M. (2018). E7 ülkelerinde satınalma gücü paritesinin geçerliliğinin doğrusal ve doğrusal olmayan birim kök testleri ile analizi. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (ICEFM 2017 Özel Sayısı), 33-46.
- Güriş, B. ve Tıraşoğlu, M. (2018). The validity of purchasing power parity in BRICS countries. *Prague Economic Papers*, 2018(4), 417-426.
- Güriş, B., Tıraşoğlu, B. Y. ve Tıraşoğlu, M. (2016). Türkiye’de satın alma gücü paritesi geçerli mi?: Doğrusal olmayan birim kök testleri. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 5(4), 30-42.
- Gyamfi, E. N. (2017). Testing the validity of purchasing power parity in the BRICS: Further evidence. *Euro Economica*, 36(2), 117-122.
- Gyamfi, E. N. ve Adam, A. M. (2016). Validity of purchasing power parity in BRICS under a DFA Approach. *Acta Universitatis Danubius. Economica*, 13(1). 17-28.
- Gyamfi, E. N., ve Appiah, E. F. (2019). Further evidence on the validity of purchasing power parity in selected African countries. *Journal of Economics and Finance*, 43(2), 330-343.
- Hatipoğlu, M. (2019). Seçilmiş islam ülkeleri için satın alma gücü paritesinin geçerliliği üzerine bir çalışma. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(1), 53-62.
- Hoffmaister, A. W. ve Roldos, J. E. (2001). The sources of macroeconomic fluctuations in developing countries: Brazil and Korea. *Journal of Macroeconomics*, 23(2), 213-239.
- Inoue, T. ve Hamori, S. (2009). What explains real and nominal exchange rate fluctuations?: Evidence from SVAR analysis for India. *Economics Bulletin*, 29(4), 2803-2815.
- Jiang, C., Bahmani-Oskooee, M. ve Chang, T. (2015). Revisiting purchasing power parity in OECD. *Applied Economics*, 47(40), 4323-4334.
- Kapetanios, G., Shin, Y. ve Snell, A. (2003). Testing for a unit root in the nonlinear STAR framework. *Journal of Econometrics*, 112(2), 359-379.
- Karagöz, K. ve Saraç, T. B. (2016). Testing the validity of PPP theory for Turkey: Nonlinear unit root testing. *Procedia Economics and Finance*, 38, 458-467.
- Kaya, H. ve Çelik, İ. (2018). Türkiye’de satın alma gücü paritesi hipotezinin geçerliliği: uzun hafıza testlerinden kanıtlar. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 351-365.
- Kızılkaya, O. ve Mike, F. (2019). Reel döviz kurlarının fourier durağanlık analizi ile test edilmesi. *Journal of Yaşar University*, 14(53), 21-30.
- Koçak, İ. ve Özbek, S. (2020). Satın alma gücü paritesinin geçerliliği: durağanlık ve birim kök testlerinden yeni kanıtlar. *Uluslararası Ticaret ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 22-31.
- Kolev, G. V. (2015). *On the nature of shocks driving exchange rates in emerging economies*. (Working Paper No. 146). Vienna: FIW.
- Konat, G. ve Temiz, M. (2019) Testing purchasing power parity with Fourier unit root tests for Turkey. D.B. Sarıipek, B.Yenihan ve V. Franca (Ed.), *A New Perspective in Social Sciences* içinde (130-136), India: Frontpage Publications.
- Köktürk, O. ve Ural, M. (2019). Fourier birim kök testi ile satın alma gücü paritesinin Türkiye için geçerliliğinin analizi. *Business ve Management Studies: An International Journal*, 7(2), 877-890.
- Küçükaksoy, İ. ve Çifçi, İ. (2018). Mutlak satınalma gücü paritesi hipotezi’nin test edilmesi: Türkiye ve dış ticaret ortakları uygulaması. *International Journal of Social Inquiry*, 11(2), 259-285.

- Kyei-Mensah, J. (2019). Purchasing power parity in some African countries using a nonlinear panel unit root test. *Journal of Applied Business ve Economics*, 21(7), 89-103.
- Lee, D. Y. (1999). Purchasing power parity and dynamic error correction: Evidence from Asia Pacific economies. *International Review of Economics ve Finance*, 8(2), 199-212.
- Mahdavi, S. ve Zhou, S. (1994). Purchasing power parity in high-inflation countries: Further evidence. *Journal of Macroeconomics*, 16(3), 403-422.
- McNown, R. ve Wallace, M. S. (1989). National price levels, purchasing power parity, and cointegration: A test of four high inflation economies. *Journal of international money and finance*, 8(4), 533-545.
- Mike, F. (2018). Gelişen piyasa ekonomilerinde satınalma gücü paritesinin geçerliliğinin test edilmesi. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, 55(637), 7-30.
- Mike, F. ve Kızılkaya, O. (2019). Testing the theory of PPP for emerging market economies that practice flexible exchange rate regimes. *Applied Economics Letters*, 26(17), 1411-1417.
- Mireles, J. H. (2003). Real exchange rate fluctuations in Latin American countries. *Brazilian Journal of Business Economics*, 3(2), 7-18.
- Moore, T. ve Pentecost, E. J. (2006). The sources of real exchange rate fluctuations in India. *Indian Economic Review*, 41(1), 9-23.
- Nusair, S. A. (2003). Testing the validity of purchasing power parity for Asian countries during the current float. *Journal of economic development*, 28(2), 129-147.
- Organ, A. ve Katrancı, A. (2016). Kırılgan sekizli olarak adlandırılan ülkelerin yaşanılabilirlik düzeyinin çok kriterli karar verme teknikleri ile değerlendirilmesi. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, (2016 Özel Sayı), 73-90.
- Özmen, M. ve Şanlı, S. (2015). Testing long-run validity of purchasing power parity in developing countries by using seasonal unit root test. *Social Sciences Research Journal*, 4(2), 195-215.
- Peng, H., Liu, Z. ve Chang, T. (2017). Revisiting purchasing power parity in BRICS countries using more powerful quantile unit-root tests with stationary covariates. *Communications in Statistics-Theory and Methods*, 46(20), 10051-10057.
- Perron, P. (1989). The great crash, the oil price shock, and the unit root hypothesis. *Econometrica*, 57(6), 1361-1401.
- Ralph Lu, Y. C., Chang, T., Chiu, C. C. ve Tzeng, H. W. (2011). Revisiting purchasing power parity for 16 Latin American countries: Panel SURADF tests. *Applied Economics Letters*, 18(3), 251-255.
- Rodrigues, P. M. ve Taylor, A. M.R. (2012). The flexible Fourier form and local generalized least squares detrended unit root tests. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 74(5), 736-759.
- Rodríguez, G. ve Romero, I. (2007). The role of permanent and transitory components in the fluctuations of Latin-American real exchange rates. *Applied Economics*, 39(21), 2713-2722.
- Rodríguez-Benavides, D., Climent-Hernández, J. A. ve Hoyos-Reyes, L. F. (2018). Purchasing power parity principle in Latin American Countries. *Revista mexicana de economía y finanzas*, 13(3), 461-477.
- Sağlam, Y. ve Erataş Sönmez, F. (2017). Satın alma gücü paritesi hipotezi'nin panel çoklu yapısal kırılma testleri ile analizi: BRICT örneği. *LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 19-34.
- Sidiq, S. ve Herawati, H. (2016). Validity test of purchasing power parity doctrine: An Indonesian case study. *Economic Journal of Emerging Markets*, 8(1), 120-127.
- Soto, C. (2003). The effects of nominal and real shocks on the Chilean real exchange rate during the nineties. (Working Paper No.220). Chile: Central Bank Of Chile.
- Su, C. W., Chang, H. L., Chang, T. ve Lee, C. H. (2012). Purchasing power parity for BRICS: Linear and nonlinear unit root tests with stationary covariates. *Applied Economics Letters*, 19(16), 1587-1591.

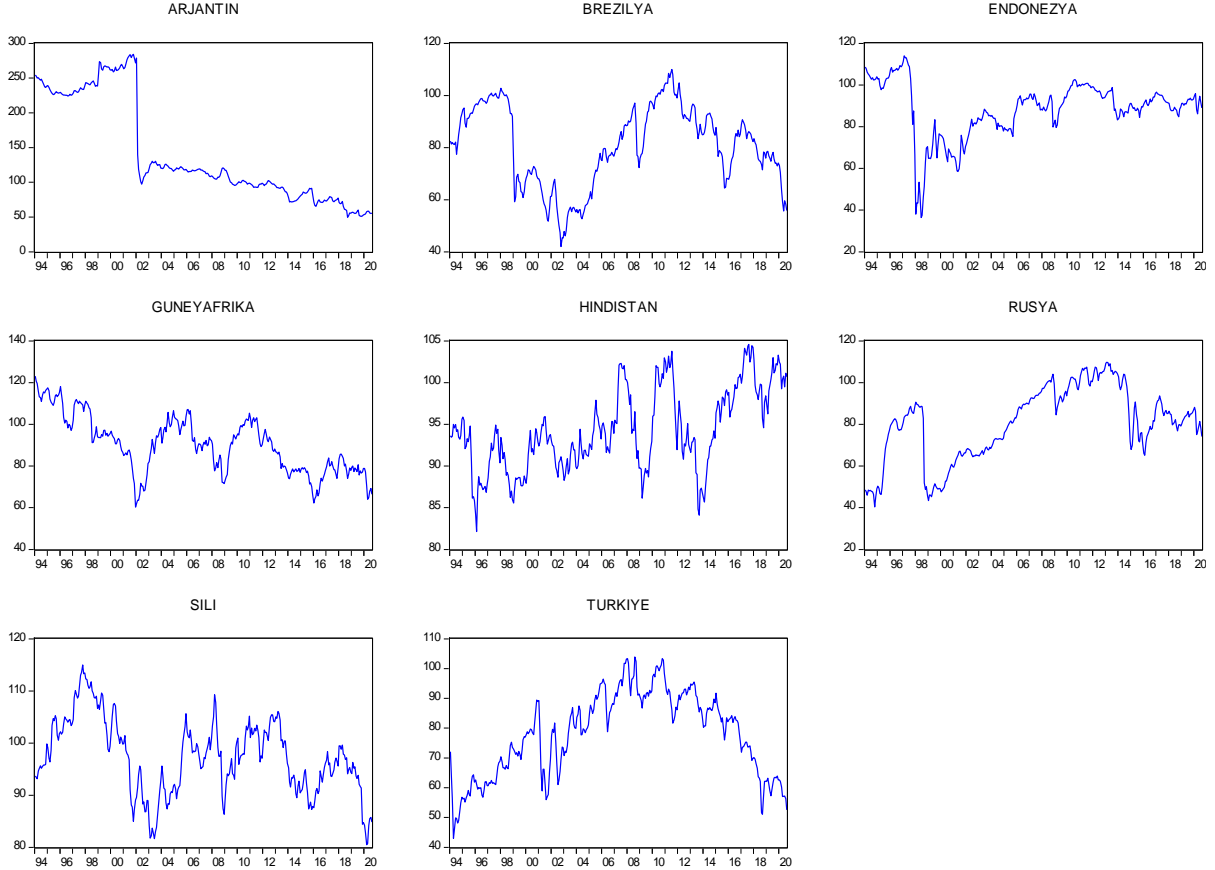
- Şeker, A. ve Şimdi, H. (2018). Yeni dönemde satın alma gücü paritesinin güçlü formda geçerliliği: Türkiye örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (31), 91-104.
- Tatoğlu, F. Y. (2009). Reel efektif döviz kurunun durağanlığının yapısal kırılmalı panel birim kök testleri kullanılarak sınanması. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 10(2), 310-323.
- Taylor, A. M. (2002). A century of purchasing-power parity. *Review of Economics and Statistics*, 84(1), 139-150.
- Telatar, E. ve Hasanov, M. (2009). Purchasing power parity in transition economies: Evidence from the Commonwealth of independent states. *Post-Communist Economies*, 21(2), 157-173.
- Tıraşoğlu, B. Y. (2014). Yapısal kırılmalı birim kök testleri ile OECD ülkelerinde satın alma gücü paritesi geçerliliğinin testi. *Ekonometri ve İstatistik e-Dergisi*, (20), 68-87.
- Tolgay, S. B. ve Kula, F. (2019). Purchasing power parity testing unit root tests with structural break in Turkey. *Revista Economica*, 71(1), 89-98.
- Tolgay, S. B. ve Kula, F. (2020). Satın alma gücü paritesinin geleneksel olmayan para politikaları altında geçerliliği: Türkiye üzerine bir uygulama. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (55), 1-20.
- Triki, M.B. ve Maktouf, S. (2015). Purchasing power parity as a long-term memory process: Evidence from some emerging countries. *International Journal of Emerging Markets*, 10(4), 711-725.
- Vasconcelos, C. R. F. ve Júnior, L. A. L. (2016). Validity of purchasing power parity for selected Latin American countries: Linear and non-linear unit root tests. *Economia*, 17(1), 114-125.
- Wang, P. ve Dunne, P. (2003). Real exchange rate fluctuations in East Asia: Generalized impulse-response analysis. *Asian Economic Journal*, 17(2), 185-203.
- Wong, D. K. T. (2020). A re-examination of the impacts of macroeconomic and financial shocks on real exchange rate fluctuation: Evidence from G7 and Asian countries. *Applied Economics*, 52(50), 5491-5515.
- Yavuz, N. Ç. (2009). Purchasing power parity with multiple structural breaks: Evidence from Turkey. *Economics Bulletin*, 29(2), 1201-1210.
- Yazgan, M. E. ve Özkan, H. (2015). Detecting structural changes using wavelets. *Finance Research Letters*, 12, 23-37.
- Yılcı, V. ve Eriş, Z. A. (2013). Purchasing power parity in African countries: Further evidence from Fourier unit root tests based on linear and nonlinear models. *South African Journal of Economics*, 81(1), 20-34.
- Yıldırım, D. (2017). An empirical investigation of purchasing power parity for Turkey: Evidence from recent nonlinear unit root tests. *Central Bank Review*, 17(2), 39-45.
- Yıldırım, D. Ç., Yıldırım, S. ve Çoltu, S. (2019). ASEAN ülkelerinde satın alma gücü paritesi hipotezinin geçerliliğine ilişkin bir analiz. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(16), 179-186.
- Yıldırım, O. (2003). Döviz kurları çerçevesinde satın alma gücü paritesinin zaman serisi analizi ve Türkiye ekonomisi uygulaması. *Bankacılar Dergisi*, 44, 3-14.
- Yıldırım, S. ve Yıldırım, Z. (2012). Reel efektif döviz kuru üzerinde kırılmalı birim kök testleri ile Türkiye için satın alma gücü paritesi hipotezinin geçerliliğinin sınanması. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 33(2), 221-238.
- Yücesan, M. (2021). Fourier tipi birim kök testleri ile Türkiye ekonomisinde satın alma gücü paritesinin geçerliliğinin test edilmesi (1980: M1-2019: M9). *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 19(39), 43-62.
- Zengin, G. ve Yanar, R. (2018). Satın alma gücü paritesi yapısal kırılmalar altında Türkiye örneği: 2003-2018. *Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4), 158-164.
- Zhou, S. (1997). Purchasing power parity in high-inflation countries: A cointegration analysis of integrated variables with trend breaks. *Southern Economic Journal*, 64(2), 450-467.

Ek 1. GPH (Geweke Porter Hudak) Parçalı Birim Kök Testi Sonuçları

λ/d	0.45	0.50	0.55	0.60	0.65	0.70	0.75	0.80	0.85	0.90	0.95
Arjantin	0.997*	1.023*	1.015*	0.990*	1.019*	1.064*	1.046*	1.048*	1.032*	1.038*	1.032*
Brezilya	0.882*	0.780*	0.928*	0.941*	0.983*	1.075*	1.084*	1.135*	1.160*	1.224*	1.214*
Şili	0.605**	0.563**	0.662*	0.711*	0.894*	0.907*	0.978*	1.070*	1.115*	1.153*	1.180*
Hindistan	0.545**	0.933*	1.055*	1.116*	1.046*	0.943*	0.998*	0.944*	0.970*	1.006*	1.008*
Endonezya	0.639***	0.694**	0.833*	1.053*	1.054*	1.010*	1.009*	1.002*	1.006*	1.123*	1.104*
Rusya	0.682*	0.960*	0.922*	1.006*	0.979*	1.046*	1.095*	1.149*	1.199*	1.211*	1.232*
Güney Afrika	0.917*	1.035*	0.939*	0.831*	0.804*	0.892*	0.969*	0.931*	0.961*	0.981*	0.976*
Türkiye	0.855*	0.806*	0.764*	0.707*	0.726*	0.798*	0.843*	0.877*	1.012*	1.027*	1.064*

*, ** ve *** sırasıyla % 1, % 5 ve % 10'daki anlamlılık düzeyleridir.

Ek 2. Analizdeki Serilerin Grafikleri



GELİŞMİŞ ÜLKELERDE DOĞRUDAN YABANCI YATIRIM ÇIKIŞLARI İLE YURT İÇİ YATIRIMLAR ARASINDAKİ NEDENSELLİK İLİŞKİSİ

CAUSALITY RELATIONSHIP BETWEEN OUTWARD FOREIGN DIRECT INVESTMENT AND DOMESTIC INVESTMENTS IN DEVELOPED COUNTRIES

Dr. Nur AYDIN¹

ÖZ

Bu çalışmanın amacı gelişmiş ülkelerde doğrudan yabancı yatırım çıkışları ile yurt içi yatırımları arasındaki nedensellik ilişkisini incelemektir. Çalışma, dokuz gelişmiş ülke için (ABD, Almanya, Fransa, Hollanda, İngiltere, İrlanda, İsviçre, Japonya ve Kanada) 1985-2018 dönemi için ele alınmıştır. Çalışmada doğrudan yabancı yatırım çıkışları ile yurt içi yatırımlar arasındaki nedensellik ilişkisi yatay kesit bağımlılığı ve homojeniteye izin veren panel Granger nedensellik testiyle incelenmiştir. Çalışmanın yatay kesit bağımlılığı ve homojenlik testi sonuçlarına göre serilerde yatay kesit bağımlılığı vardır. Ayrıca çalışmanın eğim katsayıları beklentilere uygun şekilde homojendir. CADF panel birim kök testi sonuçlarına göre ülke ve paneli oluşturan seriler düzey değerinde durağan değildir. Panel Granger nedensellik sonuçlarına göre ise gelişmiş ülkelerde doğrudan yabancı yatırım çıkışlarından ana ülkenin yurt içi yatırımlarına doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi vardır.

Anahtar Kelimeler: Doğrudan Yabancı Yatırım Çıkışları, Yurt İçi Yatırımlar, Gelişmiş Ülkeler, Panel Nedensellik Analizi.


JEL Sınıflandırma Kodları: F21, O50, C23.

ABSTRACT

The aim of the study is to examine the causality relationship between outward foreign direct investment and domestic investments in developed countries. The study encompasses 1985-2018 period for nine developed countries (USA, Germany, France, Netherlands, UK, Ireland, Switzerland, Japan and Canada). In the study, the causality relationship between outward foreign direct investment and domestic investments is examined with the panel Granger causality test that allows for cross-sectional dependency and homogeneity. According to the results of the cross-section dependence and homogeneity test of the study, there is a cross-section dependence in the series. In addition, the slope coefficients of the study are homogeneous in accordance with the expectations. According to the CADF panel unit root test results, the country and the series forming the panel are not stable at level value. According to the panel Granger causality results, there is a one-way causality relationship from outward foreign direct investment to the domestic investments of the home country in developed countries.

Keywords: Outward Foreign Direct Investment, Domestic Investments, Developed Countries, Panel Causality Analysis.

JEL Classification Codes: F21, O50, C23.

¹  Bağımsız Araştırmacı, nurhepkarsi@gmail.com

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

Whether and how outward foreign direct investment affect the home country's domestic investments is an issue discussed. The common argument in this debate is that domestic investment declines when home country firms shift their production abroad. The other argument is that outward foreign direct investment increase domestic investments in the home country. In this respect, outward investment enable firms in the home country to import cheaper inputs from foreign affiliates. It also increases the export of intermediate goods used by foreign affiliates. This situation unites domestic and foreign production. Thus, investments in the home country increase. The aim of this study is to examine the causality relationship between outward foreign direct investment s and domestic investments in developed countries. The study is discussed for the period 1985-2018 for nine developed countries (USA, Germany, France, Netherlands, UK, Ireland, Switzerland, Japan and Canada).

Design/methodology/approach:

In the empirical analysis of the study, firstly the cross-sectional dependency between the series and the homogeneity of the slope coefficients is examined. Then the stationarity of the series with the CADF panel unit root test, and the causality relationship between the variables is analyzed with the panel granger causality test. The study is completed with results and recommendations. There may be deviations in analyzes performed without considering cross-sectional dependency. Therefore, the presence of cross-sectional dependency between series should be tested. The cross-sectional dependency shows that a shock to the series affects the cross-section units in the same way. The absence of dependency affects the cross-sectional units of a shock in the series differently. It is important to determine the homogeneity of the slope coefficients before causality analysis. Considering the slope coefficients homogeneous in empirical analysis ignores country differences. Therefore, the homogeneity of the slope coefficients in the study is examined with the homogeneity test developed by Pesaran and Yamagata (2008). The stationarity of the series is analyzed by CADF panel unit root test. In the study, the causality between outward foreign direct investment and domestic investments is examined with the panel Granger causality test.

Findings:

According to the results of the cross section dependence of the study, there is a cross section dependence in the series. This situation shows the existence of a causality relationship between outward foreign direct investment and domestic investments in developed countries. According to the homogeneity test results, the slope coefficients are homogeneous. According to the economic characteristics and development levels of the countries, the results are in line with the expectations. The results show that the impact of a change in outward foreign direct investment on domestic investment is the same across countries. As a result of the unit root test, it is concluded that OFDI and domestic investment series are stable when the first differences are taken. In addition, variables belonging to country groups is found to be stationary when their first differences are taken. This situation shows that the impact of shocks on outward foreign direct investment in the countries considered did not disappear immediately. There is a unidirectional causality relationship from outward foreign direct investment to domestic investments in countries considered as a result of panel causality analysis. This situation is an expected position for developed countries. Because the share of outward foreign direct investment of developed countries in the global economy is quite high. This share reveals the spillover effects on the home country domestic investments through the foreign investment channel.

Conclusion and Discussion:

Foreign direct investment is an important part of globalization. These investments emerge when an investor residing in one country takes control of the business management in another country. Therefore, outward foreign direct investment increase the income and profits of multinational companies by expanding to foreign markets. Therefore, increasing outward foreign investment in developed countries may indicate a healthy investment environment in the domestic economy. For this reason, in the study, the causality relationship between outward foreign direct investment and domestic investments of the home country in the sample of nine developed countries (USA, Germany, France, Netherlands, UK, Ireland, Switzerland, Japan and Canada) is examined by panel data analysis for the period 1985-2018. According to the panel causality analysis, there is a unidirectional causality relationship from outward foreign direct investment to domestic investments in the countries. These results may help to establish policies for increasing capital formation in Turkey. Based on these results, governments can follow competition policies to increase outward foreign direct investment of countries. These competition policies should be able to encourage national and international investment. Also, multinational companies can be allowed to form industry clusters. Countries (especially developing countries) can see outward foreign direct investment as a development tool. Therefore, outward foreign direct investment can be seen as an opportunity rather than a capital outflow for the home country. Therefore, outward foreign direct investment should be handled at macro level and dynamic policies should be developed.

1. GİRİŞ

Doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının ana ülkenin yurt içi yatırımları etkileyip etkilemediğine ve nasıl etkilediğine dair süregelen bir tartışma bulunmaktadır. Bu tartışmadaki yaygın argüman, ana ülkedeki firmaların üretimlerinin bir kısmını yurt dışına kaydirdiklerinde yerli yatırımın azalmasıdır² (Belderbos, 1992; Stevens ve Lipsey, 1992; Svensson, 1993; Feldstein, 1995; Andersen ve Hainaut, 1998; Chen ve Ku, 2000; Kim, 2000). Diğer argüman ise doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının ana ülkedeki yurt içi yatırımları arttırmasıdır³. Bu açıdan yatırım çıkışları, ana ülkedeki firmaların yabancı iştiraklerden daha ucuz girdi ithal etmesini veya yabancı iştirakler tarafından kullanılan ara malı ihracatını üretmesini sağlar. Bu durum, firmaların maliyetleri düşürmek ve yerli üretime geri dönüşü arttırmak için yerli ve yabancı üretimi birleştirmesini sağlar. Böylece ana ülkedeki yatırımlar artmaktadır (Noorzoy, 1979; Braunerhjelm, Oxelheim ve Thulin, 2005; Desai, Foley ve Hines, 2005b; Herzer ve Schrooten, 2008). Bu argümanlar göz önüne alındığında iki değişken arasındaki ilişkiyi incelemek için ampirik kanıtlara ihtiyaç bulunmaktadır.

Doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının ana ülkenin yurt içi yatırımları üzerindeki etkileri, ülkelerin yatırım çıkışında bulunma nedenlerine göre değişiklik göstermektedir. Yapılan literatürde bu nedenler; verimlilik arayan doğrudan yabancı yatırımlar, pazar arayan doğrudan yabancı yatırımlar ve stratejik varlık arayan doğrudan yabancı yatırımlar olmak üzere üçe ayrılmaktadır⁴ (Dunning, 1993: 68-74). Birinci neden, ana firmaların üretim süreci aşamalarını coğrafi olarak ucuz girdilere sahip ülkelere aktarmasıyla ortaya çıkmaktadır. Bu üretim sürecinin bölünmesi, kısa dönemde ana ülkedeki yurt içi yatırımları azaltmaktadır. Uzun dönemde ise üretim sürecinin aktarımı, yerli piyasada ana ülke tarafından üretilen mallara olan talebi arttırmaktadır. Bu nedenle uzun dönemde, yerli ve yabancı üretim faaliyetleri birbirini tamamlamaktadır (Kim, 2000: 301; Dasgupta, 2016: 9; Hsu, Wang ve Clegg, 2015: 356). Pazar arayan doğrudan yabancı yatırımlar da, ev sahibi ülke iç ve komşu pazarlarına hizmet etmeyi amaçlamaktadır. Bu tür yatırımların etkisi, doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının ihracatın yerine geçip geçmediğine bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Eğer yatırım çıkışları hizmet sektörüne yönelikse (ticari olmayan), yabancı yatırımlar ihracatın yerini almamaktadır (Hejazi ve Pauly, 2003: 284). Bu durum, ana ülkenin ekonomisinde herhangi bir etki doğurmamaktadır. Fakat yatırım çıkışları bölgesel pazara erişim sağlamak amacıyla yapıldıysa bu yatırımlar, ana ülkede ara malı üretimini teşvik ederek yurt içi faaliyet ve yatırımları arttırabilmektedir. Böylece, firma içi ihracat fırsatları da doğabilir (Kim, 2000: 299- 300; Goh ve Wong, 2014: 414; Girma, Patnaik ve Shah, 2010: 5). Üçüncü neden olan stratejik varlık arayan doğrudan yabancı yatırımlar ise ana ülkedeki firmaların, ülke içerisinde bulunmayan varlıkları (ileri teknoloji, nitelikli işgücü, teknik bilgi vs.) elde etmeyi amaçlayan yatırımlardır. Bu tür yatırımlar, ana firmanın üretkenliğini artırır, yerli ekonomide yeni yatırımlar, teknoloji ve bilgiye erişim gibi olumlu etkilere imkân verebilmektedir (Al-Sadig, 2013: 7).

Al-Sadig'e (2013) göre ise doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının ana ülkenin yurt içi yatırımları üzerindeki etkileri, yatırımın finanse edilme şekline göre değişebilir. Doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının finansmanı, ev sahibi ya da üçüncü ülke tarafından sağlanırsa ana ülkenin yerli sermaye stokunda azalma meydana gelmemektedir. Bu tür doğrudan yabancı yatırım sahipleri, yurt dışında kazandıkları kârların bir kısmını veya tamamını kendi ülkelerine gönderir. Ana ülkeye gönderilen bu kârlar, yurt içinde sermaye stokunu artırır. Kâr transferleri sayesinde artan sermaye stoku, ana ülkedeki yurt içi yatırımların finansmanında kullanılabilir (Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı Yurtdışı Yatırım Raporu, 2017: 15).

2. DOĞRUDAN YABANCI YATIRIM ÇIKIŞLARI VE YURT İÇİ YATIRIMLAR: LİTERATÜR ÖZETİ

Doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının ana ülke üzerindeki etkilerini inceleyen ilk çalışmalar, ana ülkede sermaye, istihdam, yatırım ya da teknoloji sızıntısına yol açtığını belirtmekteydi. Son yıllardaki araştırmalar ise uzun

² Literatürde doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının ana ülkenin yurt içi yatırımları üzerindeki negatif etkisine, doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının ana ülke yurt içi yatırımlarını ikame etmesi denilmektedir (Stevens ve Lipsey, 1992; Agosin ve Machado, 2005: 151; Desai vd., 2005a; Herzer ve Schrooten, 2008; Sauramo, 2008; Acar, Eriş ve Tekçe, 2012: 4- 5; Hsu, Wang ve Clegg, 2015: 35).

³ Literatürde doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının ana ülkenin yurt içi yatırımları üzerindeki pozitif etkisine, doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının ana ülke yurt içi yatırımlarını tamamlaması denilmektedir (Herring ve Willet, 1973; Svensson, 1993; Feldstein, 1995; Andersen ve Hainaut, 1998; Kim, 2000; Arndt, Buch ve Schnitzer, 2007; Goh ve Wong, 2014; Agosin ve Machado, 2005: 151; Gondim, Ogasavara ve Masiero, 2018: 3).

⁴ Dunning (1993), ülkelerin yatırım çıkışında bulunma nedenlerini doğal kaynak arayan doğrudan yabancı yatırımlar, verimlilik arayan doğrudan yabancı yatırımlar, pazar arayan doğrudan yabancı yatırımlar ve stratejik varlık arayan doğrudan yabancı yatırımlar olmak üzere dörde ayırmaktadır. Fakat doğal kaynak arayan doğrudan yabancı yatırımlar da verimlilik arayan doğrudan yabancı yatırımlar içerisinde sınıflandırılabilir. Bu nedenle bu yatırımların etkileri açıkça tartışılmamaktadır.

dönemde doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının ana ülke ekonomisi üzerinde olumlu etkiler yarattığını savunmaktadır (Globerman, Kokko ve Sjöholm, 2000; Braconier, Ekholm ve Midelfart, 2001; Herzer, 2010). Aşağıda doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının ana ülkenin yurt içi yatırımları üzerindeki etkilerini ele alan çalışmaların literatür taraması verilmiştir.

Tablo 1. Doğrudan Yabancı Yatırım Çıkışlarının Yurt İçi Yatırımlar Üzerindeki Etkisi: Literatür Taraması

Çalışmayı Yapan	Çalışma Tarihi	Ele Alınan Ülkeler	Veri Seti Dönemi	Analiz Yöntemi	Sonuçlar
Noorzoy	1980	ABD	1959:Q1-1971:Q4	Teorik	Sermaye çıkışlarının ana ülkede yerli yatırımları teşvik edeceği vurgulanmıştır.
Anderson ve Hainaut	1998	ABD, Japonya, Almanya, İngiltere	1985-1995	Zaman Serisi Analizi	Analiz sonuçlarına göre doğrudan yabancı yatırım çıkışları, ele alınan ülkelerde yurt içi yatırımları azaltma eğilimindedir.
Hejazi ve Pauly	2002	Kanada	1983-1995	Panel Veri Analizi	Sonuçlara göre Kanada'nın ABD'ye yaptığı doğrudan yabancı yatırımları sonrasında Kanada'nın yurt içi yatırımları pozitif etkilenmektedir. İngiltere'ye yapılan yatırımların ise Kanada yurt içi yatırımları üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı görülmüştür.
Desai, Foley ve Hines	2005a	ABD	1982-1999	Panel Veri Analizi	ABD'de, doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının ana ülkenin yurt içi yatırımlarını pozitif etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.
Goedegebuure	2006	Hollanda	1996-2000	EKK ve Kruskal-Wallis testi	Hollanda'da verimlilik amacıyla yapılan doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının ana ülkenin yurt içi yatırımlarını negatif etkilediği bulunmuştur.
Arndt, Buch ve Schnitzer	2007	Almanya	1991-2003	Panel Veri Analizi	Uzun dönemde Almanya'da doğrudan yabancı yatırım çıkışları, yurt içi sermaye stokunu pozitif etkilemektedir. Kısa dönemde ise iki değişken arasında önemli bir etkileşim bulunmamaktadır.
Herzer	2008	İtalya	1970-2004	Zaman Serisi Analizi	Çalışma sonucuna göre uzun dönemde doğrudan yabancı yatırım çıkışlarındaki %1'lik artış yurt içi yatırımları %5.11 arttırmaktadır. Kısa dönemde ise doğrudan yabancı yatırım çıkışları, yurt içi yatırımları negatif etkilemektedir.
Herzer ve Schrooten	2008	ABD ve Almanya	1970-2003 1971-2004	Zaman Serisi Analizi	ABD'de, doğrudan yabancı yatırım çıkışları ile yurt içi yatırımlar arasında pozitif bir ilişki vardır. Almanya'da ise doğrudan yabancı yatırım çıkışları ile yurt içi yatırımlar arasında negatif bir ilişkiye rastlanılmıştır.
Sauramo	2008	Finlandiya	1960-2006 1975:Q1-2006:Q4	VAR Analizi	Finlandiya'da doğrudan yabancı yatırım çıkışları ile yurt içi yatırımlar arasında negatif bir ilişki bulunmuştur. Analiz sonucunda doğrudan yabancı yatırım çıkışları %1 arttığında Finlandiya'daki yurt içi yatırımların %1.12-1.18 aralığında azaldığı görülmüştür.
Namini ve Pennings	2009	ABD	1999-2005	Panel Veri Analizi	ABD'nin dikey yatırımları ile yurt içi yatırımları arasında tamamlayıcı veya ikame edici bir ilişki olduğu görülmüştür.
Onaran Stockhammer ve Zwickl	2010	Almanya	2002-2006	Panel Veri Analizi	Almanya düşük ücretli ülkelere yatırım çıkışında bulunduğu ana ülke içerisindeki yurt içi yatırımların negatif etkilendiği sonucuna varılmıştır.
Dasgupta	2014	BRIC Ülkeler	1992-2013	Panel Veri Analizi	BRIC ülkelerinde doğrudan yabancı yatırım çıkışları ile ana ülkenin yurt içi yatırımları arasında pozitif bir ilişki olduğu görülmüştür.

Çalışmayı Yapan	Çalışma Tarihi	Ele Alınan Ülkeler	Veri Seti Dönemi	Analiz Yöntemi	Sonuçlar
Hsu, Wang ve Clegg	2015	Tayvan	1991-2007	Panel Veri Analizi	Tayvan'da doğrudan yabancı yatırım çıkışları ile ana ülkenin yurt içi yatırımları arasında tamamlayıcı bir ilişki olduğu görülmüştür.
Tan, Goh ve Wong	2016	ASEAN-8 Ülkeleri	1986-2011	Panel Veri Analizi	ASEAN-8 ülkelerinde doğrudan yabancı yatırım çıkışları %10 oranında arttığında yurt içi yatırımların %0.6 oranında arttığı sonucuna ulaşılmıştır.
Ameer, Xu ve Alotaish	2017a	Çin	1979-2013	Granger Nedensellik Analizi	Analiz sonucuna göre uzun dönemde Çin'de doğrudan yabancı yatırım çıkışlarından yurt içi yatırımlara doğru pozitif nedensellik vardır. Kısa dönemde ise iki değişken arasında nedensellik ilişkisi yoktur.
Ameer, Xu ve Alotaish	2017b	Çin	1990-2014	EKK ve Granger Nedensellik Analizi	Nedensellik analizi sonucunda uzun dönemde Çin'de, doğrudan yabancı yatırım çıkışları ile yurt içi yatırımlar arasında çift yönlü bir nedensellik vardır. Ayrıca uzun dönemde Çin'de doğrudan yabancı yatırım çıkış miktarı %1 oranında arttığında, Çin'in yurt içi yatırımları %16.3 oranında artmaktadır.
Ali ve Wang	2018	Çin	1982-2015	Zaman Serisi Analizi	Çin'de uzun dönemde doğrudan yabancı yatırım çıkışlarından yurt içi yatırımlara doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi vardır. Kısa dönemde ise değişkenler arasında herhangi bir nedensellik ilişkisi yoktur.
Gondim, Ogasavara ve Masiero	2018	Brezilya ve Çin	1975-2013 1985-2013	ARDL ve Zaman Serisi Analizi	Analiz sonuçlarına göre Brezilya ve Çin'de, doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının yurt içi yatırımları arttırdığı saptanmıştır.
Sastre ve Recuero	2019	19 Gelişmiş Ülke	1995-2014	Panel Veri Analizi	Çalışmada 19 gelişmiş ekonomide 19 üretken sektör için doğrudan yabancı yatırım çıkışları ile yurt içi yatırımlar arasındaki ilişki irdelenmiştir. Analiz sonuçlarına göre yatırım çıkışları ile yurt içi yatırımlar arasındaki ilişki, sektör ve ülkelere göre farklılık göstermektedir. Bu ilişki, somut olmayan yatırımlarda, küresel değer zincirlerinde ve ileriye dönük endüstrilerde pozitifdir. Maddi olmayan yatırıma sahip endüstrilerde ise negatif hale gelmektedir (genellikle yatay entegre olurlar).
Ameer, Sohag, Xu ve Halwan	2020	28 Gelişmiş ve 23 Gelişmekte Olan Ülke	1996-2017	ARDL Panel Veri Analizi	Sonuçlar, gelişmiş ülkelerde doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının kısa ve uzun dönemde özel sermaye oluşumunu pozitif etkilediğini göstermektedir. Kısa dönemde doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının katsayısı 0.171 iken, uzun dönemde 0.544'tür. Gelişmekte olan ülkelerde ise doğrudan yabancı yatırım çıkışları, özel ve kamu sermaye oluşumuna herhangi bir katkı sağlamamaktadır.
Kurul	2020	Türkiye	1970-2018	ARDL	Sonuçlar, uzun dönemde doğrudan yabancı yatırım çıkışları ile yurt içi yatırım arasında negatif bir ilişki olduğunu sunmaktadır. Analiz sonucuna göre uzun dönemde doğrudan yabancı yatırım çıkışlarındaki %1'lik artış Türkiye'de yurt içi yatırımları %19 oranında azaltmaktadır.
Shah, Ameer ve Delpachitra	2020	Körfez Ülkeleri	1993-2017	Panel Veri Analizi	Sonuçlara göre Körfez ülkelerinde doğrudan yabancı yatırım çıkışları, ülke içindeki özel yatırımları önemli ölçüde pozitif etkilemekte/tamamlamaktadır.

Görüldüğü gibi literatür taramasında gelişmiş ülkeler için doğrudan yabancı yatırım çıkışları ile ana ülkenin yurt içi yatırımları arasındaki nedensellik ilişkisini ele alan yeterli çalışma olmadığı görülmektedir. Bu nedenle çalışmanın; incelenen dönem, ülke ve yöntem bakımından literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3. EKONOMETRİK ANALİZ

3.1. Veri Seti ve Yöntem

Bu çalışma kapsamında ele alınan ülkeler IMF tarafından yayınlanan Dünya Ekonomik Görünüm Raporu sınıflandırmasına⁵ göre dokuz gelişmiş ülke; ABD, Almanya, Fransa, Hollanda, İngiltere, İrlanda, İsviçre, Japonya ve Kanada'dır. Çalışmada, ele alınan 9 ülke grubuna ait 1985-2018 dönemi yıllık verilerinden faydalanılmıştır. Bu ülkelerin çalışmaya dâhil edilmesinin nedeni; gelişmiş ülkeler arasında küresel ekonomide en fazla doğrudan yabancı yatırım çıkışında bulunan ilk dokuz ülke grubu olmasıdır⁶. Bu çalışmada, doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının stok değeri kullanılmıştır. Ele alınan değişkenlerden *DYYÇ*; Doğrudan Yabancı Yatırım Çıkışlarını (Milyon Dolar), *I^d* ise yurt içi yatırımları (Milyon Dolar) temsil etmektedir. Değişkenler, analizlerde logaritması alınarak kullanılmıştır. Ülkelere ait veriler UNCTAD'dan (<http://unctadstat.unctad.org>) alınmıştır.

Çalışmanın ampirik analizinde öncelikle seriler arasındaki yatay kesit bağımlılığı ve eğim katsayılarının homojenliği irdelenmiştir. Daha sonra serilerin durağanlığı CADF panel birim kök testiyle, değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi ise panel Granger nedensellik testiyle analiz edilmiş ve çalışma sonuç ve öneriler ile tamamlanmıştır.

3.2. Yatay Kesit Bağımlılığı ve Homojenite Testi

Yatay kesit bağımlılığı ele alınmadan uygulanan analizlerde sapmalar oluşabileceğinden seriler arasındaki yatay kesit bağımlılığının varlığı sınanmalıdır (Breusch ve Pagan, 1980: 239; Pesaran, 2004: 1- 2). Seriler arasındaki yatay kesit bağımlılığının olması, seriye gelen bir şokun incelenen yatay kesit birimlerini aynı biçimde etkileyeceğini gösterirken; bağımlılığın yokluğu ise seriye gelen bir şokun ele alınan yatay kesit birimlerini farklı şekilde etkileyeceğini göstermektedir (Aydın ve Şimşir, 2017: 41).

Breusch-Pagan (1980) LM testi ve Pesaran (2004) CD testi, grup ortalaması sıfır ancak bireysel ortalaması sıfırdan farklı olduğunda sapmalı sonuç verir. Pesaran, Ullah ve Yamagata (2008), test istatistiğine varyans ile ortalamayı ilâve ederek bu sapmayı düzeltmişlerdir. Bundan dolayı bu test, sapması düzeltilmiş LM testi (*LM_{adj}*) diye adlandırılır. Düzeltmenin eklenmesiyle LM test istatistiğinin son hali Denklem (1)'de gösterilmiştir (Pesaran vd., 2008: 108):

$$LM_{adj} = \left(\sqrt{\frac{2}{N(N-1)}} \right) \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N \frac{(T-k)\hat{\rho}_{ij}^2 - \mu_{Tij}}{v_{Tij}} \sim N(0,1) \quad (1)$$

Denklem (1)'de bulunan $\hat{\mu}_{Tij}$ ortalamayı, v_{Tij} varyansı belirtmektedir. Bu denklemden elde edilen test istatistiği, standart dağılım göstermektedir (Güloğlu ve İvrendi, 2010: 384; Nazlıoğlu, Lebe ve Kayhan, 2011: 6618; Menyah, Nazlıoğlu ve Wolde-Rufael, 2014: 390). Test istatistiklerinin boş hipotezi "yatay kesit bağımlılığı yoktur" şeklindedir (Pesaran vd., 2008: 108- 109).

Nedensellik analizinden önce eğim katsayılarının homojen veya heterojen olup olmadığının belirlenmesi önemlidir. Ampirik analizlerde eğim katsayılarının homojen kabul edilmesi, ülkelere ait farklılıkları göz ardı etmektedir (Granger, 2003; Breitung, 2005; Nazlıoğlu vd., 2011: 6618). Bu nedenle çalışmada eğim katsayılarının homojenliği Pesaran ve Yamagata (2008) tarafından geliştirilen homojenlik testiyle incelenmiş ve test sonuçları Tablo 2'de yer almıştır.

⁵ Dünya Ekonomik Görünüm Raporu'nda ülkeler, GSYİH büyüklüğüne göre sınıflandırılmaktadır.

⁶ 2018 yılı itibarıyla gelişmiş ülkeler arasında en fazla doğrudan yabancı yatırım çıkışında bulunan ilk dokuz ülke; ABD, Hollanda, İngiltere, Almanya, Japonya, Fransa, İsviçre, Kanada ve İrlanda'dır. 2018 yılında ABD 6 trilyon 452 milyar dolar, Hollanda 2 trilyon 380 milyar dolar, İngiltere 1 trilyon 788 milyar dolar, Almanya 1 trilyon 651 milyar dolar, Japonya 1 trilyon 567 milyar dolar, Fransa 1 trilyon 499 milyar dolar, İsviçre 1 trilyon 494 milyar dolar, Kanada 1 trilyon 366 milyar dolar ve İrlanda 942 milyar dolar doğrudan yabancı yatırım çıkışında bulunmuştur.

Tablo 2. Yatay Kesit Bağımlılığı ve Homojenite Testi Sonuçları

Yatay Kesit Bağımlılığı		
	DYYÇ	I ^d
Breusch-Pagan Lm	1082.93*** (0.000)	865.24*** (0.000)
Pesaran Scaled Lm	122.32*** (0.000)	96.66*** (0.000)
Pesaran Cd	32.88*** (0.000)	28.68*** (0.000)
Bias-Corrected Scaled Lm	122.18*** (0.000)	96.53*** (0.000)
Homojenite Testi		
Örneklem	$\tilde{\Delta}$	$\tilde{\Delta}_{adj}$
	-2.121*** (0.983)	-2.132*** (0.973)

Not: DYYÇ; doğrudan yabancı yatırım çıkışlarını, I^d; yurt içi yatırımları temsil etmektedir.***; %1 anlamlılık düzeyinde yatay kesit bağımlılığını ve eğim katsayılarının homojenliğini belirtmektedir. Tabloda, olasılık değerleri parantez içinde gösterilmiştir.

Çalışmanın yatay kesit bağımlılığı ve homojenlik testi sonuçlarına Tablo 2’de yer verilmiştir. Sonuçlar, serilerde yatay kesit bağımlılığı olduğunu göstermektedir. Bu durum, ele alınan gelişmiş ülkelerde doğrudan yabancı yatırım çıkışları üzerine gelen şokların diğer ülkeleri de etkilediğini göstermektedir. Ayrıca yatay kesit bağımlılığının varlığı, gelişmiş ülkelerde doğrudan yabancı yatırım çıkışları ile yurt içi yatırımları arasındaki nedensellik bağlantılarının da incelenmesi gerektiğini göstermektedir.

Tablo 2’deki homojenite testi sonuçlarına göre ise eğim katsayıları homojendir. Ele alınan ülkelerin ekonomik özelliklerine ve gelişmişlik düzeylerine bakıldığında sonuç beklentilere uygun çıkmıştır. Sonuçlar, doğrudan yabancı yatırım çıkışlarında meydana gelen bir değişikliğin yurt içi yatırımlar üzerindeki etkisinin ülkeler arasında aynı olduğunu göstermektedir.

3.3. CADF (2007) Panel Birim Kök Testi

Çalışmanın bu bölümünde, serilerin durağanlığı CADF (Cross Sectionally Augmented Dickey Fuller: Yatay Kesit Bağımlılığı Altında Genişletilmiş Dickey-Fuller) panel birim kök testiyle analiz edilmiştir. CADF testinde, bireysel ve ortak olmak üzere hata terimi iki farklı şekilde verilir. Bu testin temel denklemi aşağıda ifade edildiği gibidir (Dam, 2014: 110):

$$\Delta y_{it} = \alpha_i + \beta_i y_{i,t-1} + d_i t + \sum_{j=1}^{P_j} \Phi_{ij} \Delta y_{i,t-j} + u_{it}; \quad t = 1, 2, \dots, T; \quad i = 1, 2, \dots, N \quad (2)$$

Temel denklemdeki hata terimi $u_{it} = \lambda_i f_t + \varepsilon_{it}$ biçiminde gösterilir. Hata terimine ait denklemde f_t ; görülmeyen ortak etki (common effect) olarak kabul edilir ve durağan olduğu varsayılır. ε_{it} ise ülkeye ait bireysel hatayı belirtir. Modeldeki yatay kesit bağımlılığı, görülmeyen ortak etkiden kaynaklanmaktadır. Bu aşamalardan sonra denklem (2), denklem (3) hâline gelmektedir.

$$\Delta y_{it} = \alpha_i + \beta_i y_{i,t-1} + \sum_{j=1}^{P_j} c_{ij} \Delta_{i,t-j} + d_i t + h \bar{y}_{t-1} + \sum_{j=0}^{P_j} \eta_{ij} \Delta \bar{y}_{i,t-j} + \varepsilon_{i,t} \quad (3)$$

CADF birim kök testi hipotezleri aşağıdaki gibidir:

$H_0: \beta_i = 0$; Tüm i’ler için seri durağan değildir.

$H_1: \beta_i < 0$; Seri durağandır.

($i = 1, 2, \dots, N_1, \beta_i = 0 \quad i = N_1 + 1, N_1 + 2, \dots, N$)

CADF testi sonucunda β_i katsayılarına ait test istatistikleri bulunur. Kritik değerler ise Pesaran (2007) tarafından yapılan çalışmada tablolar halinde verilmiştir (Pesaran, 2007: 269).

CADF testinde, CIPS (Cross-Sectionally Im-Pesaran- Shin: Yatay Kesit Bağımlılığı Altında IPS) istatistiği ülkelere ait birim kök testi istatistiklerinin ortalaması alınarak elde edilmektedir. CIPS istatistiği normal dağılım göstermemekle birlikte panelin geneli için durağanlığı temsil eder (Pesaran, 2007: 278).

$$CIPS^*(N, T) = \overline{CADF}^* = N^{-1} \sum_{i=1}^N CADF_i \quad (4)$$

CIPS istatistiği normal dağılıma sahip olmadığından kritik değerler Pesaran (2007) tarafından Monte Carlo simülasyonu aracılığıyla hesaplanmıştır. Paneli oluşturan her bir yatay kesit için CADF test istatistiği ve panelin geneli için CIPS test istatistiği Tablo 3'te verilmiştir. Pesaran (2007) tarafından hesaplanan CADF ve CIPS testlerinin kritik değerleri tablonun altında not olarak paylaşılmıştır.

Tablo 3. CADF (2007) Panel Birim Kök Testi Sonuçları

Ülkeler	Düzye Değerleri		Birinci Farkları	
	I ^d	DYYÇ	ΔI ^d	ΔDYYÇ
ABD	-1.29	-0.38	-7.53***	-8.49***
Hollanda	-1.11	-1.03	-7.23***	-9.16***
İngiltere	-2.04	-2.39	-12.6***	-5.32***
Japonya	-1.54	-0.17	-9.29***	-7.22***
Almanya	-2.03	-2.32	-5.91***	-11.2***
Kanada	-1.74	-2.69	-5.90***	-7.01***
Fransa	-2.65	-1.48	-7.96***	-8.72***
İsviçre	-1.19	-1.07	-5.39***	-12.59***
İrlanda	-1.10	-2.10	-7.45***	-8.35***
Panel (CIPS)	-2.06	-1.32	-7.70***	-8.67***

Not: ***, %1 anlamlılık düzeyinde serilerin durağanlığını ifade eder. Δ ise fark operatörü olup değişkenin farkının alındığını işaret etmektedir. CADF ve CIPS testi için %1 anlamlılık düzeyinde kritik değerler; -3.81 ve -2.53'tür. CADF ve CIPS testinin kritik değerleri Pesaran (2007: 275, 280) çalışmasından alınmıştır. Test modeli olarak bütün değişkenler için sabitli model seçilmiş ve optimum gecikme uzunluğu 2 olarak belirlenmiştir.

Panelin geneli için yapılan birim kök testi sonucunda DYYÇ ve yurt içi yatırım serilerinin birinci farkları alındığında durağan olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, paneli oluşturan ülke gruplarına ait değişkenlerin de birinci farkları alındığında durağan olduğu bulunmuştur. Serilerin düzey değerinde durağan olmaması, ele alınan ülkelerde doğrudan yabancı yatırım çıkışlarına gelen şokların etkisinin hemen kaybolmadığını göstermektedir.

3.4. Panel Granger Nedensellik Testi

Çalışmada doğrudan yabancı yatırım çıkışları ile yurt içi yatırımlar arasındaki nedenselliğin varlığını ve yönünü incelemek amacıyla homojen paneller için kullanılan panel Granger nedensellik testi kullanılmıştır. Panel VAR modelinin ilk eşitliği aşağıdaki gibi yazılabilir (Tatoğlu, 2017: 153):

$$I_{it}^d = \alpha_i + \sum_{k=1}^K \gamma_k I_{it-k}^d + \sum_{k=1}^K \beta_k DYYÇ_{it-k} + \varepsilon_{it} \quad (5)$$

$$DYYÇ_{it} = \alpha_i + \sum_{k=1}^K \theta_k DYYÇ_{it-k} + \sum_{k=1}^K \mu_k I_{it-k}^d + u_{it} \quad (6)$$

Denklem (5) ve (6)'da görüldüğü gibi sabit terim dışındaki eğim parametreleri yatay kesit birimlerine göre değişiklik göstermemektedir. Bu nedenle panel homojendir. Gecikme uzunluğu, tüm yatay kesit birimler için aynı ve dengeli panele göre hareket etmektedir. Denklem (5), doğrudan yabancı yatırım çıkışlarından yurt içi yatırımlara doğru nedenselliği, Denklem (6) ise yurt içi yatırımlardan doğrudan yabancı yatırım çıkışlarına doğru nedenselliği göstermektedir. Böylece çalışmanın panel Granger nedensellik testi sonuçları Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Panel Granger Nedensellik Test Sonuçları

Hipotez	F-istatistiği	Olasılık Değeri	Sonuç
DYYÇ→I ^d	9.345	0.000	Doğrudan yabancı yatırım çıkışlarından yurt içi yatırımlara doğru nedensellik ilişkisi vardır.
I ^d →DYYÇ	0.091	0.912	Nedensellik ilişkisi yoktur.

Panel nedensellik analizi sonucunda ele alınan ülkelerde doğrudan yabancı yatırım çıkışlarından yurt içi yatırımlara doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi vardır. Bu durum gelişmiş ülkelerin doğrudan yabancı yatırım çıkış oranları göz önüne alındığında beklenen bir durumdur. Çünkü gelişmiş ülkelerin doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının küresel ekonomi içerisinde payı oldukça yüksektir. Bu pay, yabancı yatırım kanalı aracılığıyla ana ülke yurt içi yatırımlarına yayılma etkilerini ortaya koymaktadır. Ayrıca ele alınan ülkelerin çok uluslu şirketlerinin karşılaştığı finansal kısıtlamaların azlığı, ekonomik gelişmişlik seviyeleri, milli gelirleri, tasarruf oranları, bu ülkelerin finansal gelişmişliği ve derinliği göz önüne alındığında yabancı yatırım çıkışlarının gelişmiş ülkelerde belli bir olgunlaşma seviyesinde olması beklenen bir durumdur. Gelişmiş ülkelerdeki verimli ve etkin yabancı yatırım politikaları, yerli firmaların ulusal ve uluslararası pazarlara katılma fırsatlarını arttırmaktadır. Böylece ana ülkedeki firmalar daha rekabetçi hale gelerek yurt içi ve yabancı yatırımlarını arttırmaktadır.

4. SONUÇ

Doğrudan yabancı yatırımlar, küreselleşmenin önemli bir parçasıdır. Bu yatırımlar, bir ülkede ikamet eden bir yatırımcının, başka bir ülkede bulunan işletme yönetimini kontrolü altına aldığıda ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle doğrudan yabancı yatırım girişleri gibi doğrudan yabancı yatırım çıkışları da, etkin çok uluslu şirketlerin dış pazarlara genişleyerek gelirlerini ve karlarını arttırmalarına neden olabilmektedir. Dolayısıyla etkin çok uluslu şirketlere ve finansal piyasalara sahip olan gelişmiş ülkelerde artan yabancı yatırım çıkışları, yerli ekonomide sağlıklı bir yatırım ortamına işaret edebilmektedir.

2019 yılı itibariyle küresel ekonomide gelişmiş ülkelerin doğrudan yabancı yatırım çıkış payları yaklaşık %75'tir. Gelişmiş ülkeler arasında ABD'nin payı %22, Hollanda'nın payı %7.5, İngiltere, Almanya, Japonya, Fransa, İsviçre ve Kanada'nın payı yaklaşık %5, İrlanda'nın payı ise %3'tür. Görüldüğü gibi gelişmiş ülkeler arasında özellikle ABD en büyük küresel yatırımcı pozisyonundadır. Bu nedenle çalışmada dokuz gelişmiş ülkeler örneğinde (ABD, Almanya, Fransa, Hollanda, İngiltere, İrlanda, İsviçre, Japonya ve Kanada) doğrudan yabancı yatırım çıkışları ile ana ülkenin yurt içi yatırımları arasındaki nedensellik ilişkisi 1985-2018 dönemi için panel veri analiziyle incelenmiştir. Panel nedensellik analizi sonucuna göre ele alınan ülkelerde doğrudan yabancı yatırım çıkışlarından yurt içi yatırımlara doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi vardır. Bu sonuçlar, Türkiye'de doğrudan yabancı yatırım çıkışları dikkate alınarak sermaye oluşumunun artırılmasına yönelik politikaların oluşturulmasına yardımcı olabilir.

Bu sonuçlara dayanarak ülkelerin doğrudan yabancı yatırım çıkışlarını arttırmak ya da teşvik etmek amacıyla hükümetler rekabet politikalarını takip edebilir. Bu rekabet politikaları, ulusal ve uluslararası yatırımı teşvik edebilmelidir. Uluslararası pazarda başarılı olabilmek için, ülkeler fiyat veya kalite açısından başkalarının sunduğu bir ürün ya da hizmetten daha üstün ürün ya da hizmet sunmayı hedeflemelidir. Ayrıca çok uluslu şirketlerin endüstri kümeleri oluşturmalarına imkân verilebilir. Ülkeler (özellikle gelişmekte olan ülkeler) doğrudan yabancı yatırım çıkışlarını bir kalkınma aracı olarak görebilir. Dolayısıyla doğrudan yabancı yatırım çıkışları, ana ülke için bir sermaye çıkışı değil aksine bir fırsat olarak görülebilir. Bundan dolayı, doğrudan yabancı yatırım çıkışları makro düzeyde ele alınmalı ve ana ülke ekonomisine sağlayabileceği katkılar dikkate alınarak dinamik politikalar geliştirilebilir.

Sonraki çalışmalarda, ampirik analiz gelişmekte olan ülkeler için tekrarlanabilir. Ayrıca doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının yurt içi yatırımlara olan etkisi, uzun ve kısa dönem için analiz edilebilir. Doğrudan yabancı yatırım çıkışlarının istihdam oranı, ödemeler bilançosu, teknolojik gelişme gibi diğer makroekonomik değişkenler üzerindeki etkileri incelenebilir. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeleri yabancı yatırım çıkışına iten makro ve mikro düzeydeki faktörler ele alınabilir, bir firma, endüstri veya sektör bazında çalışmalar bir sonraki adım olabilir.

YAZARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazar, çalışmanın tümüne tek başına katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

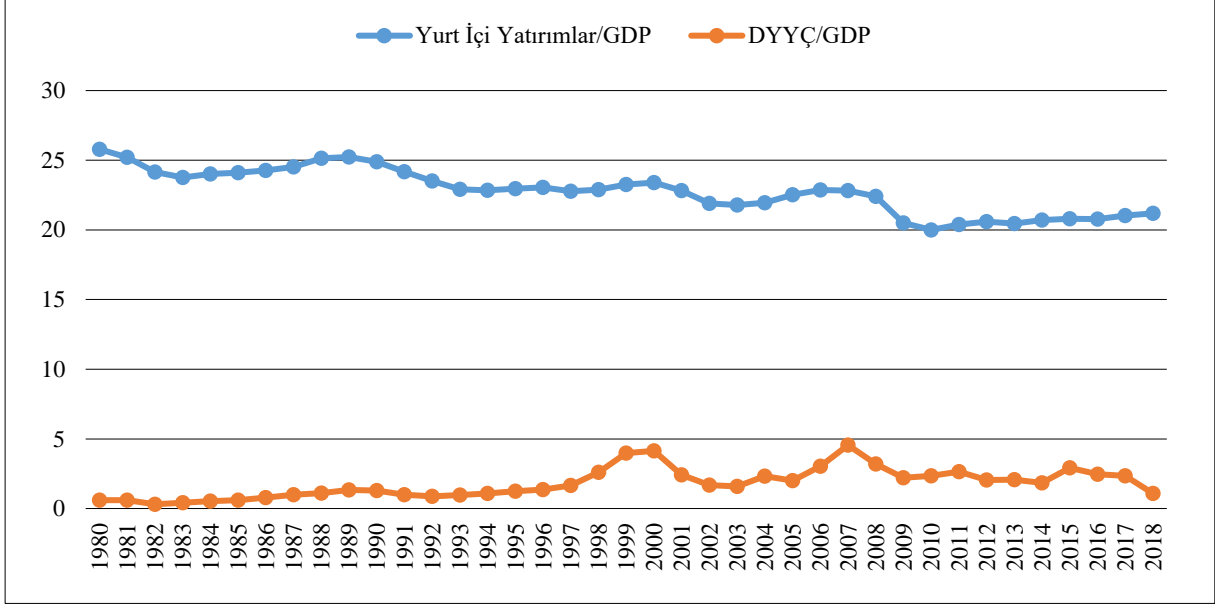
- Acar, S., Eriş, B. ve Tekçe, M. (2012). The effect of foreign direct investment on domestic investment: Evidence from MENA countries. *14th Annual European Trade Study Group Conference Paper 143*.
- Agosin, M. R. ve Machado, R. (2005). Foreign investment in developing countries: Does it crowd in domestic investment?. *Oxford Development Studies*, 33(2), 149-162.
- Ali, U. ve Wang, J. J. (2018). Does outbound foreign direct investment crowd out domestic investment in China? Evidence from time series analysis. *Global Economic Review*, 47(4), 419-433.
- Al-Sadig, A. J. (2013). Outward foreign direct investment and domestic investment: The case of developing countries. *IMF Working Paper, Middle East and Central Asia Department*, 13(52), 1-27.
- Ameer, W., Sohag, K., Xu, H. ve Halwan, M. M. (2020). The impact of OFDI and institutional quality on domestic capital formation at the disaggregated level: Evidence for developed and emerging countries. *Sustainability*, 12(3661), 1-18.
- Ameer, W., Xu, H. ve Alotaish, M. S. M. (2017a). Outward foreign direct investment and domestic investment: Evidence from China. *Economic Research*, 30(1), 777-788.
- Ameer, W., Xu, H. ve Alotaish, M. S. M. (2017b). Outward fdi, domestic investment and informal institutions: Evidence from China. *International Journal of Economics, Commerce and Research (IJEER)*, 7(1), 25-30.
- Andersen, P. S. ve Hainaut, P. (1998). Foreign direct investment and employment in the industrial countries. *Working Paper No.61, Bank for International Settlements (BIS)*.
- Arndt, C., Buch, C. M. ve Schnitzer M. (2007). Fdi and domestic investment: An industry-level view. *In: Centre for Economic Policy Research Discussion Paper Series, Discussion Paper No 6464, London*.
- Aydın, N. ve Şimşir Cömertler, N. (2017). Doğrudan yabancı yatırımların yatırımcı ülke ekonomisine etkileri: Panel veri analizi. *Bankacılar Dergisi*, 34-56.
- Aytun, C. ve Ekiz, F. M. (2016). Gelişmiş ve yükselen ekonomilerde telekomünikasyon yatırımları ve ekonomik büyüme ilişkisi: Panel nedensellik analizi. *International Congress of Management Economy and Policy 2016*, 1013-1027.
- Belderbos, R. (1992). Large multinational enterprises based in a small economy: Effects on domestic investment. *Review of World Economics (Weltwirtschaftliches Archiv)*, 128(3), 543-557.
- Braconier, H., Ekholm, K. ve Midelfart Knarvik, K. H. (2001). In search of fdi-transmitted R&D spillovers: A study based on Swedish data. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 137(4), 644-665.
- Braunerhjelm, P., Oxelheim, L. ve Thulin, P. (2005). The relationship between domestic and outward foreign direct investment: The role of industry-specific effects. *International Business Review*, 14(6), 677-694.
- Breitung, J. (2005). A parametric approach to the estimation of cointegration vectors in panel data, *Econometric Reviews*, 24, 151-173.
- Breusch, T. S. ve Pagan, A. R. (1980). The lagrange multiplier test and its applications to model specification tests in econometrics. *Review of Economic Studies*, 47, 239-253.
- Chen, T. J. ve Ku, Y. H. (2000). The effect of foreign direct investment on firm growth: The case of Taiwan's manufactureres. *Japan and World Economy*, 12(2), 153-172.
- Dam, M. (2014). *Sera gazı emisyonlarının makroekonomik değişkenlerle ilişkisi: OECD ülkeleri için panel veri analizi*. Doktora Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.

- Dasgupta, N. (2014). Home country effect of FDI outflows from the BRIC countries: Study of domestic investment. *Working Paper*, UMBC.
- Dasgupta, N. (2016). Fdi outflows and domestic investment: Substitutes or complements? Exploring the Indian experience. *Copenhagen Discussion Papers*, 1-50.
- Desai, M. A., Foley, C. F. ve Hines Jr. J. R. (2005a). Foreign direct investment and domestic economic activity. *NBER Working Paper Series, Working Paper 11717*, Cambridge Massachusetts.
- Desai, M. A., Foley, F. ve Hines, Jr. J. R. (2005b). Foreign direct investment and domestic capital stock. *NBER Working Paper*, No. 11075, 1-16.
- Dunning, J. H. (1993). *Multinational enterprises and the global economy* (1th ed.). Wokingham: Addison-Wesley.
- Feldstein, M. S. (1995). The effects of outbound foreign direct investment on the domestic capital stock. *In The Effects of Taxation on Multinational Corporations*. University of Chicago Press: Chicago, 43-66.
- Girma, S., Patnaik, I. ve Shah, A. (2010). The impact of outbound FDI on domestic investment. *National Institute of Public Finance and Policy Working Paper*.
- Globerman, S., Kokko, A. ve Sjöholm, F. (2000). International technology diffusion: Evidence from Swedish patent data. *Kyklos*, 53(1), 17-38.
- Goedegebuure, R. V. (2006). The effects of outward foreign direct investment on domestic investment. *Investment Management and Financial Innovations*, 3(1), 9-22.
- Goh, S. K. ve Wong, K. N. (2014). Could inward fdi offset the substitution effect of outward fdi: Evidence from Malaysia. *Prague Economic Papers*, 413-425.
- Gondim, I., Ogasavara, M. H. ve Masiero, G. (2018). Effects of outward foreign direct investment on domestic investment: The cases of Brazil and China. *Journal of International Development*, 1-16.
- Granger, C. W. J. (2003). Some aspects of causal relationships, *Journal of Econometrics*, 112, 69-71.
- Güloğlu, B. ve İvrendi, M. (2010). Output fluctuations: Transitory or permanent? The case of Latin America. *Applied Economics Letters*, 17, 381-386.
- Hejazi, W. ve Pauly, P. (2002). Foreign direct investment and capital formation. *Industry Canada Research Publication Program, Working Paper*, No 36.
- Herring, R. ve Willett, T. (1973). The relationship between US direct investment at home and abroad. *Revista Internazionale dio Scienze Economiche e Commerciale*, 20(1), 72-82.
- Herzer, D. (2008). The causal relationship between domestic and outward foreign investment: Evidence for Italy. *Applied Financial Economics Letters*, 4(5), 307-310.
- Herzer, D. (2010). Outward fdi and economic growth. *Journal of Economic Studies*, 37(5), 476-494.
- Herzer, D. ve Schrooten, M. (2008). Outward fdi and domestic investment in two industrialized countries. *Economic Letters*, 99(1), 139-143.
- Hsu, W. C., Wang, C. ve Clegg, J. (2015). The effects of outward foreign direct investment on fixed-capital formation at home: The roles of host location and industry characteristics. *Global Economic Review*, 44(3), 353-368.
- International Monetary Fund (IMF). (2016). *World economic and financial surveys, subdued demand, symptoms and remedies*, Erişim adresi: <https://www.imf.org/en/publications/weo>, (26.12.2019).
- Kar, M., Nazlıoğlu, S. ve Ağır, H. (2011). Financial development and economic growth nexus in the MENA countries: Bootstrap panel granger causality analysis. *Economic Modelling*, 28(1-2), 685-693.
- Kim, S. (2000). Effects of outward foreign direct investment on home country performance: Evidence from Korea. T. Ito ve A. O. Krueger (Ed.), *The Role of Foreign Direct Investment in East Asian Economic Development* içinde (295-317), Chicago: University of Chicago Press.

- Kurul, Z. (2020). Outward foreign direct investment and domestic investment nexus in Turkey: Crowding out or crowding in?. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22/3, 913-936.
- Menyah, K., Nazlıoğlu, Ş. ve Wolde-Rufael, Y. (2014). Financial development, trade openness and economic growth in African countries: New insights from a panel causality approach. *Economic Modelling*, 37, 386-394.
- Namini, J. E. ve Pennings, E. (2009). Horizontal multinational firms, vertical multinational firms and domestic investment. *Tinbergen Institute Discussion Paper*, TI 2009-004/2.
- Nazlıoğlu, S., Lebe, F. ve Kayhan, S. (2011). Nuclear energy consumption and economic growth in OECD countries: Cross-sectionally dependent heterogeneous panel causality analysis. *Energy Policy*, 39(10), 6615-6621.
- Noorzoy, M. S. (1979). Flows of direct investment and their effects on investment in Canada. *Economics Letters*, 2(3), 257-261.
- Noorzoy, M. S. (1980). Flows of direct investment and their effects on US domestic investment?. *Economic Letters*, 5, 311-317.
- Onaran, Ö., Stockhammer, E. ve Zwickl, K. (2010). Fdi and domestic investment in Germany: Crowding in or out?. *Department of Economics and Statistics Middlesex University Business School*, Discussion Paper No:143.
- Pesaran, M. H. (2004). General diagnostic tests for cross section dependence in panels. *Cambridge Working Papers in Economics* 435, 1-39.
- Pesaran, M. H. (2007). A simple panel unit root test in the presence of cross-section dependence. *Journal of Applied Econometrics*, 22, 265-312.
- Pesaran, M. H. ve Yamagata, T. (2008). Testing slope homogeneity in large panels. *Journal of Econometrics*, 142(1), 50-93.
- Pesaran, M. H., Ullah, A. ve Yamagata, T. (2008). A bias-adjusted Lm test of error cross-section independence. *Econometrics Journal*, 11(1), 105-127.
- Sastre, T. ve Recuero, L. H. (2019). Domestic and foreign investment in advanced economies. The role of industry integration. *Documentos de Trabajo*, No: 1933, 1-28.
- Sauramo, P. (2008). Does outward foreign direct investment reduce domestic investment? Macroevidence from Finland. *Discussion Papers*, No:239.
- Shah, S. H., Ameer, W. ve Delpachitra, S. (2020). OFDI impact on private investment in the Gulf economies. *Sustainability*, 12(4492), 1-13.
- Stevens, G. V. G. ve Lipsey, R. E. (1992). Interactions between domestic and foreign investment. *Journal of International Money and Finance*, 11(1), 40-62.
- Svensson, R. (1993). Domestic and foreign investment by Swedish multinationals. *Working Paper Series 391, Research Institute of Industrial Economics*.
- Tan, B. W., Goh, S. K. ve Wong, K. N. (2016). The effects of inward and outward fdi on domestic investment: Evidence using panel data of ASEAN-8 countries. *Journal of Business Economics and Management*, 17(5), 717-733.
- Tatoğlu, F. Y. (2017). *Panel zaman serileri analizi* (1.Baskı). Beta Yayınevi: İstanbul.
- Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı Yurtdışı Yatırım Raporu. (2017). *Türkiye'nin yurtdışı yatırımları*. Serbest Bölgeler, Yurtdışı Yatırım ve Hizmetler Genel Müdürlüğü.

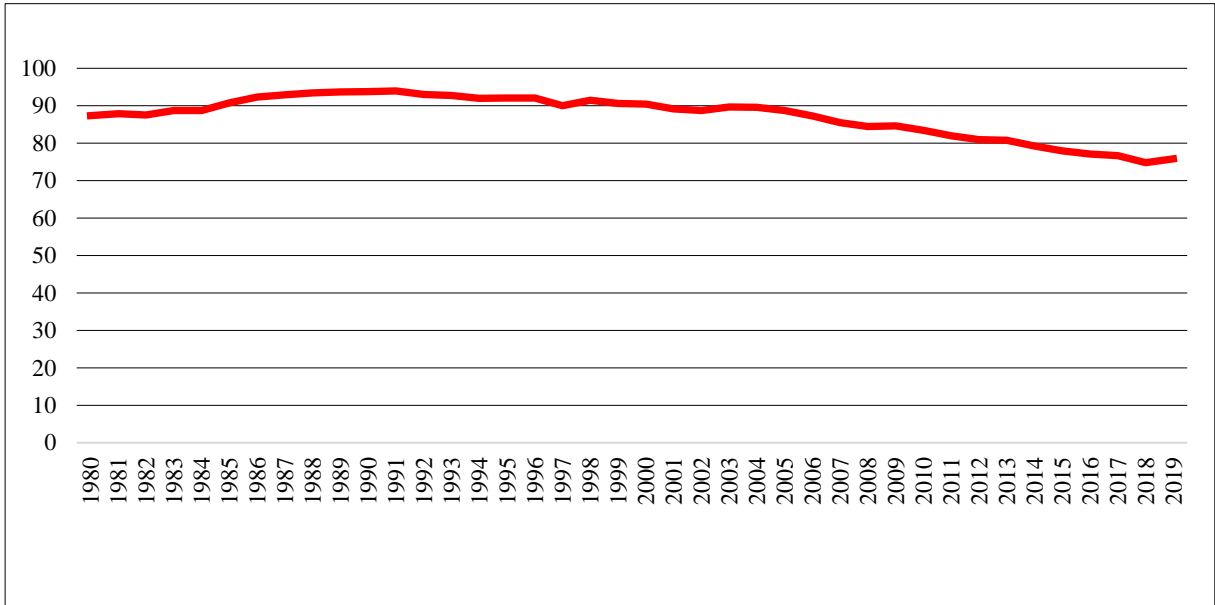
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2020a). *Outward foreign direct investment (Milyon Dolar)*. Erişim adresi: https://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx?sCS_ChosenLang=en, (27.10.2020).
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2020b). *Gross fixed capital formation (Milyon Dolar)*. Erişim adresi: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableView/tableView.aspx?ReportId=95>, (27.10.2020).

Ek 1. Gelişmiş Ülkelerde Yurt İçi Yatırımların ve Doğrudan Yabancı Yatırım Çıkışlarının Gayri Safi Yurt İçi Hasıla İçerisindeki Oranları (1980-2018)



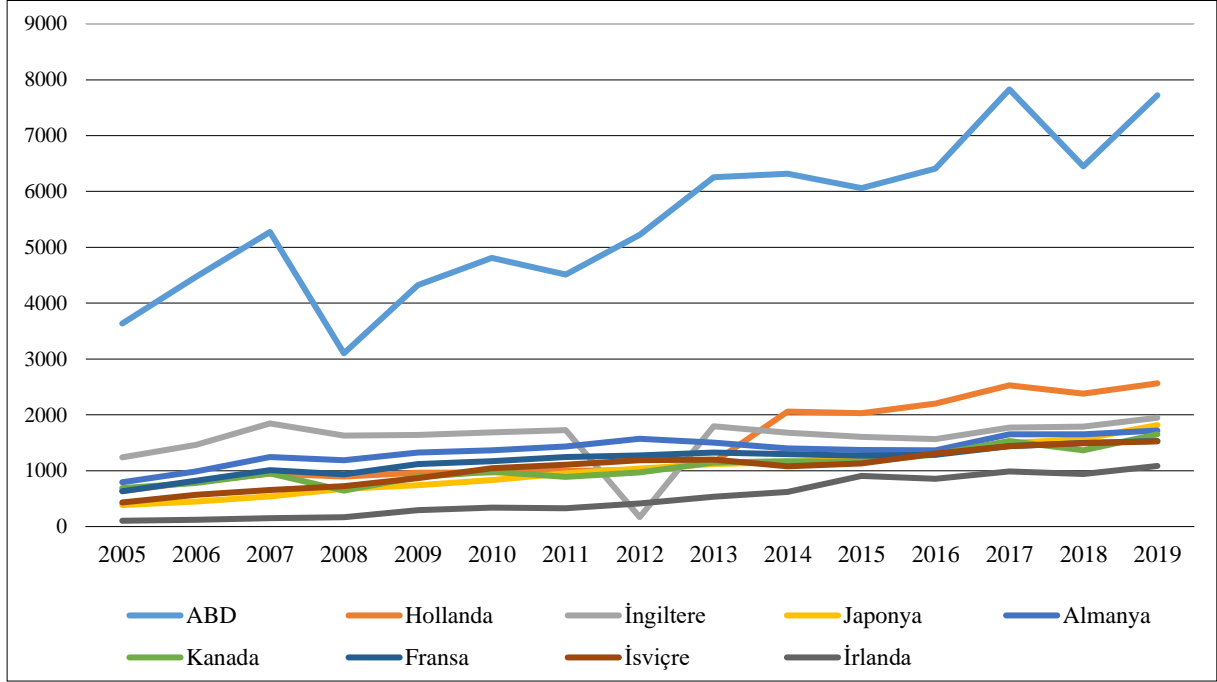
Kaynak: (UNCTAD, 2020).

Ek 2. Gelişmiş Ülkelerin Stok Doğrudan Yabancı Yatırım Çıkışlarının Küresel Ekonomi İçerisindeki Payları (1980-2019)



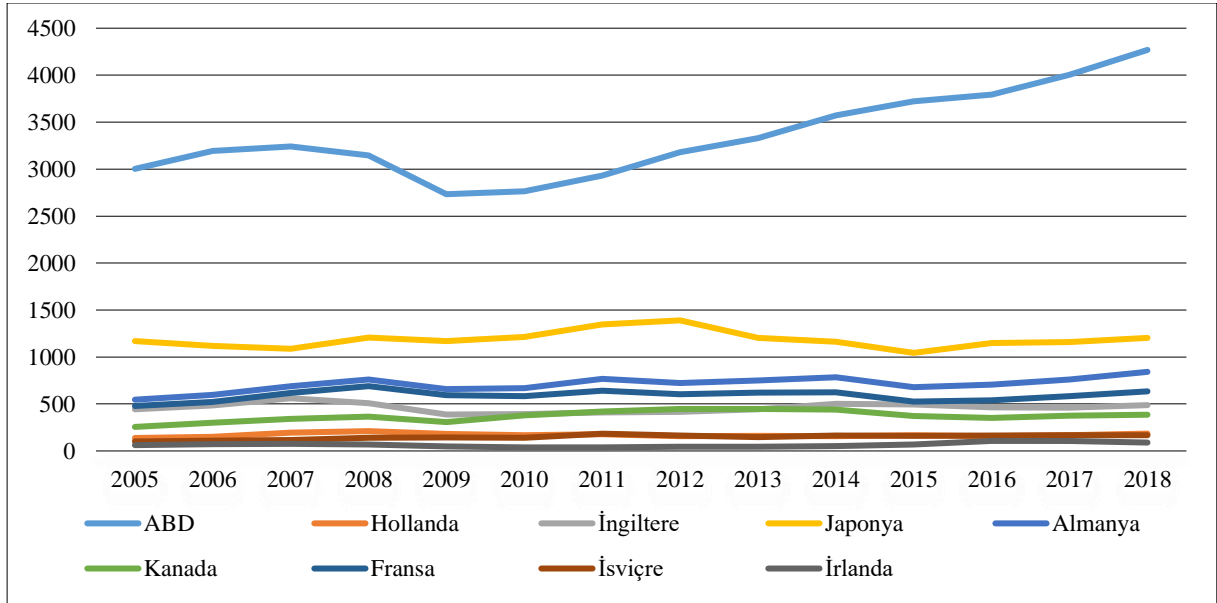
Kaynak: (UNCTAD, 2020).

Ek 3. Çalışmaya Alınan Gelişmiş Ülkelerin Stok Doğrudan Yabancı Yatırım Çıkış Miktarları (2005-2019) (Milyar Dolar)



Kaynak: (UNCTAD, 2020).

Ek 4. Çalışmaya Alınan Gelişmiş Ülkelerin Yurt İçi Tasarruf Miktarları (2005-2019) (Milyar Dolar)



TÜKETİCİLERİN ORGANİK ÜRÜN LOGOLU MARKALARA YÖNELİK DEĞERLENDİRMELERİNDE ÖLÜM KAYGISININ ROLÜ*

THE ROLE OF DEATH ANXIETY IN CONSUMERS' EVALUATION OF BRANDS WITH ORGANIC PRODUCT LOGO

Dr. Yelda ÜLKER¹

ÖZ

Yaşamın sınırlı olduğunun kanıtı olan ölüm, yok olmayla ilişkilendirildiği için çoğu zaman insanlarda kaygı yaratmaktadır. Bireyden bireye farklılıklar gösteren ölüm kaygısı, doğumdan itibaren başlamakta olup, hayat boyu sürmektedir. Yaşanılan bu farklılıkların sebebi olarak yaş, cinsiyet, kültür gibi farklı unsurlar söylenebilir. Ayrıca genellikle ölüm kaygısı yaşayan bireyler de, sağlığını kaybetme korkusu da görülmektedir. Sağlıklarına dikkat etmek isteyen tüketiciler, katkısız gıdalara, sebze ağırlıklı beslenmeye veya organik ürünlere yönelmektedir. Diğer bir deyişle günümüzde sağlıklı yaşamaya odaklanan tüketicilerin bir çoğunun organik logolu markalara yöneldikleri söylenebilir. Bu sebeple çalışmada katılımcıların ölüm kaygısı ile organik markalara tutumlarının alt boyutları olan "organik markalara aşinalık", "organik marka güvenilirliği" "organik tüketici kimliği" "organik markalara psikolojik bağlılık" ve "organik logolu marka alımı" arasında ilişki olup olmadığı incelenmiştir. Çalışmada katılımcıların ölüm kaygısı ile organik ürün puanlarının tanımlayıcı özelliklere göre farklılaşp, farklılaşmadığı da irdelenen konular arasındadır. Elde edilen verilere göre, ölüm kaygısı ile tüketicilerin organik tüketici kimliği arasında anlamlı bir ilişkinin var olduğu görülmektedir. Fakat araştırmaya göre katılımcıların ölüm kaygısı ile organik markalara aşinalık, organik marka güvenilirliği, organik markalara psikolojik bağlılık ve organik logolu marka alımı tutumları arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Anahtar Kelimeler: Organik Ürün, Logo, Marka, Ölüm Kaygısı.

JEL Sınıflandırma Kodları: M37.


ABSTRACT

Death, which is the proof that life is limited, often causes anxiety in people as it is associated with extinction. Death anxiety, which varies from individual to individual, starts from birth and continues throughout the life. Different factors such as age, gender can be cited as the reason for these variances. In addition, individuals who generally have death anxiety also have a fear of losing their health. Consumers who want to take care of their health incline to additive-free foods, vegetable-based diets or organic products. In other words, it may be claimed that most of the consumers who focus on healthy living today are turning to brands with organic logo products. For this reason, the study examines whether there is a relationship between death anxiety of the participants and the sub-dimensions of their attitudes towards organic brands: "familiarity with organic brands", "organic brand reliability", "organic consumer identity", "psychological commitment to organic brands" and "buying brands with organic logos". Whether the death anxiety of the participants and the organic product scores of the participants differ according to the descriptive characteristics or not is among the issues in the study. According to the analysis carried out within the framework of this purpose, it is seen that there is a statistically significant relationship between death anxiety and organic consumer identity of consumers. However, according to the research, no significant relationship is found between death anxiety of the participants and their familiarity with organic brands, organic brand reliability, psychological commitment to organic brands and their attitudes to buy organic branded brands.

Keywords: Organic Product, Logo, Brand, Death Anxiety.

JEL Classification Codes: M37.

* Bu çalışma için Marmara Üniversitesi Etik Kurulundan 2020-29 sayılı, 2020-10/3 Protokol nolu ve 19.11.2020 tarihli etik kurul onayı alınmıştır.

¹  Bağımsız Araştırmacı, yeldaulker@hotmail.com

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

The concept of death, which is defined as the complete and definite end of life, creates a sense of anxiety in many people. Because the concept of death is a proof that life is limited in a sense. This situation triggers death anxiety, which is a feeling of extinction in humans. Individuals with death anxiety also have health anxiety. In other words, it is seen that individuals with high death anxiety prefer healthy foods, exercise and live more regularly in order to protect their health or to be healthier. In addition, it can be thought that consumers who are afraid of death will turn to brands with organic logos. The aim of this study is to examine the role of death anxiety in consumers' evaluations for brands with organic product logos. In other words, it was investigated whether there is a relationship between the death anxiety of the participants and the sub-dimensions of their attitudes towards organic brands: "familiarity with organic brands", "organic brand reliability", "organic consumer identity", "psychological commitment to organic brands" and "buying brands with organic logos". In addition to this, the death anxiety of the participants and whether or not their organic product scores differ according to the descriptive characteristics is also among the issues in the study.

Design/methodology/approach:

In the research, a face-to-face survey was applied in the most popular organic markets in Istanbul. In this context, the data of the research were obtained from 302 participants who visited organic markets. In the research, the questionnaire consists of three parts. In the first part of the questionnaire, there are questions determining the demographic characteristics of the participants. In the second part of the questionnaire used in the study, the death anxiety levels of the participants were examined. In the third part of the questionnaire used in the research, it was aimed to measure the attitudes of the participants towards brands with organic logos. Statistical Package for Social Sciences for Windows 22.0 program was used to analyze the data in the study. "Pearson Correlation" and "Regression" analyzes were conducted for continuous variables in the study.

Findings:

According to the data obtained in the study, it is seen that there is a significant relationship between death anxiety and the organic consumer identity of the consumers. However, according to the research, a meaningful relationship was not found between the attitudes of the participants 'death anxiety' and 'familiarity with organic brands', 'organic brand reliability', 'psychological commitment to organic brands' and 'buying an organic logo brand'. In addition, it was determined that there is a significant difference between the organic brand reliability of the participants and the age variables. It is believed that the work carried out will guide the brands in determining their strategies by looking at the psychology and demographic characteristics of their target audience. Brands who know the attitudes and behaviors of consumers can benefit from the results of this research in order to bring their organic products to their target audiences. In addition, it is believed that the research will shed light on more comprehensive studies to be carried out in the future. It can be said that there is a significant difference between the organic brand reliability of the participants and their ages. For this reason, it is understood that there is a significant difference between the ages of the participants and their purchases of organic logo brands. According to the data obtained in the study, there is a significant difference between the marital status of the participants with "death anxiety", "familiarity with organic brands", "organic brand reliability", "organic consumer identity", "psychological commitment to organic brands" and "buying brands with organic logos". When the income status of the participants is examined, it is seen that the scores of "familiarity with organic brands" differ significantly according to the income level variable.

Conclusion and Discussion:

When studies on death anxiety are examined, it is seen that the death anxiety of women is higher than men in the studies of Pierce et al. (2007), Maglio (1992) and Cotter (2003). However, in our study, the information obtained could not be interpreted due to the difference in numbers between the genders of the participants. However, when the literature about age is examined, according to the study of Pyszczynski et al. (2004), middle and elderly people experience less death anxiety than people in other age groups. The data obtained in our study show the opposite of the results of the research of Pyszczynski et al. In our study, no significant difference was found between death anxiety and other age groups of the participants. In addition to this information, when the literature on organic logo products was examined, according to the data obtained by Chinnici et al. (2002: 198), it was found that consumers had a great interest in organic logo products. In our study, it was observed that consumers between the ages of 41-50 tend to buy more brands with organic logo products than other participants. However, the main purpose of our research is to determine the tendencies of individuals with death anxiety towards organic logo brands. When the relevant literature is examined, it is seen that there is a lack of studies on whether there is a relationship between the consumption of organic products and the concept of health and wellness behavior in individuals (Goetzke et al., 2014: 95). It is believed that the work carried out will guide the brands in determining their strategies by looking at the psychology and demographic characteristics of their target audience. Brands who know the attitudes and behaviors of consumers can benefit from the results of this research in order to bring their organic products to their target audiences. In addition, it is believed that the research will shed light on more comprehensive studies to be carried out in the future.

1. GİRİŞ

Hayatın tam ve kesin sona ermesi olarak tanımlanan ölüm kavramı (<https://sozluk.gov.tr>), birçok insanda kaygı duygusu yaratmaktadır. Çünkü ölüm kavramı bir anlamda da yaşamın sınırlı olduğunun ispatıdır. Bu durum da insanlarda yok olmaya ilişkin bir duygu olan ölüm kaygısını tetiklemektedir. Ölüm kaygısı, insanların doğumlarından itibaren, hayatları boyunca devam eden bir duygu olmasının yanı sıra bireyden bireye farklılıklar göstermektedir. Bireylerin yaşadıkları ölüm kaygısındaki farklılıkların sebebi olarak kültürel farklar, cinsiyet, yaş ve yaşadıkları deneyimler söylenebilir (Depaola, Griffin, Young ve Neimeyer, 2003: 335; Schumaker, Warren ve Groth-Marnat, 1991; McLenan, Akande ve Bates, 1993: 399). Kellner, Abbott, Winslow ve Pathak'ın (1987: 22) yapmış oldukları araştırmaya göre ölüm kaygısı yaşayan bireylerde, sağlık kaygısı da bulunmaktadır. Diğer bir deyişle ölmekten kaygılanan bireyler aynı zamanda hasta olmaktan da endişelenmektedir. Bu sebeple bireyler daha sağlıklı olmak için çaba sarf etmektedir. Bozo, Tunca ve Şimşek'in (2009) yapmış olduğu çalışmada da ölüm kaygısı yüksek olan bireylerin sağlıklarını korumak veya daha sağlıklı olabilmek için sağlıklı besinleri tercih ettikleri, spor yaptıkları ve daha düzenli yaşadıkları görülmektedir.

Günümüzdeki tüketicilerin yaşam biçimleri incelendiğinde daha bilinçli yaşadıkları ve sağlıklarına daha çok dikkat ettikleri fark edilmektedir. Bilinçlenen tüketiciler, sağlıklı yaşam amacıyla yaşam biçimlerini ve tüketimlerini değiştirmektedirler. Tüketicilerin yaşam kalitelerini arttırmak amacıyla organik ürün logosuna sahip markaları tercih etmeye başladıkları söylenebilir. Fakat bu durum her tüketici için geçerli olmamaktadır. Bu bağlamda dünya genelinde yapılan araştırmalarda tüketicilerin organik ürünlere sahip markalara yönelme veya yönelmeme nedenleri araştırılmaktadır. Elde edilen verilere göre birçok tüketici daha sağlıklı olduklarına inandıkları için organik logolu ürünlere sahip markalara yönelmektedir. Organik logolu markaları tercih eden tüketicilerin çevre, sağlık ve kalite unsurlarını dikkate aldıkları belirlenmiştir (Kushwah, Dhir, Sagar ve Gupta, 2019: 1; Du, Bartels, Reinders ve Sen, 2017). Fakat organik logolu ürünlere sahip markaları kullanmayan tüketicilerin sebeplerinin yüksek fiyat ve markaya ulaşamama olduğu görülmektedir (Pearson, 2002; Lea ve Worsley, 2005; Halpin ve Brueckner, 2004). Diğer bir deyişle günümüzdeki sağlıkla ilgili endişeler tüketicilerin tüketim kalıplarını değiştirmekte ve organik markalara yönlendirmektedir.

Bu çalışmanın amacı tüketicilerin organik ürün logolu markalara yönelik değerlendirmelerinde ölüm kaygısının rolünü irdelemektir. Diğer bir deyişle katılımcıların ölüm kaygısı ile organik markalara tutumlarının alt boyutları olan “organik markalara aşinalık”, “organik marka güvenilirliği”, “organik tüketici kimliği”, “organik markalara psikolojik bağlılık” ve “organik logolu marka alımı” arasında ilişki olup olmadığı incelenmiştir. Bunun yanı sıra araştırmada katılımcıların ölüm kaygısı ile organik ürün puanlarının tanımlayıcı özelliklere göre farklılaşmış, farklılaşmadığı da irdelenen konular arasındadır.

2. ÖLÜM KAYGISI KAVRAMI

Kişilerde, kontrol edilemediğinden dolayı endişe duymalarına sebep olan ölüm (Chuin ve Choo, 2009: 2), genellikle erken çocukluk döneminden itibaren insanlar tarafından inkar edilmeye çalışılmaktadır (Firestone, 1993: 512). Her ne kadar reddedilse de ölüm varlığından dolayı, yaşamın sınırlı olduğunun ispatı olup, bu durum bireylerdeki kaygı duygusunu tetiklemektedir (Maheswaran ve Agrawal, 2004: 213). Momeyer'a (1998) göre bireylerdeki yok olmaya ilişkin bir duygu olan ölüm kaygısı, Langs'a (2004: 32) göre ise çevrenin tetiklemesi sonucu bireylerde oluşan bilinçli veya bilinçsiz tepkilerin sonucudur. Karakuş, Öztürk ve Tamam (2012: 42) ise bireylerdeki ölüm kaygısının, doğumdan itibaren var olduğunu, hayat boyu devam ettiğini, bireylerin karakter yapılarını geliştirdiğini, bireyin kendisini ve dünyayı kaybedip, hiç olabileceğini fark ettiğinde geliştirdiği bir duygu olarak tanımlamaktadır. Fakat her toplumun ve toplumu oluşturan bireylerin yaşadığı ölüm kaygısı farklı olmaktadır. Bunun sebebi olarak kültürel farklar, bireylerin cinsiyeti, yaşı ve yaşadıkları deneyimler gösterilebilmektedir. Örneğin Depaola ve diğerlerinin (2003: 335) Kafkas ve Afrika kökenli Amerikalılar arasında yapmış oldukları çalışmaya göre Kafkas katılımcılar, Afrika kökenli Amerikalılara oranla daha yüksek ölüm kaygısı yaşamaktadır. Schumaker ve diğerlerinin (1991) Japon ve Avusturyalı erkek bireylerle yapmış olduğu çalışmada ise Japon erkeklerin ölüm kaygı düzeyleri Avusturyalıyalılara oranla daha yüksek çıkmıştır. McLenan ve diğerlerinin (1993: 399) Nijeryalı ve Avustralyalı öğrenciler üzerinde yapmış olduğu araştırmaya göre ise iki grubun ölüm kaygı puanları arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Fakat araştırmada Nijeryalı öğrencilerin, Avustralyalılara oranla daha az ölümü inkar ettikleri kanıtlanmıştır. Bireylerin duydukları ölüm kaygısı düzeylerindeki farklılıklar sadece kültürlerinden değil, bireylerin cinsiyet, yaş, deneyim gibi tanımlayıcı özelliklerinden dolayı da gerçekleşmektedir. Örneğin Pierce, Cohen, Chambers ve Meade (2007) yapmış olduğu

araştırmaya göre kadınlar, erkeklere oranla daha yüksek bir ölüm kaygısına sahiptir. Maglio (1992) ve Cotter'in (2003) yapmış oldukları araştırmalarda kadınların ölüm kaygılarının, erkeklere oranla daha yüksek olduklarını belirlemişlerdir. Keller ve diğerlerinin (1984: 140-141) yapmış olduğu araştırmada ise ölüm kaygısı açısından cinsiyetler arasında önemli bir fark bulunmamıştır. Perkes ve Schildt (1978: 367-368) de çalışmalarında cinsiyetler arasında farklılığın olmadığı sonucunu elde etmiştir. Bu bağlamda yaptıkları araştırmaya göre cinsiyetler arasında ölüm kaygısı açısından anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Westman ve Kamoo'nun (1990: 389) yapmış olduğu araştırmada ise erkeklerin ölümleri hakkında kadınlardan daha çok endişelendikleri görülmüştür. Ölüm kaygısı ve cinsiyet ilişkisi dışında bireylerin yaşlarıyla ilgili de çalışmalar yapılmıştır. Fakat ölüm kaygısı ile yaş değişkeninin incelendiği araştırmalarda tutarsızlıklar olduğu görülmektedir (Henley ve Donovan, 2002-2003: 228). Örneğin Lester'in (1972) yapmış olduğu çalışmaya göre, ölüm kaygısı ile katılımcıların yaş değişkenleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Pollak (1979-80:101) da benzer bir çalışma gerçekleştirmiş olup, ölüm kaygısı ile kişilerdeki yaş değişkenleri arasında bir ilişkinin olmadığını saptamıştır. Conte, Weiner ve Plutchik'in (1982) yapmış oldukları çalışmada da bireylerdeki ölüm kaygı düzeylerinin, yaş değişkenine göre değişmediği sonucuna varılmıştır. Fakat Katz'nin (1978) gerçekleştirdiği araştırmada 27-55 orta yaş aralığında kişilerin ölümle daha genç ve daha yaşlı yaş gruplarına oranla daha fazla ilgilendikleri tespit edilmiştir. Pyszczynski, Greenberg, Solomon, Arndt ve Schimel'in (2004) yapmış oldukları araştırmaya göre ise orta ve yaşlı grubundaki kişiler, diğerlerine oranla ölüm kaygısını daha az yaşamaktadır. Bireylerin yaşadıkları deneyimler de ölüm kaygı düzeylerini etkilemektedir. Bu bağlamda bireyin sevdiği birini, bir akraba veya ailesinden birini kaybetmesi de, o bireydeki ölüm kaygısının artmasına sebep olabilmektedir (Ens ve Bond, 2005: 172). Ertufan'ın (2008: 114) ölümle sık karşılaşmanın bireylerdeki ölüm kaygısına etkisi üzerine yapmış olduğu çalışmada, ölümle karşılaşma sıklıkları nadir (1-4), orta (5-20) ve sık (20 ve üzeri) olarak üç gruba ayrılmıştır. Yapılan araştırmada, bireylerin ölümle karşılaşma sıklıkları ile ölüm kaygılarına ilişkin belirgin bir farklılığın olmadığı sonucuna varılmıştır. Bu araştırmaların yanı sıra Kellner ve diğerlerinin (1987: 22) çalışmalarında ölüm kaygısı ile sağlık kaygısı arasında bir ilişkinin olduğunu saptamıştır. Diğer bir deyişle araştırmaya katılan ve ölmekten kaygılanan katılımcılar aynı zamanda hasta olmaktan da kaygılanmaktadır. Ayrıca Bozo ve diğerlerinin (2009) yapmış olduğu çalışmada da ölüm kaygısı yüksek bireylerin, sağlıklı olmak için daha çok çaba sarf ettikleri görülmektedir. Bu bağlamda ölüm kaygısı yaşayan insanların sağlıklarına daha çok dikkat ettikleri, daha sağlıklı beslendikleri, spor yapmaya meyilli oldukları ve bu amaç doğrultusunda bir yaşam tarzı sürdürdükleri düşünülebilir.

3. TÜKETİCİLERİN ORGANİK ÜRÜN LOGOLU MARKALARA YÖNELİK EĞİLİMLERİ

Günümüzde insanlar teknolojinin ve sosyal medyanın gelişmesiyle birlikte daha hızlı ve kolay bilgi alabilmektedir. Bu durum da tüketicilerin bilinçlenmesini, sağlıklarına ve çevresel olaylara karşı daha fazla hassas olmasını sağlamaktadır. Bilinçlenen tüketiciler, edindikleri bilgileri davranışlarına, yaşam biçimlerine ve tüketimlerine yansıtılmaktadır. Bu bağlamda birçok tüketici, daha fazla organik tüketime yönelmektedir. Diğer bir deyişle son on yılda, organik ürün logosuna sahip markaları tercih eden tüketicilerin sayısı dünya genelinde çoğalmaktadır (Kushwah vd., 2019: 1; Du vd., 2017). Bu durum markaların organik ürünlerinin sayısının artmasına sebep olmaktadır (Pearson ve Henryks, 2008: 97). Örneğin İspanya'da son on yılda organik ürünlerin üretilmesinde büyük bir artış gözlenmektedir. Fakat Kuzey Avrupa ülkeleriyle kıyaslandığında bu artış yavaş olarak kabul edilmektedir. Bununla birlikte gıda harcamalarının sadece %0,5'i organik ürünlere ayrıldığından bu ürünlere olan talep düşüktür. Bu sebeple İspanyol tüketiciler, diğer Avrupa ülkelerine oranla daha yüksek ücret ödemek zorunda kalmaktadır (Gil, Gracia, ve Sanchez, 2000). Bunun yanı sıra Avrupa'nın diğer ülkeleri incelendiğinde organik ürün pazarının hızlı bir şekilde büyüdüğü görülmektedir (Baker, Thompson, ve Engelken, 2004: 995). Fakat bazı tüketiciler organik logolu ürünlere sahip markaları kullanmamakta veya kullanmamaktadır. Bu bağlamda tüketicilerin organik logolu ürünlere sahip markaları satın almama nedenleri incelendiğinde özellikle iki unsurun etkili olduğu görülmektedir. Birincisi, tüketicilerin bu markalara ulaşamamasıdır. İkinci sebep ise organik markaların geleneksellere oranla zahmetli yetiştirilmesinden dolayı pahalı olmasıdır (Pearson, 2002; Lea ve Worsley, 2005; Halpin ve Brueckner, 2004). Bu unsurlar da tüketicilerin organik ürünlere sahip markaların yerine geleneksel olanlara yönelmesine sebep olmaktadır. Gene de Squires, Juric ve Cornwell'in (2001) organik ürünlerle ilgili yaptığı araştırma da, dünya genelindeki tüketicilerin bu ürünlere sahip markalara olan ilgi ve taleplerinin arttığı görülmektedir. Pearson ve Henryks'in (2008: 98) yapmış olduğu araştırmaya göre ise tüketiciler çevre, sağlık ve kalite unsurlarından dolayı organik ürünlere yönelmektedir. Diğer bir deyişle günümüzdeki çevre sorunları, gıdalardaki besin değerleriyle ilgili endişeler ve sağlık sorunları, tüketicilerin tüketim kalıplarını değiştirmektedir (Tsakiridou, Boutsouki, Zotos ve Mattas, 2008: 158). Bunların yanı sıra yapılan araştırmalara göre tüketiciler organik logolu markalara karşı olumlu tutumlar sergilemektedir (Gil vd., 2000; Squires vd., 2001;

Chinnici, D'Amico, ve Pecorino, 2002). Bu bağlamda yapılan araştırmalara göre özellikle sağlıklı olma faktörü tüketicileri organik logoya sahip markaları alma konusunda motive etmektedir (Baker vd., 2004; Chen, 2009; De Magistris ve Gracia, 2008; Hughner, McDonagh, Prothero, Shultz II ve Stanton, 2007). Diğer bir deyişle Gil ve diğerlerinin (2000: 207) yapmış olduğu araştırmaya göre son yıllarda tüketicilerin çevre ve sağlık konularıyla ilgili endişeleri artmaktadır. Bu durum da sağlıklı beslenmek isteyen tüketicileri organik ürünler üreten markaları satın almaya daha istekli hale getirmektedir. Günümüzde sağlık konusu giderek daha önemli bir duruma geliyorken (Goetzke, Nitzko ve Spiller, 2014: 94), organik olanın sağlık için daha yararlı olduğu inancı da kuvvetlenmektedir (Lin, Guo, Turel, ve Liu, 2019: 1). Chinnici ve diğerlerinin (2002: 198) yapmış olduğu araştırmaya göre tüketicilerin organik logolu ürünlere karşı büyük bir ilgisi bulunmaktadır. Elde edilen bulgular sonucunda tüketicilerde oluşan ilginin sebebinin, çevre bilincinden ziyade sağlık meselelerinden kaynaklanan endişeler olduğu görülmektedir. Radman'ın (2005: 263) Hırvat tüketiciler üzerine yapmış olduğu araştırmaya göre ise, organik olarak yetiştirilen ürünler daha sağlıklı, kaliteli ve lezzetli olarak kabul edilmektedir. Ayrıca araştırmaya göre tüketici gruplarının organik ürünlere karşı daha olumlu tutumlarının olmasının yanı sıra bu ürünler için yüksek fiyat ödemeye de daha isteklidirler. Zakowska-Biemans'ın (2011) yapmış olduğu çalışmaya göre organik logolu ürünlere sahip markalara yönelmede doğal içerik ve sağlık önemli birer sebeptir. Örneğin günümüzde Almanya'daki tüketiciler organik logoya sahip kıyafetlere yönelmektedir. Organik olarak üretilen pamuktan hazırlanan giysilerin insan sağlığını olumlu yönde etkilediğine inanılmaktadır. Bu durumda Nike, H&M, Marks and Spencer, GAP gibi dünya devi markaların ürünlerini organik üretmesine sebep olmaktadır (Yeni Asır, 2015; Haberler.com, 2012). Sadece gıda ve giyim değil, bazı markalar tüketicilerden gelen talepler üzerine ev tekstili, tuvalet kağıdı, oyuncak, mobilya, ayakkabı, deri çanta, halı ve dekorasyon gibi ürünlerini de organik olarak üretmekte ve organik logosunu kullanmaktadır (Kumcu, 2019). Tüketicilerin organik ürünlere olan ilgisinin farkına varan markalardan biri olan Migros'ta organik ve taze ürün satışı yapan 'Tazedirekt' adlı online alışveriş markasını satın almıştır. Böylece Migros, bu platform ile organik tüketim yapmak isteyen tüketicilere ulaşmayı amaçlamaktadır (Bloomberght, 2016). Bunların yanı sıra kozmetik markaları da organik üretime geçmiştir. Örneğin ABD'nin doğal ve organik zincirlerinden biri olan Whole Foods markası, kozmetik ürünlerinin de organik olmasına önem vermektedir. Marka Whole Body konseptiyle sattığı kozmetik, vücut bakım ürünlerinin sağlık dostu olmasına dikkat etmektedir. Chinnici ve diğerlerinin (2002) da organik ürünlere sahip markaların, geleneksel alternatiflerine oranla daha sağlıklı algılandıklarını ve tüketicilerin daha sağlıklı olduklarını düşündükleri için organik ürünlere sahip markaları satın aldıklarını belirtmektedir. Fakat ilgili literatür incelendiğinde organik ürünlü markaların tüketimiyle, insanlardaki sağlık kavramı ve sağlıklı olma davranışları arasındaki ilişkilere yönelik araştırmaların eksikliği görülmektedir (Goetzke vd., 2014: 95). Birçok önemli kuruluşun organik ürünler üretmeye geçmesi ve Dünya genelinde organik ürünlü markalara olan talebin artmasına sebep olmuştur. Bu durum da organik 'olan' ile 'olmayan' birbirinden ayırmayı zorunlu hale getirmiştir. Bu bağlamda tüketicileri bilinçlendirme amaçlı organik ürüne sahip markaların ambalajlarında organik ürün logosunu kullanması zorunludur (Bilgin ve Yıldız, 2005). Fakat araştırmalar tüketicilerin organik ürün logosu hakkında yeterli bilgiye sahip olmadığını ortaya koymaktadır. Örneğin Eti'nin (2014: 116) yapmış olduğu araştırmada, katılımcıların büyük bir kısmının organik ürün ve logo kavramını bilmedikleri tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra dünyada birçok farklı organik ürün logosu bulunmaktadır. Bu logolardan biri AB organik logosudur. Bu logoyu taşıyan ürünlerin AB Tüzüğü uyarınca üretildiğini kabul eden tüketiciler, markanın kaliteli ve güvenli olduğuna inanmaktadır (Emir ve Demiryürek, 2014: 23). Örneğin Fransız organik ürün tüketicilerinin 'AB' logoya sahip markaların sıkı kontrolden geçtiklerine inandıkları bilinmektedir (Kurt, 2006: 53). Ülkemizde de organik ürünler; ürünün adı, içeriği, hasat yılı, son kullanma tarihi, firmanın adı, adresi kontrol sertifikası, organik ürün logosu ve muhafaza koşulları gibi bilgiler yer almak zorundadır. Ayrıca organik ürünlerde kullanılacak logolardaki renk, şekil ve boyutlar gibi görsel unsurlar da yönetmelik tarafından belirlenmiştir (Emir ve Demiryürek, 2014: 26; Kurt, 2006: 137). Bunların yanı sıra markanın ambalajı üzerindeki kontrol ve sertifikasyon firmasının logosunun her yıl yenilenmesi gerekmektedir (Eti, 2014: 39).

4. ARAŞTIRMANIN AMACI VE HİPOTEZLERİ

Yaşamın sınırlı olması, insanlarda ölmekle ilgili çoğu insanda kaygı oluşmasına sebep olmaktadır. Doğumdan itibaren başlayan ölüm kaygısı, hayat boyu sürmekte olup, bireyden bireye farklılıklar göstermektedir. Genellikle ölüm kaygısı yaşayan bireyler de, sağlığını kaybetme korkusu da yaşamaktadır. Bu sebeple ölüm kaygısına sahip bireylerin, sağlıklarına iyi gelecek aktivitelere, spora, gıdalara yöneldikleri söylenebilir. Diğer bir deyişle bireylerin kendilerindeki ölüm kaygısını bitirmek veya en aza indirmek amacıyla sağlıklı ilişkilendirilen ve organik olarak kabul edilen markaların ürünlerine yöneldikleri söylenebilir.

Araştırmada Du ve diğerlerinin (2017), Baker ve diğerlerinin (2004), Bozo ve diğerlerinin (2009), Thorson ve Powell'ın (1992), Chen (2009) ve Tanhan'nın (2007) çalışmalarına dayanılarak aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H1: Ölüm kaygısı ile tüketicilerin organik markalara aşinalıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

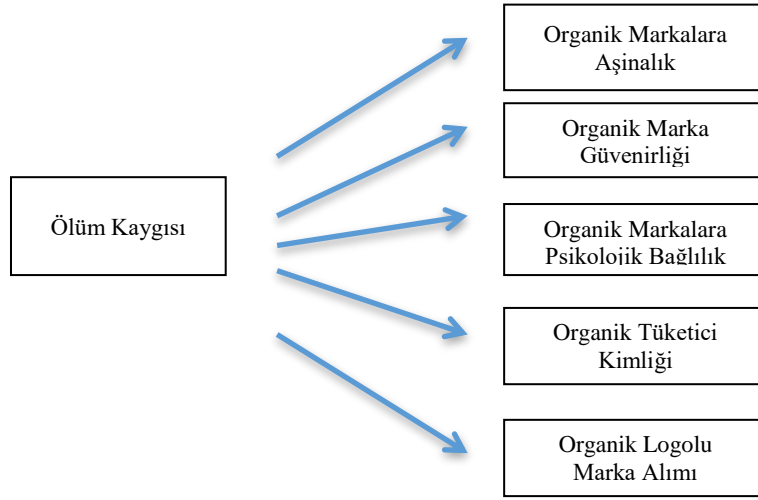
H2: Ölüm kaygısı ile tüketicilerin organik marka güvenilirlikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3: Ölüm kaygısı ile tüketicilerin organik tüketici kimlikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H4: Ölüm kaygısı ile tüketicilerin organik markalara psikolojik bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H5: Ölüm kaygısı ile tüketicilerin organik logolu marka alımları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Araştırmanın modeli aşağıdadır:



Şekil 1. Araştırma Modeli

4.1. Araştırmanın Metodolojisi

Araştırmada veri toplamak amacıyla en kolay ve hızlı yöntemlerden biri olan “kolayda örnekleme” (Kurtuluş, 2010: 63) seçilmiştir. Bu sebeple zaman ve maliyet kısıtlamasından dolayı veri toplamak amacıyla İstanbul’daki en beğenilen Feriköy, Kadıköy, Beylikdüzü, Bakırköy ve Küçükçekmece’deki organik pazarlarında (Hürriyet.com, 2016) yüz yüze anket uygulanmıştır. Genellikle problem çözümüne yönelik araştırmalarda örneklem hacmi 300’le 500 kişi arasında tutulmaktadır (Naresh ve Birks, 2000: 351). Bu bağlamda araştırmanın verileri organik pazarları ziyaret eden 302 katılımcıdan elde edilmiştir.

Araştırmada uygulanan anket Marmara Üniversitesi Etik Kurulundan 2020-29 sayılı, 2020-10/3 Protokol Nolu ve 19.11.2020 tarihli “Etik Kurul Onayı” alınmış olup, veri toplama amacıyla oluşturulan anket üç kısımdır. Anketin birinci kısmında katılımcıların demografik ve tanımlayıcı özelliklerini belirleyici sorular vardır. Çalışmada kullanılan anketin ikinci bölümünde ise katılımcıların ölüm kaygı düzeyleri irdelenmiştir. Bu amaç doğrultusunda Thorson ve Powell’ın (1992) “A revised death anxiety” adlı çalışmasından yararlanılmıştır. Böylece katılımcıların ölüm kaygı düzey seviyeleri belirlenmesi amaçlanmıştır. Kullanılan ölüm kaygısı ölçeğinin güvenilirliği için yapılan analize göre ölçeğinin güvenilirliği Cronbach’s Alpha=0,854 değerinde bulunmuş olup, Cronbach’s Alpha Katsayısı değerlendirilmesinde kullanılan kriterlere göre oldukça yüksektir (Özdamar, 2004). Araştırmada kullanılan anketin üçüncü bölümünde ise katılımcıların organik logolu markalara olan tutumlarını ölçmek amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Du ve diğerlerinin (2017) “organic consumption behavior: a social identification perspective” adlı çalışmasından yararlanılmıştır. Kullanılan ölçeğin güvenilirliğini ölçmek için yapılan analiz sonucunda ölçeğin güvenilirliği Cronbach’s Alpha=0,877 olarak yani yüksektir.

Ölüm kaygısı ölçeğinin geçerliliğini ortaya koyma amacıyla faktör analizi yöntemi uygulanmıştır. Bu amaç doğrultusunda gerçekleştirilen test sonucunda (KMO=0.894>0,60) örnek büyüklüğün faktör analizi uygulaması için uygun olduğu belirlenmiştir. Faktör analizi sonucunda ise ifadeler tek bir faktör altında toplanmış olup, açıklanan toplam varyans % 46,684 olarak tespit edilmiştir.

Tablo1. Ölüm Kaygısı Ölçeği Faktör Tablosu

acı çekerek ölmekten korkuyorum	,401
ölümünden sonrasının nasıl bir yer olduğunu bilmemek beni korkutur	,522
öldükten sonra bir daha düşünmemek fikri beni dehşete düşürür	,423
gömlüldükten sonra bedenime ne olacağı beni kaygılandırıyor	,400
tabutlar beni huzursuz eder	,449
öldükten sonra işlerim üzerindeki kontrolü kaybedeceğim düşüncesinden nefret ederim	,402
ölüm sonrası tamamen hareketsiz kalmak beni kaygılandırır	,612
ameliyat olacağımı düşündüğümde korkarım	,444
ölüm sonrası beni oldukça kaygılandırıyor	,699
yavaş ve uzun süren bir ölümden korkmuyorum	,411
öldüğüm zaman bir tabuta kapatılacak olmam düşüncesi benim için sorun değil	,460
öldükten sonra tamamen aciz bir durumda olacağım düşüncesi beni huzursuz eder	,589
öldükten sonra başka bir hayatın olup olmamasıyla ilgilenmiyorum	,412
öldükten sonra tekrar asla bir şey hissetmemek beni huzursuz eder	,637
ölürken çekilen ıstırap beni korkutur	,452
öldükten sonra yeni bir hayatın olmasını çok istiyorum	,409
ebediyen aciz olmaktan endişe duymuyorum	,466
bedenimin mezarda çürüyeceği düşüncesi beni tedirgin eder	,601
öldükten sonra dünyadaki şeylerden mahrum kalma düşüncesi beni rahatsız eder	,429
öldükten sonra bize ne olacağı konusunda kaygılanıyorum	,571
hayattaki şeyler üzerindeki kontrolü kaybetmek ile ilgili bir endişem yok	,419
ölümün insanı her şeyden ayıracak olması beni dehşete düşürür	,524
kansere yakalanmaktan özel bir korku duymuyorum	,422
öldükten sonra yapılması gerekenlerle ilgili teferruatlı bir vasiyet bırakacağım	,482
öldükten sonra vücuduma ne olacağı umurumda değil	,495

Organik marka tutumu ölçeğinin geçerliliğini ortaya koyma amacıyla faktör analizi yöntemi uygulanmıştır. Bu amaç doğrultusunda gerçekleştirilen test sonucunda (KMO=0.846>0,60) örnek büyüklüğün faktör analizi uygulaması için uygun olduğu belirlenmiştir. Faktör analizi sonucunda ise ifadeler beş faktör altında toplanmış olup, faktörlerin adları Du ve diğerlerinin (2017) “organic consumption behavior: a social identification perspective” çalışmasının ölçeğinde olduğu gibi isimlendirilmiştir. Araştırmada ölçeğin toplam varyansı %65,598 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 2. Organik Marka Tutum Ölçeği Faktör Tablosu

	Organik Markalara Aşinalık	Organik Marka Güvenirliliği	Organik Tüketici Kimliği	Organik Markalara Psikolojik Bağlılık	Organik Logolu Marka Alımı
organik markaları diğer normal markalar arasında tanıyabilirim	,752				
organik markaların bazı özellikleri aklıma çabuk geliyor	,642				
organik markaların sembolünü veya logosunu hızlı bir şekilde hatırlayabilirim	,560				
organik markaların olası kalitesi çok yüksektir		,702			
organik markaların işlevsel olma olasılığı yüksektir		,783			
organik markalar güvenilirirdir		,787			

birisi organik tüketicileri eleştirdiğinde,	,577
kişisel bir hakarete uğramışım gibi geliyor	,452
insanların organik tüketim yapan insanlar hakkında ne düşündükleriyle çok ilgileniyorum	,546
kendimi organik tüketim yapan tüketicilerin grubuna ait hissediyorum	,594
organik tüketim yapan tüketiciler hakkında iyi hissediyorum	,643
birisi organik tüketim yapanları övüyorsa, kişisel bir iltifat almışım gibi hissediyorum	,679
organik tüketicilerle kendimi özdeşleştiriyorum	,636
organik tüketicilerle aramda güçlü bağların olduğunu hissediyorum	,704
organik tüketiciler hakkında konuştuğumda genellikle onlar yerine biz derim	,709
organik tüketicilerden biri olduğumu düşünüyorum	,606
organik markalara karşı sadık olduğumu düşünüyorum	,717
organik ürünler ilk tercihim olur	,583
mağazada organik bir marka varsa diğer markaları almam	,648
ne sıklıkla organik logolu gıda markaları satın alıyorsunuz?	,811
ne sıklıkla organik logolu kıyafet markaları satın alıyorsunuz?	,646
ne sıklıkla organik logolu kişisel bakım markaları satın alıyorsunuz?	

4.2. Verilerin İstatistiksel Analizi

Araştırmadaki verilerini analiz etmek için Statistical Package for Social Sciences for Windows 22.0 programı kullanılmıştır. Araştırmadaki verilerin değerlendirilmesi amacıyla “sayı”, “yüzde”, “ortalama” ve “standart sapma” yöntemlerine başvurulmuştur. İki bağımsız grup arasında karşılaştırılmayı yapmak için “t-testi” yapılırken, ikiden fazla bağımsız grup arasındaki verilerin karşılaştırılmasında ise “Tek yönlü (One way) Anova” adlı testten yararlanılmıştır. Çalışmada Anova testi sonrasında farklılıkların olup olmadığını tespit etmek üzere tamamlayıcı post-hoc analizi olarak “Scheffe” adlı test uygulanmıştır. Çalışmadaki sürekli değişkenler arasında ise “Pearson Korelasyon” ve “Regresyon” adlı analizler yapılmıştır.

4.3. Bulgular ve Yorumlar

Bu bölümde, araştırmaya katılanlardan ölçekler sayesinde toplanan verilerin analizi sonucunda elde edilen bulgular bulunmaktadır. Analizler sonucunda edinilen bu bulgulara dayalı olarak açıklamalar ve yorum yapılmıştır. Katılımcıların demografik özelliklere göre dağılımları incelendiğinde;

Tablo 3. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Gruplar	Frekans(n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	270 89,4
	Kadın	32 10,6
Yaş	30 Ve Altı	57 18,9
	31-40	135 44,7
	41-50	82 27,2
	51 ve Üzeri	28 9,3

En Son Mezun Olunan Okul	İlkokul	20	6,6
	Ortaokul	9	3,0
	Lise	67	22,2
	Ön Lisans	30	9,9
	Lisans	136	45,0
	Lisansüstü	40	13,2
	Medeni Durum	Evli	197
Bekar		105	34,8
Çalışma Durumu	Evet	155	51,3
	Hayır	147	48,7
Gelir Durumu	2500 TL Ve Altı	67	22,2
	2501-5000 TL	142	47,0
	5001-7500 TL	61	20,2
	7500 TL Üzeri	32	10,6

Yukarıdaki tabloya göre araştırmaya katılan katılımcılar cinsiyete göre 270'i (%89,4) erkek, 32'si (%10,6) kadın olarak; yaşa göre ise 57'si (%18,9) 30 ve altı, 135'i (%44,7) 31-40, 82'si (%27,2) 41-50, 28'i (%9,3) 51 ve üzeri olarak dağılmaktadır. Ayrıca katılımcıların eğitim durumlarına baktığımızda, 20'si (%6,6) ilkokul, 9'u (%3,0) ortaokul, 67'si (%22,2) lise, 30'u (%9,9) ön lisans, 136'sı (%45,0) lisans, 40'ı (%13,2) lisansüstü olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların medeni durumları incelendiğinde 197'sinin (%65,2) evli, 105'inin (%34,8) ise bekar olduğu görülmektedir. Çalışma durumları incelendiğinde ise katılımcıların 155'i (%51,3) aktif iş hayatında yer alırken, 147'si (%48,7) çalışmamaktadır. Bu bilgilerin yanı sıra katılımcıların gelir durumları da incelenmiş olup, 67'si (%22,2) 2500 ve altı, 142'si (%47,0) 2501-5000 TL, 61'i (%20,2) 5001-7500 TL, 32'si (%10,6) 7500 TL üzeri olarak dağılmaktadır. Elde edilen verilere göre katılımcıların cinsiyetleri arasındaki sayının çok fazla olduğu görülmektedir. Ayrıca bazı grupların dağılımlarda katılımcıların sayısının 30'un altında olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4. Ölüm Kaygısı ve Organik Marka Tutumu Puan Ortalamaları

	N	Ort	Ss	Min.	Max.
Ölüm Kaygısı	302	2,950	0,460	2,000	4,400
Organik Markalara Aşinalık	302	3,129	0,725	1,000	5,000
Organik Marka Güvenirliği	302	3,594	0,719	1,670	5,000
Organik Tüketici Kimliği	302	2,738	0,614	1,000	4,560
Organik Markalara Psikolojik Bağlılık	302	3,113	0,728	1,670	5,000
Organik Ürün Logolu Marka Alımı	302	2,525	0,821	1,000	4,330

Katılanların "ölüm kaygısı" ortalaması orta 2,950±0,460 (Min=2; Maks=4.4), "organik markalara aşinalık" ortalaması orta 3,129±0,725 (Min=1; Maks=5), "organik marka güvenirliği" ortalaması yüksek 3,594±0,719 (Min=1.67; Maks=5), "Organik Tüketici Kimliği" ortalaması orta 2,738±0,614 (Min=1; Maks=4.56), "organik markalara psikolojik bağlılık" ortalaması orta 3,113±0,728 (Min=1.67; Maks=5), "organik ürün logolu marka alımı" ortalaması zayıf 2,525±0,821 (Min=1; Maks=4.33), olarak saptanmıştır.

Araştırmaya katılan katılanların ölüm kaygısı ile ilgili ifadelerle verilen cevapların dağılımları aşağıda verilmektedir;

Tablo 5. Katılanların Ölüm Korkusu ile İlgili İfadelere Verdikleri Cevapların Dağılımı

	Hiç Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Acı çekerek ölmekten korkuyorum	23	7,6	22	7,3	44	14,6	95	31,5	118	39,1
Ölümden sonrasının nasıl bir yer olduğunu bilmemek beni korkutur	45	14,9	84	27,8	49	16,2	67	22,2	57	18,9
Öldükten sonra bir daha düşünmemek fikri beni dehşete düşürür	58	19,2	125	41,4	65	21,5	22	7,3	32	10,6
Gömlüğüden sonra bedenime ne olacağı beni kaygılandırıyor	32	10,6	66	21,9	39	12,9	96	31,8	69	22,8
Tabutlar beni huzursuz eder	18	6,0	58	19,2	69	22,8	98	32,5	59	19,5
Öldükten sonra işlerim üzerindeki kontrolü kaybedeceğim düşüncesinden nefret ederim	95	31,5	119	39,4	30	9,9	43	14,2	15	5,0
Ölüm sonrası tamamen hareketsiz kalmak beni kaygılandırır	80	26,5	108	35,8	39	12,9	39	12,9	36	11,9
Ameliyat olacağımı düşündüğümde korkarım	15	5,0	44	14,6	63	20,9	132	43,7	48	15,9
Ölüm sonrası beni oldukça kaygılandırıyor	40	13,2	71	23,5	66	21,9	68	22,5	57	18,9
Yavaş ve uzun süren bir ölümden korkmuyorum	98	32,5	102	33,8	56	18,5	37	12,3	9	3,0
Öldüğüm zaman bir tabuta kapatılacak olmam düşüncesi benim için sorun değil	37	12,3	68	22,5	50	16,6	95	31,5	52	17,2
Öldükten sonra tamamen aciz bir durumda Olacağım düşüncesi beni huzursuz eder	56	18,5	105	34,8	41	13,6	66	21,9	34	11,3
Öldükten sonra başka bir hayatın olup olmamasıyla ilgilenmiyorum	111	36,8	89	29,5	48	15,9	35	11,6	19	6,3
Öldükten sonra tekrar asla bir şey hissetmemek beni huzursuz eder	71	23,5	108	35,8	54	17,9	44	14,6	25	8,3
Olurken çekilen ıstırap beni korkutur	7	2,3	20	6,6	38	12,6	135	44,7	102	33,8
Öldükten sonra yeni bir hayatın olmasını çok istiyorum	1	0,3	10	3,3	92	30,5	120	39,7	79	26,2
Ebediyen aciz olmaktan endişe duymuyorum	56	18,5	123	40,7	54	17,9	58	19,2	11	3,6
Bedenimin mezarda çürüyeceği düşüncesi beni tedirgin eder	55	18,2	100	33,1	34	11,3	71	23,5	42	13,9
Öldükten sonra dünyadaki şeylerden mahrum kalma düşüncesi beni rahatsız eder	65	21,5	117	38,7	51	16,9	45	14,9	24	7,9
Öldükten sonra bize ne olacağı konusunda kaygılanıyorum	32	10,6	71	23,5	49	16,2	102	33,8	48	15,9
Hayattaki şeyler üzerindeki kontrolü kaybetmek ile ilgili bir endişem yok	33	10,9	85	28,1	66	21,9	84	27,8	34	11,3
Ölümün insanı her şeyden ayıracak olması beni dehşete düşürür	24	7,9	79	26,2	48	15,9	97	32,1	54	17,9
Kansere yakalanmaktan özel bir korku duymuyorum	69	22,8	86	28,5	51	16,9	79	26,2	17	5,6
Öldükten sonra yapılması gerekenlerle ilgili teferruatlı bir vasiyet bırakacağım	43	14,2	103	34,1	98	32,5	37	12,3	21	7,0
Öldükten sonra vücuduma ne olacağı umurumda değil	32	10,6	81	26,8	68	22,5	76	25,2	45	14,9

“Acı çekerek ölmekten korkuyorum” ifadesine katılanların, %7,6’sı (n=23) hiç katılmıyorum derken, %7,3’ü (n=22) katılmıyorum, %14,6’sı (n=44) kararsızım, %31,5’i (n=95) katılıyorum ve %39,1’i (n=118) ise tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “acı çekerek ölmekten korkuyorum” ifadesine yüksek ($\bar{x} = 3,870$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“Ölümden sonrasının nasıl bir yer olduğunu bilmemek beni korkutur” ifadesine katılanların, %14,9'u (n=45) hiç katılmıyorum, %27,8'i (n=84) katılmıyorum, %16,2'si (n=49) kararsızım, %22,2'si (n=67) katılıyorum ve katılımcıların %18,9'u (n=57) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “ölümden sonrasının nasıl bir yer olduğunu bilmemek beni korkutur” ifadesine orta ($\bar{x}=3,020$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“Öldükten sonra bir daha düşünmemek fikri beni dehşete düşürür” ifadesine katılanların, %19,2'si (n=58) hiç katılmıyorum, %41,4'ü (n=125) katılmıyorum, %21,5'i (n=65) kararsızım, %7,3'ü (n=22) katılıyorum ve katılımcıların %10,6'sı (n=32) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “öldükten sonra bir daha düşünmemek fikri beni dehşete düşürür” ifadesine zayıf ($\bar{x}=2,490$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“Gömüldükten sonra bedenime ne olacağı beni kaygılandırmıyor” ifadesine katılanların, %10,6'sı (n=32) hiç katılmıyorum, %21,9'u (n=66) katılmıyorum, %12,9'u (n=39) kararsızım, %31,8'i (n=96) katılıyorum ve katılımcıların %22,8'i (n=69) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “gömüldükten sonra bedenime ne olacağı beni kaygılandırmıyor” ifadesine orta ($\bar{x}=3,340$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“Tabutlar beni huzursuz eder” ifadesine katılanların, %6,0'ı (n=18) hiç katılmıyorum, %19,2'si (n=58) katılmıyorum, %22,8'i (n=69) kararsızım, %32,5'i (n=98) katılıyorum ve katılımcıların %19,5'i (n=59) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “tabutlar beni huzursuz eder” ifadesine yüksek ($\bar{x}=3,400$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“Öldükten sonra işlerim üzerindeki kontrolü kaybedeceğim düşüncesinden nefret ederim” ifadesine katılanların, %31,5'i (n=95) hiç katılmıyorum, %39,4'ü (n=119) katılmıyorum, %9,9'u (n=30) kararsızım, %14,2'si (n=43) katılıyorum ve katılımcıların %5,0'ı (n=15) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “öldükten sonra işlerim üzerindeki kontrolü kaybedeceğim düşüncesinden nefret ederim” ifadesine zayıf ($\bar{x}=2,220$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“Ölüm sonrası tamamen hareketsiz kalmak beni kaygılandırır” ifadesine katılanların, %26,5'i (n=80) hiç katılmıyorum, %35,8'i (n=108) katılmıyorum, %12,9'u (n=39) kararsızım, %12,9'u (n=39) katılıyorum ve katılımcıların %11,9'u (n=36) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “ölüm sonrası tamamen hareketsiz kalmak beni kaygılandırır” ifadesine zayıf ($\bar{x}=2,480$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“Ameliyat olacağımı düşündüğümde korkarım” ifadesine katılanların, %5,0'ı (n=15) hiç katılmıyorum, %14,6'sı (n=44) katılmıyorum, %20,9'u (n=63) kararsızım, %43,7'si (n=132) katılıyorum ve katılımcıların %15,9'u (n=48) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “ameliyat olacağımı düşündüğümde korkarım” ifadesine yüksek ($\bar{x}=3,510$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“Ölüm sonrası beni oldukça kaygılandırıyor” ifadesine katılanların, %13,2'si (n=40) hiç katılmıyorum, %23,5'i (n=71) katılmıyorum, %21,9'u (n=66) kararsızım, %22,5'i (n=68) katılıyorum ve katılımcıların %18,9'u (n=57) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “ölüm sonrası beni oldukça kaygılandırıyor” ifadesine orta ($\bar{x}=3,100$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“Yavaş ve uzun süren bir ölümden korkmuyorum” ifadesine katılanların, %32,5'i (n=98) hiç katılmıyorum, %33,8'i (n=102) katılmıyorum, %18,5'i (n=56) kararsızım, %12,3'ü (n=37) katılıyorum ve katılımcıların %3,0'ı (n=9) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “yavaş ve uzun süren bir ölümden korkmuyorum” ifadesine zayıf ($\bar{x}=2,200$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“Öldüğüm zaman bir tabuta kapatılacak olmam düşüncesi benim için sorun değil” ifadesine katılanların, %12,3'ü (n=37) hiç katılmıyorum, %22,5'i (n=68) katılmıyorum, %16,6'sı (n=50) kararsızım, %31,5'i (n=95) katılıyorum ve katılımcıların %17,2'si (n=52) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “öldüğüm zaman bir tabuta kapatılacak olmam düşüncesi benim için sorun değil” ifadesine orta ($\bar{x}=3,190$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“Öldükten sonra tamamen aciz bir durumda olacağım düşüncesi beni huzursuz eder” ifadesine katılanların, %18,5'i (n=56) hiç katılmıyorum, %34,8'i (n=105) katılmıyorum, %13,6'sı (n=41) kararsızım, %21,9'u (n=66) katılıyorum ve katılımcıların %11,3'ü (n=34) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “öldükten sonra tamamen aciz bir durumda olacağım düşüncesi beni huzursuz eder” ifadesine orta ($\bar{x}=2,730$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“Öldükten sonra başka bir hayatın olup olmamasıyla ilgilenmiyorum” ifadesine katılanların, %36,8'i (n=111) hiç katılmıyorum, %29,5'i (n=89) katılmıyorum, %15,9'u (n=48) kararsızım, %11,6'sı (n=35) katılıyorum ve katılımcıların %6,3'ü (n=19) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “öldükten sonra başka bir hayatın olup olmamasıyla ilgilenmiyorum” ifadesine zayıf ($\bar{x}=2,210$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“Öldükten sonra tekrar asla bir şey hissetmemek beni huzursuz eder” ifadesine katılanların, %23,5'i (n=71) hiç katılmıyorum, %35,8'i (n=108) katılmıyorum, %17,9'u (n=54) kararsızım, %14,6'sı (n=44) katılıyorum ve katılımcıların %8,3'ü (n=25) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “öldükten sonra tekrar asla bir şey hissetmemek beni huzursuz eder” ifadesine zayıf ($\bar{x}=2,480$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Ölürken çekilen ıstırap beni korkutur” ifadesine katılanların, %2,3'ü (n=7) hiç katılmıyorum, %6,6'sı (n=20) katılmıyorum, %12,6'sı (n=38) kararsızım, %44,7'si (n=135) katılıyorum ve katılımcıların %33,8'i (n=102) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “ölürken çekilen ıstırap beni korkutur” ifadesine yüksek ($\bar{x}=4,010$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Öldükten sonra yeni bir hayatın olmasını çok istiyorum” ifadesine katılanların, %0,3'ü (n=1) hiç katılmıyorum, %3,3'ü (n=10) katılmıyorum, %30,5'i (n=92) kararsızım, %39,7'si (n=120) katılıyorum ve katılımcıların %26,2'si (n=79) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “öldükten sonra yeni bir hayatın olmasını çok istiyorum” ifadesine yüksek ($\bar{x}=3,880$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Ebediyen aciz olmaktan endişe duymuyorum” ifadesine katılanların, %18,5'i (n=56) hiç katılmıyorum, %40,7'si (n=123) katılmıyorum, %17,9'u (n=54) kararsızım, %19,2'si (n=58) katılıyorum ve katılımcıların %3,6'sı (n=11) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “ebediyen aciz olmaktan endişe duymuyorum” ifadesine zayıf ($\bar{x}=2,490$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Bedenimin mezarda çürüyeceği düşüncesi beni tedirgin eder” ifadesine katılanların, %18,2'si (n=55) hiç katılmıyorum, %33,1'i (n=100) katılmıyorum, %11,3'ü (n=34) kararsızım, %23,5'i (n=71) katılıyorum ve katılımcıların %13,9'u (n=42) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “bedenimin mezarda çürüyeceği düşüncesi beni tedirgin eder” ifadesine orta ($\bar{x}=2,820$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Öldükten sonra dünyadaki şeylerden mahrum kalma düşüncesi beni rahatsız eder” ifadesine katılanların, %21,5'i (n=65) hiç katılmıyorum, %38,7'si (n=117) katılmıyorum, %16,9'u (n=51) kararsızım, %14,9'u (n=45) katılıyorum ve katılımcıların %7,9'u (n=24) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “öldükten sonra dünyadaki şeylerden mahrum kalma düşüncesi beni rahatsız eder” ifadesine zayıf ($\bar{x}=2,490$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Öldükten sonra bize ne olacağı konusunda kaygılanıyorum” ifadesine katılanların, %10,6'sı (n=32) hiç katılmıyorum, %23,5'i (n=71) katılmıyorum, %16,2'si (n=49) kararsızım, %33,8'i (n=102) katılıyorum ve katılımcıların %15,9'u (n=48) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “öldükten sonra bize ne olacağı konusunda kaygılanıyorum” ifadesine orta ($\bar{x}=3,210$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Hayattaki şeyler üzerindeki kontrolü kaybetmek ile ilgili bir endişem yok” ifadesine katılanların, %10,9'u (n=33) hiç katılmıyorum, %28,1'i (n=85) katılmıyorum, %21,9'u (n=66) kararsızım, %27,8'i (n=84) katılıyorum ve katılımcıların %11,3'ü (n=34) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “hayattaki şeyler üzerindeki kontrolü kaybetmek ile ilgili bir endişem yok” ifadesine orta ($\bar{x}=3,000$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Ölümün insanı her şeyden ayıracak olması beni dehşete düşürür” ifadesine katılanların, %7,9'u (n=24) hiç katılmıyorum, %26,2'si (n=79) katılmıyorum, %15,9'u (n=48) kararsızım, %32,1'i (n=97) katılıyorum ve katılımcıların %17,9'u (n=54) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “ölümün insanı her şeyden ayıracak olması beni dehşete düşürür” ifadesine orta ($\bar{x}=3,260$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Kansere yakalanmaktan özel bir korku duymuyorum” ifadesine katılanların, %22,8'i (n=69) hiç katılmıyorum, %28,5'i (n=86) katılmıyorum, %16,9'u (n=51) kararsızım, %26,2'si (n=79) katılıyorum ve katılımcıların %5,6'sı (n=17) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “kansere yakalanmaktan özel bir korku duymuyorum” ifadesine orta ($\bar{x}=2,630$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Öldükten sonra yapılması gerekenlerle ilgili teferruatlı bir vasiyet bırakacağım” ifadesine katılanların, %14,2'si (n=43) hiç katılmıyorum, %34,1'i (n=103) katılmıyorum, %32,5'i (n=98) kararsızım, %12,3'ü (n=37) katılıyorum

ve katılımcıların %7,0'ı (n=21) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “öldükten sonra yapılması gerekenlerle ilgili teferruatlı bir vasiyet bırakacağım” ifadesine orta ($\bar{x}=2,640$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Öldükten sonra vücuduma ne olacağı umurumda değil” ifadesine katılanların, %10,6'sı (n=32) hiç katılmıyorum, %26,8'i (n=81) katılmıyorum, %22,5'i (n=68) kararsızım, %25,2'si (n=76) katılıyorum ve katılımcıların %14,9'u (n=45) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “öldükten sonra vücuduma ne olacağı umurumda değil” ifadesine orta ($\bar{x}=3,070$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

Araştırmaya katılan katılanların organik markalara olan tutum ile ilgili ifadelerle verdiği cevapların dağılımları aşağıda verilmektedir;

Tablo 6. Katılanların Organik Markalara Olan Tutumlarıyla İlgili İfadelere Verdikleri Cevapların Dağılımı

	Hiç Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Organik markaları diğer normal markalar arasında tanıyabiliyorum	9	3,0	72	23,8	106	35,1	101	33,4	14	4,6
Organik markaların bazı özellikleri aklıma çabuk geliyor	8	2,6	39	12,9	102	33,8	147	48,7	6	2,0
Organik markaların sembolünü veya logosunu hızlı bir şekilde hatırlayabiliyorum	15	5,0	89	29,5	115	38,1	73	24,2	10	3,3
Organik markaların olası kalitesi çok yüksektir	5	1,7	38	12,6	125	41,4	101	33,4	33	10,9
Organik markaların işlevsel olma olasılığı yüksektir	0	0,0	18	6,0	53	17,5	179	59,3	52	17,2
Organik markalar güvenilirdir	2	0,7	26	8,6	125	41,4	114	37,7	35	11,6
Birisi organik tüketicileri eleştirdiğinde, kişisel bir hakarete uğramışım gibi geliyor	31	10,3	135	44,7	95	31,5	39	12,9	2	0,7
İnsanların organik tüketim yapan insanlar hakkında ne düşündükleriyle çok ilgileniyorum	40	13,2	137	45,4	71	23,5	38	12,6	16	5,3
Kendimi organik tüketim yapan tüketicilerin grubuna ait hissediyorum	15	5,0	93	30,8	119	39,4	63	20,9	12	4,0
Organik tüketim yapan tüketiciler hakkında iyi hissediyorum	3	1,0	21	7,0	99	32,8	153	50,7	26	8,6
Birisi organik tüketim yapanları övüyorsa, kişisel bir iltifat almışım gibi hissediyorum	24	7,9	119	39,4	113	37,4	41	13,6	5	1,7
Organik tüketicilerle kendimi özdeşleştiriyorum	11	3,6	126	41,7	114	37,7	42	13,9	9	3,0
Organik tüketicilerle aramda güçlü bağların olduğunu hissediyorum	22	7,3	123	40,7	116	38,4	34	11,3	7	2,3
Organik tüketiciler hakkında konuştuğumda genellikle onlar yerine biz derim	40	13,2	137	45,4	102	33,8	20	6,6	3	1,0
Organik tüketicilerden biri olduğumu düşünüyorum	22	7,3	85	28,1	115	38,1	70	23,2	10	3,3
Organik markalara karşı sadık olduğumu düşünüyorum	12	4,0	110	36,4	124	41,1	49	16,2	7	2,3
Organik markalar ilk tercihim olur	1	0,3	44	14,6	96	31,8	128	42,4	33	10,9
Mağazada organik bir marka varsa diğer markaları almam	5	1,7	77	25,5	132	43,7	64	21,2	24	7,9
Ne sıklıkla organik gıda ürünleri satın alıyorsunuz?	13	4,3	66	21,9	141	46,7	58	19,2	24	7,9
Ne sıklıkla organik kıyafet satın alıyorsunuz?	116	38,4	100	33,1	70	23,2	12	4,0	4	1,3
Ne sıklıkla organik kişisel bakım ürünleri satın alıyorsunuz?	58	19,2	108	35,8	66	21,9	48	15,9	22	7,3

“Organik markaları diğer normal markalar arasında tanıyabilirim” ifadesine katılanların, %3,0’ı (n=9) hiç katılmıyorum, %23,8’i (n=72) katılmıyorum, %35,1’i (n=106) kararsızım, %33,4’ü (n=101) katılıyorum ve katılımcıların %4,6’sı (n=14) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “organik markaları diğer normal markalar arasında tanıyabilirim” ifadesine orta ($\bar{x}=3,130$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Organik markaların bazı özellikleri aklıma çabuk geliyor” ifadesine katılanların, %2,6’sı (n=8) hiç katılmıyorum, %12,9’u (n=39) katılmıyorum, %33,8’i (n=102) kararsızım, %48,7’si (n=147) katılıyorum ve katılımcıların %2,0’ı (n=6) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “organik markaların bazı özellikleri aklıma çabuk geliyor” ifade sine orta ($\bar{x}=3,340$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Organik markaların sembolünü veya logosunu hızlı bir şekilde hatırlayabilirim” ifadesine katılanların, %5,0’ı (n=15) hiç katılmıyorum, %29,5’i (n=89) katılmıyorum, %38,1’i (n=115) kararsızım, %24,2’si (n=73) katılıyorum ve katılımcıların %3,3’ü (n=10) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “organik markaların sembolünü veya logosunu hızlı bir şekilde hatırlayabilirim” ifade sine orta ($\bar{x}=2,910$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Organik markaların olası kalitesi çok yüksektir” ifadesine katılanların, %1,7’si (n=5) hiç katılmıyorum, %12,6’sı (n=38) katılmıyorum, %41,4’ü (n=125) kararsızım, %33,4’ü (n=101) katılıyorum ve katılımcıların %10,9’u (n=33) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “organik markaların olası kalitesi çok yüksektir” ifadesine orta ($\bar{x}=3,390$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“Organik markaların işlevsel olma olasılığı yüksektir” ifadesine katılanların, %6,0’ı (n=18) katılmıyorum, %17,5’i (n=53) kararsızım, %59,3’ü (n=179) katılıyorum ve katılımcıların %17,2’si (n=52) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “organik markaların işlevsel olma olasılığı yüksektir” ifadesine yüksek ($\bar{x}=3,880$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“Organik markalar güvenilirdir” ifadesine katılanların, %0,7’si (n=2) hiç katılmıyorum, %8,6’sı (n=26) katılmıyorum, %41,4’ü (n=125) kararsızım, %37,7’si (n=114) katılıyorum ve katılımcıların %11,6’sı (n=35) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “organik markalar güvenilirdir” ifadesine yüksek ($\bar{x}=3,510$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“Birisi organik tüketicileri eleştirdiğinde, kişisel bir hakarete uğramışım gibi geliyor” ifadesine katılanların, %10,3’ü (n=31) hiç katılmıyorum, %44,7’si (n=135) katılmıyorum, %31,5’i (n=95) kararsızım, %12,9’u (n=39) katılıyorum ve katılımcıların %0,7’si (n=2) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “birisi organik tüketicileri eleştirdiğinde, kişisel bir hakarete uğramışım gibi geliyor” ifadesine zayıf ($\bar{x}=2,490$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“İnsanların organik tüketim yapan insanlar hakkında ne düşündükleriyle çok ilgileniyorum” ifadesine katılanların, %13,2’si (n=40) hiç katılmıyorum, %45,4’ü (n=137) katılmıyorum, %23,5’i (n=71) kararsızım, %12,6’sı (n=38) katılıyorum ve katılımcıların %5,3’ü (n=16) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “insanların organik tüketim yapan insanlar hakkında ne düşündükleriyle çok ilgileniyorum” ifadesine zayıf ($\bar{x}=2,510$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“Kendimi organik tüketim yapan tüketicilerin grubuna ait hissediyorum” ifadesine katılanların, %5,0’ı (n=15) hiç katılmıyorum, %30,8’i (n=93) katılmıyorum, %39,4’ü (n=119) kararsızım, %20,9’u (n=63) katılıyorum ve katılımcıların %4,0’ı (n=12) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “kendimi organik tüketim yapan tüketicilerin grubuna ait hissediyorum” ifadesine orta ($\bar{x}=2,880$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“Organik tüketim yapan tüketiciler hakkında iyi hissediyorum” ifadesine katılanların, %1,0’ı (n=3) hiç katılmıyorum, %7,0’ı (n=21) katılmıyorum, %32,8’i (n=99) kararsızım, %50,7’si (n=153) katılıyorum ve katılımcıların %8,6’sı (n=26) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “organik tüketim yapan tüketiciler hakkında iyi hissediyorum” ifadesine yüksek ($\bar{x}=3,590$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“Birisi organik tüketim yapanları övüyorsa, kişisel bir iltifat almışım gibi hissediyorum” ifadesine katılanların, %7,9’u (n=24) hiç katılmıyorum, %39,4’ü (n=119) katılmıyorum, %37,4’ü (n=113) kararsızım, %13,6’sı (n=41) katılıyorum ve katılımcıların %1,7’si (n=5) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “birisi organik tüketim yapanları övüyorsa, kişisel bir iltifat almışım gibi hisse diyorum” ifadesine orta ($\bar{x}=2,620$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“Organik tüketicilerle kendimi özdeşleştiriyorum” ifadesine katılanların, %3,6'sı (n=11) hiç katılmıyorum, %41,7'si (n=126) katılmıyorum, %37,7'si (n=114) kararsızım, %13,9'u (n=42) katılıyorum ve katılımcıların %3,0'ı (n=9) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “organik tüketicilerle kendimi özdeşleştiriyorum” ifadesine orta ($\bar{x}=2,710$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“Organik tüketicilerle aramda güçlü bağların olduğunu hissediyorum” ifadesine katılanların, %7,3'ü (n=22) hiç katılmıyorum, %40,7'si (n=123) katılmıyorum, %38,4'ü (n=116) kararsızım, %11,3'ü (n=34) katılıyorum ve katılımcıların %2,3'ü (n=7) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “organik tüketicilerle aramda güçlü bağların olduğunu hissediyorum” ifadesine orta ($\bar{x}=2,610$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“Organik tüketiciler hakkında konuştuğumda genellikle onlar yerine biz derim” ifadesine katılanların, %13,2'si (n=40) hiç katılmıyorum, %45,4'ü (n=137) katılmıyorum, %33,8'i (n=102) kararsızım, %6,6'sı (n=20) katılıyorum ve katılımcıların %1,0'ı (n=3) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “organik tüketiciler hakkında konuştuğumda genellikle onlar yerine biz derim” ifadesine zayıf ($\bar{x}=2,370$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“Organik tüketicilerden biri olduğumu düşünüyorum” ifadesine katılanların, %7,3'ü (n=22) hiç katılmıyorum, %28,1'i (n=85) katılmıyorum, %38,1'i (n=115) kararsızım, %23,2'si (n=70) katılıyorum ve katılımcıların %3,3'ü (n=10) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “organik tüketicilerden biri olduğumu düşünüyorum” ifadesine orta ($\bar{x}=2,870$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“Organik markalara karşı sadık olduğumu düşünüyorum” ifadesine katılanların, %4,0'ı (n=12) hiç katılmıyorum, %36,4'ü (n=110) katılmıyorum, %41,1'i (n=124) kararsızım, %16,2'si (n=49) katılıyorum ve katılımcıların %2,3'ü (n=7) tamamen katılıyorum demmiştir. Katılanların “organik markalara karşı sadık olduğumu düşünüyorum” ifadesine orta ($\bar{x}=2,760$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“Organik markalar ilk tercihim olur” ifadesine katılanların, %0,3'ü (n=1) hiç katılmıyorum, %14,6'sı (n=44) katılmıyorum, %31,8'i (n=96) kararsızım, %42,4'ü (n=128) katılıyorum ve katılımcıların %10,9'u (n=33) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “organik markalar ilk tercihim olur” ifadesine yüksek ($\bar{x}=3,490$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“Mağazada organik bir marka varsa diğer markaları almam” ifadesine katılanların, %1,7'si (n=5) hiç katılmıyorum, %25,5'i (n=77) katılmıyorum, %43,7'si (n=132) kararsızım, %21,2'si (n=64) katılıyorum ve katılımcıların %7,9'u (n=24) tamamen katılıyorum cevabını söylemiştir. Katılanların “mağazada organik bir marka varsa diğer markaları almam” ifadesine orta ($\bar{x}=3,080$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“Ne sıklıkla organik logolu gıda markaları satın alıyorsunuz?” ifadesine katılanların, %4,3'ü (n=13) asla, %21,9'u (n=66) nadiren, %46,7'si (n=141) arada bir, %19,2'si (n=58) sıklıkla ve katılımcıların %7,9'u (n=24) çok sık cevabını söylemiştir. Katılanların “ne sıklıkla organik logolu gıda markaları satın alıyorsunuz?” ifadesine orta ($\bar{x}=3,050$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“Ne sıklıkla organik logolu kıyafet markaları satın alıyorsunuz?” ifadesine katılanların, %38,4'ü (n=116) asla, %33,1'i (n=100) nadiren, %23,2'si (n=70) arada bir, %4,0'ı (n=12) sıklıkla ve katılımcıların %1,3'ü (n=4) çok sık cevabını söylemiştir. Katılanların “ne sıklıkla organik logolu kıyafet markaları satın alıyorsunuz?” ifadesine zayıf ($\bar{x}=1,970$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

“Ne sıklıkla organik logolu kişisel bakım markaları satın alıyorsunuz?” ifadesine katılanların, %19,2'si (n=58) asla, %35,8'i (n=108) nadiren, %21,9'u (n=66) arada bir, %15,9'u (n=48) sıklıkla ve katılımcıların %7,3'ü (n=22) çok sık cevabını söylemiştir. Katılanların “ne sıklıkla organik logolu kişisel bakım markaları satın alıyorsunuz?” ifadesine zayıf ($\bar{x}=2,560$) düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

Tablo 7. Ölüm Kaygısı ve Organik Logolu Marka Puanları Arasında Korelasyon Analizi

		Ölüm Kaygısı	Organik Markalara Aşinalık	Organik Marka Güvenirliği	Organik Tüketici Kimliği	Organik Markalara Psikolojik Bağlılık	Organik Logolu Marka Alımı
Ölüm Kaygısı	r	1,000					
	p	0,000					
Organik Markalara Aşinalık	r	-0,035	1,000				
	p	0,543	0,000				
Organik Marka Güvenirliği	r	0,080	0,335**	1,000			
	p	0,167	0,000	0,000			
Organik Tüketici Kimliği	r	0,288**	0,463**	0,311**	1,000		
	p	0,000	0,000	0,000	0,000		
Organik Markalara Psikolojik Bağlılık	r	0,017	0,497**	0,333**	0,553**	1,000	
	p	0,770	0,000	0,000	0,000	0,000	
Organik Logolu Marka Alımı	r	-0,037	0,500**	0,138*	0,383**	0,528**	1,000
	p	0,518	0,000	0,017	0,000	0,000	0,000

*<0,05; **<0,01

Ölüm kaygısı, organik markalara aşinalık, organik marka güvenirliği, organik tüketici kimliği, organik markalara psikolojik bağlılık, organik logolu marka alımı, arasında korelasyon analizleri incelendiğinde;

Organik marka güvenirliği ile organik markalara aşinalık arasında $r=0.335$ pozitif ($p=0,000<0.05$), organik tüketici kimliği ile ölüm kaygısı arasında $r=0.288$ pozitif ($p=0,000<0.05$), organik tüketici kimliği ile organik markalara aşinalık arasında $r=0.463$ pozitif ($p=0,000<0.05$), organik tüketici kimliği ile organik marka güvenirliği arasında $r=0.311$ pozitif ($p=0,000<0.05$), organik markalara psikolojik bağlılık ile organik markalara aşinalık arasında $r=0.497$ pozitif ($p=0,000<0.05$), organik markalara psikolojik bağlılık ile organik marka güvenirliği arasında $r=0.333$ pozitif ($p=0,000<0.05$), organik markalara psikolojik bağlılık ile organik tüketici kimliği arasında $r=0.553$ pozitif ($p=0,000<0.05$), organik logolu marka alımı ile organik markalara aşinalık arasında $r=0.5$ pozitif ($p=0,000<0.05$), organik logolu marka alımı ile organik marka güvenirliği arasında $r=0.138$ pozitif ($p=0,017<0.05$), organik logolu marka alımı ile organik tüketici kimliği arasında $r=0.383$ pozitif ($p=0,000<0.05$), organik logolu marka alımı ile organik markalara psikolojik bağlılık arasında $r=0.528$ pozitif ($p=0,000<0.05$) ilişki vardır. Fakat araştırmada elde edilen verilere göre diğer değişkenler arasındaki ilişkiler anlamlı bulunmamıştır ($p>0.05$).

Yukarıdaki bilgiler doğrultusunda yapılan korelasyon analizi sonucunda katılımcıların ölüm kaygısı ile “organik markalara aşinalık”, “organik marka güvenirliği”, “organik markalara psikolojik bağlılık ve “organik logolu marka alımı” arasında bir ilişkinin olmadığı görülmektedir. Bu bağlamda **H1, H2, H4 ve H5** kodlu **hipotezler reddedilmiştir**. Fakat analizde ölüm kaygısı ile organik markalara yönelik tutumun alt boyutu olan “organik tüketici kimliği” arasında ilişkinin olduğu görülmüştür. Bu sebeple ölüm kaygısı ile organik tüketici kimliği arasındaki neden – sonuç ilişkisini belirlemek için regresyon analizi yapılmıştır. Analize dair tablo aşağıda yer almaktadır.

Tablo 8. Ölüm Kaygısının, Organik Tüketici Kimliği Üzerine Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	t	p	F	Model (p)	R ²
Organik Tüketici Kimliği	Sabit	1,603	7,269	0,000	27,155	0,000	0,080
	Ölüm Kaygısı	0,385	5,211	0,000			

Ölüm kaygısı ile organik tüketici kimliği arasındaki “neden” ve “sonuç” ilişkisini tespit etmek için yapılan regresyon analizi anlamlı olduğu görülmüştür ($F=27,155$; $p=0,000<0.05$). Organik tüketici kimliği düzeyindeki toplam değişim

%8 oranında ölüm kaygısının tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,080$). Bu bağlamda ölüm kaygısının, organik tüketici kimliği düzeyini arttırdığı söylenebilir ($\beta=0,385$). Elde edilen veriler doğrultusunda “ölüm kaygısı ile tüketicilerin organik tüketici kimlikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır” **Hipotez 3 desteklenmiştir.**

Tablo 9. Ölüm Kaygısı ve Organik Marka Tutum Puanlarının Tanımlayıcı Özelliklere Göre Farklılaşması

Demografik Özellikler	n	Ölüm Kaygısı	Organik Markalara Aşinalık	Organik Marka Güvenirliliği	Organik Tüketici Kimliği	Organik Markalara Psikolojik Bağlılık	Organik Logolu Marka Alımı
Cinsiyet		Ort ± SS	Ort ± SS	Ort ± SS	Ort ± SS	Ort ± SS	Ort ± SS
Erkek	270	2,965±0,455	3,148±0,723	3,609±0,712	2,760±0,622	3,159±0,721	2,546±0,823
Kadın	32	2,823±0,487	2,969±0,730	3,469±0,775	2,552±0,522	2,719±0,678	2,354±0,798
t=		1,658	1,325	1,040	1,818	3,287	1,249
p=		0,098	0,186	0,299	0,070	0,001	0,213
Yaş		Ort ± SS	Ort ± SS	Ort ± SS	Ort ± SS	Ort ± SS	Ort ± SS
30 ve altı	57	2,894±0,330	3,076±0,630	3,819±0,538	2,569±0,496	3,111±0,848	2,573±0,895
31-40	135	2,905±0,468	3,153±0,696	3,652±0,771	2,752±0,598	3,000±0,677	2,370±0,778
41-50	82	2,955±0,463	3,020±0,863	3,402±0,775	2,764±0,735	3,268±0,740	2,663±0,863
51 ve üzeri	28	3,261±0,532	3,441±0,506	3,417±0,381	2,937±0,448	3,202±0,604	2,774±0,609
F=		5,208	2,526	4,829	2,520	2,503	3,364
p=		0,002	0,058	0,003	0,058	0,059	0,019
PostHoc=		4 > 1, 4 > 2, 4 > 3 (p<0.05)		1 > 3, 2 > 3, 1 > 4 (p<0.05)			3 > 2, 4 > 2 (p<0.05)
Medeni Durum		Ort ± SS	Ort ± SS	Ort ± SS	Ort ± SS	Ort ± SS	Ort ± SS
Evli	197	3,015±0,444	3,228±0,676	3,503±0,713	2,807±0,590	3,193±0,614	2,623±0,789
Bekar	105	2,827±0,466	2,943±0,778	3,765±0,702	2,609±0,641	2,962±0,888	2,343±0,852
t=		3,440	3,314	-3,063	2,704	2,650	2,854
p=		0,001	0,001	0,002	0,007	0,019	0,005
Çalışma Durumu		Ort ± SS	Ort ± SS	Ort ± SS	Ort ± SS	Ort ± SS	Ort ± SS
Evet	155	2,917±0,453	3,136±0,720	3,770±0,680	2,749±0,702	3,142±0,795	2,490±0,776
Hayır	147	2,984±0,466	3,122±0,732	3,408±0,715	2,726±0,508	3,082±0,652	2,562±0,867
t=		-1,278	0,156	4,506	0,321	0,718	-0,762
p=		0,202	0,876	0,000	0,747	0,471	0,447
Gelir Durumu		Ort ± SS	Ort ± SS	Ort ± SS	Ort ± SS	Ort ± SS	Ort ± SS
2500TL ve altı	67	3,041±0,549	2,920±0,839	3,493±0,748	2,723±0,653	2,940±0,701	2,463±0,912
2501-5000 TL	142	2,921±0,422	3,162±0,671	3,610±0,754	2,737±0,626	3,190±0,771	2,467±0,789
5001-7500 TL	61	2,941±0,479	3,093±0,697	3,760±0,673	2,772±0,615	3,055±0,670	2,650±0,906
7500 TL ve üzeri	32	2,903±0,364	3,490±0,616	3,417±0,508	2,708±0,489	3,240±0,646	2,677±0,525
F=		1,181	4,813	2,221	0,101	2,267	1,206
p=		0,317	0,003	0,086	0,960	0,081	0,308
PostHoc=			2 > 1, 4 > 1, 4 > 2, 4 > 3 (p<0.05)				

Araştırmada “ölüm kaygısı” ve “organik marka tutum” puanlarının tanımlayıcı özelliklere göre farklılaşma durumları da incelenmiştir. katılımcıların cinsiyet dağılımları arasındaki sayı farkından dolayı grupların karşılaştırılması uygun değildir.

Araştırmada katılımcıların organik marka güvenirliliği” puanlarıyla yaş değişkenine göre anlamlı farklılık olduğu görülmüştür ($F=4,829$; $p=0.003<0.05$). Elde edilen farkın oluşma sebebi yaşı 30 ve altı olanların “organik marka güvenirliliği” puanlarının yaş 41-50 olanların “organik marka güvenirliliği” puanlarından yüksek olmasıdır ($p<0.05$). Ayrıca yaş 31-40 arası olanların “organik marka güvenirliliği” puanları, yaş aralığı 41-50 olanların “organik marka güvenirliliği” puanlarından yüksek çıkmıştır ($p<0.05$). Araştırmada katılanların “organik logolu marka” alımı puanları yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmektedir ($F=3,364$; $p=0.019<0.05$). Elde edilen fark; yaşı 41-50 arasında olanların “organik logolu marka” alımı puanlarının, yaşı 31-40 olanların yüksek olmasından kaynaklanmaktadır ($p<0.05$). Araştırmada katılımcıların “organik markalara aşinalık”, “organik tüketici kimliği”, “organik markalara psikolojik bağlılık” puanlarıyla, yaş değişkenine göre anlamlı farklılık olmadığı görülmüştür ($p>0.05$).

Araştırmada katılımcıların medeni durumlarıyla, ölüm kaygıları ve organik marka tutumları arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığı da incelenmiştir. Bu bağlamda elde edilen verilere göre, katılımcılardan evli olanların “ölüm kaygısı” puanları ($x=3,015$), bekar olanların “ölüm kaygısı” puanlarından ($x=2,827$) yüksek çıkmıştır ($t=3,440$; $p=0.001<0.05$). Bu bilgilerin dışında evli katılımcıların “organik markalara aşinalık” puanları ($x=3,228$), bekar olanların puanlarından ($x=2,943$) yüksektir ($t=3,314$; $p=0.001<0.05$). Fakat katılımcılardan evli olanların “organik marka güvenirliliği” puanları ($x=3,503$), bekar olanların “organik marka güvenirliliği” puanlarından ($x=3,765$) düşüktür ($t=-3,063$; $p=0.002<0.05$). Bunların yanı sıra araştırmada katılımcılardan medeni durumu evli olanların “organik tüketici kimliği” puanlarıyla ($x=2,807$), bekar olanların puanlarından ($x=2,609$) yüksek olduğu görülmüştür ($t=2,704$; $p=0.007<0.05$). Çalışmada “organik markalara psikolojik bağlılık” puanlarına bakıldığında evli katılımcıların puanlarının ($x=3,193$), bekar katılımcılara oranla puanlarının ($x=2,962$) yüksek olduğu çıkmıştır ($t=2,650$; $p=0.019<0.05$). Bu verilere ek olarak evli katılımcıların “organik ürün logolu marka alımı” puanları ($x=2,623$), bekar olanların “organik ürün logolu marka alımı” puanlarından ($x=2,343$) yüksek olduğu sonucuna varılmıştır ($t=2,854$; $p=0.005<0.05$).

Araştırmada katılımcıların aktif çalışma ilgili durumlarıyla, “ölüm kaygıları” ve “organik marka tutumları” arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığı da irdelenmiştir. Verilere göre sadece katılımcılardan çalışan durumda olanların “organik marka güvenirliliği” puanları ($x=3,770$), çalışmayanların “organik marka güvenirliliği” puanlarından ($x=3,408$) yüksektir ($t=4,506$; $p=0<0.05$). Bunun dışında katılımcıların “ölüm kaygısı”, “organik markalara aşinalık”, “organik tüketici kimliği”, “organik markalara psikolojik bağlılık”, “organik logolu marka alımı” puanlarıyla, aktif iş hayatında yer alma durumu değişkenine göre herhangi bir farklılık görülmemektedir ($p>0.05$).

Katılımcıların gelir durumları incelendiğinde, “organik markalara aşinalık” puanları gelir durumu değişkenine göre anlamlı farklılık gösterdiği görülmektedir ($F=4,813$; $p=0.003<0.05$). Oluşan bu farkın sebebine bakıldığında; gelir durumu 2501-5000 TL olanların “organik markalara aşinalık” puanlarının, gelir durumu 2500 ve altı olanların “organik markalara aşinalık” puanlarından yüksek olmasıdır ($p<0.05$). Ayrıca katılımcılardan gelir durumu 7500 TL ve üzeri olanların, “organik markalara aşinalık” puanlarının gelir durumu 2500 ve altı olanların “organik markalara aşinalık” puanlarından yüksektir ($p<0.05$). Araştırmada katılımcılardan gelir durumu 7500 TL ve üzeri olanların organik markalara aşinalık puanlarının, gelir durumu 2501-5000 TL olanların puanlarından yüksek çıkmıştır ($p<0.05$). Ayrıca çalışmada gelir durumu 7500 TL ve üzeri olan katılımcıların organik markalara aşinalık puanlarının, gelir durumu 5001-7500 TL olanların puanlarından yüksek olduğu görülmüştür ($p<0.05$). Fakat elde edilen verilere göre katılımcıların “ölüm kaygısı”, “organik marka güvenirliliği”, “organik tüketici kimliği”, “organik markalara psikolojik bağlılık” ve “organik ürün logolu marka alımı” puanları, gelir durumu değişkenine göre anlamlı herhangi bir farklılık yok ($p>0.05$).

5. SONUÇ

Yaşamın dönüşü olmayan bir şekilde tam olarak sona ermesi olarak tanımlanan ölüm, insanların hayatı boyunca var olan bir kavram olmakla birlikte kaygı da yaratmaktadır. Fakat her bireyin yaşadığı ölüm kaygısı yaş, medeni durum, gelir durum, yaşanan deneyimler ve kültürel farklılıklara göre değişiklikler göstermektedir. Ölümden korkan ve bu yüzden kaygı yaşayan bireyler aynı zamanda hasta olmaktan da endişelenmektedir. Bu sebeple bireyler ölümden kaçmak veya süreci uzatmak için daha sağlıklı olmaya çalışmaktadır. Bu amaç doğrultusunda

bireyler genellikle sağlıklarını korumak için sağlıklı besinler tercih etmekte, spor yapmakta ve düzenli bir yaşam sürmektedir. Böylece birey sağlıklı bir hayat sürerek yaşadıkları ölüm kaygısını daha aza indirmek istemektedir. Bu durum bireylerin tüketim kültürlerine de yansımaktadır. İçinde koruyucu olmayan, katkı maddesi bulunmayan ürünlere yani organik olanlara yönelmekte oldukları söylenebilir. Organik logoya sahip markaları tercih eden tüketicilerin, daha sağlıklı olduklarına ve ölüm kaygılarını aza indirmekte olduklarına inanılabilir.

Araştırmanın temel amacı tüketicilerin organik ürün logolu markaların alt boyutu olan “organik markalara aşinalık”, “organik marka güvenilirliği” “organik tüketici kimliği” “organik markalara psikolojik bağlılık” ve “organik logolu marka alımına” yönelik değerlendirmelerinde ölüm kaygısının rolünün irdelenmesidir. Bu bağlamda yapılan analizden elde edilen verilere göre, ölüm kaygısı ile tüketicilerin organik tüketici kimliği arasında anlamlı bir ilişkinin var olduğu görülmektedir. Fakat araştırmaya göre katılımcıların ölüm kaygısı ile organik markalara aşinalık, organik marka güvenilirliği, organik markalara psikolojik bağlılık ve organik logolu marka alımı tutumları arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bunun yanı sıra araştırmada katılımcıların organik marka güvenilirliğiyle, yaş değişkenleri arasında da anlamlı bir farklılığın olduğu belirlenmiştir. Elde edilen verilere göre katılımcıların 30 yaş ve altı arasındakilerin organik marka güvenilirliği puanları, 41-50 yaş olanların puanlarından yüksek çıkmıştır. Bu bağlamda katılımcıların organik marka güvenilirliğiyle, yaşları arasında anlamlı bir farklılığın olduğu söylenebilir. Bu bilgilere ek olarak 41-50 yaş arasındaki katılımcıların organik logolu marka alım puanlarının 31-40 yaş arasındakilerden yüksek olduğu görülmüştür. Bu sebeple katılımcıların organik logolu marka alımlarıyla, yaşları arasında anlamlı bir farklılığın olduğu anlaşılmaktadır. Araştırmada elde edilen verilere göre “ölüm kaygısı”, “organik markalara aşinalık”, “organik marka güvenilirliği”, “organik tüketici kimliği”, “organik markalara psikolojik bağlılık” ve “organik logolu marka alımı” ile katılımcıların medeni durumları arasında anlamlı bir farklılık vardır. Diğer bir deyişle katılımcılardan evli olanların ölüm kaygısı puanları bekar olanlara oranla yüksek olduğu sonucu elde edilmiştir. Ayrıca katılımcılardan evli olanların organik marka aşinalığı puanları bekar olanlara oranla yüksek olduğu görülmüştür. Fakat araştırmada katılımcılardan bekar olanların organik marka güvenilirliği puanları evli katılımcılara oranla yüksek olduğu sonucu elde edilmiştir. Bunun yanı sıra elde edilen verilere göre katılımcılardan evli olanların organik tüketici kimliği puanları bekar olanlara oranla yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca katılımcılardan evli olanların organik markalara psikolojik bağlılık puanları bekar olanlara oranla yüksek olduğu sonucu elde edilmiştir. Bu bilgilere ek olarak araştırmada, katılımcılardan evli olanların organik ürün logolu marka alımı puanları bekar olanlara oranla yüksek çıkmıştır. Ayrıca araştırmada katılımcıların “ölüm kaygısı”, “organik markalara aşinalık”, “organik tüketici kimliği”, “organik markalara psikolojik bağlılık” ve “organik logolu marka alımı” puanları ile iş hayatında aktif bulunma durumları arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür. Fakat sadece katılımcılardan çalışanların “organik marka güvenilirliği” puanlarının çalışmayanlara oranla puanlarının yüksek olduğu anlaşılmıştır. Katılımcıların gelir durumları incelendiğinde ise, “organik markalara aşinalık” puanları gelir durumu değişkenine göre anlamlı farklılık gösterdiği görülmektedir. Oluşan farkın sebebine bakıldığında ise gelir durumu 2501-5000 TL olanların “organik markalara aşinalık” puanlarının, gelir durumu 2500 ve altı olanların “organik markalara aşinalık” puanlarından yüksek çıkmasıdır. Ayrıca katılımcılardan gelir durumu 7500 TL ve üzeri olanların, “organik markalara aşinalık” puanlarının gelir durumu 2500 ve altı olanların puanlarından yüksektir. Bunun yanı sıra çalışmada katılımcılardan gelir durumu 7500 TL ve üzeri olanların “organik markalara aşinalık” puanlarının, gelir durumu 2501-5000 TL olanların puanlarından yüksektir.

Ölüm kaygısıyla ilgili araştırmalar incelendiğinde Pierce ve diğerlerinin (2007), Maglio'nun (1992) ve Cotter'in (2003) yapmış oldukları araştırmalarda kadınların ölüm kaygılarının, erkeklere oranla daha yüksek olduklarını görülmektedir. Fakat bizim araştırmamızda katılımcıların cinsiyetler arasındaki sayı farkından dolayı, elde edilen bilgiler yorumlanamamıştır. Fakat yaşla ilgili literatürler incelendiğinde Pyszczynski ve diğerlerinin (2004) araştırmasına göre orta ve yaşlı grubundaki kişiler, diğer yaş gruplarındaki kişilere oranla ölüm kaygısını daha az yaşamaktadır. Araştırmamızda katılımcıların yaş değişkenleri 30 ve altı, 31-40, 41-50, 51 ve üzeri olarak ayrılmıştır. Araştırmada 51 yaş ve üzeri kişilerin sayısı 30'ın altında olduğu için değerlendirilmemiştir. Bu sebeple elde edilen veriler incelendiğinde Pyszczynski ve arkadaşlarının araştırmalarının sonucunun tersine ölüm kaygısı ile katılımcıların diğer yaş gruplarıyla arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Organik logolu ürünlerle ilgili literatür incelendiğinde Chinnici ve diğerlerinin (2002: 198) yapmış olduğu araştırmada elde ettiği veriye göre tüketicilerin organik logolu ürünlere karşı büyük bir ilgisi bulunduğu tespit edilmiştir. Araştırmamızda 41-50 yaş arasındaki tüketicilerin diğer katılımcılara oranla daha çok organik logolu ürünlü markaları satın alma eğiliminde oldukları görülmüştür. Fakat araştırmamızın temel amacı ölüm kaygısı taşıyan bireylerin organik logolu markalara yönelik eğilimlerini belirlemektir. İlgili literatür incelendiğinde organik ürünlü markaların tüketimiyle,

bireylerdeki sağlık kavramı ve sağlıklı olma davranışı arasında bir ilişki olup olmadığıyla ilgili çalışmaların eksikliği görülmektedir (Goetzke vd., 2014: 95). Gerçekleştirilen çalışma markaların hedef kitlelerinin psikolojilerine ve demografik özelliklerine bakarak, stratejilerini belirlemede yol gösterici olacağına inanılmaktadır. Tüketicilerin tutum ve davranışlarını bilen markalar, organik ürünlerini hedef kitleleriyle buluşturmak amacıyla bu araştırmanın sonuçlarından faydalanabilir. Ayrıca araştırmanın, ileride yapılacak daha kapsamlı çalışmalara ışık tutacağına inanılmaktadır.

YAZARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazar, çalışmanın tümüne tek başına katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

- Baker, S., Thompson, K. E. ve Engelken, J. (2004). Mapping the values driving organic food choice Germany vs the UK. *European Journal of Marketing*, 38(8), 995-1012.
- Bilgin, N. ve Yıldız, N. (2005). Organik tarımın gelişimi ve bitki besleme açısından önemi. *GAP*, 4,743-750
- Bloomberght. (2016, 22 Kasım). *Migros Tazedirekt'i satın aldı*. Erişim adresi: <https://www.bloomberght.com/haberler/haber/1948431-migros-tazedirekti-satin-aldi>, (06.11.2020).
- Bozo, Ö., Tunca, A. ve Şimşek, Y. (2009). The effect of death anxiety and age on health-promoting behaviors: a terror-management theory perspective. *The Journal of Psychology*, 143(4), 377-389.
- Chen, M. F. (2009). Attitude toward organic foods among Taiwanese as related to health consciousness, environmental attitudes, and the mediating effects of a healthy lifestyle. *British Food Journal*, 111(2), 165-178.
- Chinnici, G., D'Amico, M. ve Pecorino, B. (2002). A multivariate statistical analysis on the consumers of organic products. *British Food Journal*, 104 (3/4/5), 187-199.
- Chuin, C. ve Choo, Y. (2009). Age, gender, and religiosity as related to death anxiety. *Sunway Academic Journal*, 6, 1-16.
- Conte, H. R., Weiner, M. B. ve Plutchik, R. (1982). Measuring death anxiety: Conceptual, psychometric, and factor-analytic aspects. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43(4), 775-785.
- Cotter, R. P. (2003). High risk behaviors in adolescence and their relationship to death anxiety and death personifications. *OMEGA-Journal of Death and Dying*, 47(2), 119-137.
- De Magistris, T. ve Gracia, A. (2008). The decision to buy organic food products in Southern Italy. *British Food Journal*, 110(9), 929-947.
- Depaola, S. J., Griffin, M., Young, J. R. ve Neimeyer, R. A. (2003). Death anxiety and attitudes toward the elderly among older adults: the role of gender and ethnicity. *Death Studies*, 27(4), 335-354.
- Du, S., Bartels, J., Reinders, M. ve Sen, S. (2017). Organic consumption behavior: A social identification perspective. *Food Quality and Preference*, 1-9.
- Emir, M. ve Demiryürek, K. (2014). Avrupa birliği ve Türkiye'deki organik tarım mevzuatındaki gelişmeler ve son yönetmeliklerin analizi. *Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 11(2), 21-28.
- Ens, C. ve Bond, J. (2005). Death anxiety and personal growth in adolescents experiencing the death of a grandparent. *Death Studies*, 29(2), 171-178.
- Ertufan, H. (2008). *Hekimlik uygulamalarında ölümlerle sık karşılaşmanın ölüm kaygısı üzerine etkisi*. Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

- Eti, H. S. (2014). *Organik gıdaların pazarlanması ve organik gıdalara karşı tüketici tutum ve davranışları analizi*. Doktora Tezi, Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.
- Firestone, R. W. (1993). Individual defenses against death anxiety. *Death Studies*, 17(6), 497-515.
- Gil, J. M., Gracia, A. ve Sanchez, M. (2000). Market segmentation and willingness to pay for organic products in Spain. *International Food and Agribusiness Management Review*, 3, 207-226.
- Goetzke, B., Nitzko, S. ve Spiller, A. (2014). Consumption of organic and functional food. A matter of well-being and health?, *Appetite*, 77C, 94-103.
- Haberler.com (2012, 26 Temmuz). *Organik kıyafetlere ilgi artıyor*. Erişim adresi: <https://www.haberler.com/organik-kiyafetlere-ilgi-artiyor-3816324-haberi/>, (10.11.2020).
- Halpin, D., & Brueckner, M. (2004). The retail pricing, labelling and promotion of organic food in Australia. D. Halpin (Ed.), *The Australian Organic Industry: A Profile* içinde (64-93). Canberra, Australia: Department of Agriculture and Fisheries.
- Henley, N. ve Donovan, R. J. (2002-2003). death anxiety and threat appeals: toward a practical application in the context of health promotion. *OMEGA*, 46(3), 225-239.
- Hughner, R. S., McDonagh, P., Prothero, A., Shultz II, C. J. ve Stanton, J. (2007). Who are organic food consumers? A compilation and review of why people purchase organic food. *Journal of Consumer Behaviour*, 6, 94-110.
- Hürriyet.com. (2016, 28 Ağustos). *Sağlığına önem verenlere organik pazar rehberi*. Erişim adresi: <https://www.hurriyet.com.tr/lezizz/sagligina-onem-verenlere-organik-pazar-rehberi-36920671>, (14.11.2020).
- Karakuş, G., Öztürk, Z. ve Tamam, L. (2012). Ölüm ve ölüm kaygısı. *Arşiv Kaynak Tarama Dergisi*, 42-79.
- Katz, S. (1978). The relationship of the midlife to death anxiety and self actualization. *Dissertation and Theses*, 3244.
- Keller, J. W., Sherry, D. ve Piotrowski, C. (1984). Perspectives on death: a developmental study. *The Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, 116(1), 137-142.
- Kellner, R., Abbott, P., Winslow, W. ve Pathak, D. (1987). Fears, beliefs, and attitudes in dsm-iii hypochondriasis. *The Journal of Nervous and Mental Disease*, 175(1), 20-25.
- Kumcu, E. H. (2019). *Organik ürünlerin pazarlanması ve organik 3.0 stratejilerinin Türkiye açısından değerlendirilmesi*. Doktora Tezi. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Kurt, Z. (2006). *Organik tarım ürünleri pazarlaması ve uygulamalar*. Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Kurtuluş, K. (2010). *Araştırma yöntemleri*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Kushwah, S., Dhir, A., Sagar, M. ve Gupta, B. (2019). Determinants of organic food consumption. A systematic literature review on motives and barriers. *Appetite*, 143, 1-22.
- Langs, R. (2004). Death anxiety and the emotion-processing mind. *Psychoanalytic Psychology*, 21(1), 31-53.
- Lea, E. ve Worsley, T. (2005). Australians' organic food beliefs, demographics and values. *British Food Journal*, 107(11), 855-869.
- Lester, D. (1972). Studies in death attitudes: part two. *Psychological Reports*, 30.
- Lin, J., Guo, J., Turel, O. ve Liu, S. (2019). Purchasing organic food with social commerce: An integrated food-technology consumption values perspective. *International Journal of Information Management*, 1-11.
- Maglio, C. J. (1992). *Meta-analysis of the effects of death education on death anxiety*. Arizona State University: PhD Thesis.

- Maheswaran, D. ve Agrawal, N. (2004). Motivational and cultural variations in mortality salience effects: Contemplations on terror management theory and consumer behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 14(3), 213-218.
- McLennan, J., Akande, A. ve Bates, G. W. (1993). Death anxiety and death denial: nigerian and australian students' metaphors of personal death. *The Journal of Psychology*, 127(4), 399-407.
- Momeyer, R. W. (1998). *Confronting Death (Medical Ethics)*. Indianapolis: Indiana University Press.
- Naresh, K. M. ve Birks, D. F. (2000). *Marketing Research an Applied Approach*. Prentice Hall.
- Özdamar, K. (2004). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Pearson, D. (2002). Marketing organic food: Who buys it and what do they purchase? *Food Australia*, 54(1-2), 31-34.
- Pearson, D. ve Henryks, J. (2008). Marketing organic products: exploring some of the pervasive issues. *Journal of Food Products Marketing*, 14(4), 95-108.
- Perkes, C. ve Schildt, R. (1978). Death-related attitudes of adolescent males and females. *Death Education*, 2(4), 359-368.
- Pierce, J., Cohen, A., Chambers, J. ve Meade, R. M. (2007). Gender differences in death anxiety and religious orientation among US high school and college students. *Mental Health, Religion & Culture*, 10(2), 143-150.
- Pollak, J. (1979-80). Correlates of death anxiety: a review of empirical studies. *OMEGA*, 10(2), 97-121.
- Pyszczynski, T., Greenberg, J., Solomon, S., Arndt, J. ve Schimel, J. (2004). Why do people need self-esteem? a theoretical and empirical review. *Psychological Bulletin*, 130(3), 435-468.
- Radman, M. (2005). Consumer consumption and perception of organic products in Croatia. *British Food Journal*, 107(4), 263-273.
- Schumaker, J. F., Warren, W. G. ve Groth-Marnat, G. (1991). Death anxiety in Japan and Australia. *The Journal of Social Psychology*, 131(4), 511-518.
- Squires, L., Juric, B. ve Cornwell, B. (2001). Level of market development and intensity of organic food consumption: cross-cultural study of Danish and New Zealand consumers. *Journal of Consumer Marketing*, 18(5), 392-409.
- Thorson, J. A. ve Powell, F. C. (1992). A revised death anxiety scale. *Death Studies*, 16(6), 507-521.
- Tsakiridou, E., Boutsouki, C., Zotos, Y. ve Mattas, K. (2008). Attitudes and behaviour towards organic products: an exploratory study. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 36(2), 158-175.
- Westman, A. ve Kamoo, R. (1990). relationship between using conceptual comprehension of academic material and thinking abstractly about global life issues. *Psychological Reports*, 66, 387-390.
- Yeni Asır. (2015, 11 Ağustos). *Ege pamuğu yıldızları giydiriyor*. Erişim adresi: <https://www.yeniasir.com.tr/ekonomi/2015/11/08/ege-pamugu-yildizlari-giydiriyor>, (12.11.2020).
- Zakowska-Biemans, S. (2011). Polish consumer food choices and beliefs about organic food. *British Food Journal*, 113(1), 122-137.

ESNEK ÇALIŞMA ORTAMINDAKİ ÇALIŞANLARDA ÖZ KONTROL VE ÖZ YÖNETİM, İÇSEL MOTİVASYON VE MUTLULUK İLİŞKİSİNE DAİR BİR ARAŞTIRMA

A RESEARCH ON RELATIONSHIP BETWEEN SELF CONTROL AND SELF- MANAGEMENT, INTRINSIC MOTIVATION AND HAPPINESS IN FLEXIBLE WORKING EMPLOYEES

Arş. Gör. Mehmet Ali TAŞ¹

Öğr. Gör. Muhammet TORTUMLU²

ÖZ

Bu araştırmanın amacı; çalışanların öz kontrol ve öz yönetim algıları, iş hayatındaki içsel motivasyonları ve mutluluk düzeyleri arasındaki ilişkiyi ve etkileşimi ortaya koymaktır. Özellikle çalışanların öz kontrol ve öz yönetim algılarının içsel motivasyon aracılığıyla çalışanların mutluluğunu etkileyip etkilemediği ortaya konulmaya çalışılmaktadır. Buradan hareketle amaçlı örneklem yöntemi ve anket tekniği kullanılarak 221 katılımcıdan veri toplanmıştır. Örneklem kitlesi ise İstanbul ilinde, bilişim sektöründe esnek çalışma sistemine göre faaliyet gösteren işletmelerdeki çalışanlardan oluşmaktadır. Analiz sonuçlarına göre öz kontrol ve öz yönetimin hem içsel motivasyonu hem de mutluluğu anlamlı ve pozitif şekilde etkilediği ortaya çıkmıştır. Bunun yanında içsel motivasyonun da mutluluğu anlamlı yordadığı tespit edilmiştir. Araştırmanın en önemli sonucu ise, öz kontrol ve öz yönetimin mutluluk ile ilişkisinde, içsel motivasyonun tam aracılık rolüne sahip olduğudur. Sonuç olarak, kişinin öz kontrol ve öz yönetim düzeyinin yükselmesi, çalışanların içsel enerjileriyle çalışmasını sağlamaktadır. Bu durumun aynı zamanda çalışanların mutluluğuna da yansıtıldığı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Öz Kontrol ve Öz Yönetim, İçsel Motivasyon, Mutluluk, Esnek Çalışma.


JEL Sınıflandırma Kodları: D23, M10, M11, M15, M19.


ABSTRACT

The aim of the study is to reveal the relationship and interaction between employees' self-control, self-management perceptions, their intrinsic motivations and happiness levels. In particular, it is tried to determine whether employees' self-control and self-management perceptions affect their happiness through intrinsic motivation. Based on this, data is collected from 221 participants using snowball sampling method and survey technique. The sample consists of the employees in the enterprises operating in the IT sector according to the flexible working system in the province of Istanbul. According to the results of the analysis, self-control and self-management affect both intrinsic motivation and happiness significantly and positively. In addition, it is determined that intrinsic motivation predicts happiness significantly. The most important result of the research is the finding of the mediating effect of intrinsic motivation in the relationship of self-control and self-management with happiness. As a result, increasing the level of self-control and self-management of people enables employees to work with internal energy. This situation is also seen to be reflected in the happiness of people.

Keywords: Self-Control and Self-Management, Intrinsic Motivation, Happiness, Flexible Working.

JEL Classification Codes: D23, M10, M11, M15, M19.

¹  Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, matas@mehmetakif.edu.tr

²  Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Tefenni Meslek Yüksekokulu, İnsan Kaynakları Yönetimi Programı, mtortumlu@mehmetakif.edu.tr

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

Increasing developments in information and communication technologies undoubtedly bring about important changes in the way work is done and the places where it is done. This situation causes flexible working practices to be implemented quickly and widely. It can be said that employees who carry out work in places far from the organizational environment have the opportunity to work autonomously and away from supervisor and time pressure. At this point, it has become a necessity to determine the self-control and self-management status of flexible employees and to examine its relationship with intrinsic motivation and happiness. In this study, the relationship between people's perception of being in control of their work and their intrinsic motivation and happiness is investigated. It is expected that a phenomenon that includes autonomy such as self-control and self-management and reduces the perception of pressure and stress will increase the level of happiness. Self-control and self-management also have a regulatory effect on preventing remorseful behaviors. Therefore, it is likely to affect happiness positively for a long time. On the other hand, it is thought that self-control and self-management will positively affect intrinsic motivation by supporting the perception of autonomy. More importantly, self-control and self-management are predicted to affect happiness through intrinsic motivation. For this purpose, the mediating effect of intrinsic motivation is investigated. In this way, the present study is expected to expand the literature on the relationship between these concepts. It is thought that individuals who are away from the organizational environment and who have to manage themselves without pressure and orders will be the most suitable sample group. This idea shows that it would be more appropriate to collect data from individuals working in a flexible environment. Therefore, the universe of the research consists of individuals working with a flexible working system in Istanbul city. Purposive sampling method was used while determining the sample. In addition, the lack of sufficient information about the boundaries of the universe caused the snowball method to be preferred while trying to reach the participants. These employees, who make up the sample, work in a flexible working environment; has the status of engineer and technician. Data were collected from 221 participants using the survey technique in the study.

Design/methodology/approach:

It is thought that individuals who are away from the organizational environment and who have to manage themselves without pressure and orders will be the most suitable sample group. This idea shows that it would be more appropriate to collect data from individuals working in a flexible environment. Therefore, the universe of the research consists of individuals working with a flexible working system in Istanbul city. Purposive sampling method was used while determining the sample. In addition, the lack of sufficient information about the boundaries of the universe caused the snowball method to be preferred while trying to reach the participants. These employees, who make up the sample, work in a flexible working environment; has the status of engineer and technician. Data were collected from 221 participants using the survey technique in the study.

Findings:

As a result of the analysis, it was determined that happiness has a significant and positive relationship with intrinsic motivation, self-control and self-management ($p < 0.01$). In addition, hypotheses were tested. It was determined that self-control and self-management predicted happiness positively ($\beta = 0.18$; $p < 0.01$). In the second stage, H2 was tested and it was revealed that self-control and self-management were meaningful and positively predictive of intrinsic motivation ($\beta = 0.53$; $p < 0.01$). In the third stage, H3 was tested. Here, it was determined that intrinsic motivation affected happiness significantly and positively ($\beta = 0.39$; $p < 0.01$). Therefore, the H1, H2 and H3 hypotheses were supported. When the designed mediation model was examined, it was determined that intrinsic motivation had a full mediating role in the relationship between self-control and self-management and happiness. This indirect effect was found to be significant ($\beta = 0.33$, 95% CI (0.180; 0.498)).

Conclusion and Discussion:

Self-control and self-management prevent the person from engaging in harmful behaviors. For this reason, it seems to be an important mechanism that prevents regret that will create unhappiness in the long run. It is known that self-control opens the door to happiness by using mechanisms such as effective coping. People with high self-control report higher happiness and life satisfaction. Self-control and self-management; It triggers a person's sense of independence, comfort and mental well-being. Intrinsic motivation is thought to feed happiness in the long run. Employees do their jobs not just because they are ordered or pressured, but because they think they have to do it. They are more motivated because they choose the activity themselves. Happiness positively affects employees' job satisfaction, work dedication, vitality, vigor, flow and motivation. It is stated that the flexible and creative thinking capacities of happy people expand. Therefore, imagination and inspiration are associated with intrinsic motivation. As a result, the fact that employees have a partial sense of independence triggers their interest, excitement and curiosity about the work they do. This not only makes their work meaningful, but also enables them to pay attention to the quality of the work. In this way, employees feel that they are creating a quality work of their own. The work they do can be a source of pride, satisfaction and happiness. Based on the findings of this study, it can be stated that the ability of employees to produce extraordinary ideas and benefit the organization is related to a broad thinking horizon. It can be said that managers should manage in a way that does not harm the intrinsic motivation, job and life satisfaction and happiness levels of employees. Because it should not be forgotten that organizational supports can be a source of inspiration for employees to use their intellectual knowledge.

1. GİRİŞ

Çalışanın gelişimine yatırım yapmak, hem çalışanların hem de bir bütün olarak örgütün bilgi, beceri, yeteneklerinin korunması ve geliştirilmesi için kilit rol oynamaktadır. Örgütler, gelişim fırsatları sunduklarında çalışanlar içsel olarak motive olmakta ve örgüte fayda sağlamak için çaba sarf etmeye gönüllü davranmaktadırlar (Kuvaas ve Dysvik, 2009: 217). Örgütler bu faydayı elde etmek için çalışanların yaratıcı ve inovatif fikirler üretmelerini teşvik etmektedir. Bu, örgütlerin pazarda varlığını sürdürebilmesi ve rekabet edebilmesi için gereklidir. Önemli bir rekabet avantajı haline gelen bilginin yaratılması, yayılması ve üretim süreçlerinde kullanılması konusu, insan kaynaklarına olan önemi arttırmaktadır (Llopis ve Foss, 2016: 1-7). Bu bağlamda öz kontrol ve öz yönetim, içsel motivasyon ve mutluluk önemli bir esnek düşünme kaynağı olduğu söylenebilir. Nitekim Genişletme ve İnşa Etme Teorisine (Fredrickson, 1998) göre mutlu insanların; yaratıcı ve esnek düşünme repertuarlarının genişleyebileceği ve sorunlara farklı çözümler üretebileceği ileri sürülmektedir. Bu durum hiç şüphesiz örgüt ortamında inovatif fikirleri, verimliliği ve entelektüel sermayeyi geliştirme gibi, hem birey hem de örgüt açısından önemli sonuçlar doğurduğuna ilişkin kanıtlar da mevcuttur (Fisher, 2010: 384). Ancak örgüt ortamında oldukça fayda sağlayan mutluluk, içsel motivasyon, öz kontrol ve öz yönetimin esnek bir uygulama ile işleri yürüten çalışanlarındaki düzeyleri hakkında çok az bilginin olduğu tespit edilmiştir. Bu konudaki bilgi tabanının genişletilmesi gerektirir.

Özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerinde artan gelişmeler hiç şüphesiz işlerin yapılma şekli ve yapıldığı mekânlar konusunda da önemli değişiklikleri beraberinde getirmektedir. Bu durum esnek çalışma uygulamalarının hızlı ve yaygın bir şekilde hayata geçirilmesine sebep olmaktadır. Örgüt ortamından uzak mekânlarda işleri yürüten çalışanlar, amir ve zaman baskısından uzak ve özerk çalışma imkânına sahiptir. Bu noktada esnek olarak çalışanların öz kontrol ve öz yönetim durumlarını belirlemek, bunun içsel motivasyonla ve mutluluk düzeyleriyle ilişkisini incelemek bir gereklilik haline gelmiştir. Çünkü esnek çalışma uygulamalarıyla evden çalışan bireyler, zamanı optimum kullanmak, performans, verimlilik, motivasyon, öz kontrol ve öz yönetim gibi durumlara odaklanmak zorundadırlar. Çalışanlar, esnek çalışma ortamlarında iş görürken, özellikle örgütün sağlayacağı dışsal motivasyon kaynaklarından uzak kalmaktadır. Çalışanlar bu ortamlarda hem kendilerini kontrol etmeleri hem de kendi kendilerini motive ederek verimliliklerini arttırmaları beklenmektedir. Bu nedenle esnek çalışanlarda içsel motivasyon kaynaklarının dışsal motivasyon kaynaklarından daha etkili olacağı düşünülmektedir. Nitekim gerçek bir motivasyon içsel bir güdü şeklinde gerçekleşmektedir. İşe duyulan ilgi, heyecan ve enerji nedeniyle ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle içsel motivasyon, esnek çalışma ortamı çalışanları için önemli bir başarı ve mutluluk kaynağı olabilmektedir. Örgüt ortamından ve sosyal ilişkilerden kısmen de olsa uzak kalmaları nedeniyle mutluluk düzeylerinin de etkilenmesi söz konusu olabilmektedir. Öte yandan mutluluğun; başarı, motivasyon ve yaratıcılık üzerinde önemli bir rolünün olduğu bilinmektedir. Çünkü sürekli çaba sarf ederek kendini geliştirme dürtüsü, ustalaşma ve yeteneklerini kullanma sorumluluğu içinde olmak içsel bir enerji ve olumlu bir ruh hali gerektirmektedir. Bu durum için, çalışanların içsel olarak güdülenmesi ve özerklik hakkının verilmesi gerektiği ileri sürülmektedir (Ryan ve Deci, 2000: 68; Di Domenico ve Ryan, 2017: 1).

Bu çalışmada insanların iş yaparken kontrolün elinde olduğunu algılaması ve kendi kendini yönetme imkânına kavuşmasının içsel motivasyonla ve mutlulukla ilişkisi araştırılmaktadır. Öz kontrol ve öz yönetim gibi özerkliği içeren, baskı ve stres algısını düşüren bir olgunun mutluluk düzeyini yükseltmesi beklenmektedir. Öz kontrol ve öz yönetim aynı zamanda pişmanlık yaratacak davranışların engellenmesinde düzenleyici bir etkisi bulunmaktadır. Bu nedenle uzun vadede mutluluğu olumlu etkilemesi muhtemeldir. Diğer yandan öz kontrol ve öz yönetimin özerklik düşüncesini destekleyerek içsel motivasyonu olumlu şekilde yordayacağı düşünülmektedir. Daha da önemlisi öz kontrol ve öz yönetimin mutluluğu, içsel motivasyon aracılığıyla etkilemesi öngörülmektedir. Bu amaçla içsel motivasyonun aracılık etkisi araştırılmaktadır. Bu kavramları tek modelde ilişkilerini ortaya koyan bir araştırmaya ulaşılmamış olması araştırmanın özgün olduğunu göstermektedir. Bu sayede mevcut çalışmanın, söz konusu kavramlar arasındaki ilişkinin ortaya konulması sonucunda alan yazını genişletmesi beklenmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Öz Kontrol ve Öz Yönetim

Öz kontrol ve öz yönetim, insanların sahip olduğu en önemli varlıklarındandır. Öz kontrol; kişinin istenmeyen davranışsal eğilimleri engelleme, değiştirme ya da bunlardan kaçınma yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Hofmann, Luhmann, Fisher, Vohs ve Baumeister, 2014: 265). Öz kontrol ve öz yönetim; insanların amaçlarına ulaşmalarını, düşünce, duygu ve davranışlarıyla ilgili zorlukların üstesinden gelmelerini, anlık zevkleri

ertelemelerini ve baskılarla başa çıkmalarını sağlayan görev odaklı bilişsel beceriler sistemidir (Agbaria, Ronen ve Hamama, 2012: 2020). Kişinin eylemleri neticesinde oluşacak sonuçlar üzerinde kontrol sahibi olduğuna inanması durumu (Shamloo ve Cox, 2010: 141), hedef belirleme ve takip etme süreçleridir (Alisic ve Wiese, 2020: 9). Öz kontrol ve öz yönetim; insanların belirlenmiş işleri veya hedefleri ne zaman ve nasıl yerine getirecekleri konusunda kendilerinin karar verebilmesidir. Bireylerin bu karardan vazgeçebileceği veya hedefleri için çabalama şeklini değiştirebileceği ileri sürülmektedir (Shamloo ve Cox, 2010: 140).

Öz kontrol ve öz yönetim üç ana bileşenden oluşmaktadır. Bunlardan ilki; çevre tarafından görülen veya gizli olan davranışların kişinin kendisi tarafından izlenmesini ifade eden kendini ayarlamadır. Kişi kendini ödüllendirme, cezalandırma, davranışı değiştirme veya tekrarlama gücü sağlamaktadır. İkincisi; kişinin bir davranışını sergileyip sergileyemeyeceğiyle ilgili kişisel muhasebesini ifade eden kendini değerlendirmedir. Üçüncüsü ise, kişinin sergilediği davranışın hedef-sonuç bağlantısına dairdir. Bu da, elde edilen sonuca bakılarak benzer davranışın ileriki süreçte tekrarlayıp tekrarlamayacağına ilişkin kendini pekiştirmedir (Mezo ve Short, 2012: 1; Karoly, 1977: 204; Ercoşkun, 2016: 1126). Bu bileşenlerin oluşturduğu sinerji ile birey kendi davranışlarının kontrolünü ve yönetim beceresini kazanmaktadır. Bu nedenle öz kontrol ve öz yönetim aynı zamanda bir irade işidir ve kendini etkin şekilde yönetme becerisi olduğundan, motivasyonun artmasında itici bir güç olabilmektedir (Baumeister ve Vohs, 2007: 117).

İşle ilgili davranışlar göz önüne alındığında, öz kontrol ve öz yönetimin özellikle yüksek derecede özerklik gerektiren iş ortamlarında gerekli olduğu ileri sürülmektedir (Alisic ve Wiese, 2020: 9). Kontrol imkânı verildiğinde ve özerklik teşvik edildiğinde bireylerin daha fazla katılım ve performans sergileyebileceği ifade edilmektedir (Ryan ve Deci, 2020: 8). Bireyin kariyer hedeflerine ulaşmada daha fazla kontrole sahip olma, inancını ve öz güvenini arttırmaktadır (Alisic ve Wiese, 2020: 13). Nitekim özerklik, kişinin eylemlerinde bir inisiyatif ve sahiplenme duygusuyla ilgilidir. Özerklik; çalışanın, kendisine değer verildiğinin hissini deneyimlemesini sağlamaktadır. Ödüller veya cezalar ile dışarıdan kontrol edilme de özerklik duygusunu zayıflatmaktadır. Bu nedenle özerklik gibi temel ihtiyacın engellenmesinin motivasyona ve zindeliğe zarar verdiği görülmektedir (Ryan ve Deci, 2020: 1). Kontrolün dışsal olması, öz yeterliği ve öğrenme yeteneğini de baltalamaktadır. Bu durumda çalışanlar hayal kırıklığı yaşamakta, başarısızlığa, öğrenilmiş çaresizliğe ve nihayetinde tükenmişliğe sürüklenmektedir (Ryan ve Deci, 2020: 13). Bu nedenle insanların, kişisel yaşamları üzerindeki kontrollerini arttırmaya çalıştığı görülmektedir (Shamloo ve Cox, 2010: 141).

2.2. İçsel Motivasyon

Motivasyon kavramı, özünde bir şey yapmak için her türlü genel güdü veya eğilimi ifade etmektedir. Motivasyon sayesinde insan içten gelen bir hareket enerjisi hissetmektedir (Baumeister ve Vohs, 2007: 116). Dolayısıyla motivasyonun doğası; enerji, yön belirleme ve sebatkârlıkla ilgili olup sağladığı sonuçlar itibarıyla değerli bir olgudur. Ancak gerçek bir motivasyon doğal ve içsel bir eğilimden gelmekte; canlılık, zevk, ilgi, heyecan ve güven doğurmaktadır (Ryan ve Deci, 2000: 67-68). Motivasyon, bir faaliyete duyulan merraktan ve doğal memnuniyetten kaynaklanan bir dürtüdür (Di Domenico ve Ryan, 2017: 1; Van Yperen, Wörtler ve Jonge, 2016: 180). İçsel motivasyonun en önemli özelliği bireye özgü olmasıdır (Froiland ve Worrell, 2016: 321). İçsel motivasyon, bireysel olarak sunulan katkılardan zevk alınmasını sağlamaktadır (Burani ve Palestini, 2016: 29). Ayrıca içsel motivasyon, iç ödüller tarafından yönlendirilen davranışı ifade etmektedir (Kazakova ve Shastina, 2019: 1). Diğer bir ifadeyle içsel motivasyon, baskı ve emir olmadan ilgi duyarak ve zevk alarak faaliyetleri yürütmektir (Ryan ve Deci, 2020: 3).

İçsel olarak motive olmuş bireyler işe daha fazla katılım sağlamaktadır ve işleri hakkında duydukları heyecan ve coşkuları yüksektir. Öğrenmeye açık, hevesli ve daha meraklı olmaktadır. İnsanlar içsel olarak motive olduklarında, hedeflerine daha etkili ilerleme, işten tatmin ve mutlu olma eğilimindedir (Hon, 2012: 54). Bu nedenle, bireyler ne kadar çok motive edilirse, daha fazla bilişsel esneklik ve krizi yönetme becerileri kazanmaktadır. Böylece yeni çözümler ve fikirler üretmektedirler (Ruiz-Palomino ve Zoghbi-Manrique-de-Lara, 2020: 3-5). Bu durum uzun vadede başarı ve kendini aşmaya yol açmaktadır. İnsanlar, becerilerini ve yaratıcılık yeteneklerini keskinleştirmektedir. İçsel motivasyon; işin estetik yönüne odaklanmayı, yoğun duygular yaşamayı ve iyi oluşu desteklemekte (Carbonneau, Vallerand ve Lafrenière, 2012: 1148-1150; Ryan ve Deci, 2000: 73; Baumeister ve Vohs, 2007: 124; Wilhelm, Miller ve Gable, 2019: 137); bütüncül bakış açısı ve az stres gibi önemli sonuçlar doğurmaktadır (Froiland ve Worrell, 2016: 321; Ryan ve Deci, 2000). Aynı zamanda içsel motivasyonun risk almayı desteklediği bilinmektedir (Dewett, 2007: 197). Bu nedenle içsel motivasyon liderliğe alternatif olarak düşünülebilir. Bu da çalışanların olumlu davranışlar geliştirmesi için amirin gözetimine ihtiyaç duyulmaması

demektir (Ohana, 2016: 102). Buradan hareketle içsel motivasyonun insanların umutsuzluk, başarısızlık duygusu ve çaresizlik duygularına karşı tampon görevi gördüğü ifade edilebilir. Diğer yandan maddi ödüllerin özerkliği zayıflattığı ve içsel motivasyonu baltaladığı ileri sürülmektedir. Dışsal kontroller bireylerin inisiyatif ve hareket kabiliyetlerini etkilemektedir (Ryan ve Deci, 2000: 70). Bu nedenle içsel motivasyonun ve mutluluğun süreklilik kazanabilmesi ve tükenmişliğin azaltılması için çalışanların öz kontrolü ve öz yönetimi kendilerinde algılaması önem arz etmektedir.

2.3. Mutluluk

Mutluluk değerli bir sermayedir. Mutluluk bireyin yaşam kalitesinin öznel bir değerlendirmesi (Agbaria vd., 2012: 2021) ve yaşam doyumunu olarak tanımlanmaktadır (Hofmann vd., 2014: 265). Mutluluk, bilişsel bir koruyucu faktördür. Mutluluk, olumsuzluklarla başa çıkmayı kolaylaştıran bir dizi becerinin çatısıdır (Orkibi ve Ronen, 2019: 731). Ancak mutluluk kavramının iki kanada sahip olduğu bilinmektedir. İlki; az olumsuz duygular, dengeli çok olumlu duygular ve yaşam doyumunu bileşenlerinden oluşan hedonik mutluluktur. İkincisi ise nispeten uzun vadeli iyi oluşu ifade eden psikolojik mutluluktur. Psikolojik mutluluk; kendini kabul, iyi ve erdemli yaşam, beceri ve yetenekleri geliştirme, anlamlı ve amaçlı bir hayat, yetki ve özerklik duygusu, çevresel hâkimiyet, sosyal ilişkiler ve özerklik gibi faktörlerin bileşiminden oluşmaktadır (Diener, 2009: 11-12; Fisher, 2010: 385). Hedonik mutluluk kısa vadeli hazların peşinde olma ve acıdan kaçınma olarak değerlendirilmektedir. O yüzden arzulanan hazlar ve ihtiyaçlar tatmin edildikten sonra yok olmaya mahkûmdur. Uzun vadeli mutluluk kaynağı olan psikolojik iyi oluşa odaklanmak daha önemli olduğu ileri sürülmektedir. Değer verilen erdemleri hayata tatbik etmek, uzun vadeli mutluluğu beraberinde getireceği ileri sürülmektedir (Carr, 2016: 58).

Mutluluk genetik yapıdan, bilinçli aktivitelerden ve koşullardan etkilendiği ileri sürülmektedir. Bu nedenle mutluluk, kısmen istikrarlı yapısı nedeniyle uzun süreli performans ve verimliliğin sağlanmasında önemli bir role sahiptir (Fisher, 2010: 386; Carr, 2016: 31). Bunun yanında işyerinde mutluluğun; anlık olaylardan, görev ve işlerin yapısından, örgüt ikliminden ve çalışma koşullarından etkilendiği de aşikârdır. Kişilik gibi bireylerin istikrarlı nitelikleri, bireyin beklentileri, ihtiyaçları ve tercihleri arasındaki uyumdan da etkilenmektedir (Fisher, 2010: 404). Hem sosyal hem de iş hayatında mutluluğu kontrol etmek ve yönetebilmek, şuanı ve geleceği huzurlu geçirebilmek için bir gerekliliktir (Orúzar, Miranda, Oriol ve Montserrat, 2019: 126). Nitekim kanıtlar insanların işlerinde; ustalık, işe bağlılık, kendini kabul etme ve özerklik duygusu kazanmaları gerektiğini göstermektedir (Biswas-Diener ve Dean, 2007: 15; Agbaria vd., 2012: 2025). Kendi Kaderini Tayin Teorisine (Ryan ve Deci, 2000) dayanarak bireylerin gün boyunca büyük faaliyetlerde yeterlilik, özerklik ve ilişki için temel ihtiyaçları karşılandığında daha tatmin ve daha mutlu oldukları görülmektedir. Sonucunda ise hedeflerine daha olumlu bakmaları söz konusu olmaktadır (Fisher, 2010: 392).

Mutlu olmak, sağlıklı ve kaliteli bir hayat sürdürmek için önemli bir olgudur (Orúzar vd., 2019: 126). Mutlu insanlar karşılaştıkları olayları mutsuz insanlardan farklı bakış açısıyla değerlendirmektedir. Bu insanlar, sosyal karşılaştırmaları mutluluğu bozma aracı olarak kullanmamaktadır. Mutlu insanlar daha iyimser ve başa çıkma stratejileri daha etkilidir. Mutlu bireyler, başarılarını daha fazla düşünmeye eğilim göstermektedirler (Fisher, 2010: 392). Yüksek mutluluk belirten insanlar, yaşamları üzerinde öz kontrolü ve öz yönetimi daha iyi hissetmekte ve stresli durumlarla daha etkili şekilde mücadele etmektedir (Keyes ve Ryff, 2000; Agbaria vd., 2012: 2021). Böylece kişinin kısa süreli olumsuz duygusal anların etkisinden sıyrılması kolaylaşmaktadır (Kehr, Bles ve von Rosenstiel, 1999: 490). Nitekim pozitif psikoloji

nin mutluluğu; zorluk, sıkıntı ve stresle başa çıkmaya bağladığı görülmektedir (Agbaria vd., 2012: 2020-2021). Bu nedenle insanlar için mutluluğun, kovalanması gereken bir hedef olduğu ifade edilmektedir (Diener 2009: 11; Fisher, 2010: 384).

2.4. Öz Kontrol ve Öz Yönetim, Mutluluk ve İçsel Motivasyon İlişkisi

Birçok insan mutluluğun anahtarını aramaktadır. Bu noktada yüksek öz kontrol ve öz yönetim, uzun vadeli hedeflere odaklanarak, arzu edilmeyen davranışların önlenmesini, değiştirilmesini veya düzenlenmesini sağlamakta; uzun süreli mutluluğa, yaşam doyumuna ve erdemli yaşama zemin hazırlamaktadır (Cheung, Gillebaart, Kroese ve De Ridder, 2014: 2; De Ridder ve Gillebaart, 2017: 89). Nitekim dengeli ve makul bir öz kontrol ve öz yönetim, yapısı gereği kişinin kendine ve davranışlarına çeki düzen vermesini sağlamaktadır. Böylelikle bireylere yaşam doyumunu kazandırmaktadır. Çünkü yaşam doyumunu genel olarak hedeflere ne düzeyde ulaşıldığıyla ilgili bir değerlendirmeyi içermektedir (Hofmann vd., 2014: 266). Bu değerlendirme aynı zamanda mutluluk deneyimi için de önemli bir gerekliliktir (Baumeister ve Alquist, 2009: 126; De Ridder ve Gillebaart,

2017: 92). İnsanlar, yüksek öz kontrol yoluyla hedeflerini netleştirmekte, günlük hayatı düzenlemekte (Hofmann vd., 2014: 275), iyi oluşu ve başarıyı deneyimlemektedirler (Cheung vd., 2014: 1; Hofmann vd., 2014: 268). Özerkliği ve yetkinliği destekleyen koşulların, insanın gelişimini önemli ölçüde kolaylaştırdığı görülmektedir. Öz kontrol sayesinde bireyler erteleme ile baş edebilmekte, işin yığılmasından kaynaklanan stres ve baskının azalması sonucunda mutluluklarına katkı yapmaktadır (Baumeister ve Vohs, 2007: 125; Hofmann vd., 2014: 266). Bu durum aynı zamanda fiziksel sağlığa da olumlu etkileri olmaktadır (Moffitt vd., 2011: 2696).

Öte yandan aşırı dışsal kontrol ve zorluklar kendini gerçekleştirme ve örgütle ilgili olumlu düşünceleri bozabilmektedir. Bu faktörler aynı zamanda sıkıntı ve mutsuzluğa da yola açabilmektedir (Ryan ve Deci, 2000: 76). Çünkü öz kontrol ve öz yönetim yeteneklerine zarar verilmesi daha düşük güven ve motivasyon düzeylerine yol açmaktadır. Öz kontrol ve öz yönetim yeteneği, mutluluğu korumak için tampon fonksiyonuna sahiptir (Cramm, Hartgerink, Steyerberg, Bakker, Mackenbach ve Nieboer, 2013: 86). Bu nedenle çalışanların psikolojik iyi oluş ve verimli çalışabilmesi için özerklik ihtiyaçlarının gözetilmesi gerektiği ileri sürülmektedir (Radel, Pelletier, Baxter, Fournier ve Sarrazin, 2014: 3). Buradan hareketle H1 geliştirilmiştir.

H1: Öz kontrol ve öz yönetim mutluluğu anlamlı şekilde etkilemektedir.

Örgütsel başarı, etkililik ve rekabet avantajı çalışanların yaratıcılığı sayesinde gerçekleştiği ileri sürülmektedir. İçsel motivasyon ne kadar yüksekse farklı ve geniş düşünme kapasitesi yükselmektedir. Bu durum entelektüel sermayenin artmasına zemin hazırlamaktadır (Yuan, 2019: 312-314). Buna paralel olarak içsel motivasyon ve öz yeterliliğin insanın hayal gücünü etkilediği belirtilmektedir (Liang ve Chang, 2014: 36). İnsanlar yalnızca kendileri istedikleri için bir faaliyete ilgi göstermeleri, zorluklarla mücadele etmeleri, estetik değer katmak için çabalamaları içsel motivasyonla ilgilidir (Ryan ve Deci, 2000: 71). Esnek çalışma uygulamaları neticesinde çalışanların nerede ve ne zaman çalışacaklarına ilişkin kendi kendilerine karar vermeleri, kendi hayatlarını yönetmelerini ifade eden öz kontrol ve öz yönetim; özerklik, içsel motivasyon ve mutlulukla ilişkili olduğu görülmektedir. Burada çalışanlara takdir yetkisi ve değerli oldukları hissini verilmesi söz konusudur (Van Yperen vd., 2016: 180).

Kendi Kaderini Tayin Teorisine (Ryan ve Deci, 2000) göre özerk olmak, içsel motivasyona ve ilgili faydalı sonuçlara yol açabilecek temel bir psikolojik ihtiyaçtır. Dolayısıyla bir iş öz iradeyle yapıldığında daha fazla çaba harcandığı (Meng ve Ma, 2015: 1) ve daha mükemmeliyetçi davranıldığı (Stoeber, Feast ve Hayward, 2009: 424) ileri sürülmektedir. İçsel motivasyon yüksek olduğunda, çalışanlar görevi yerine getirme sürecinden zevk alacaklardır (Kuvaas ve Dysvik, 2009: 219). Özellikle işinde profesyonel olan çalışanların özerkliklerine saygı duymak ve kontrolü kendilerine vermek yüksek başarıya imza atmalarını sağlamaktadır. Bu durum hem içsel olarak motive edilmelerine hem de mutluluk düzeylerine olumlu şekilde yansıtacağı ifade edilmektedir (Griffin, 2016: 117; Greener, 2019: 107).

Geleneksel olarak, çalışanları motive etmek için parasal ödüllerin kullanılmasının etkili olmadığı saptanmıştır. Nitekim ödüllere bağımlı olmak veya dışsal faktörler tarafından yönlendirilmek algılanan özerkliği azaltmakta ve iç motivasyonu zayıflatmaktadır (Meng ve Ma, 2015: 6; Llopis ve Foss, 2016: 2). Öz kontrol ve öz yönetimin kaybedilmesi, inovatif düşünmeye zarar vermekte (Dewett, 2007: 199) ve bireylerin enerji kaynaklarının tükenmesine yol açabilmektedir (Radel vd., 2014: 25). Çalışanların birçok açıdan kısıtlanmış hissetmeleri söz konusu olmaktadır (Llopis ve Foss, 2016: 3). Fazladan iş yükü vermek, gözetim altında tutmak ve sürekli emir vermek çalışanların içsel motivasyonlarını düşürmektedir (Radel vd., 2014: 2; Van Yperen vd., 2016: 179). Çalışanların, işin kendisine olan ilgisini azaltmaktadır (Ryan ve Deci, 2000). Bu durum aslında insanların özerklik, öz kontrol ve öz yönetime olan arzularıyla açıklanabilmektedir. Bu tespitlere dayanarak H2 geliştirilmiştir.

H2: Öz kontrol ve öz yönetim içsel motivasyonu anlamlı şekilde etkilemektedir.

İş ortamında motivasyon temel bir gerekliliktir. Bireylerin, yeteneklerine en uygun faaliyetleri seçtiklerinde kendilerine olan özgüvenleri ve temel yeterlilik algıları artmaktadır. Buna bağlı olarak içsel motivasyonları beslenmektedir (Eckes, Großmann ve Wilde, 2018: 71). Ulaşılması planlanan hedefler, kişinin ihtiyaçlarını ne derece karşıladığına bağlı olarak, içsel motivasyonun düzeyini değiştirebilmektedir. Bu sayede kişi kendinde enerji ve istikamet bulmaktadır. Birey, çaba göstermekte ve mutluluğu deneyimlemektedir (Durik ve Harackiewicz, 2003: 378). Çünkü kendi kendini motive edebilen çalışanlar, olumsuzluklarla savaşabilme gücü ve umudu bulabilmektedir. Bu mücadele sonucunda mutluluğu ve refahı yaşamaktadır. Dışsal herhangi bir geri bildirim beklemeden görevlerini yerine getirdikleri ve işi anlamlı buldukları ileri sürülmektedir (Shamloo ve Cox, 2010: 140-141). Böylelikle çalışanlar işlerine odaklanmakta, akışa kapılmakta (Fisher, 2010: 389) ve elde ettikleri başarılarıyla ilgili gurur duygusunu tatmaktadır. Bu nedenle başarılı olmak için de ekstra gayret sarf etmektedirler

(Meng, Pei, Zheng ve Ma, 2016: 2-3). Zira insanlar; güvendikleri, gurur duydukları ve keyif aldıkları örgütlerde çalıştıklarında daha fazla mutluluk raporladıkları görülmektedir. Güvenilirlik, saygı ve adalet üzerine inşa edilen örgüt-çalışan ilişkisi, mutluluğun temel taşı olarak görülmektedir (Fisher, 2010: 394). Bu bağlamda iş, çalışanlar için özellikle psikolojik iyi oluşun inşasında önemli bir materyal olarak görülmektedir (Kopperud ve Vitters, 2008: 176). Bu açıklamalara ve tespitlere dayanılarak H3 geliştirilmiştir.

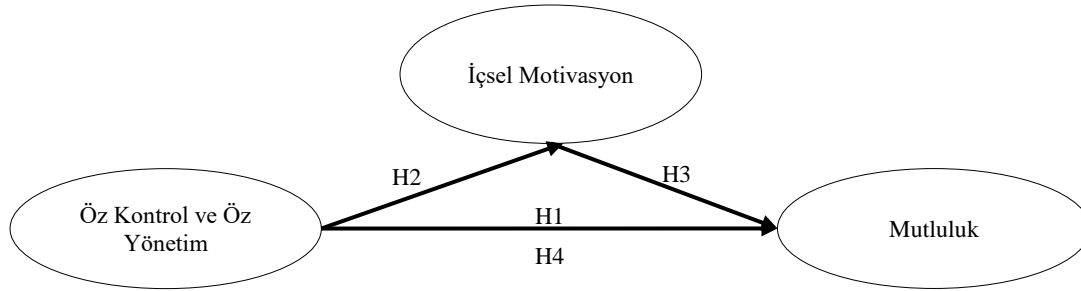
H3: İçsel motivasyon mutluluğu anlamlı şekilde etkilemektedir.

Öz kontrol ve öz yönetimin mutluluk ile ilişkisinde içsel motivasyonun anlamlı bir aracılık etkisine sahip olup olmadığını tespit etmeye çalışan herhangi bir araştırmaya ulaşılamamıştır. Ancak yukarıda sunulan literatürdeki kanıtlar çerçevesinde bu aracılık etkisinin olabileceği düşünülmektedir. Literatürde yer alan açıklamalara ve tespitlere dayanılarak H4 geliştirilmiştir.

H4: Öz kontrol ve öz yönetimin mutluluk ile ilişkisinde içsel motivasyonun anlamlı bir aracılık etkisine sahiptir.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın bu kısmında; araştırmanın modeli, örnekleme, veri toplama araçları ve analiz sonuçları yer almaktadır. Araştırmanın hipotezlerinden ve sorunsalından hareketle geliştirilen model Şekil 1’de gösterilmiştir. Bu model; Öz kontrol ve öz yönetimin mutluluk üzerindeki etkisinde içsel motivasyonun aracı rol oynaması üzerine temellendirilmektedir.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

3.1. Evren ve Örneklem

Bu çalışmada, belirlenen amaçlar ve araştırılmak istenen konular için en uygun evren ve örneklem kitlesi belirlenmeye özen gösterilmiştir. Örgüt ortamından uzakta, baskı ve emir almadan kendi kendini yönetmek durumunda olan, sadece işi sevdikleri, ilgi duydukları ve zevk aldıkları için işini aksatmadan çalışan bireylerin en uygun örneklem kitlesi olacağı düşünülmüştür. Bu düşünce, esnek ortamda çalışan bireylerden veri toplamanın daha uygun olacağını göstermektedir. Dolayısıyla araştırmanın evreni, İstanbul ilinde esnek çalışma sistemiyle çalışan bireylerden oluşmaktadır. Örneklemi belirlerken amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bunun yanında örneklemi oluşturan katılımcılara ulaşmaya çalışırken kartopu örnekleme yöntemine göre hareket edilmiştir. Özellikle evrenin sınırları hakkında yeterli bilgiye sahip olunamaması, katılımcılara ulaşmaya çalışırken kartopu yönteminin tercih edilmesine sebep olmuştur. Örneklemi oluşturan bu çalışanlar, esnek çalışma ortamında iş yapan; mühendis, tekniker ve teknisyen statülerine sahiptir. Araştırmada anket tekniği kullanılarak 221 katılımcıdan veri toplanmıştır. Anketlerin cevaplanmasında uç değer teşkil eden bir anketin tespit edilmemesi nedeniyle tüm anketler analizlere dâhil edilmiştir. (NOT: Katılımcılardan veri toplama öncesi Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Etik Kurulundan GO20201216-/2020-8 sayılı ve 20.08.2020 tarihli “Etik Kurul Onayı” alınmıştır.).

Örneklemi oluşturan 221 katılımcıdan 139’u (%62,9) erkek ve 82’si (%37,1) kadındır. Katılımcıların 83’ü (%37,6) bekâr ve 138’i (%62,4)’ü evli bireylerdir. Bu katılımcıların yaş grupları açısından incelendiğinde 71 (%32,1) kişinin 18-28 yaş aralığında, katılımcıların 70’i (%31,7) 29-34 yaş aralığında ve 80’i (%36,2) ise 35+ yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Bu katılımcıların eğitim düzeyleri şöyledir: 26’sı (%11,8) lise, 18’i (%12,7) ön lisans, 133’ü (%60,2) lisans ve 34’ü (%15,4) ise lisansüstü eğitim düzeyine sahip olduğu saptanmıştır. Bu bulgulardan hareketle katılımcıların büyük bir kısmı erkek, evli, 35+ yaş aralığında ve lisans eğitim düzeyine sahip olduğu söylenebilir.

3.2. Veri Toplama Araçları

Araştırmada üç farklı ölçek yer almaktadır. Bunlar: “Öz kontrol ve Öz Yönetim Ölçeği (ÖKYÖ)”, “İçsel Motivasyon Ölçeği (İMÖ)” ve “Oxford Mutluluk Ölçeği Kısa Formu (OMÖ-K)”dur.

Öz Kontrol ve Öz Yönetim Ölçeği (ÖKYÖ), Mezo (2009) tarafından geliştirilmiş olup, ölçeğin Türkçeye uyarlama çalışması ise Ercoşkun (2016) tarafından gerçekleştirilmiştir. Ölçek, 16 maddeden ve “Kendini Pekiştirme (KP)”, “Kendini Değerlendirme (KD)” ve “Kendini Ayarlama (KA)” olmak üzere üç alt boyuttan oluşmaktadır. Bu ölçek 1) *Beni hiç tanımlamıyor* ve 6) *Beni tamamiyle tanımlıyor* şeklinde 6’li likert tipi ile derecelendirilmiştir.

Oxford Mutluluk Ölçeği (OMÖ), Hills ve Argyle (2002) tarafından 29 madde halinde geliştirilmiştir. Oxford Mutluluk Ölçeği Kısa Formu (OMÖ-K) ise Doğan ve Çötök (2011) tarafından Türkçeye uyarlanmış, geçerlilik ve güvenilirlik analizleri yapılarak 8 maddeden oluşan tek faktörlü kısa formu oluşturulmuştur. Ölçekte 1) *Hiç katılmıyorum* ve 5) *Tamamen katılıyorum* şeklinde 5’li likert tipi derecelendirme kullanılmıştır.

İçsel Motivasyon Ölçeği (İMÖ) ise Mottaz (1985) tarafından geliştirilmiş; Dündar, Özutku ve Taşpınar (2007) tarafından Türkçeye uyarlama çalışması yapılmıştır. Ölçek tek boyut olup 9 maddeden oluşmaktadır. Bu ölçekte, 1) *Kesinlikle katılmıyorum* ve 5) *Kesinlikle katılıyorum* şeklinde 5’li likert tipi bir derecelendirme kullanılmıştır.

Bu çalışmada söz konusu ölçeklerin güvenilirlikleri ve geçerlilikleri ile ilgili değerler, Tablo 2’de gösterilmiştir. Buna göre ÖKYÖ’nün Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı 0,683, OMÖ-K’nin 0,819, İMÖ’nün ise 0,766’dır. Tespit edilen bu değerlerle birlikte ölçeklerin geçerli ve güvenilir oldukları söylenebilmektedir. Bunun yanında analizler uygulanmadan önce verilerin normal dağılım gösterip göstermediği test edilmiştir. Bu amaçla çarpıklık ve basıklık değerleri incelenmiştir. Nitekim yapılan analizler sonucunda ölçeklerin çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1 ve +1 arasında (Gürbüz ve Şahin, 2015: 208-210) olduğu tespit edilmiştir.

3.3. Doğrulayıcı Faktör Analizleri

Araştırmada kullanılan ölçek maddelerinin faktör yüklerini ve boyutlarını doğrulamak amacıyla IBM AMOS 23 paket programı kullanılmıştır. Bu doğrultuda Tablo 1’de Doğrulayıcı Faktör Analiz (DFA) sonucunda ortaya çıkan uyum indeksleri görülmektedir. Bu tabloda asgari değerler (Meydan ve Şeşen, 2015: 37; Gürbüz, 2019: 34) ve çalışmada kullanılan ölçeklere ilişkin DFA değerleri yer almaktadır.

Öz kontrol ve öz yönetim ölçeği hem birinci düzey hem de ikinci düzey DFA analizine tabi tutulmuş ve maddelerin özgün yapıda dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Ancak KA2, KD1 ve KP2 maddelerinin faktör yüklerinin düşük olmasından ve uyum indekslerini düşürmelerinden dolayı tüm DFA modellerinde analiz dışında tutulmuştur. Yine programın sunduğu modifikasyon önerileri incelenmiştir. Sadece tüm ölçeklerin tek modelde sınındığı DFA modelinde KD3↔KD4 maddeleri arasında modifikasyon uygulanmıştır. Oxford mutluluk ölçeğinin uyum iyiliği değerlerinin uygun düzeyde olmasından dolayı herhangi bir modifikasyon ve madde çıkarma işlemi uygulanmamıştır. Benzer şekilde içsel motivasyon ölçeğinden herhangi bir maddesi analiz dışında tutulmamıştır. Fakat uyum iyiliği değerlerini iyileştirebilmek adına birinci düzey DFA modelinde İM1↔İM2 ve İM4↔İM6 arasında birleştirme işlemi yapılmıştır. Ayrıca tüm ölçeklerin dâhil olduğu tek model DFA analizinde İM2↔İM5 ve İM7↔İM9 maddeleri arasında da modifikasyon işlemi uygulanmıştır. Bu yapılan modifikasyonlar sonucunda elde edilen uyum indeksleri ise Tablo 1’de gösterilmiştir. Ulaşılan bu değerler, oluşturulan DFA modellerinin anlamlı ve kabul edilebilir düzeyde olduğunu açık bir şekilde göstermektedir. Tüm ölçeklerin dâhil olduğu tek modelin uyum indekslerinin kabul edilebilir düzeyde olması ölçekler arasında ayrışım geçerliliğinin sağlandığını göstermektedir. Bu durumda geçerlilik için başka kanıtlara ihtiyacın olmadığı ifade edilmektedir (Gürbüz, 2019: 91).

Tablo 1. DFA Uygunluk Değerleri ve Ölçeklerin Aldığı Değerler Tablosu

İndeksler	Kabul Edilebilir Değerler	Birinci Düzey DFA			İkinci Düzey DFA		Tüm Ölçekler Tek Model
		İMÖ	OMÖ-K	ÖK-ÖY	ÖK-ÖY	ÖK-ÖY	
χ^2/sd	$3 < \chi^2/sd < 5$	2,37	2,22	2,20	2,20	1,67	
GFI	$GFI \geq 0,90$	0,95	0,96	0,92	0,92	0,90	
CFI	$CFI \geq 0,90$	0,94	0,94	0,91	0,91	0,90	
RMSEA	$RMSEA \leq 0,08$	0,08	0,07	0,07	0,07	0,06	
SRMR	$SRMR \leq 0,08$	0,05	0,05	0,07	0,07	0,07	

ÖK-ÖY: Öz Kontrol ve Öz Yönetim Ölçeği

OMÖ-K: Oxford Mutluluk Ölçeği Kısa Formu

İMÖ: İçsel Motivasyon Ölçeği

Çalışmada uygulanan ölçeklerin doğrulayıcı faktör analizi ile geçerlilikleri test edildikten ve kabul edilebilir değerlere ulaşıldıktan sonra değişkenlerin ortalamaları, güvenilirlik katsayıları ve değişkenler arasındaki ilişkiler ortaya konulmuştur. Bu değerler Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Korelasyon Değerleri, Değişkenlerin Ortalamaları ve Güvenirlik Değerleri

	Ort.	S.S.	1	2	3	4	5	6
1. OMÖ-K	3,48	0,62	(0,819)					
2. İ.M.	4,05	0,49	0,428**	(0,766)				
3. ÖK-ÖY	4,96	0,51	0,211**	0,449**	(0,683)			
4. K.A.	5,11	0,51	0,209**	0,388**	0,732**	(0,757)		
5. K.D.	4,99	0,60	0,215**	0,470**	0,828**	0,577**	(0,720)	
6. K.P.	4,74	0,87	0,100	0,246**	0,794**	0,262**	0,462**	(0,794)

** $p < 0,01$.

Parantez içindeki değerler Cronbach Alpha güvenilirlik katsayılarını göstermektedir.

OMÖ-K: Oxford Mutluluk Ölçeği Kısa Formu

İ.M.: İçsel Motivasyon

ÖK-ÖY: Öz Kontrol ve Öz Yönetim

K.A.: Kendini Ayarlama

K.D.: Kendini Değerlendirme

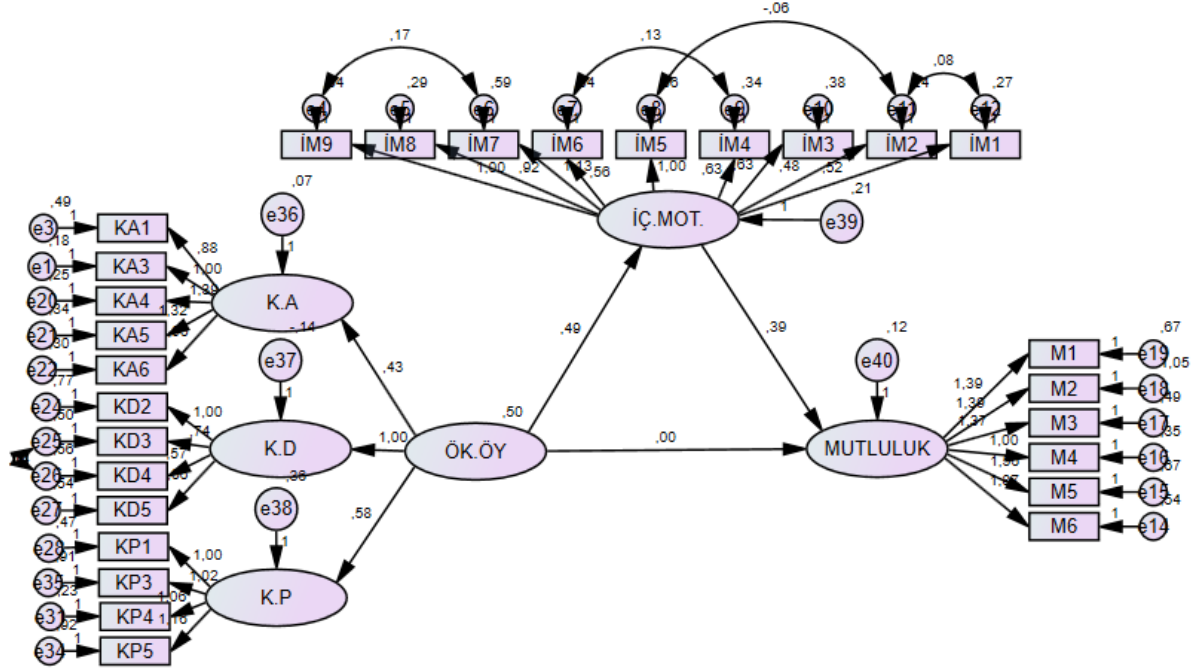
K.P.: Kendini Pekiştirme

Tablo 2’de verilen ortalamalar incelendiğinde en yüksek ortalamanın kendini ayarlama değişkenine (Ort.=5,11; S.S.=0,51) ve en düşük ortalamanın ise mutluluk değişkenine (Ort.=3,48; S.S.=0,62) ait olduğu görülmektedir.

Değişkenler arasındaki ilişkilerin analizi ve tespiti için Pearson korelasyon analizi kullanılmıştır. Bu analiz neticesinde mutluluğun; içsel motivasyonla, öz kontrol ve öz yönetimle, kendini ayarlama ve kendini değerlendirme boyutlarıyla anlamlı ve pozitif ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir ($p < 0,01$). Bunun yanında içsel motivasyonun öz kontrol ve öz yönetim değişkeni ve bu değişkenin ilgili üç boyutuyla anlamlı ve pozitif bir ilişkisinin olduğu görülmektedir ($p < 0,01$). Elde edilen bu ilişkiler aynı zamanda bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerindeki etkisine ilişkin bir fikir vermektedir. Bu nedenle yapısal eşitlik modellemesine başvurulmuştur.

Bu araştırmada yapısal eşitlik modelinin tercih edilmesinin sebebi; bu yöntemin araştırma kapsamındaki değişkenler arasında oluşan ilişkileri doğrudan ve dolaylı olarak sunabilmesidir. Buradan hareketle araştırmanın hipotezleri IBM AMOS 23 Programı kullanılarak sınanmıştır. Aracılık etkisi test edilmeden önce modelin sınanması gerekmektedir. Bu bağlamda öz kontrol ve öz yönetim, içsel motivasyon ve mutluluk değişkenlerinden oluşan ölçüm modeli test edilerek modelin uygunluğu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Veriler normal dağılım göstermektedir. Bu nedenle Maximum Likelihood hesaplama yöntemiyle kovaryans matrisi oluşturulmuştur (Gürbüz, 2019: 105). Analiz sonucunda uyum indekslerinin kabul edilebilir değerler arasında olduğu saptanmıştır. Fakat bu aşamada düzeltme değerleri incelenerek gerekli modifikasyon işlemleri uygulanmıştır. Bu noktada öz kontrol ve öz yönetim ölçeğinde KD3↔KD4 maddeleri arasında; bunun yanında içsel motivasyon ölçeğine ait İM1↔İM2, İM2↔İM5, İM4↔İM6 ve İM7↔İM9 maddeler arasında modifikasyon işlemleri uygulanarak birbirine bağlanmıştır. Son aşamada uyum indekslerinin daha iyi duruma geldiği gözlenmiştir ($X^2/df=1,68$; RMSEA=0,06; SRMR=0,07, CFI=0,90; GFI=0,90). Böylece ölçüm modelinin doğrulandığı söylenebilir.

Ölçüm modeli doğrulandıktan sonra yapısal model oluşturulmuş ve geliştirilen hipotezler test edilmiştir. Oluşturulan yapısal eşitlik modeli diyagramının son hali Şekil 2’de gösterilmiştir.



Şekil 2. Yapısal Eşitlik Modeli

Analiz sonucunda elde edilen bulgular Tablo 3'te gösterilmiştir. İlk etapta H1 (ÖK-ÖY→OMÖ-K) test edilmiş olup, Öz kontrol ve öz yönetimin mutluluğu anlamı ve pozitif yordadığı ($\beta=0,18$; $p<,01$) saptanmıştır. İkinci etapta H2 (ÖK-ÖY→İMÖ) test edilerek Öz kontrol ve öz yönetimin içsel motivasyonu anlamı ve pozitif yordadığı ($\beta=0,53$; $p<,01$) ortaya konulmuştur. Üçüncü aşamada H3 (İMÖ→OMÖ-K) test edilmiştir. Burada da içsel motivasyonun mutluluğu anlamlı ve pozitif şekilde etkilediği ($\beta=0,39$; $p<,01$) tespit edilmiştir. Bu durumda H1, H2 ve H3 hipotezleri desteklenmiştir. Yapısal modele ilişkin elde edilen bu sonuçlar Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3. Yapısal Modelin Analiz Bulguları (N=221)

Tahmin Değişkenleri	Sonuç Değişkenleri			
	İçsel Motivasyon		Mutluluk	
	β	SH	β	SH
Öz kontrol ve öz yönetim (c yolu)	-	-	0,18**	0,05
R ²	-	-	0,10	-
Öz kontrol ve öz yönetim (a yolu)	0,53***	0,10	-	-
R ²	0,42	-	-	-
İçsel Motivasyon (b yolu)	-	-	0,39***	0,09
Öz kontrol ve öz yönetim (c' yolu)	-	-	0,00	0,06
R ²	-	-	0,29	-
Dolaylı etki	0,33, %95 GA (0,180; 0,498)			

* $p<0,05$; ** $p<0,01$; *** $p<0,001$, SH= Standart hata; GA= alt ve üst güven aralıkları.

Bootstrap yeniden örnekleme=2000.

Araştırmanın son hipotezi olan aracılık hipotezini sınamak amacıyla, içsel motivasyonun aracı olduğu bir model oluşturulmuştur. Aracı değişken olarak içsel motivasyon değişkeninin modele dahil edilmesiyle beraber, öz kontrol ve öz yönetim değişkeninden mutluluk değişkenine giden yolun (c' yolu) anlamlılığını yitirdiği saptanmıştır ($\beta=0,00$; $p>,05$). Bu durumda içsel motivasyon değişkeninin tam aracılık rolüne sahip olduğu ifade edilebilir. Öz kontrol ve öz yönetim değişkeni ile birlikte içsel motivasyonun mutluluk değişkenindeki değişimin (varyansın) %29'unu açıkladığı tespit edilmiştir. Oluşturulan yol analizi sonucunda elde edilen uyum indeksleri ($X^2=566,26$;

$p < 0,001$; $\chi^2/df=1,67$; RMSEA=0,06; SRMR=0,07; CFI=0,90; GFI=0,90), modelin kabul edilebilir ve veri ile uyumlu olduğunu göstermektedir. Bootstrap sonuçları incelediğinde ise öz kontrol ve öz yönetimin içsel motivasyon aracılığıyla mutluluk üzerindeki dolaylı etkisinin anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($\beta=0,33$, %95 GA (0,180, 0,498)). Çünkü GA değerlerinin hem alt hem de üst limitinin sıfır (0) değerini kapsamadığı tespit edilmiştir (Gürbüz, 2019: 57; MacKinnon vd., 2004). Bu durumda H4'ün desteklendiği söylenebilir.

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmada, öz kontrol ve öz yönetimin, esnek çalışma uygulamalarıyla çalışan işgörenlerin mutluluğunu içsel motivasyon vasıtasıyla etkileyip etkilemediği araştırılmıştır. Aynı zamanda bu üç değişkenin birbiriyle ilişkisi test edilmiştir.

Yapılan analizler neticesinde öz kontrol ve öz yönetimin mutluluğu anlamlı ve olumlu etkilediği tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonucun, literatür tarafından da desteklendiği görülmektedir. Nitekim öz kontrol ve öz yönetim, kişinin pahalıya mal olacak davranışlarda bulunmasını önlediği (Baumeister ve Vohs, 2007: 118) ve bu nedenle uzun vadede mutsuzluk yaratacak pişmanlığın önüne geçen önemli bir mekanizma olduğu ifade edilmektedir. Öz kontrolün, etkin başa çıkma gibi mekanizmalar kullanılarak mutluluğa kapı araladığı bilinmektedir (Hofmann vd., 2014: 265). Öz kontrol ve öz yönetim, başarıyı teşvik eder ve bu da yaşam doyumuna ve esenliğine katkıda bulunmaktadır (Orúzar vd., 2019: 128; De Ridder ve Gillebaart, 2017: 90). Dolayısıyla öz kontrol ve öz yönetim ile iyi oluş arasında anlamlı ve ilgi çekici bir ilişkinin olması normal karşılanmaktadır. Çünkü yüksek öz kontrolü olan insanlar daha iyi psikolojik uyum, yüksek mutluluk ve yaşam memnuniyeti rapor etmektedir (De Ridder ve Gillebaart, 2017: 90). Yüksek öz kontrol aynı zamanda duygusal iyi oluşu yükseltirken, anlık stresi düşürdüğü bilinmektedir (Hofmann vd., 2014: 268-269). Bu nedenle kendini kontrol etmek, insanların amaçlarına göre hareket etmelerini, bilişsel, duygusal ve davranışsal olarak zorlukların üstesinden gelmelerini sağlamaktadır. Dengeli bir öz kontrol mekanizması neticesinde insanlar daha fazla mutluluk deneyimledikleri görülmektedir (Orkibi ve Ronen, 2019: 730-735). Bu bağlamda mutluluk ile öz kontrol ve öz yönetim değişkenlerinin birbirini bir sarmal şeklinde destekleyerek arttığı söylenebilir.

Bu çalışmada öz kontrol ve öz yönetimin içsel motivasyonu anlamlı ve pozitif şekilde etkilediği saptanmıştır. Kontrolün kişinin kendisinde olduğunu algılaması, bağımsızlığı, rahatlığı ve ruhsal olarak iyi olmayı tetiklemektedir. Çalışanlar işleri sadece emir verildiği veya baskı yapıldığı için değil, bu işi yapmaları gerektiğini düşündükleri için yapmaktadırlar. İş görenler, faaliyeti kendileri seçtikleri için daha motive olmaktadır. Böylece çalışanlar, işten keyif almaya başlamaktadırlar (Fisher, 2010: 390). İçsel motivasyon sayesinde çalışanın sosyal kayıtlara yönelmediği (Chang, Hou, Wang, Cui ve Zhang 2020: 7) ve özerkliği örgütün menfaati doğrultusunda kullandığı tespit edilmiştir (Llopis ve Foss, 2016: 6; Griffin, 2016: 121). Kişi kendini işin başrolünde hissettiğinde de yaptığı işe özen göstermek ve işin kalitesini arttırmak için daha fazla gayret sarf ettiği tespit edilmiştir (Kuvaas ve Dysvik, 2009: 224).

Yapılan analizler neticesinde içsel motivasyonun, mutluluğu anlamlı ve pozitif şekilde yordadığı bulgusuna ulaşılmıştır. Zira içsel motivasyonun uzun vadede mutluluğu besleyeceği düşünülmektedir. Mutluluk, çalışanların iş tatmini, bağlılık, işe katılım, işe adanma, canlılık, dinçlik, akış ve motivasyonu olumlu şekilde etkilediği ifade edilmektedir (Fisher, 2010: 388-390). İçsel motivasyon ve yaratıcı düşünme arasında anlamlı ve olumlu ilişki ve etkileşimlerin varlığı bilinen bir gerçektir (Yuan, 2019: 318). Nitekim mutlu insanların esnek ve yaratıcı düşünme kapasitelerinin genişlediği, hayal gücünün (Liang ve Chang, 2014: 39-40) ve ilham vermenin (Shafi, Lei, Song ve Sarker, 2020: 6) içsel motivasyonla ilişkilendirildiği görülmektedir. Benzer şekilde içsel motivasyon ile tükenmişlik arasında negatif bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir (Rawolle, Wallis, Badham ve Kehr, 2016: 67). Kısacası; monotonluk kabuğunun kırılarak içsel enerjinin harekete dönüşmesi ve bunun eylemlere ve faaliyetlere yansımaları ancak mutluluk sonucunda gerçekleşebilir.

Araştırmanın son bulgusu ise öz kontrol ve öz yönetimin çalışanların mutluluğunu içsel motivasyon aracılığıyla arttırmasıdır. Bu değişkenler arasında etkileşim ve ilişkilerin olması araştırmanın beklentileri arasındadır. Literatür incelendiğinde; içsel motivasyon, mutluluk, öz kontrol ve yetkinlik arasında anlamlı ilişkilerin olduğu tespit edilmiştir (Ryan ve Deci, 2000: 71). Ayrıca içsel motivasyonun risk alma istekliliği ile yaratıcılık değişkenleri ilişkisinde anlamlı bir aracılık etkisine sahip olduğu tespit edilmiştir (Dewett, 2007). Sonuç itibarıyla çalışanların kısmen de olsa bağımsızlık duygularına kavuşması yaptıkları işe olan ilgilerini, heyecanları ve meraklarını tetiklemektedir. Bu durum hem yaptıkları işi anlamlı kılmakta hem de işin kalitesine özen göstermelerini

sağlamaktadır. Sonuçta çalışanlara kendilerine ait kaliteli bir eser ortaya koydukları hissi uyanmaktadır. Böylelikle yaptıkları iş, gurur, tatmin ve mutluluk kaynağı olabilmektedir.

Bu çalışmadan elde edilen bulgulardan hareketle, çalışanların olağanüstü fikirler üreterek örgüte fayda sağlayabilmeleri geniş bir düşünme ufkuyla bağlantılı olduğu ifade edilebilir. Yöneticilerin, çalışanların içsel motivasyonuna, işten ve yaşamdan duydukları tatmine ve mutluluk düzeylerine zarar vermeyecek şekilde yönetmesi gerektiği söylenebilir. Bu bağlamda çalışanların, mutluluklarını ve içsel motivasyonlarını destekleyebilecek maddi ödüller dışındaki özerklik, seçme hakkı, takdir, teşekkür, olumlu geribildirim, irade ve özgürlük duygusu gibi unsurların güçlü etkilerinin farkında olunması gerekmektedir. Bu noktada çalışanların gönlünü hoş tutmak, mutluluklarına önem vermek, öz kontrol ve öz yönetim haklarını desteklemek, hem örgüt hem çalışanlar için olumlu sonuçlar doğurabilecek kilit bir role sahiptir. Çünkü liderlerden veya örgüt uygulamalarından gelen destekler, çalışanların farklı sorunlar veya amaçlar için entelektüel birikimlerini kullanmalarında ilham kaynağı olabilir.

Esnek çalışma uygulamaları, son zamanlarda küresel anlamda önem kazanmaya başlamıştır. Özellikle Covid-19 pandemisi nedeniyle alınan sıkı önlemler esnek çalışmaya olan önemi gözler önüne sermiştir. Örgütlerin esnek çalışma uygulamalarına her an hazırlıklı olmaları gerekmektedir. Öte yandan esnek çalışma uygulamalarında, çalışanların verimli ve etkili şekilde çalışabilmeleri için uygun yollar aranmalıdır. Bu bağlamda örgütler, motivasyon, mutluluk, iş tatmini, öz kontrol ve öz yönetim konularına önem vermeleri ve bu konuları anlamaya çalışmaları gerektiği düşünülmektedir. Bunun yanında araştırmacılar da gelecekte, esnek çalışma ortamındaki çalışanlar üzerinde motivasyonu arttıran, esnek çalışmanın görünmeyen aydınlık ve karanlık yönleriyle ilgili boylamsal ve derinlemesine nitel araştırmalar yapılabilir. Böylece çalışanların içsel motivasyonlarını ve mutluluklarını baltalayan veya destekleyen buzdağının altında kalan örüntülerin ve başka bağlamsal faktörlerin gün yüzüne çıkarılması sağlanabilir.

YAZARLARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Çalışmaya birinci yazar %60 oranında, ikinci yazar %40 oranında katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

- Agbaria, Q., Ronen, T. ve Hamama, L. (2012). The link between developmental components (age and gender), need to belong and resources of self-control and feelings of happiness, and frequency of symptoms among Arab adolescents in Israel. *Children and Youth Services Review*, 34(10), 2018-2027.
- Alisic, A. ve Wiese, B. S. (2020). Keeping an insecure career under control: The longitudinal interplay of career insecurity, self-management, and self-efficacy. *Journal of Vocational Behavior*, 120, 1-22.
- Baumeister, R. F. ve Alquist, J. L. (2009). Is there a downside to good self-control?. *Self and Identity*, 8(2-3), 115-130.
- Baumeister, R. F. ve Vohs, K. D. (2007). Self-Regulation, ego depletion, and motivation. *Social and personality psychology compass*, 1(1), 115-128.
- Biswas-Diener, R. ve Dean, B. (2007). *Positive psychology coaching: Putting the science of happiness to work for your clients*. John Wiley & Sons.
- Burani, N. ve Palestini, A. (2016). What determines volunteer work? On the effects of adverse selection and intrinsic motivation. *Economics Letters*, 144, 29-32.
- Carbonneau, N., Vallerand, R. J. ve Lafrenière, M. A. K. (2012). Toward a tripartite model of intrinsic motivation. *Journal of personality*, 80(5), 1147-1178.
- Carr, A. (2016). *Pozitif psikoloji*. Ü. Şendilek (Çev.), İstanbul: Kaknüs Yayınları
- Chang, Y., Hou, R. J., Wang, K., Cui, A. P. ve Zhang, C. B. (2020). Effects of intrinsic and extrinsic motivation on social loafing in online travel communities. *Computers in Human Behavior*, 1-9.

- Cheung, T. T., Gillebaart, M., Kroese, F. ve De Ridder, D. (2014). Why are people with high self-control happier? The effect of trait self-control on happiness as mediated by regulatory focus. *Frontiers in psychology*, 5, 1-6.
- Cramm, J. M., Hartgerink, J. M., Steyerberg, E. W., Bakker, T. J., Mackenbach, J. P. ve Nieboer, A. P. (2013). Understanding older patients' self-management abilities: functional loss, self-management, and well-being. *Quality of Life Research*, 22(1), 85-92.
- De Ridder, D. ve Gillebaart, M. (2017). Lessons learned from trait self-control in well-being: Making the case for routines and initiation as important components of trait self-control. *Health psychology review*, 11(1), 89-99.
- Dewett, T. (2007). Linking intrinsic motivation, risk taking, and employee creativity in an R&D environment. *R&D Management*, 37(3), 197-208.
- Di Domenico, S. I. ve Ryan, R. M. (2017). The emerging neuroscience of intrinsic motivation: A new frontier in self-determination research. *Frontiers in Human Neuroscience*, 11(145), 1-14.
- Diener, E. (2009). Subjective well-being. In *The science of well-being* (pp. 11-58). Springer, Dordrecht.
- Doğan, T. ve Çötök, N. A. (2011). Oxford mutluluk ölçeği kısa formunun Türkçe uyarlaması: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal*, 4(36), 165-172.
- Durik, A. M. ve Harackiewicz, J. M. (2003). Achievement goals and intrinsic motivation: Coherence, concordance, and achievement orientation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 39(4), 378-385.
- Dündar, S., Özutku, H. ve Taşpınar, F. (2007). İçsel ve dışsal motivasyon araçlarının işgörenlerin motivasyonu üzerindeki etkisi: ampirik bir inceleme. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 105-119.
- Eckes, A., Großmann, N. ve Wilde, M. (2018). Studies on the effects of structure in the context of autonomy-supportive or controlling teacher behavior on students' intrinsic motivation. *Learning and Individual Differences*, 62, 69-78.
- Ercoşkun, M. H. (2016). Adaptation of Self-Control and Self-Management Scale (SCMS) into Turkish culture: A study on reliability and validity. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 16, 1125-1145.
- Fisher, C. D. (2010). Happiness at work. *International journal of management reviews*, 12(4), 384-412.
- Fredrickson, B. L. (1998). What good are positive emotions?. *Review of general psychology*, 2(3), 300-319.
- Froiland, J. M. ve Worrell, F. C. (2016). Intrinsic motivation, learning goals, engagement, and achievement in a diverse high school. *Psychology in the Schools*, 53(3), 321-336.
- Greener, I. (2019). Performance management that works? Improving public services by making use of intrinsic motivation. *Social Policy & Administration*, 53(1), 99-112.
- Griffin, B. W. (2016). Perceived autonomy support, intrinsic motivation, and student ratings of instruction. *Studies in Educational Evaluation*, 51, 116-125.
- Gürbüz, S. (2019). *AMOS ile yapısal eşitlik modellemesi temel ilkeler ve uygulamalı analizler (IBM AMOS uygulamalı, örnek veri setleri) (Birinci Baskı)*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2015), *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hills, P. ve Argyle, M. (2002). The Oxford Happiness Questionnaire: a compact scale for the measurement of psychological well-being. *Personality and Individual Differences*, 33, 1073-1082.
- Hofmann, W., Luhmann, M., Fisher, R. R., Vohs, K. D. ve Baumeister, R. F. (2014). Yes, but are they happy? Effects of trait self-control on affective well-being and life satisfaction. *Journal of personality*, 82(4), 265-277.
- Hon, A. H. (2012). Shaping environments conducive to creativity: The role of intrinsic motivation. *Cornell Hospitality Quarterly*, 53(1), 53-64.

- Karoly, P. (1977). Behavioral self-management in children: Concepts, methods, issues, and directions. In *Progress in behavior modification* (Vol. 5, pp. 197-262). Elsevier.
- Kazakova, J. K. ve Shastina, E. M. (2019). The impact of socio-cultural differences on formation of intrinsic motivation: The case of local and foreign students. *Learning and Motivation*, 65, 1-9.
- Kehr, H. M., Bles, P. ve von Rosenstiel, L. (1999). Self-regulation, self-control, and management training transfer. *International Journal of Educational Research*, 31(6), 487-498.
- Keyes, C. L. M. ve Ryff, C. D. (2000). Subjective change and mental health: A self-concept theory. *Social Psychology Quarterly*, 264-279.
- Kopperud, K. H. ve Vitters, J. (2008). Distinctions between hedonic and Ökonomik well-being: Results from a day reconstruction study among Norwegian jobholders. *The Journal of Positive Psychology*, 3(3), 174-181.
- Kuvaas, B. ve Dysvik, A. (2009). Perceived investment in employee development, intrinsic motivation and work performance. *Human resource management journal*, 19(3), 217-236.
- Liang, C. ve Chang, C. C. (2014). Predicting scientific imagination from the joint influences of intrinsic motivation, self-efficacy, agreeableness, and extraversion. *Learning and Individual Differences*, 31, 36-42.
- Llopis, O. ve Foss, N. J. (2016). Understanding the climate–knowledge sharing relation: The moderating roles of intrinsic motivation and job autonomy. *European Management Journal*, 34(2), 1-10.
- Meng, L. ve Ma, Q. (2015). Live as we choose: The role of autonomy support in facilitating intrinsicmotivation. *International Journal of Psychophysiology*, 98(3), 1-7.
- Meng, L., Pei, G., Zheng, J. ve Ma, Q. (2016). Close games versus blowouts: optimal challenge reinforces one's intrinsic motivation to win. *International Journal of Psychophysiology*, 110, 1-25.
- Meydan, C. H. ve Şeşen, H. (2015). Yapısal eşitlik modellemesi AMOS uygulamaları. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Mezo, P. G. (2009). The Self-Control and Self-Management Scale (SCMS): Development of an adaptive selfregulatory coping skills instrument. *Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment*, 31(2), 83-93.
- Mezo, P. G. ve Short, M. M. (2012). Construct validity and confirmatory factor analysis of the self-control and self-management scale. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 44(1), 1-8.
- Moffitt, T. E., Arseneault, L., Belsky, D., Dickson, N., Hancox, R. J., Harrington, H., ... ve Sears, M. R. (2011). A gradient of childhood self-control predicts health, wealth, and public safety. *Proceedings of the national Academy of Sciences*, 108(7), 2693-2698.
- Mottaz, J. C. (1985). The relative importance of intrinsic and extrinsic rewards as determinants of wok satisfaction. *The Sociological Quarterly*, 26(3), 365- 385.
- Ohana, M. (2016). Voice, affective commitment and citizenship behavior in teams: The moderating role of neuroticism and intrinsic motivation. *British Journal of Management*, 27(1), 97-115.
- Orkibi, H. ve Ronen, T. (2019). A Dual-Pathway model linking self-control skills to aggression in adolescents: happiness and time perspective as mediators. *Journal of Happiness Studies*, 20(3), 729-742.
- Orúzar, H., Miranda, R., Oriol, X. ve Montserrat, C. (2019). Self-control and subjective-wellbeing of adolescents in residential care: The moderator role of experienced happiness and daily-life activities with caregivers. *Children and Youth Services Review*, 98, 125-131.
- Radel, R., Pelletier, L., Baxter, D., Fournier, M. ve Sarrazin, P. (2014). The paradoxical effect of controlling context on intrinsic motivation in another activity. *Learning and Instruction*, 29, 95-102

- Rawolle, M., Wallis, M. S., Badham, R. ve Kehr, H. M. (2016). No fit, no fun: The effect of motive incongruence on job burnout and the mediating role of intrinsic motivation. *Personality and Individual Differences*, 89, 65-68.
- Ruiz-Palomino, P. ve Zoghbi-Manrique-de-Lara, P. (2020). How and when servant leaders fuel creativity: The role of servant attitude and intrinsic motivation. *International Journal of Hospitality Management*, 89, 1-12.
- Ryan, R. M. ve Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American psychologist*, 55(1), 68-78.
- Ryan, R. M. ve Deci, E. L. (2020). Intrinsic and extrinsic motivation from a self-determination theory perspective: Definitions, theory, practices, and future directions. *Contemporary Educational Psychology*, 1-31.
- Shafi, M., Lei, Z., Song, X. ve Sarker, M. N. I. (2020). The effects of transformational leadership on employee creativity: Moderating role of intrinsic motivation. *Asia Pacific Management Review*. 25, 166-176
- Shamloo, Z. S. ve Cox, W. M. (2010). The relationship between motivational structure, sense of control, intrinsic motivation and university students' alcohol consumption. *Addictive Behaviors*, 35(2), 140-146.
- Stoeber, J., Feast, A. R. ve Hayward, J. A. (2009). Self-oriented and socially prescribed perfectionism: Differential relationships with intrinsic and extrinsic motivation and test anxiety. *Personality and Individual Differences*, 47(5), 423-428.
- Van Yperen, N. W., Wörtler, B. ve De Jonge, K. M. (2016). Workers' intrinsic work motivation when job demands are high: The role of need for autonomy and perceived opportunity for blended working. *Computers in Human Behavior*, 60, 179-184.
- Wilhelm, R. A., Miller, M. W. ve Gable, P. A. (2019). Neural and attentional correlates of intrinsic motivation resulting from social performance expectancy. *Neuroscience*, 416, 137-146.
- Yuan, Y. H., Wu, M. H., Hu, M. L. ve Lin, I. C. (2019). Teacher's Encouragement on Creativity, Intrinsic Motivation, and Creativity: The Mediating Role of Creative Process Engagement. *The Journal of Creative Behavior*, 53(3), 312-324.

INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN INFLUENCERS AND GENERATION Z IN THE CONTEXT OF USES AND GRATIFICATIONS THEORY *

INFLUENCERLAR İLE Z KUŞAĞI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN KULLANIMLAR VE DOYUMLAR TEORİSİ BAĞLAMINDA İNCELENMESİ

Deniz YAMAN¹

Assoc. Prof. Dr. Ömer ÇAKIN²

ABSTRACT

The aim of the study is to determine which needs of Generation Z individuals obtain satisfaction from influencers, who are described as the mechanism of action of social media, and to examine to which extent these satisfaction levels differ in the context of the Uses and Gratifications Theory. The survey method is preferred for the collection of research data; also, Snowball Sampling and Convenience Sampling methods are used in selecting the sample to represent the research population. During the online creation of the survey form, the Google Forms application is used, and the link of the form is made available to the participants via Internet. In the context of research, data is collected from 614 participants, and the responses of 513 individuals who have the necessary prerequisites are evaluated. In the data analyses stage, SPSS 22.0 package program is utilized. The data are subjected to Independent Sample T-Test and ANOVA analyzes in order to determine whether there are any differences between the level of participation of the individuals in the expressions in the scale. According to the results, it is determined that there are statistically significant differences between the participation levels of the individuals.

Keywords: Influencer, Generation Z, Uses and Gratifications Theory, Social Media, Internet.

JEL Classification Code: O33.

ÖZ

Bu araştırmanın amacı, Z Kuşağı bireylerinin sosyal medyanın etki mekanizmaları olarak nitelendirilen influencerlardan hangi gereksinimlerine yönelik tatmin elde ettiklerini belirlemek ve bu tatminlerin ne düzeyde farklılaştığını Kullanımlar ve Doyumlar Teorisi bağlamında incelemektir. Araştırma verilerinin toplanmasında anket yöntemi tercih edilmiş, araştırma evrenini temsil edecek örneklemin seçilmesinde ise Kartopu Örnekleme ve Kolayda yöntemleri kullanılmıştır. Anket formunun çevrim içi ortamda oluşturulması aşamasında Google Formlar uygulaması kullanılmış, forma ait link internet üzerinden katılımcıların erişimine sunulmuştur. Araştırma kapsamında toplam 614 katılımcıdan veri toplanmış, gerekli ön şartları taşıyan 513 katılımcının vermiş olduğu yanıtlar değerlendirmeye alınmıştır. Verilerin analizi aşamasında ise SPSS 22.0 paket programı tercih edilmiş ve kullanılmıştır. Bireylerin ölçekte yer alan ifadelere katılım düzeyleri arasında herhangi bir farklılık olup, olmadığını tespit etmek amacıyla veriler Bağımsız Örneklem T-Testi ve ANOVA analizlerine tabi tutulmuş, elde edilen sonuçlara göre bireylerin katılım düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Influencer, Z Kuşağı, Kullanımlar ve Doyumlar Teorisi, Sosyal Medya, İnternet.

JEL Sınıflandırma Kodları: O33.

* The paper is prepared from the Master's Thesis titled "Kullanımlar ve Doyumlar Bağlamında Influencer'ların Z Kuşağı Sosyal Medya Kullanıcılarına Etkileri" prepared by Deniz YAMAN under the supervision of Ömer ÇAKIN and defended on 12.06.2020. For this study the approval of ethical committee no 2019-399 dated 29.11.2019 was taken from the Ethical Committee, Ondokuz Mayıs University.

¹  Süleyman Demirel University, Institute of Social Sciences, Department of Communication Sciences, YÖK 100/2000 PhD Scholarship Student of Süleyman Demirel University, dnzyaman@gmail.com

²  Ondokuz Mayıs University, Faculty of Communication, Department of Radio, Television and Cinema, omer.cakin@omu.edu.tr

GENİŞLETİLMİŞ ÖZET

Amaç ve Kapsam:

Bu araştırmanın amacı, Elihu Katz'ın 1959 yılında literatüre kazandırdığı Kullanımlar ve Doyumlar Teorisi çerçevesinde bilgi ve iletişim teknolojileriyle iç içe büyüyen Z kuşağı sosyal medya kullanıcılarının influencerlardan hangi gereksinimlerine yönelik tatmin elde ettiklerini belirlemek ve bu tatminlerin ne düzeyde farklılaştığını ortaya koymaktır.

Yöntem:

Bu çalışmanın evrenini sosyal medya uygulamalarından (Twitter, Facebook, Instagram) en az birini aktif olarak kullanan 1995 yılı ve sonrasında doğan Z kuşağı bireyleri oluşturmaktadır. Örneklem yöntemi olarak, Kolayda Örneklem ve Kartopu Örneklem yöntemleri esas alınmıştır. Araştırmada katılımcılara, iki bölümden oluşan bir sormaca uygulanmıştır. Araştırmada 1973 yılında Katz, Gurevitch ve Haas tarafından yayımlanan çalışma referans alınarak üretilen, *bilişsel ihtiyaçlar, duygusal ihtiyaçlar, kişisel bütünleşme ihtiyacı, sosyal bütünleşme ihtiyacı, gerçeklerden kaçış ihtiyacı* olmak üzere toplamda beşli kategorileşmeyi temel alan ve 30 soru ifadesinin bulunduğu bir tatmin ölçeği kullanılmıştır. Araştırmada faydalanan ölçek, Mihalis (Michael) Kuyucu'nun 2016 yılında yapmış olduğu "Kullanımlar ve Doyumlar Perspektifinden Radyo Dinleme Alışkanlıkları ve Doyumları" adlı araştırmasında yer alan ve 30 ifadeden oluşan "Radyo Tatmin Ölçeği"nden uyarlanmıştır. Mihalis (Michael) Kuyucu ile iletişime geçilerek kendisine araştırmanın içeriği hakkındaki detaylar iletilmiş ve araştırmacıdan ölçeğin kullanımına ilişkin gerekli tüm izinler alınmıştır. Araştırma kapsamında katılımcılara uygulanan ve verilerin toplanması hususunda faydalanan ölçek, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 29.11.2019 tarihli ve 2019-399 numaralı kararı ile onaylanmıştır.

Bulgular:

Araştırma kapsamında toplanan veriler ilk etapta katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek amacıyla çözümlenmiştir. Bir sonraki adımda ise katılımcıların ölçekte yer alan ifadelerden hangisine daha çok katılım gösterdiğini tespit etmek amacıyla betimsel analizlere geçilmiştir. Daha sonrasında, bireylerin ifadelerine katılım ve tatmin düzeylerinin cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve internet kullanım sıklığına göre farklılık gösterip, göstermediğinin belirlenmesi amacıyla veriler Bağımsız Örneklem T-Testi ve Tek Yönlü Varyans (ANOVA) Analizine tabi tutulmuş, farklılıkların kaynağının bulunması için Tukey çözümlemesinden yararlanılmıştır. Araştırma sonunda elde edilen bulgular, Z kuşağı ile influencer ilişkisi hakkında önemli bilgiler vermektedir. Yapılan analiz sonuçlarına göre, influencerların bir ürün ya da hizmete yönelik duygu, düşünce ve deneyimlerinin Z kuşağı bireylerinin satın alma davranışları üzerinde belirleyici bir rol oynadığı saptanmıştır. Z kuşağı ile influencerlar arasındaki ilişkinin bir başka önemli nedeninin ise heyecan unsuru olduğu görülmektedir. Bireyler, adrenalin gereksinimlerini tatmin etmek ve yaşamın tekdüzeliklerinden kurtulmak amacıyla heyecan seviyesi yüksek içeriklere sahip kişilerin profillerine yönelmektedirler. Ölçekte yer alan en yüksek katılım düzeyi ortalamasına sahip bir diğer önemli ifade ise influencerların Z kuşağı bireylerinin başarılı olma arzularına ilişkin ifadededir. Bu noktada, bireyler alanında başarılı olan influencerların kendilerine rol model seçerek, kendi yaşamlarında elde ettikleri başarı düzeylerini daha da yukarı taşımaya amaçladıklarına yönelik bir yargıda bulunmak mümkündür. Z kuşağı bireyleri tarafından kabul gören bir diğer ifade ise influencerların yeni sosyal çevre edinme hususunda kendilerine yardımcı oldukları yönündeki ifadedir. Influencerlar hayran kitlesi milyonlarca ifade edilen kişiler olabilmektedir. Dolayısıyla takipçi kitleleri tarafından bu kişiler adına birçok hayran sayfası oluşturulabilmektedir. Bu girişim sayesinde bireyler, sevdikleri bir influencer için yeni topluluklar oluşturabilmekte, aynı amacı taşıdığı yeni insanlarla etkileşime girerek, onlarla tanışabilme fırsatı yakalayabilmektedirler. Son olarak, ölçekte yer alan ve Z kuşağı üyeleri tarafından en yüksek katılım düzeyi ortalamasına sahip olan ifade ise internetin, toplumsal yaşamın sıkıntılarından arınıp, bireylerin kendi hayal âleminde yaşamalarına yardımcı olduğu yönündeki ifadedir. Çoğu zaman maddi ve manevi kaynaklı sorunlar, bireylerin toplumsal yaşantılarından birçok sıkıntının kaynağı olabilmektedir. İnsanlar, bazı durumlarda çaresiz kalabilmekte ve sorunlarla başa çıkmakta kendilerini yetersiz hissedebilmektedirler. Bu noktada internetin sunmuş olduğu sonsuz sanal evren, bireyler için kurtarıcı rolü görmektedir. Bireyler, internet aracılığıyla toplumsal hayatın zorluklarından ve sıkıntılarından geçici bir süreliğine de olsa uzaklaşıp, istedikleri sanal kimliğe bürünerek dijitalin sonsuzluğunda düşleri ile baş başa kalabilme imkânına sahip olabilmektedirler.

Sonuç ve Tartışma:

İletişim teknolojilerinde meydana gelen dijitalleşmenin hızına ayak uydurmak ve adapte olmak her zaman çok kolay olmayabilmektedir. Özellikle X ve Y kuşağı bireyleri için bu süreç biraz zaman alabilmektedir. Fakat Z kuşağı bireylerinin, bu adaptasyon sürecini minimum düzeye indirebildiği ve yeniliklere çok kısa sürede uyum sağlayabilme özelliklerine sahip olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Çünkü bu kuşağın bireyleri, gözlerini teknolojinin içine açmakta, doğduğu andan itibaren teknoloji ile iç içe gelişip, büyümektedirler. Dolayısıyla, Z kuşağı bireylerinin diğer kuşak gruplarında yer alan bireylere göre sosyal medyayı farklı gereksinimlerini tatmin etme amacıyla kullandığı gözlemlenmektedir. Hiç kuşkusuz internet ve çevrim içi sosyal platformlar, çağımızın en büyük nimetlerinden sayılmaktadır. İnternet ile görece geç tanışan X ve Y kuşağı üyeleri için çevrim içi sosyal platformlar veya genel tabiriyle sanal uzam pek fazla anlam ifade etmeyebilir ancak bu durum, Z kuşağı bireylerinin vazgeçilmezidir. Dijital çağın çocuklarının ihtiyaçları ve beklentileri, teknoloji ile eş zamanlı olarak gelişmekte ve farklılaşmaktadır. Her geçen saniye takipçi sayısını artıran, etkileşim gücüne güç katan influencerlar ise gelecekte kendilerinden daha da söz ettirecek gibi durmaktadırlar. Dolayısıyla, bu iki grup arasındaki etkileşim ve tatmin ilişkisi, her daim araştırılmayı ve üzerinde düşünülmeyi bekleyen önemli bir çalışma konusu olma değeri taşıyacaktır.

1. INTRODUCTION

Developments in the field of information and telecommunications technologies have led to the birth of a new world order. The world has been reformed within its digital framework, free from its traditional ties. The development of Internet technologies and the dissemination of their use by providing ease of access have led to the emergence of the concept of social media over time. Social media has given a new and different dimension to communication between individuals in the digital age in which we live, and has also led to significant changes in the social structure. Social media, where the concepts of place, time and space are abstracted and interaction is instantaneous, has opened the doors to a new universe by offering virtual identities to individuals. The diversity of social media applications over time has led to the emergence of people with a wide audience of followers and the power to interact, referred to as influencers.

The people of Generation Z, who are undoubtedly the children of the digital age, are the most easily adaptable to this rapid movement in Internet technologies. Social media can become an integral part of their lives for Generation Z individuals, whose profiles are created by their parents in virtual space from the moment they are born, even when they are not yet born, growing intertwined with technology and all kinds of technological devices. Therefore, it is an indisputable fact that Generation Z individuals may have different expectations and needs compared to Generation X and Y individuals. This research aims to determine the level at which Generation Z social media users are affected by influencers, who have enormous followers and power of interaction, and what needs they use to achieve satisfaction.

2. LITERATURE

2.1. Theoretical Framework of Social Media Concept

Developments and transformations in communication and internet technologies have led to new practices and needs. With the development and dissemination of the internet, the demand for online platforms has increased, which has led to some new concepts entering our lives. One of these new concepts that are included in our lives is the concept of social media.

Chris Shipley, co-founder of San Francisco-based technology company Guidewire group, was the first to use the concept of social media. This concept covers all online tools that enable information sharing on online platforms, enabling participation and collaboration (Newson, Houghton and Patten, 2008: 49). Jane Bozarth (2010: 11) states that the concept of social media emerged as a result of Web 2.0 technology; besides, the content on social media is produced by the users themselves, not by expert writers or investigative journalists. With this new technology, internet users can produce content on social media networks using all operating systems (Çakın, 2018: 199).

Boyd and Ellison (2008: 211) define social media as web-based systems that allow users to create semi-open or public profiles, select the people they interact with, share links, make the changes they want on these links, and decide who can view the posts. Kim, Jeong and Lee (2010: 216) define social media as websites where individuals create online communities, produce content and share the produced content mutually. According to another definition made by Kaplan and Haenlein (2010: 61), social media refers to internet-based applications that are built on the Web 2.0 infrastructure and allow the user to produce and distribute content. Hazar (2011: 153-154) defines social media as a medium where individuals can fulfill their entertainment, information and socialization needs, personalize their sharing and enable mutual interaction.

2.2. Action Mechanisms of Social Media: Influencers

There are many explanations about the concept of influencer, which appears as a relatively new concept in the Turkish literature and is called "influential". Brown and Hayes (2008: 50) describe influencer as individuals who have a large impact and change on consumers' purchasing attitudes. Influencer has an impressive power in the purchasing behavior or decision mechanisms of the individuals for the product or service within the framework of power, potential, knowledge or prestige. According to the definition of Kotler and Armstrong (2011: 139), influencers are opinion leaders who are chosen to represent a brand, product or service. According to another definition, influencers are people with strong personal persuasion, high communication intensity, a wide audience of followers in social media, and their ability to influence individuals is far above average (Zietek, 2016: 9).

Influencers, who are called opinion leaders of the digital age by Tuten and Solomon (2018: 154), are people that other people see as a source of information. These people have the power to directly or indirectly influence the purchasing attitudes of individuals and have a strong communication network. There are five different characteristics of influencers. Influencers are activists, have a good communication network, can influence people, have an active mind and finally have the power to determine trends. In other words, influencers develop a human network through participation in activities.

The followers of influencers, the new celebrities of the digital universe, which emerged as a result of the development and widespread use of social media, consist of many users with different demographic structure, social status and cultural characteristics. Influencers can share their feelings and thoughts about any product or service with their followers through their active social media accounts, and these shares can affect the viewpoint of the audience towards the product or service. Therefore, Influencers, which have a large audience and interaction power, are an effective method that brands can benefit from in social media marketing strategies (Aslan and Ünlü, 2016: 44). One of the most important reasons underlying this effect is the trust users have in the Influencer they follow.

Influencers are divided into two different categories, micro and macro phenomena, according to the number of followers in their social network accounts. Users with 1000 to 100,000 followers in social network accounts are defined as micro-phenomena, while users with 100,000 to 1,000,000 followers are referred to as macro phenomena (Kangur, 2021). Although micro phenomena have a relatively small audience, these people can have a direct influence on the decision-making mechanism of the audience, as well as having a close communication and interaction with their followers. Macro phenomena, on the other hand, have a wider audience, and the posts they make in their social network accounts can reach a wider audience. However, the relationship and communication link between macro phenomena and their followers may be less and unknown than micro phenomena (Hatton, 2018).

2.3. Generation Z (1995-...)

Generation Z, which is formed by individuals whose birth dates are 1995 and beyond, represents a technological new generation born into technology (Karadoğan, 2019: 15). Since the members of this generation open their eyes to the world in the age of technology, they are also named with expressions such as *Digital Natives*, *Internet Generation* and *Dotcom Children* (Csobanka, 2016: 67). Generation Z, which grows intertwined with technology, represents a generation that is more creative, self-confident and has a strong communication compared to previous generations (Erdem, 2018: 219).

Generation Z is able to provide instant access to information due to efficient and fast use of technology and to do many different jobs simultaneously. For individuals of this generation, distance does not matter. Generation Z individuals use the power of social media to make new friends and communicate with their existing friends. The term "New Silent Zone" is used for the members of this generation, who maintain their time in virtual space in isolation from the environment (Kırık and Köyüstü, 2018: 1504). As a result of technology and social networks, the members of Generation Z, who utilize the possibility of communicating independently of time and place at the highest level, are becoming more prone to living alone with each passing day. This generation, whose motor skills are the most advanced, are extremely impatient and bored as they are just a click away from everything thanks to internet technologies (Baysal Berkup, 2014: 224). Factors such as increasing terrorist incidents and irregularities in global climate changes have been effective in determining the characteristics of Generation Z members, who are technology enthusiast and enthusiastic. Experiencing such negative events made Generation Z individuals more cautious and pragmatic, but on the other hand, these negativities experienced inspired the members of this generation, who had to look more realistic towards life, that they could change the world (Sladek and Grabinger, 2013: 2).

Thanks to social media, which enables cross-cultural interaction, Generation Z individuals have become citizens of the world. Members of this generation can communicate with someone on the other side of the world from their location through social networks. This digital generation, which loves to have fun in virtual space, create and explore new interests, also uses the internet for purposes such as keeping up to date, reporting and sharing developments in the world.

2.4. Uses and Gratifications Theory

The unsuccessful results of the researches conducted to determine the effects of mass media on people have led researchers to develop new perspectives and to ask different questions about the problem. This orientation laid the groundwork for the development of the Uses and Gratifications Theory, which looks at the media from a functional perspective (Bal, 2013: 40). Uses and Gratifications Theory came to the fore when Berelson's statement that "*the field of communication research seems dead*", Elihu Katz's article published in 1959 stated that it was the persuasion studies that actually started to die (Severin and Tankard, 1994: 474). Katz asked, "*What are people doing with the media?*" by raising the question, it has given a whole new dimension to the work carried out in the field of communication (Sucu 2014: 11).

Uses and Gratifications Theory emphasizes that individuals use the media to fulfill their needs after filtering the content offered to them by the mass media. According to the basic assumption of this approach, the audience is considered as effective as the sender. Rather than the meaning attributed to the message by the sender, the meaning attributed from the audience is prioritized (Fiske, 2003: 193-194). The main idea underlying this theory is that determining the use of media and the satisfaction generated as a result of these uses will allow individuals to identify their psychological and social needs. This theory, developed by Elihu Katz, Jay Blumler and Michael Gurevitch, aims to explain what expectations people's psychological and social needs create for mass media or other media sources (Littlejohn and Foss, 2009: 65). According to Katz, Blumler and Gurevitch (1974: 50) the expectations created by social and psychological based requirements cause differentiate individuals' purpose of using mass media.

Uses and Gratifications Theory claims that the psychological characteristics of the individual and the structure of the society which is a member of constitute the basic elements underlying the emerging needs. These need create some expectations from sources other than mass media and media. Therefore, individuals tend to use mass media or other sources in order to satisfy their needs. As a result of this orientation, needs can reach satisfaction as well as other unexpected outcomes (Çakır and Çakır, 2010: 57). Also, according to this theory According to the Uses and Satisfaction Approach, the communication behavior performed by individuals is purposeful and target-oriented. Using social and psychological factors as a filter, individuals either participate or disagree in media messages according to their needs or expectations. This approach is a psychological communication perspective and focuses on what purposes or functions the media serve for the active audience. The Uses and Gratifications Theory aims to understand the needs of individuals using the media and to determine the results arising from these needs (Chen, 2011: 757).

According to the Uses and Gratifications Theory, which is a theory that aims to determine the purposes and expectations of individuals and to satisfy their needs, the audience plays an active role in the communication process. In addition to the different characteristics of individuals, their social and psychological needs direct them to use different mass media. Elements such as personality traits, social structure, and culture affect the perception of the messages sent through the media (Rubin, 2002: 538). The Uses and Gratifications Theory consists of four basic concepts: *active audience, gratifications sought, gratifications obtained and satisfaction* (Birsen, 2005: 31).

2.4.1. Active Audience

One of the most important concept of the Uses and Gratifications Theory is active audience. This concept brings some criticism to approaches that perceive individuals as passive in the mass media. According to this concept, individuals/viewers prefer mass media in line with their needs. Therefore, individuals play an active role, rather than passive, in this communication process. Individuals do not accept every message coming from the mass media as they are, while making their choices, they prefer the most suitable one among them by keeping their needs in the forefront. The concept of active audience states that individuals use mass media consciously and in a way that serves their own purposes.

The concept of active audience expresses the voluntary preferences of individuals and the selectivity of their relationship with the mass media. According to this concept, the responses of viewers who are exposed to media messages bear traces of individuals' social relationships, interests and past experiences (Turow, 2009: 160). Uses and Gratifications Theory accepts the audience as active and talented in terms of media preferences and uses. This approach also rejects the assumption that the traces put forward during the impact research period were captured by the media by influencing the audience. Contrary to this view, it argues that the media is a tool set that individuals use freely to repair a number of different needs (Laughey, 2010: 59).

Demographic factors such as education level and age of individuals and structural characteristics of the preferred media channel have an important effect in determining the activity level. Each individual has different characteristics and needs from each other. Therefore, each individual reproduces the meanings of the messages transmitted by the mass media in the perspective of these differences. In addition, there is a prerequisite for the individual to have at least basic knowledge about the medium in order to make the choice of the mass media that will satisfy his/her needs (Bayram, 2007: 42). According to the concept of active audience, the individual/audience is aware of their needs. Individuals evaluate the content produced by various media channels, filter them according to their needs and choose the tool that they believe will reach satisfaction. However, if individuals think that any of the communication tools will be inadequate or unable to meet their current needs, they start to look for alternative solutions to satisfy this need (Kim, 2002: 17).

Jay Blumler (1979: 13), states that the audience is active in four different situations in which utility, intention, selectivity and non-influence are observed. According to Blumler, benefit is the communication purposes of individuals; intention is the planned structure of communication; The selectivity, interest and anticipation-oriented communication tool preference, and finally, being closed to influence, refers to the individuals' act of resisting against all kinds of content transmitted through mass media. There are two important elements at the basis of the concept of active tracks audience. First of all, individuals have to take responsibility for the consequences that may or may occur in the communication process, since they make their choices for mass communication channels in line with their own wishes and expectations. Therefore, media professionals and content producers cannot be held liable or suspect in any way whatsoever. The second important point is that if the choice of the individual/audience for communication channels is insufficient or not successful in fulfilling their needs, this leads individuals/viewers to seek different resources to satisfy their needs (Erdoğan and Alemdar, 1990: 114).

2.4.2. Gratifications Sought

The needs of individuals are the basic elements used in explaining the reasons for the use of mass media within the framework of Uses and Gratifications Theory. Individuals with certain personal and social needs desire to satisfy these needs through mass media and thus get rid of their tension. Alternative ways such as traveling, participating in sports activities and acquiring hobbies are among the solutions that individuals can apply to meet their needs. However, when personal and environmental opportunities are not sufficient to meet the needs, individuals turn to mass media and aim to satisfy their needs in this way by making some choices among the contents (Uzun, 2013: 89).

Individuals use mass media to satisfy some of their different and complex needs. This situation is an indication that individuals seek certain satisfaction. Needs or motives cause the satisfaction sought to emerge and this situation triggers the behavior of using mass media (Erdoğan and Alemdar, 1990: 110). It is stated that media contents, which are indispensable for activities such as getting away from the stress of daily life, entertainment and leisure time, serve as a psychological satisfaction tool within the scope of Uses and Gratifications Theory. Media contents, which are structurally suitable for both individual and group consumption, can provide satisfaction in both situations (Çakır, 2005: 42).

2.4.3. Needs and Motivations

According to the Uses and Gratifications Theory, which places the audience at the center of the communication process, the activities of individuals constitute the beginning of information. Needs shape the relationship structures of individuals with their social environment. Individuals act with the motive to fulfill their needs (Ayhan and Çavuş, 2014: 36). Therefore, in line with this purpose, individuals prefer the communication channel that they believe which is the best choice to satisfy their needs among the mass media and the content offered through these tools. Correct choices not only satisfy the needs of individuals, but also eliminate possible stress situations. When the choices made within the existing possibilities are insufficient to satisfy the needs, individuals start to seek alternative solutions to achieve satisfaction (Erdoğan and Alemdar, 1990: 108).

Needs, which have a biological and psychological structure, form the basis of individuals' social behaviors. Motivations are the things that direct the cognitive and behavioral human actions carried out in order to satisfy the needs. Motivations are cognitive orientations that aim to satisfy needs. The social structure inhabited plays an active role in determining the needs of individuals (Lull, 2001: 137-142).

2.4.4. Gratifications Obtained

While the gratifications sought is expressed as the satisfaction that the audience wishes to achieve before the audience decides to use a mass media tool; the gratifications obtained is explained as the satisfaction achieved by the audience as a result of the experience of a mass media tool. If the gratifications obtained is sufficient to satisfy the expectations or if it provides more than the expected, the use of the vehicle can turn into a consumption demand. When faced with an opposite situation, the use of the vehicle may gradually decrease and individuals may tend to experience different tools (Köseoğlu, 2012: 65). The concepts of gratifications sought and gratifications obtained that are mentioned about the existence of a reciprocal and cyclical relationship between them contain some differences. Individuals with the desired satisfaction make use of media after determining their needs. The gratifications obtained refers to the satisfaction individuals provide after using media. As a result of the high gratifications obtained, individuals' expectations for media use would rise (Birsen, 2005: 37-38).

3. METHOD

This research was created on the basis of the Uses and Gratifications Theory and was conducted to determine the differences of satisfaction levels of Generation Z social media users from influencers. In this purpose, a questionnaire form consisting of two parts was prepared and applied to the participants. Within the scope of this research, Convenience Sampling and Snowball Sampling methods, which are non-probability sampling methods, were used.

The questionnaire form applied to the participants within the scope of the study was adapted from the "Radio Satisfaction Scale", which was included in the "Radio Listening Habits and Gratifications from the Perspective of Usages and Gratifications" research conducted by Mihalıs (Michael) Kuyucu in 2016 and consists of 30 statements in total. In the first part of the questionnaire form, a total of 6 multiple-choice questions were asked to determine the personal (demographic) characteristics of the participants, their daily internet usage times and the social media applications they actively use. In the second part of the form, a satisfaction scale was used based on the article by Elihu Katz, Michael Gurevitch and Hadassah Haas in 1973 to determine the level at which Generation Z social media users were affected by influencers and to gather their opinions in the perspective of Uses and Gratifications Theory. This scale consists of 30 question expressions and is based on a total of five categorizations: *cognitive needs*, *affective needs*, *integrative needs*, *integrative function* and *needs related to escape*. The scale which is used in this study to gather data was approved Ondokuz Mayıs University, Social Sciences and Humanities Research and Publication Ethics Committee on 29.11.2019, with the decision number 2019-399.

4. ANALYSIS AND INTERPRETATION OF DATA

In the first place, frequency analysis was applied to the data obtained within the scope of the research and it was determined the demographic characteristics of the participants, the frequency of daily internet use and what the social media applications they actively use. In the continuation of the process, reliability and structural validity analyzes were applied to the scale used in the research. After the reliability and structural validity analysis, factor analysis was applied and it was observed that the data were collected under 5 factors. After completing the factor analysis, descriptive analyses were carried out and the mean and standard deviation values of the participants' responses were included. Following the descriptive analysis, statistical analysis of the data was completed and it was examined whether the effects of influencers on Generation Z individuals differed depending on the age, gender, frequency of internet use and educational status of the participants. In this context, Independent Sample T Test for gender in order to determine the differences; ANOVA analyzes were used for age, education level and internet usage frequency. IBM SPSS Statistics 22.0 for Windows package program was used to analyze the data obtained from the participants.

4.1. Reliability Analysis

In the reliability analysis using the Cronbach's Alpha coefficient, the relevant coefficient has a value between 0 and 1. The reliability of the survey increases as the coefficient value approaches 1, and it is accepted that the survey is reliable in cases where the value is above 0.70 (Özdamar 2002: 513).

Table 1. Results of Reliability Analysis

	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Std. Items	N of Items
Influencer Satisfaction Scale	0,947	0,947	30

As a result of the Reliability Analysis that the scale used in the study was subjected to in order to determine the representation power of the research and to measure its reliability, it was determined that the Cronbach's Alpha reliability coefficients of the scale and its sub-dimensions were well above 0.70.

4.2. Structural Validity and Factor Analysis

KMO and Bartlett analysis were used to control the structural validity of the scale used in this study. As seen in Table 2, the KMO value of the scale used in the study was found to be 0.942; It was observed that the p value for the Bartlett analysis was $p = 0,000 < \alpha = 0,05$. The fact that the KMO value is greater than 0,60 and the p value obtained as a result of the Bartlett test has a meaningful quality less than 0,05 indicates that the scale has construct validity (Büyüköztürk 2006: 179). As a result of the value obtained as a result of KMO analysis being greater than 0.60, the suitability of the data for factor analysis has been approved.

Table 2. Result of Structural Validity Analysis

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0,942
Approx. Chi-Square	10594,177
Bartlett's Test of Sphericity	
df	435
Sig.	0,000

Table 3. Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	Variance %	Cumulative %	Total	Variance %	Cumulative %	Total	Variance %	Cumulative %
1	12,224	40,748	40,748	12,224	40,748	40,748	6,691	22,305	22,305
2	3,428	11,426	52,174	3,428	11,426	52,174	6,137	20,456	42,761
3	1,579	5,263	57,437	1,579	5,263	57,437	3,642	12,140	54,901
4	1,409	4,698	62,135	1,409	4,698	62,135	2,015	6,716	61,618
5	0,955	3,182	65,317	0,955	3,182	65,317	1,110	3,699	65,317

After confirming the suitability of the scale used in the study with a total of 30 expressions for factor analysis, exploratory factor analysis was started, and as a result of the factor analysis using the Varimax vertical rotation method, it was observed that the expressions in the scale could be collected under a total of five factors. As a result of the analysis, it was determined that the percentage of explanation of the variance of five factors was 65.317%. If the total variance explained has a value of more than 40%, it can be said that the scale has a strong structural validity (Kuyucu, 2016: 311).

4.3. Demographic Characteristics of Individuals

Tables including gender, age, and education information of the participants who contributed to the study are given below.

Table 4. Distribution of Individuals by Gender

Gender	Frequency (n)	Percent (%)
Female	234	45,6
Male	279	54,4
Total	513	100

According to the above information, it is observed that the vast majority of the individuals involved in the study were male (%54,4).

Table 5. Distribution of Individuals by Age

Age	Frequency (n)	Percent (%)
18	92	17,9
19	101	19,7
20	98	19,1
21	70	13,7
22	47	9,2
23	51	9,9
24	37	7,2
25	17	3,3
Total	513	100

The information on the distribution of the individuals participating in the study by age groups is given in Table 5. Within the framework of this information, the age ranking of the individuals participating in the research is as follows, from highest to lowest; age 19 (%19,7), age 20 (%19,1), age 18 (%17,9), age 21 (%13,7), age 23 (%9,9), age 22 (%9,2), age 24 (%7,2) and age 25 (%3,3).

Table 6. Distribution of Individuals by Educational Status

Educational Status	Frequency (n)	Percent (%)
Secondary Education	159	31
Bachelor's Degree	289	56,3
Postgraduate Degree	65	12,7
Total	513	100

Information on the distribution of the individuals participating in the study according to their educational status is given in Table 6. As a result of the data collected from the participants, it was determined that none of them had a primary education level, and as a result, the item on the primary education level was not given above. When data on the level of education of the participants are examined, it is seen that 31% of the participants had secondary education, 56.3% had a bachelor's degree and 12.7% had a postgraduate level education.

4.4. Evaluations of Individuals' Preferences and Usage Times for Social Media Applications

In addition to the questions asked to determine their demographic characteristics, Generation Z individuals participating in the study were asked to answer questions about the frequency of using online social media applications and which application they prefer to use more. Tables created in line with the data collected from the participants are listed below.

Table 7. Daily Internet Usage Times of Individuals

Time	Frequency (n)	Percent (%)
Between 1-3 hours	43	8,4
Between 3-5 hours	113	22
Between 5-7 hours	174	33,9
Between 10+ hours	183	35,7
Total	513	100

Information on the daily internet usage times of the participants is shown in Table 7. In line with the values in the table, 8.4% of the 513 participants participating in the study use the internet for 1-3 hours per day, 22% for 3-5 hours, 33.9% for 5-7 hours, %35,7 of them use it for 10 hours or more. Considering the data in the table, it can be

interpreted that the internet has a very important place in the lives of Generation Z individuals, who are the children of the digital age, and that these individuals spend almost half of the 24-hour time period corresponding to a day in virtual space.

Table 8. Preferences of Individuals for Social Media Applications

Social Media Applications	Frequency (n)	Percent (%)
Instagram	498	34
YouTube	376	26
Twitter	271	18
Facebook	193	13
Others	139	9
Total	1477	100

Information on the preferences of the individuals participating in the study for online social media applications is shown in Table 8. In the study, the participants were given the opportunity to make multiple choices regarding social media applications. For this reason, the sum of the answers obtained is higher than the total number of participants in the study. According to statistics above, the most commonly preferred and used social media platforms for Generation Z individuals, who live in Turkey, are Instagram, YouTube, Twitter, Facebook and other applications.

4.5. Descriptive Statistics

A scale including 30 expressions under the categories of *cognitive needs*, *affective needs*, *integrative needs*, *integrative function* and *needs related to escape* was applied to the individuals of Generation Z who participated in the study. Participants answered the expressions they found the most appropriate by marking the option on the 5-likert scale (1-Strongly Disagree, 2-Disagree, 3-Neutral, 4-Agree, 5-Strongly Agree). Information on the mean and standard deviation values of the answers collected from 513 people who were evaluated within the scope of the study are detailed in Table 9.

Table 9. Expressions in which Individuals Participated at the Highest Level

	Influencer Satisfaction Scale	Mean	Std. Deviation
Cognitive Needs (CN)	Influencers help me with what and where to buy when shopping.	4,58	0,799
Affective Needs (AN)	Influencers have an effect that makes me excited by exploring some exciting topics.	4,24	0,703
Integrative Needs (IN)	Influencers increase my desire to be successful.	4,04	0,784
Integrative Function (IF)	Influencers help me to get a new social environment.	3,55	0,967
Needs Related to Escape (NRE)	The Internet helps me get rid of the troubles of social life and live in my own dream world.	4,60	0,900

By examining the total responses and participation levels of Generation Z individuals participating in the study to the expressions contained in the scale, the following conclusions were obtained; it was observed that individuals most positively participated in the expression “*influencers help me with what and where to buy when shopping*” from the expressions under the dimension of *cognitive needs* contained in the scale (mean 4,58; std. deviation 0,799). Under the *affective needs* dimension, it was determined that the individuals most positively agree with the expression “*influencers have an effect that makes me excited by exploring some exciting topics*” (mean 4,24; std. deviation 0,703). Under the *integrative needs* dimension in the scale, individuals most positively agreed with the expression “*influencers increase my desire to be successful*” (mean 4,04; std. deviation 0,784). Under the *integrative function* dimension in the scale, it was observed that the individuals most positively agreed with the expression “*influencers help me to get a new social environment*” (mean 3,55; std. deviation 0,967). In the last dimension of the scale, which is *needs related to escape*, it was determined that the individuals most positively agreed with the expression “*the internet helps me get rid of the troubles of social life and live in my own dream world*” (mean 4,60; std. deviation 0,900).

4.6. Statistical Analysis

It was examined whether the obtain satisfaction level of Generation Z individuals differed depending on the age, gender, frequency of internet use and educational status of participants. In this context, Independent Sample T Test for gender in order to determine the differences; ANOVA analyzes were used for age, education level and internet usage frequency. IBM SPSS Statistics 22.0 for Windows package program was used to analyze the data obtained from the participants.

4.6.1. Variability Analysis According to Gender Characteristics of the Individuals

In order to determine whether the gender characteristics of the individuals have any effect on the differentiation of their level of participation in the expressions in the research scale, the data were subjected to the Independent Sample T test. Detailed information on the analysis results is given in Table 10.

Table 10. Independent Sample T-Test According to the Gender of Individuals

	Gender	N	Mean	SD	t	p
Cognitive Needs	Female	234	3,6439	0,69928	4,979	0,041
	Male	279	3,9504	0,69054		
Affective Needs	Female	234	3,2536	0,58580	4,318	0,035
	Male	279	3,4618	0,48943		
Integrative Needs	Female	234	3,0100	0,53748	4,744	0,019
	Male	279	3,2318	0,51887		
Integrative Function	Female	234	2,8205	0,61964	7,442	0,014
	Male	279	3,2127	0,57246		
Needs Related to Escape	Female	234	3,7009	0,62782	2,458	0,027
	Male	279	3,8297	0,54530		

According to Independent Sample T-Test results; it was determined that the participation levels of the sub-expressions of the *cognitive needs*, *affective needs*, *integrative needs*, *integrative function* and *needs related to escape* categories in the scale significantly differed according to the gender characteristics of the individuals ($p = 0,041$; $p = 0,035$; $0,019$, $p = 0,014$ and $p = 0,027 < \alpha = 0,05$). According to the results obtained, it was determined that male individuals approached the expressions in the sub-dimensions of all categories more positively than female individuals.

4.6.2. ANOVA Analysis for Ages of Individuals

Details on the results of ANOVA analysis applied to determine the relationship between the ages of the participants and their level of participation in the expressions in the scale are given in Table 11.

Table 11. Results of ANOVA Analysis on the Relationship Between Age and Levels of Participation in Expressions in the Scale

	Age	N	Mean	SD	F	p
CN	18-19	193	3,9283	0,67757	5,015	0,007
	20-22	215	3,7070	0,78219		
	23-25	105	3,8063	0,57509		
	Total	513	3,8106	0,71049		
AN	18-19	193	3,4223	0,53441	3,358	0,036
	20-22	215	3,2938	0,59363		
	23-25	105	3,4143	0,43677		
	Total	513	3,3668	0,54498		

	Age	N	Mean	SD	F	p
IN	18-19	193	3,1477	0,47194	0,734	0,481
	20-22	215	3,0977	0,59943		
	23-25	105	3,1667	0,52195		
	Total	513	3,1306	0,53840		
IF	18-19	193	3,0570	0,57073	0,713	0,491
	20-22	215	2,9953	0,68905		
	23-25	105	3,0698	0,58369		
	Total	513	3,0338	0,62521		
NRE	18-19	193	3,7902	0,55421	4,108	0,017
	20-22	215	3,6953	0,62948		
	23-25	105	3,8905	0,53750		
	Total	513	3,7710	0,58733		

According to the results of ANOVA analysis; individuals' level of participation in expressions in the *integrative needs* and *integrative function* sub-dimensions do not differ according to their age ($p = 0,481$ and $p = 0,491 > \alpha = 0,05$). Participants' levels of participation in expressions in the sub-dimensions of *cognitive needs*, *affective needs* and *needs related to escape* differ according to the ages of the individuals ($p = 0,007$; $p = 0,036$ and $p = 0,017 < \alpha = 0,05$). Also, Influencers satisfy the *cognitive needs* of individuals in the 18-19 age group more than individuals in other age groups. Influencers satisfy the *affective needs* of individuals in the 18-19 age group more than those in other age groups. Influencers satisfy the *needs related to escape* of individuals in the 23-25 age group more than individuals in other age groups.

In order to determine which age groups have the differences, Tukey analysis in the Post Hoc test group was used. According to Tukey analysis results; It was determined that the participation levels of the individuals in the 18-19 and 20-22 age groups regarding the expressions in the sub-dimensions of the *cognitive and affective needs* category differ in a statistically significant way (in order, $p = 0,005$ and $p = 0,045 < \alpha = 0,05$). Also, it was found that the participation levels of the individuals in the 20-22 and 23-25 age groups regarding the expressions in the sub-dimensions of *needs related to escape* differ statistically and significantly.

4.6.3. ANOVA Analysis for the Educational Status of Individuals

The results of the ANOVA analysis applied to determine whether the relationship between the educational status of the participants and their level of participation in the expressions in the scale differ or not is given in Table 12.

Table 12. Results of ANOVA Analysis on the Relationship Between Educational Status and Levels of Participation in Expressions in the Scale

	Educational Status	N	Mean	SD	F	p
CN	Secondary Education	159	4,1373	0,54137	27,645	0,000
	Bachelor's Degree	289	3,6430	0,76497		
	Postgraduate Degree	65	3,7564	0,53528		
	Total	513	3,8106	0,71049		
AN	Secondary Education	159	3,5870	0,41204	21,829	0,000
	Bachelor's Degree	289	3,2451	0,60985		
	Postgraduate Degree	65	3,3692	0,30970		
	Total	513	3,3668	0,54498		
IN	Secondary Education	159	3,2914	0,38428	10,878	0,000
	Bachelor's Degree	289	3,0669	0,61201		
	Postgraduate Degree	65	3,0205	0,41720		
	Total	513	3,1306	0,53840		

	Educational Status	N	Mean	SD	F	p
IF	Secondary Education	159	3,1918	0,47593	7,791	0,000
	Bachelor's Degree	289	2,9735	0,71650		
	Postgraduate Degree	65	2,9154	0,40625		
	Total	513	3,0338	0,62521		
NRE	Secondary Education	159	3,9224	0,40382	10,779	0,000
	Bachelor's Degree	289	3,6684	0,69005		
	Postgraduate Degree	65	3,8564	0,31988		
	Total	513	3,7710	0,58733		

According to the results of ANOVA analysis; it was determined that the views on all expressions in the sub-dimensions of the *Influencer Satisfaction Scale* differ according to the education levels of the participants ($p = 0,000 < \alpha = 0,05$).

In order to determine which educational status have the differences, Tukey analysis in the Post Hoc test group was used. According to Tukey analysis results; influencers satisfy more *cognitive needs, affective needs, integrative needs, integrative function and need related to escape* of individuals', who have secondary education status, than individuals who have bachelor's or postgraduate degree status (in order, $p = 0,000$, $p = 0,000$, $p = 0,000$, $p = 0,001$ and $p = 0,000 < \alpha = 0,05$). Also, influencers satisfy more *needs related to escape* of individuals', who have postgraduate degree status, than individuals who have bachelor's degree status ($p = 0,047 < \alpha = 0,05$).

According to the information obtained as a result of the ANOVA analysis and Tukey analysis, it was determined that as the education level of the individuals increased, their level of participation in the statements in the scale decreased.

4.6.4. ANOVA Analysis of Individuals' Internet Usage Frequency

The details of the ANOVA analysis results applied to determine whether the participants' daily usage frequency of the internet and their level of participation regarding the expressions in the sub-dimensions of the scale differ or not are given in Table 13.

Table 13. Results of ANOVA Analysis on the Relationship Between Internet Usage Frequency and Levels of Participation in Expressions in the Scale

	Frequency	N	Mean	SD	F	p
CN	1-3 hours	43	3,2519	0,89411	27,822	0,000
	3-5 hours	113	3,5265	0,63838		
	5-7 hours	174	3,8458	0,65501		
	10+ hours	183	4,0838	0,61396		
	Total	513	3,8106	0,71049		
AF	1-3 hours	43	3,0349	0,66125	19,391	0,000
	3-5 hours	113	3,1726	0,60213		
	5-7 hours	174	3,3755	0,49449		
	10+ hours	183	3,5565	0,43974		
	Total	513	3,3668	0,54498		
IN	1-3 hours	43	2,8953	0,62469	10,177	0,000
	3-5 hours	113	2,9853	0,53106		
	5-7 hours	174	3,1351	0,52165		
	10+ hours	183	3,2714	0,49705		
	Total	513	3,1306	0,53840		

	Frequency	N	Mean	SD	F	p
IF	1-3 hours	43	2,6860	0,71567	18,662	0,000
	3-5 hours	113	2,8127	0,60755		
	5-7 hours	174	3,0287	0,58739		
	10+ hours	183	3,2568	0,56336		
	Total	513	3,0338	0,62521		
NRE	1-3 hours	43	3,4612	0,83874	13,052	0,000
	3-5 hours	113	3,5752	0,66741		
	5-7 hours	174	3,8266	0,49023		
	10+ hours	183	3,9117	0,48600		
	Total	513	3,7710	0,58733		

According to the results of ANOVA analysis; it was determined that the daily internet usage frequency of the individuals and their level of participation for all the expressions differ in the sub-dimensions of the scale. It was found that the participation level of individuals in expressions contained on the scale increases in direct proportion to the frequency of daily internet use. It was determined that all of the individuals who gave the most positive opinion to all statements in the sub-dimensions of the scale and had the highest level of participation were those who used the internet for 10 hours or more per day (mean of all sub-dimensions in order, 4,0838; 3,5565; 3,2714; 3,2568 and 3,9117).

5. CONCLUSION

Developments in internet and communication technologies increase the power and appeal of social media day by day. The instant communication and interaction feature offered by online social platforms to their users makes it indispensable for individuals. Social media not only isolates communication and interaction from time and space, but also opens the door to the digital universe by offering its users the opportunity to create a virtual identity. Users can assume the identity they want in this infinite universe, spend as much time as they want in virtual space under the invisibility cloak, and share information, photos and videos with their friends. It is not always easy to adapt to the speed of social media applications, which add a different feature every day. This process may take some time, especially for individuals of Generation X and Y. However, it is an undeniable fact that individuals of Generation Z can minimize this adaptation process and have the ability to adapt to innovations in a very short time. Because the individuals of this generation open their eyes to technology and have been growing and developing intertwined with technology from the moment they were born. Therefore, it is observed that individuals of Generation Z use social media to satisfy their different needs compared to individuals in other generation groups.

The data collected within the scope of the research were first analyzed in order to determine the demographic characteristics of the participants. In the next step, descriptive analysis was carried out in order to determine which of the expressions included in the scale participated more. Afterwards, the data were subjected to Independent Sample T-Test and ANOVA analysis in order to determine whether individuals' level of participation in expressions differ according to gender, age, education level and frequency of internet use, and Tukey analysis was used to find the source of the differences. The following important points come to the fore within the framework of the analyzes made and the results reached:

Generation Z individuals rely heavily on influencers' feelings, thoughts and experiences about the product or service before they adopt a purchasing attitude towards a product or service, and they are affected by their discourse. Considering this situation, it is observed that the individuals of Generation Z exhibit a different attitude from traditional methods in shopping, conduct research on the internet for the product or service they will purchase, and benefit from the experiences and discourses of those they trust. Therefore, if it is necessary to make a suggestion based on this result, brands and organizations should put aside traditional attitudes in product and service marketing for Generation Z individuals, and should be aware of the fact that they should benefit from the blessings of digital effectively in order to attract the attention of children of the digital age.

It was found that another important reason for the relationship between Generation Z individuals and Influencers is the element of excitement. In order to satisfy their adrenaline needs and to get rid of the monotony of life,

individuals turn to the profiles/channels of people with high excitement levels. Another important expression with the highest average level of participation on the scale is the expression of the desire of Generation Z individuals to succeed. At this point, it is possible to say that influencers, who are successful in the field of individuals, aim to raise their success levels even higher by choosing a role model for themselves. Another expression accepted by Generation Z individuals is that influencers help themselves to the acquisition of a new social environment. Influencers can be people whose fan base is expressed in millions. Therefore, dozens of fan pages can be created by the mass of followers on behalf of these individuals. Through this initiative, individuals can create new communities for an influencer they love, and have the opportunity to interact and meet new people with the same purpose.

Finally, the expression on the scale, which has the highest average level of participation by Generation Z individuals, is that the internet helps individuals live in their own imagination, free from the troubles of social life. Financial and moral problems can be the source of many difficulties in the social lives of individuals. People may be helpless in some situations and feel incapable of dealing with problems. At this point, the infinite virtual universe offered by the internet acts as a savior for individuals. Individuals can get away from the difficulties and troubles of social life, even temporarily, through the internet, and have the opportunity to be alone with their dreams in the infinity of digital by assuming the virtual identity they want.

Undoubtedly, the internet and online social platforms are considered as the greatest blessings of our age, but they can cause destructive consequences when used outside of their intended purpose. For members of Generation X and Y who have met the Internet relatively late, online social platforms or, as it is commonly called, virtual space may not make much sense, but this is one of the indispensable elements of Generation Z. The needs and expectations of the children of the digital age are developing and differentiating simultaneously with technology. Influencers, who increase the number of followers every second and add strength to their interaction power, seem to be talking about themselves more in the future. Therefore, the interaction and satisfaction relationship between these two groups will always be an important study subject that awaits research and consideration.

DECLARATION OF THE AUTHORS

Declaration of Contribution Rate: The first author contributes 70% while the second author contributes 30%.

Declaration of Support and Thanksgiving: No support is taken from any institution or organization.

Declaration of Conflict: There is no potential conflict of interest in the study.

REFERENCES

- Aslan, A. ve Ünlü, G. Ü. (2016). Instagram fenomenleri ve reklam ilişkisi: Instagram fenomenleri gözünden bir değerlendirme. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3(2), 41-65.
- Ayhan, B. ve Çavuş, S. (2014). İzleyici araştırmalarında değişim: Kullanımlar ve doyumlardan bağımlılığa. *Selçuk İletişim*, 8(2), 32-60.
- Bal, E. (2013). *Teknoloji çağında cep telefonu kullanım alışkanlıkları ve motivasyonlar: Selçuk Üniversitesi öğrencileri üzerine bir inceleme*. Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Baysal Berkup, S. (2014). Working with generations X and Y in generation Z period: Management of different generations in business life. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(19), 218-229.
- Birsen, Ö. (2005). *Çok seçenekli medya ortamında kitle iletişim araçlarının tüketim ve seçim biçimi: Eskişehir örneğinde bir izler kitle araştırması*. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Blumler, J. G. (1979). The role of theory in uses and gratifications studies. *Communication Research*, 6(1), 9-36.
- Boyd, D. M. and Ellison, N. B. (2008). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Bozarth, J. (2010). *Social media for trainers*. San Francisco: Pfeiffer Publish.

- Brown, D. and Hayes, N. (2008). *Influencer marketing: Who really influences your customers?.* New York: Routledge.
- Büyüköztürk, Ş. (2006). *Veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Chen, G. M. (2011). Tweet this: A uses and gratifications perspective on how active twitter use gratifies a need to connect with others. *Computers in Human Behavior*, 27(2), 755-762.
- Csobanka, Z. E. (2016). The Z generation. *Acta Technologica Dubnicae*, 6(2), 63-76.
- Çakın, Ö. (2018). Bir ürün yerleştirme mecrası olarak Instagram ve Instagram fenomenleri. N. Bolat (Ed.), *Ürün yerleştirme uygulamaları içinde* (195-213), Konya: Literatürk Academia.
- Çakır, V. (2005). *Bir sosyal etkinlik olarak eğlence ve televizyon: Konya örneği*. Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Çakır, V. ve Çakır, V. (2010). *Televizyon bağımlılığı*. Konya: Literatürk Academia.
- Erdem, M. N. (2018). Markalar oyunda! dijitalde bir ürün/marka yerleştirme alanı olarak gama-Vertising. N. Bolat (Ed.), *Ürün Yerleştirme Uygulamaları içinde* (215-265). Konya: Literatürk Academia.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (1990). *İletişim ve toplum*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Fiske, J. (2003). *İletişim çalışmalarına giriş*. S. İrvan (Çev.), Ankara: Bilim ve Sanat.
- Hatton, G. (2018). *Micro Influencers vs macro influencers*. Erişim adresi: <https://www.socialmediatoday.com/news/micro-influencers-vs-macro-influencers/516896/>, (23.04.2021).
- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı - Bir alan çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 151-176.
- Kangur, K. (2021). *How to boost ecommerce sales with influencer marketing*. Erişim adresi: <https://www.socialbakers.com/blog/6-ways-to-boost-e-commerce-sales-with-influencer-marketing>, (24.04.2021).
- Kaplan, A. and Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Karadoğan, A. (2019). Z kuşağı ve öğretmenlik mesleği. *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 9-41.
- Katz, E., Blumler, J. G. and Gurevitch, M. (1973-1974). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523.
- Katz, E., Gurevitch, M. and Haas, H. (1973). On the use of mass media for important things. *American Sociological Review*, 38(2), 164-181.
- Kırık, A. M. and Köyüstü, S. (2018). Z Kuşağı konusunda yapılmış tezlerin içerik analizi yöntemi ile incelenmesi. *E-Gifder*, 6(2), 1497-1517.
- Kim, J-Y. (2002). *A cross-media study of koreans' media choice process and consumption patterns in the new media environment*. PhD. Thesis, The University of Southern Mississippi Advisor Department of Mass Communication and Journalism, Hattisburg.
- Kim, W., Jeong, O-R. and Lee, S-W. (2010). On social web sites. *Information Systems*, 35(2), 215-236.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2011). *Principles of marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Köseoğlu, Ö. (2012). Sosyal ağ sitesi kullanıcılarının motivasyonu: Facebook üzerine bir araştırma. *Selçuk İletişim*, 7(2), 58-81.
- Kuyucu, M. (2016). Kullanımlar ve doyumlar perspektifinden radyo dinleme alışkanlıkları ve doyumları. *Proceedings of SOCIOINT 2016 3rd International Conference on Education, Social Sciences and Humanities*. 23-25 Mayıs 2016, İstanbul.

- Laughy, D. (2010). *Medya çalışmaları: Teoriler ve yaklaşımlar*. A. Toprak (Trans.), İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Littlejohn, S. W. and Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. Thousand Oaks: SAGE.
- Lull, J. (2001). *Medya İletişim Kültürü*. N. Güngör (Çev.), Ankara: Vadi Yayınevi.
- Newson, A., Houghton, D. and Patten, J. (2008). *Bloggıng and other social media: Exploiting the technology and protecting the Enterprise*. USA: Gower Publishing Limited.
- Özdamar, K. (2002). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Rubin, A. M. (2002). The uses and gratifications perspective of media effects. J. Bryant (Ed.), *Media Effects: Advances in Theory and Research* içinde (525-548). USA: Lawrence Erlbaum Associates.
- Severin, W. J. and Tankard, J. W. (1994). *İletişim kuramları*. A. A. Bir ve S. Sever (Trans.), Eskişehir: Kibele Sanat Merkezi.
- Sladek, S. and Grabınger, A. (2013). *Gen Z: The first generation of 21st century has arrived!*. Erişim adres: https://www.xyzuniversity.com/wp-content/uploads/2018/08/GenZ_Final-d11.pdf, (25.04.2021).
- Sucu, İ. (2014). *Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı açısından sosyal medya sanal dünya oyunu olarak second life örneği*. Doktora Tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Turow, J. (2009). *Media today: An introduction to mass communication*. New York: Routledge.
- Tuten, T. L. and Solomon, M. R. (2018). *Social media marketing*. United Kingdom: SAGE Publications Ltd.
- Uzun, R. (2013). İzleyici Merkezli Yaklaşımlar. E. Yüksel (Ed.), *İletişim Kuramları* içinde (84-105). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Zietek, N. (2016). *Influencer marketing: The characteristics and components of fashion influencer marketing*. Master Thesis, University of Borås Faculty of Textiles, Engineering and Business, Sweden.

EVsizLİK SORUNUNUN PANDEMİ İLE İLİŞKİSİ VE TÜRKİYE'DEKİ İZDÜŞÜMÜ

THE RELATIONSHIP BETWEEN HOMELESSNESS PROBLEM AND PANDEMIC IN ADDITION TO THEIR REFLECTIONS IN TURKEY

Doç. Dr. Esra Banu SİPAHİ¹

Tuğçe ARSLAN²

ÖZ

Kentlerin büyümesi ile görünürlüğü artan evsizlik olgusu, geçmişten günümüze insanlığın mücadele etmekte güçlük yaşadığı ve bir türlü çözüme kavuşturulamayan bir sorundur. Özellikle küreselleşmenin beraberinde getirdiği adaletsizlikler, yeni yoksul sınıflamalarını gündeme getirmiştir. Bu sınıflandırmanın en altında yer alan evsizler, toplumun dışladığı, görmezden geldiği, hatta korktuğu, istenmeyen bir kesim olarak değerlendirilmektedir. Evsizlerin içinde bulunduğu bu olumsuz durumu körükleyen önemli bir gelişmeye içinden geçtiğimiz şu günlerde tanıklık edilmektedir. Bu gelişme kuşku yok ki Covid-19 pandemisi'dir. Küreselleşmenin beraberinde getirdiği -beklenen ancak görüldüğü kadarı ile pek de hazırlıklı olunmayan- bu "hastalığın küreselleşmesi" durumu, evsizler açısından büyük bir yıkıma neden olmaktadır. Bir yandan pandeminin beraberinde getirdiği ekonomik ve psikolojik yıkımın evsizliğin nedeni olma potansiyeli, diğer yandan da evsiz kitlelerin hem kendileri hem de içinde yaşadıkları toplum açısından büyük bir risk oluşturmaları, üzerinde önemle düşünülmesi ve çözüme yönelik politikalar üretilmesi gereken bir konudur. Bu çalışma, Türkiye'de pek de ilgi görmeyen ancak önemli bir sorun olan evsizlik olgusuna Covid-19 salgını bağlamında odaklanmakta ve evsizliğin dünyadaki ve Türkiye'deki boyutları ve konu ile ilgili yapılan çalışmalar ekseninde ilgili yazına bir katkı aralamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Evsiz, Evsizlik, Covid-19, Pandemi, Sivil Toplum Kuruluşları.


JEL Sınıflandırma Kodları: I18, I31, I39.

ABSTRACT

The fact of homelessness, whose visibility increases along with the growth of cities, is a trouble that humanity has had difficulties in struggling from past to present and cannot be solved. In particular, the injustices accompanied with globalization have brought new classification of poverty to the agenda. The homeless, who are included at the bottom of this classification, are considered as an undesirable segment that society excludes, ignores, or even fears. In recent days, we are witnessing a significant development that has awakened this adverse condition in which the homeless are included. It is unquestionable that this development is the Covid-19 pandemic. "Globalization of this disease", - which is expected but not be prepared as much as it seems- and which is brought about by globalization, causes a great devastation for the homeless. Potential for the economic and psychological destruction of the pandemic to cause homelessness, on the one hand, and being at great risk for the homeless both for themselves and for the society they live, on the other hand, are issues that need to be seriously considered and for which appropriate policies should be produced. The study focuses on the fact of homelessness that is not of much interest in Turkey but is a big problem in the context of the Covid-19 pandemic and opens the door to the relevant article on the axis of the dimensions of homelessness in the world and in Turkey.

Keywords: Homeless, Homelessness, Covid-19, Pandemic, Non-Governmental Organizations.

JEL Classification Codes: I18, I31, I39.

¹  Necmettin Erbakan Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, dr.esrabanusipahi@hotmail.com

²  Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, tugcearslan26@gmail.com

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

The city of the 21st century has turned into “a space of inequalities” and has influenced all countries regardless of their development level. The most obvious of the mentioned inequality, however, the one that is ignored is the problem of homelessness. Although it emerges due to different reasons, homelessness, one of the most important humanitarian problems of today, is largely a result of social injustice. The problem of homelessness triggered by neo-liberal policies has become more important with the pandemic process we are experiencing. During the process of "stay at home" calls, these segments, who cannot be able to respond to this call, also experience difficulties in accessing adequate hygiene, sanitation, and health services. The aforementioned limitations make homeless people one of the riskiest groups in terms of both getting the disease and not being able to be treated, and infecting the disease. In this context, the study discusses what the problem of homelessness is, how it evolved, which ones are added to existing problems, and the vital problems that homeless people face. The dimensions of homelessness in the world and some examples of applications for the relief of these segments are included in the scope of the study. It was also included the studies for the homeless in Turkey during the pandemic process and what can be done in this period in terms of combating the problem of homelessness has been analyzed. Considering the current situation of homelessness, some solution suggestions to eliminate it are also included in the study.

Design/methodology/approach:

For the study, a literature review was used as a data collection tool to determine the reflections of the homelessness problem in the world and Turkey and to evaluate how to combat this problem in pandemic conditions. While reviewing the literature, it was attempted to access actual data by evaluating homelessness figures and reports on homelessness from around the world, in addition to the existing literature. However, it should be noted that homelessness is inherently an informal problem and it is not possible to access facts and figures. This constitutes an important limitation of the study. In the study, problems caused by homelessness were also identified and examples of countries that apply different solutions to these problems were included. In terms of preventing and eliminating the homelessness problem and building permanent solutions in Turkey for these examples, it was also benefited from the studies carried out by international organizations such as states, NGOs, and the UN.

Findings:

It is seen that several studies were performed during the pandemic process related to homelessness, which has become a problem for many countries in the world. Nevertheless, it is observed that the studies do not generate radical solutions that prevent the problem; on the contrary, they focus on short-term solutions with short-term rehabilitation. In our country, where academic studies on the subject are limited, there is no study discussing the subject from a pandemic perspective, and this situation constitutes the original aspect of the study. Although different suggestions are offered in this context, temporary solutions are produced for homeless individuals with the efforts of local governments and aid campaigns of associations or foundations in Turkey. However, these solutions are not sufficient, especially in times of major crises such as pandemics. In terms of guidance, various practices of some countries regarding the problem of homelessness have been examined. Some of these applications can be listed as follows: First, it is the establishment of the care centers for patients with severe and only mild symptoms of coronavirus in different places, but in the same region. According to the report of a non-governmental organization, two-way isolation has been recommended for homeless patients with coronavirus; indoors and in the street environment. Apart from that, UNICEF has prepared a global action plan for children affected by the coronavirus. Another important study performed for the homeless is the "Accommodation Project for the Homeless". With the project, the Ministry of Family and Social Services aims to prevent the unjust suffering of the homeless.

Conclusion and Discussion:

Depending on its causes, the phenomenon of homelessness is discussed differently in every country or every society. Homelessness has become a major problem in all countries regardless of development. However, the pandemic process has caused a rapid increase in homelessness in the world and, because the process continues, it is possible to witness a more dramatic increase in the future. On the other hand, during the pandemic process, there has been a significant increase in the rates of violence against women and children and this brought about a different crisis. With the increasing pandemic poverty, the risk of exposure to homelessness of these groups who are subjected to violence is also increasing. The homeless, who cannot adhere to “stay-at-home” calls even if they want to, pose a significant risk to themselves and their environment. The struggle must be given to meet the shelter needs of homeless individuals, to be rehabilitated psychologically, and to be reintegrated into society. It must be struggled to meet the shelter needs of homeless people, to be rehabilitated psychologically, and to be reintegrated into society. In the fight against homelessness, the importance of institutional and social solidarity and cooperation comes to the fore. Therefore, it is important that all actors, from states to central-level organizations, from local administrations to non-governmental organizations, work in coordination. However, it should be stated that homelessness is a humanitarian problem for which preventive approaches must be implemented urgently rather than reparation policies. To overcome this problem, there is a need for policy changes in every field to focus on structural solutions and to eliminate injustices and poverty, which become more evident with the epidemic process, and ensure equal opportunities around the world. Especially, the ambiguity of the pandemic process and the fact that all segments are somehow affected by the process requires the implementation of preventive policies against “potential homeless people”.

1. GİRİŞ

Küreselleşme ve teknolojik gelişmelerle birlikte dünyada başta ekonomik olmak üzere, hemen her alanda büyük bir dönüşüm yaşanmıştır. Kapitalist üretim biçiminin bir gereği olarak üretimdeki artış, daha önce hiç olmadığı ölçüde insanları tüketime yöneltmiş, bunun sonucunda da üretim toplumu zaman içinde tüketim toplumuna evrilmiştir. Ancak günümüz kentlerinde tüketim mekânları ve tüketim toplumunun yaşam tarzını biçimlendiren lüks konutlar, güvenli siteler, rezidanslar, beş yıldızlı oteller ve alışveriş merkezleri gibi mekânlar hızla artarken, madalyonun öteki yüzünde yine daha önce hiç olmadığı ölçüde büyük bir eşitsizliğin, adaletsizliğin ve sefaletin mekânları olarak yoksul gettoları, slumlar, gecekondu, favelalar vb. kentleri sarmalamıştır.

İnsanlığın uzun bir süredir tanıklık ettiği ve bir türlü varlığına kökten bir çözüm bulamadığı bu yoksul mahallelerde ve barınaklarda dahi yer bulamayan ve sayıları her geçen gün artmakta olan bir kesim olarak evsizler, bu çalışmanın odak noktasını oluşturmaktadırlar. Çeşitli nedenlerle evsiz kalan sınıf altı kitle içinde yer alan bu insanların sayıları her geçen gün artmakta, önceleri büyük metropollerin bir sorunu olarak algılanan bu kişiler, giderek diğer kentlerde de yaşam mücadelesi verir hale gelmektedirler.

Son yıllarda dünya genelinde bir sorun haline gelen evsizliğin birçok sebebi olmakla birlikte en büyük ve önemli nedenini yoksulluk oluşturmaktadır. Yaşadıkları çevrede dışlanmaya, kente ve diğer insanlara yabancılaşmaya maruz kalan evsizler, aynı zamanda kazalara, hastalıklara, taciz ve saldırılara karşı da oldukça savunmasız bir kesimi oluşturmaktadırlar. Bu savunmasızlık, onlar için büyük mağduriyetlerin kaynağı olduğu gibi, verdikleri yaşam savaşında karşı karşıya kaldıkları durumlar, onları suç işlemeye de yöneltmektedir. Bu nedenle, evsizlik sorunu ile mücadelenin kent güvenliği açısından da büyük bir anlam taşıdığını ifade etmek yanlış olmayacaktır.

Dünyada bu durumun farkında olan yönetimler, artan evsizliği önlemek, sosyal adaleti sağlamak ve evsiz insanlara yardım etmek amacıyla çeşitli sosyal politikaları uygulamaya koymaktadırlar. Türkiye’de ise günümüzde yoğun göç dalgasıyla birlikte sayıları artmakta olan evsizlere yönelik bir kanun bulunmamakla beraber bu kesimlere yapılan yardımları çoğunlukla sivil toplum kuruluşları üstlenmiş durumdadır. Ancak, konu ne kadar önemli olsa da evsizliğin üzerinde pek fazla durulmadığı ve çoğu zaman ‘yardım yapma’ ile bu sorunun geçiştirildiği ifade edilmelidir. İlgili yazında da konunun hak ettiği ilgiyi görmediği ve daha çok yoksulluk politikalarına odaklandığı görülmektedir.

Oysaki bedensel bütünlüğün korunması ve insan onuruna yaraşır bir yaşam, temel insan hakları olarak evsizlerin de öncelikli haklarıdır. Ne var ki en temel ihtiyaçlardan biri olan barınma gereksinimini dahi karşılayamayan evsizler, özellikle içinde bulunduğumuz pandemi sürecinde en büyük risk altındaki gruplardan biridir. Yeterli sağlık hizmetine ulaşamadıkları gibi, sağlıklı beslenmeleri/beslenememelerine bir de yaşadıkları hijyen sorunları eklendiğinde evsizler, Covid 19’un en kolay yayılım göstereceği kitledir. Bu noktadan hareketle çalışmada, dünyanın hemen her yerinde sayıları katlanarak artan evsizliğin ne olduğu, özellikleri, temelinde yatan nedenler ve sonuçları ele alınarak, evsizliğin ülkemizdeki izdüşümü içinde bulunduğumuz pandemi süreci üzerinden değerlendirilecektir. Kamu yönetimi alanındaki çalışmalarda araştırmacılara ve karar alıcılara politika önerisi sunma geleneğini göz ardı etmeksizin, bu çalışmada da evsizlik konusundaki sosyal politika eksikliklerine dair bazı çözüm önerilerine yer verilecektir.

Bu bağlamda çalışma, henüz emekleme aşamasında olan literatürün incelenmesi ve çeşitli kaynaklardan elde edilen veriler ışığında toplumun belki de en ‘görünmeyen’ ya da ‘görülmemek istenmeyen’ kesimi olarak evsizlerin pandemi sürecinde karşı karşıya oldukları sorunların anlaşılması için bir kapı aralamaktadır. Konuya ilişkin olarak sağlıklı istatistiksel verilerin bulunmayışı çalışmanın önemli bir sınırlılığını oluşturmaktadır. Buna bir de pandeminin beraberinde getirdiği “yeni” yoksulluğun sözü edilen rakamlara ne ölçüde yansıtacağı konusundaki belirsizlik de eklenmelidir. Bununla birlikte, Türkiye’de evsizlik konusundaki literatür son derece kısıtlıdır ve yeni bir olgu olan pandeminin evsizlik ekseninde değerlendirilmesi, makalenin özgün yanını oluşturmaktadır.

2. EVSİZLİĞİN TANIMI

Birçok tanımı bulunmakla beraber kısaca evsiz; “evi olmayan”, “yaşamını sokakta sürdüren” anlamına gelmektedir. Arapça kökenli bir sözcük olan “bîmekân” kavramı, “mekânsız, yersiz, yurtsuz” anlamında kullanılmakta (Osmanlıca Türkçe Sözlük, 2021) ve bu kavrama evsizler için kullanılan bir “yokluk” ifadesi olarak da literatürde rastlanmaktadır. Günümüzde evsiz sayısının en çok olduğu ülkelerden biri olan Amerika’da genel olarak “homeless” ifadesi evsizleri nitelemek için kullanılsa da evsizlerin özelliklerine göre farklı kavramların

kullanıldığı da görülmektedir. Örneğin “cadde çocuğu” (street children) sokakta yaşayan/çalışan çocuklar için kullanılan bir kavramdır (Meneviş, 2006: 4).

Nies ve McEwen (2001: 432), evsizlerin tanımlanmasının hem karmaşık hem tartışmalı olduğunu belirtmiştir. Konuya ilişkin olarak Işıkhan (2006a); “Kişiler, geleneksel konutların dışında, yani, ya evsiz barınaklarında ya da konut olarak tasarlanmamış yerlerde, sokaklar, terk edilmiş evler, otobüs durakları ve hastanelerin bekleme odalarında gecelerini geçirip yaşıyorlarsa, onlara evsiz denir” biçiminde yalın ve anlaşılır bir tanımlama yapmaktadır.

İngiltere’de “homelessness” olarak adlandırılan fakat tam karşılığını sağlamayan evsizlik kavramı ise kısaca “evsiz olma durumu” (TDK) olarak tanımlanmaktadır. Evsizlik; sürekli olarak yaşadığı evi olmayan bireylerin sokak, cadde ve köprü altları gibi yaşanması insani açıdan zor ve riskli olan bölgelerde çeşitli sebeplerden dolayı yaşamlarını sürdürmeleri biçiminde de açıklanabilir. Akyıldız (2017: 69), evsizliği ekonomik zorlukların sonucunda karşılaşılan bir sorun olarak nitelemekte, onu yoksulluğun ve sosyal dışlanmanın sonucu olarak ele almaktadır.

Öte yandan, evsizliğin farklı toplumlarda farklı anlamlara geldiği görülmektedir. Kaya Kılıç ve Aslantürk (2019: 419), bu durumu İngiltere ve Afrika üzerinden değerlendirerek, toplumsal ve siyasal farklılıklar sebebiyle evsizliğin kavramsallaştırılmasının zorluğundan söz etmektedir. Bunun en önemli nedeni ise her toplumda evsizlerin kimi farklı özelliklerinin evsizlik tanımları içinde değerlendirilmesidir. Özellikle evsizlik devletlere sosyal politikalar ve sunulacak hizmetler bağlamında çeşitli görevler yüklemekte olduğundan, konuya ilişkin farklı sınıfsal çözümlere de gidildiği görülür. Bunlardan bazıları; evsizle toplum arasındaki ilişkiyle temellenen “toplumsal dışlanma, sınıf-altı konum ve kenardalık” kavramlarıdır (Küçük, 2017; Çaya, 2018: 243). Evsizliğin toplumsal bir sorun haline geldiği günümüz koşullarında sosyal uyum, toplumsal içermeye ya da ötekileştirme gibi kavramların da ilgili yazında sıklıkla tartışılması söz konusudur.

Görüldüğü gibi evsizlik yalnızca bireysel bir sorun olmanın ötesinde aynı zamanda toplumsal bir sorundur ve farklı boyutları bulunmaktadır. Meneviş (2006: 4) bu sorunları; “yoksulluk, işsizlik, göç, kentleşme, engelli olma durumu, toplumda kendine bir rol bulamama, madde kullanımı” şeklinde sıralamaktadır. Görüldüğü gibi evsizliğin ekonomik temelleri/boyutlarının yanında fiziksel, sosyo-psikolojik hatta siyasal boyutları da bulunmaktadır. Evsizliğin, dünyada ve ülkemizde giderek artan bir sorun haline geldiğinden hareketle sorunun nedenlerinin anlaşılması, onunla mücadele etmek açısından da önemlidir.

3. EVSİZLİĞİN NEDENLERİ

Literatürde evsizliğin nedenleri konusunda çeşitli görüşler bulunmaktadır. Ülkelerin toplumsal, siyasal, kültürel, yapılarına ve ekonomik durumlarına göre tercih ettikleri politikalar değişkenlik göstermekte, bu durum da o ülkede ortaya çıkan evsizliğin nedenlerine yansımaktadır.

Akyıldız’a (2017: 71) göre evsizliğin nedenleri genel olarak; ekonomik açıdan yoksul olma, aile içi iletişimsizlik, sevgi ve saygı bağlarındaki eksiklik, madde bağımlılığı, çeşitli ruhsal hastalıklar olarak sıralanmaktadır. Bunların dışında O’Connell (2004: 1251), cehalet kavramını da evsizlik ile ilişkilendirmektedir. Engellilik durumu da evsizlik sebebi olabileceği gibi zamanda engelli kişilerin aileye katılmaları utanma ve kabullenememeyi beraberinde getirebilmekte, ailelerin içinde buldukları ekonomik sınırlılıklar da buna eklenildiğinde engelli bireyin evden uzaklaştırılması sonucunu doğurabilmektedir (Meneviş, 2006: 43). Akıl hastalığı da engellilik gibi evsizlik sebepleri arasında yer alırken Mossman ve Perlin (1992: 951), evsiz insanlar arasında akıl hastalarının azınlığı oluşturduğunu belirtmektedir.

Evsizlik nedenleri genellikle temelde iki teori üzerinden ele alınmaktadır. Bunlardan ilki “Sistemik Nedenler Teorisi”, diğeri de “Kişisel Yetersizlik Teorisi”dir. “Sistemik Nedenler Teorisi” evsizliği konut eksikliği, işsizlik, ruh sağlığı politikalarındaki yetersizlikler veya hatalar gibi toplumsal sistem perspektifinden ele almaktadır. Buna karşın, “Kişisel Yetersizlik Teorisi” ise evsizliği bireysel perspektif bağlamında ele almakta ve onu sistemden bağımsız olarak bireyin kişisel eksiklikleri ya da hataları ile ilişkilendirmektedir. Kişinin madde veya alkol bağımlısı olması, psikolojik/psikiyatrik rahatsızlığı, sosyal hayattaki iletişimsizliği gibi nedenler kişisel yetersizlikler olarak değerlendirilmektedir (Özdemir, 2010: 80).

Bireylerin evsiz kalma nedenleri incelendiğinde kadınlar, çocuklar, yaşlılar ve gençler gibi farklı kesimlerin evsiz kalma nedenlerinin değişkenlik gösterdiği görülmektedir. Kısaca bu kesimleri ve onların evsizliğe sürüklenme nedenlerini şu şekilde özetlemek olanaklıdır:

- Gençlerin evsizlik nedenleri: Gençlerden bazıları; bağımsızlık kazanma, bunalım ya da macera arayışı nedeniyle evden kaçma veya ayrılma eğiliminde olmaktadır. Buna karşın gençlerin önemli bir kısmı ailesel problemlerden dolayı evden ayrılarak evsiz kalmaktadır. ABD’de kimi araştırmacılar, ailesel sıkıntılardan dolayı evden ayrılan gençleri, parçalanmış aile veya çalkantılı evlerden ‘kaçanlar’ olarak nitelendirmektedir (Rosenthal, Mallett ve Myers, 2006: 281-282). Yine gençlerin önemli bir bölümünün de erken yaşta uyuşturucuyla tanışmış olması ve bağımlılığın onları sokaklara sürüklemesi söz konusu olmaktadır.
- Kadınların evsizlik nedenleri: Kadınların evsiz kalmasının birçok nedeni bulunmaktadır. Bunların başını; aile içi şiddet, yüksek kiralar, işsizlik, boşanma veya ayrılıklar oluşturmaktadır. Özellikle bekâr annelerin evsiz kalması durumunda kadınlar, kendileriyle beraber çocuklarını da sokağa sürüklemek durumunda kalmakta ve yüksek endişeye bağlı olarak, anksiyete ve depresyon gibi birçok ruhsal sıkıntı da evsizliğe eklenmektedir.(Hodge, Moser ve Shafer, 2012: 246).
- Çocukların evsizlik nedenleri: Evsiz bireylerin içinde en savunmasız gruplardan biri çocuklardır. Çocukların evsiz kalma nedenleri genellikle parçalanmış aileler, sokakta zorla çalıştırılmaları, istismara maruz kalmaları, yoksulluk, sevgi ve ilgiden yoksunluk, gelir dağılımındaki adaletsizlikler, göç ve çarpık kentleşme, aile içi şiddet olarak sayılabilir (İlhan ve Ergün, 2010: 83). Ayrıca çocuklar, evsiz bir ailede dünyaya gelmişse ya da birlikte olduğu ebeveyni evsizliğe sürüklenmişse o da sokakta yaşamaya mecbur olmaktadır.
- Yaşlıların evsizlik nedenleri: Evsizlerin arasında artan bir diğer kesim ise yaşlılardır. Yaşlı ve evsiz kişiler, evsiz kalma nedenleri ve önleme politikaları açısından iki grupta incelenmektedir. Bunlar; 50-61 yaş arası evsizler ile 62 yaş ve üstü evsizler olarak kategorize edilmektedir (Sermons ve Henry, 2010: 4). Yaşlıların, yaş aldıkça hayatlarında oluşan bir takım değişikliklerle yaşlılığı kabullenememeleri ve fiziksel, ruhsal hastalıklar gibi sorunlar evsiz kalmalarını tetiklemektedir (Işıkhan, 2004: 41-42).

Tüm kesimler için konu ele alındığında; yoksulluk, göç, savaşlar, doğal afetler, işsizlik, ruhsal veya fiziksel rahatsızlıklar gibi sorunların evsizliğin sonucu olabileceği gibi nedeni de olduğu görülmektedir. Bilinen en temel evsizlik sebebi ise yoksulluk olarak karşımıza çıkmaktadır. Yoksulluk, özellikle günümüz kentlerinin en önemli sorunlarından biridir (Sipahi, 2006: 177) ve sayılan diğer nedenleri de tetikleyen bir unsurdur.

Günümüzde göç de yoksulluğa eşlik etmekte, göçle beraber yoksulluk da bir yerden başka bir yere taşınmaktadır (Tümtaş ve Ergun, 2014: 19). Ekonomik, sosyal, psikolojik, kültürel birçok değişime ayak uydurmak durumunda olan göçmen, uyum sağlayamadığında işsizlik, yoksulluk hatta evsizlik gibi sorunlarla karşılaşabilir. Bu bağlamda göç kavramı evsizlikle neden sonuç ilişkisi içermektedir (Meneviş, 2006: 22). Göçle ilgili olan diğer bir konu da savaşlardır. Savaşlarla birlikte gündeme gelen yoksulluk, işsizlik, psikolojik travmalar ve göç de evsizliğe sebep olabileceği gibi, savaşta evini kaybetmiş insanlar da doğal olarak evsiz kalmaktadırlar.

Diğer taraftan, devlet politikaları ve yapısal sorunlar da evsizliğin nedenlerini oluşturmaktadır. İstihdam piyasasındaki dalgalanmalar, düşük ücretli konut arzının yetersizliği ve yardım programlarındaki kesintiler gibi yapısal faktörler yine evsizliğin genel sebepleri arasında sayılmaktadır (Kaya Kılıç ve Aslantürk, 2019: 421). Bu sorunlara bir de afet gerçeği eklendiği zaman evsizliğin boyutları daha da artmaktadır. Sel ve deprem gibi büyük afetler sonucunda insanlar evlerini, yakınlarını kaybetmekte ve bunun sonucunda evsiz bir yaşama mahkûm olabilmektedirler (Okumuş, 2012: 5-8).

Evsizliğin toplumsal sistemle, yapısal özelliklerle, doğa olaylarıyla, siyasal çatışma/savaşlarla ve kişisel özelliklerle ilişkilendirilmesinin yanında, sorunun küreselleşme ile ekseninde ele alındığı da görülmektedir. Esasen bunu küreselleşmenin sonuçlarından biri olarak evsizliğin artması ve evsizliğin küresel bir sorun haline gelmesi biçiminde iki boyut üzerinden yorumlamak olanaklıdır. Küreselleşmenin etkisi ile dijitalleşen dünyada ve tüketim de hızla artmış, gelişmiş ülkelerde başlayan tüketim çılgınlığı giderek tüm toplumlara yayılmış ve gelir dağılımı adaletsizliği de yoksulları daha önce hiç olmadığı ölçüde etkilemiştir. Bu süreçte bireyselleşip yalnızlaşan bireyler tüketim toplumunun isteklerine cevap veremedikleri noktaya geldiklerinde evsizlik girdabına sürüklenmişlerdir. Stiglitz’in (2002) birinci dünya içinde üçüncü hatta dördüncü dünyaların varlığı betimlemesi bu bakımdan çarpıcıdır. Diğer yandan da evsizlik giderek tüm dünyanın bir sorunu haline gelmiş, gelişmiş/gelişmemiş fark etmeksizin birçok ülkede soğuk yüzünü göstermiştir.

4. EVSİZLİK SINIFLANDIRMALARI

Evsizler; ev dışında geçirdikleri zamana, mekâna veya çeşitli unsurlara göre sınıflara ayrılmaktadırlar. Bu sınıflandırmalardan biri, Ziefert ve Brown'un (1991: 214) evsizleri; "kronik evsizler", "geçici evsizler" ve "marjinal evsizler" olarak üçe ayırmasıdır. Kronik evsizler, bir yıl veya daha uzun süredir evsiz kalan bireyleri ifade etmektedir. Geçici evsizler ise genellikle iş kaybı, arkadaşları veya aileleriyle yaşanan sorunlar ve anlaşmazlıklar gibi nedenlerle evsiz kalmış kişilerdir. Bu bireyler barınaklarda veya sokaklarda yaşamlarını sürdürerek dönemsel olarak evsiz kalmaktadırlar. Son olarak marjinal evsizler, genellikle akıl sağlığı sorunları ve madde bağımlılığı sebebiyle evsiz kalan bireyleri ifade etmektedir.

Roth ve Bean (1986: 713) evsizleri, kaldıkları mekânlara ve kalma sürelerine göre sınıflandırmışlardır. Böylece dört temel evsizlik düzeyi belirlemişlerdir. Köprü altlarında, arabalarda, terk edilmiş binalarda, otobüs duraklarında kalanlar ilk evsizlik sınıfını oluşturmaktadır. İkinci grupta; evsizlere ayrılmış barınaklar ile daha çok dini organizasyonların tahsis ettiği mekânlarda ücretsiz olarak kalanlar yer almaktadır. Diğer bir kategori, ucuz otel veya motellerde konaklayanlardır. Dördüncü ve grup ise; arkadaş veya aileden birinin yanında kalan veya hapisanede gün geçirenlerdir.

Farklı bir sınıflandırma da Birleşmiş Milletler Avrupa Ekonomik Komisyonu Avrupa İstatistikçileri Konferansı (CES)'nda dile getirilmiştir. Konferans komitesinin Nüfus ve Konut Sayımları Uzmanları Grubu evsizliği; "birincil evsizlik" ve "ikincil evsizlik" olarak iki gruba ayırmışlardır. Buna göre "birincil evsizlik" (primary homelessness); sokakta veya insani açıdan yaşanması zor ve tehlikeli alanlarda yaşamını sürdüren kişileri kapsayan bir kategoridir. "İkincil evsizlik" (secondary homelessness) ise düzenli ve sürekli kaldığı bir ikamet bulunmayan, kaldığı yer değişkenlik gösteren bireyleri kapsamaktadır (Akyıldız, 2017: 69).

5. EVSİZLİK SONUCU OLUŞAN SORUNLAR

Bekleneceği gibi evsizlik beraberinde birçok farklı sorunu da getirmektedir. Bunları; bireyler yani evsizler açısından ve toplumsal anlamda ortaya çıkan sorunlar olarak betimlemek olanaklıdır. Bireyler açısından konu ele alındığında, genel olarak kişisel temizliklerini yerine getirememeye, taciz, tecavüz ve zorbalığa maruz kalma, kaza ve yaralanmalar, fiziksel ve ruhsal hastalıklar, madde veya alkol kullanımı gibi sonuçlarla karşılaşılması söz konusudur. Toplumsal açıdan bakıldığında evsizler, diğer insanlardan dışlanmaya ve ötekileştirilmeye maruz kalırlar ve bunun sonucunda da topluma ve yaşadıkları kente yabancılaşırlar. Özellikle içinde yaşadıkları toplumdaki bireyler tarafından giyinimleri, tavırları ve yaşam tarzları nedeni ile dışlanmaları sıklıkla karşılaşılan bir sorundur. Diğer bir anlatımla, sosyal dışlanma riski bulunan gruplar arasında yüksek oranda evsizler yer almaktadır (Sosyal Dışlanma Riski Bulunan Gruplar, 2020).³

Dezavantajlı toplumsal kesimler içinde evsizlerin yüzleşmek durumunda oldukları sorunları sınıflandırmak gerekirse; gençler, evsizlik riskiyle karşı karşıya kalan gruplar arasında önemli bir çoğunluğu oluşturmaktadır. Çeşitli sebeplerle evsiz kalan gençlerin önemli bir bölümünde, evsizliğin öncesinde fiziksel veya ruhsal hastalıklar olmamasına ya da hafif psikolojik sorunlar olmasına rağmen, evsizlik sürecinde ortaya çıkan, belirli psikolojik ve fiziksel hastalıklar ve sorunlar görülmektedir. Örneğin, AIDS gibi cinsel yolla bulaşan hastalıklar, madde bağımlılığı, fuhuş ve intihar girişimleri gibi (Ringwalt vd., 1998: 1325).

Evsiz bireylerde sık karşılaşılan fiziksel ve ruhsal hastalıklar ise; majör depresyon, hipertansiyon, diyabet, astım, madde kullanım bozukluğudur. Ayrıca evsiz bireyler psikiyatrik rahatsızlıklara diğer insanlara oranla daha açıktırlar (İlhan ve Ergün, 2010: 82). Evsizler yoksullukla bağlantılı olan sağlık sorunlarına da doğal olarak eğilimlidirler. Yetersiz ve dengesiz beslenme, psikososyal stres, güvenlik ve yalnızlık sebebiyle diğer insanlara göre daha çok sağlık sorunu yaşamaktadırlar (World Health Organization, 2000; Šikić-Mičanović, 2010: 55).

Yine, evsiz kadınlar cinsel istismara ve fiziksel şiddete maruz kalmaktadırlar. Özellikle çocukları ile birlikte sokakta yaşamak zorunda kalan kadınlar, diğer evsizlere göre daha farklı güçlüklerle karşılaşmaktadırlar. Evsiz kadınların çocukları, yaşlılarına göre erken yaşta çalışmak zorunda kalmakta, cinsel istismara ve şiddete maruz kalmaktadırlar (Işıkhan, 2006b: 43). Evsiz çocukların yetersiz beslenmeye bağlı bağışıklık risklerine ek olarak, aşılama oranları da oldukça düşüktür. Bu bakımdan evsiz çocuklar, salgın hastalıklara karşı daha açık olup akut rahatsızlıklar sebebiyle acil servislere de sıklıkla başvurmaktadırlar (Morris ve Gordon, 2006: 844). Evsizler gibi

³ İnternet ortamında sözü edilen dışlama sürecine ilişkin çok sayıda sosyal deney örneğine rastlamak olanaklıdır.

yoksul ailelerin çocukları da aynı kaderi paylaşmaktadır ve ilerleyen yaşlarda birçok sağlık sorunu yaşamaktadırlar. Yine Bassuk ve Rubin (1987: 284), evsiz ailelerin çocuklarının yüksek derecede anksiyete ve depresyon gibi ruhsal sorunlarla baş etmek durumunda olduklarını ifade etmektedirler. Ziefert ve Brown (1991: 212) ise kadınların ve çocukların günlük işlerini hallederken ve yaşamlarını sürdürürken evin temel unsurları olduğunu, evsiz kalan ailelerin ise parçalanma riski ile karşı karşıya olduklarını ifade etmektedirler. Bu doğrultuda aileyi ayakta tutan en önemli unsurlardan birinin ev olduğunun altı çizilmelidir.

Evsizliğin bir olumsuz sonucu da insanların soğuk havalarda sokakta kalmalarıdır. Diğer bir anlatımla, caddenin kirli ortamına maruz kalan evsizler, havanın sıcak ve soğuk olma durumundan çok fazla etkilenmektedirler (Morris ve Gordon, 2006: 842). Kaya Kılıç ve Aslantürk evsiz bireylerle ilgili yaptıkları çalışmada; evsizlerin soğuk havalardan dolayı uykusuzluk sıkıntısı çektiklerini belirtmişlerdir. Kimi madde bağımlısı kişiler evsizlere şiddet uyguladığından dolayı, zaman zaman kendilerini sokaktaki diğer evsizlerden korumak zorunda kalmaktadırlar. Bu anlamda hırsızlık, gasp ve şiddet gibi suçlara maruz kalma riski yüksek olan kişiler evsizlerdir (Kaya Kılıç ve Aslantürk, 2019: 428).

Şiddete eğilimli olma durumu, evsizliğin bir diğer çıkmazıdır. Evsiz bireyler birbirlerine karşı olabileceği gibi, toplumdaki diğer insanlara karşı da şiddet uygulayabilmektedirler. Bu durum, zorlu yaşam koşullarında hayatta kalma çabalarının ve kimi zaman da uyuşturucu madde etkisinde olmalarının bir sonucudur. Bu anlamda hem evi olan bireylerden gelecek tehditlere hem de diğer evsiz bireylerden gelecek olan risklere karşı kendilerini korumak için de şiddet eğilimi göstermektedirler.

Belirtildiği gibi evsizliğin sonuçlarından bir diğeri ise bulaşıcı hastalıklara en açık grup olmalarıdır. Özellikle günümüzde COVID-19 virüs salgını sebebiyle birçok insan hayatını kaybetmekte ve Türkiye de dâhil olmak üzere birçok ülke 'evde kal' çağrısı yapmaktadır. Fakat evsiz bireylerin gidebileceği bir evi olmadığından sokaklarda - hijyenik olmayan koşullarda- yaşamaya ve bu riski almaya mecbur kalmaktadırlar.

6. DÜNYADA EVSİZLİK SORUNUNUN BOYUTLARI VE ÜLKELERDE YAPILAN ÇALIŞMALAR

Dünyada evsizlik sorunu giderek büyümekte ve neredeyse ülke ayrımı yapmamaktadır. İçinde yaşadıkları toplumun özelliklerinden, barınmaya çalıştıkları kentin iklimsel özelliklerine değin birçok faktör evsizleri ve evsizliği etkilemektedir. Ancak evsizliğin daha çok büyük metropollerde, toplumsal bağların ve dayanışma ilişkilerinin zayıfladığı kentlerde daha 'görünür' olduğunu ve evsizlerin de yaşam koşullarının daha dramatik hale geldiğini ifade etmek olanaklıdır.

Diğer taraftan, ülkelerin evsizlik özellikleri ve tanımlamaları da farklılık göstermektedir. Bir ülkede evsiz sayılan birey başka bir ülkede evsiz kabul edilmeyebilir. Bu nedenle de dünyada evsiz bireylerin sayısının tam olarak belirlenmesi güçtür (Akyıldız, 2017: 71). Yine, evsizlerin tipolojisi de ülkeden ülkeye değişmektedir. Örneğin Amerika'da bir evsiz battaniyesiyle veya çadırıyla sokaklarda yaşarken, Türkiye'de otogarlar veya tren istasyonlarında evsizlerin zaman geçirdikleri görülür (İlhan ve Ergün, 2010: 80; Kaya Kılıç ve Aslantürk, 2019: 419). Ancak, suça eğilimli olma, bağımlılık, ruhsal sorunlar evsizlerin her ülkedeki ortak özelliklerindedir.

Evsizlik sorunun en fazla yaşandığı ülkelerden biri ABD'dir. Dünyanın en gelişmiş ülkelerinden biri olmasına rağmen, ülkede işsizlik, yoksulluk ve evsizlik oranlarının oldukça yüksek olduğu görülmektedir (Yılmaz, 2015: 221). Nitekim 2017'de yayınlanan Konut ve Kentsel Gelişim Departmanı'nın Yıllık Evsiz Değerlendirme Raporu'na göre, ABD'de 554.000 evsiz insan yaşamaktadır (Homelessness in the United States). ABD'de son zamanlarda evsiz kalan ailelerde (homeless families) de artış görülmektedir. 1980'li yıllarda; evsiz aileler, toplam evsiz nüfusun %1'den az bir kısmını oluştururken bu oran son 30 yılda artış göstermiş ve 2009 yılı verilerine göre evsiz aileler, toplam evsizlerin %32'sini oluşturmuştur (U.S. Department of Housing and Urban Development: 2009; Bassuk, 2010: 496). Özellikle ABD ve Kanada'daki neredeyse her metropolde evsiz olan büyük bir nüfus olduğu bilinmektedir.

Günümüzde Koronavirüs salgınının (COVID-19) ortaya çıkmasıyla birlikte hijyen koşullarından ve sağlıklı beslenme olanaklarından yoksun olan evsizlerin çok daha güç bir duruma düştükleri görülmektedir. Nitekim ABD basımında pandeminin asıl kurbanlarının evsiz siyahî insanlar olduğu yönünde açıklamalar yapılmaktadır. Chicago kentî, Michigan ve Louisiana eyaletleri gibi yerlerde Koronavirüs vakası daha çok siyahîler arasında yayılmış durumdadır. Bunun sebebi olarak yoksulluğun siyahîler arasında daha yaygın olduğu öne sürülmektedir (<https://www.ntv.com.tr/>). Öte yandan, pandeminin seyri ve yayılımı açısından da evsiz bireylerin Kuzey Amerika'da büyük bir sorun haline geleceği öngörülmektedir (Tsai ve Wilson, 2020: 1).

Boston ve Pensilvanya Üniversitelerinin araştırmalarına göre ise Covid-19 virüsünün 3.400'den fazla evsiz Amerikalıyı öldüreceği öngörülmektedir (Gomez, 2020). Konuya ilişkin çeşitli önlemler alınmaya çalışılmaktadır. Örneğin, Las Vegas'ta da virüs sebebiyle insanlar altı metre aralıklarla yerleştirilmiş beyaz boyalı dikdörtgenlerle sınırlandırılmış otoparklarda uyumaktadırlar (Ellis, 2020). Yine ülkede evsiz kişilerin sağlık hizmetlerini eşit ve yeterli düzeyde almalarının sağlanması amacı ile bir sağlık programı⁴ (İlhan ve Ergün, 2010: 84) uygulanmaya başlanmıştır. Buna karşın, evsizlik oranları oldukça yüksek olan ABD'nin virüs salgını krizini iyi yönetememiş olduğu ve evsizlerin sosyal izolasyonunu sağlayamadığı görülmektedir. Bazı araştırmacılar, Amerika Birleşik Devletleri'nde yaşayan evsizler arasında Koronavirüs testi yapılmamasının riski arttırdığını ve virüsün kontrol altında tutulmasını engellediğini ifade etmektedirler (Maxmen, 2020).

İngiltere'de de tüm dünyada olduğu gibi evsizlik büyük bir sosyal sorundur. 2011 yılında bazı Avrupa ülkelerini içine alan bir nüfus sayımı yapılmış ve evsizlik ile ilgili veriler ortaya konulmuştur. Ancak güvenilirliği tartışmalı olan bu verilerde evsizlik oranları öngörülenin aksine çok yüksek çıkmıştır (Busch-Geertsema, Culhane ve Fitzpatrick, 2016: 5). İngiltere'de 2019 verilerine göre yaklaşık 250.000 hane ve 400.000 kişi evsiz veya evsizlik riski altındadır. Elbakyan'a (2020: 2-3) göre; evsizlik sorunu, sosyal adaletin barometresidir. İngiltere'de evsizliğin öncelikli nedeninin konut sorunu gibi yapısal nedenler ekseninde ele alınması söz konusudur (Busch-Geertsema ve Fitzpatrick, 2008: 79). Sorunun çoğunlukla ekonomik sebeplerden kaynaklı olduğu düşünüldüğünde konut fiyatlarında veya kiralardaki düşüş evsizliği nispeten azaltacaktır. Bu nedenle, İngiltere'de de evsizlik sorunuyla mücadelede öncelikle yapılması gereken, evsizliği ortaya çıkaran yoksulluk, yetersiz eğitim ve istihdam gibi sosyal sorunlarla mücadeledir (Elbakyan, 2020: 2-3).

Koronavirüs salgını ve evsizlere etkileriyle beraber yeni çalışmalar gündeme gelmektedir. Bunlardan biri evsizler için önerilen 'Covid-Care' ve 'Covid-Protect' alanlarının oluşturulmasıdır. Bu uygulamaya göre testi pozitif çıkan veya ağır semptomları gösteren evsizler Covid-Care için tesis edilen alanlara yönlendirilirken, Koronavirüs testi negatif çıkan ancak izolasyonunu sağlayamayacak kişiler Covid-Protect alanlarına yönlendirilmelidir. Bu uygulamanın gerçekleştirileceği alanlar olarak boş ve kullanılmayan otellerin tahsis edilmesi söz konusudur. Evsiz bireylerin kendilerine ait odaları ve banyoları bulunacak böylece izolasyon sağlanarak Koronavirüs salgınının yayılması önenebilecektir (Kirby, 2020: 448).

Kıta Avrupası'na gelindiğinde, konuya ilişkin olarak geliştirilmiş olan ETHOS (Avrupa Evsizlik ve Yerleşim Dışlama Tipolojisi) projesiyle Avrupa ülkelerinin konuyu ele alış biçiminde ortak bir dil oluşturulmuş ve bu projede de evsizliğin birçok farklı konuyla bağlantılı olarak ortaya çıktığı ifade edilmiştir (Akyıldız, 2017: 70). Evsizlik sorunuyla mücadeleye yönelik çeşitli yasal düzenlemelere gidilmiş ve Avrupa ülkelerinde hukuksal olarak ülkelerin konut sağlama zorunluluğuna ilişkin düzenlemeler yapılmıştır. Yine yasalarla evsizler devletten sosyal yardım isteyebilmektedirler. Avrupa'da bu konuda iki önemli yöntem kullanılmaktadır. Bunlar; "basamak modeli" (staircase model) ve "konut modeli" (housing first) olarak karşımıza çıkmaktadır (Amore, Baker ve Howden-Chapman, 2011; Akyıldız, 2017: 77). Konut modeli daha çok konut eksikliği sebebiyle evsiz kalan insanlar için uygulanmakta, konutlar inşa edilip evsizler konutlandırılmaktadır. Basamak modeli ise evsizlerin konut problemi dışında evsiz kalma sebebine yönelik tespit ve uygulamaları içermektedir.

Rusya'da da evsizlik önemli bir sorun teşkil etmektedir. Ancak yaklaşık 5 milyon evsizin yaşadığı tahmin edilen ülkede, bu konudaki resmi istatistikler düzensizdir. Moskova ve Saint Petersburg, evsizlik oranı yüksek olan iki büyük kenttir. Saint Petersburg'daki evsizlikle mücadelede önemli kuruluşlardan biri "Nochlezhka" olarak öne çıkmaktadır. Çalışanlarının çoğunun gönüllü kişiler olduğu bu kuruluşta; barınaklar, gece otobüsleri, ısıtma merkezi, gece barınağı, danışmanlık hizmetleri, rehabilitasyon merkezleri, çamaşırhaneler, dinleyici noktası ve bilinçlendirme gibi birçok hizmet verilmektedir (<https://homeless.ru/>). Bu girişimlere karşın, iklimin de evsizler için elverişli olmadığı ülkede parklar, alışveriş merkezleri ve tren istasyonları da evsizlere kapalıdır (Berkhead, 2020).

Üçüncü dünya ülkeleri arasında da evsizlik yaygın bir sorundur. Özellikle Hindistan'da birçok evsizin bulunduğu ve bunların da büyük çoğunluğunun (yaklaşık %70) kırsal nüfustan oluştuğu bilinmektedir. Kentsel alanda da ülkede en fazla evsizin bulunduğu yer Mumbai'dır. Hindistan'da toplam evsiz sayısı 2012 verilerine göre 6 milyon olarak tahmin edilirken, sosyal kurumlarda yaşayan insan sayısı da toplam 22 milyondur. Kentte yaşayan insanlardan farklı olarak kırsaldaki evsizlerle ilgili neredeyse veri yoktur. Burada evsizlik sorununun en belirgin özelliği ise kırsal ve kentsel evsizliğin sosyal sınıflar ve ekonomik koşullarla bağlantılı olmasıdır (Wardhaugh,

⁴ The Health Care for the Homeless (HCH) Program.

2012: 3). Ülkedeki kimi sivil toplum kuruluşları, Hindistan'ın kentsel nüfusunun en az yüzde birinin evsizlerden oluştuğunu iddia etmektedirler. Bunun yanı sıra en çok sokak çocuğuna sahip ülke de Hindistan olarak belirtilmiştir. Hindistan'ın evsizlikle mücadelede önemli bir rol üstlenen vakfı Housing and Land Rights Network (HLRN), bağımsız bir kuruluş olarak öne çıkmaktadır. Vakfın amacı tüm bireyler için güvenli ve yeterli konut ihtiyacının haklarının savunulması geliştirilmesini sağlamaktır. Bunların yanı sıra vakıf 13 Mart 2020'de yayınladığı raporla Covid-19 virüsüyle ilgili olarak evsizler için alınması gereken önlemleri ele almıştır (HLRN). Evsizliğin dışında ülkede nüfusun önemli bir bölümü de -70 milyondan fazla kişi- sağlıklı ve tekinsiz yaşam alanları olan slumlarda yaşamaktadır (HLRN, 2020).

Evsizlik oranlarının yüksek olduğu Güney Afrika'da da evsizler için devlet, ulusal konut politikaları ve sosyal yardımlar yapmaktadır. İnsan Bilimleri Araştırma Konseyi (HSRC) sonuçlarına göre hükümetin sağladığı hibelerin bazıları evsiz bireylere ulaşmakta ve evsizler bu sayede sokak hayatından kurtulabilmektedir.

Yukarıdaki veriler değerlendirildiğinde, ister gelişmiş, ister gelişmekte olan olsun birçok ülkede evsizlik sorunun olduğu ifade edilebilir. Bu bağlamda gelişmiş ülkelerde de evsizlik sorunun yaşanması, sorunun sadece yoksullukla bağlantılı olarak ortaya çıkmadığının bir göstergesidir (Cross, Erasmus, Ward ve O'Donovan, 2010: 6-7). Evsizlik sorunu, çoğunlukla yoksullukla bağlantılı olmakla birlikte başka birçok problemden kaynaklanabilecek temel bir sorundur. Türk ve Ünlü (2016: 93), yoksullukla mücadelede gelişmemiş ülkelerin kaynak yetersizliği yaşayabileceğini, gelişmiş ülkelerin ise vatandaşlarına çeşitli yardımlar sağlayabileceğini ifade etmektedir. Buna göre yoksulluk ve buna bağlı oluşan evsizlik tüm ülkelerde görülebilen bir sorunken, evsizlikle ve yoksullukla mücadelede gelişmiş ülkeler daha hızlı ilerleyebilir konumdadır.

Verilen örnekler bağlamında bazı ülkelerde yasalarla evsizlere bir takım haklar tanırlarken, bazı ülkelerde evsizliğin tanımlanması bile yapılmamakta, daha çok evsizlikle mücadele sivil toplum kuruluşları eliyle yürütülmeye çalışılmaktadır. Son 20-25 yıldır küreselleşen ve toplumsal bir sorun olarak incelenen evsizlik (Akyıldız, 2017: 71) önlenmemesi durumunda, Covid-19 virüs salgını gibi krizlerde toplumsal anlamda daha büyük sorunlara yol açacaktır.

7. TÜRKİYE'DE EVSİZLİK SORUNUNUN BOYUTLARI VE YAPILAN ÇALIŞMALAR

Evsizlik yalnızca barınma sorunu olmanın ötesinde önemli bir insani ve toplumsal sorundur. Çalışmanın önceki kısımlarında değinildiği üzere günümüzde pek çok ülkede görüldüğü gibi Türkiye'de de evsiz bireyler bulunmaktadır. 2009 yılındaki tahminlere göre Türkiye'deki evsizlerin sayısının 70-100 bin arasında olduğu, bunun yanı sıra sadece İstanbul'da yaklaşık 10 bin kişinin evsiz olduğu tahmin edilmektedir (Salih, 2020). Ülkemizde enflasyonun yüksek olması, asgari ücret ve sosyal yardımların yetersizliği yoksulluğa ve evsiz bireylerde de artışa neden olmaktadır (Işıkhani, 2002: 37).

Toplumdan dışlanan ve ötekileştirilen evsizlerle ilgili çözüm önerileri ve çalışmalar açısından ülkemizde belirgin bir yetersizlik bulunmaktadır. Özellikle Türkiye'de evsiz çocuklar; 1990'lı yıllardan bu yana tartışılan ve gündemden düşmeyen toplumsal bir sorundur (Barış, 2009: 88-89). Bunun yanı sıra Türkiye'de şiddet, boşanma vb. çeşitli sorunlar sonucu evsiz kalan kadınlar da evsizlik tehlikesi ile karşı karşıyadırlar. Şiddete maruz kalan kadınlara çocukları ile birlikte sığınabilecekleri bir "cankurtaran simidi" olarak kurgulanan ve 5393 Sayılı Kanun ile de belediyelere kurlmaları noktasında yasal zorunluluk getiren Kadın Sığınma Evleri ise sözü edilen amaç için sınırlı kalmakta (Sallan Gül ve Sipahi, 2017), bu durum da kadınları evsizliğe sürüklemektedir.

Sadece kadınlar bağlamında değil, tüm toplumsal kesimlerden evsizler açısından dünyadaki büyük metropollerle kıyaslandığında Türkiye'de evsizlerin görünürlüğünün (en azından göçmenlerin yüksek rakamlara ulaştığı günümüze değin) çok daha az olduğu ifade edilebilir. Bu oranların düşük olması, geleneksel aile yapısının varlığı, güçlü toplumsal dayanışma ağları ve dinsel pratiklerin gerektirdiği yardımların fazla olması ile açıklanmaktadır (Erkaslan, 2009; Yeter, 2018: 39)

Diğer taraftan, Türkiye'nin diğer ülkelere kıyasla konunun önemini tam olarak idrak edememiş ülkeler arasında değerlendirilmesi de söz konusudur. Bunun nedeni, Türkiye'de evsizlere yönelik sosyal hizmet veya politikaların bulunmaması, evsizlere yönelik sosyal yardımların çoğu zaman sivil toplum kuruluşlarına bırakılması ve yasal düzenlemelerde evsizlik tanımının yapılmaması olarak sıralanabilir (Erbay, 2016: 82; Akyıldız, 2017: 68; Yeter, 2018: 40). Ancak, evsizlerin doğrudan başvuracağı bir merkez/kurum bulunmamasına karşın, farklı sosyal yardımların evsizlere ulaşması için harcanan çabalar da dikkate değerdir.

Doğrudan evsizlere yönelik olarak merkezi idare, yerel yönetimler ve STK'lar çeşitli sosyal yardımlar yapmakta ve onların sorunlarına çözüm bulmaya çalışmaktadırlar. Özellikle kışın daha çok gündeme gelen bu dezavantajlı gruplar için zaman zaman spor salonları geceleri barınılabilecek mekânlara dönüştürülmekte ve sağlık kontrolleri yapılmaktadır (Akyıldız, 2017: 78). Koordinasyondan, süreklilikten ve bütünlükten yoksun olarak yürütülen bu hizmetlerin, belirli bir merkezden koordine edilmesi ve ulaşılabilen evsiz sayısının artırılabilmesi son derece önemlidir.

Türkiye’de evsizlerle ilgili olarak çalışma yapan kurumlar arasında dernekler önemli bir yere sahiptir. 1995 yılında kurulan Şefkat-Der, 2015 yılından beri İstanbul’da faaliyet gösteren Erdemliler Dayanışma Derneği, Çorbada Tuzun Olsun Derneği, Hayata Sarıl Derneği (Yeter, 2018: 41-42) gibi birçok dernek, evsizler için çalışmalar yürütmektedir. Derneklerin ortak amacı Türkiye’de evsizlikle ilgili olarak halkı bilinçlendirmek ve evsiz insanlara yardımları ulaştırmaktır.

Türkiye’deki evsizler birçok olumsuzluklarla karşılaşmaktadır. Üstlerindeki kıyafetleri diğer vatandaşlardan farklı olarak daha özensiz ve kirliliği için restoran, lokanta, kafeterya gibi toplu kullanılan alanlarda kabul edilmezler (Türkiye’de Evsizlere Dair Rapor, 2011: 6). Evsizliği önlemek amacıyla yapılan çalışmalar, evsiz bireylerin toplumdan dışlanmaları ve uyum sorunları konusuna odaklanmaktadır. Ancak bu çalışmaların henüz başlangıç aşamasında olduğunu ifade etmek gerekir. Belirtilmelidir ki sadece evsizlerin yaralarını sarmak ya da zaman zaman onların sıkıntılarını geçici çözümler bulmak yerine “evsizliğin” görmezden gelinmeden ve geleceğin önemli bir sorun alanı olacağı öngörüsünden hareketle kamu politikalarına konu olması ve konuya ilişkin hukuksal düzenleme ve tanımlamalara gidilmesi sosyal devlet ilkesinin bir gereğidir.

8. COVID-19 VİRÜS SALGINI SÜRECİNDE TÜRKİYE’DE EVSİZLERE YÖNELİK ÇALIŞMALAR VE SORUNLAR

Bilindiği üzere, Türkiye’de 11 Mart 2020 tarihinde ilk vakanın tespit edilmesinin ardından geçen sürede vaka ve ölüm sayıları hızla artmış, pandemi zengin-yoksul ayırt emeksizin herkesin gerçeği haline gelmiştir. Ancak hijyen koşulları, sağlık hizmetlerine erişebilirlik, yeterli ve sağlıklı beslenebilme, karantina sürecinde insanların evlerinde kalmaları gibi konuların hastalık açısından taşıdığı önem düşünüldüğünde, salgından en fazla etkilenmesi beklenen kesimin de evsizler olduğu açıktır.

Koronavirüs salgınının başlangıcı ve evsiz bireylerin bu durumdan daha fazla etkilenmesi, kamu yöneticileri açısından da etik ve ahlaki sorunları tekrar gündeme getirmiştir (Benavides ve Nukpezah, 2020: 653). Salgın, hükümetleri ‘evde kal’ çağrısı yapmaya ve bir takım önlemler almaya zorlamaktadır. Ancak ülkelerce yapılan bu çağrılar ve uygulamaya konulan politikalar, insanların evlerinin olduğu varsayımına dayanılarak yapılmakta ve dünyadaki milyonlarca evsiz insan bu noktada göz ardı edilmektedir (Farha, 2020). Qoriah ve Husna (2020: 31), Koronavirüs salgınından en çok etkilenen gruplar arasında evsiz insanlar olduğunu belirtmektedirler. Bunun nedeni ise evsiz insanların kendilerini gerekli ölçüde izole edememeleri ve sosyal hizmetlerdeki yetersizlik ve aksaklıklardan fazlasıyla etkilenmeleridir.

Evsizler, ‘evde kal’ çağrısına isteseler de uyamazlar; sosyal mesafeyi korumak ve hijyenik olmak onlar için neredeyse olanaksızdır. Bu sebeple Koronavirüs salgınına yakalanma tehlikesiyle birlikte korku üzerine korku yaşamaktadırlar (Ellis, 2020). Ancak virüs salgını sadece evsizleri olumsuz etkilememekte, aynı zamanda neden olduğu ekonomik kriz nedeni ile evsiz olmayanları da evsizliğe sürüklenme olasılığını giderek güçlendirmektedir. Virüs sebebiyle; ekonomik zorluklar yaşayan, işsiz kalan, artan aile içi şiddetten payına düşeni alan insanlar kendilerini sokakta bulabilmektedirler.

Konunun diğer endişe verici boyutunu da salgın sebebiyle kadına ve kız çocuklarına yönelik şiddet olaylarının artması oluşturmaktadır. Salgın, ‘görünmeyen ikinci salgına’ (Özvarış, 2020) neden olmakta, kadınlara ve kız çocuklarına yönelik şiddet, tecavüz ve taciz olaylarında artış görülmektedir. Kadınların evsiz kalmaması ya da şiddet mağduru olmaması için kurulan kadın sığınma evleri bu amaca hizmet eden birer sosyal yardım aracı olarak değerlendirilebilir (Işıkhana, 2006b: 44). Bilindiği üzere, pandemi öncesinde de Türkiye’de şiddet olayları yüksek olduğundan, sığınma evleri yetersiz gelmekte idi. Özellikle ülkemizdeki göçmen kadınların şiddete ve istismara karşı savunmasız oldukları, ailelerinin kalabalık oluşu ve genellikle de yeterli ve hijyenik bir ev ortamında yaşamaktan mahrum oldukları bilinmektedir (Özvarış, 2020). Bu nedenle de özellikle yoksul kadınların farklı nedenlerden dolayı Covid-19’a karşı daha kırılgan oldukları ifade edilebilir.

Diğer bir dezavantajlı grup olan evsiz yaşlıların Covid-19 virüsüne yakalanma ve onun ölümcül etkisine en fazla maruz kalma riski yüksek bir grup olduğu bilinmektedir. Uzun bir süre Türkiye’de 65 yaş üstü ve 20 yaş altı bireylere sokağa çıkma sınırlaması getirilmişti. Ancak doğal olarak, bu sınırlamaya uyması mümkün olmayan evsiz yaşlı bireylerin, hem hastalığın mağduru, hem de taşıyıcısı olma olasılıkları yüksek olup, hastalandıklarında sağlık hizmetlerine erişmeleri de güç görünmektedir.

Covid-19 virüs sürecinde korunmaya muhtaç diğer grup da çocuklardır. Virüs salgını boyunca hijyenik bir evde ve ailesiyle sorunsuz yaşayan çocukların bile ruhsal ve fiziksel hastalıklardan etkilenmesi olasılığı varken, evsiz çocukların hastalığa yakalanma ya da ruhsal sıkıntılar yaşama olasılıkları daha yüksektir. Özellikle salgının beraberinde getirdiği karantina sürecinde gündelik işlerde çalışan çocuklar büyük bir ekonomik güçlükte yüz yüze kalmakta ve salgından çok açlık tehdidi ile karşılaşmaktadırlar. Benzer biçimde cadde ışıklarında ya da köşe başlarında mendil su satıcılığı gibi işler yapan sokakta çalışan çocukların da her geçen gün sayılarının arttığı ve benzer tehditlere açık oldukları bilinmektedir. Özellikle çocukların korunması amacıyla kurulmuş olan Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu ile daha sonra kurulan Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı⁵ gibi kuruluşların Koronavirüs salgını ve etkileri ve değişen dünyaya ayak uydurması gerekmektedir (Alpago ve Oduncu Alpago, 2020: 110). Türkiye’de dezavantajlı gruplar için kurumların koronavirüs salgını gibi kriz ortamlarına uygun hale getirilmesi gerekmektedir.

Konuyla ilgili olarak, UNICEF genel direktörü Henrietta Fore, kriz ortamlarında özellikle en çok zarar gören kesimin çocuklar olduğuna dikkat çekmektedir. Çocukların bu süreçte zarar görmemeleri amacıyla UNICEF küresel bir eylem planı başlatmıştır. Buna göre (UNICEF, 2020);

- 1) *Çocukların sağlığı korunmalıdır,*
- 2) *Kırılğan durumdaki çocukların su, sanitasyon ve hijyen olanaklarına erişebilmesi sağlanmalıdır,*
- 3) *Çocukların öğrenmeye devam etmesi sağlanmalıdır,*
- 4) *Aileler, çocuklarının ihtiyaçlarını karşılamaları ve onlara bakabilmeleri için desteklenmelidir,*
- 5) *Çocuklar; şiddet, sömürü ve istismardan korunmalıdır,*
- 6) *Mülteci çocuklar, göçmen çocuklar ve çatışmadan etkilenen çocuklar korunmalıdır.*

Dolaylı olarak evsiz çocukların haklarını da kapsayan bu eylem planının tüm ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de uygulanması gelecek nesiller açısından önem arz etmektedir. Türkiye’de, Covid-19 virüs salgınıyla birlikte evsizlerin mağdur olmaması için STK’lar bazı öneriler sunmakta ve gelen yardımları kabul etmektedir. Bunun yanı sıra Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı evsizlerle ilgili olarak geçici çeşitli düzenlemeler yapmaktadır. Türkiye’de evsizlerin yüz yüze olduğu hastalık tehdidinde yönelik olarak, merkezi düzeyde Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı “Evsizlere Konaklama Projesi”ni başlatmıştır. Projede yer alan eylem planındaki öncelikli konular şu şekilde sıralanabilir (T.C. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı):

- *İllerde evsiz, mekânsız ve kimsesiz kişiler tespit edilerek öncelikli olarak il sınırları içerisinde bulunan kamu kurumu misafirhanelerine yerleştirilecek. İlgili kişilerin, kamu kurumu misafirhanelerine yerleştirilememeleri halinde pansiyon, otel vb. yerlerde konaklamaları veya bir mekânın bu kişilere salgın tehdidi ortadan kalkıncaya kadar tahsis edilmesi sağlanacak,*
- *Konaklatılma öncesi ve konaklama sırasında periyodik aralıklarla sağlık kuruluşlarından destek alınarak bu kişilerin kontrollerin yapılması, hastalık, bulaşma yolları ve alınabilecek kişisel tedbirler konusunda bilgilendirmenin yapılması sağlanacak,*
- *Konaklatılan kişilerin temizlik, sağlık, temel gıda, giyim ve diğer ihtiyaçları giderilecek. Bu kapsamda oluşan giderler Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı imkânları çerçevesinde karşılanacak,*
- *-Kaynak tahsisi yapılan ya da Vakıf kaynağı ile uygulanan projelerde, “Evsizlere Konaklama Projesi” kapsamında hizmet sunulan kişi ve konaklama bilgileri Sosyal Yardım Hizmetleri Bilgi Sistemi veri tabanına işlenecek,*
- *Sağlık Bakanlığı’nın salgın ile ilgili duyuruları takip edilerek, uygulamaya ilişkin talimatlara riayet edilecek. Şüpheli durumlar olması halinde ivedilikle sağlık hizmet birimlerine bildirilecektir.*

⁵ Bakanlık 21.04.2021 tarihli Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile “Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı” adını almıştır.

Projenin amacı il sınırları içindeki evsizlerin kapalı ve hijyenik mekanlara yerleştirilerek sağlık kontrollerinin yapılması bu şekilde evsiz bireylerin hastalığa yakalanmasının ve virüsü taşımalarının önüne geçmektir. Henüz uygulama aşamasında olan projeye devlet evsiz vatandaşların risk ortamında bulunmasını önlemeye ve hem evsizlere hem evsizlerle aynı ortamda bulunacak diğer insanlara virüsün yayılmasını önlemeye çalışmaktadır.

Evsizlik sorunuyla mücadelede yapılan bir diğer çalışma Çorbada Tuzun Olsun Derneğinin, Covid-19 virüs salgınında evsiz vatandaşlar için önerilerden oluşan raporudur. “Biyolojik Afet: COVID 19 Salgınında Evsizlerin Durumu ve Evsizlere Yönelik Stratejik Planlama” başlıklı rapor, insanları bilinçlendirmeyi ve diğer ülkelerin politikalarından hareketle bir öneri sunmayı amaçlamaktadır. Derneğin sunduğu şu çözüm önerilerinden bazılarının oluşturulacak politikalar için dikkate alınması söz konusu olabilir (Çorbada Tuzun Olsun Der, 2020):

- *Sokaktaki bireyler de tıpkı yurtdışından seyahat ile gelenler gibi karantinaya alınmalı,*
- *Semptom gösteren evsiz bireylere maske verilmeli ve diğer evsiz bireylerden ayrı bir yerde barındırılmaları sağlanmalı,*
- *Sokakta yaşamını sürdüren 18 yaş altı çocukların durumları ihbar edilerek Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafınca Emniyet Müdürlüğü tarafından çocukların mevcut durumlarını Sağlık Bakanlığı'na bildirerek eş zamanlı tespitinin yapılması sağlanmalıdır.*

Bunların dışında dernek, iki türlü izolasyon çözüm önerisi sunmuştur. Bunlardan biri “Kapalı Barınma Alanları Oluşturarak Sosyal İzolasyon” diğeri ise kapalı alana karşı gelebilecek vatandaşlar için “Sokak Ortamında Sosyal İzolasyon (SOSİ) Çadır Modeli”dir (Çorbada Tuzun Olsun Der, 2020). Dernek izolasyon önerileriyle, evsizlerin hastalığa yakalanarak taşıyıcı olmalarını önlemeyi amaçlamaktadır.

Devlet genellikle evsizlik sorununu çözmek için düzenleyici otorite gücüne sahiptir. Fakat insan sermayesi olmadan belirli planların uygulanabilmesi ve sorunların çözüme ulaşması oldukça güçtür. Bununla birlikte yerel yönetimler, evsiz bireylerin problemlerini görüp daha hızlı bir şekilde politika üretebilmektedirler. Bu sebeple tek başına hükümetin, yerel yönetimlerin veya kar amacı gütmeyen kuruluşların politika üretmek çözüme ulaşması mümkün değildir (Benavides ve Nukpezah, 2020: 652).

Görüldüğü gibi evsizlerin koronavirüs salgınında toplumsal bir tehdit oluşturdukları varsayılmaktadır. Salgın sürecinde ülkemizin evsizlere yönelik insani ve çözüm odaklı politikaları uygulaması önemlidir. Çünkü bu virüs yalnızca evi olan vatandaşların evde kalmasıyla değil, evsizlerin de korunması ve yalıtılmaları ile yenilebilecektir (Farha, 2020). Ancak evsizlerin izole edilmesi ve onlara çeşitli sanitasyon, dezenfeksiyon ve hijyen hizmetleri sunulması yeterli olmayıp, onların perspektifinden çözüm yollarının da geliştirilmesi kalıcı olarak evsizlikle mücadele noktasında önemli bir adım olacaktır.

9. SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünyada gelir dağılımı adaletsizliğinin giderek artması, evsizlik dahil birçok sorunu beraberinde getirmiştir. Evsizlerin sayısı -gelişmişlik farkı gözetmeksizin- hemen hemen tüm ülkelerde artmakta, ancak metropollerde belirgin bir yığılma gözlemlenmektedir. Ancak, evsizliğin belki de daha önce hiç olmadığı kadar büyük bir sorun olması, bir hastalığın küreselleştiği Covid-19 pandemisi ile birlikte gündeme gelmiştir.

2020'nin başlarından itibaren dünyaya yayılan küresel salgın özellikle bu kesimleri etkilemiştir. Yapılan araştırmalar dünyada evsizliğin zaten belirli bir seviyede olduğunu fakat Covid-19 virüs salgını gibi kriz dönemlerinde içinden çıkılmaz bir hal aldığını göstermektedir. Dünyada uygulanan evsizlikle mücadele yöntemleri genel olarak evsizliğin artışı durduramamış ve kalıcı bir çözüm olamamıştır.

İçinde bulunduğumuz bu zorlu süreçte evsizler için bu gibi acil durumlarda alınan önlemler ve yapılan hizmetlerin ülkemiz için de yeterli olup olmadığı büyük bir soru işareti olarak karşımızda durmaktadır. Türkiye’de varlığı henüz tam anlamıyla kabullenilmeyen ve özel olarak yasalarla hakları korunmayan evsiz insanlar için yerel yönetimler ve STK’lar belirli uygulamalar gerçekleştirirler de bu uygulamalar geçici ve yetersiz kalmaktadır. Bu noktada sunulacak öneriler, evsizliğin olumsuz sonuçları ve virüs salgınında evsiz bireylerin korunmaları amacı ile iki yönlü ele alınmak durumundadır.

Öncelikle pandeminin beraberinde getirdiği ekonomik güçlükler nedeniyle işsiz ve sonrasında da evsiz kalma riski olan kişilerin tespit edilerek, bu kesimlere yardım yapılması yaraya yapılacak ve kanamayı durduracak ilk pansumandır. Bu sayede evsizlerin sayısının artması önemli ölçüde azaltılacaktır. Pandemiden olumsuz etkilenen

bu kesimlere sağlık desteği ve psikolojik destek verilmesi de son derece önemlidir. Çünkü evsizliğin öncelikli sebeplerinden biri de yalnızlaşan bireylerin içine düştükleri psikolojik bunalımdır. Kuşkusuz bu desteklerin verilebilmesi ülke kaynakları ile kısıtlıdır. Ancak, kriz dönemlerinde toplumda güçlenen yardımlaşma ve dayanışma duyguları doğru bir koordinasyonla öncelikle evsizlere yönlendirilebilir.

Özellikle evsiz olma olasılığı olan kadınlar için belirli önlemlerin alınması gerekmektedir. Bu önlemlere bir örnek, artan ev içi kadına şiddet olaylarıyla beraber İspanya’da başlatılan bir uygulamadır. Ülkede şiddet gören yardıma ihtiyacı olan kadınlar eczanelere “maske19” şifresini söylediklerinde polisi çağırabilmektedir. Buna benzer bir uygulama ülkemizde de gerçekleştirilebilir. Bu tür yöntemler, kadınların evsiz kalmasını ve şiddete maruz kalmasını önleyebilecek çözüm araçları olabilir. Virüs salgınında şiddet, taciz, tecavüz veya zorbalıkla karşı karşıya kalan ve sokakta kalma ihtimali olan kadınlar için yetersiz olan sığınma evlerinin sayısı ve kapasiteleri artırılmalıdır.

Öte yandan, sokak çocuklarının hayata kazandırılması için birçok kurumun beraber işbirliği içinde çalışması; sağlık, eğitim ve psikolojik anlamda destek sağlanması çocukların evsizlikle ve evsizliğin olumsuz sonuçlarıyla mücadelede önemli bir adım olacaktır. Bununla beraber Koronavirüs sürecinde evsiz çocukların hastalığa yakalanma ve taşıma olasılıkları göz önünde bulundurularak, çocukların sağlık kontrollerinin yapılması ve onların güvenli çocuk evlerine yerleştirilmeleri bu süreçte atılması önemli bir başka adımdır. Çocukların psiko-sosyal gelişimleri için ise çocuk evlerinde destek birimleri oluşturulmalıdır.

Sonuç olarak, evsizlik sorunu birçok toplumsal sorunu bünyesinde barındıran bir sorunsal olarak ele alınmalıdır. Bu bağlamda, farklı aktörlerin içinde yer aldığı, farklı kuruluşların koordinasyon ve uyum içinde birlikte hareket ettikleri merkezi düzeyde oluşturulan bir çatı kuruluş altında evsizlikle mücadele edilmelidir. Diğer bir ifade ile yerel yönetimleri, STK’ları, merkezi idareyi de içine alan bir çatı kurumun varlığına ihtiyaç duyulmaktadır (İlhan ve Ergün, 2010:85). Özellikle virüs salgını gibi kriz dönemlerinde bu tür bir kurumun varlığı krizin daha çabuk aşılmasında ve sürdürülebilir mücadele politikalarının etkin bir biçimde devam ettirilebilmesinde önemli bir rol oynayacaktır. Yoksulluk politikaları için öngörülen “yoksulluk yanlısı” politikaların evsizliğe uyarlanarak “evsizlik yanlısı” politikaların uygulamaya konulması, soruna kalıcı çözümler üretilmesi ve evsizlerin içselleştirdikleri bu politikalara uyumunu da kolaylaştırması bakımından önemlidir.

YAZARLARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Çalışmaya birinci yazar %60 oranında, ikinci yazar %40 oranında katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

- Akyıldız, Y. (2017). Dünyada ve Türkiye’de evsizlik sorunu ve çeşitli uygulamalar. *LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 67-91.
- Alpago, H. ve Alpago, D. O. (2020). Korona virüs ve sosyoekonomik sonuçlar. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (8), 99-114.
- Barış İ. (2009). Sokakta yaşayan çocuklar ve aileleri (İstanbul örneği). *Sosyoloji Konferansları*, (39), 87-114.
- Bassuk, E. L. (2010). Ending child homelessness in America. *American Journal of Orthopsychiatry*, 80(4), 496-504.
- Bassuk, E. L. ve Rubin, L. (1987). Homeless children: A neglected population. *American Journal of Orthopsychiatry*, 57, 279-286.
- Benavides, A. D. ve Nukpezah, J. A. (2020). How local governments are caring for the homeless during the COVID-19 pandemic. *The American Review of Public Administration*, 50(6-7), 650-657.
- Berkhead, S. (2020). *Moscow’s coronavirus lockdown leaves the homeless out in the cold*. Erişim draesi: <https://www.themoscowtimes.com/2020/04/10/moscows-coronavirus-lockdown-leaves-the-homeless-out-in-the-cold>, (21.04.2020).

- Busch-Geertsema, V. ve Fitzpatrick, S. (2008). Effective homelessness prevention? Explaining reductions in homelessness in Germany and England. *European Journal of Homelessness*, 2, 69-95.
- Busch-Geertsema, V., Culhane, D. ve Fitzpatrick, S. (2016). Developing a global framework for conceptualising and measuring homelessness. *Habitat International*, 55, 124-132.
- Coronavirüs ABD’de siyahileri öldürüyor. (2020). Erişim adresi: https://www.ntv.com.tr/galeri/dunya/coronavirus-abd-de-siyahileri-olduruyor,B_yH8BjbhkC08uMOnsF8OA/A8JrxUEALkqV6JAGje9mxA, (23.07.2020).
- Cross, C., Seager, J., Erasmus, J., Ward, C. ve O'Donovan, M. (2010). Skeletons at the feast: A review of street homelessness in South Africa and other world regions. *Development Southern Africa*, 27(1), 5-20.
- Çaya, S. (2018). Evsiz barksızlar: Hele zengin ülkelerin, hususî bir ayıbı. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(71), 242-270.
- Elbakyan, A. (2020). *Homelessness: A barometer of social justice*. Erişim adresi: www.thelancet.com/public-health, (18.04.2020).
- Ellis, E. G. (2020). *For homeless people, Covid-19 is horror on top of horror*. Erişim adresi: <https://www.wired.com/story/coronavirus-covid-19-homeless/>, (24.04.2020).
- Erdemliler Dayanışması Derneği. (2020). Erişim adresi: <http://erdayder.com/>, (01.08.2020).
- Farha, L. (2020). Covid-19 Guidance note protecting those living in homelessness. *OCHRC*, Special Rapporteur on the right to adequate housing.
- Gomez, J. (2020). *Some homeless Americans unaware of coronavirus as shelters scramble to adhere to guidelines*. Erişim adresi: <https://abcnews.go.com/Health/homeless-americans-unaware-coronavirus-shelters-scramble-adhere-guidelines/>, (26.04.2020).
- HLRN. (2020). Need for special measures to check Spread of COVID-19 among homeless and other inadequately-housed persons. *Housing and Land Rights Network, Press Release*, 13 March 2020
- HLRN. (2020). Erişim adresi: <https://www.hlrn.org.in/>, (30.04.2020).
- Hodge, D. R., Moser, S. E. ve Shafer, M. S. (2013). Spirituality and mental health among homeless mothers. *Social Work Research*, 36(4), 246-255.
- Homelessness in the United States. (2020). Erişim adresi: https://tr.qwe.wiki/wiki/Homelessness_in_the_United_States, (02.04.2020).
- Işıkhan, V. (2002). *Kentlerin gölgesinde yaşayan evsizler*. Ankara.
- Işıkhan, V. (2004). Yaşlı evsizler ve sosyal hizmet müdahaleleri. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 15(12), 39-50.
- Işıkhan, V. (2006a). Türkiye’de evsizler sorunu ve sosyal hizmet. Küreselleşen Dünya’ da Sosyal Hizmetlerin Konumu Hedefleri ve Geleceği Sempozyum Sunum Kitabı, Antalya.
- Işıkhan, V. (2006b). Ruh hastası evsiz kadınların sorunları ve sosyal hizmet yaklaşımları. *Toplum ve Sosyal Hizmet Dergisi*, 17(1), 37-52.
- İlhan, N. ve Ergün, A. (2010). Evsizler ve toplum sağlığı. *Aile ve Toplum*, 5(20), 79-90.
- Kaya Kılıç, A. ve Aslantürk, H. (2019). Evsizlerin sosyo-demografik özellikleri ve sokak yaşam deneyimleri: Antalya örneği. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 30(2), 419-432.
- Kirby, T. (2020). Efforts escalate to protect homeless people from COVID-19 in UK. *The Lancet Respiratory Medicine*, 8(5), 447-449.
- Küçük, M. (2018). Evsizlik ve evsizliği açıklayan teoriler. *İdealkent*, 9(24), 515-535.
- Maxmen, A. (2020). *Coronavirus is spreading under the radar in US homeless shelters*. Erişim Adresi: <https://www.nature.com/articles/d41586-020-01389-3>, (23.07.2020).

- Meneviş, B. (2006). *Evsizler*. Ankara, Devlet Planlama Teşkilatı ve Türk Ulusal Ajansı.
- Morris, D. M. ve Gordon, J. A. (2006). The role of the emergency department in the care of homeless and disadvantaged populations. *Emergency Medicine Clinics of Nort America*, 24, 839-848.
- Mossman, D. ve Perlin, M. (1992). Psychiatry and the homeless mentally ill: a reply to Dr. Lamb. *Am J Psychiatry*, 149(7), 951-957.
- Nies, M. A. ve McEwen, M. (2001). *Community health nursing: Promoting the health of populations* (3rd ed.). W B. Saunders Company.
- Nochlezhka. (2020). Erişim adresi: <https://homeless.ru>, (20.04.2020).
- O'Connel, J. J. (2004). Dying in the shadows: the challenge of providing health care of homeless people. *JMAC*, 170(8), 1251-1252.
- Okumuş, E. (2012). Evsizlik ve evsizler. *Diyanet Dergisi*, 262, 5-8.
- Osmanlıca Türkçe Sözlük. (2021). Erişim adresi: <http://www.osmanlicaturkce.com/?k=b%C3%AEemek%C3%A2n&t=%40>, (16.01.2021).
- Özdemir, U. (2010). Evsizlik ve evsizlere genel bir bakış. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 21(2), 77-88.
- Özvarış, Ş. B. (2020). Korona günlerinde görünmeyen ikinci salgın: “Kadınlara ve kız çocuklarına yönelik şiddet!”. *Yeni Koronavirüs Hastalığı (COVID-19) ve Toplum İçin Bilgilendirme Notu*.
- Qoriah, A., ve Husna, A. N. (2020). Mental Health Issues during COVID-19 Pandem-ic: Directions for Future Research. *CCE*, 25, 25-39.
- Ringwalt, C. L., Greene, J. M., Robertson, M. ve McPheeters, M. (1998). The prevalence of homelessness among adolescents in the United States. *American Journal of Public Health*, 88(9), 1325-1329.
- Rosenthal, D., Mallett, S. ve Myers, P. (2006). Why do homeless young people leave home. *Aust N Z J Public Health*, 30(3), 281-285.
- Roth, D. ve Bean, G. J. (1986). New perspectives on homelessness: Findings from a statewide epidemiological study. *Hospital and Community Psychiatry*, 37(7), 712-719.
- Salih, Y. (2020). *İstanbul'daki 10 bin evsizede 'askıda yemek' verecek*. Erişim adresi: <https://www.dunya.com/kose-yazisi/istanbuldaki-10-bin-evsizede-askida-yemek-verecek/476214>, (01.08.2020).
- Sallan Gül, S. ve Sipahi, E. B. (2017). Eviçi şiddetle mücadelede can simidi olan kadın sığınmaevlerinde gizlilik ve güvenlik sorunsalının aşılmasında teknolojinin rolü. *Toplum ve Demokrasi Dergisi Türkiye'de Dezavantajlı Gruplar Özel Sayısı*, 11(24), 81-106.
- Sermons, M. W. ve Henry, M. (2010). Demographics of homelessness series: The rising elderly population. Washington (DC): *National Alliance to End Homelessness*, 1-8.
- Šikić-Mićanović, L. (2010). Homelessness, poverty and social exclusion: Homelessness and social exclusion in croatia. *European Journal of Homelessness*, 45-64.
- Sipahi, E. B. (2006). Yoksulluğun küreselleşmesi ve kentsel yoksulluk: Ekonomik ve sosyal boyutlarıyla Konya örneğinde yoksulluk. *S.Ü. İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 11, 173-189.
- Sosyal Dışlanma Riski Bulunan Gruplar. (2020). Erişim Adresi: <http://www.manervisosyalhizmet.com/?p=306>, (08.05.2020).
- Stiglitz, J. (2002). *Globalization and its discontets*, W.W. Norton & Company, USA.
- Şefkat-Der. (2017). Erişim adresi: <http://www.sefkatder.org/category/kampanyalar/>, (25.04.2020).
- T.C. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı. (2020). Erişim adresi: <https://www.ailevecalisma.gov.tr/tr-tr/haberler/bakan-selcuk-koronavirusle-mucadele-kapsaminda-evsizlere-konaklama-projesi-basliyor/>, (25.04.2020).

- TDK. (2020). *Güncel Türkçe Sözlük*. Erişim adresi: <https://sozluk.gov.tr>, (12.02.2020).
- Tsai, J. ve Wilson, M. (2020). COVID-19: a potential public health problem for homeless populations. *Lancet Public Health*, 1-2.
- Tümtaş, M. S. ve Ergun, C. (2014). Göç ve yoksulluk kıskacında yıkılan bir kent: Van. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 5(2), 1-23.
- Türk, T. ve Ünlü, H. (2016).Yoksullukla mücadele politikaları: 2000 sonrası Türkiye örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 7(14), 92-104.
- Türkiye’de Evsizlere Dair Rapor. (2011). *Durum tespiti, Avrupa Birliği ülkelerinden uygulama örnekleri ve taleplerimiz*, 1-31.
- UNICEF. (2020). *UNICEF: Çocukların COVID-19 salgınının gizli mağdurları olmasına izin vermeyelim*. Erişim adresi: <https://www.unicef.org/turkey/>, (05.05.2020).
- Wardhaugh, J. (2012). Rural homeless India. Smith S. (Ed.), *International Encyclopedia of housing and home* (1st ed.), Elsevier.
- Yeter, A. (2018). Sivil toplum kuruluşlarının evsizlere yönelik hizmetlerinin değerlendirilmesi: İstanbul örneği. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(17), 34-60.
- Yılmaz, M. (2015). İleri endüstriyel toplumlar ve kentsel yoksulluk. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(2), 215-227.
- Ziefert, M. ve Brown, K. S. (1991). Skill building for effective intervention with homeless families. *Families in Society*, 72(4), 212-219.

RUSYA-TÜRKİYE İŞBİRLİĞİ BAĞLAMINDA “ASTANA GÖRÜŞMELERİ”

THE “ASTANA TALKS” IN THE CONTEXT OF RUSSIA-TURKEY COOPERATION

Dr. Öğr. Üyesi Elçin NECİYEV¹

ÖZ

1990 yılından bugüne kadar hem ABD hem de müttefiklerinin Irak ve Suriye’de izledikleri politika; ulus devletleri yıpratarak etkisiz hale getirmek ve etnisite ile mezhebe dayalı olarak bölgeyi yeniden yapılandırmak olmuştur. Bunu yaparken de kendi stratejileri çerçevesinde iktidarlar oluşturmayı ve bölgede kalıcı olmayı hedeflemişlerdir. Nitekim bu şekilde bölgede yıllardan beri kalıcı olmuşlardır ve olmaya devam etmektedirler. Ancak söz konusu politika Irak’ta başarılı olmuşsa da Suriye’de başarısızlığa uğramıştır. Çünkü Suriye’de durum farklılık arz etmiştir. Rusya, Türkiye ve İran birlikte hareket etmek konusunda fikir birliğine varmıştı. Bu fikir birliği özellikle Türkiye açısından oldukça önemliydi. Zira Türkiye, Suriye’de uygulanmak istenen politikanın kendisinin bölgede etkisiz hale getirilmesine yönelik olduğunu çok iyi anlamıştı. Bu nedenle, Irak’takinden farklı olarak hemen harekete geçmiş ve “Fırat Kalkanı Harekâtı” ile soruna bizzat müdahale etmiştir. Türkiye’nin bu tutumu Rusya ve İran cephesinde de karşılık bulmuştur. Ayrıca Türkiye’nin önünde Cenevre Görüşmeleri çıkmazı da vardı. Bundan dolayı bu görüşmelerden farklı olarak Astana’da Türkiye ve Rusya’nın öncülüğünde bir toplantı yapılması kararlaştırılmıştır. Biz bu makalede genel olarak Astana Görüşmeleri’ne giden yol, bu yola girilmeden önce Cenevre Görüşmeleri’nden ortaya çıkan anlaşmazlıklar ve bu anlaşmazlıkların sebep-sonuçları üzerinde durmaya çalışacağız.

Anahtar Kelimeler: Suriye, Türkiye, Rusya, İran, Astana Görüşmeleri.

JEL Sınıflandırma Kodları: N9, N90, N95.

ABSTRACT

The policy followed by both the USA and its allies in Iraq and Syria since 1990 has been destroying nation states by wearing them down and restructuring the region based on ethnicity and sect. In doing so, they have aimed to create powers within the framework of their own strategies and to be permanent in the region. As a matter of fact, they have been permanent in the region for years and continue to be so. However, although aforementioned policy has been successful in Iraq, it has failed in Syria. The reason was that the situation in Syria was different. Russia, Turkey and Iran had reached consensus about acting together. This consensus was highly important especially for Turkey as Turkey had noticed that the policy followed in Syria was towards counteracting it in the region. This is why, differently from what was in Iraq, it immediately took action and it itself intervened in the question with the "Operation Euphrates Shield". This attitude of Turkey was responded also in the Russian and Iranian party. Furthermore, the Geneva Talks cul-de-sac was lying in front of Turkey. For this reason, unlike these talks, it was decided to hold a meeting under the leadership of Turkey and Russia in Astana. In the study, it is tried to focus on the path leading to the Astana Talks, the disagreements which occurred in the Geneva Talks before entering this path and the causes and consequences of these disagreements in general.

Keywords: Syria, Turkey, Russia, Iran, Astana Talks.

JEL Classification Codes: N9, N90, N95.

¹  Muş Alparslan Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü, e.neciyev@alparslan.edu.tr

EXTENDED SUMMARY EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

The Syrian crisis that started with “the Arab Spring” in the Middle East has been going on since 2011. Due to the multidimensional nature of the crisis, the proposed solutions were also different from each other and therefore no progress has been made. That is why the Syrian crisis continues in parallel with “the interests” of many international powers, having gone beyond a civil rebellion by gaining a more sectarian and racist dimension. These international forces tried and still try to provoke the Syrian crisis, rather than resolving it. These powerful states also made some agreements to find a solution to the Syrian crisis in Geneva under the roof of the UN (United Nations). For instance, that they contributed to the ceasefire, the release of hostages and the delivery of humanitarian aid is an undeniable fact. However, it is not possible to say that they have been successful in determining an effective policy in Syria and ensuring effectiveness on the regime. The reason for this is the active participation of the powerful states in the region, as well as international powers, in the solution of the Syrian crisis. It would be realistic to say that “the Astana Talks” emerged in this direction. Indeed, the powerful states of the region existed in this region long before the crisis occurred since they were neighboring states with Syria. Moreover, these neighboring states were aware of the fact that the negative consequences of the Syrian crisis would affect them in all respects, as well as the possible effects of the US’ regional policies.

Design/methodology/approach:

The states in question made attempts to come together in order to eliminate the effects of the Syrian crisis and agreed to meet in Astana, the capital city of Kazakhstan being hosted by Nur-Sultan Nazarbayev. The states in the region (Turkey, Iran and Russia) had prepared the infrastructure towards producing a solution to the crisis, and they also had shared their solutions with the United Nations. They wanted to act as a stakeholder with them. The basic principle of the politics they put forward in the solution of the crisis was to show that “political dialogue and negotiations, not war and weapons” could be more effective for this crisis which started in Syria in 2011 affected the countries of the region the most. Thus, if a solution to the crisis was to be produced, it would have to be under the responsibility of this tripartite mechanism. In this context, the tripartite mechanism took action and started to be effective in making some important decisions. The thesis of creating a safe zone was set forth under the leadership of Turkey and subsequently “De-conflict Zone” plan was put into effect by Russia. These plans were somehow supported by the Iranian state. In addition, that the Russia and the Iran backed groups got effective against ISIS (Daesh) and similar terrorist groups and the Idlib approach of Turkey revealed who the real actors of the resolution of the Syrian crisis were. The importance of holding the Astana talks was noticed here.

Findings:

As we mentioned above, attempts of seeking a solution to the Syrian crisis known as the Astana Process started with the offer of Russia and the supports of Turkey. Especially Russia which stood by Assad noticed that it was significant to engage in dialogue with Turkey, which was close with the Opposition forces, in order to end the crisis, as of September 30, 2015. This situation was important for Turkey as its cooperating with Russia was not just within the context of Iraq and Syria. Cooperation with Turkey in the Eurasian region was also necessary. Hence, despite a short period of crisis brought about by the shutdown of a Russian plane by Turkey, steps were taken in June 2016 on cooperation, between Russia and Turkey. Iran, one of the important states of the region, was also included in this process and “the Astana Talks” in which Russia, Turkey and Iran were on the same side began. These negotiations constituted an important attempt against the US’ policy of using the opposition to divide and split Syria since the opposition, until that day, had not leaned towards “the Geneva Talks” held. Nonetheless, the Astana talks started as a process supported by the Syrian government and opposition with the participation of the states in the region. If the Syrian government was naturally affected by Russia, the Syrian opposition’s being influenced by Turkey was as natural as it. Actually, that is why Russia wanted the effectiveness of Turkey on the opposition. Hence, when the negotiations started, the bilateral meeting traffic also started. While Russia and Iran increased their efforts to persuade Assad, Turkey intensified its effectiveness on the opposition.

Conclusion and Discussion:

Another problematic issue between the parties is “Idlib”. After its operation “Euphrates Shield”, Turkey initiated military activity in order to deploy troops in further inland regions of Syria namely Idlib. Turkey had argued that “finding political solution” would be right during both the Geneva talks and the subsequent Astana Talks. Turkey always emphasized this argument of its both in the region and during the talks. In other words, Turkey stated that it had no secret ambitions regarding Syria, of which it was a neighbor, and sent troops to protect the territorial integrity. Although sending troops to Idlib became a matter of debate between the parties (USA, UN, RUSSIA AND IRAN), Turkey sent troops to the lands included in the “De-conflict Zones” in order to guarantee the ceasefire environment of Idlib province and neighboring provinces within the framework of UN Security Council’s solution proposal numbered 2254. We believe that this decision is in line with the final declaration of both the UN Security Council and the Astana Talks. It is pleasing to have achieved the three points discussed since the beginning of the process and defended by Turkey, which are as follows, years later. 1) Creating De-conflict Zones, 2) Abandoning forced migration and resettlement policies, 3) Protection of the territorial integrity of the countries. Another issue is that all forces in the Area are fighting jointly against Daesh and al-Nusra. This issue also means ending the proxy wars, as emphasized in the above sections. Finally, Astana talks go down in history as a diplomatic success of Russia and Turkey as well as being a turning point in the Syrian crisis.

1. GİRİŞ

Bilindiği üzere Ortadoğu’da “Arap Baharı” ile başlayan Suriye krizi 2011 yılından günümüze değin devam etmektedir. Krizin çok boyutlu olması hasebiyle önerilen çözüm önerileri de farklı olmuş ve bu sebepten bir ilerleme kat edilememiştir. Bundan dolayıdır ki, Suriye krizi halk ayaklanmasından daha çok mezhep ve ırkçı bir boyut kazanarak birçok uluslararası gücün “çıkarları doğrultusunda” devam etmektedir. Yani bu uluslararası dış güçler söz konusu bölgeyi kendi politikaları uğruna savaş arenasına çevirmeye çalışarak, halk ayaklanması, mezhep veya etnisite, güçlerin diğer Ortadoğu ülkelerinde olduğu gibi Suriye’de de kendi siyasetlerini belirleme ve yeraltı zenginliklerini kapışma alanı haline getirmektedir. (Aksenyonok, 2017).

Söz konusu uluslararası güçler, Suriye krizine çözüm bulmak yerine krizi daha da kışkırtmak için çalışmaktadır. Bu amaç uğruna hala çalışmalar devam etmektedir. Bu güçlü devletler Suriye krizine BM (Birleşmiş Milletler) çatısı altında Cenevre’de çözüm bulmak adına birtakım anlaşmalar da yapmışlardır. Örneğin; ateşkes, rehinelere serbest bırakılması, insani yardımların ulaştırılması noktasında katkısı olduğu yabana atılamaz bir gerçektir. Ancak Suriye’de etkin bir siyaset belirleme, rejim üzerinde etkinlik sağlama noktasında başarılı olduklarını söylemek mümkün değildir. Bunun sebebi Suriye krizinin çözümü için uluslararası güçlerin yanı sıra bölgedeki güçlü devletlerin de aktif bir şekilde katılım sağlamasıdır. İşte “Astana Görüşmelerinin bu doğrultuda ortaya çıktığını söylemek gerçekçi olur. Doğrusu bölgenin güçlü devletleri söz konusu krizin ortaya çıkmasından çok daha önce burada varlık göstermekteydi. Çünkü bu devletler Suriye ile komşu olan devletlerdi. Söz gelimi bu komşu devletler Suriye krizinin olumsuz sonuçlarının kendilerini her bakımdan etkileyeceklerini bildikleri gibi aynı zamanda ABD’nin de bölge politikalarının muhtemel etkilerinin de farkında idiler.

Söz konusu devletler Suriye krizinin etkilerini bertaraf etmek adına bir araya gelmek için girişimlerde bulunarak Kazakistan’ın başkenti Astana’da Nur-Sultan Nazarbayev’in ev sahipliğinde görüşmeyi kabul ettiler. Bölge devletleri olarak Türkiye, Rusya ve İran krize çözüm üretmek adına alt yapıyı hazırlamış ve çözüm önerilerini Birleşmiş Milletlerle de paylaşmışlardır. Onlarla paydaş şekilde hareket etmek istiyorlardı. Onların krizin çözümünde ortaya koydukları siyasetin temel düsturu; “savaş ve silahın değil, siyasi diyalog ve görüşmelerin daha etkin olabileceğini göstermektir. Çünkü Suriye’de 2011 yılında başlayan kriz, en çok bölge ülkelerini etkilemiştir (Trenin, 2013: 3-7). Bundan dolayı krize bir çözüm üretilecek ise şayet bu üçlü mekanizmanın sorumluluğunda olması gerekiyordu. Üçlü mekanizma harekete geçerek bazı önemli kararların alınmasında etkin olmaya başladı. Türkiye’nin öncülüğünde güvenli bölge oluşturma tezi ortaya atılmış, akabinde Rusya tarafından “çatışmasızlık Bölgesi” planı devreye sokulmuştur. Bu planlar İran devletince de bir şekilde destek gördü.

Ayrıca Rusya ve İran destekli grupların İŞİD (DAEŞ) ve benzeri terör grupları üzerinde etkinlik sağlamalarının yanı sıra Türkiye’nin de İdlip yaklaşımı Suriye krizinin çözümünde gerçek aktörlerin kimler olduğunu ortaya çıkardı. Zira Astana görüşmelerinin gerekliliği burada ortaya çıkmaktadır.

2. I. ASTANA GÖRÜŞMELERİ

24 Kasım 2015 - 9 Ağustos 2016 tarihleri arasında Türkiye’de hem iç hem de dış politikada bazı önemli sıra dışı olaylar gerçekleşmiştir. Bu sıra dışı olayların etkisi Rusya ile Türkiye arasında bir yakınlaşmayı da beraberinde getirmiştir. Buna sebep Türkiye’nin içte mücadele ettiği sorunlarla Batılı devletlerin gerekli desteği sağlamaması nedeniyle yönünü Doğu’ya çevirmesine sebep olmuştur. Diğer taraftan, yıllardır Türkiye’yi meşgul eden “terör”e ABD ve bazı Batılı devletlerin verdiği fiili destek de Türkiye’nin bölge ülkesi olarak hareket etmesini zorunlu hale getirmiştir. Çünkü “terör” terör konusunda ikilem içerisinde kalan Türkiye’nin karşı karşıya kaldığı bu tıkaçları açması ve bu “terör” belasından kurtulması lazımdır (Çelikpala, 2019: 22-23). Yukarıda saydığımız sebeplerden dolayı özellikle Rusya ile ilişkilerin geliştirilmesi gerekmektedir.

Rusya ile ikili ilişkilerin geliştirilmesi bağlamında Cumhurbaşkanı Erdoğan 9 Ağustos 2016 tarihinde St. Petersburg’a bir ziyaret gerçekleştirmiştir. Rusya Devlet Başkanı Putin ile bir araya gelmiştir (Çelikpala, 2019: 22-23). Aslında Türkiye ile Rusya arasındaki ilişkiler yeni değil, 2000 yılında Putin’in iktidara gelmesi ve 2002 yılında Erdoğan’ın seçimi kazanmasıyla başlamıştır. Ancak 2000 yılına kadar olan ikili görüşmelerin daha çok ekonomik alanda geliştiğini söyleyebiliriz. Yukarıda da belirttiğimiz gibi 2011 yılına gelindiğinde genelde Ortadoğu’daki, özeldense Suriye’deki gelişmeler her iki ülkeyi bölgede rekabet eder duruma getirmiştir (Yılmaz, 2017: 24 Aralık 2019). Bu rekabete sebep Türkiye’nin Suriye’de ABD ile muhalefet kanadını destekler mahiyette siyaset belirlemiş olması idi (Yılmaz, 2017: 24.12.2019). Ancak Putin ile Erdoğan arasında gerçekleşen görüşmenin ardından geçen bir yıllık süreçte ilişkilerin toparlanmaya başladığı görülmektedir. Söz konusu

toparlanmaya asıl sebep ise Suriye'deki krize yönelik gelişmeler ve bu gelişmeler karşısında tarafların birbirlerine olan ihtiyaçlarının anlaşılmasıdır. Özellikle Türkiye tarafının terör meselesinin yanında Suriye konusunda da ABD'den gerekli desteği sağlayamaması hayal kırıklığına uğramasına sebep olmuştur. Ayrıca ABD'nin "Gülcenci Hareket"e verdiği desteğe olan inanca birde Fırat'ın doğusunda PYD/YPG ile işbirliğini arttırması gibi gelişmeler Türkiye ile Rusya arasında yakınlaşmanın ikinci bir sebebidir (Çelikpala, 2019: 23).

Yukarıda bahsettiğimiz konuların yanı sıra Suriye'de krizin derinleşmesi sınır ülkesi olan Türkiye'yi ciddi manada rahatsız etmekteydi. Dolayısıyla, bölgede yaşanan hızlı gelişmeler Türkiye'nin Suriye'de bazı bölgelere müdahale etmesini zorunlu hale getirmiştir. Zira Türkiye, 24 Ağustos 2016 tarihinde "Fırat Kalkanı" operasyonunu başlatmıştır. Fırat Kalkanı operasyonu Türkiye'nin sadece Suriye'de güç elde etmesine sebep olmamış, aynı zamanda Rusya ve İran'la bir ittifak alanı oluşturması noktasında da önemli olduğu gibi söz konusu ülkelerle ilişkilerin normalleşmesine ve siyasal olarak canlanmasına sebep olmuştur.

Türkiye ve Rusya arasındaki işbirliği ve canlanma sadece Rusya'nın Suriye hava sahasını TSK'ya açmasına sebep olmakla kalmamış, aynı zamanda Rusya, İran ve Türkiye arasında diplomatik alanı da genişletmiştir. Fırat Kalkanı operasyonu ile Türkiye, Azez, Cerablus ve el-Bab üçgenini kendi kontrolü altına alarak bölgede askeri bir güç oluşturmuştur. Bölge hâkimiyetinin ele geçirilmesi, Rus askeri ile Türk askerinin ortak hareket etmesinin temellerini atmıştır. Askeri alanda kurulan bu işbirliği zamanla yerini diplomatik ve siyasal alana da taşımıştır. İşte bu siyasal ve diplomatik alandaki sürecin adı da "Astana Görüşmeleri" olmuştur (Çelikpala, 2019: 22-23). Suriye'de ortak hareket mekanizmasının oluşturulması ile birlikte Doğu Halep vilayeti Rusya ve Türkiye'nin ortak çabaları sonucunda boşaltılmıştır.

Doğu Halep vilayetinin boşaltılmasının ardından, yani 20 Aralık 2016 tarihinde Rusya Dışişleri Bakanı Sergey Lavrov, Türkiye Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu ve İran Dışişleri Bakanı Cevad Zarif ile Moskova'da bir araya gelmişlerdir (<https://ria.ru>, 27.10.2020). Bu toplantı sonucunda Suriye'de ateşkesin sağlanması konusunda mutabakata vararak "Moskova Deklarasyonu" adı altında ortak bir bildiriye imza atmışlardır (Köstem, 2017: 18-19). Moskova Deklarasyonu Suriye'de etkin üç devletin de terörle mücadelede yürüttükleri çabaları siyasi alana taşıdıklarının etkilerini gösteren açık bir metin hüviyeti taşımaktadır. Metinde özellikle Suriye'nin demografik (çok etnik ve çok dinli, mezhepçi olmayan) demokratik ve seküler yapısına vurgu yapılmaktadır. Belgenin Türkiye açısından önemi oldukça büyüktür, çünkü bu belge ile Türkiye DEAŞ, el-Nusra, PYD/YPG ve benzeri terör örgütleriyle yürüttüğü silahlı mücadeleye meşru zemin bulduğu gibi aynı zamanda ılımlı muhalif ve sivillerin korunması, çatışmasızlık bölgelerinin oluşturulması konusunda da kendisine ortam hazırlamıştır (Çelikpala, 2019: 24-26). Deklarasyon hem Türkiye hem de Rusya tarafından olumlu karşılanmıştır. Dolayısıyla, Rusya Devlet Başkanı Putin; "Suriye'de rejim ve muhalefet arasında anlaşma, garantörlük anlaşması ve barış görüşmelerine yeniden başlama anlaşması olmak üzere üç madde üzerinde mutabakata varıldı" şeklinde açıklama yapmıştır. Putin'in açıklamasına bir benzer açıklama da Türkiye Dışişleri Bakanlığı tarafından yapılmıştır. Açıklamada; "Suriye'de çatışan taraflar arasında, ülke genelinde 30 Aralık 2016 günü saat 00.00 itibarıyla ateşkese gidilmesi hususunda bir mutabakata varılmıştır. Bu gelişmeyi memnuniyetle karşılıyoruz" ifadelerine yer verilmiştir (Karabulut, 2011: 69-93).

Mutabakata varılan hususlar aşağıdaki gibidir.

- 1) *Sonuçsuz kalan III. Cenevre Görüşmeleri'nin ardından barış görüşmelerine yeniden başlanacak, Türkiye, Rusya ve İran bu barış görüşmelerinin "Garantör" devletleri olacaktır.*
- 2) *Suriye'de kalıcı bir ateşkes ortamının sağlanabilmesi için her üç ülke de ortak çaba sarf edecekler,*
- 3) *Rusya, Türkiye ve İran'ın Suriye konusunda en önemli önceliği rejim değişikliği olmayacaktır.*

4) *DAEŞ, ismini Fetih el-Şam olarak değiştiren el-Nusra ve YPG ateşkes mutabakatına dâhil edilmeyecektir* (Suiçmez, 2018: 7). Özellikle Türkiye tarafı I. Astana Görüşmelerinin ileride düzenlenmesi düşünülen IV. Cenevre Görüşmeleri'ne katkı sağlayacağı, Suriye muhalefet temsilcilerinin toplantıya katılmasının ise krizin askeri bir yolla değil, siyasi bir yolla çözülmesi gerektiğinin önemine de dikkat çekerek, 30 Aralık'ta sağlanan ateşkesin kuvvetlendirilmesine odaklanmak gerektiğinin altını çizmiştir (Sputniknews.com, 06.07.2017). Her iki tarafın da (rejim-muhalefet) söz konusu ülkelere destek vermesi beklentiler arasındadır Çünkü I. Astana Görüşmeleri'ne her iki gruptan da temsilcilerin katılımı beklenmekteydi. Ancak bu gruplar arasında soğuk hava esiyordu ve BM Suriye Özel Temsilcisi Mistura da bunun farkındaydı. Mistura söz konusu havayı kırmak adına muhalefet temsilcileri ile rejim temsilcilerini açılış konuşmaları öncesinde bir araya getirmek için girişimlere başladı. Zira söz konusu görüşmelerin olumlu bir havada geçmesi zirvenin sonuç bildirgesinin de olumlu geçmesine ve sonuçlanmasına katkı sağlayacaktır. Nitekim Mistura'nın girişimleriyle her iki grup temsilci heyeti görüşmeyi kabul etti. Ancak görüşmeden olumlu bir netice alınmadı. Muhalefet heyeti başkanı Muhammed Alluş'un ilk oturum akabinde yaptığı açıklama yukarıda söylenenleri teyit ediyordu. Alluş; "Siyasi çözüm konuşulmadan önce ateşkesi tahkim etmek gerektiğini" (Güncel Haberler, 26.11. 2019).vurgulaması, aslında ateşkes sağlanamadıkça ikinci bir adıma geçmenin önemsiz olduğunu altını çizmekteydi.

Ayrıca Alluş'a göre; "kuşatma altındaki bölgelerde insani durumun iyileştirilmesi, rejim hapisanelerinde hiçbir eyleme katılmadığı halde tutuklu bulunan 13 bin kadının ilk etapta serbest bırakılmasına", odaklıydı. Yukarıda değindiğimiz ülkelerin mutabık kaldığı dört madde ve muhalefet-rejim temsilcilerinin duruşu da göz önünde tutularak görüşmelere 23 Ocak 2017 tarihinde Kazakistan'ın başkenti Astana'da yeniden başlandı (<https://ria.ru>, 2019). İki gün devam eden zirveye garantör devlet olarak Rusya, Türkiye ve İran katılırken, ABD ve BM sadece temsilci göndermekle yetindi (Hürriyet Gazetesi, 2017).Toplantıda Suriye muhalefetinin askeri kanadı ile rejim temsilcileri arasında anlaşmazlık yaşandı. Anlaşmazlık Rus ve Türk temsilcilerinin araya girmesiyle çözüldü (Yılmaz,2017:24.12.2019). Aslında muhalefet kanadı başından beri olası yaşanacak sıkıntıları sezindikleri için toplantıya katılmak istemedi. Katılım sağlamalarına sebep, Rus ve Türk temsilcileri tarafından onlara verilen garantiydi.

I. Astana Görüşmeleri'nin en önemli gündem maddesi "Ateşkes ve barışın nasıl sağlanacağı"dır. Toplantıda bu konu enine boyuna tartışılarak ve sonuç olarak barışın sağlanması noktasında her üç garantör devlet temsilcileri anlaşma sağladı. Ancak Rusya'nın daha önce hazırladığı "Suriye'de yeni bir anayasa" fikri ve Araplar dışında kalan toplumlara da "özerklik" verilmesi, "Suriye Arap Cumhuriyeti" vurgusunda "Arap" ibaresinin çıkarılmış olması taraflar arasında yeni bir anlaşmazlığa sebep oldu. Söz konusu yeni anayasa ÖSO temsilcileri tarafından da reddedildi(Yılmaz, 2017: 24.12.2019). Zirve'nin sonuç bildirgesi Kazakistan Dışişleri Bakanı Kayrat Abdrahmanov tarafından okundu. Bildirgede;

- 1) Garantör ülkelerden oluşan üçlü bir mekanizmanın kurulması,
- 2) Suriye'de aralıklarla da olsa devam eden ateşkes durumunun devam ettirilmesi noktasında anlaşmaya varıldığı duyuruldu.

Suriye rejimini temsilen Astana'da bulunan Caferi, söz konusu mutabakata dayanarak zirveyi başarılı olarak nitelendirirken, Kremlin de ilk turu başarılı bulduğunu ve müzakerelerin devam etmesi gerektiğinin altını çizdi. Nitekim söz konusu I. Astana Görüşmeleri bu şekilde sona erdi. Bir sonraki II. Astana Görüşmeleri'nin ise 6 Şubat 2017 tarihinde gerçekleşeceği açıklanmıştır. (www.ntv.com, 23,01.2017).

3. II. ASTANA GÖRÜŞMELERİ

Görüşmelerde yalnızca garantör ülkelerin katılımı ile gerçekleşen 6 Şubat'taki heyetler arası toplantıda izleme komitesine ilişkin bazı teknik detaylar ele alındı. Ancak bazı teknik sebeplerden dolayı görüşmelerin 15-16 Şubat tarihine ertelendiği açıklandı (<https://ria.ru>, 2017). 16 Şubat'ta tüm tarafların katılımı ile görüşmelere tekrar başlandı (Peregavore po Sirii v astanovskom formate,...). Taraflar, Suriye'deki ateşkesi kontrol altında tutmak amacıyla ortak geliştirdikleri "kontrol mekanizmaları" üzerinde anlaşmalarını açıkladılar. Söz konusu görüşmelere BM Suriye özel temsilcisi Mistura katılmazken onu bir teknik heyet temsil etti. Ürdün görüşmelere ilk kez garantör ülke olarak katılım sağladı (Parker, 2017, 10).Görüşmeler sonunda yapılan açıklamada, Rusya, Türkiye ve İran'dan müteşekkil bir "İzleme Komitesi"nin kurulmasına ilişkin karar kabul edildi. Ayrıca Rusya Genelkurmay Başkanlığı yetkilisi Sergey Afanesyev tarafından yapılan açıklamaya göre de başta kadın ve çocuklar olmak üzere Suriye'de zorla tutulan kişilerin takas edilmesi için de bir mekanizmanın kurulduğu açıklandı

(www.stratejikortak.com, 2018,26.11.2019). İki garantör (Rusya-Türkiye) ülkenin Suriye’de kalıcı bir ateşkes sağlamak için verdiği mücadele, BM’ler nezdinde nasıl görülmüyordu sorusu oldukça önemlidir.

Bilindiği üzere Astana Görüşmeleri’ne kadar Suriye krizinde Rusya ve ABD “Garantör” devlet konumunda iken ABD, yerini Türkiye’ye bırakmış görünüyor. Bu gerçekten samimi bir vekâlet miydi? Yoksa bakalım buradan ne çıkar hesabı mıydı? Bugüne gelindiği zaman Türkiye’nin Rusya ile “Garantör” ülke konumunda hareket etmesinin çok doğru ve yerinde atılan bir hamle olduğu görülmektedir. Nitekim BM Özel Temsilcisi Mistura’nın da; “Tıkanan çözüm sürecinde Türkiye ile Rusya’nın Suriye konusunda masaya oturup konuşmaya başlamasıyla beklenmeyen bir değişim başladı” açıklaması düşünüleni teyit etmektedir.

Ankara’da Rusya ile Suriye’deki silahlı guruplar arasında yapılan görüşmeler sayesinde Halep’te daha büyük bir felaket önlenmiş ve bu da kalıcı bir ateşkes umudunu arttırdı. Ancak insani yaptırımlar noktasında ilerleme sağlanamadı. Nitekim Mistura’nın da ifade ettiği gibi; “Bu olumlu gelişmelere rağmen insani yardımlar halen ulaştırılmadı”. Bu ve benzeri problemlerden dolayı Cenevre’de dördüncü kez yeniden müzakere masasının oluşturulması için çalışmalar başlatılmıştır (DW.com, 13.03.2017).

4. IV. CENEVRE GÖRÜŞMELERİ

23 Aralık 2016’da Türkiye, Rusya ve İran’ın ortak çabalarıyla yürürlüğe konan ateşkesin ardından Mistura kolları sıvadı ve Astana Görüşmeleri’ne misilleme babında IV. Cenevre Görüşmeleri’ni 8 Şubat’ta gerçekleştireceklerini duyurmuştur. Rusya’nın buna karşı çıkmasından dolayı 8 Şubat’ta yapılması planlanan toplantı 20 Şubata ertelenmiştir. Mistura söz konusu toplantı için yoğun bir çalışma başlatmış, toplantılar, konferanslar düzenlemiştir. Toplantıya katılanlar Suriye Muhalefeti (YMK), Suriye Muhalif ve Devrimci Güçleri Milli Koalisyonu(SMDK),(www.stratejikortak.com, 2018, 26.11.2019). Suriye Rejimi, BM, ABD, Rusya, Türkiye ve İran’dır. Ancak toplantıya PYD davet edilmemiştir (Durgun, 2017). IV. Cenevre görüşmelerinin ana gündem maddeler şöyledir;

- 1) Müzakerelerin önceki BM kararları çerçevesinde yürütülmesi,
- 2) Suriye’de siyasi değişimin sağlanması,
- 3) Rusya’nın hazırladığı anayasa taslağı,
- 4) Seçim kanunu oluşturulması (Gazete.com, 2017).

Ancak Rusya söz konusu maddeleri, bazı uluslararası kararların değiştirilmesine ve Astana Görüşmeleri’ni barış için tek alternatif yapmaya çalışmıştır. Rusya’nın söz konusu tavrının bazı muhalifler tarafından da desteklenmesi sonucunda Mistura; “Cenevre görüşme programının değiştirilmemesi gerektiğini, aksi takdirde cehennem kapılarının açılacağını” açıklamıştır. Mistura bu görüşmelerin çerçevesini; “BMGK’nın 2254 sayılı kararı doğrultusunda güvenilir, kapsayıcı ve mezhepçi olmayan bir yönetimin kurulması, yeni anayasanın hazırlanması, özgür ve adil seçimlerin yapılması” (Harmoon.org, 2017), şeklinde oluşturmak istemiştir.

IV. Cenevre Görüşmeleri bu çerçevede başlamıştır. Sabah saatlerinde başlayan görüşme trafiğinde Mistura, önce Beşşar Caferi ve akabinde muhalefet kanadı temsilci heyeti başkanı el-Hariri ve beraberindeki heyetle görüşmüştür. Heyetler arası görüşmeleri müteakip geçilen genel görüşmelerden sonra açıklamada bulunan Mistura, “Suriye rejimi ile muhalefet temsilcileri arasında fikir birliğinin olmaması” konusundan yakınlık ve mart ayında yapılacak olan V. Cenevre Görüşmelerini işaret etmiştir (https://www.stratejikortak.com. 2018/04, 30.11.2019).

Bundan önce yapılan görüşmelerde olduğu gibi bu toplantının da olumlu havada geçtiğini ifade eden Mistura burada da fikirleriyle kimseyi şaşırtmamıştır Aslında 4 Mart 2017 tarihinde tamamlanan IV. Cenevre Görüşmeleri’nden olumlu bir sonuç da alınmamıştır. Bu toplantının artı tarafı sadece BMGK 2254 sayılı kararında belirtilen üç ana maddeye (geçici bir yönetim, çok partili ve özgür seçim ile yeni anayasa) dördüncü madde olarak “terörle mücadele”nin de eklenmesi olmuştur. (https://www.stratejikortak.com. 2018/04, 30.11.2019).

5. III. ASTANA GÖRÜŞMELERİ

İlk iki turu yapılan görüşmelerde 2011 yılından bu yana 300 binden fazla insanın hayatını kaybettiği çatışmaların bitirilmesini hedefleyen ve tarafların büyük oranda ihlal ettiği ateşkesin desteklenmesi hedeflenmiştir. Rusya Dışişleri Bakanlığı sözcüsü Zaharova 10 Mart’ta yaptığı açıklamada; “Rusya’nın süreçten memnun olduğunu ve

söz konusu anlaşmaların şiddeti azalttığını” ifade etmiştir (DW.com, 13.03.2017). Ayrıca Kazakistan Dışişleri Bakanı Kairat Abdrahmanov da parlamentoda yaptığı konuşma ile yukarıda zikredilenlere benzer bir açıklama yapmış ve “*BM Güvenlik Konseyi üyelerinin Astana sürecinin barışa katkısını övdüklerini*” açıklamıştır. Abdrahmanov ayrıca Rusya, Türkiye ve İran’ın toplantıya katılımını teyit ettiklerini, diğer tarafların da katılımıyla ilgili teyit beklediklerini söylemiştir.

Astana’da düzenlenmesi beklenen Suriye Barış Görüşmeleri’nin üçüncü turunun 14-15 Mart tarihinde yapılacağı duyurulmuştur (<https://ria.ru>, 2017). Toplantıya Türkiye, Rusya ve İran temsilcilerinin yanı sıra Suriye rejimi heyeti ve muhalefet temsilcilerinin katılması bekleniyordu (DW.com, 13.03.2017). Ancak Suriye muhalif grup sözcülerinden Usame Ebu Zaid yaptığı açıklamada; “*Rusya’nın sivillere yönelik hava saldırıları düzenleyerek ateşkesi ihlal etmesi ve Suriye ordusunu ateşkese uymaya ikna edememesi nedeniyle görüşmelere katılmama kararı aldıklarını*” bildirmiş, ayrıca bu kararlarını Türkiye’ye de ilettiklerini söylemiştir. İnterfaks haber ajansına açıklamada bulunan Rusya Dışişleri Bakanı Lavrov’un; “*muhaliflerin sundukları nedenlerin ikna edici olmadığını*” belirtmesi görüşmelerin sıkıntılı geçeceğinin de bir anlamda habercisi gibiydi (DW.com, 13.03.2017).

Muhalefet temsilcilerinin katılmama kararı almasına rağmen görüşmelere 14 Mart 2017 tarihinde başlanmıştır (Haber Masası, 2018). Söz konusu görüşmelerin akabinde garantör ülkeler ortak bir bildiri kabul etmişlerdir. Bildiride garantör ülkeler Suriye’de ateşkesin izlenmesinin yanı sıra uygulanmasını da sağlamak adına kurdukları mekanizmayı güçlendirme kararı almışlardır (Mehrnews Agency, 15.03.2017). Kazakistan Dışişleri Bakanı Yardımcısı Akılbek Kamaldinov tarafından okunan sonuç bildirgesinde; “*Rusya, Türkiye ve İran’ın ateşkesin garantör devletleri olduklarına karar verdiklerini, bu devletlerin ateşkes ihlallerinden birbirlerini haberdar edeceklerini, ihlallerin sayısını azaltmak adına çalışacaklarını ve üçlü denetleme mekanizmasını etkin hale getireceklerini*” duyurmuştur. Kamaldinov devamla, “*bir sonraki Astana toplantısının 4-5 Mayıs 2017 tarihinde gerçekleşeceğini*” de açıklamıştır (Avim.org, 2017).

III. Astana Görüşmeleri’nin sona ermesinden birkaç gün sonra yani 22 Mart 2017 tarihinde V. Cenevre Görüşmeleri başlamıştır. Bu toplantı da bundan önce gerçekleşen toplantılara benzer şekilde gerçekleşmiştir. Dahası sadece “*terörle mücadele*” maddesinin eklenmiş olmasıdır. Toplantıda Mistura hem Suriye rejim temsilcileri hem de muhalefet temsilcileri ile ayrı ayrı görüşme yapmıştır. Söz konusu görüşmeleri müteakip Mistura; “*Sahadan çok ciddi zorluklara rağmen kimse çekip gitmedi, bir önceki turda ‘tren istasyonda hazır’ demiştim, şimdi ise trenin istasyondan yola çıktığını söyleyebiliriz. Yavaş ama ilerliyor*” (Haber Masası, 2018) açıklamasında bulunmuştur. Olumlu havada geçen görüşmelerin müspet sonuçlandığını da vurgulayan Mistura; “*bir sonraki VI. Cenevre Görüşmeleri’ne kadar olan zamanın taraflar için BM Güvenlik Konseyi’nin 2254 sayılı kararında öngörülen dört ana konunun geniş bir şekilde çalışılmasına iyi bir fırsat olacağını*” ifade etmiştir (Al Jazeera Turk, 2017, 29.11.2019). Suriye muhalefet temsilcisi Hariri de söz konusu zirvelerin olumlu havada geçtiğini ancak bu olumlu havanın Suriye’ye olumsuz bir biçimde yansıdığını açıklamıştır. Hariri; “*görüşmelerin başladığı zamandan bu güne kadar 150’den fazla insanın katledilmiş olmasına rağmen rejim heyetinin, BM Güvenlik Konseyi’nin 2254 sayılı kararında belirtilen ‘siyasi geçiş hükümeti’ konusunu ele almak istemediğini*” belirtmiştir (Aljazeera.com, 2017).

6. IV. ASTANA GÖRÜŞMELERİ

Yukarıda görüldüğü gibi V. Cenevre Görüşmeleri’nden somut bir netice alınmadığını, görüşmelerin daha çok tarafların iyi niyet belirtmeleri ile geçtiğini söylemek daha doğru olacaktır. Bundan dolayı Suriye’de daimi bir ateşkesin sağlanması ve huzurun getirilmesi için gerçekçi ve somut adımların atılması elzem olarak görülmüştür. Çünkü gün geçtikçe çatışmalarda ölen insan sayısı hızla yükseliyordu. Suriye ihtilafına “*siyasi çözüm*” bulmak yolundaki gayretleri destekleyerek ve Cenevre Görüşmeleri’nin akim sonuçlarını değerlendirerek Kazakistan’ın başkenti Astana’da 3-4 Mayıs’ta yapılacak olan IV. Astana toplantısı öncesi garantör ülkelerden müteakip askeri uzmanların yanı sıra BM temsilcilerinin de katılımıyla basına da kapalı bir “*Teknik Toplantı*” gerçekleştirilmiştir (<https://ria.ru>, 2017).

Bir sonraki gün gerçekleştirilmesi düşünülen IV. Astana Görüşmeleri; ilk önce ikili görüşmeler, 4 Mayıs öğleden sonra ana toplantı, ardından da basın toplantısı şeklinde düzenlenmiştir (Trthaber.com, 2017). İkili toplantı bağlamında Erdoğan ve Putin Soçi’de bir araya gelmiştir. Söz konusu görüşmeler akabinde açıklamada bulunan her iki lider tarafından Astana’da toplanacak olan IV. Astana Görüşmeleri’ne esas teşkil eden “**Çatışmasızlık Bölgeleri**” noktasında mutabık kaldıklarına dair açıklama yapılmıştır (BBC.com, 2017).

Astana Görüşmeleri'nin müsebbibi-garantörü olan üç ülke 3-4 Mayıs 2017 tarihinde dördüncü kez bir araya gelmiştir. Söz konusu görüşmenin gündem maddesi, "Suriye'de ateşkesi tahkim etmek ve bu çerçevede çatışan taraflar arasında benimsenebilecek güven artırıcı tedbirleri geliştirmek üzere 'Çatışmasızlık Bölgeleri' oluşturmak" olmuştur. Bu noktada protokol imzalanmıştır (<http://www.mfa.gov.tr>, 2017). İmzalan protokole göre, "Çatışmasızlık Bölgeleri", İdlib vilayetinin tamamı, Lazkiye, Halep ve Hama vilayetlerinin belli bölümleri, Humus vilayetinin belli bölümleri, Şam/Doğu Guta bölgesi ve Dera ve Kuneytra vilayetlerinin belli bölümlerini kapsayacaktır. Ancak söz konusu bölgelerin sınırları ve işleyişine ilişkin ayrıntı ve düzenlemeler ise ileride üç garantör ülke arasında tesis edilecek bir çalışma gurubu tarafından belirlenecektir (<http://www.mfa.gov.tr>, 2017). Türkiye Dışişleri Bakanlığı tarafından yapılan açıklamanın devamında; "Çatışan taraflar arasında yukarıda ismi geçen bölgelerde hava unsurları dâhil her türlü silah kullanımına son verilmesini, bölgelere acil ve kesintisiz insani yardım akışının sağlanmasını kayıt altına alan bu muhtırayı memnuniyetle karşılamaktayız" şeklinde bir ifade kullanılmıştır (<http://www.mfa.gov.tr>, 2017).

Suriye Dışişleri Bakanlığı da "Çatışmasızlık Bölgeleri" önerisini desteklediğini açıklamıştır (BBC.com, 2017). Ancak bazı muhalefet temsilcileri salı günü başlayan görüşmelere katılmış, Hama ve Dera'da rejim askerlerinin bombardımana devam ettiğini ve "Çatışmasızlık Bölgeleri" kavramının Suriye'yi böleceği düşüncesi taşıdıklarını bahane göstererek görüşmelere katılmayı askıya aldıklarını duyurmuşlardır. Ayrıca onlar; İran'ın garantör olduğu böyle bir anlaşmaya onay vermelerinin mümkün olmayacağı noktasını da söylemiştir. Ancak Türkiye'nin devreye girmesi ile söz konusu tarafın görüşmelere katılmaya devam edeceği karara bağlanmıştır (<https://www.aa.com.tr>, 2017).

Garantör üç ülke tarafından mutabık kalınan "Çatışmasızlık Bölgeleri" kararının Suriye'de siyasi hedefleri olan birçok BM'ler Batı bloğu ülkelerini tedirgin etmemesi mümkün değildir. Bundan dolayı Suriye'de ateşkesin sağlanması noktasında somut adımların atılması (gerçek, bir türlü atılmadığı) hususunda VI. Cenevre Görüşmeleri'nin 16-20 Mayıs 2017 tarihinde yapılması kararlaştırılmıştır. Söz konusu görüşmelerin kapanış gününde Mistura (Mehrnnews Agency, 11.09.2017) ile muhalefet temsilcisi başkanı el-Hariri ve rejim temsilcileri arasında ayrı ayrı görüşmeler gerçekleşmiştir. Görüşmelerde her iki grup temsilcilerine BM Güvenlik Konseyi'nin 2254 sayılı kararında belirtilen dört ana konu başlığını kapsamlı bir şekilde çalışmanın önemi vurgulanmıştır.

Ancak IV. Cenevre Görüşmeleri'nin kısa sürmesinden dolayı söz konusu başlıklar ele alınmadan toplantı sonlandırılmıştır (<https://www.stratejikortak.com>, 2018). Kısacası "Masada siyasi tarafların çatışma alanlarındaki pozisyonlarına paralel tutum ve söylemleri sebebiyle diplomasi platformundaki mücadelede ilerleme kaydedilmesi pek kolay olmamış ve uzun zaman almıştır" (Kibaroglu, 2017: 37).

7. V. ASTANA GÖRÜŞMELERİ

4-5 Temmuz 2017 tarihinde düzenlenmesi düşünülen Suriye konulu beşinci toplantı öncesi, 3 Temmuz'da garantör ülkelerin "çalışma grup" toplantısı yapılmıştır (<https://ria.ru>, 2017). Toplantı sonrası yapılan açıklamada, "Çatışmasızlık Bölgeleri"ndeki sınırlar ve haritalarda mutabakat sağlanması, koordinasyon merkezi tüzüğü üzerinde çalışılması, tutukluların serbest bırakılması gibi konuların ele alınmasını planladıkları belirtilmiştir (Trthaber.com, 2017). Söz konusu görüşme JW Marriot Otel'de Rusya, Türkiye ve İran'dan katılan bir teknik heyet arasında gerçekleşmiştir. Daha sonra Suriye rejimi temsilcisi başkanı Beşşar Caferi başkanlığındaki heyetle Rusya ve İran'dan gelen heyetler arasında görüşmelere geçilmiştir. Bu arada Suriye muhalefet temsilcileri de Grand Park Esil Otel'de toplantı yapmışlardır. Kendi aralarında yaptıkları toplantı sonrasında Türkiye heyeti ile görüşmeler başlatılmıştır. Muhalifler kendi aralarında görüşürken diğer taraftan Ürdün ve ABD'den katılan diplomatlar arası görüşmeler de devam ettirilmiştir. Görüşmede BM'i Mistura temsil etmiştir (<https://www.stratejikortak.com>, 2018).

Birkaç aşamada ve farklı yerlerde gerçekleşen toplantı sonrası açıklamada bulunan Rusya Devlet Başkanı Putin'in Suriye özel temsilcisi Aleksandr Lavrintiyev; "görüşmelerde, 'Çatışmasızlık Bölgeleri' içinde garantör ülkelerin etkili olduğu bölgelere öncelik verdiklerini" belirtmiştir. Lavrintiyev devamla, "Bildiginiz gibi İdlib, Humus ve Doğu Guta bölgelerinde Türkiye ve İran'ın etkisi vardır. Güney bölgelerdeki muhalif guruplar üzerinde ise Ürdün ve ABD'nin etkisi olduğunu hem Tahran hem de Ankara kabul etmektedir. Onların (ABD, Ürdün) katılımı olmadan bu bölgenin oluşturulması söz konusu değildir şeklinde konuşmuştur. Sözcü; "tam olarak üzerinde çalıştığımız yedi belgemiz vardır. Bunların arasında en önemli olanları ise, 'Çatışmasızlık Bölgelerinde' gözetim yapacak koordinasyon merkezinin kurulması, askeri güçlerin yerleştirilmesi gibi konularla ilgili olan belgelerdir. Bunlar üzerinde mutabakata varılmıştır ancak bir kez daha üzerinde çalışılması gerekmektedir. **Ortak Çalışma**

Gurubu'nun onayını aldıktan sonra belgeleri imzalayacağız" (Takvim.com, 2017) şeklinde bir açıklamada bulunmuştur. Suriye muhalefet temsilcileri sözcüsü Ahmet Birri yaptığı açıklamada; "tutukluların serbest bırakılması bizim ana hedefimizdir. Bu konunun bir sonraki Astana toplantısına hazır olacağına inanıyorum" diye konuşmuştur. Birri; "İran'ın garantörlüğünün kabul etmediklerini" de söylemiştir.

Bir gazetecinin "İdlib ve çevresinde kurulacak Çatışmasızlık Bölgesi'ne Türk güvenlik güçlerinin konuşlanıp konuşlanmayacağına" ilişkin sorusuna ise, "Baştan beri Suriye'ye girmesini istedik. Şimdi de girecek olan Türk güvenlik güçlerinin çatışan taraf olarak değil, iki taraf arasındaki tampon güç olarak girmesi söz konusudur." cevabını vermiştir. Toplantı sonunda taraflar bir önceki Astana toplantısında kararlaştırılan "Çatışmasızlık Bölgeleri"nin ayrıntılarını görüşmek için "Ortak Çalışma Grubu" oluşturmak amacıyla 1-2 Ağustosta İran'da bir daha bir araya gelecekleri konusunda karar aldılar. VI. Astana Görüşmeleri'nin ise Ağustos ayının son haftası yapılacağı duyurulmuştur (CNN Türk.com, 2017).

8. VI. ASTANA GÖRÜŞMELERİ

Söz konusu görüşmelere geçmeden önce BM'nin özel teşebbüsü ile toplanan VII. Cenevre Görüşmeleri'nin sebep ve sonuçları üzerinde bazı hususlara değinmek gerekir. Daha önceki Cenevre Görüşmeleri'nden de alışık olduğumuz üzere BM Suriye Özel Temsilcileri ile ayrı ayrı görüşmeler yapılmıştır. Görüşmelerin oluşan olumlu havanın VI. Cenevre Görüşmeleri'ne de yansıtacağı sinyali vermektedir. Bu iyi niyet çerçevesinde 10 Temmuz 2017 tarihinde görüşmelere geçilmiştir (Timeturk.com, 2017). Görüşmelerde BM Güvenlik Konseyi'nin 2254 sayılı kararında kabul edilen, "ateşkes, terörizm, anayasa ve siyasi geçiş meseleleri" ele alınmıştır. Ancak görüşmeler esnasında Suriye muhalefet temsilcileri ile rejim temsilcileri arasında yüz-yüze değil dolaylı görüşmelerin olmadığını ifade eden SMDK Başkanı ve Suriye Kürtleri Ulusal Konseyi (ENSK) yöneticisi Fuat Eliko, "önümüzdeki günlerde yüz yüze görüşmeler olabilir, biz geçiş yönetiminin kurulmasını, siyasi çözüme geçilmesini istiyoruz. Suriye sorununun çözülmesini istiyoruz, çözümün ve ilerlemenin olması için henüz bir temel yoktur, görüşmelerin başarıya ulaşması için ABD, AB ve Rusya'nın karar vermesi lazımdır" açıklamasında bulunmuştur. Söz konusu toplantıdan belli başlı somut bir karar çıkmamıştır (<https://www.stratejikortak.com>, 2018).

VII. Cenevre Görüşmeleri'nden olumlu-somut bir sonucun çıkmaması umutları bir hafta sonra toplanacak olan VI. Astana Görüşmeleri'ne çevirmiştir. Rus diplomatik çevrelerinden bir kaynağa göre, "Rusya'nın bir sonraki hafta Astana'da gerçekleştirilecek toplantıda Suriye'deki dört güvenli bölge ile ilgili çalışmanın tamamlanmasını beklediği" vurgulamıştır. Sputnik'e konuşan Rus yetkili, "Astana'da yapılacak görüşmelerde başarıyla tamamlanması beklenen çalışma, siyasi çözüm sürecine destek için hem savaş eylemlerinin sona erdirilmesi alanında, hem de insani alanda gerekli şartların oluşmasını sağlamalıdır" ifadelerine yer vermektedir (Mehrnews Agency, 02.05.2017). BM Suriye Özel Temsilcisi Mistura'nın da katılacağını teyit ettiği, tarafların (Türkiye, Rusya, İran, ABD, Ürdün, muhalefet ve rejim temsilcileri) çözüme odaklı gerçekleştirecekleri toplantı 14-15 Eylül 2017 tarihinde garantör ve gözlemci ülkelerin ikili ve üçlü görüşmeleri ile Astana'da başlamıştır (<https://ria.ru>, 2017). Toplantıda özellikle, Humus, Doğu Guta ve Ürdün'le sınır bölgesinde oluşturulan gerilimi azaltma ve İdlib'de de bir güvenli bölge oluşturma kanaati hâkimdir ("Suriye'deki 4 güvenli bölge ile ilgili çalışmanın Astana'da tamamlanması bekleniyor" (Sputniknews.com, 07.09.2017).

İdlib'de "Çatışmasızlık Bölgeleri"nin sınırlarının çizilmesi, ateşkesin sağlanması konuları en önemli gündem maddeleridir. Ayrıca rejimin elinde bulunan tutukluların karşılıklı serbest bırakılması, cenazelerin teslim edilmesi ve kayıp kişilerin aranması da karara bağlanması gereken konular arasındadır. Toplantıya ülkeler bazında, Türkiye'yi temsilen Dışişleri Bakanlığı Müsteşarı Sedat Önal, Rusya'yı temsilen Putin'in Suriye Özel Temsilcisi Aleksandr Lavrintiyev, İran'ı temsilen Dışişleri Bakan Yardımcısı Hüseyin Cabiri Ensari bulunmuştur. Katar da ilk defa bir gözlemcisini bu toplantıya göndermiştir (Timeturk.com, 2017).

Söz konusu toplantı sonucunda İdlib dâhil Suriye'nin dört bölgesinde oluşturulacak "Bölgesel Gerilimi Azaltma Bölgeleri" konusunda uzlaşıldığı belirtilmiştir. Gerilimi Azaltma Bölgeleri'nde gözetim sağlamak amacıyla ortak bir koordinasyon merkezi kurulacağı açıklanmıştır. Söz konusu oluşturulan dört bölgenin altı aylık süre içinde oluşturulacağı, ancak ihtiyaç duyulduğunda sürenin uzatılabileceği kaydedilmiştir (Sudagezer, 2017). Ayrıca, İdlib'de oluşturulacak olan çatışmasızlık bölgelerine konuşlandırılacak gözlemci heyetler konusunda da anlaşmaya varılmıştır. Anlaşma gereğince, İdlib bölgesine Türkiye, İran ve Rusya'dan toplam 500 gözlemcinin gitmesi kararlaştırılmıştır.

Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı'ndan yapılan açıklamada; “Astana Görüşmeleri'nin üç garantör ülkesi arasında sağlanan mutabakat uyarınca, söz konusu ülkelerden gelen gözlemciler, çatışmasızlık bölgesinin sınırlarını teşkil eden güvenli bölgelerde oluşturulacak kontrol ve gözlem noktalarında bulunacaklardır. Gözlemci kuvvetlerin asli görevi, rejim ve muhalefet arasında çatışma yaşanmasını engellemek ve olabilecek ateşkes ihlallerini izlemek olarak tanımlanmıştır. Gözlemci kuvvetlerin faaliyetlerinin eşgüdümü, üç garantör ülke arasında oluşturulacak müşterek Koordinasyon Merkezi tarafından sağlanacaktır”(www.mfa.gov.tr, 2017) ifadeleri yer almıştır. Suriye uzmanı Oytun Orhan'ın bu konudaki değerlendirmeleri son derece isabetlidir: “Anlaşıldığı kadarıyla, İdlib'in dış çeperinin Rus askerleri, vilayet içinin de Türk askerleri tarafından denetlenmesi konusunda mutabakata varılmış durumdadır. Bu gelişme önemlidir, zira eğer anlaşma sağlanmasaydı muhtemel bir çatışmada Türkiye, 2,5 milyon sivilin ülkeye göçüyle veya o bölgede radikal unsurların Türkiye'ye sızmasıyla karşı karşıya kalabilirdi. Türkiye'nin soruna uzlaşma çerçevesinde çözüm bulmak ve İdlib krizindeki radikalleri elimine etmek konusunu zamana yayması ve bu konuda adım atmasının önü açılmıştır. Türkiye burada çatışmasızlığın sınırlarını denetlemek için bölgede olacaktır. İdlib'deki radikallerin elimine edilmesi daha uzun vadeli bir süreçtir. Bu süreçte İdlib'deki yönetim silahlı gruplardan alınarak sivil idareye devredilmeye çalışılacak, şehir içindeki güvenliğin silahlı gruplardan alınarak aynen Fırat Kalkanı bölgesinde olduğu gibi yerel polis güçlerine bırakılması yönünde çaba gösterilecektir. Daha genel anlamda da Rusya, Türkiye ve İran'ın mutabakatı için önemli bir adımdır. Çünkü bu bölge çözümü en karmaşık olan bölgelerdendir. O yüzden bu önemli bir adımdır.” Buna ilaveten; “Batı, Suriye'nin geleceği konusunda söz sahibi olmaktan uzaklaşmaktadır. Önceden Batı için Türkiye bir ortaktı. Batı'nın öncelikleri değişti ve Suriyeli mülteciler odaklı bir Batı politikası ortaya çıktı. Batı'nın İŞİD'le mücadele kapsamında YPG'ye desteği arttı. Bu durum Batı ve Türkiye ayrışmasını doğurdu. Bunun sonucunda Türkiye de bölge ülkeleriyle iş birliğine yönelmiştir. Astana bunun kritik bir adımıydı. Batı, Türkiye gibi bir müttefiki kaybederek nüfuzunu bu anlamda kaybetmiştir. Rusya, İran ve Türkiye gibi iki bölge gücü Suriye'deki etkinliğini sürdürmektedir. Süreç Batı'yı Suriye'deki siyasi çözümün dışına itecektir. Batı bir tek YPG bölgeleri üzerindeki etkisini sürdürmektedir Batı, YPG kontrolündeki Suriye'nin kuzeyinde bir federal bölgenin oluşumu konusunda çaba gösterebilir. Ama Suriye konusunda güç, bölge ülkelerindedir ve bölge ülkeleri birbirine daha da yakınlaşacaktır” (Sudagezer, 2017) ifadesinde bulunmuştur.

Söz konusu toplantı akabinde alınan kararla alakalı açıklamada bulunan Putin'in Suriye Özel Temsilcisi Lavrentiyev, “Garantör ülkeler Rusya, Türkiye ve İran'ın İdlib'deki gerilimi azaltmak ve bölgedeki ateşkesi gözetlemek için gözlemciler gönderecekleri noktada fikir birliği içinde olduklarını açıkladı” şeklinde bir açıklamada bulunarak devam etmiştir: “Rusya'nın güneydeki gerilimi azaltma ve bölgenin kontrolü için Golan tepelerinde BM misyonunun yeniden görev yapması yönünde öneride bulunmaktadır. Mevcut durumdan çıkış yolu arıyoruz ve farklı alternatifler sunuyoruz. Golan tepelerindeki sınır bölgelerinde BM misyonunun işleyişinin yeniden tesis edilmesini de çıkış yollarından biri olarak görüyoruz.” Güneyde bölgesel gerilimi azaltma için ABD ve Ürdün'le memorandum imzalayan Rusya'nın, Türkiye ve İran adına da hareket ettiğini, memorandumunu imzalayan taraf olmak için değil, gerilimi azaltmak ve bir “çatışmasızlık bölgesi” kurma amacına ulaşmak için çabaladıklarını belirtmiştir. (Evensel Gazetesi, 2017).Astana toplantısının bir sonraki turunun Ekim ayının sonunda yapılacağı da belirtilmiştir (İslami Bülten, 2017).

9. VII. ASTANA GÖRÜŞMELERİ

Suriye'de devam eden savaşa son vermek ve barışı tesis etmek adına Ocak 2017 tarihinden bugüne kadar aralıklarla Astana'da devam ettirilen görüşmelerin yedincisi 31 Ekim 2017'de Astana'da başlamıştır (https://ria.ru, 2017). Toplantı iki gün devam etmiştir. Toplantının başlıca gündem maddeleri ise; Suriye'de dört bölgenin “Çatışmasızlık Bölgeleri” kapsamına alınması ve Rusya Devlet Başkanı Putin tarafından Valdai formunda ortaya attığı Soçi'de “Suriye Ulusal Diyalog Kongresi”ne ev sahipliği yapma önerisinin tartışılmasıdır (https://ria.ru, 2017). Söz konusu “Çatışmasızlık Bölgeleri”nin oluşturulması fikri Mayıs ayında ortaya atılmıştır. Bu planın başlıca amacı;

- 1) Rejim tarafından cezaevlerindeki tutukluların tahliyesi,
- 2) Rejimin yaptığı ateşkes ihlalleri,
- 3) Tarihi bölgelerde bulunan mayınların temizlenmesi,
- 4) Doğu Guta başta olmak üzere abluka altındaki bölgelere insani yardımın ulaştırılması,
- 5) Gıda ve tıbbi malzemelerin ulaştırılmasıdır (www.dw.com/tr, 2017).

Fakat söz konusu maddeleri içeren belgelerin imzalanması noktasında başarı sağlanamamıştır. Çünkü söz konusu maddelerin uygulanış biçimi hakkında iki taraf (Suriye rejimi ve muhalefet) arasında fikir birliği yoktur. Şam rejim temsilcileri “Suriye Ulusal Diyalog Kongresi”ne katılmayı kabul ederken, muhalefet ise katılmamakta ısrarlıdır. Bu yüzden VII. Astana Görüşmeleri’nin sonuç bildirgesinde, üç devlet, söz konusu düşmanlıkları ortadan kaldırmak adına BM’nin ev sahipliğinde Cenevre’de konuyu yeniden tartışmayı kabul ederken (www.ukrinform.ru, 2017) bir sonraki Astana Görüşmeleri’nin sekizinci raundunun da 21-22 Aralık 2017 tarihinde yapılacağı duyurulmuştur (https://ria.ru, 2017).

10. VIII. ASTANA GÖRÜŞMELERİ

VII. Astana Görüşmelerine damgasını vuran gelişme ileride Türkiye ile gerginliğe yol açacak olan Rus önerisi olmuştur. Rusya, Kasım ayı ortasında Suriye’de etnik gurupları içine alan bir “halk kongresi” planı ortaya atmıştır. Söz konusu toplantıya Türkiye’nin en hassas olduğu konu olan “PYD’nin bu kongreye davet edilip edilmemesi” konusu problem oluşturmuştur. Nitekim 18 Kasım’da yapılması düşünülen kongreye PYD’nin davet edileceği haberi Türkiye’nin çok ciddi tepkisiyle karşılaşmış ve bundan dolayı toplantının daha ileriki bir zamana tehir edildiği bildirilmiştir. (https://www.dw.com, 2017). Söz konusu anlaşmazlık zemininde “Suriye” konulu VIII. Astana Görüşmeleri Rusya, Türkiye ve İran tarafları arasında ikili görüşmelerle başlamıştır. ABD’nin en alt seviyede katılım sağladığı görüşmelerin asıl gündem maddesi “tutuklu ve esirlerin serbest bırakılması, tarihi mekânlarda mayın temizliği ve Soçi’de yapılacak olan ‘Ulusal Diyalog Kongresi’ne hazırlık” konuları oluşturmaktadır (https://www.aa.com.tr, 2017).

Heyetler arası yapılan görüşmelerin en ilgi çeken Suriye muhalefet temsilcileri ile BM temsilcileri arasında gerçekleşmiştir. Görüşmeyi müteakip yazılı açıklama yapan muhalefet temsilcileri asıl hedefleri olan “tutukluların serbest bırakılması, kuşatmaların sona erdirilmesi ve insani yardımların sağlanması” konularını Rusya ile ayrıca ele alacaklarını açıklamışlardır. Açıklamada ayrıca, İran milis güçlerinin İdlib ve Doğu Guta’da gerginliği azaltma anlaşmasına uymadığı, katliamlara devam ettiği de belirtilmiştir (Trthaber.com, 2017). Bu çerçevede Rus yetkililer ile muhalefet temsilcileri arasında bir görüşme gerçekleşmiştir. Bu görüşme sonucunda yapılan açıklamada bulunan muhalefet temsilcisi, Rus tarafının kendilerine, “*mevcut turda tutuklular, kayıp kişiler ve cenazelerin teslim edilmesi konularında ilerleme sağlanacağı*” konusunda söz verdiğini belirtmiştir. Söz konusu ilerlemenin memnuniyet verici olduğunu açıklayan Türkiye Dışişleri Bakanlığı; “*Türkiye’nin çabası sonucu tutukluların karşılıklı serbest bırakılması için bir çalışma grubu kurulduğunu*” (Trthaber.com, 2017) da belirtmiştir.

İki gün aralıksız devam eden VIII. Astana Görüşmeleri sona erdi. Görüşmeleri müteakip açıklanan sonuç bildirgesinde;

- 1) Suriye’nin toprak bütünlüğünün korunması,
- 2) Tutukluların serbest bırakılması,
- 3) UNESCO kültürel miras listesindeki tarihi alanlarda mayınların temizlenmesi,
- 4) Cenazelerin teslim edilmesi,
- 5) İŞİD, el-Nusra cephesi ve diğer terör örgütleriyle mücadele,
- 6) Ulusal Diyalog Kongresi’nin 29-30 Ocak tarihleri arasında Soçi’de gerçekleştirilmesi konusunda anlaşıldığı belirtildi (Pars Today, 2017).

Bir sonraki IX. Astana Görüşmelerinin de Şubat 2018’de yapılacağı açıklanmıştır (https://kursiv.kz, 2019) .

11. SONUÇ

Öncelikle Astana Sureci olarak bilinen Suriye krizine çözüm arayışları Rusya’nın önerisi ve Türkiye’nin de destekleriyle başladığını yukarıda da zikredilmiştir. Özellikle Esad’ın yanında yer alan Rusya 30 Eylül 2015 tarihinden bil-itibar söz konusu krizin sona erdirilmesi amacıyla Muhafif kanadın sözünü dinlediği Türkiye ile diyalogun önemli olduğunu anlamıştır. Bu durum Türkiye için de önemlidir. Çünkü Türkiye’nin de Rusya ile işbirliği yapması sadece Irak ve Suriye bağlamında değildir. Aynı zamanda Avrasya bölgesinde de Türkiye ile işbirliği gerekmektedir. Nitekim kısa bir süre uçak krizinin getirdiği sıkıntılara rağmen Rusya ile Türkiye arasında Haziran 2016’da iş birliği konusunda adımlar atılmıştır. Bu sürece bölgenin önemli devletlerinden olan İran da dâhil edilmiştir. Rusya’nın “Astana Görüşmeleri” olarak bilinen ve Rusya, Türkiye ve İran’ın da katılımı ile görüşmelere başlanmıştır. Bu görüşme ABD’nin muhalefeti kullanarak Suriye’yi bölüp parçalamak siyasetine

karşı önemli bir girişimdir. Çünkü muhalefet kanadı bugüne kadar uygulanan “Cenevre Görüşmeleri”ne pek sıcak bakmamıştır. Ancak Astana görüşmeleri ise bölge devletlerinin katılması Suriye iktidar ve muhalefetinin destek verdiği bir süreç olarak başlamıştır. Suriye iktidarının Rusya’dan etkilenmesi ne kadar doğalsa, Suriye muhalefetinin de Türkiye’den etkilenmesi o kadar doğaldır. Nitekim Rusya’nın da muhalefet üzerinde Türkiye’nin etkinliğini istemesi bu sebeptendir. Zira görüşmeler başladığı zaman iki taraflı görüşme trafiği de başlamıştır. Rusya ve İran Esad üzerinde etkinliğini uygularken, Türkiye tarafı da muhalefet üzerinde etkinliğini sağlamaya devam etmiştir.

Taraflar arasında diğer bir problemler mesele ise “İdlib”dir. İdlib konusunda Özellikle Türkiye’nin yürümeye çalıştığı “Fırat Kalkanı” operasyonundan sonra bu sefer Suriye’nin daha iç bölgelerine yani İdlib’e asker konuşlandırmak amacıyla başlattığı askeri hareketlilik olmuştur. Türkiye daha Cenevre görüşmeleri ve daha sonra Astana Görüşmeleri esnasında savunduğu “siyasi çözüm bulunması”nın doğru olacağı savıdır. Türkiye, bu savını hem bölgede hem de görüşmelerde her zaman dile getirmiştir. Yani komşusu olduğu Suriye konusunda gizli bir emelinin olmadığını ve toprak bütünlüğünün korunması amacıyla asker göndermiştir. İdlib’e asker gönderilmesi her ne kadar taraflar (ABD, BM, Rusya ve İran) arasında tartışma konusu olsa da bu konu BM Güvenlik Konseyinin 2254 sayılı çözüm önerisi konusunda İdlib vilayeti ve komşu vilayetlerin ateşkes ortamının garanti altına alınması amacıyla “çatışmasızlık bölgeleri” içinde yer alan topraklara asker gönderilmiştir. Bu kararın hem BM Güvenlik Konseyi hem de Astana Görüşmelerinin sonuç bildirgesine uygun olduğunu söyleyebiliriz.

Bu sürece kadarki gelişmeler bize, krizin ta başından beri tartışılan Türkiye’nin savunduğu üç noktaya vurgu yapılabilir:

- 1) Çatışmasızlık Bölgelerinin yaratılması
- 2) Zorla göç ve yerleştirme politikalarından vazgeçilmesi
- 3) Ülkelerin toprak bütünlüğünün korunması yıllar sonra gelinmiş olması.

Diğer bir konu ise, Alandaki tüm güçlerin DEAŞ ve el-Nusra ile ortak mücadele vermeleridir. Bu konu yukarıdaki bölümlerde de vurgulandığı gibi vekâlet savaşlarının sonlandırılması anlamına da gelmektedir.

Son olarak, Astana görüşmeleri Rusya ve Türkiye’nin diplomatik bir başarısı olarak tarihe geçtiği gibi aynı zamanda Suriye krizinde bir dönemeç olarak değerlendirilmiştir.

YAZARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazar, çalışmanın tümüne tek başına katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

Aljazeera.com. (2017). *Cenevre’de masa yeniden kuruluyor*. 27.02.2017, Erişim adresi: <http://www.aljazeera.com.tr>, (27.11.2020).

Avim.org. (2017). *Astana toplantısında Türkiye, Rusya ve İran’dan ortak karar*. 06.07.2017, Erişim adresi: <https://avim.org.tr/tr/Bulten>, (29.12.2019).

BBC.com. (2017). *Türkiye, Rusya ve İran, Suriye’de çatışmasızlık bölgeleri mutabakatını imzaladı*. 04.04.2017, Erişim adresi: <https://www.bbc.com>, (04.12. 2019).

CNN Türk.com. (2017). *Astana zirvesi sona erdi*, 05.07.2017, Erişim adresi: <https://www.cnnturk.com>, (07.12.2019).

Çelikpala, M. (2019). Bugüne tarih olarak bakmak: Türkiye-Rusya ilişkilerinin serencamı ve geleceği. *EDAM (Ekonomi ve Dış Politika Merkezi) Dış Politika ve Güvenlik*, Nisan 2019/5.

Durgun, H. (2017). *Sputnik Türkiye, Cenevre-4 görüşmelerine PYD davet edilmedi*. 06.03.2017, Erişim adresi: <https://tr.sputniknews.com/ortadogu>, (27.11.2019).

- DW.com. (2017, 13 Mart). *Astana'da üçüncü tur Suriye görüşmeleri başlıyor*. Erişim adresi: <https://www.dw.com/tr>, (28.11.2019).
- DW.com. (2017, 19 Şubat). *Suriye'de ateşkes çözüm umuduna bağlı*. Erişim adresi: <https://www.dw.com/tr/>, (29.11.2019).
- DW.com. (2017, 30 Ekim). *Astana'da yeni Suriye zirvesi*. Erişim adresi: <https://www.dw.com/tr>, (07.12.2019).
- DW.com. (2017, 4 Nisan). *Astana sürecinde 15 ayın bilançosu*. Erişim adresi: <https://www.dw.com/tr>, (07.12.2019).
- Evrensel Gazetesi. (2017, 15 Eylül). *Astana'da Rusya, Türkiye ve İran'dan 'İdlib uzlaşısı'*. Erişim adresi: <https://www.evrensel.net>, (07.12.2019).
- Gazete.com. (2017). *Suriye krizinin çözümü için Cenevre-4 görüşmeleri başladı*. 23.02.2017, Erişim adresi: <https://www.gzt.com>, (26.11.2019).
- Haber Masası. (2018). *Dünden bugüne tüm Suriye zirveleri (kronolojik)*. 04.04.2018, Erişim adresi: <https://www.stratejikortak.com>, (26.11.2019).
- Harmoon.org. (2017). *The-Syrian-Opposition-and-the-Brawls-of-Geneva-Four-tr.pdf*. Erişim adresi: <https://harmoon.org>, (28.12.2020).
- Hürriyet Gazetesi. (2017, 23 Ocak). *Astana'daki kritik görüşmeler başladı*, Erişim adresi: www.hurriyet.com.tr, (26.11.2019).
- İslami Bülten. (2017). *Üç ülkenin uzlaştığı Astana mutabakatının tam metni*, 17.09.2017, Erişim adresi: <https://www.islamibulten.com>, (07.12.2020).
- Karabulut, B. (2011) Helsinki'den Astana'ya Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Örgütü (AGİT): AGİT'in geleceği üzerine bir değerlendirme. *Gazi Akademik Bakış*, 4(8), 69-93.
- Kıbaroğlu, M. (2017). *Türkiye'nin İdlib operasyonu*, 06.11.2017, Erişim adresi: <http://www.mustafakibaroglu.com>, (04.12.2019).
- Köstem, S. (2017). 3. Astana Görüşmesi. *Ortadoğu Günlüğü*, 9(79), 18-19.
- Mehrnews Agency. (2017, 11 Eylül). *Astana-6 görüşmeleri 15 Eylül'de başlıyor*. Erişim adresi: <https://tr.mehrnews.com/news/1866619>, (18.12.2019).
- Mehrnews Agency. (2017, 15 Mart). *İran ve Rusya'dan Astana görüşmesi*. Erişim adresi: <https://tr.mehrnews.com/news>, (29.11.2019).
- Mehrnews Agency. (2017, 2 Mayıs). *Mistura Astana toplantısına katılacak*. Erişim adresi: <https://tr.mehrnews.com/news>, (18.12.2019).
- Parker, J. W, (2017). *Putin's Syrian Gambit: Sharper Elbows, Bigger Footprint, Stickier Wicket* (Government Printing Office, July).
- Pars Today. (2017). *Astana 8 görüşmeleri, kapanış bildirisinin okunmasının ardından son buldu*. Erişim adresi: https://parstoday.com/tr/news/middle_east-i93251, (11.12.2019).
- Sputniknews.com. (2017, 7 Eylül). *Suriye'deki 4 güvenli bölge ile ilgili çalışmanın Astana'da tamamlanması bekleniyor*. Erişim adresi: <https://tr.sputniknews.com>, (07.11.2020).
- Sputniknews.com. (2017, 6 Temmuz). *Astana görüşmeleri 2. gününde: Heyetler yeniden bir araya geldi*. Erişim adresi: <https://tr.sputniknews.com/asya/201701241026905733-suriye-astana-gorushmeleri>, (26.11.2019).
- Sudagezer, E. (2017). *Rusya, Türkiye ve İran Suriye'deki sürecin belirleyicisi haline geldi*. 20.09.2017, Erişim adresi: <https://tr.sputniknews.com>, (07.12.2019).
- Suiçmez, M. N. (2018). *Dünden bugüne tüm Suriye görüşmeleri (kronolojik)*, 04.04.2018, Erişim adresi: www.stratejikortak.com, (26.12.2019).

- T.C. Dışişleri Bakanlığı. (2017). *T.C. Dışişleri Bakanlığı*, 04.04.2017, Erişim adresi: <http://www.mfa.gov.tr> (04.12.2020).
- Takvim.com. (2017). *Astana 5 toplantısı sonrası flaş açıklamalar*. 05.07.2017, Erişim adresi: <https://www.takvim.com.tr/dunya>, (04.12.2019).
- Timeturk.com. (2017, 14 Eylül). *Suriye konulu 6. Astana Toplantısı başladı*, Erişim adresi: <https://www.timeturk.com>, (15.12.2020).
- Timeturk.com. (2017, 17 Haziran). *Suriye konulu Cenevre 7 görüşmeleri 10 Temmuz'da*, Erişim adresi: <https://www.timeturk.com>, (10.12.2020).
- Trenin, D. (2013). *Rossiya i Krizis v Sirii, raboçie Materialı Karneqi*, 02.02.2013, Erişim adresi: <https://carnegieendowment.org>, (2. 02.2020).
- Trthaber.com. (2017, 22 Aralık). *Suriye konulu 8. Astana toplantısında 'tutuklular için uzlaşma*. Erişim adresi: <https://www.trthaber.com>, (11.12.2019).
- Trthaber.com. (2017, 29 Haziran). *Astana'daki Suriye konulu 5. toplantı 4-5 Temmuz'da*. Erişim adresi: <https://www.trthaber.com/haber/dunya>, (04.12.2019).
- Trthaber.com. (2017, 7 Ağustos). *Astana'da Suriye konulu teknik toplantı yapılacak*. Erişim adresi: <https://www.trthaber.com/haber/dunya-312302>. (04.12.2019).
- Ukrinform.com. (2017). *Седьмой раунд сирийских переговоров завершился безрезультатно СМИ*, 31.10.2017, Erişim adresi: <https://www.ukrinform.ru/rubric-world/2335269>, (20.10.2020).
- АЛЕКСАНДР Аксенёнок. (2017). *Астана — трудный старт*. Erişim adresi: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/astana-trudnyy-start>, (18.12.2019).
- МИД РФ, (2017). *Переговоры по Сирии в Астане намечены на февраль, Курсив деловые новости Казахстана*. 18.01.2019, Erişim adresi: <https://kursiv.kz/news/politika>, (11.12.2019).
- РИА Новости. (2018). *Переговоры по Сирии в астанинском формате*, 28.11.2018, Erişim adresi: <https://ria.ru/20181128/1533526379.html>, (25.11.2019).

DERLEME MAKALESİ / REVIEW ARTICLE

ALGILANAN AŞIRI NİTELİKLİLİK: KAVRAMSAL BİR DEĞERLENDİRME

PERCEIVED OVERQUALIFICATION: A CONCEPTUAL EVALUATION

Öğr. Gör. Ayşe KIR¹

Doç. Dr. Tahsin AKÇAKANAT²

ÖZ

Bireylerin iş gereklerinden daha fazla niteliklere sahip oldukları yönündeki bireysel algılarını ifade eden ve çok boyutlu bir kavram olarak ele alınan algılanan aşırı niteliklilik, son yıllarda ilgi duyulan ve çeşitli değişkenlerle ilişkisi araştırılan önemli konular arasında bulunmaktadır. İş görenlerin aşırı nitelikliliğe ilişkin algıları çok sayıda faktörlere bağlı olarak ortaya çıkmakta ve bu durum iş görenlerde bazı davranış ve tutumlara neden olmaktadır. Aşırı niteliklilik bireylerde çeşitli sağlık sorunlarını da beraberinde getiren dolayısıyla hem bireyler hem de örgütler açısından üzerinde önemle durulması gereken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışmada öncelikle, aşırı niteliklilik algısının dayandığı kuramsal temeller, aşırı niteliklilik algısının öncülleri ve sonuçları açıklanmış daha sonra da ulusal yazın taraması kapsamında ele alınan bazı çalışmalara ilişkin değerlendirmelere yer verilmiş ve çalışma kapsamında bazı önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Aşırı Niteliklilik, Algılanan Aşırı Niteliklilik, Kişi-İş Uyumu, Eksik İstihdam.

JEL Sınıflandırma Kodları: M10, M12.


ABSTRACT

Perceived overqualification is defined as the individual perception of individuals to have more qualifications than job requirements. Perceived overqualification which is considered as a multidimensional concept, and its relation with various variables are important issues of interest in recent years. The overqualification perception of the employees occurs depending on various factors and causes some behaviors and attitudes in the employees. Extreme qualification brings along various health problems in individuals. Therefore, overqualification emerges as an issue that should be emphasized both for individuals and organizations. In the study, firstly, the theoretical foundations of the overquality perception, the antecedents and results of the overquality perception are explained. Then, evaluations of some studies considered within the scope of Turkish literature review are included and some suggestions are made within the scope of the study.

Keywords: Overqualification, Perceived Overqualification, Person-Job Fit, Underemployment.

JEL Classification Codes: M10, M12.

¹  Akdeniz Üniversitesi, Serik Gülsün-Süleyman Süral Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, aysekir@akdeniz.edu.tr

²  Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, tahsinakcanat@sdu.edu.tr

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

The workforce has an important role in ensuring the efficiency and sustainability of the enterprises. Businesses achieve success by using the most valuable resources, the human element, in the most accurate way, under constantly changing environmental conditions. However, equality cannot always be achieved between the performance demanded from the employee and the performance perception of the employee himself/herself. In some cases, individuals are faced with excessive workload by remaining below the potential expected from them, and in some cases, the job requested from the employee may be below the individual's potential. When the job is below the potential of the individual, the individual may have the perception that he/she is over-qualified. Over-qualification is among the most common types of underemployment and is explained as a multidimensional concept. The non-compliance of the employee's qualifications with the requirements of the job indicates the perceived incompatibility dimension, and the fact that the development opportunities regarding the job do not fully meet the employee's expectations indicates the perceived non-development dimension. An individual who perceives that he is over-qualified has more expectations when he thinks about his/her knowledge, skills and experiences, and when he cannot meet these expectations, he exhibits some negative attitudes and behaviors towards the job and the business. The perception of over-qualification negatively affects job satisfaction, reduces commitment to the organization, and even leads to quitting. In the study, the theoretical foundations of the perception of overquality were explained, and it was aimed to reveal the individual and organizational results in all dimensions within the scope of the literature. Turkey was found to be related to a limited number of research subjects. The concept of overquality has gained little place in organizational research. Therefore, the study is important in that the concept of perceived excessive quality has not been investigated sufficiently. Within this framework, it is thought that the study will contribute to the literature and practice.

Design/methodology/approach:

In this study, the literature on the concept of over-qualification has been reviewed and the perceived over-qualification phenomenon is primarily evaluated within its theoretical foundations. When we look at the theoretical infrastructure regarding the over-qualification perception, it is seen that there are various explanations about the psychological processes that cause the perception of over-qualification in individuals. Of these; Adam's Equality Theory and Crosby's Relative Deprivation Theory put the employee at the center while explaining the concept of excessive qualification, and Edwards' Person-Job Fit Theory put the organization at the center while explaining the concept of excessive qualification. The focus of the Effort-Reward Imbalance Model has been to evaluate the stress conditions caused by low earning situations in the employee despite the high cost and effort in business life.

Findings:

It is stated that the perception of overquality is undesirable for both the organization and the employee. Because the over-qualified employee will get bored after a while, his/her loyalty to the job will decrease and his/her intention to quit will increase. Perceived excessive qualification is explained as a negative situation that decreases organizational commitment and job satisfaction, and increases the emergence of the intention and behavior to leave the job. Managers assume that the performance of highly qualified individuals will be low and they do not want to hire these individuals. However, there are studies in the literature showing that the negative intentions and attitudes of individuals with the perception of excessive qualification are removed when the appropriate environment is provided by the organization. This contradictory nature of the over-qualification perception is evaluated negatively. However, it should be taken into account that employees with this perception may exhibit positive behavior.

Conclusion and Discussion:

The effective and efficient use of human resources is very important for the business to achieve its goals. Achieving positive organizational outcomes of the business is only possible by providing organizational support to the employees in all matters and sustaining this situation. The compatibility of the qualifications of individuals with the requirements of the job contributes positively to their productivity and enables positive organizational outcomes such as organizational commitment, job satisfaction and job performance. The incompatibility of individuals' characteristics and job requirements (qualification incompatibility) is considered as a negative situation and reveals the concept of over-qualification. Therefore, the harmony between the individual and the job cannot always be achieved in business life. While individuals want to work in jobs suitable for their qualifications, they are forced to work in jobs that are lower than their qualifications or in jobs where they cannot use their qualifications due to various reasons. It can be said that this situation, which is expressed as perceived excessive quality, is harmful for businesses. With this work; First of all, the perceived excessive quality issue was examined conceptually, and then the results of some national studies on this subject were included. Individuals with a perception of excessive qualification have high intention to quit, have low job satisfaction and organizational commitment, and tend to exhibit unproductive work behaviors. For reasons, it is stated that this perception is undesirable and damaging to the organization. Therefore, it is important to understand the importance of the subject by the business management and to make the necessary researches on time. Businesses should look for ways to reduce these negative attitudes and behaviors caused by the perception of over-qualification, and focus on what strategies to implement and what measures should be taken to prevent these negative attitudes and behaviors.

1. GİRİŞ

Günümüzde işletmeler sürekli değişen çevre koşulları içerisinde faaliyette bulunan dinamik yapıya sahip sistemler olarak kabul edilmektedirler ve işletmelere bu dinamik özelliği sağlayan en temel unsur ise “insan kaynağı” olduğu söylenebilmektedir. İşletmelerin varlıklarını devam ettirebilmeleri ve yoğun rekabet ortamında rekabet avantajı sağlayabilmeleri, sahip oldukları insan kaynağına ve onların niteliklerine bağlıdır.

İşletmeler, en değerli kaynakları olan insan unsurunu en doğru şekilde kullanarak başarıya ulaşmaktadırlar. Bu kapsamda insan kaynakları yöneticilerine önemli görev ve sorumluluklar düşmektedir, “insan kaynağını” en doğru şekilde kullanabilme amacına yönelik olarak işe alım sürecinde “doğru işe doğru insan” felsefesinden yararlanılmaktadır (Karaman ve Çetinkaya, 2019: 17).

Ancak yazın değerlendirildiğinde iş görenden talep edilen performans ile iş görenin kendisine yönelik performans algısı arasında her zaman eşitliğin sağlanmadığı görülmektedir. Dolayısıyla bazı durumlarda bireyler kendilerinden beklenen potansiyelin altında kalarak aşırı iş yükü ile karşı karşıya kalabilecek, bazı durumlarda ise iş görenlerden talep edilen iş, bireyin potansiyelinin altında olabilecektir. İş, çalışanın potansiyelinin altında kaldığı zaman birey kendisinin aşırı nitelikli olduğu algısına sahip olabilecektir (Yıldız ve Arda, 2018: 142). Aşırı niteliklilik, bir bireyin pozisyonunun gerekliliklerinden daha fazla bilgi, eğitim, beceri, yetenek ve diğer özelliklere sahip olma düzeyi olarak ifade edilmektedir (Maynard ve Parfyonova, 2013: 436).

Aşırı niteliklilik olgusunun ilk olarak iktisatçılar tarafından eksik istihdam (underemployment) kavramı altında değerlendirildiği görülmekte ve aşırı niteliklilik eksik istihdamın önemli boyutlarından biri olarak açıklanmaktadır. İktisatçılar, aşırı niteliklilik olgusunu daha düşük kaliteli bir işe yerleşme şeklinde tanımlamışlar ve ücretlere vurgu yapmışlardır. Sosyal bilimcilerin de ilgi alanına giren aşırı nitelikliliğin eğitim düzeyi, gelir kaybı, devamlılık ve performans değişkenleriyle birlikte ele alındığı görülmekte, sosyal psikologlar ve örgütsel davranışçılar tarafından da kavramın araştırıldığı belirtilmektedir (Feldman, 1996: 387).

Aşırı nitelikli olduğu algısına sahip birey, kendi bilgi, beceri, deneyim ve diğer niteliklerini düşündüğü zaman daha çok beklenti içerisinde olmakta, beklentileri karşılanmadığı takdirde, işe ve işletmeye yönelik birtakım olumsuz davranış ve tutumlar sergileyebilmektedir. Aşırı niteliklilik algısı bireylerin iş tatminini olumsuz şekilde etkilemekte, işletmeye olan bağlılıklarını azaltmakta ve dahası işten ayrılmalara yol açabilmektedir (Özkanan, 2018: 665).

Algılanan aşırı niteliklilik kavramı son yıllarda ilgi duyulan önemli konulardan biridir. Yabancı yazında, 1990’lı yıllardan itibaren araştırmalara konu olan algılanan aşırı niteliklilik olgusunun Türkçe yazında 2010’lu yılların başlarında araştırılmaya başlandığı görülmektedir. Algılanan aşırı niteliklilik kavramı; iş tatmini, işten ayrılma niyeti, personel güçlendirme, örgütsel bağlılık, performans, iş stresi ve sağlık gibi birçok değişkenle birlikte değerlendirilmiştir (Karacaoğlu ve Arslan, 2019: 108).

Aşırı niteliklilikteki artışa ilişkin yapılan en yaygın açıklama, eğitim seviyelerinin eğitilmiş işgücü talebinden daha çok ve hızlı şekilde artış göstermesidir. Algılanan aşırı niteliklilikteki artışın diğer açıklamaları ise bireylerin kurumsal küçülme, yeniden yapılanma gibi bazı nedenlerle optimal istihdamdan daha azını kabul etmelerine ve istihdam esnekliğini sınırlayan ikili kariyerlilikteki artışa yöneliktir (Cowherd ve Levine, 1992: 304).

Bu çalışmada, aşırı niteliklilik algısı kavramsal olarak değerlendirilmiştir. Uluslararası yazında aşırı niteliklilik olgusuna ilişkin çok sayıda çalışmaya rastlanılmasına rağmen, ülkemizde aşırı niteliklilikle ilgili sınırlı sayıda araştırma olduğu gözlenmiştir. Algılanan aşırı nitelikliliğe ilişkin ulusal yazında sınırlı sayıda çalışma olması, özellikle aşırı niteliklilik algısının kuramsal temelleri kapsamında ele alınması ve ulusal yazında yer alan bazı çalışmalara ilişkin değerlendirmelere yer verilmesi açısından çalışmanın gelişmekte olan algılanan aşırı niteliklilik yazınına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2. AŞIRI NİTELİKLİLİK VE AŞIRI NİTELİKLİLİK ALGISI KAVRAMLARI

Aşırı niteliklilik kavramı, eksik istihdamın en yaygın türleri arasında yer almakta ve eksik istihdam beş temel boyuttan oluşan çok boyutlu bir yapı olarak tanımlanmaktadır. Bu boyutlar; a) işin gerektirdiğinden daha fazla eğitime sahip olmak, b) kişinin formal eğitim alanı dışında farklı alanda çalışması, c) işte kullanılmayan daha yüksek düzey beceri ve iş deneyimine sahip olmak, d) yarı zamanlı, geçici veya aralıklı bir işte isteksiz olarak çalışmak ve e) bir kişinin önceki işinden veya bir iş arkadaşından % 20 daha az kazanması olarak ifade

edilmektedir. Bir bireyin belirli standartların altında bir işte çalıştığı durumlarda ortaya çıkan eksik istihdam, çalışanlar açısından değerlendirildiği zaman birtakım negatif çıktılara neden olmaktadır (McKee-Ryan ve Harvey, 2011: 2-12).

Eksik istihdam kavramına yönelik yapılan tanımlamalar akademik disiplinler arasında farklılık göstermekle birlikte hepsinde iki temel unsuru söz konusudur. Eksik istihdam bir şekilde daha düşük, eksik, yetersiz veya daha düşük kalitede bir istihdam türü olarak değerlendirilmektedir. En genel tanımı ile eksik istihdam, bireyin sahip olduğu eğitimin, bilgi, beceri, deneyimin ve daha önce çalıştığı işinde almış olduğu ücretin şu anki işinden daha fazla olması şeklinde ifade edilmektedir (Feldman, 1996: 387).

Aşırı niteliklilik (overqualification) kavramının ulusal yazında aşırı vasıflılık, fazla niteliklilik veya üstün niteliklilik gibi farklı kavramlarla ifade edildiği görülmektedir (Gizlier, 2018: 11). Aşırı niteliklilik kavramına yönelik yazına bakıldığında zaman bu kavramın ilk olarak Freeman'in 1976 yılında yazmış olduğu "The Overeducated American" adlı kitabında kullanıldığı söylenebilmektedir (Gizlier, 2018: 12). Kitapta aşırı niteliklilik, bireylerin gerçekleştirdikleri iş için gerekli olmayan yüksek eğitim durumları olarak açıklanmıştır (Özkanan, 2018: 665).

Aşırı niteliklilik, The Overeducated American adlı kitabının yayınlanmasının ardından, hem ekonomistler hem de yönetim araştırmacılarının ilgi odağı haline gelmiştir (Erdogan ve Bauer, 2009: 557). Aşırı niteliklilik, çalışan becerileri ve iş gereksinimleri arasında bir uyumsuzluk durumudur (Bickes, Yılmaz, Samur ve Demirtaş, 2020: 47). Genel olarak aşırı niteliklilik, bir çalışanın, pozisyonunun gerekliliklerine göre daha fazla eğitim, deneyim ve/veya bilgi, beceri, yetenek ve diğer özelliklere sahip olmasını ifade etmektedir (Maynard ve Parfyonova 2013: 436).

Aşırı niteliklilik kavramı, kişi-iş uyumunun düşük olması durumuna göre açıklamaktadır. Kişi- iş uyumuna ilişkin araştırmalar, birey ve çevresi arasındaki uyum ne kadar güçlü olursa, iş sonuçlarının da o kadar iyi olduğunu göstermektedir. İş talepleri ve işçi yeterlilikleri arasındaki uyum, nitelik uyumu şeklinde ifade edilmektedir, düşük uyum seviyeleri ise algılanan aşırı nitelikliliğe sebep olmaktadır (Lobene ve Meade, 2010: 1).

Kişi iş uyumunun boyutları arasında yer alan nitelik uyumu/uyumsuzluğu, bireyin sahip olduğu niteliklerin, gerçekleştirdiği işin gerektirdiği niteliklerle uyumlu/uyumsuz olması olarak açıklanmaktadır. Farklı bir deyişle nitelik uyumu/uyumsuzluğu, kişi iş uyumunun talep yetenek boyutunu göstermektedir. Talep-yetenek uyumsuzluğu, bireyin işinin gereklerinden daha fazla bilgi, beceri, deneyim daha fazla eğitim ve işe yönelik olası diğer niteliklere sahip olması durumunu ifade etmektedir. Bu doğrultuda aşırı niteliklilik kavramının, nitelik uyumsuzluğunun alt boyutu olarak değerlendirildiği görülmektedir. Aşırı niteliklilik, talep-yetenek uyumsuzluğunu ifade etmektedir ve algılanan aşırı niteliklilik kişi-iş uyumunun gerçekleşmediğinin göstergesidir (Ünsal Akbıyık, 2016a: 1713).

Aşırı niteliklilik hem objektif nitelikler hem de istihdam durumuna yönelik subjektif yorumlar aracılığıyla belirlenebilmektedir (Akin ve Ulukök, 2016: 74). Dolayısıyla aşırı niteliklilik kavramının ölçümü objektif ve subjektif olmak üzere iki şekilde yapılmaktadır (Luksyte, Maynard ve Spitzmueller, 2011: 280). Objektif ölçümde iş gerekleri ile bireyin sahip olduğu nitelikler belirli standartlar doğrultusunda karşılaştırılmaktadır (Acaray, 2019: 449).

Aşırı nitelikliliği objektif olarak ölçmenin aksine, psikolojik araştırmaların büyük çoğunluğu aşırı nitelikliliği algılanan aşırı niteliklilik olarak ifade edilen ve işe ilişkin bir algı ya da tutum olarak ölçümlenmişlerdir. Her ne kadar algılanan aşırı niteliklilik, aşırı nitelikli çalışanları incelemek için bilgilendirici olsa da fiilen iş başvurusunda bulunan bireylerin değerlendirilmesinde tek başına uygun değildir. (Fine ve Nevo, 2011: 241).

Objektif aşırı niteliklilik kavramı, bir çalışanın eğitim düzeyi, iş deneyimi, bilgi, beceri ve yetenekleri şeklindeki fiili (gerçek) niteliklerinin, iş gereklerinin üzerinde olması durumunda ortaya çıkmaktadır. Subjektif yani algılanan aşırı niteliklilik ise çalışanın, iş için gerekli olan niteliklerden fazlasına sahip olduğu şeklindeki öznel izlenimi olarak ifade edilmektedir (Maynard, Brondolo, Connelly ve Sauer, 2015: 211). Başka bir ifadeyle, çalışanın şu anki işinin gerektirdiğinden daha yüksek düzeyde eğitim, beceri gibi niteliklere sahip olduğunu düşünmesi ile ilgili bir durumdur. Ancak, objektif yani nesnel olarak değerlendirilen aşırı niteliklilik ölçülürken, genellikle çalışanın kendi algısından ziyade bir ölçme aracından ya da dış gözlemciden yararlanılarak bireyin nitelikleri ile işin gerekleri arasındaki uyum değerlendirilmektedir (Maltarich, Reilly ve Nyberg, 2011: 236).

Objektif aşırı niteliklilik, genellikle çalışanların eğitimi veya çeşitli becerilerinin iş gereklerinde belirtilen standartlar ile karşılaştırılması yoluyla ölçülür. Objektif (nesnel) aşırı niteliklilik, aşırı nitelikliliğin daha doğru bir

temsili gibi görünse de, karşılaştırılabilir pozisyonlarda çalışan aynı niteliklere sahip bireylerin, genellikle farklı düzeylerde algılanan aşırı niteliklilik yaşadıkları gerçeğini açıklayamamaktadır (Zhang, Law ve Lin, 2016: 63).

Algılanan aşırı niteliklilik, bireylerin kendilerinin veya başkalarının gerekli iş niteliklerinden daha fazlasına sahip olduklarını algılama derecesi olarak tanımlanmaktadır (Ahmad ve Qadir, 2018: 22). Algılanan aşırı niteliklilik, istihdam edilen bir bireyin, fazladan iş yeterliliğine sahip olması durumunu veya yeni işle ilgili beceri edinme ve kullanma fırsatını sınırlama derecesini ifade etmektedir. Algılanan aşırı niteliklilikte, bireylerin gerekli iş gereksinimlerini aşan eğitim, deneyim veya beceriye sahip olduklarını algıladıkları söylenebilmektedir (Benedict, Gayatri Devi ve Velayudhan, 2009: 283).

Algılanan aşırı niteliklilik kavramı ilgili yazında iki farklı şekilde işlevsel hale getirilebilmektedir. Kavramlarla ilgili olan ilk tanımda, “aşırı nitelikli olmanın sadece mevcut görevlerini yerine getirmek için yeterliliklerinin gereğinden daha fazla olduğunu düşünen işçilerin sadece bir algılaması” olduğu iddia edilmektedir. İkinci tanımda ise iş gerekleri ve işçilerin resmi nitelikleri üzerine odaklanılmaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde aşırı nitelikli olma mevcut iş tanımında gerekenden daha fazla resmi niteliklere sahip olma durumu şeklinde belirtilmektedir (Berk, Kahya, Kuzu ve Bayramlık, 2015: 61).

Johnson ve Johnson (1997) algılanan aşırı nitelikliliğin sağlık üzerindeki etkilerini ve duygusal desteğin aşırı niteliklilik ve sağlık arasındaki ilişkide düzenleyici rolünü inceledikleri çalışmalarında açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri sonucunda algılanan aşırı nitelikliliğin “uyumsuzluk” ve “gelişmeme” olmak üzere iki temel göstergesi olduğunu bulmuşlardır.

Aşırı nitelikliliğin boyutlarından birincisi, çalışanın sahip olduğu niteliklerinin mevcut iş gereklerinden ne kadar farklı olduğu yönündeki uyumsuzluk algısı, ikincisi ise çalışanın yeterli mesleki gelişim fırsatlarına sahip olup olmadığı yönündeki gelişmeme algısı olarak açıklanmaktadır. (Luksyte vd., 2011: 280). Başka bir deyişle, algılanan aşırı niteliklilik algılanan uyumsuzluk ve algılanan gelişmeme olmak üzere iki yapıdan oluşmaktadır.

Aynı zamanda algılanan aşırı niteliklilik, algının kaynağı ve oluşma zamanına göre de farklı şekillerde ifade edilmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde algılanan aşırı niteliklilik iş gören, çalışma arkadaşları ve yönetici gibi aşırı nitelikliliğin kimin tarafından algılandığına yönelik olarak ve ayrıca algının işe giriş aşamasında ortaya çıkmasına göre beklenen veya işe girdikten sonra ortaya çıkmasına göre de sonradan ortaya çıkan olarak ele alınmaktadır (Özkanan, 2019: 43).

İşgücünün aşırı nitelikli olmasına rağmen, çeşitli iş kollarının nitelik gerektirmemesi durumu, işgücü aleyhinde arz talep dengesizliğini meydana getirmektedir. Bunun neticesinde de aşırı nitelikli bireyler kendi niteliklerine uygun olmayan ve kendileri için daha basit gelebilecek çeşitli işlere başvuruda bulunmakta ve istihdam edilmektedirler (Çankır, Arslan, Yener ve Demirtaş, 2018: 10).

Yazında, aşırı nitelikli olmanın hem iş gören hem de örgüt açısından istenmeyen bir durum olduğu öne sürülmektedir. Çünkü aşırı nitelikli bireyler belirli bir zaman sonra çalıştıkları işten sıkılacak, işe olan bağlılıkları azalacak ve işten ayrılma niyetleri artacaktır. Dolayısıyla yöneticiler de aşırı nitelikli bireylerin performanslarının düşük olacağını varsaydıklarından söz konusu bireyleri işe almak istememektedirler (Bashur, Hernandez ve Peiro, 2011: 193). Bu doğrultuda örgütler, mümkün olduğu kadar, işe en uygun adayları istihdam ederek aşırı nitelikli iş gören sayılarını azaltmaya çalışmaktadırlar (Ünsal Akbıyık, 2016b: 21-22). Ancak, yetenek yönetimi kapsamında değerlendirildiğinde ise tam tersine yüksek yeteneğe sahip bireylerin organizasyonda tutulmaları amaçlanmaktadır.

3. AŞIRI NİTELİKLİLİK ALGISININ KURAMSAL TEMELLERİ

Aşırı niteliklilik algısına yönelik kuramsal alt yapıya bakıldığı zaman, bireylerde aşırı niteliklilik algısının oluşmasına neden olan psikolojik süreçlere ilişkin çeşitli açıklamalar ortaya çıkmaktadır. Bunlar; aşırı niteliklilik kavramını değerlendirirken çalışanın temel alan Adams'ın Eşitlik Teorisi ve Crosby'nin Görelî Yoksunluk Teorisi ile örgütü temel alan Edwards'ın Kişi-İş Uyumu Teorisi (Karacaoğlu ve Arslan, 2019: 109) ve Çaba-Ödül Dengesizliği Modeli olarak belirtilmektedir. Gerekli açıklamalar aşağıda yer almaktadır.

3.1. Eşitlik Teorisi

Adams'ın Eşitlik Teorisi'nin (Equity Theory) odak noktasını; örgüt içinde yer alan bireylerin eşitsizlik algılarının, onların iş performansları üzerinde ne şekilde etkili olduğu ve aynı zamanda çalışanların işlerinde sergilemiş

oldukları performansı ve sonuçları diğerleri ile kıyaslayarak bir yargıda bulunmaları oluşturmaktadır. Bunun neticesinde ise çalışanlar örgütte eşitlik olduğunu ya da eşitlik olmadığını düşünmektedirler. Ancak çalışanlar örgütün hakkaniyetli olduğu yönünde bir algıya sahip olurlarsa, motivasyonları olumlu şekilde etkilenmekte, tersi durumda ise motivasyon düzeyinde düşüş meydana gelmektedir (Doğan ve Varoğlu, 2019: 26).

Eşitlik algısı, iş ortamlarındaki önemli kavramlar arasında yer almaktadır ve haksızlık, ödüllerden memnuniyetsizlik, işte daha az çaba ve örgütten ayrılma isteği dahil olmak üzere birçok önemli davranışla ilişkilendirilmiştir. Eşitlik Teorisi, çalışanların işlerine yönelik çeşitli girdileri ile elde ettikleri sonuçları karşılaştırdıklarını ileri sürmektedir. Bir çalışanın adalet veya adaletsizlik duygusunu belirlemeye yarayan temel unsur, ilgili kişiler veya grupla yaptıkları karşılaştırmalar olarak ifade edilmektedir. Bireyin girdi-sonuç oranı diğer karşılaştırmaya eşit ise, eşitlik-veya adalet duygusu - eğer oranlar eşit değilse, eşitsizlik ve eşitliği eski haline getirme baskısı ortaya çıkmaktadır. Eşitlik Teorisi, birinin girdilerinin ve çıktılarının, başkalarının girdileri ve çıktıları ile ilişkili olarak değerlendirildiğini savunmaktadır (Sweeney, 1990: 329).

Eşitlik Teorisi'ne göre, bireyler çeşitli iş girdilerinin (bilgi, nitelikler, zaman, vb.) elde ettikleri iş sonuçlarına (ücret, ödül, unvan, vb.) oranını diğerleriyle karşılaştırmaktadırlar. Eşitlik Teorisi'ne uygun olarak karşılaştırmada, aşırı nitelikli bireylerin girdilerinin, diğerlerinin girdilerinden daha fazla olduğunu düşündükleri öne sürülmüştür. Bu durumdaki bireylerin tekrar eşitlik sağlayabilmeleri için çeşitli potansiyel davranışlar arasından seçim yapmaları önerilmiştir (girdileri azaltma, sonuçları artırma, başkalarının girdilerini / sonuçlarını çarpıtma vb). Bazı durumlarda (örneğin, kuruluş tarafından daha iyi sonuçlar sağlanmadığında), aşırı nitelikli insanlar eşitliği geri kazanmak için üretken olmayan işyeri davranışlarına yönelebileceklerdir (Fernandes, 2016: 5).

Örgüt içerisinde, eğitim, bilgi, beceri ve tecrübe olarak ifade edilen birtakım girdiler; ücret, ödül, özerklik, takdir gibi çıktılarla uyumlu olmadığı zaman, bireyde adaletsizlik duygusu meydana gelmektedir. Dolayısıyla Eşitlik Teorisi kapsamında yer alan girdiler ve çıktılar ile algılanan aşırı niteliklilik kavramının neden ve sonuçlarının uyum gösterdiği ifade edilebilmektedir. Algılanan aşırı nitelikliliğin nedenlerine bakıldığı zaman eğitim ve tecrübe gibi bireysel nitelikler; sonuçlarına bakıldığı zaman ise bireylerin hak ettiklerini düşündükleri ücret, takdir, özerklik elde etme şeklindeki beklentilerin karşılanmaması olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda, meydana gelen iş tatmini ve performans düşüklüğü, örgütsel özdeşlemede yetersizlik durumu gibi sonuçların Eşitlik Teorisi'nin girdi ve çıktıları ile paralellik gösterdiği belirtilmektedir (Karacaoğlu ve Arslan, 2019: 110).

Algılanan aşırı niteliklilik, dağıtıcı bir adaletsizlik durumu olarak nitelendirilebilmektedir. Dağıtıcı adaletsizlikler, genel olarak Eşitlik Teorisi kapsamında anlaşılmaktadır. Bireyler, girdilerinin (maaş) çıktılara oranı (örneğin, çaba) ile girdilerin başkalarının çıktılarına algılanan oranı arasında bir tutarsızlık olduğuna inandıkları takdirde dağıtıcı bir adaletsizlik ortaya çıkmaktadır. Niteliklerine uygun pozisyonlarda çalışan bireylere kıyasla, aşırı nitelikli çalışanlar koşulları haksız olarak algılayacaklardır. Bu şekilde haksız muameleye maruz kaldıklarına inandıkları zaman ise daha az olumlu çalışma tutumlarına sahip olabileceklerdir. Ayrıca, bu tür çalışanlar, diğer istihdam fırsatlarını aramak, işyerinde görev performansını düşürmek veya verimsiz iş davranışlarına katılmak şeklinde, dengeyi yeniden sağlamak üzere harekete geçme yönünde motive olacaklardır (Harari, Manapragada ve Viswesvaran, 2017: 29-30).

3.2. Göreli Yoksunluk Teorisi

Bir diğer teori ise, Crosby'nin Göreli Yoksunluk Teorisi'dir (Relative Deprivation Theory). Teori bireylerin ya da grupların elde ettikleri ödülleri, diğer kişi ya da grubun ödülleri ile karşılaştırdıkları zaman, ödülün hak etmiş olduklarından daha az olduğunu tespit ettiklerinde yoksunluk hissi yaşadıklarını ifade etmektedir. Göreli Yoksunluk Teorisi, alt kademe çalışanların, örgütün üst kademeleriyle kendileri arasındaki karşılaştırmalarına yöneliktir. Bu sınıflar arasındaki karşılaştırma ise adaletsizlik duygusuna yol açmaktadır. Bu anlamda Teori, Eşitlik Teorisi'nden ayrılmaktadır (Cowherd ve Levine, 1992: 304).

Göreli Yoksunluk Teorisi'ne göre, bir birey, kendisi ile aynı seviyede olduğuna inandığı bireylerin elde ettiği kazanımlarını dikkate aldığı anda, kendisinin de aynı değerde olan bir sonucu hak ettiğini düşünmektedir. Ancak kişi, bu şekilde bir kazanım elde edemediği takdirde yoksunluk hissine kapılmaktadır. Aşırı niteliklilik algısı ise bu yoksunluk hissini tetikleyici bir neden oluşturmaktadır. Bu koşulda, birey işe karşı olumsuz tutum ve davranışlar sergilemektedir (Erdogan ve Bauer, 2009: 558).

Algılanan aşırı niteliklilik yazınında, genellikle Göreli Yoksunluk Teorisi'nden yararlanıldığı görülmektedir. Bireyler eğitime devam ettikçe, daha fazla deneyim kazandıkça ve bilgi ve becerilerini geliştirdikçe, bunun çeşitli

şekillerde sonuçlandırılacağı beklentisi içerisinde olmaktadır. Yani bu eğitim, deneyim, bilgi veya beceriye sahip olan bireyde, nihayetinde beklentiler karşılanmadığı takdirde yoksunluk ve sonuçta ortaya çıkan hayal kırıklığı ve öfke deneyimi olumsuz psikolojik sonuçlara yol açabilmektedir. Bu noktada algılanan aşırı niteliklilik aynı zamanda zayıf iş tutumları ve yüksek derecede üretkenlik dışı davranışlar ile ilişkili olabilmektedir (Harari vd., 2017: 29).

Görelî Yoksunluk Teorisi'ne göre, birey kendi çalışma durumunu referans alınan bireylerle karşılaştırdıktan ve orijinal beklenti ile pratik gerçeklik arasındaki farkı bulduktan sonra, yoksunluk duygusu algılayabilecek ve haksız duyguları deneyimleyecektir. Ayrıca birey düşük iş doyumunun getirdiği olumsuz iş sonuçlarına maruz kalacaktır. Konuyla ilgili araştırmalarda, algılanan aşırı nitelikliliğin Görelî Yoksunluk Teorisi'ne karşılık geldiği ve bu durumun da bireylerde iş memnuniyetinin azalmasına ve kötü iş sonuçlarına yol açacağı belirtilmektedir (Hsing-Ming, Mei-Ju ve Ho-Tang, 2016: 2).

Erdoğan ve Bauer (2009) de algılanan aşırı nitelikliliğin görelî yoksunluk duygularıyla ilişkilendirilmesi gerektiğini, çünkü bireylerin sahip oldukları yeteneklerini geliştirdikçe ve eğitim seviyeleri arttıkça, çalıştıkları iş türü ile ilgili çeşitli beklentiler geliştirdiklerini savunmaktadırlar. Onlara göre, bireyler beklediklerinin altında gördükleri bir işte çalıştıklarında, mahrum kalma hissi yaşamakta ve bu durum iş memnuniyetinin düşmesine neden olmaktadır.

Görelî Yoksunluk Teorisi'nde aşırı nitelikli bireylerin, kendilerini istedikleri ve hak ettiklerini düşündükleri önemli sonuçlardan (ödülleri, ücret artışları, terfiler vb.) mahrum bırakılmış olarak göreceklere ileri sürülmektedir (Fernandes, 2016: 6). Bu durumda ortaya çıkan yoksunluk hissi bireyin kendi niteliklerine uygun bir iş arayışı içerisine girmesine yol açmaktadır (Akın ve Ulukök, 2016: 74).

3.3. Kişi-İş Uyumu Teorisi

Aşırı niteliklilik algısına yönelik önemli bir yaklaşım da aşırı niteliklilik olgusunu açıklamada örgütü merkeze alan, Edwards'ın Kişi-İş Uyumu Teorisi olarak ifade edilmektedir.

Kişi-iş Uyumu Teorisi (Person-Job Fit Theory) bireylerin tercihleri, bilgi seviyeleri, yetenekleri, ihtiyaçları ve değerleri ile yapmış oldukları iş arasında uyum olması gerekliliğini savunmaktadır. Kişi-iş uyumu, bireyin tercihlerinin, bilgisinin, becerilerinin, yeteneklerinin, ihtiyaçlarının ve değerlerinin iş gereksinimlerine uyma derecesi olarak kavramsallaştırılmaktadır (Brkich, Jeffs ve Carless, 2002: 43).

Yazın incelendiğinde, kişi-iş uyumunun iki farklı şekilde ortaya çıktığı gözlemlenmektedir. Bunlardan ilki olan talep-yetenek uyumu, bireylerin sahip oldukları bilgi, beceri, yetenek vb. gibi özellikleri ile işin gerektirdiği talepler arasındaki benzerlik ve uygunluk olarak açıklanmaktadır. Bireyler iş taleplerini yerine getirebilecek gerekli becerilere sahip olduklarında, bireylerin daha yüksek düzeyde performans gösterme, işverenlerin beklentilerini karşılama ve işte kalma olasılıklarının daha yüksek olacağı söylenebilmektedir. İkinci tür uyum ise ihtiyaç-arz uyumu olarak ifade edilmektedir. Bireylerin ihtiyaçları, işin ödülleri tarafından sağlandığında elde edilmektedir. Burada, bireylerin bir grubun üyesi olma, özerklik ve finansal güvenlik gibi ihtiyaçları kuruluş tarafından sağlandığında, bu kişilerin daha fazla iş tatmini yaşayacağı ve örgütlerine olan bağlılık derecelerinde önemli düzeyde artışlar yaşanabileceği söylenebilmektedir (Vogel ve Feldman, 2009: 69).

Kişi-iş uyumu yazını, birey ve çevresi arasındaki eşleşme ne kadar güçlü olursa, iş sonuçlarının da o kadar iyi olduğunu göstermektedir. İş talepleri ve işçi yetenekleri arasındaki uyum yeterlilik uyumunu tanımlamakta, düşük seviyeleri ise algılanan aşırı nitelikliliğe yol açabilmektedir (Lobene ve Meade, 2010: 1).

Kişi-iş uyumu özellikle bireyin nitelikleri, işin talepleri ve özellikleri ile tutarlı olduğunda ortaya çıkmaktadır. Tanım gereği, aşırı niteliklilik durumunda çalışan, iş taleplerine göre aşırı eğitim, deneyim veya beceri şeklinde bir tutarsızlık yaşadığından, zayıf talep-yetenek uyumunun özel bir şekli olarak ifade edilmektedir. Dolayısıyla algılanan tutarsızlığın, iş arama davranışı da dahil olmak üzere birçok olumsuz iş tutumlarına ve geri çekilme davranışlarına neden olması beklenmektedir (Maynard ve Parfyonova, 2013: 437).

Kişi-çevre uyumu, çalışanların çalışma durumları, ihtiyaçları ve nitelikleri ile uyumlu olduğunda faydalı psikolojik sonuçların ortaya çıktığı fikrinden bahsetmektedir. Kişi-iş uyumu, bir çalışanın yetenek ve kabiliyetleri ile iş gereksinimleri (talep-yetenek) ve ihtiyaçlar veya tercihler ile işin özellikleri (ihtiyaç-arz) arasındaki bir örtüşmeden bahsetmektedir. Aşırı niteliklilik ise zayıf talep-yetenek uyumunun bir örneğini yansıttığından, aşırı nitelikli olarak belirtilen bireylerin olumsuz tutum ve davranış sergilemeleri beklenmektedir (düşük iş tatmini ya da iş

tatminsizliği, düşük örgütsel bağlılık vb.). Kötü uyum, çalışanların başka yerlerde daha güçlü bir uyum arayışı içinde olmalarına yol açarak bireylerde iş arama davranışları ile sonuçlanabilmektedir (Harari vd., 2017: 29).

3.4. Çaba-Ödül Dengesizliği Modeli

Mesleki anlamda statünün gelişimi veya ilerlemesi bireylerin gelişimine katkı sağlamaktadır. Bu iki unsur karşılıklı etkileşim içerisinde olduğu belirtilmektedir. Bireyler, çaba sarf ederken bunun karşılığında statülerinin olumlu şekilde değişmesi, normal olarak istenen ve beklenen bir durumdur. Bu karşılığın elde edilememesi ise iş stresine neden olmaktadır (Demiral, 2004: 25).

Çaba-Ödül Dengesizliği Modeli'nin (Efforts-Reward Imbalance-ERI-Model) odak noktası, iş yaşamındaki yüksek maliyet ve gayrete karşılık, düşük kazanım durumlarının bireyde ortaya çıkardığı stres koşullarının değerlendirilmesidir. Modele göre, yüksek maliyet/düşük kazanç şeklinde emeklerinin karşılığını alamayan bireylerde iş stresinin yaşanacağı öngörülmektedir. İşyerinde harcanan yüksek çaba ile düşük ödül arasındaki dengesizlik deneyiminin, özellikle stresli olduğu varsayılmaktadır çünkü meydana gelen bu dengesizlik durumu sosyal yaşamın önemli bir alanında karşılıklılık ve yeterli değişime ilişkin temel beklentileri ihlal etmektedir (Siegrist, 1996: 27-28).

Bireyler işyerlerinde çaba harcamakta ve sosyal değişim ilkelerine dayalı olarak ödül beklentisi içinde bulunmaktadır. Çaba (iş talepleri, yükümlülükler) ile işin ödül yapısı (para, saygınlık, kariyer fırsatları) arasında bir dengesizlik meydana geldiğinde, çabalar ile ilgili ödüllerin düşük olması, karşılıklılık açığı ile sonuçlanmaktadır. Böyle bir karşılıklılık açığı, özenetim gereksinimlerinin karşılanmasını bozduğu için bir stres etkeni görevi görmektedir. Aşırı niteliklilik (ve özellikle algıları), saygınlık ve kariyer gelişimi ile ilgili ödüllerin düşük olarak algılandığı bir durumu temsil etmektedir ve bu sebeple özenetim ihtiyaçları karşılanmamaktadır. Özellikle, ERI modeli bakış açısından hareketle algılanan aşırı nitelikliliğin psikolojik sıkıntı, olumsuz duygular ve zayıf fiziksel sağlık ile ilişkili olduğu söylenebilmektedir (Harari vd., 2017: 30).

4. AŞIRI NİTELİKLİLİK ALGISININ ÖNCÜLLERİ

Aşırı nitelikliliğin oluşmasına veya algılanmasına neden olan çok sayıda faktör bulunmaktadır. Aşırı nitelikliliğin öncülleri arasında eğitim, kişilik, yaş, cinsiyet, iş deneyimi, istihdam geçmişi, sahip olunan pozisyon ve iş piyasasının büyüklüğü gibi çeşitli faktörler yer almaktadır (Varma ve Sandhya, 2019:108)

İşyerindeki herhangi bir algı gibi, algılanan aşırı nitelikliliğin de bireylerin kişilik özelliklerinden etkilenebileceği, nevrotilikliğin ve narsisizmin aşırı niteliklilik algılarına yol açabileceği öne sürülmektedir (Liu ve Wang, 2012: 9). Harari ve arkadaşları (2017) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, narsisizmin aşırı niteliklilik algısının bir öncülü olduğu bulgulanmış, narsisizm arttıkça algılanan aşırı nitelikliliğin de artış göstereceği ifade edilmiştir. Lobene (2010)'de çalışmasında narsisizm ile algılanan aşırı niteliklilik arasında pozitif yönlü ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Narsisizm kişilik özelliğinin algılanan aşırı nitelikliliğin önemli bir yordayıcısı olduğu belirtilmiştir.

Aşırı niteliklilik algısının ortaya çıkmasına neden olan faktörler incelendiğinde, aşırı nitelikliliğin öncelikle ekonomik sebeplerden meydana geldiğini öne süren görüşler söz konusudur. Aşırı niteliklilik algısının gelişmekte olan ülkelerde, ekonomik krizin yaşandığı dönemlerde daha çok görüldüğü bu görüşler arasında yer almaktadır (Karacaoğlu ve Arslan, 2019: 111).

İşsizlik oranının da algılanan aşırı nitelikliliğin öncülü olduğu belirtilmektedir. İşsizlik oranının yüksek olması durumunda bireyler "Herhangi bir iş, işsiz olmaktan daha iyidir" düşüncesine sahip olabilmekte ve bu durum, çalışanların aşırı niteliklilik algılarını etkileyebilmektedir. (McKee-Ryan ve Harvey: 2011).

Yazın incelendiği zaman, eğitimin de aşırı niteliklilik algısının öncülleri arasında yer aldığı görülmektedir. Eğitim seviyesindeki artışa paralel olarak aşırı niteliklilik algısında da artış yaşandığı sonucuna ulaşılmıştır (Harari vd., 2017).

Aşırı nitelikliliğin ortaya çıkmasında etkili olan faktörler arasında iş deneyimi de yer almaktadır (Özkanan, 2018: 666). Bireyler iş hayatındaki kıdemleri itibarıyla bilgi, beceri ve deneyim sahibi olmakta, bu niteliklerini çalışmalarına aktarmak istemektedirler. Ancak, işteki pozisyonun buna olanak tanınamaması durumunda, bireyde aşırı niteliklilik algısı ortaya çıkmaktadır (Karacaoğlu ve Arslan, 2019: 111). Sonuç olarak bireyin iş deneyiminin de aşırı niteliklilik algısını artıran faktörler arasında olduğu ifade edilmektedir (Maltarich vd., 2011).

Zhang ve arkadaşlarının (2016) yapmış olduğu çalışmada, yaş arttıkça iş görenlerin aşırı niteliklilik algılarının da artacağı bulgusu elde edilmiştir. Ayrıca, yapılan bazı araştırmalarda da yine aşırı niteliklilik algısı ile yaş arasında çeşitli ilişkiler olduğu sonucuna ulaşılmış olsa da Harari ve arkadaşları (2017) gerçekleştirmiş oldukları çalışmalarında, yaşın aşırı niteliklilik algısı üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığını tespit etmişlerdir.

5. AŞIRI NİTELİKLİLİK ALGISININ SONUÇLARI

Algılanan aşırı nitelikliliğin yaygın olarak incelenen sonuçları arasında iş tutumları, performans, yaratıcılık, üretkenliğe aykırı davranışlar, devamsızlık ve devir, sağlık ve iyi oluş, kişilerarası ilişkiler yer almaktadır. Aşırı niteliklilik algısının etkileri tipik olarak olumsuz olmakla birlikte, aşırı nitelikli çalışanların çalışma grupları ve kuruluşları için potansiyel faydalarını ortaya çıkaran bazı güncel bulgular da bulunmaktadır (Varma ve Sandhya, 2019: 108).

Bireylerin kendilerine yönelik aşırı niteliklilik algılarının olumlu ve olumsuz olmak üzere bazı tutum ve davranışlara neden olduğu gözlenmiştir. Aşırı niteliklilik algısına ilişkin bu çelişkili yapı olumsuz olarak değerlendirilmektedir. Ancak bu algıya sahip kişilerin olumlu davranışlar sergileyebilecekleri de öngörülmektedir (Yıldız ve Arda, 2018:144).

Erdogan ve Bauer (2009) algılanan aşırı niteliklilik ile çeşitli değişkenler arası ilişkilerde personel güçlendirmeyi düzenleyici değişken olarak ele aldıkları çalışmalarında, güçlendirmenin aşırı niteliklilik ile iş performansı arasındaki ilişkide düzenleyici role sahip olmadığı, aşırı nitelikli çalışanların güçlendirme seviyelerine bakılmaksızın daha yüksek performans sergiledikleri sonucuna ulaşmışlardır.

Kendilerine verilen görevleri diğer iş arkadaşlarından daha hızlı şekilde tamamlayabilen aşırı nitelikli çalışanlar, yenilikçi ve yaratıcı düşünme ile meşgul olabilmek için potansiyel olarak daha fazla zamana sahip durumdadırlar. Aşırı niteliklilik algısından kaynaklanan can sıkıntısı ve iş tatminsizliği, çalışanları yaratıcı olma yönünde motive edebilir. Çalışma koşullarını iyileştirerek, aktif olarak bir şeyler yapmanın yeni yollarını, yöntemlerini arayarak ve geliştirerek, aynı zamanda işleri daha iyi hale getirebilmek için gerekli değişiklikleri savunarak ve yeterli özgürlük ve destek verilerek (hem somut hem de duygusal) aşırı nitelikli çalışanların, nitelikli çalışanlardan daha yüksek düzeyde yaratıcı performans sergileyebilmeleri sağlanabilir (Varma ve Sandhya, 2019: 109).

Birçok çalışmada, aşırı niteliklilik algısının bireylerin iş tatminleriyle negatif yönde ilişkili olduğu, bireylerin aşırı niteliklilik algılarının artmasının iş tatminlerinde bir azalmaya neden olacağı bulgusuna ulaşılmıştır (Harari vd., 2017; Maynard ve Parfyonova, 2013). Aynı şekilde, Erdoğan ve Bauer (2009) tarafından yapılan çalışmada da algılanan aşırı niteliklilik arttıkça bireylerin iş tatminlerinin azaldığı tespit edilmiştir.

Aşırı niteliklilik algısının bireyler üzerindeki bir diğer etkisi de işten ayrılma niyetidir. Bireyler kendilerini aşırı nitelikli olarak algıladıkları zaman, örgütteki gelişim ve terfi olanaklarının yetersiz olduğunu düşünmekte ve bu durumda işten ayrılmak istemektedirler (Erdoğan ve Bauer, 2009; Maynard ve Parfyonova, 2013; Harari vd., 2017; Ulukök, Akın ve Gökdeniz, 2017).

Aşırı niteliklilik algısının bireylerde, örgütsel bağlılığı (Maynard ve Parfyonova, 2013), iş tatminini ve işte kalma niyetini azaltıcı (Erdoğan ve Bauer, 2009) yönde etkilerinin olduğu araştırmalarla ortaya konulmuştur. Bunun dışında, bireylerin aşırı niteliklilik algılarında meydana gelen artışın, duygusal bağlılıklarında azalmaya neden olduğu da tespit edilmiştir (Maynard ve Parfyonova, 2013). Ayrıca, aşırı niteliklilik algısına sahip bireylerin üretkenlik karşısı bazı davranışlar sergiledikleri (Luksyte vd. 2011; Bickes vd., 2020) sonucuna ulaşılmıştır.

Konuya ilişkin araştırmalardan bazıları ise bireylerde aşırı niteliklilik algısı ortaya çıktığı zaman stres, depresyon, konsantrasyon bozukluğu, karar verme güçlüğü, sağlıklı düşünememe vb. bazı olumsuzlukların da meydana geleceği yönündedir (Feldman, 1996).

Ancak, örgüt içerisinde uygun ortam sağlanması durumunda (çalışanların güçlendirilmesi gibi) aşırı niteliklilik algısına sahip bireylerin sergiledikleri olumsuz tutum ve davranışların (işten ayrılma niyeti, iş tatminsizliği, düşük performans) törpülediği şeklinde bulgular da söz konusudur (Erdoğan ve Bauer, 2009).

6. AŞIRI NİTELİKLİLİK İLE İLGİLİ ULUSAL YAZINDA YAPILAN BAZI ÇALIŞMALAR

Yapılan yazın taraması sonucunda, aşırı niteliklilik kavramına yönelik ulusal yazında çok fazla çalışmaya rastlanılmamıştır. Gerçekleştirilen çalışmalardan bazıları aşağıda açıklandığı şekildedir.

Karacaoğlu ve Arslan (2019), istifa eden veya erken emekli olan subaylar üzerine gerçekleştirmiş oldukları çalışmada, kendilerini aşırı nitelikli olarak algılayan bireylerin, gelişememe hissi yaşadıkları durumlarda, iş tatminlerinde düşüş meydana geldiği sonucuna ulaşmışlardır. Aynı çalışmada, algılanan aşırı nitelikliliğin bir boyutu olan algılanan uyumsuzluk ile iş tatmininin boyutları arasında anlamlı bir etkileşimin olmadığı belirlenmiştir.

Benzer şekilde, Acaray (2019)'ın banka çalışanları üzerine yapmış olduğu çalışmada da algılanan aşırı nitelikliliğin iş tatmini üzerinde negatif, işten ayrılma niyeti üzerinde ise pozitif bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Buna göre, algılanan aşırı nitelikliliğin, iş görenlerin iş tatminlerini azalttığı, işten ayrılma niyetlerini ise artırdığı görülmektedir. İş görenler sahip oldukları niteliklerinin işin gerektirdiği niteliklerden fazla olduğunu ve ayrıca bu niteliklerini örgütte kullanamayacaklarını algıladıklarında işten ayrılma düşüncesine sahip olabilmektedirler.

Özkanan (2018) gerçekleştirmiş olduğu çalışmada, algılanan aşırı niteliklilik kavramını çalışan ve amir açısından değerlendirmiştir. Buna göre, aşırı nitelikli olduklarını algılayan bireylerin, gerçekte amirleri açısından aşırı nitelikli olarak görülmedikleri bulgusuna ulaşılmıştır. Kısaca, kendilerini aşırı nitelikli olarak kabul eden çalışanlar, amirleri tarafından aşırı nitelikli olarak görülmemektedirler. Ayrıca, aşırı niteliklilik algısına sahip çalışanlar, ilerleyen zamanlarda kendilerini geliştirme çabasını bırakmakta, durgunluk ve küskünlük yaşamakta, amirleri tarafından ise düşük performanslı olarak kabul edilmektedirler.

Yine Özkanan (2019) tarafından gerçekleştirilen başka bir çalışmada ise, bireylerin büyük çoğunluğunun kendilerini aşırı nitelikli olarak algıladıkları bulgusu elde edilmiştir. Aynı zamanda, bu algıya sahip çalışanlar öğrenme ve gelişime kapalı hale gelmişler, sahip olduklarını düşündükleri niteliklerini değerlendirmek ya da kullanmak yerine atıl olarak kalmasını tercih etmişlerdir.

Ünsal Akbıyık (2016a) yapmış olduğu çalışmada, algılanan aşırı nitelikliliğin performans üzerindeki etkisini ele almıştır. Ayrıca değişkenler arası ilişkide örgütsel desteğin biçimlendirici değişken rolü de araştırılmıştır. Çalışma ile aşırı nitelikliliğin bağlamsal performans üzerinde negatif ve anlamlı bir şekilde etkili olduğu, algılanan aşırı niteliklilik ile görev performansı arasında ise anlamlı ilişkinin olmadığı bulgusuna ulaşılmıştır. Aşırı nitelikliliğin bireyin görev performansı üzerinde negatif veya pozitif anlamda etkili olmadığı tespit edilmiştir. Aynı çalışmada, algılanan örgütsel desteğin, aşırı nitelikliliğin bağlamsal performans üzerindeki etkisinde, biçimlendirici değişken rolü olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla örgütten destek gören bireyin, aşırı nitelikli algısına rağmen, bağlamsal performansının daha az düştüğü görülmektedir. Kısaca bireylerin, örgütsel destek hissetmedikleri durumlarda aşırı nitelikli olmalarından dolayı bağlamsal performanslarında düşüşler ortaya çıkmaktadır.

Karaman ve Çetinkaya (2019) konaklama işletmelerinde çalışan iş görenlere yönelik gerçekleştirmiş oldukları çalışmada, kişilik özelliklerinin algılanan aşırı niteliklilik üzerinde etkili olup olmadığını belirlemeye çalışmışlardır. Araştırma ile sadece duygusal denge kişilik özelliğine sahip olan iş görenlerin, diğerlerine göre aşırı nitelikli oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Başka bir ifadeyle, kendisini rahat olarak nitelendiren, her şeyi merak eden duygusal denge kişilik özelliğine sahip bireylerin kendilerini aşırı nitelikli olarak gördükleri söylenebilmektedir.

Ulukök vd. (2017) tarafından bankacılık sektörüne yönelik gerçekleştirilen çalışmada, algılanan aşırı niteliklilik ile işten ayrılma niyeti arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmasına rağmen, algılanan aşırı niteliklilik ile işe adanmışlık arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişkiye rastlanılmamıştır. Yine aynı çalışmada, algılanan aşırı niteliklilik ile eğitim düzeyi, mesleki çalışma süresi ve kurumsal çalışma süresi arasında da ilişki bulunamamıştır. Konuya ilişkin daha önce yapılan araştırmalar göz önünde bulundurulduğunda eğitim düzeyi arttıkça aşırı nitelikliliğin de artacağı beklentisi söz konusu olsa da bankacılık sektörü çalışanlarına yönelik gerçekleştirilen bu çalışmada böyle bir bulguya ulaşılmamıştır.

Yine Ulukök (2020) tarafından algılanan aşırı niteliklilik ile iş tatmini ve üretkenlik karşıtı iş davranışları ilişkisinde lider-üye etkileşiminin düzenleyici etkisini tespit etmeye yönelik yapılan çalışmada, algılanan aşırı niteliklilik ile lider-üye etkileşimi ve iş tatmini değişkenleri arasında negatif yönlü düşük düzeyde ilişkili olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Algılanan aşırı niteliklilik ve üretkenlik karşıtı iş davranışları arasında ise anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Araştırma ile algılanan aşırı nitelikliliğin, iş tatmini ve üretkenlik karşıtı iş davranışları değişkenleri ile olan ilişkisinde lider-üye etkileşiminin düzenleyici rolüne rastlanmamıştır.

Tuy (2017) yapmış olduğu çalışmada, algılanan aşırı nitelikliliğin iş tatmini üzerindeki etkisini ve bu değişkenler arası ilişkide narsisizmin düzenleyici rolünü belirlemeye çalışmıştır. Beklentilerin aksine algılanan aşırı niteliklilik ile iş tatmini arasında zayıf da olsa pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Ancak, algılanan aşırı niteliklilik ile iş tatmini ilişkisinde narsisizmin düzenleyici rolüne rastlanılmamıştır.

Uçar (2016)'ın yapmış olduğu çalışmada, kontrol algısı ve psikolojik sahiplenme arasındaki ilişkide algılanan aşırı nitelikliliğin düzenleyicilik etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Işık (2019)'ın Bitlis İlindeki özel sektör ve kamu çalışanlarına yönelik gerçekleştirmiş olduğu çalışmada, algılanan aşırı nitelikliliğin çalışanların bireysel kariyer planları üzerinde pozitif yönde anlamlı etkiye sahip olduğu bulgusu elde edilmiştir.

7. SONUÇ

Aşırı niteliklilik kavramı nitelik uyumsuzluğunun bir alt boyutu olarak değerlendirilmekte ve kişi-iş uyumunun gerçekleşmediğinin göstergesi olarak kabul edilmektedir. Kendisini aşırı nitelikli olarak algılayan bireyler, nitelikleri ile iş talepleri arasındaki uyumsuzluk ve ortaya çıkan yoksunluk hissi sebebiyle mevcut tutum ve davranışlarını değiştirebilmektedirler. Algılanan aşırı niteliklilik olgusu, bireylerin eğitim seviyelerinin artması ve meydana gelen ekonomik krizler gibi çeşitli faktörlere bağlı olarak günümüz örgütlerinde yaygın şekilde görülmeye başlanmıştır. Aşırı niteliklilik algısının özellikle ekonomik kriz dönemlerinde ve işsizlik oranının yüksek olduğu durumlarda, ekonomik faktörlere bağlı olarak ortaya çıktığı belirtilmektedir. Günümüzde tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 Pandemisinin de ekonomi ve istihdam üzerindeki etkilerine yönelik alınan önlemler ve desteklere rağmen, pandeminin çalışma yaşamında birçok alan üzerinde etkili olduğu bilinmektedir. Pandemi sürecinde bazı işletmeler küçülme stratejisi uygulamış bazı işletmeler ise geçici ya da kalıcı olarak faaliyetlerini durdurmak durumunda kalmışlardır. Dolayısıyla farklı işgücü piyasasında yer alan çok sayıda çalışan işini ve gelirini kaybetmiş ya da kaybetme riskiyle karşı karşıya kalmıştır. Bu süreçte alternatif iş imkanlarının yokluğu ya da zorluğu, işsiz kalma, işini ve gelirini kaybetme endişesi vb. nedenlerle iş görenlerin mevcut iş ya da pozisyonlarında çalışmaya devam edecekleri düşünülerek bu durumun bireylerde aşırı niteliklilik algısına neden olabileceği söylenebilir.

Algılanan aşırı nitelikliliğin iki boyuttan oluşan çok boyutlu bir kavram olduğu belirtilmektedir. Bireylerin sahip olduğu niteliklerinin işin gerekleri ile uyumlu olmaması algılanan uyumsuzluk boyutunu, işe yönelik gelişim olanaklarının bireyin istek ya da beklentilerini tam anlamıyla karşılamaması ise algılanan gelişmeme boyutunu ifade etmektedir.

Bazı çalışmalarda, aşırı niteliklilik algısı arttıkça çalışan performansının da artacağı yönünde bulgulara ulaşılmasına rağmen, aşırı niteliklilik hem bireyler hem de kuruluşlar üzerinde birçok olumsuz etkiye sahip olgu olarak ele alınma eğilimindedir. Çok sayıda güncel çalışma, çalışanların kendilerini aşırı nitelikli olarak algıladıklarında, iş tatminlerinde ve örgütsel bağlılıklarında azalma, işten ayrılma niyetinde artış şeklinde bazı olumsuz davranışlar sergileyebildiklerini göstermektedir.

Örgütler açısından nitelikli çalışanlara sahip olmak son derece önemlidir. Ancak, günümüz iş dünyasında çalışanın nitelikleri ile işin gereklilikleri arasındaki uyum çeşitli nedenlerden dolayı her zaman sağlanamamaktadır ve bireyler zaman zaman niteliklerinin altında kalan çeşitli işlerde çalışmak durumunda kalabilmektedirler. Aşırı niteliklilik algısı olarak ifade edilen bu durumun hem bireyler hem de örgütler açısından birtakım olumsuz çıktılara sebep olduğu söylenebilmektedir. Dolayısıyla örgütlerin, aşırı niteliklilik algısının ortaya çıkardığı olumsuz tutum ve davranışların önlenmesi ya da azaltılabilmesi için en uygun olan stratejileri belirlemeleri ve gerekli tedbirleri almaları önemli bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmaktadır. Olumsuzlukları ortadan kaldırmak veya en az düzeye indirgeyebilmek için öncelikli olarak yapılması gerekenler iş analizi ve onun sonucu ortaya konulan iş tanımları ve iş gerekleri çalışmalarının en etkin şekilde gerçekleştirilerek, iş gereklerine en uygun bireylerin istihdam edilmesi olarak ifade edilebilmektedir. Böylelikle hem kişi iş uyumu sağlanacak, hem de örgütlerde etkinlik ve verimlilik artışı meydana gelecektir.

Çalışmalarda, algılanan aşırı nitelikliliğin bireysel ve örgütsel çıktılar üzerine olan etkisini daha iyi açıklayabilmek için bazı düzenleyici değişkenlerin kullanıldığı görülmektedir. Düzenleyici değişkenler özellikle aşırı niteliklilik algısının olumsuz sonuçlarının azaltılması açısından oldukça önemlidir. Araştırmacılara gelecek çalışmalara ilişkin olarak aşırı niteliklilik algısı ile sağlık, işsizlik, personel güçlendirme, örgütsel vatandaşlık davranışı, iş gören sesliliği ve iş-aile çatışması gibi değişkenler arası ilişkileri belirlemeye yönelik çalışmalar önerilmektedir.

Ayrıca, algılanan aşırı nitelikliliğin örgütsel davranış alanında yer alan çeşitli değişkenler arası ilişkilerde aracılık rolünün belirlenmesine yönelik çalışmalar yapılabilir.

YAZARLARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Çalışmaya birinci yazar %70 oranında, ikinci yazar %30 oranında katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

- Acaray, A. (2019). Algılanan aşırı nitelikliliğin iş tatmini ve işten ayrılma niyeti üzerine etkisi: Örgüt temelli özsaygının düzenleyici rolü. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(2), 447-468.
- Ahmad, H. ve Qadir, M. (2018). Dimensions of perceived over qualification, perceived organizational support and turnover intentions. *Journal of Management and Human Resource*, 1, 18-33.
- Akın, A. ve Ulukök, E. (2016). Fazla nitelikliliğin bireysel ve örgütsel sonuçlarının incelenmesine yönelik kavramsal bir değerlendirme. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8(4), 71-86.
- Bashur, R. M., Hernandez, A. ve Peiro, J. M. (2011). The impact of underemployment on individual and organizational performance. D. C. Maynard ve D. C. Feldman (Ed.), *Underemployment: Psychological, Economic, and Social Challenges* içinde (187-213).
- Benedict, J. V., Gayatri Devi, S. ve Velayudhan, A. (2009). Perceived overqualification, job satisfaction, somatization and job stress of mnc executives. *Journal of The Indian Academy of Applied Psychology*, 35(2), 283-289.
- Berk, U., Kahya, M., Kuzu, B. ve Bayramlık, H. (2015). Effect of laborers' overqualification perception on job satisfaction and organizational commitment: An empirical study on health sector in Turkey. *Journal of International Health Sciences and Management*, 1(1), 60-73.
- Bickes, D. M., Yılmaz, C., Samur, A. ve Demirtaş, Ö. (2020). The relationship between perceived overqualification and counterproductive work behaviors: Moderating role of perceived distributive justice. *International Journal of Social Science Studies*, 8(1), 46-59.
- Brkich, M., Jeffs, D. ve Carless, S.A. (2002). A global self-report measure of person-job fit. *European Journal of Psychological Assessment*, 18(1), 43-51.
- Cowherd, D. M. ve Levine, D. I. (1992). product quality and pay equity between lower-level employees and top management: An investigation of distributive justice theory. *Administrative Science Quarterly*, 37(2), 303-320.
- Çankır, B., Arslan, A., Yener, S. ve Demirtaş Ö. (2018). İş stresi aracı rolde iken algılanan aşırı niteliklilik ve üretkenlik ilişkisinde psikolojik güçlendirmenin düzenleyici rolü. *6. Örgütsel Davranış Kongresi Bildiriler Kitabı*, Süleyman Demirel Üniversitesi, 2-3 Kasım 2018, Isparta, 10-18.
- Demiral, Y. (2004). Çalışma yaşamında psikososyal etmenler. *Türk Tabipler Birliği Mesleki Sağlık ve Güvenliği Dergisi*, 20, 22-26.
- Doğan, A. ve Varoğlu, A. (2019). Eşitlik Kuramı. S. Yürür (Ed.), *Örgütsel Davranış Kuramları* içinde (23-45), İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Erdoğan, B. ve Bauer, T. N. (2009). Perceived overqualification and its outcomes: The moderating role of empowerment. *Journal of Applied Psychology*, 94(2), 557-565.
- Feldman, D. C. (1996). The nature, antecedents and consequences of underemployment. *Journal of Management*, 22(3), 385-407.

- Fernandes, G. F. (2016). *Understanding perceived overqualification: Expanding the criterion space, establishing drivers, and developing a model*. College of Science and Health Theses and Dissertations. DePaul University.
- Fine, S. ve Nevo, B. (2011). Overqualified job applicants: We still need predictive models. *Industrial and Organizational Psychology*, 4(2), 240-242.
- Gizlier, Ö. (2018). *Çalışanların aşırı niteliklilik algılarının sonuçlarını belirlemeye yönelik bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Harari, M. B., Manapragada, A. ve Viswesvaran, C. (2017). Who thinks they're a big fish in a small pond and why does it matter? A meta-analysis of perceived overqualification. *Journal of Vocational Behavior*, 102, 28-47.
- Hsing-Ming, L., Mei-Ju, C. ve Ho-Tang, W. (2016). The measurement of perceived overqualification and the relationships among perceived overqualification, psychological empowerment, job satisfaction of private Kindergarten teachers. *European Journal of Research in Social Sciences*, 4(8), 1-15.
- Işık, M. (2019). Algılanan aşırı vasıflılık ve bireysel kariyer planlaması ilişkisinde algılanan örgütsel desteğin düzenleyicilik etkisi. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(18),1015-1041.
- Johnson, G. J. ve Johnson, W. R. (1997). Perceived overqualification, emotional support, and health, *Journal of Applied Social Psychology*, 27(21), 1906-1918.
- Karacaoğlu, K. ve Arslan, M. (2019). Algılanan aşırı niteliklilik ve iş tatmini ilişkisinde iyimserliğin aracı rolü: İstifa eden veya erken emekli olan subaylar üzerine bir araştırma. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 33(1), 107-135.
- Karaman, E. E. ve Çetinkaya, N. (2019). Kişilik özelliklerinin algılanan aşırı nitelikliliğe etkisi: Konaklama işletmeleri çalışanları üzerine bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 13-33.
- Liu, S. ve Wang, M. (2012). Perceived overqualification: A review and recommendations for research and practice. *Research in Occupational Stress and Well-Being*, 10, 1-42. doi:10.1108/S1479-3555(2012)0000010005.
- Lobene, E. V. (2010). *Perceived overqualification: A model of antecedents and outcomes*. Unpublished Master's Thesis. North Carolina State University.
- Lobene, E. ve Meade, A. W. (2010). *Perceived overqualification: An exploration of outcomes*. Paper Presented at the 25th Annual Meeting of the Society for Industrial and Organizational Psychology, Atlanta, GA.
- Luksyte, A., Maynard, D. C. ve Spitzmueller, C. (2011). Why do overqualified incumbents deviate? Examining multiple mediators. *Journal of Occupational Health Psychology*, 16(3), 279-296.
- Maltarich, M. A., Reilly, G. ve Nyberg A. J. (2011). Objective and subjective overqualification: Distinctions, relationships, and a place for each in the literature. *Industrial and Organizational Psychology*. 4, 236-239.
- Maynard, D. C. ve Parfyonova, N. M. (2013). Perceived overqualification and withdrawal behaviours: Examining the roles of job attitudes and work values. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 86(3), 435-455.
- Maynard, D. C., Brondolo, E. M., Connelly, C. E. ve Sauer, C. E. (2015). I'm too good for this job: Narcissism's role in the experience of overqualification. *Applied Psychology: An International Review*, 64(1), 208-232.
- Mckee-Ryan, F. M. ve Harvey, J. (2011). "I have a job, but . . .": A review of underemployment. *Journal of Management*, 20(10), 1-36.
- Özkanan, A. (2018). Algılanan aşırı nitelikliliğe iki yönlü bakış: Çalışan-amir değerlendirmesi. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(4),664-672.
- Özkanan, A. (2019). Algılanan aşırı niteliklilik: Üretkenliğe karşı durgunluk. *Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 42-57.

- Siegrist, J. (1996). Adverse health effects of high-effort/low-reward conditions. *Journal of Occupational Health Psychology*, 1(1), 27-41.
- Sweeney, P. D. (1990). Distributive justice and pay satisfaction: A field test of an equity theory prediction. *Journal of Business and Psychology*, 4(3), 329-341.
- Tuy, G. (2017). *Fazla vasıflılık algısı ve iş tatmini arasındaki ilişki ile narsisizmin bu ilişki üzerindeki düzenleyici değişken etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Uçar, Z. (2016). Kontrol algısı - psikolojik sahiplenme ilişkisi üzerinde algılanan aşırı vasıflılığın düzenleyicilik etkisi. *International Journal of Applied Business and Management Studies*, 1(1), 40-58.
- Ulukök, E. (2020). *Algılanan fazla niteliklilik ve etkileri: Lider-üye etkileşiminin düzenleyici rolü*. Doktora Tezi, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.
- Ulukök, E., Akın, A. ve Gökdeniz, İ. (2017). Algılanan fazla niteliklilik, işe adanmışlık ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkinin incelenmesi: Bankacılık sektöründe bir araştırma. *The Journal of International Social Research*, 10(54), 916-923.
- Ünsal Akbıyık, B. S. (2016a). Algılanan aşırı nitelikliliğin iş performansına etkisi: Örgütsel desteğin biçimlendirici değişken rolü. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(42), 1713-1720.
- Ünsal Akbıyık, B. S. (2016b). Perceived over qualification and task performance in hospitality sector: The moderating effect of perceived job alternatives. *Journal of Tourism Theory and Research*, 2(1), 19-29.
- Varma, P. N. ve Sandhya, K. (2019). Perceived overqualification at workplace. *EPRA International Journal of Research and Development (IJRD)*, 4(3), 107-110.
- Vogel, R. M. ve Feldman, D. C. (2009). Integrating the levels of person-environment fit: The roles of vocational fit and group fit. *Journal of Vocational Behavior*, 75(1), 68-81.
- Yıldız, B. ve Arda, Ö. A. (2018). Algılanan aşırı nitelikliliğin yenilikçi işyeri davranışları üzerindeki etkisinde kolektif şükranın rolü. *Journal of Management and Economics Research*, 16(2), 141-161.
- Zhang, M. J., Law, K. S. ve Lin, B. (2016). You think you are big fish in a small pond? Perceived overqualification, goal orientations, and proactivity at work. *Journal of Organizational Behavior*, 37(1), 61-84.