

E-ISSN 2718-0484

# BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

*Cilt 3 Sayı 1 Haziran 2022*

Balıkesir University  
Faculty of Economics and  
Administrative Sciences Journal

*Volume 3 Issue 1 June 2022*



**BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ**  
**İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ**  
Balıkesir University Faculty Of Economics And Administrative Sciences Journal



**Balıkesir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Adına Derginin Sahibi /**  
**Owner on Behalf of Balıkesir University Faculty of Economics and Administrative Sciences**  
Prof. Dr. İlter KUŞ – Balıkesir Üniversitesi Rektörü (*Balıkesir University Rector*)

**Baş Editör / Editor-in-Chief**  
Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN – Dekan (*Dean*)

**Editörler / Editors**  
Doç. Dr. Yasemin HAYTA – Balıkesir Üniversitesi  
Dr. Öğretim Üyesi Binalı KILIÇ – Balıkesir Üniversitesi  
Dr. Öğretim Üyesi Mustafa OĞUZ – Balıkesir Üniversitesi

**Editör Yardımcısı**  
Arş. Gör. Dr. Sinem ŞAHNAGİL – Balıkesir Üniversitesi

**Alan Editörleri / Field Editors**  
Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN – Balıkesir Üniversitesi  
(*Ekonometri / Econometrics*)  
Prof. Dr. Bülent BAYRAKTAR – Balıkesir Üniversitesi  
(*İktisat / Economics*)  
Prof. Dr. Şakir SAKARYA – Balıkesir Üniversitesi  
(*İşletme / Business Administration*)  
Prof. Dr. Şeniz ANBARLI BOZATAY – Balıkesir Üniversitesi  
(*Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi / Political Science and Public Administration*)  
Doç. Dr. Arman Zafer YALÇIN – Balıkesir Üniversitesi  
(*Maliye / Public Finance*)  
Doç. Dr. Suat KARA – Balıkesir Üniversitesi  
(*Uluslararası Ticaret ve Lojistik / International Trade and Logistic*)

**Dil Editörü / Language Editor**  
Prof. Dr. Mehmet KIRBIYIK – Necmettin Erbakan Üniversitesi

**Yayın Sekreteri / Editorial Staff**  
Arş. Gör. Dr. Abdullah ERKUL – Balıkesir Üniversitesi  
Arş. Gör. Dr. Kumru TÜRKÖZ – Balıkesir Üniversitesi  
Arş. Gör. Dr. Melek AKSU – Balıkesir Üniversitesi  
Arş. Gör. Dr. Oğuzhan KİNTER – Balıkesir Üniversitesi  
Arş. Gör. Dr. Yahya KATI – Balıkesir Üniversitesi  
Arş. Gör. Arif SEZGİN – Balıkesir Üniversitesi  
Arş. Gör. Güven DEMİRDAŞ – Balıkesir Üniversitesi

**Yayın Türü / Publication Type**

İşletme, İktisat, Maliye, Siyaset Bilimi, Kamu Yönetimi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik ve ilgili diğer konularda Türkçe ve İngilizce dillerinde yayın kabul eden, yılda 2 kez (Haziran ve Aralık aylarında) elektronik ortamda yayımlanan ulusal, hakemli, bilimsel ve süreli yayını.

National, peer-reviewed, scientific and periodical journal which accepts articles related to the fields of business administration, economics, public finance, political sciences, public administration, international trade and logistic, and other topics in Turkish and English, and is electronically published biannually (in the months of June and December).

Balıkesir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi'nin amacı; işletme, iktisat, maliye, siyaset bilimi, kamu yönetimi, uluslararası ticaret ve lojistik ve ilgili diğer alanlarda yapılan bilimsel çalışmaların etik değerlere ve yayın koşullarına bağlı olarak değerlendirilmesi ve içerdiği görüşler yazarlarına ait olmak kaydıyla bilim dünyası ve uygulamacılarla paylaşılmasıdır.

*Aim of Balıkesir University Faculty of Economics and Administrative Sciences Journal is to evaluate the submitted articles related to the fields of business administration, economics, public finance, political sciences, public administration, international trade and logistic, and other topics depending on ethic values and publication guidelines and share the views in these articles (which are directly belonged to their authors) with scientific world and practitioners.*

***Yönetim Merkezi ve Yazışma Adresi / Headquarter and Inquiry Address***



0 266 249 65 35 (Pbx)  
0 266 249 04 64



[dergipark.org.tr/tr/pub/bauniibfd](http://dergipark.org.tr/tr/pub/bauniibfd)



[iibfdergi@balikesir.edu.tr](mailto:iibfdergi@balikesir.edu.tr)

Balıkesir Üniversitesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Çağış Kampüsü 10145 Altıeylül/BALIKESİR

Bu derginin tüm telif hakları Balıkesir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'ne aittir.

All copyrights of this journal are reserved by Balıkesir University Faculty of Economics and Administrative Sciences.

---

*Telif: Tüm hakları saklıdır. Bu derginin tamamı ya da bir kısmı 5846 Sayılı Fikir ve Sanat Eserler Yasası'nın ilgili hükümleri uyarınca, Editör-Yayın Kurulu ve/veya yazarın izni olmaksızın elektronik, mekanik, fotokopi olarak ya da herhangi bir kayıt sistemiyle çoğaltılamaz, özetlenemez, yayınlanamaz, depolanamaz. Kaynak gösterilmek koşuluyla alıntı yapılabilir.*

*Copyright: All rights reserved. According to Code of Intellectual and Artistic Works Act, all or the particular parts of this journal cannot be summed, transmitted, stored electronically, mechanically, by photocopying or reproduced in any recording system without permission of the editorial board and/or the authors. Be quoted, provided the source displayed.*

E-ISSN 2718-0484

Bu dergide ileri sürülen fikirler, makalelerin yazarlarına aittir. Bu fikirler Balıkesir İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nin görüşlerini yansıtmaz.

Views expressed in this journal are those of authors. Those views do not reflect the opinions of Balıkesir University Faculty of Economics and Administrative Sciences.

Balıkesir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 2 Sayı: 1 Haziran 2021'den itibaren ASOS İndeks arşivinde taranmaktadır.

Balıkesir University Faculty of Economics and Administrative Sciences Journal has been indexed by ASOS Indeks archive since June 2021, Vol: 2 No: 1.

***Makale Gönderimi / Manuscript Submission***  
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/bauniibfd>

## ***Bilim-Danışma Kurulu / Scientific-Advisory Board***

Prof. Dr. Abdülkadir BULUŞ (Necmettin Erbakan Üniv.)  
Prof. Dr. Abitter ÖZULUCAN (Niğde Ömer Halisdemir Üniv.)  
Prof. Dr. Ahmet Burçin YERELİ (Hacettepe Üniv.)  
Prof. Dr. Bedriye TUNÇSİPER (İzmir Demokrasi Üniv.)  
Prof. Dr. Çağatay ÜNÜSAN (KTO Karatay Üniv.)  
Prof. Dr. Erdoğan GAVCAR (Muğla Sıtkı Koçman Üniv.)  
Prof. Dr. Erkut DÜZAKIN (Çukurova Üniv.)  
Prof. Dr. Fatih Mehmet ÖCAL (Necmettin Erbakan Üniv.)  
Prof. Dr. Gökhan ORHAN (Bandırma Onyediy Eylöl Üniv.)  
Prof. Dr. Hakan AY (Dokuz Eylöl Üniv.)  
Prof. Dr. Halim KAZAN (İstanbul Üniv.)  
Prof. Dr. Hasan GÜL (Ondokuz Mayıs Üniv.)  
Prof. Dr. Himmet KARADAL (Abant İzzet Baysal Üniv.)  
Prof. Dr. Hüseyin AKAY (İzmir Demokrasi Üniv.)  
Prof. Dr. İbrahim Attila ACAR (İzmir Kâtip Çelebi Üniv.)  
Prof. Dr. İbrahim ÖRNEK (Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniv.)  
Prof. Dr. İlhan EROĞLU (Tokat Gaziosmanpaşa Üniv.)  
Prof. Dr. İsmail BEKÇİ (Süleyman Demirel Üniv.)  
Prof. Dr. Mehmet Emin ERÇAKAR (Bandırma Onyediy Eylöl Üniv.)  
Prof. Dr. Mehmet ERKAN (İstanbul Gedik Üniv.)  
Prof. Dr. Melih ÖZÇALIK (Manisa Celal Bayar Üniv.)  
Prof. Dr. Muhsin HALİS (Kocaeli Üniv.)  
Prof. Dr. Mustafa Erkan ÜYÜMEZ (Anadolu Üniv.)  
Prof. Dr. Nihat BATMAZ (Pamukkale Üniv.)  
Prof. Dr. Özgür ÖNDER (Kütahya Dumlupınar Üniv.)  
Prof. Dr. Tuğrul KANDEMİR (Afyon Kocatepe Üniv.)  
Prof. Dr. Yakup ALTAN (Süleyman Demirel Üniv.)  
Doç. Dr. Ahmet ÇALIK (KTO Karatay Üniv.)  
Doç. Dr. Aybeniz AKDENİZ AR (Bandırma Onyediy Eylöl Üniv.)  
Doç. Dr. Elif Ayşe ŞAHİN İPEK (İzmir Kâtip Çelebi Üniv.)  
Doç. Dr. Elif TÜRKAN ARSLAN (İzmir Kâtip Çelebi Üniv.)  
Doç. Dr. Hakan ÇELİKKOL (Kütahya Dumlupınar Üniv.)  
Doç. Dr. Metin KILIÇ (Bandırma Onyediy Eylöl Üniv.)  
Doç. Dr. Mustafa Necati ÇOBAN (Tokat Gaziosmanpaşa Üniv.)  
Doç. Dr. Sezer BOZKUŞ KAHYAOĞLU (İzmir Bakırçay Üniv.)

## ***Yayın Kurulu / Editorial Board***

Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN (Balıkesir Üniv.)  
Prof. Dr. Bülent BAYRAKTAR (Balıkesir Üniv.)  
Prof. Dr. Ferit KULA (Balıkesir Üniv.)  
Prof. Dr. Hakan ÇETİNTAŞ (Balıkesir Üniv.)  
Prof. Dr. Oya İnci BOLAT (Balıkesir Üniv.)  
Prof. Dr. Oya SEYMEN (Balıkesir Üniv.)  
Prof. Dr. Sinan AYTEKİN (Balıkesir Üniv.)  
Prof. Dr. Şakir SAKARYA (Balıkesir Üniv.)  
Prof. Dr. Şeniz ANBARLI BOZATAY (Balıkesir Üniv.)  
Prof. Dr. Tamer BOLAT (Balıkesir Üniv.)  
Doç. Dr. A. Zafer YALÇIN (Balıkesir Üniv.)  
Doç. Dr. Cem KIRANKABEŞ (Balıkesir Üniv.)  
Doç. Dr. Fazlı YILDIZ (Balıkesir Üniv.)  
Doç. Dr. Hasan MEMİŞ (Balıkesir Üniv.)  
Doç. Dr. Mine BİNİŞ (Balıkesir Üniv.)  
Doç. Dr. Musa ATGÜR (Balıkesir Üniv.)  
Doç. Dr. Ömer Faruk BİÇEN (Balıkesir Üniv.)  
Doç. Dr. Sami BUHUR (Balıkesir Üniv.)  
Doç. Dr. Suat KARA (Balıkesir Üniv.)  
Doç. Dr. Şerif ÖNER (Balıkesir Üniv.)  
Doç. Dr. Tahsin GÜLER (Balıkesir Üniv.)  
Doç. Dr. Yasemin HAYTA (Balıkesir Üniv.)  
Dr. Öğr. Üyesi Aysun YILMAZTÜRK (Balıkesir Üniv.)  
Dr. Öğr. Üyesi Binali KILIÇ (Balıkesir Üniv.)  
Dr. Öğr. Üyesi Enes FİLİZ (Balıkesir Üniv.)  
Dr. Öğr. Üyesi Esat PINARBAŞI (Balıkesir Üniv.)  
Dr. Öğr. Üyesi Gamze AYTEKİN (Balıkesir Üniv.)  
Dr. Öğr. Üyesi İbrahim Murat BİCİL (Balıkesir Üniv.)  
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa OĞUZ (Balıkesir Üniv.)  
Dr. Öğr. Üyesi Mutlu YORULDU (Balıkesir Üniv.)  
Dr. Öğr. Üyesi Orhan ŞAHİN (Balıkesir Üniv.)  
Dr. Öğr. Üyesi Özlem KUVAT (Balıkesir Üniv.)  
Dr. Öğr. Üyesi Serap YÜCEL (Balıkesir Üniv.)  
Dr. Öğr. Üyesi Şerife ÖZKAR (Balıkesir Üniv.)  
Dr. Öğr. Üyesi Türker BATMAZ (Balıkesir Üniv.)

## **Editör'den / From Editor**

---

Değerli okurlarımız,

Haziran 2020'den beri yayınlanan Balıkesir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergimizin beşinci sayısını sizlerle buluşturmanın mutluluğu içindeyiz.

Dergimizin bu sayısında altı farklı çalışma bulunmakta olup, Haziran 2022 sayısına bilimsel katkıda bulunan kıymetli yazarlarımıza teşekkürlerimizi iletiyoruz. Ayrıca dergimizde yayınlanan makaleleri bilimsel sorumluluk ve gönüllülük esasına bağlı olarak değerlendiren ve çalışmaların nitelikli hale gelmelerini sağlayan değerli hakemlerimize de minnettarız.

Balıkesir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi'nin ulusal ve uluslararası akademik düzeyde daha iyi yerlere gelebilmesi için editör, yayın ve bilim kurulları ile yayına hazırlama ekibi olarak çalışmalarımıza büyük bir istekle devam etmekteyiz. Aralık 2022'de yayınlanacak olan sayımızda çok değerli yayınlarınızı yayımlamaktan mutluluk duyacağımızı bildirmek isterim.

Sevgi ve saygılarımızla.

**Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN**

Balıkesir Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dekanı

# İÇİNDEKİLER / CONTENTS

## ARAŞTIRMA MAKALELERİ / RESEARCH ARTICLES

### **NÜFUSUN YAŞLANMASININ DOĞRUDAN YABANCI YATIRIM GİRİŞLERİ ÜZERİNE ETKİSİ: ASEAN-5 ÜLKELERİ ÜZERİNE PANEL VERİ ANALİZİ.... 1-12**

*The Effect of Population Ageing on Foreign Direct Investment Inflows: Panel Data Analysis on ASEAN-5 Countries*

Mustafa Necati ÇOBAN

### **TÜRKİYE'DE KONAKLAMA VERGİSİNİN VE TURİZM PAYININ TAHSİS İLKESİ YÖNÜNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ.....13-24**

*Evaluation of Accommodation Tax and Share of Tourism in Turkey in terms of Allocation Principle*

Özgür KIZILTOPRAK

### **SAVUNMA HARCAMALARI VE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ: EN FAZLA SAVUNMA HARCAMASI YAPAN ÜLKELER ÜZERİNE BİR İNCELEME.....25-34**

*The Relationship between Defense Expenditures and Economic Growth: An Analysis of the Countries that Make the Most Defense Expenditures*

Bahar OĞUL

### **BİST 100 ENDEKSİ İLE ÇEŞİTLİ YATIRIM ARAÇLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN TODA-YAMAMOTO NEDENSELLİK TESTİ İLE ANALİZ EDİLMESİ.....35-45**

*Analysis of the Relationship between the BIST 100 Index and Various Investment Instruments with the Toda-Yamamoto Causality Test*

Cansu ÇİLİNGİR KARA

## DERLEME MAKALESİ / REVIEW ARTICLE

### **TÜKETİCİ TERCİHİNİ ETKİLEYEN TÜKETİCİ DEĞER ALGISININ KAVRAMSAL BOYUTLARI.....47-58**

*The Conceptual Dimensions of the Consumer Perception of Value Affecting Consumer Preference*

Ülkü TUTAR, Fuat ÇAMLİBEL



# Nüfusun Yaşlanmasının Doğrudan Yabancı Yatırım Girişleri Üzerine Etkisi: ASEAN-5 Ülkeleri Üzerine Panel Veri Analizi

*The Effect of Population Ageing on Foreign Direct Investment Inflows: Panel Data Analysis on ASEAN-5 Countries*

MUSTAFA NECATİ ÇOBAN<sup>a,\*</sup> 

<sup>a</sup> Doç. Dr., Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Tokat, Türkiye

(Gönderim Tarihi/Received: 23.11.2021; Kabul Tarihi/Accepted: 23.12.2021)

**ÖZ** Küresel yaşlanma problemi, beraberindeki ekonomik etkileri kapsamında sıklıkla tartışılmakta ve araştırma konusu olmaktadır. Nüfusun yaşlanmasının doğrudan yabancı yatırım girişleri üzerine etkileri de bu kapsamda ilgi çekici bir diğer konudur. Bu çalışmanın amacı nüfus yaşlanmasının doğrudan yabancı yatırım girişleri üzerine etkisinin araştırılmasıdır. Belirtilen amaç doğrultusunda ASEAN-5 ülkeleri olarak bilinen Malezya, Endonezya, Filipinler, Singapur ve Tayland'a ait 1970-2019 dönemini kapsayan veriler kullanılarak dengeli panel veri analizi yapılmıştır. Nüfus yaşlılığı göstergeleri olarak yaşlı bağımlılık oranı ve 65 yaş ve üzeri nüfusun toplam nüfus içindeki payı kullanılmıştır. Doğrudan yabancı yatırımlar (net girişler) bağımlı değişken olup çalışmaya gayrisafi sabit sermaye oluşumu ve ticari açıklık oranı gibi kontrol değişkenleri dahil edilmiştir. Yapılan panel veri analizi sonucunda ASEAN-5 ülkelerinde nüfus yaşlılığı arttıkça (yaşlı bağımlılık oranı ve 65 yaş ve üzeri nüfusun toplam nüfus içindeki payı arttıkça) doğrudan yabancı yatırımların arttığı bulgusuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Nüfus yaşlılığı, doğrudan yabancı yatırımlar, ASEAN-5 ülkeleri, panel veri analizi

**JEL Sınıflandırması:** R23, F16, O5, C23

**ABSTRACT** The problem of global aging is frequently discussed and researched within the scope of its accompanying economic effects. The effect of population aging on foreign direct investment inflows is another interesting issue in this context. The aim of this study is to investigate the effect of population aging on foreign direct investment inflows. For the stated purpose, balanced panel data analysis was conducted using data covering the period from 1970 to 2019 belonging to Malaysia, Indonesia, Philippines, Singapore and Thailand, known as ASEAN-5 countries. The age dependency ratio (old) and the share of the population aged 65 and over in the total population were used as indicators of population aging. Foreign direct investment (net inflows) is the dependent variable and control variables such as gross fixed capital formation and trade openness were included in the study. As a result of the panel data analysis, it was found that foreign direct investments increased as the population aged in ASEAN-5 countries increased (as the age dependency ratio (old) and the share of the population aged 65 and over increased in the total population).

**Keywords:** Population ageing, foreign direct investments, ASEAN-5 countries, panel data analysis

**JEL Classification:** R23, F16, O5, C23

\* Sorumlu yazar / Corresponding author.

E-posta adresi / E-mail address: [necati.coban@gop.edu.tr](mailto:necati.coban@gop.edu.tr) (M. N. Çoban)





## 1. GİRİŞ

Küresel insan nüfusunun demografik yapısının 100 yıl öncesine göre önemli ölçüde değiştiği görülmektedir. Dünya genelinde 60 yaş üstü bireylerin oranı 1990 yılında %9,2 iken 2013 yılında %11,7'ye yükselmiştir. Bu oranın 2050 yılına kadar %21,1'e ulaşacağı tahmin edilmektedir. Bu eğilimin ışığında insan nüfusunun küresel olarak yaşlanmasının etkileri tartışılmakta ve araştırılmaktadır (Sander vd., [2015](#)).

İnsanların ömrünün uzaması, insanlık tarihindeki en dikkat çekici başarı öykülerinden birisidir. Fakat bu durum, azalan doğurganlık oranlarıyla birleştiğinde insanların uzun yaşamlarının ekonomik sonuçları ve hem zengin hem de fakir ülkelerin nüfuslarındaki 60 yaş üstü kimselerin artan oranı ciddi endişelere sebep olmaktadır (Bloom vd., [2015](#)).

Nüfusun yaşlanmasının ekonomideki kurumlar için ciddi mali zorluklar getireceği ifade edilmektedir. Nüfus yaşlılığının ekonomik sonuçlarının geleceğini öngören gelişmiş ülkelerin çoğu bile hala artan yaşlı nüfus için artan emeklilik maaşları ve yaşlı kesimin sağlık bakım maliyetlerini ödemek için hala ödenek bulmakta zorlanmaktadırlar (Ogura ve Jakovljevic, [2014](#)).

Ekonomik olarak önemli etkileri olduğu ifade edilen nüfus yaşlanması, kamu harcamalarının artmasına yol açabilir. Yine küresel yaşlanma, işgücü arzını etkileyebilmektedir. Yüksek işsizlik, düşük aktivite oranları ile birleşirse yüksek vergiler ve sosyal güvenlik katkıları gündeme gelebilir. Yine nüfus yaşlılığı, finansal piyasalar, finansal istikrar ve uluslar arası sermaye akımları üzerine etkilerde de bulunmaktadır (Çoban, [2021](#)).

Uluslararası sermaye hareketleri temel olarak dünya sermaye piyasalarındaki arbitraj güçleri tarafından yönetilir. Ülke risk primleri ile düzeltilen reel faiz oranı ile reel döviz kurunda beklenen değişim, bazı ülkelerde sermaye kontrolleri olmadığı sürece ülkeler arasında eşit olma eğilimindedir. Ülke risk primlerinden arındırılmış reel faiz oranı ile reel kurda beklenen değer kaybı küresel faiz oranından yüksekse sermaye girişi olur. Aksi takdirde sermaye çıkışı olur (Liu ve Kibbin, [2019](#)).

İktisat teorisi, bir ülkedeki net doğrudan yabancı yatırım girişleri üzerinde yaşlanan nüfustaki artışın etkilerinin negatif olduğunu öngörür; diğer bir deyişle çalışma çağındaki nüfus azaldıkça, sermaye girişleri ile çıkışları arasındaki fark olarak ölçülen net doğrudan yabancı yatırım girişleri azalacaktır. Çoğu sanayileşmiş ülkenin şu anda azalan bir nüfusla karşı karşıya olduğu bilinmektedir (Mitra ve Abedin, [2020a](#)).

Yaşlanan nüfusun doğrudan yabancı yatırım girişleri üzerinde olumsuz bir etkisi olduğu yönünde bir eğilim olmasına rağmen hükümetlerin azalan nüfusun olumsuz etkilerini ortadan kaldırdığı için nüfus yaşlanmasındaki bir artışı doğrudan yabancı yatırımlardaki bir artışın takip edebileceği ifade edilmektedir (Mitra ve Abedin, [2020a](#)). Yine Tomohara ([2017](#)) da göçmen ağlarının da doğrudan yabancı yatırım yoluyla iş fırsatlarını artırabileceği ve böylece nüfusun yaşlanmasının olumsuz etkilerinin giderilebileceğini ifade etmektedir.

Bu çalışmada ASEAN-5 ülkeleri olarak bilinen Endonezya, Filipinler, Malezya, Singapur ve Tayland'da 1970-2019 yılları arasında nüfus yaşlanmasının doğrudan yabancı yatırım girişleri üzerine etkisinin araştırılması amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda nüfus yaşlanması göstergeleri olarak yaşlı bağımlılık oranı ve 65 yaş ve üstü nüfusun toplam nüfusa oranı kullanılmıştır. Bağımlı değişken olarak doğrudan yabancı yatırım girişleri (% GSYİH) kullanılmıştır. Çalışma kapsamında belirtilen değişkenlerin ilgili yıllarını kapsayan verilerle dengeli panel veri analizi yapılacaktır. Çalışmanın bir sonraki bölümünde literatür taraması kısmı bulunmaktadır. Sonrasında veri seti ve yöntem tanıtılmakta olup dördüncü bölüm ise ekonometrik analiz bölümü olup ekonometrik analiz kapsamında elde edilen bulgular yer almaktadır. Son bölümde ise sonuç bölümü yer almaktadır.

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

Araştırmacılar tarafından nüfus yaşlanması ekonomik etkileri ilgi konusu olmaktadır. Fakat nüfus yaşlanması doğrudan yabancı yatırım net girişleri üzerine etkisini konu alan çalışmaların sayıca oldukça sınırlı biçimde olduğu görülmektedir (Lim ve Kim, [2017](#); Mitra ve Abedin, [2020a](#); Mitra ve Abedin, [2020b](#); Mitra ve Guseva, [2021](#)). Değişkenler arasındaki bire bir ilişkiyi inceleyen çalışmaların yanı sıra konuya katkı sağlayacak benzer çalışmalardan da bu bölümde bahsedilmiştir.

Brooks ([2000](#)), demografik eğilimlerin uluslararası sermaye akışları üzerindeki etkilerini simüle etmiştir. Dünyadaki sekiz bölge üzerine örtüşen nesiller modelini kullanarak nüfus yaşlanması küresel etkisini araştırmıştır. Simülasyonlar, Avrupa Birliği ve Kuzey Amerika'nın nüfusları hızla yaşlandıkça yatırımlara göre tasarruflarda önemli bir düşüş yaşayacağı 2010 ve 2030 yılları arasında bölgesel tasarruf-yatırım dengelerinde bir dönüm noktası olacağını göstermektedir. Bu değişimin sermaye ihracatçısı olması öngörülen daha az gelişmiş bölgelerden gelen sermaye akışlarıyla finanse edileceği ifade edilmektedir.

Alsan vd. ([2006](#)) nüfus sağlığının brüt doğrudan yabancı yatırım girişleri üzerindeki etkisini araştırmışlardır. 1980-2000 dönemini kapsayan verileri kullanarak 74 sanayileşmiş ve gelişmekte olan ülke üzerinde panel veri analizi yapılmıştır. Çalışma kapsamında ulaşılan temel bulgu, brüt DYY girişlerinin düşük ve orta gelirli ülkelerde nüfus sağlığından güçlü ve olumlu yönde etkilendiğidir. Çalışmada ayrıca yaşam beklentisini bir yıl artırmanın brüt DYY girişlerini %9 artırdığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Narciso ([2010](#)), 46 ülkede nüfus yaşlanması doğrudan yabancı yatırımlar üzerine etkisini incelemiştir. 2001-2007 dönemine ait verilerin kullanıldığı çalışmada sabit etkiler modeli ile panel veri modeli tahmin edilmiştir. Çalışmada ulusların gelecekteki yaş yapısının uluslar arası sermaye akımları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Erdogan ve Unver ([2015](#)), doğrudan yabancı yatırımların belirleyicilerini araştırmışlardır. 1985-2011 dönemine ait veriler kullanılarak 88 ülke incelenmiştir. Statik ve dinamik panel veri analizinin yapıldığı çalışmada 65 yaş üstündeki nüfusun oranı ile doğrudan yabancı yatırımlar arasında negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir bulguya rastlanmıştır.

Chen vd. ([2017](#)), Çin'de 2000-2014 dönemini kapsayan verileri kullanarak nüfusun yaşlanması doğrudan yabancı yatırım girişleri üzerine etkilerini analiz etmişlerdir. Panel veri analizi yapılan çalışmada nüfusun yaşlanması finansal gelişme ve bölgelere göre farklılık gösteren doğrudan yabancı yatırım girişleri üzerinde önemli ölçüde engelleyici etkiye sahip olduğunu, fakat yaşlanan nüfusun doğrudan yabancı yatırım girişleri ile doğrusal olmayan bir biçimde negatif ilişki içerisinde olduğu sonucu elde edilmiştir.

Lim ve Kim ([2017](#)), 54 ülkede yıllık verileri kullanarak yaşlılık bağımlılık oranı ve yaşlanma hızı gibi demografik değişkenlerin doğrudan yabancı yatırımlar üzerine etkilerini incelemişlerdir. 54 ülkeye ait 2001-2015 dönemini kapsayan çalışmada nüfusun yaşlanması doğrudan yabancı yatırımları olumsuz yönde etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır.

Talukdar ve Parvez ([2017](#)), 1996-2011 dönemine ait verileri kullanarak 46 gelişmekte olan ülkede nüfus sağlığının doğrudan yabancı yatırım girişleri üzerine etkilerini araştırmışlardır. Panel veri analizi yapılan çalışmada brüt DYY girişlerinin gelişmekte olan ülkelere nüfus sağlığından güçlü bir şekilde etkilendiği tespit edilmiştir. Yaşam beklentisinin 1 yıl kadar iyileştirilmesinin brüt DYY girişlerini yaklaşık %7 oranında artırdığı bulgusu elde edilmiştir.

Barany vd. ([2018](#)), ülkeler arasında ve zaman içerisinde sermaye akışlarını şekillendirmede dünya

çapındaki demografik evrimlerin önemini araştırmaya yönelik bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Küresel yaşlanmanın, gelişmekte olan ülkelere gelişmiş ülkelere doğru sermaye akışlarını tetiklediği bulgusu elde edilmiş, ülkelere özgü demografik evrimlerin sermayeyi daha yavaş yaşlanmakta olan ülkelere yeniden tahsis ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Gannon vd. (2020), Güney ekonomilerindeki nüfus yaşlanmasının uluslar arası sermaye akışları üzerine etkilerini incelemiştir. Örtüşen nesiller modeli ile tahmin yapılan çalışmada hem doğurganlık hem de ölüm oranındaki düşüşlerin Güney ekonomilerinin göreceli sermaye ihtiyaçlarını ve dolayısıyla sermaye girişlerini azaltma eğiliminde olduğunu tespit etmişlerdir.

Mitra ve Abedin (2020a), 22 OECD ülkesinde nüfusun yaşlanmasının doğrudan yabancı yatırım girişleri üzerine etkilerini araştırmışlardır. Panel eşbütünleşme analizi ile kısa ve uzun dönem etkilerinin analiz edildiği çalışmada 1980-2017 yıllarını kapsayan veriler kullanılmıştır. Analiz sonucunda ulaşılan sonuçlara bakıldığında kısa dönemde nüfusun yaşlanmasının doğrudan yabancı yatırım girişleri üzerine etkisinin istatistiksel olarak anlamsız olduğu bulgusu elde edilmiştir. Uzun dönemde ise nüfus yaşlanması ile doğrudan yabancı yatırım girişleri arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu saptanmış olup ulaşılan bulgu istatistiksel olarak anlamlıdır.

Mitra ve Abedin (2020b), Japonya’da nüfus yaşlanması ve doğrudan yabancı yatırım girişleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. 1980-2017 dönemine ait verilerin kullanıldığı çalışmada panel eşbütünleşme analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda kısa dönem etkilerinin önemsiz olduğu fakat iki değişken arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Uzun dönemde nüfus yaşlanması Japonya’da doğrudan yabancı yatırım girişlerini pozitif yönde etkilemektedir.

Xi ve Xueyi (2020), nüfusun yaşlanmasının doğrudan yabancı yatırımların lokasyon seçimini etkileyip etkilemeyeceğini araştırmışlardır. Stokastik analiz yapılan çalışmada nüfusun yaşlanmasının doğrudan yabancı yatırımlar üzerinde teşvik ve ekstrüzyon etkileri olduğunu tespit etmişlerdir. Teşvik etkisi, doğrudan yabancı yatırım büyümesinin %23,43’ünü desteklemekte iken ekstrüzyon etkisi ise doğrudan yabancı yatırım büyümesinin %44,63’ünü azaltır.

Mitra ve Guseva (2021), 1980-2017 dönemine ait verileri kullanarak 22 OECD ülkesinde nüfus yaşlılığının doğrudan yabancı yatırım girişleri üzerine etkilerini analiz etmişlerdir. Bayesyen panel VAR yöntemi ile model tahmin edilmiştir. Yapılan analiz sonucu elde edilen bulgular incelendiğinde nüfusun yaşlanması ile doğrudan yabancı yatırım girişleri değişkenleri arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Ayrıca nüfusun yaşlanmasının net doğrudan yabancı yatırım girişleri üzerinde sadece geçici bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

### 3. VERİ SETİ VE YÖNTEM

Çalışma kapsamında ASEAN-5 ülkeleri olarak bilinen Malezya, Endonezya, Filipinler, Singapur ve Tayland’a ait 1970-2019 dönemini kapsayan veriler kullanılarak dengeli panel veri analizi yapılmıştır. Veri aralığının tespitinde çalışmada yer alan değişkenler için verilerin mevcudiyeti önemli etken olmuştur.

Çalışmada yer alan bağımlı değişken, bağımsız değişkenler ve bu değişkenlerin tümü ile ilgili bilgiler Tablo 1’de görülmektedir. Çalışmada bağımlı değişken olarak net doğrudan yabancı yatırım girişleri bulunmaktadır. Bağımlı değişken olarak ise nüfus yaşlanması göstergeleri olarak yaşlı bağımlılık oranı (çalışma çağındaki nüfusun yüzdesi) ve 65 yaş ve üzeri nüfusun toplam nüfus içindeki payı kullanılmıştır. Çalışmaya ayrıca gayrisafı sabit sermaye oluşumu ve ticari açıklık oranı gibi kontrol değişkenleri dahil edilmiştir. Tüm değişkenlere dair verilere Dünya Bankası’nın

veritabanından ulaşılmıştır.

**Tablo 1**

*Değişkenlere Dair Bilgiler*

Değişkenin Adı	Değişkenin Kısaltması
Net Doğrudan Yabancı Yatırım Girişleri (% GSYİH)	FDI
Yaş Bağımlılık Oranı, Yaşlı (Çalışma Çağındaki Nüfusun Yüzdesi)	ADRO
65 Yaş ve Üzeri Nüfus (% Toplam Nüfus)	AGEPOP
Gayri Safi Sabit Sermaye Oluşumu (% GSYİH)	GFCF
Ticari Açıklık Oranı (%GSYİH)	TRADE

Nüfus yaşlılığının doğrudan yabancı yatırım girişleri üzerine etkisini tespit etme amacıyla çalışma kapsamında iki model oluşturulmuştur. Model I'de nüfus yaşlılığı göstergesi olarak yaşlı bağımlılık oranı, Model II'de ise nüfus yaşlılığı göstergesi olarak 65 yaş ve üzeri nüfusun toplam nüfus içindeki payı kullanılmıştır. Model I ve Model II aşağıda yer almaktadır.

$$\text{Model I: } FDI_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 ADRO_{it} + \alpha_2 GFCF_{it} + \alpha_3 TRADE_{it} + \alpha_i + \lambda_t + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

$$\text{Model II: } FDI_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 AGEPOP_{it} + \alpha_2 GFCF_{it} + \alpha_3 TRADE_{it} + \alpha_i + \lambda_t + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

Model I ve Model II de nüfus yaşlılığı göstergeleri dışındaki değişkenler aynıdır.  $FDI_{it}$  doğrudan yabancı yatırımlarını (net girişler),  $ADRO_{it}$  yaşlı bağımlılık oranını (çalışma çağındaki nüfusun yüzdesi),  $AGEPOP_{it}$  65 yaş ve üzeri nüfusun toplam nüfus içindeki payını,  $GFCF_{it}$  gayrisafi sabit sermaye oluşumunu,  $TRADE_{it}$  ticari açıklık oranını,  $\alpha_0$  sabit parametreyi,  $\alpha_1$  birim etkiyi,  $\lambda_t$  zaman etkisini ve  $\varepsilon_{it}$  ise hata terimini temsil etmektedir.

Tablo 2'de çalışmada yer alan değişkenlerin tanımlayıcı istatistikleri bulunmaktadır. Her bir değişken için gözlem sayısı, minimum, maksimum, standart sapma ve ortalama değerleri görülmektedir.

**Tablo 2**

*Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler*

Değişken	Gözlem Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Minimum	Maksimum
FDI	250	4,30048	5,84737	-2,75744	32,16984
ADRO	250	7,58098	2,20152	5,40839	17,53033
AGEPOP	250	4,91191	1,95196	2,97370	12,40625
GFCF	250	26,77107	6,60865	13,62275	46,22050
TRADE	250	136,82180	111,51750	28,68263	437,32670

#### 4. EKONOMETRİK ANALİZ

Çalışmada ilk olarak klasik modelin varlığı sınanmıştır. Daha sonra sabit etkiler modeli ve tesadüfi etkiler modeli arasında seçim yapmak için Hausman testi yapılmıştır. Değişen varyans ve otokorelasyon sınamaları da gerçekleştirildikten sonra uygun olan dirençli tahminci ile model tahmin edilmiştir.

Tablo 3'te klasik modelin sınanması için uygulanan F testine dair bulgular görülmektedir. Model I ve Model II için F istatistik değeri ve olasılık değeri Tablo 3'te yer almaktadır.

**Tablo 3**

*F Testi*

Model I	
<i>F İstatistiği</i>	6,84
Olasılık Değeri	0,0000
Model II	
<i>F İstatistiği</i>	7,66
Olasılık Değeri	0,0000

Tablo 3'teki bulgular incelendiğinde her iki model için birim etkilerin sıfıra eşit olduğu  $H_0$  hipotezinin reddedildiği görülmektedir. Her iki model için birim etkilerin var olduğu anlaşılmaktadır. Klasik model Model I ve Model II kapsamında geçerli değildir.

Tablo 4'te Model I ve Model II için sabit etkiler ve tesadüfi etkiler modelleri arasında seçim yapmak için uygulanan Hausman spesifikasyon testine dair bulgular yer almaktadır.

**Tablo 4**

*Hausman Testi*

Model I	
<i>Ki-Kare İstatistiği</i>	13,39
Olasılık Değeri	0,0039
Model II	
<i>Ki-Kare İstatistiği</i>	16,72
Olasılık Değeri	0,0008

Model I için Hausman testi sonuçları incelendiğinde ki kare istatistiği değerinin 13,39 ve olasılık değerinin 0,0039 olduğu görülmektedir. Model I kapsamında sabit etkiler modeli geçerlidir. Model II için Hausman testi sonuçlarına bakıldığında ise ki kare istatistik değerinin 16,72 ve olasılık değerinin 0,0008 olduğu belirtilmektedir. Model II kapsamında da Model I'de olduğu gibi sabit etkiler modeli etkindir.

Her iki model için sabit etkiler modelinin etkin olduğu bulgusuna ulaşıldıktan sonra Model I ve Model II için değişen varyans sınaması gerçekleştirilmiştir. Sabit etkiler modelinin geçerli olduğu durumlarda uygulanan Değiştirilmiş Wald testi, değişen varyansın test edilmesi amacıyla tercih edilmiştir. Değiştirilmiş Wald testine dair bulgular Tablo 5 aracılığıyla görülmektedir.

**Tablo 5**

*Değiştirilmiş Wald Testi*

Model I	
Ki-Kare İstatistiği	6906,52
Olasılık Değeri	0,0000
Model II	
Ki-Kare İstatistiği	6098,58
Olasılık Değeri	0,0000

*Not.*  $H_0$  varyans birimlere göre değişiklik göstermektedir.

Tablo 5'teki Değiştirilmiş Wald testi için sonuçlar incelendiğinde Model I için varyansın birimlere göre değiştiği bulgusuna ulaşılmıştır.  $H_0$  hipotezi kabul edilmiştir. Model I de değişen varyans bulgusuna rastlanmıştır. Model II için sonuçlara bakıldığında da Model I de olduğu gibi varyansın birimlere göre değiştiği görülmektedir.  $H_0$  hipotezi kabul edilmiştir. Model II için değişen varyans vardır.

Model I ve Model II için otokorelasyonun varlığını sınamak için Bhargava, Franzini ve Narendranathan'ın Durbin-Watson testi ve Baltagi Wu'nun Yerel En İyi Değişmez testi gerçekleştirilmiştir. Sabit etkiler modelinin geçerli olduğu koşullarda otokorelasyonu sınamak için bu test uygulanabilmektedir. Tablo 6'da Bhargava, Franzini ve Narendranathan'ın Durbin Watson testi ve Baltagi-Wu'nun Yerel En İyi Değişmez testine dair sonuçlar bulunmaktadır.

**Tablo 6**

*Bhargava, Franzini ve Narendranathan'ın Durbin Watson Testi ve Baltagi-Wu Testi*

Model I	
Bhargava, Franzini ve Narendranathan'ın Durbin-Watson Test İstatistiği Değeri	0,89485133
Baltagi-Wu Test İstatistiği Değeri	1,0076887
Model II	
Bhargava, Franzini ve Narendranathan'ın Durbin-Watson Test İstatistiği Değeri	0,91617083
Baltagi-Wu Test İstatistiği Değeri	1,0286007

Tablo 6’da Bhargava, Franzini ve Narendranathan’ın Durbin Watson testi ve Baltagi-Wu’nun Yerel En İyi Değişmez testleri aracılığıyla elde edilen sonuçlar yer almaktadır. Model I ve Model II için her iki test istatistiği değerinin de 2’den küçük olduğu görülmektedir. Bu bulgular doğrultusunda Model I ve Model II için otokorelasyonun ciddi olduğu ifade edilebilir. Her iki model kapsamında da otokorelasyon olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Her iki model için birimler arası korelasyonun varlığını araştırma amacıyla Breusch-Pagan Lagrange Çarpanı (LM) testi uygulanmıştır. Breusch-Pagan Lagrange Çarpanı (LM) testi sabit etkiler modelinin etkin olduğu durumlarda uygulanabilmektedir. Tablo 7’de Breusch-Pagan Lagrange Çarpanı (LM) testi uygulandıktan sonra ulaşılan bulgular görülmektedir.

**Tablo 7***Breusch-Pagan LM Testi*

Model I	
<i>Ki-Kare İstatistiği</i>	42,253
<i>Olasılık Değeri</i>	0,0000
Model II	
<i>Ki-Kare İstatistiği</i>	48,794
<i>Olasılık Değeri</i>	0,0000

Tablo 7’deki Breusch-Pagan Lagrange Çarpanı (LM) testine dair bulgular yer almaktadır. Model I için birimler arası korelasyonsuzluğu belirten  $H_0$  hipotezi reddedilmektedir ve birimler arasında korelasyon olduğu sonucu elde edilmiştir. Model II için Breusch-Pagan Lagrange Çarpanı (LM) testi sonuçları incelendiğinde de yine Model I de olduğu gibi  $H_0$  hipotezi reddedilmiştir. Birimler arasında korelasyon bulunmaktadır.

Çalışmada öncelikle her iki modelde de klasik modelin geçerli olmadığı bulgusuna ulaşılmış, sonrasında Hausman testi ile Model I ve Model II için sabit etkiler modelinin etkin olduğu sonucu elde edilmiştir. Bu yapılan testler sonrasında her iki model için değişen varyans, otokorelasyon ve birimler arası korelasyon sınamaları gerçekleştirilmiştir. Model I ve Model II için değişen varyans, otokorelasyon ve birimler arası korelasyon bulgularına ulaşılan çalışmada bu üç istatistiksel sorunun varlığında da uygulanabilen Driscoll ve Kraay dirençli tahmincisi ile analiz yapılarak Model I ve Model II tahmin edilmiştir.

Tablo 8’de her iki model için uygulanan Driscoll ve Kraay dirençli tahmincisi sonrasında ulaşılan bulgular yer almaktadır. Model I için  $R^2$  değeri 0,2372, Model II için ise 0,2562’dir.  $R^2$  değeri, bağımsız değişkenlerin modelde bulunan bağımlı değişkeni açıklama gücünü göstermektedir.

**Tablo 8**

*Tahmin Sonuçları*

Model I			
Bağımsız Değişkenler	Katsayı	Driscoll/Kraay Standart Hata	Olasılık Değeri
ADRO	0,6903753	0,0887262	0,000***
GFCF	-0,074197	0,0559985	0,191
TRADE	0,0160893	0,0093863	0,093*
$R^2 = 0,2372$			

Model II			
Bağımsız Değişkenler	Katsayı	Driscoll/Kraay Standart Hata	Olasılık Değeri
AGEPOP	0,895857	0,1050485	0,000***
GFCF	-0,0765061	0,0560413	0,178
TRADE	0,0111669	0,0094254	0,242
$R^2 = 0,2562$			

*Not.* \* %10 anlamlılık düzeyini, \*\* %5 anlamlılık düzeyini, \*\*\* %1 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

İlk olarak Model I için değerlendirme yapılacak olursa ADRO değişkeni ve FDI değişkeni arasındaki ilişkinin yönünün pozitif olduğu görülmektedir. Ulaşılan bu bulgu aynı zamanda istatistiksel olarak %1 önem düzeyinde anlamlıdır. ASEAN-5 ülkelerinde yaş bağımlılık oranındaki bir birimlik artış doğrudan yabancı yatırım girişlerini 0,6903753 birim artırmaktadır.

Model I için GFCF ve FDI değişkeni arasındaki ilişki incelenirse aradaki ilişkinin yönünün negatif olduğu ifade edilmektedir. Elde edilen sonuç aynı zamanda istatistiksel olarak anlamsızdır. Diğer kontrol değişkeni TRADE ile bağımlı değişken FDI arasındaki ilişkiye bakıldığında aradaki ilişkinin pozitif yönlü olduğu görülmektedir. Ancak ulaşılan bulgunun yalnızca %10 önem düzeyinde anlamlı olduğu bilgisine ulaşılmıştır.

Model II için elde edilen sonuçlar analiz edilirse nüfus yaşlılığı göstergesi olarak AGEPOP değişkeni ile FDI değişkeni arasındaki ilişkiye bakıldığında aradaki ilişkinin yönünün pozitif olduğu bilgisi elde edilmiştir. Ulaşılan sonucun aynı zamanda istatistiksel olarak %1 önem düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. ASEAN-5 ülkelerinde 65 yaş üzeri nüfus arttıkça doğrudan yabancı yatırım girişleri de artmaktadır.

Model II için kontrol değişkenleri ile bağımlı değişkenler arasındaki ilişkiye bakılacak olursa GFCF değişkeni ile FDI değişkeni arasındaki ilişkinin yönünün negatif olduğu görülmektedir fakat sonuç istatistiksel olarak anlamsızdır. TRADE değişkeninin katsayısının yönünün ise pozitif olduğu gözlemlenmekle beraber elde edilen sonuç istatistiksel olarak anlamsızdır.



## 5. SONUÇ

Sanayi devrimi ile beraber nüfus patlaması, bu sürecin sürekli olacağı yönünde bir inanış ortaya çıkarmıştır. Fakat teknolojik ilerlemenin yanı sıra siyasi ve kültürel gelişmeler toplumlarda köklü değişimlere neden olmuştur. Hükümetler birkaç on yıl öncesine kadar nüfusun yaşlanmasını bir sorun olarak görmemişlerdir. Ekonomistler, ekonomik büyüme ve nüfus arasındaki yakın ilişkiyi araştırmak için daha çok demografik yapıya odaklanmışlardır. Doğurganlık ve ölüm oranlarının sürekli olarak düşmesi ve yaşlılık bağımlılık oranının sürekli artması, bu durumun ekonomik sonuçları üzerine politika yapımcıları düşündürmeye itmiştir. Bilim adamlarının nüfusun yaşlanmasının ekonomi üzerindeki etkileri konusunda hemfikir olduğu aşikardır (Orlicka, [2015](#)).

Nüfusun yaşlanmasının önemli bir ekonomik etkisi doğrudan yabancı yatırım girişleri ile ilgilidir. Nüfusun yaşlandıkça doğrudan yabancı yatırım girişlerinin azalacağı yönünde yaygın bir görüş mevcuttur. Bu çalışma kapsamında da ASEAN-5 ülkelerinde nüfusun yaşlanmasının doğrudan yabancı yatırım girişleri üzerine etkileri araştırılmıştır.

Çalışma kapsamında ilgili değişkenlerin birbiri ile olan ilişkilerini analiz etmek için iki model kurulmuştur. Model 1 de nüfus yaşlılığı göstergesi olarak yaşlı bağımlılık oranı, Model 2’de ise nüfus yaşlılığı göstergesi olarak 65 yaş ve üzeri insanların toplam nüfusa oranı kullanılmıştır. Her iki modelde de nüfus yaşlılığı arttıkça ASEAN-5 ülkelerinde doğrudan yabancı yatırım girişlerinin arttığı bulgusuna ulaşılmıştır. Ulaşılan bu bulgular aynı zamanda istatistiksel olarak anlamlıdır. Çalışma kapsamında ulaşılan bu bulguların literatürdeki çalışmaların bir kısmıyla benzer sonuçlar taşıdığı görülmektedir (Mitra ve Abedin, [2020a](#); Mitra ve Abedin, [2020b](#)).

Ulaşılan sonuçlar, genel kabul gören nüfusun yaşlanmasının doğrudan yabancı yatırım girişlerini azaltacağı yönündeki hipotezin aksi yönündedir. Elde edilen bulgular, çalışma çağındaki nüfusun azaldıkça yerli emeğin kıt hale geldiğini ve bu durumun da yabancı sermaye talebini arttırdığını ortaya koymaktadır (Mitra ve Abedin, [2020a](#)). Bununla beraber doğrudan yabancı yatırım teşviki politikaları (Tomohara, [2017](#)) ve sürekli ikamet programları gibi uygulamalar, net doğrudan yabancı yatırım girişlerini artırabilmekte ve işgücü eksikliklerinin giderilmesini sağlayabilmektedir. Böylelikle çalışma çağındaki nüfusun azalmasının olumsuz etkileri tersine çevrilebilmektedir (Mitra ve Abedin, [2020a](#)).

Tüm bunların dışında ülkelerin 65 yaş ve üzeri insanların üretkenliklerini artırma amacıyla başvurduğu gümüş ekonomi uygulamaları da bu yaşlı bireylerin üretkenliklerini ve verimliliklerini artırabilmekte ve böylece nüfusun yaşlanması gibi olumsuz algıya sahip olan bir durum tersine çevrilerek doğrudan yabancı yatırım girişleri için ülkeler cazip hale gelebilmektedirler.

### **Beyan ve Açıklama / Disclosure Statement**

Yazar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir.

The author has no conflict of interest to declare.

### **Finansal Destek / Funding**

Bu çalışmada herhangi bir finansal destek alınmamıştır.

No funding to declare for this study.

### Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı / Author Contribution Statement

Çalışmanın tüm aşamaları yazar tarafından yürütülmüştür.

All stages of the study were conducted by the author.

### Etik Kurul İzni / Ethics Board Approval

Bu çalışma etik kurul izni gerektirmemektedir.

This study does not require ethics board approval.

**Bu Makaleye Atıf Vermek İçin / To Cite This Article:** Çoban, M. N. (2022). Nüfusun yaşlanmasının doğrudan yabancı yatırım girişleri üzerine etkisi: ASEAN-5 ülkeleri üzerine panel veri analizi. *Balıkesir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), 1-12.

### KAYNAKÇA

- Alsan, M., Bloom, D., & Canning, D. (2006). The effect of population health on foreign direct investment inflows to low and middle income countries. *World Development*, 34(4), 613-630.
- Barany Z. L., Coeurdacier N., & Guibaud S. (2018). *Capital flows in an aging world*. Sciences Po.
- Bloom, D. E., Chatterji, S., Kowal, P., Lloyd-Sherlock, P., McKee, M., Rechel, B., Rosenberg, L., & Smith, J. P. (2015). Macroeconomic implications of population ageing and selected policy responses. *The Lancet*, 385(9968), 649-657.
- Brooks, R. (2000). *Population aging and global capital flows in a parallel universe* (IMF Working Paper, WP/00/151). International Monetary Fund. <https://www.imf.org/en/Publications/WP/Issues/2016/12/30/Population-Aging-and-Global-Capital-Flows-in-a-Parallel-Universe-3772>
- Chen, J., Jiang, Y., Wang, B. (2017). Population aging, FDI and Financial Development: A threshold model analysis based on interprovincial panel data in China. *Commercial Research*, 10, 177-185.
- Çoban, M. N. (2021). *Gümüş ekonomi* (2. Baskı). Gazi Kitabevi.
- Erdogan, M. & Unver, M. (2015). Determinants of foreign direct investments: dynamic panel data evidence. *International Journal of Economics and Finance*, 7(5), 82-95.
- Gannon, F., Le Garrec, G., & Touze, V. (2020). The South's demographic transition and international capital flows in a financially integrated world economy. *Journal of Demographic Economics*, 86, 1-45.
- Lim, J. S., & Kim, Y. R. (2017). *Effects of population aging on international investment (in Korean)*. BOK Working Paper 2017.
- Liu, W. & McKibbin, W. J. (2019). Global demographic changes and international capital flows. In D. Bloom (Ed.), *Live long and prosper? The economics of ageing populations* (61-68) CEPR Press.
- Mitra, R. & Abedin, M. T. (2020a). Population ageing and FDI inflows in OECD countries: A dynamic panel cointegration analysis. *Applied Economics Letters*, 28(13), 1071-1075.
- Mitra, R. & Abedin, M. T. (2020b). Population ageing and FDI inflows in Japan: ARDL approach to cointegration analysis. *Economics Bulletin*, 40(2), 1814-1825.

- Mitra, R. & Guseva, M. E. (2021). Does population ageing reduce FDI inflows in OECD countries? Evidence from Bayesian Panel VAR Estimates. In Aswini Kumar Mishra, Ajay, S. Winze, Rajorshi Sen Gupta, Rammohan Menon (Eds.), *Advances in innovation, trade and business* (85-94). Springer International Publishing.
- Narciso, A. (2010). *The impact of population ageing on international capital flows*. MPRA Paper 26457, University Library of Munich, Germany.
- Ogura, S. & Jakovljevic, M. (2014). Health financing constrained by population aging - an opportunity to learn from Japanese experience. *Serbian J Exp Clin Res.*, 15, 175–81. <https://doi.org/10.2478/SJECR-2014-0022>.
- Orlicka, E. (2015, April 14-17). *Impact of population ageing and elderly poverty on macroeconomic aggregates* [Conference session]. 13rd Economics & Finance Conference, Rome, Italy, and 4th Economics & Finance Conference, London.
- Sander, M., Oxlund, B., Jespersen, A., Krasnik, A., Mortensen, E. L., Westendorp, R. G. J., & Rasmussen, L. J. (2015). The challenges of human population ageing. *Age and Ageing*, 44(2), 185-187.
- Talukdar, Z. H. & Parvez, A. A. (2017). Measuring the impact of population health and education on foreign direct investment: Panel evidence from 46 countries. *Asian Economic and Financial Review*, 7(12), 1242-1255.
- Tomohara, A. (2017). Does immigration crowd out foreign direct investment inflows? Tradeoff between contemporaneous FDI-immigration substitution and ethnic network externalities. *Economic Modelling*, 64, 40-47.
- Xi, Y. & Xueyi, W. (2020). Bilateral effects of ageing on FDI: Spillover or extrusion? *Population Research*, 1, 99-112.



# Türkiye’de Konaklama Vergisinin ve Turizm Payının Tahsis İlkesi Yönünden Değerlendirilmesi

*Evaluation of Accommodation Tax and Share of Tourism in Turkey in terms of Allocation Principle*

ÖZGÜR KIZILTOPRAK<sup>a,\*</sup> 

<sup>a</sup> Dr., Hazine ve Maliye Bakanlığı, Ankara, Türkiye

(Gönderim Tarihi/Received: 30.11.2021; Kabul Tarihi/Accepted: 21.02.2022)

**ÖZ** Çalışmada konaklama vergisi gibi turizm sektörüne özgü vergilerin tahsisi sorunu tartışılmıştır. Bu kapsamda Türkiye, İspanya, İtalya ve Fransa gibi turizm sektörü gelişmiş ülkelerdeki turizm vergileri irdelenmiştir. Birçok ülkede yerel idarelere tahsis edilen turizm vergilerinin Türkiye’de merkezi yönetim geliri olarak düzenlendiği anlaşılmıştır. Çeşitli belediyelerin bütçe gelirlerinin incelenmesinden; Türkiye’de belediyelerin en önemli gelir kaynağının genel bütçe vergi gelirleri tahsilatı toplamından belediyelerin yerleşik nüfuslarına göre aktarılan paylar olduğu anlaşılmıştır. Turizm nüfus yoğunluğu yerleşik nüfus kapsamında olmadığı gibi turizm yoğunluğu nedeniyle alt ve üst yapı harcamalarında bir artış da söz konusudur. Bu durumda belediyeler arası genel bütçe gelirlerinin dağıtımında turizm merkezi belediyeler aleyhine eşitsizlik halinden söz edilebilir. Bu eşitsizlik ile mücadele kapsamında turizm sektörüne özgü vergilerin ilgili belediyelere tahsisi zorunludur.

**Anahtar Kelimeler:** Konaklama vergisi, vergi tahsisi, adem-i merkezîyetçilik

**JEL Sınıflandırması:** H20, H21, H23

**ABSTRACT** In this study, the problem of allocation of taxes specific to the tourism sector such as accommodation tax is discussed. In this context, tourism taxes in developed countries such as Turkey, Spain, Italy and France have been examined. It has been found that tourism taxes allocated to local administrations in many countries are regulated as central government revenue in Turkey. Examining the budget revenues of various municipalities; It has been found that the most important income source of municipalities in Turkey is the shares transferred from the total of the general budget tax revenues according to the resident population of the municipalities. Tourism population density is not within the scope of the resident population, and there is an increase in infrastructure and superstructure expenditures due to tourism density. In this case, it can be mentioned that there is an inequality against the tourism center municipalities in the distribution of the general budget revenues between the municipalities. Within the scope of combating this inequality, it is obligatory to allocate the taxes specific to the tourism sector to the relevant municipalities.

**Keywords:** Accomodation tax, tax assignment, decentralization

**JEL Classification:** H20, H21, H23

\* Sorumlu yazar / Corresponding author.

E-posta adresi / E-mail address: [ozgurkiziltoprak@gmail.com](mailto:ozgurkiziltoprak@gmail.com) (Ö. Kızıltoprak)



## 1. GİRİŞ

Türk vergi sisteminde turizm sektörüne yönelik kurumlar vergisi gelir vergisi ve katma değer vergisi gibi vergiler mevcudiyetini korurken bunlara ek olarak turizm sektörüne özgü konaklama vergisi ve turizm payı olmak üzere iki vergi türü Türk vergi sistemine dahil olmuştur. Turizm sektörüne yönelik bu vergilerden biri dolaylı diğeri ise dolaysız vergi türüdür. Konaklama vergisi nitelik itibariyle tüketim vergisi olup verginin asıl yüklenicisi turizm hizmetinin nihai tüketicileridir (yerli ve yabancı turistler). Turizm payı ise dolaysız vergi olup verginin mükellefi ve yükleneni turizm işletmeleridir.

Türk vergi sistemine yakın tarihte dahil olan turizm payı yürürlüğe girmişken konaklama vergisi ise yasalaşmış olmakla birlikte yürürlüğü 01.01.2023 tarihine ertelenmiştir. Söz konusu vergiler fiilen uygulandıkça karşılaşılan sorunların çözümüne ilişkin yapılan düzenlemelerle birlikte vergi sistemine entegrasyonu zamanla tamamlanabilecektir. Ancak söz konusu vergiler ile ilgili en önemli tartışmalardan biri bu vergilerin tahsisi sorunudur.

Gelirin tahsisi sorunu yönetimler arası (merkezi idare ile yerel yönetimler) bir sorundur. Türkiye merkeziyetçi bir idare anlayışına sahip olduğu için vergilerin tahsisi konusunda merkezi idare tek yetkili merciidir. Ancak kamu yararı ve yerinden hizmetin gerekli olduğu durumlarda gelirin ilgili birimlere tahsisi mümkün olabilmektedir.

Turizm yoğunluğu olan yerleşim yerlerinde yerinden hizmet sunucusu olan belediyelerin alt ve üst yapı harcamalarında bir artış söz konusudur. Ancak turizm nüfus yoğunluğu yerleşik nüfus kapsamında olmadığından turizm gibi geçici nüfus yoğunlukları için ilgili belediyelere fazladan gelir tahsis edilmemektedir. Dolayısıyla turizm yoğun merkezlerdeki belediyelerin hizmet kalitesini arttırmak ve artan maliyetlerini karşılamak için turizm vergilerine başvurmak başlıca çözümlerden biridir. Bu nedenle çalışmada çeşitli ülkelerde ve Türkiye’de turizm vergilerinin tahsis ilkesi yönünden incelemesi yapılmış, turizm vergilerinin yerel yönetimlere tahsisi edilmesi gerektiğine dair tespit ve önerilerde bulunulmuştur. Bu kapsamda öncelikle turist yoğunluğunun tavan ve taban yaptığı çeşitli belediyelerin gelir bütçeleri genel bütçe vergi gelirlerinden aldıkları paylar dikkate alınarak karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir.

## 2. KONAKLAMA VERGİSİNDE TAHSİS VE ADEMİ TAHSİS YAKLAŞIMI

Vergide tahsis ilkesi vergi gelirlerinin belli amaca özgülenmesidir. Tahsis, belirli bir amaç doğrultusunda fon oluşturulması ve bu fonun bu amaç doğrultusunda kullanılması temeline dayanmaktadır. Ademi tahsis ilkesi ise kamu gelirlerinin belirli bir kamu hizmetine tahsis edilmemesini ifade etmektedir. Adem-i tahsis ilkesi, kaynakların gelir düzeyindeki belirsizliklerin hizmet kalitesini olumsuz etkileyeceği varsayımından hareketle kamu gelirlerinin belirli amaçlara tahsis edilmemesi temeline dayanmaktadır (Uluatam, [1994](#): 63).

Hizmet faydalanma temeline dayanan tahsis ilkesinin özünü kamu hizmeti oluşturmaktadır (Erginay, [1992](#)). Verginin kamu hizmetinin karşılığı olarak kabul eden görüşe göre vergi, kamu hizmetinden fayda elde eden bireyin katlandığı maliyeti ifade etmektedir. Doğal düzen düşüncesi olarak kabul edilen bu yaklaşım 17.yy. Alman ve İngiliz iktisatçıları arasında geniş kabul görmüştür. Günümüzde toplumsal sözleşme anlayışının vergiye yansması olan bu durum faydalanma ilkesi ile ilgilidir (Uluatam, [1994](#): 200).

Adem-i tahsiste merkeziyetçi bütçe esastır. Bu nedenle tüm giderler merkezi kamu gelirlerinden karşılanmaktadır. Gelir ve giderlerin kanuniliği ilkesinin tahsis yöntemi ile ihlal edileceği kabul

edilmektedir. Zira tahsisle birlikte kamu harcamaları denetim dışı kalabilmektedir. Adem-i tahsis ilkesini savunanlara göre tahsis halinde kamu harcamalarında usulsüzlük ve israf da söz konusu olabilmektedir (Uluatam, [1994](#): 63-64).

Tahsis sisteminde yerleşmenin etkin olduğu daha liberal bir harcama yönetimi söz konusudur. Tahsis sistemini savunanlara göre merkezi idare tarafından müdahale edilmeyen bir piyasanın daha etkin olacağı ileri sürülmektedir. Bu nedenle tahsis yöntemiyle güçlenen yerel yönetimler merkezin desteğine ihtiyaç duymaksızın harcamalarını finanse edeceğinden daha demokratik bir yönetim anlayışı söz konusu olacaktır (Edizdoğan, [1992](#): 34). Tahsis sistemi, merkezi yönetimin yerel yönetimlere güvenmesini gerektirmektedir. Ayrıca tahsis sisteminde hizmet - kaynak dengesinin sağlanması kolaydır. Ancak tahsis sisteminin bu avantajlarına rağmen yönetim anlayışındaki merkezileşmeye bağlı olarak ülkelerin bütçe sistemlerinde ademi tahsis yaklaşımı hakim olmuştur.

### 3. ÇEŞİTLİ ÜLKELERDE KONAKLAMA VERGİSİ

Turizm vergisi olarak da isimlendirilen konaklama vergisi turizm sektörü gelişmiş ülkelerde çeşitli isimler altında uygulanmaktadır. Türk vergi sistemine giren ancak yürürlüğü ertelenen bu vergi türünün daha çok Turizm merkezlerindeki yerel yönetimlere tahsis edilmiştir. Turizm maliyetine katlanan yerel yönetimlerin yerleşik olmayan nüfus yoğunluğu nedeniyle alt ve üst yapı maliyetlerinin artması söz konusudur. Söz konusu maliyet artışlarını finanse etmek için salınan konaklama vergisinin Türkiye ve çeşitli ülkelerdeki gelişimi tahsis ilkesi bağlamında irdelenmesi gerekmektedir.

Konaklama vergisi çeşitli isimler altında bir çok turizm ülkesinde uygulanmaktadır. Bir çok ülkede yatak vergisi, otel vergisi, şehir vergisi gibi benzer isimlerle anılsa da Turizm literatüründeki yaygın kavram turist vergisidir (Bozdoğanoglu, [2013](#): 132). Avrupa Tur Operatörleri Ticaret Birliği’ne (ETOA) ([2019](#)) göre 19 Avrupa Birliği üyesi ülkede turizm vergisi uygulanmaktadır.

Avrupa’da turizmin gelişmediği Danimarka, Estonya, Finlandiya, İrlanda, İsveç, Letonya ve Lüksemburg gibi ülkelerde turizm vergisi bulunmamaktadır. AB’den ayrılan Birleşik Krallık’ta da turizm vergisi bulunmamaktadır. Ancak Birleşik Krallık sınırları dahilindeki İskoçya’nın başkenti Edinburgh’ta turizm vergisi ihdası yönünde karar alınmıştır (ETOA, [2019](#)).

#### 3.1. Fransa’da Turizm Vergisi

Konaklama vergisinin uygulandığı ülkelerden biri de Fransa’dır. Bu ülkede 1910 yılından beri uygulanan konaklama vergisinde tahsis esası geçerlidir. Konaklama vergisini tarh ve tahsil ile yetkili birim belediyelerdir (Gallica, [1920](#)). Fransa’daki uygulamada Turizm işletmeleri tarafından vergi sorumlusu sıfatıyla müşterilerinden yapılan kesintiler belirli dönemler itibariyle belediyelere konaklama vergisi beyannameleri ile aktarılmaktadır (Gallica, [2018](#)).

Fransa’da, kişi başı gecelik olarak alınan ve konaklama kalitesine ve standardına göre değişen 'Taxe de Sejour' adı altında turizm vergisi vardır. Fiyatlar kişi başı gecelik 0,20 € ile 4,20 € arasında değişmektedir. Turizm vergisi İtalya’da olduğu gibi Fransa da belediyelere tahsis edilmiş vergi türüdür. Belediyelere tahsis edilmesindeki amacın yerel yönetimlerin turizm nedeniyle artan alt ve üst yapı gibi çeşitli giderlerini yerinden finanse etmek olduğu anlaşılmaktadır.

Fransa’da turist vergisinin oranları da ilgili belediyelerin belediye meclisi ve (Belediyeler Arası İşbirliği Kurumu) EPCI’nin tarafından belirlenmektedir. Ulusal bir ölçeğe göre çerçevelenen turizm vergisi, konaklama türüne (otel, mobilyalı apartman, kamp alanı vb.) ve sınıflandırmasına göre

(örneğin bir ile beş yıldız) kişi ve gecelik olarak hesaplanmaktadır. Bununla birlikte merkezi yönetim olarak Ekonomi ve Finans Bakanlığı, turizm vergisine %10 oranında ek vergi konulmasına karar verebilmektedir. İtalya'daki uygulamada olduğu gibi Fransa'da 18 yaş altında olanlara turizm vergisinde muafiyet uygulanmaktadır. Ayrıca geçici olarak yer değiştirmek zorunda kalanlar, belediyede mevsimlik işçiler çalıştırılanlar, kirası Belediye Meclisi tarafından belirlenen miktardan az olan yerlerdeki konaklamalar turizm vergisine tabi tutulmamaktadır (Ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance, [2021](#)).

### 3.2. İspanya'da Turizm Vergisi

İspanya'da turizm vergisi sadece Katalonya ve Balear Adalarında uygulanmaktadır. Ancak Katalonya ve Balear Adalarında birbirinden farklı vergi uygulamaları söz konusudur. Katalonya'da turizm vergisi hem konaklayanlardan hem de gezi (cruise) gemileri ile gelen günübirlik turistlerden alınmaktadır. Gerek Katalonya gerekse Balear Adalarında tahsis esaslı geçerlidir. Bu yerlerde turizm vergi gelirleri turizm projelerine tahsis edilmiştir (Álamo Cerrillo, [2018](#)).

Balear Adalarında turist vergisi, çevreyi korumak, turizmden kaynaklanan nüfus yoğunluğu nedeniyle adalar turizmi sürdürülebilir kılmak için gelen ziyaretçilerden maktu miktarlarda alınmaktadır. Balear Adalarında turist vergisi adaya gelen ziyaretçiler, oteller ve villalar gibi tüm tatil konaklama yerlerinde kalanlardan alınmaktadır. Lüks otellerde konaklayanlar için 4 €, orta sınıf konaklamalar için 3 €, kruvaziyer yolcuları, ucuz otel ve apartmanlar için 2 € ve kampçılar ve pansiyon misafirleri için kişi başı günlük 1 € olarak belirlenen turist vergisinden 16 yaşından küçükler muaf tutulmuştur (Agencia Tributaria, [2021](#)).

İspanya'da turist vergisinin uygulandığı bir diğer bölge ise Katalonya'dır. Katalonya turist vergisi, pansiyon, otel, kamp alanları ve yolcu gemileri için geçerlidir. Günlük turist vergisi oranı kişi başı 0,45 € ile 2,25 € arasında değişmektedir. Ayrıca turist vergisi üzerinde %10 oranında Katma Değer Vergisi de hesaplanmaktadır. Katalonya bölgesindeki Barselona şehri için turizm vergisi farklıdır. Örneğin 4 yıldızlı otellerde kişi başı turist vergisi 1,10 € iken Katalonya'nın diğer bölgelerinde 0,90 €'dur (Agencia Tributaria, [2021](#)).

### 3.3. İtalya'da Turizm Vergisi

İtalya'da turizm vergisinin tarihçesi eskidir. Turizm vergisi İtalya'da 1910 yılından 1989 yılına kadar bir kaç merkezde sınırlı olarak uygulanmıştır. Uygulamasına 1989 yılında son verilen turizm vergisi 2011 yılından itibaren İtalya'nın turistik merkezlerinin tamamında yürürlüğe girmiştir (Rotaris, [2019](#): 93). Ayrıca 2019 yılından geçerli olmak üzere konaklama vergisine ek olarak Venedik şehrine özgü ek bir turizm vergisi daha ihdas edilmiştir. Venedik şehri için geçerli olan "günübirlik turist" vergisi şehirde gece konaklanmasa da alınan bir vergi türüdür (Rotaris, [2019](#): 92).

İtalya'da "Tassa di Soggiorno" adı olarak geçen konaklama vergisi otelin niteliğine ve konaklanan gece sayısına göre farklılık göstermektedir. Ayrıca konaklanan yerin özelliğine göre (ada veya anakara olmasına göre) ya da konaklanan mevsime göre vergi tutarı değişebilmektedir. İtalya'da konaklama vergisi şehirden şehire farklılık göstermekte ve genellikle çocuklardan alınmamaktadır. Örneğin Roma'da kişi başı ödenmesi gereken konaklama vergisi konaklanan otelin durumuna göre 3 € ile 7 € arasında değişmektedir. 10 yaş altındaki çocuklardan ise konaklama vergisi alınmamaktadır. Milano da ise bölgedeki konaklama tesislerinde kalan turistler (yerleşik olmayanlar) turizm vergisini ödemek zorundadır. İtalya'nın bir çok şehrinde olduğu gibi turist vergisi Milano şehrinde de Milano

belediyesine tahsis edilmiştir. Turist vergileri bu tahsis doğrultusunda hem turizme yönelik yatırım ve harcamalarda kullanılmakta hem de Milano şehrinin kültürel ve çevresel varlıklarının bakımı ve korunması için harcanmaktadır (Comune Di Milano, [2021](#)).

### **3.4. Yunanistan’da Turizm Vergisi**

Avrupa’nın önemli turizm merkezlerinden biri de Yunanistan’dır. Turizm dünyasındaki konaklama vergisine ilişkin regülasyonlardan Yunanistan da etkilenmiştir. Yunanistan yakın geçmişteki borç kriziyle mücadele kapsamında ek kaynak arayışına girmiştir. Yunanistan’ın 2018 yılından itibaren ülke genelinde uygulamaya koyduğu konaklama vergisi bunlardan biridir (Greek Travel Pages, [2018](#)). Bu durum Yunanistan’da tahsis prensibinin geçerli olmadığını göstermektedir. Yunanistan’da borç krizi ile mücadele kapsamında ihdas edilen konaklama vergisinin Türkiye’deki gibi adem-i merkezîyetçi bir yapıda olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan Türkiye’den farklı olarak Yunanistan’da spesifik esaslı konaklama vergisi geçerlidir. Konaklanan yerin özelliğine göre tutarı 0,50 ile 4,00 € arasında değişen miktarlarda konaklama vergisi alınmaktadır (Greek Travel Pages, [2018](#)).

### **3.5. Çeşitli Şehirlerde Turizm Vergisi**

Avrupa’daki Turizm merkezlerinde uygulanan turizm vergilerinin genel karakteristiği yerel yönetimlerin turizm maliyetlerini finanse etmektir. Bu hedefe paralel olarak turizm vergi gelirleri yerel yönetimlere tahsislidir (ETOA, [2019](#)). Avrupa’daki Turizm merkezlerinde konaklama vergisinde vergilendirme esası genellikle maktu olmakla birlikte ad valorem esasının da geçerli olduğu yerler de bulunmaktadır. İtalya, İspanya ve Fransa’da kişi başı maktu miktarlar söz konusu iken Viyana’da ad valorem vergilendirme söz konusudur. Avusturya’nın başkenti Viyana’da oda ücretinin %3,2’si oranında ad valorem esaslı vergileme söz konusudur (ETOA, [2019](#)).

Ayrıca konaklanan yerin lüks derecesi (yıldızlı otel) arttıkça konaklama vergisinin de artması söz konusudur. Konaklamayan turistler bakımından, kişi başına, günlük maktu bir tutar vergi olarak alınmaktadır. Avrupa kentlerindeki turizm vergisinin miktarı kente göre ve konaklanan yerin özelliğine göre değişmektedir. Örneğin Belçika’nın Antwerp şehrinde otellerde kalan kişiler gecelik 2,39 €’luk maktu bir konaklama vergisi öderken, Brüksel’de şehir vergisi adı altında, gecelik oda ücreti üzerinden ve otelin sınıfı (kaç yıldızlı olduğu) dikkate alınarak ad valorem esaslı konaklama ücreti belirlenmektedir (Lexgo, [2017](#)). Fransa’da konaklama vergisinin tutarında tatil sezonu etkisi de dikkate alınmaktadır. Talebin yüksek olduğu turizm sezonlarında konaklama vergisi daha fazla olmaktadır (Service-Public, [2019](#)).

## **4. TÜRKİYE’DE TURİZM VERGİLERİ**

Türkiye’de turizm sektörüne münhasır iki mali yükümlülük bulunmaktadır. Söz konusu mali yükümlülüklerden biri Konaklama vergisi diğeri ise Turizm payıdır. Konaklama vergisi nitelik itibarıyla tüketim vergisi olup verginin asıl yüklenicisi turizm hizmetinin nihai tüketicileridir (yerli ve yabancı turistler). Turizm payı ise dolaysız vergi olup verginin mükellefi ve yükleneni turizm işletmeleridir.



#### 4.1. Konaklama Vergisi

Turizm dünyasındaki gelişim rüzgarı turizm merkezlerinden biri olarak Türkiye'yi de etkilemiştir. Türk vergi sistemine konaklama vergisinin entegre edilmesi 2004 yılında ilk defa gündeme gelmiştir. Takip eden yıllarda (2006 ve 2008 yıllarında) İl Özel İdaresi ve Belediye Gelirleri Kanunu Tasarısı olarak TBMM'ye sunulmuş ise de yasalaşamamıştır (TBMM, [2008](#)).

Söz konusu yasa tasarısı gerekçesinden konaklama vergisinin turizm bölgelerindeki yerel yönetimlere gelir sağlamak için kurgulandığı anlaşılmaktadır (Bozdoğanoglu, [2013](#): 147). Konaklama vergisine ilişkin 2008 yılındaki tasarının tahsis ilkesi esaslı olduğu anlaşılmaktadır. Belediye gelirlerinin önemli bir kısmını yerleşik nüfusa göre tahsis edilen genel bütçe vergi gelirleri oluşturmaktadır. Turizmden kaynaklanan nüfus artışı yerleşik nüfus kapsamı dışındadır. Bu nedenle turizmden kaynaklı geçici nüfus için genel bütçe vergi gelirlerinden gelir aktarımı yapılmamaktadır. Ancak turizm merkezlerinin tatil sezonlarındaki katlanan nüfusu yerel yönetimlerin alt ve üst yapı giderlerini artırmaktadır.

Konaklama vergisine ilişkin 2008 yılındaki ilk tasarıda yerel yönetimlere tahsis edilen bu vergi merkezi yönetim bütçe geliri olarak 2019 yılında yasalaşmıştır. Ancak konaklama vergisine ilişkin 7193 sayılı Kanunun, Cumhurbaşkanı tarafından veto edilmesi üzerine bu kez 7194 sayılı Kanun ile yasalaşmıştır (TBMM, [2019](#)). Konaklama vergisi Türk vergi sisteminde yer almış olmakla birlikte yürürlük tarihi sürekli ertelenmiştir. Konaklama vergisinin yürürlük tarihi ilk önce bir yıl sonrasına ertelenmiştir. Ancak takip eden yıllarda da önce 1 Ocak 2021 tarihine sonra, 1 Ocak 2022 tarihine ertelenen konaklama vergisinin yürürlük tarihi TBMM'de 14 Ekim 2021'de kabul edilen 7338 sayılı Vergi Usul Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile son olarak 1 Ocak 2023 tarihine ertelenmiştir.

Gelir İdaresi Başkanlığı (GİB) tarafından Konaklama Vergisinin Uygulama Esaslarına Yönelik Hazırlanan Genel Tebliğ Taslağı'na ([2020](#)) göre konaklama vergisinin konusu Türkiye'deki konaklama tesislerinde (otel, motel, yayla evi, misafırhane, tatil köyü gibi konaklama tesislerinde) verilen geceleme hizmetleri ve bu hizmetle birlikte sunulan diğer hizmetler oluşturmaktadır. Konaklama vergisinde verginin mükellefi konaklama ve sair hizmetleri sunanlardır. Verginin asıl yüklenicisi ise tüketicilerdir (turistler). Bu durumda konaklama hizmeti sunan gerçek ve tüzel kişi niteliğindeki işletmeler konaklama vergisini beyan ve ödemekle mükellef tutulmuştur. Konaklama vergisinin matrahı, verginin konusunu oluşturan hizmet (katma değer vergisi hariç) bedellerinin toplamıdır.

Türkiye'de konaklama vergisinde ad volarem vergileme esası geçerli olup vergi oranı %2'dir. Ancak GİB tarafından Konaklama Vergisinin Uygulama Esaslarına Yönelik Hazırlanan Genel Tebliğ Taslağı'na ([2020](#)) göre Cumhurbaşkanı, bu oranı bir katına kadar artırmaya, yarısına kadar indirmeye, bu sınırlar içinde farklı oranlar tespit etmeye yetkili kılınmış ve 7194 sayılı Kanunun 42'nci maddesi ile 6802 sayılı Kanuna eklenen geçici 3 üncü madde uyarınca konaklama vergisi oranının 31/12/2020 tarihine kadar %1 olarak belirlenmiştir. Buna göre Türkiye'deki konaklama, yeme içme ve sair hizmeti sunanların bu hizmet bedelleri toplamı üzerinden %2 oranında konaklama vergisi tahsil edip merkezi bütçe gelirlerine aktarılmak üzere beyan etmeleri gerekmektedir (GİB, [2020](#)). Tüketim (hizmet tüketimi) üzerinden alınan bu vergi bir tür dolaylı vergi niteliğindedir.

## 4.2. Turizm Payı

Konaklama vergisi haricinde turizm sektörü üzerine getirilen bir diğer mali yük ise Turizm payıdır. Turizm payı 15.07.2019 tarih ve 30832 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 7183 sayılı kanunla yürürlüğe girmiştir. Turizm payını düzenleyen 7183 sayılı Kanun’da:

Türkiye’nin turizm hedeflerine ulaşmasını teminen; turizm imkân ve fırsatlarının dünyada tanıtılmasına, turizm potansiyelinin tüm yönleri ile değerlendirilerek ülke ekonomisine kazandırılmasına, turizm yatırımlarının, turizmin ülke ekonomisindeki payının ve turizm sektörünün hizmet kalitesinin artırılmasına yönelik faaliyetlerde bulunmak, destek ve kaynak sağlamak amacıyla Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansının kurulması, yönetimi, denetimi, gelirleri ve faaliyetlerine ilişkin usul ve esasları düzenlenmesi amaçlanmıştır (Türkiye Tanıtım ve Geliştirme Ajansı Hakkında Kanun, [2019](#)).

Söz konusu Kanun’a göre Ajansın gelirlerinin en az yüzde doksan beşi, ülke turizminin tanıtılmasına yönelik faaliyetlerin, kalan kısmı ise diğer faaliyetlerin finansmanında kullanılırken %5’i genel bütçeye aktarılmaktadır.

Turizm payında konaklama vergisinin aksine tahsis ilkesi geçerlidir. Turizm payından elde edilen gelirin önemli bir kısmı (%95) Türkiye Turizm Tanıtım ve Kalkınma Ajansına tahsis edildiği anlaşılmaktadır. Geriye kalan %5’lik pay ise genel yönetim bütçesine aktarılmaktadır. Turizm payı ile ilgili kanunda belirtilen işletme ve kurumların satış gelirleri üzerinden kesinti yapılması söz konusudur. Başta turizm işletmeleri olmak üzere havayolu işletmeleri, hava meydanlarını ve seyahat acentalarının satış gelirleri üzerinden kanunda belirlenmiş oranlar üzerinden turizm payı adı altında kesinti yapılmaktadır. Turizm payı oranı bileşik tesisler ile konaklama tesislerinden binde yedi buçuk iken, Seyahat acentalarından (münferit uçak bileti satışları hariç) on binde yedi buçuk, Havayolu işletmelerinden (ticari yolcu taşımacılığı faaliyetlerinden) on binde yedi buçuktur (Türkiye Tanıtım ve Geliştirme Ajansı Hakkında Kanun, [2019](#)).

Turizm payı özelliği itibarıyla dolaysız vergi niteliğindedir. Turizm payının dolaysız vergilerden yegane farkı turizm işletmesi zarar etse de turizm payını ödeme yükümlülüğünün olmasıdır. Zira bir ticari işletmenin mali karı yoksa ödenmesi gereken vergi miktarı sıfırdır. Ancak turizm payında satış hasılatı varsa ödenmesi gereken turizm payının beyan ve ödeme zorunluluğu bulunmaktadır.

## 5. TÜRKİYE’DE ÇEŞİTLİ BELEDİYELERİN BÜTÇE DENGESİ

Türkiye’de turizm belli merkezlerde yoğunlaşmıştır. Türkiye’deki turizmin yoğun olduğu şehirler için turizm önemli bir fırsat olmakla birlikte, turizm yoğunluğu nedeniyle bu şehirlerde kamusal mal ve hizmet maliyetlerinin artması da söz konusudur. Turizm merkezlerindeki kamusal mal ve hizmetlerin önemli bir kısmı ise belediyeler tarafından sunulmaktadır. Bu nedenle turizm yoğun belediyelerin bütçe dengelerinin artan harcamalar nedeniyle bütçe açığı vermesi söz konusu olabilmektedir. Bu kapsamda turizmi yoğun olan bazı belediyelerin bütçe gelirleri ve bütçe giderlerinin karşılaştırılması ve yerleşik nüfusuna göre genel bütçeden aldıkları yardımların irdelenmesi gerekmektedir.

Türkiye’de belediyelerin gelirleri 2464 sayılı Belediye Gelirleri Kanunu ile düzenlenmiştir. Belediye Gelirleri Kanunu’na göre ([1981](#)) belediyelerin gelirlerin bir çok geliri bulunmaktadır. En önemli belediye gelirleri; Kanunlarla gösterilen belediye vergi, resim, harç ve katılma payları, genel bütçe vergi gelirlerinden ayrılan paylardır.

Belediyelere çeşitli kanunlarla bina ve arazi vergileri, harçlar gibi gelirler tahsis edilmiş ise de belediyelerin en büyük gelir kaynağı nüfusuna göre genel bütçe vergi gelirlerinden aldıkları paylardır. Belediye nüfusu arttıkça genel bütçe vergi gelirlerinden alınan pay da artmaktadır. Örneğin Antalya Belediyesi'nin 2020 yılı faaliyet raporuna (2020) göre toplam geliri 2,03 milyar TL iken bunun 1,54 milyar TL'sini genel bütçe vergi gelirlerinden alınan pay oluşturmaktadır. Diğer taraftan söz konusu belediyenin toplam gelirleri içindeki vergi ve harçların toplam tutarının ise 68,6 milyon TL olduğu anlaşılmaktadır. Yerel yönetimlere çeşitli isimler altında bir çok harç, resim ve vergi miktarı tahsis edilmiş ise de bu vergiler toplam gelir içinde göreceli olarak az miktarlardadır.

İl Özel İdarelerine ve Belediyelere Genel Bütçe Vergi Gelirlerinden Pay Verilmesi Hakkında Kanun'a (2008) göre genel bütçe vergi gelirleri tahsilâtı toplamının yüzde 1,50'si büyükşehir dışındaki belediyelere, yüzde 4,50'si büyükşehirlerdeki ilçe belediyelerine ve yüzde 0,5'i il özel idarelerine ayrılmaktadır. Genel bütçe vergi gelirleri tahsilâtı toplamındaki dağıtım nüfusa göre dağıtılmaktadır (İl Özel İdarelerine ve Belediyelere Genel Bütçe Vergi Gelirlerinden Pay Verilmesi Hakkında Kanun, 2008).

Belediye gelirlerinde nüfus en önemli belirleyici olduğuna göre belediyelerin Turizm gibi mevsimsel ve dönemsel nüfus yoğunluğu nedeniyle artan nüfusları nedeniyle yol, su, kanalizasyon temizlik gibi bir çok maliyetlerin de artması söz konusudur. Yerleşik olmayan mevsimsel nüfus yoğunluğu nedeniyle belediyeler genel bütçe vergi gelirleri tahsilâtından fazladan pay alamamaktadır. Dolayısıyla genel bütçe vergi gelirlerinin bölümünde turizm merkezlerindeki belediyeler aleyhine bir durum söz konusudur. Yerel yönetimlere tahsis edilen turizm vergilerinin söz konusu bölüşüm sorununun çözümünde önemli bir rol üstlenmesi mümkündür.

Tablo 1'de turizmi en yoğun iller/ilçeler ile ve turizmi en az yoğun olan iller seçilerek oluşturulmuştur. Söz konusu tabloda şehir ve ilçe belediyelerinin 2020 yılına ilişkin gelir ve gider bütçeleri, turizm yoğunlukları yer almaktadır. Antalya ilinin turizm'den kaynaklanan nüfus yoğunluğu yaz dönemlerinde % 450 katına çıkmaktadır. Yıl genelinde ise turizm nedeniyle nüfus yoğunluğu katsayısının % 100 – 500 arasında olması söz konusudur (Thoooth, 2018). Bu durum Bodrum, Alanya gibi diğer turizm merkezleri için de geçerlidir. Ancak bu turizm merkezlerindeki belediyelerin Genel bütçe vergi gelirleri tahsilâtından yerleşik nüfusa göre pay verildiğinden söz konusu turizm merkezlerindeki belediyeler aleyhine bir durum söz konusudur.

**Tablo 1**

*Çeşitli Belediyelerin 2020 Yılı Bütçe Dengesi ve Turist Yoğunluğu (Milyon TL)*

	Turizm Nüfus Yoğunluğu	Toplam Gelir	Toplam Gider	Bütçe Açığı	Merkezi Bütçe Gelirlerinden Aktarılan	Yerel Vergi Geliri
Antalya Belediyesi (2020)	% 100-500	1,845	2,031	-186,0	1,514	68,6
Bodrum Belediyesi (2020)	% 100-500	296,6	325,3	-28,7	55,5	136,0
Alanya Belediyesi (2020)	% 100-500	329,4	385,9	-56,5	103,2	123,6
Burdur Belediyesi (2020)	% 1- %25	125,7	110,0	15,7	78,6	14,9
Tunceli Belediyesi (2020)	% 1- %25	50,4	48,2	2,6	13,3	5,5

*Not.* Veriler ilgili belediyelerin 2020 yılı faaliyet raporları ve Toooth (2021) verilerinden faydalanarak yazar tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 1’e göre Antalya Belediyesi’nin 2020 yılı net geliri 1,84 milyar TL, net gider bütçesi ise 2,03 milyar TL’dir. Bütçe açığı ise 186 milyon TL’dir. Merkezi bütçe gelirlerinden aktarılan pay 1,5 milyar TL iken 68,6 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Turizm yoğunluğu olmayan Burdur ve Tunceli Belediyeleri’nin (bunların turizm yoğunluğu %1-%25’tir) ise turizm yoğunluğu nedeniyle fazladan alt ve üst yapı maliyet harcamalarının göreceli olarak düşük olduğunu söylemek mümkündür. Genel bütçe vergi gelirleri tahsilâtından yerleşik nüfuslarına göre pay alan bu belediyelerin bütçe açığı vermemesinin ardında elbette bir çok sebep bulunmaktadır. Ancak Antalya belediyesi gibi turizmin yoğun olduğu belediyeler ile kıyaslandığında, bütçe açığı vermemelerinin sebeplerinden biri de turizm gibi mevsimsel nüfus yoğunluğu artışından kaynaklanan harcamalarının göreceli olarak düşük olmasıdır.

Turizm yoğunluğunun fazla olduğu yerleşim merkezlerinde yerel yönetim giderleri de artmaktadır. Belediyeler genel bütçe vergi gelirleri tahsilâtı toplamından yerleşik nüfusa göre pay alabilmektedir. Turist yoğunluğu nedeniyle artan nüfus yerleşik nüfus kapsamında olmadığından bu belediyelerin geçici nüfus yoğunluğu nedeniyle genel bütçe vergi gelirleri tahsilâtı toplamından her hangi bir pay alamamaktadır. Bu nedenle konaklama vergisi ve turizm payı gibi turistik faaliyetlerden elde edilen gelirlerin yerel yönetimlere tahsis edilmesini elzemdir.

## 6. SONUÇ

Türk vergi sistemine 2019 yılında dahil olan ve ancak yürürlük tarihi 2023 yılına ertelenen konaklama vergisi turizm hizmetleri üzerinden alınan dolaylı bir vergidir. Dünyadaki uygulamaları incelendiğinde yerel yönetim geliri olarak kurgulandığı anlaşılmaktadır. Turizm merkezi haline gelmiş olarak kentlerin artan alt ve üst yapı maliyetlerini finanse etmek için yerel yönetimlere tahsis edilmiş bir gelir niteliğinde olmasına rağmen Türkiye’de adem-i merkeziyetçi bir yapıdadır.

Belediye gelirlerinde nüfus en önemli belirleyici olduğuna göre belediyelerin Turizm gibi mevsimsel ve dönemsel nüfus yoğunluğu nedeniyle artan nüfusları nedeniyle yol, su, kanalizasyon temizlik gibi bir çok maliyetlerin de artması söz konusudur. Belediyelerin en önemli geliri genel bütçe vergi gelirleri tahsilâtından yerleşik nüfusa göre alınan paylardır. Yerleşik olmayan mevsimsel nüfus yoğunluğu nedeniyle genel bütçe vergi gelirleri tahsilâtından fazladan pay alamayan Antalya belediyesi gibi turizm merkezi belediyelerin gelir bütçelerinin yarısından fazlasını genel bütçe vergi gelirleri tahsilâtından aktarılan tutarlar oluşturmaktadır. Buna karşın turist yoğunluğunun fazla olduğu Antalya ve Bodrum belediyeleri gibi çeşitli yerel yönetimlerin turizm yoğunluğundan kaynaklanan (temizlik, su ve kanalizasyon gibi üst ve alt yapı) giderlerinde artış söz konusudur. Turist çeken şehirler aleyhine olan söz konusu bölüşüm sorununun çözümü için turizm vergilerinin yerel yönetimlere tahsis edilmesi elzemdir.

Türkiye’de yasalaşmamış hali ile yerel yönetimlere tahsis edilmesi planlanan konaklama vergisi adem-i merkeziyetçi anlayışa göre genel yönetim vergi geliri olarak yasalaşmıştır. Adem-i merkeziyetçi anlayışın konaklama vergisinde hakim olmasının bir diğer etkisi ise yerel yönetimler arası gelir dağıtımını sorunudur. Turizmden kaynaklı maliyet etkisi yerleşik nüfusun refahını azaltırken konaklama vergisi gelirlerinin merkezi yönetime tahsis edilmesi bölgesel gelir eşitsizliklerini artmasına sebep olacaktır.

Türk vergi sisteminde konaklama vergisi ve turizm payının vergilendirilmesinde ad volarem ölçütün tercih edilmesi isabetli bir seçimdir. Ancak konaklama vergisinin yüklenicisi vergi kapsamındaki hizmetlerden faydalananlar olduğu için bireyin gelirini dikkate almayan vergileme metodolojisi söz konusudur. Konaklama vergisindeki ad volarem kıstas önemli olmakla birlikte turizm

konaklama hizmetlerindeki hizmetin bedeli arttıkça artan oranlı vergilendirme esası geçerli olabilir. Ayrıca gelir eşitsizliği ile mücadele kapsamında öğrenci, asgari ücretli gibi düşük gelirli bireylerin bu vergilerden belirli şartlarda (lüks sayılacak konaklamalar hariç; dört ve beş yıldızlı otel konaklamaları gibi) istisna edilmesi isabetli olacaktır.

#### **Beyan ve Açıklama / Disclosure Statement**

Yazar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir.

The author has no conflict of interest to declare.

#### **Finansal Destek / Funding**

Bu çalışmada herhangi bir finansal destek alınmamıştır.

No funding to declare for this study.

#### **Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı / Author Contribution Statement**

Çalışmanın tüm aşamaları yazar tarafından yürütülmüştür.

All stages of the study were conducted by the author.

#### **Etik Kurul İzni / Ethics Board Approval**

Bu çalışma etik kurul izni gerektirmemektedir.

This study does not require ethics board approval.

**Bu Makaleye Atıf Vermek İçin / To Cite This Article:** Kızıltoprak, Ö. (2022). Türkiye’de konaklama vergisinin ve turizm payının tahsis ilkesi yönünden değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), 13-24.

#### **KAYNAKÇA**

Agencia Tributaria De Catalunya. (2021). Impuesto sobre las estancias en establecimientos turísticos, <https://atc.gencat.cat/es/tributs/ieet/>.

Álamo Cerrillo, R. (2018). El Sector Turístico Español: Cuestiones y Retos fiscales. J. M. Bosch Editor.

Alanya Belediyesi. (2020). *Faaliyet raporu: 2020 Mali Yılı*. <https://www.alanya.bel.tr/Documents/Faaliyet/2020/2020.pdf>

Antalya Belediyesi. (2020). *Faaliyet raporu: 2020 Mali Yılı*. <https://www.antalya.bel.tr/Content/UserFiles/Files/2020-YILI-FAALIYET-RAPORU-WEB.pdf>

Belediye Gelirleri Kanunu. (1981). T.C. Resmi Gazete (2464, 29 Mayıs 1981). <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.2464.pdf>

- Bodrum Belediyesi. (2020). *Faaliyet raporu: 2020 Mali Yılı*. [https://bodrum.bel.tr/upload/dosyalar/2020\\_Yili\\_Gelir\\_Kesim\\_Hesap.pdf](https://bodrum.bel.tr/upload/dosyalar/2020_Yili_Gelir_Kesim_Hesap.pdf)
- Bozdoğanoglu, B. (2013). Konaklama vergisi uygulaması ve Türkiye’de uygulanabilirliği. *Maliye Dergisi*, 164, 129-147.
- Burdur Belediyesi. (2020). *Faaliyet raporu: 2020 Mali Yılı*. <https://drive.google.com/file/d/1u-YKUW7aZf-VrF76KQvB5isrB8SPhBx0/view>
- Comune Di Milano. (2021). Imposta di soggiorno. <https://www.comune.milano.it/aree-tematiche/tributi/imposta-di-soggiorno>
- Edizdoğan, N. (1994). *Kamu Maliyesi*. Ekin Kitabevi.
- Erginay, A. (1992). *Kamu Maliyesi* (14. Baskı). Savaş Yayınları.
- ETOA. (2019). ETOA’s 2019 Review of European Tourism Taxes Calls for Destinations to Recognise the Value of The Visitor Economy and Risk to Competitiveness. <https://etoa.org/etoa-review-tourism-taxes/>
- Gallica. (1920). Ministère De L’intérieur, Revue Générale d’Administration. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k5815578f>
- Gallica. (2018). L’assemblée Des Communautés De France, Taxe de Séjour: Les Nouveautés. <https://www.adcf.org/articles-taxe-de-sejour-les-nouveautes-2018-4094>
- GİB. (2020). Konaklama Vergisi Genel Tebliği Taslağı. [https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user\\_upload/Tebliğler/Taslaklar/Kon\\_ver\\_gen\\_uyg\\_teb\\_taslak.pdf](https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/Tebliğler/Taslaklar/Kon_ver_gen_uyg_teb_taslak.pdf)
- Greek Travel Pages. (2018). Greece’s New Hotel Tax to Come Into Effect in 2018. <https://news.gtp.gr/2016/06/30/greeces-new-hotel-tax-effect-2018>
- İl Özel İdarelerine ve Belediyelere Genel Bütçe Vergi Gelirlerinden Pay Verilmesi Hakkında Kanun. (2008). T.C. Resmi Gazete (5779, 02 Temmuz 2008). <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5779.pdf>
- Lexgo. (2017). Hotel City Tax in Brussels. <https://www.lexgo.be/en/papers/tax-law/indirecttax/hotel-city-tax-in-brussels,112288.html>
- Ministère de l’Économie, des Finances et de la Relance. (2021). Tourisme : comment fonctionne la taxe de séjour. <https://www.economie.gouv.fr/particuliers/taxe-sejour-tarifs>
- Rotaris, L. & Carrozzo, M. (2019). Tourism Taxes in Italy: A Sustainable Perspective. *Journal of Global Business Insights*, 4(2), 75-98. <https://doi.org/10.5038/2640-6489.4.2.107>
- Service-Public. (2019). Taxe de Séjour sur les Hébergements Touristiques. <https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F743>
- TBMM. (2008). İl Özel İdaresi ve Belediye Gelirleri Kanunu Tasarısı. <https://www2.tbmm.gov.tr/d23/1/1-0505.pdf>
- TBMM. (2019). 7193 Sayılı Dijital Hizmet Vergisi ile Bazı Kanunlarda ve 375 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun. <https://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k7193.html>
- Thooth. (2021). Türkiye İl Bazlı Gelen Turist Sayıları ve Yoğunlukları. <https://thooth.com/il-bazli-turist-sayilari-ve-yogunluklari-2021/>

Tunceli Belediyesi. (2020). *Faaliyet raporu: 2020 Mali Yılı* <http://www.tunceli.bel.tr/icerik/25/1119/belediyemiz-2020-yili-faliyet-raporu.aspx>

Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı Hakkında Kanun. (2019). T.C. Resmi Gazete (30832, 15 Temmuz 2019).

Uluatam, Ö. (1994). *Kamu Maliyesi* (2. Baskı). Savaş Yayınları. Ankara.



# Savunma Harcamaları ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: En Fazla Savunma Harcaması Yapan Ülkeler Üzerine Bir İnceleme

*The Relationship between Defense Expenditures and Economic Growth: An Analysis of the Countries that Make the Most Defense Expenditures*

BAHAR OĞUL<sup>a,\*</sup> 

<sup>a</sup> YÖK 100/2000 Programı Doktora Öğrencisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Kahramanmaraş, Türkiye

(Gönderim Tarihi/Received: 11.03.2022; Kabul Tarihi/Accepted: 06.06.2022)

**ÖZ** Savunma harcamaları ve ekonomik büyüme değişkenleri arasındaki ilişki pek çok çalışmaya inceleme konusu olmuştur. Bu çalışmadaki amaç en çok savunma harcaması yapan seçilmiş ülkelerde (ABD, Çin, Hindistan, Rusya ve Birleşik Krallık) 2000-2020 dönemi askeri harcamalar ve ekonomik büyüme verileriyle savunma harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisini araştırmaktır. Ampirik analizin yapılmış olduğu çalışmada öncelikle birinci nesil birim kök testlerinden olan Levin vd. (2002) ve Im vd. (2003) testleriyle birim kök durumları sınanmıştır. Değişkenler arasındaki eşbütünleşme ilişkisi Pedroni ve Kao panel eşbütünleşme testleriyle incelenerek uzun dönem katsayı tahmincilerinden olan FMOLS ve DOLS yöntemleri ile katsayı tahmini yapılmıştır. Değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. FMOLS yöntemi sonucuna göre; savunma harcamalarında meydana gelen %1'lik artış ekonomik büyümeyi yaklaşık olarak %1,02 oranında artırmaktadır. DOLS sonucuna göre; savunma harcamalarında meydana gelen %1'lik artış ekonomik büyümeyi yaklaşık olarak %1,08 artırmaktadır. Söz konusu ülkelerin ele alındığı panel genelinde savunma harcamalarındaki artışlar ekonomik büyümeyi artırmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Savunma harcamaları, ekonomik büyüme, panel eşbütünleşme, FMOLS, DOLS

**JEL Sınıflandırması:** O4, H00, C23

**ABSTRACT** The relationship between defense expenditures and economic growth variables has been the subject of many studies. The aim of this study is to investigate the effect of defense expenditures on economic growth with military expenditures and economic growth data for the period of 2000-2020 in selected countries (USA, China, India, Russia and the United Kingdom) with the highest defense expenditures. In the study in which the empirical analysis was made, first of all, the unit root states were tested with the Levin et al. (2002) and Im et al. (2003) tests, which are the first generation unit root testers. The cointegration relationship between the variables was examined with the Pedroni and Kao panel cointegration tests and the coefficient estimation was made with FMOLS and DOLS methods, which are long-term coefficient estimators. It was found that there is a cointegration relationship between the variables. According to the FMOLS method result; 1% increase in defense expenditures increases economic growth by approximately 1.02%. According to the DOLS result; 1% increase in defense expenditures increases economic growth by approximately 1.08%. Increases in defense expenditures increase economic growth throughout the panel where these countries are discussed.

**Keywords:** Defense expenditures, economic growth, panel cointegration, FMOLS, DOLS

**JEL Classification:** O4, H00, C23

\* Sorumlu yazar / Corresponding author.

E-posta adresi / E-mail address: [baharogul@yahoo.com](mailto:baharogul@yahoo.com) (B. Oğul)





## 1. GİRİŞ

Savunma harcamaları, ülkelerin bütünlüğüne yönelik olarak yapılan tehditlerin artan fonksiyonu şeklinde ilgili ülkelerin refah düzeylerinden vazgeçerek milli gelirden ayrılan paydır. Bu harcamalar ülkelerin ulusal birlik, beraberlik ve egemenliğinin sürekliliğini sağlamak amacıyla yapılan harcama türünü oluşturmaktadır (Koban, 1998). Savunma harcamaları, kamu harcamaları içerisinde önemli bir yere sahip olup eğitim ve sağlık harcamalarına göre nispeten daha yüksek bir paya sahip olabilmektedir (Saunders, 1993: 26).

Ülke ekoomilerinde savunma harcamalarını etkileyen faktörleri; ekonomilerin GSYİH düzeyleri, ekonomik açıdan gelişmişlik düzeyi, coğrafi konumları, iç ve dış tehdit unsurları, özellikle konum olarak yakın çevrede yaşanan askeri ve siyasi gelişmeler ve başka ülkelerin savunma harcamalarının payıdır (Çevik ve Bektaş, 2019: 231). Ekonomik büyüme, çıktıdaki yani reel gelirdeki bir önceki yıla göre meydana gelen artış olarak tanımlanabilmektedir (Durgun ve Timur, 2017: 129). Savunma hacamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki farklı teoriler açısından ele alınmaktadır. Savunma harcamalarında meydana gelen bir artışın ekonomik büyüme üzerinde bir artış meydana getirip getirmediği konusu üç farklı yaklaşımla incelenmektedir. Bunlar; Klasik Yaklaşım, Keynesçi Yaklaşım ve Neo-Klasik Yaklaşım olarak sınıflandırılabilir (Naimoğlu ve Özbek, 2022: 175-176). Neo-Klasik modelde savunma harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin arz yönü; Keynesyen model ise talep yönü ele alınmaktadır. Arz yönü üretim faktörleri ile teknoloji; talep yönü harcama düzeyi ve bileşimi olarak etki etmektedir (Dunne vd., 2001: 7). Klasik yaklaşıma göre ise savunma harcamalarına yönelik artışla birlikte diğer alanlara yönelik harcamalarda artış meydana gelebilmektedir (Ma vd., 2015: 80)

Savunma harcamaları gerek ulusal gerek uluslararası etkilere sahip olup ekonomik büyüme üzerindeki etkisi ekonomistler açısından üzerinde durulan bir konudur. Savunma harcamaları ve ekonomik büyüme arasında bir ilişki olduğu genel olarak kabul edilse de hangi yönlü ve hangi oranda olduğu konusunda fikir birliği bulunmamaktadır (Giray, 2004: 182). Bu nedenle savunma harcamaları ve ekonomik büyüme değişkenleri arasındaki ilişki pek çok çalışmaya inceleme konusu olmuştur. Bu çalışmadaki amaç en çok savunma harcaması yapan seçilmiş ülkelerde (ABD, Çin, Hindistan, Rusya ve Birleşik Krallık) 2000-2020 dönemi askeri harcamalar ve ekonomik büyüme verileriyle savunma harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisini araştırmaktır. Çalışmanın ilk bölümünde alan yazında yer alan savunma harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisini inceleyen bazı ampirik çalışmalara yer verilecektir. Ampirik analiz yöntemlerinden yararlanılan bu çalışmanın ikinci bölümünde öncelikle birinci nesil birim kök testerinden olan Levin vd. (2002) ve Im vd. (2003) testleriyle birim kök düzeyleri sınanmıştır. Ayrıca değişkenler arasındaki eşbütünleşme ilişkisi Pedroni ve Kao panel eşbütünleşme testleriyle incelenerek uzun dönem katsayı tahmincilerinden olan FMOLS ve DOLS yöntemleri ile katsayı tahmini yapılmıştır. Çalışma sonuç ve değerlendirme bölümü ile sonlandırılmıştır.

## 2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

İktisat alan yazınında savunma harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiye dair yapılan bazı çalışmalara Tablo 1’de yer verilmiştir.

**Tablo 1**

*Savunma Harcamaları ve Ekonomik Büyüme İlişkisini İnceleyen Bazı Ampirik Çalışmalar*

Yazar	Dönem	Ülke	Yöntem	Sonuç
Benoit ( <a href="#">1973</a> , <a href="#">1978</a> )	1950-1965	44 Gelişmekte Olan Ülke	3 Aşamalı En Küçük Kareler	Savunma harcamaları ekonomik büyümeyi pozitif etkilemektedir.
Cappelen vd. ( <a href="#">1984</a> )	1960-1980	17 OECD Ülkesi	2 Aşamalı En Küçük Kareler	Savunma harcamaları ekonomik büyümeyi negatif etkilemektedir.
Huang ve Mintz ( <a href="#">1990</a> )	1953-1987	ABD	SUR	Savunma harcamaları ekonomik büyümeyi negatif etkilemektedir.
Ward ve Davis ( <a href="#">1992</a> )	1948-1990	ABD	EKK	Savunma harcamaları ekonomik büyümeyi negatif etkilemektedir.
Dunne ve Vougas ( <a href="#">1999</a> )	1964-1996	Güney Afrika	Hata Düzeltme Modeli	Savunma harcamaları ekonomik büyümeyi negatif etkilemektedir.
Rufael-Wolde ( <a href="#">2001</a> )	1950-1991	Çin	Granger Nedensellik	Savunma harcamaları ekonomik büyümeyi pozitif etkilemektedir.
Karagöl ve Palaz ( <a href="#">2004</a> )	1955-2000	Türkiye	Johansen Eşbütünleşme ve Granger Nedensellik	Kısa ve uzun dönemde savunma harcamalarından ekonomik büyümeye doğru tek yönlü negatif nedensellik vardır.
Görkem ve Işık ( <a href="#">2008</a> )	1968-2006	Türkiye	Granger Nedensellik	Savunma harcamalarıyla ekonomik büyüme arasında herhangi bir nedensellik ilişkisi yoktur.
Ozun ve Erbaykal ( <a href="#">2011</a> )	1949-2006	Türkiye	ARDL ve Toda-Yamamoto Nedensellik	Askeri harcamalarla ekonomik büyüme arasında uzun dönemli ve çift yönlü ilişki vardır.
Selvanathan ve Selvanathan ( <a href="#">2014</a> )	1975-2013	Sri Lanka	Granger Nedensellik	Savunma harcamalarından ekonomik büyümeye doğru tek yönlü nedensellik vardır.
Korkmaz ( <a href="#">2015</a> )	2005-2012	10 Akdeniz Ülkesi	Panel Veri Analizi	Savunma harcamaları ekonomik büyümeyi negatif etkilemektedir.
Kesginöz ve Olcay ( <a href="#">2016</a> )	1991-2014	8 Ortadoğu Ülkesi	Panel Regresyon	Savunma harcamaları ekonomik büyümeyi negatif etkilemektedir.
Eğri vd. ( <a href="#">2017</a> )	1970-2012	5 Ortadoğu Ülkesi	Panel Regresyon	Savunma harcamaları ekonomik büyümeyi negatif etkilemektedir.
Köse vd. ( <a href="#">2019</a> )	2000-2016	Türkiye	Engle Granger Eşbütünleşme, Toda ve Yamamoto Nedensellik, Hacker ve Hatemi-J Nedensellik	Savunma harcamalarıyla ekonomik büyüme arasında eşbütünleşme ilişkisi olup nedensellik ilişkisi yoktur.
Naimoğlu ve Özbek ( <a href="#">2022</a> )	1960-2019	Türkiye	Fourier SHIN, SHIN Eşbütünleşme, FMOLS ve DOLS	Savunma harcamaları ekonomik büyümeyi pozitif etkilemektedir.

### 3. VERİ SETİ, EKONOMETRİK METODOLOJİ VE UYGULANAN TESTLER

Çalışmanın bu bölümünde en çok savunma harcaması yapan seçilmiş beş ülke için savunma harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki ampirik olarak incelenmektedir. 2000-2020 dönemine ait yıllık veriler yardımıyla hem eşbütünleşme ilişkisi hem katsayı tahmini ele alınmıştır. Savunma harcamaları ile ekonomik büyüme değişkenleri arasındaki ilişkiyi incelemek adına öncelikle panel birim kök testlerinden yararlanılmaktadır. Birim kök testlerinin sınanması önemli olup böylelikle durgun olmayan yani birim kök içeren seriler standart regresyon teknikleri ile tahmin edildikleri durumda sahte regresyon sorunuyla karşılaşma ihtimali olmaktadır (Harris ve Sollis, 2003). Birinci nesil birim kök testleri arasında olan Levin vd. (2002) ve Im vd. (2003) testleri bu çalışmadaki değişkenler için sınanmaktadır. Söz konusu panel birim kök testlerine göre serilerde birim kökün varlığı tespit edilirse uzun dönemli ilişkinin olup olmadığının analizi için panel eşbütünleşme testlerine başvurulacaktır. Bu çalışmada Pedroni (1999) ve Kao (1999) tarafından önerilen Pedroni ve Kao eşbütünleşme yöntemlerinden yararlanılmıştır. Modelde kullanılan değişkenlerin eşbütünleşik olduğu sonucuna ulaşıldığında uzun dönem katsayı tahmincilerinden olan FMOLS ve DOLS yöntemleri uygulanmaktadır.

#### 3.1. Veri Seti

En çok savunma harcaması yapan (Dolar cinsinden) seçilmiş beş ülke için (ABD, Çin, Hindistan, Rusya ve Birleşik Krallık) 2000-2020 dönemi askeri harcamaların ekonomik büyüme üzerindeki etkisi bu bölümde ele alınacaktır. Ampirik analizde kullanılmak üzere bir model oluşturulmuştur.

$$\ln GDP_t = \beta_1 + \beta_2 \ln MILE_t + u_t \quad (1)$$

Denklem 1’de yer alan  $\ln GDP$ ; ekonomik büyümenin logaritması ve  $\ln MILE$ ; askeri harcamaların logaritmasını temsil etmektedir. Ekonomik büyüme verisi Dünya Bankası (WDI) veri tabanından elde edilirken (World Bank, t.y.); askeri harcamalar Stockholm Uluslararası Barış Araştırma Enstitüsü (SIPRI) veri tabanından elde edilmiştir (SIPRI, t.y.). Modelde kullanılan değişkenlere ait tanımlayıcı istatistik bilgilerine Tablo 2’de ve değişkenlerin grafikleri ise Şekil 1’de yer verilmiştir.

Tablo 2’de çalışmada yer alan değişkenlerin tanımlayıcı istatistikleri bulunmaktadır. Her bir değişken için gözlem sayısı, minimum, maksimum, standart sapma ve ortalama değerleri görülmektedir.

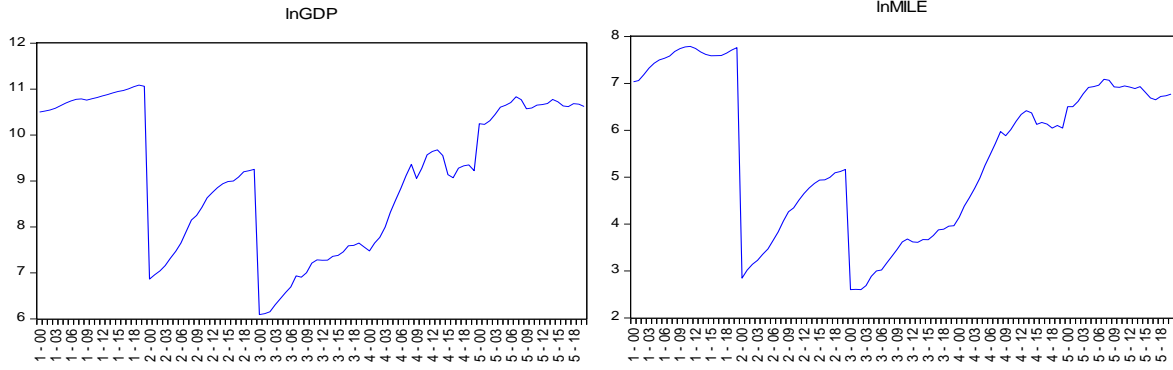
**Tablo 2**

#### *Değişkenlerin Tanımlayıcı İstatistik Bilgileri*

	$\ln GDP$	$\ln MILE$
Ortalama	9,113410	5,522830
Medyan	9,224622	6,014349
Maksimum	11,08643	7,789205
Minimum	6,094279	2,602004
Std. Sapma	1,544300	1,655567
Çarpıklık	-0,331223	-0,244429
Basıklık	1,718553	1,638935
Jarque-Bera	9,104119	9,150231

## Şekil 1

### Değişkenlerin Çizgi Grafikleri



### 3.2. Panel Birim Kök Testleri

Modelde kullanılan değişkenlerin birim kök durumunu sınamak amacıyla birim kök testlerinden Levin vd. (2002) tarafından geliştirilen panel LLC birim kök testi ve Im vd. (2003) birim kök testinden yararlanılmıştır. Bu testlerin uygulanmasının sebebi homojen ve heterojen testlerin birlikte kullanımını sağlamaktır. Tablo 3'te panel LLC ve IPS birim kök testleriyle ilgili sonuçlar verilmiştir.

Tablo 3

#### Panel Birim Kök Testlerine Ait Bulgular

	LLC		IMP	
	S	S*T	S	S*T
Düzye				
lnGDP	-3,13518*** (0,0009)	1,25967 (0,8961)	-2,19938** (0,0139)	1,51945 (0,9357)
lnMILE	-3,26593*** (0,0005)	1,28307 (0,9003)	-3,29540*** (0,0005)	2,91472 (0,9982)
1.Dereceden Fark				
$\Delta$ lnGDP	-3,34815*** (0,0004)	-4,84844*** (0,0000)	-2,26251** (0,0118)	-3,09195*** (0,0010)
$\Delta$ lnMILE	-2,34452*** (0,0095)	-1,55292* (0,0602)	-1,76123** (0,0391)	-1,73819** (0,0411)

Not. Parantez içinde verilen değerler olasılık değerini ve “\*\*\*” %1, “\*\*” %5 ve “\*” %10 düzeyinde anlamlılığı temsil etmektedir. S, sabit ve S\*T sabit ve trendli modeli temsil etmektedir.

Tablo 3 sonuçlarına göre düzeyde sıfır hipotezinin reddedilemediği ve değişkenlerin birinci farkı alındığında sıfır hipotezinin reddedildiği görülmektedir. Birinci nesil birim kök testleri bulgularına göre değişkenlerin birim kök durumu birinci farklarında durağan çıkmıştır.

### 3.3. Pedroni ve Kao Eşbütünleşme Testleri

Panel eşbütünleşme analizleri değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkinin incelenmesine imkân sağlamaktadır. Ekonomik büyümenin bağımlı değişken olarak ele alındığı ampirik analiz için Pedroni ve Kao eşbütünleşme testleri uygulanmaktadır. Pedroni eşbütünleşme testindeki temel hipotez eşbütünleşme yoktur şeklinde ifade edilmektedir. Pedroni ve Kao eşbütünleşme testlerine ait bulgular Tablo 4’te verilmiştir.

**Tablo 4**

*Eşbütünleşme Testlerine Ait Bulgular*

Pedroni Eşbütünleşme Testi		
	İstatistik	Anlamlılık
Panel v	-1,548597	0,9393
Panel rho	-0,093739	0,4627
Panel PP	-1,429522	0,0764
Panel ADF	-1,495690	0,0674
Grup rho	1,329673	0,9082
Grup PP (parametrik olmayan)	-1,180000	0,1190
Grup ADF (parametrik olmayan)	-2,218889	0,0132
Kao Eşbütünleşme Testi		
ADF	-4,859144	0,0000

Pedroni eşbütünleşme için yedi tane test önerilmektedir. Birinci kategoride yer alan dört testten ilk üçü, parametrik olmayan testlerdir (Atay vd., 2017: 23). Tablo 4’te verilen Pedroni ve Kao eşbütünleşme testlerinin sonucuna göre Grup ADF ve Panel ADF istatistiki değerleri anlamlıyken aynı zamanda Panel PP istatistiği de anlamlıdır. Altı tane Pedroni eşbütünleşme içerisinde üç tanesinin anlamlı olması sonucunda paneldeki söz konusu ülkeler için savunma harcamaları ve ekonomik büyüme değişkenleri arasında eşbütünleşme ilişkisinin olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Eşbütünleşme yoktur hipotezi yani  $H_0$  reddedilerek eşbütünleşme ilişkisinin varlığı söylenebilmektedir. Ayrıca Kao eşbütünleşme testi için de olasılık değerlerinin anlamlı olmasından dolayı  $H_0$  hipotezi reddedilerek değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

### 3.4. FMOLS ve DOLS Yöntemleri

Panel eşbütünlüme testlerinden sonra uzun dönem katsayı tahmincilerinden olan FMOLS ve DOLS testleri uygulanarak katsayı tahmini yapılmaktadır. Tablo 5'te FMOLS ve DOLS yöntemlerinin sonuçları verilmiştir.

**Tablo 5**

*FMOLS ve DOLS Yöntemlerine Ait Bulgular*

	FMOLS		DOLS	
	Katsayı	t istatistiği	Katsayı	t istatistiği
Panel Geneli	1,028205*** (0,0000)	30,98962	1,082887*** (0,0000)	29,47654

*Not. Parantez içindeki değerler olasılık değerini ve “\*\*\*” %1 düzeyinde anlamlılığı temsil etmektedir.*

Tablo 5'te verilen hem FMOLS hem DOLS yöntemleri sonucunda savunma harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin istatistiki olarak anlamlı olduğu bulgusuna ulaşılmaktadır. FMOLS yöntemi sonucuna göre; savunma harcamalarındaki %1'lik bir artış ekonomik büyümeyi %1,02 oranında artırmaktadır. DOLS sonucuna göre; savunma harcamalarındaki %1'lik bir artış ekonomik büyümeyi %1,08 artırmaktadır. FMOLS ve DOLS yöntemlerinin sonuçları benzer bulgular vermektedir. Sonuçlara göre söz konusu ülkelerin ele alındığı panel genelinde savunma harcamalarındaki artışlar ekonomik büyümeyi artırmaktadır.

## 4. SONUÇ

Savunma harcamaları ve ekonomik büyüme değişkenleri arasındaki ilişki pek çok çalışmaya inceleme konusu olmaktadır. Bu çalışmada en çok savunma harcaması yapan seçilmiş ülkelerde (ABD, Çin, Hindistan, Rusya ve Birleşik Krallık) 2000-2020 dönemi askeri harcamalar ve ekonomik büyüme verileriyle savunma harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisi incelenmiştir. Ampirik analiz yöntemlerinin yapılmış olduğu çalışmada öncelikle birinci nesil birim kök testerinden olan Levin vd. (2002) ve Im vd. (2003) ( testleriyle birim kök durumları sınanmıştır. Değişkenler arasındaki eşbütünlüme ilişkisi Pedroni ve Kao panel eşbütünlüme testleriyle incelenerek uzun dönem katsayı tahmincilerinden olan FMOLS ve DOLS yöntemleri ile katsayı tahmini yapılmıştır. Değişkenler arasında eşbütünlüme ilişkisinin olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. FMOLS yöntemi sonucuna göre; savunma harcamalarındaki %1'lik artış ekonomik büyümeyi %1,02 oranında artırmaktadır. DOLS sonucuna göre; savunma harcamalarındaki %1'lik artış ekonomik büyümeyi %1,08 artırmaktadır. Söz konusu ülkelerin ele alındığı panel genelinde savunma harcamalarındaki artışların ekonomik büyümeyi artırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Benoit (1973, 1978), Rufael-Wolde (2001) ve Naimoğlu ve Özbek (2022) çalışmaları ile bu çalışmanın bulguları benzer nitelik göstermektedir. Bu çalışmada savunma harcamaları ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkiler yönünde sonuç elde edilmiştir. Bu sonuca göre söz konusu ülkelerde savunma harcamalarının savunma sanayii geliştirme potansiyeli yüksektir şeklinde yorum

yapılabilmektedir. Askeri harcamaların savunma sanayiinin gelişiminde politika aracı olarak yararlanılabileceği durum söz konusu olabilmektedir. Bu ülkelerde savunma harcamalarının ekonomik büyümeyi artırması savunma alanındaki gelişim sürecinin üretimi ve teknolojinin içselleştirilmesini sağlayabileceği ileri sürülebilmektedir.

#### **Beyan ve Açıklama / Disclosure Statement**

Yazar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir.

The author has no conflict of interest to declare.

#### **Finansal Destek / Funding**

Bu çalışmada herhangi bir finansal destek alınmamıştır.

No funding to declare for this study.

#### **Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı / Author Contribution Statement**

Çalışmanın tüm aşamaları yazar tarafından yürütülmüştür.

All stages of the study were conducted by the author.

#### **Etik Kurul İzni / Ethics Board Approval**

Bu çalışma etik kurul izni gerektirmemektedir.

This study does not require ethics board approval.

**Bu Makaleye Atf Vermek İçin / To Cite This Article:** Oğul, B. (2022). Seçilmiş ülkelerde savunma harcamaları ve ekonomik büyüme ilişkisi: Panel veri analizi. *Balıkesir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), 25-34.

#### **KAYNAKÇA**

Atay, G., Acaroğlu, H. ve Baykul, M. C. (2017). G-7 Ülkelerinde rüzgâr enerjisi ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin panel eşbütünleşme yaklaşımı ile analizi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 15-30.

Benoit, E. (1973). *Defense spending and economic growth in developing countries*. Lexington Books.

Benoit, E. (1978). Growth and developing countries. *Economic Development and Cultural Change*, 26(2), 271-280.

Cappelen, A., Gleditsch, N. P., & Bjerkholt, O. (1984). Military spending and economic growth in the OECD Countries. *Journal of Peace Research*, 21(4), 361-373.

Çevik, E. İ. ve Bektaş, G. (2019). Savunma harcamaları ve ekonomik büyüme ilişkisi: Türkiye örneği. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(16), 229-236.

Dunne, P. & Vougas, D. (1999). Military spending and economic growth in South Africa: A causal analysis. *Journal of Conflict Resolution*, 43(4), 521-537.

- Dunne, P., Nikolaidou, E., & Vougas, D. (2001) Defence spending and economic growth: A causal analysis for Greece and Turkey. *Defence and Peace Economics*, 12(1), 5-26.
- Durgun, Ö. ve Timur, M. C. (2017). Savunma harcamaları ve ekonomik büyüme ilişkisi: Türkiye analizi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 54, 126-137.
- Eğri, T., Timur, B., Eğri, C. Ö. ve Bayraktar, Y. (2017). Seçilmiş Ortadoğu Ülkeleri için ekonomik büyüme ve savunma harcamaları ilişkisi: Panel veri analizi. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 5(5), 139-153.
- Giray, F. (2004). Savunma harcamaları ve ekonomik büyüme. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(1), 181-199.
- Görkem, H. ve Işık, S. (2008). Türkiye'de savunma harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki (1968-2006). *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25(2), 405-424.
- Harris, R. & Sollis, R. (2003). *Applied time series modeling and forecasting*. John Wiley and Sons.
- Huang, C. & Mintz, A. (1990). Ridge regression analysis of the defence-growth tradeoff in the United States. *Defence Economics*, 2(1), 19-37.
- Im, K. S., Pesaran, M. H., & Shin, Y. (2003). Testing for unit roots in heterogeneous panels. *Journal of Econometrics*, 115(1), 53-74.
- Kao, C. (1999). Spurious regression and residual-based tests for cointegration in panel data. *J Econ*, 90, 1-44.
- Karagöl, E. ve Palaz, S. (2004). Does defense expenditure deter economic growth in Turkey? A cointegration analysis. *Defence and Peace Economics*, 15(3), 289-298.
- Kesgingöz, H. ve Olcay, T. (2016). Türkiye ve seçilmiş Ortadoğu Ülkeleri için Benoit Hipotezinin sınanması: Panel veri analizi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1), 585-607.
- Koban, E. (1998). Savunma harcamaları, ekonomik etkileri ve Türkiye'deki gelişimi. *Genelkurmay Askeri Tarih ve Stratejik Etüt Başkanlığı*, 355, 40-54.
- Korkmaz, S. (2015). The effect of military spending on economic growth and unemployment in Mediterranean countries. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(1), 273-280.
- Köse, Z., Gölpek, F. ve Doğan, F. C. (2019). Savunma harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin incelenmesi: Türkiye örneği. *Uluslararası Ticaret ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 30-40.
- Levin, A., Lin, C-F., & Chu, C-S.J. (2002). Unit root tests in panel data: Asymptotic and finite-sample properties. *Journal of Econometrics*, 108, 1-24.
- Ma, J., Yiwen J., & Xiao, X. (2015). The relationship between military expenditures and economic growth a case study of the United States, Russia, Japan, India and China. *Review of The Air Force Academy*, 2(29), 79-90.
- Naimoğlu, M. ve Özbek S. (2022). Türkiye'de savunma harcamaları ve ekonomik büyüme ilişkisinin yeniden gözden geçirilmesi: Fourier yaklaşımı. *İzmir İktisat Dergisi*, 37(1), 174-188.
- Ozun, A. ve Erbaykal, E. (2011). *Further evidence on defence spending and economic growth in NATO Countries* ( Koç University-TUSIAD Economic Research Forum Working Paper Series No.1119). [https://www.econstor.eu/bitstream/10419/108565/1/erf\\_wp\\_1119.pdf](https://www.econstor.eu/bitstream/10419/108565/1/erf_wp_1119.pdf)
- Pedroni, P. (1999). Critical values for cointegration tests in heterogeneous panels with multiplegressors. *Oxford Bull Econ Stat*, 61, 653-670.
- Rufael-Wolde, Y. (2001). Causality between defence spending and economic growth: The case of



Mainland China: A comment. *Journal of Economic Studies*, 28(3), 227-230.

Saunders, P. (1993). *Recent trends in the size and growth of government in OECD Countries. The growth of the public sector* (N. Gemmell, Ed.), Edward Elgar Publishing Limited.

Selvanathan, S. & Selvanathan, E. A. (2014). Defence expenditure and economic growth: A case study of Sri Lanka using causality analysis. *International Journal of Development and Conflict*, 4(2), 69-76.

SIPRI. (t.y.). SIPRI military expenditure [Data Set]. <https://www.sipri.org/>

Ward, D. M. & Davis, D. R. (1992). Sizing up the peace dividend: Economic growth and military spending in the United States. *1948-1996 American Political Science Review*, 86(3), 48-755.

World Bank. (t.y.). World development indicators [Data Set]. <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators#>



# BİST 100 Endeksi İle Çeşitli Yatırım Araçları Arasındaki İlişkinin Toda-Yamamoto Nedensellik Testi İle Analiz Edilmesi

*Analysis of the Relationship between the BIST 100 Index and Various Investment Instruments with the Toda-Yamamoto Causality Test*

CANSU ÇİLİNGİR KARA <sup>a,\*</sup> 

<sup>a</sup> Araştırma Görevlisi, İstanbul Aydın Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Muhasebe ve Finansman Yönetimi, İstanbul, Türkiye

(Gönderim Tarihi/Received: 21.03.2022; Kabul Tarihi/Accepted: 28.06.2022)

**ÖZ** Bu çalışmada, BİST 100 Endeksi ile çeşitli yatırım araçları arasındaki nedensellik ilişkisi, Toda-Yamamoto nedensellik testi ile analiz edilecektir. Analize dahil edilen yatırım araçları bitcoin, dolar, altın ve petroldür. Analizde, geleneksel yatırım araçlarına ilaveten, yeni bir yatırım aracı olan bitcoin verileri de eklenmiştir. Bitcoin verilerinin hesaplama dahil edilmesinin sebebi, son zamanlarda kullanıcılar tarafından tercih edilen bir yatırım aracı olmasıdır. İlgili analiz, 2012 Mart-2021 Aralık dönemine ait aylık, BİST 100, bitcoin, dolar, altın ve petrol dönem sonu verilerini kapsamaktadır. Analizde kullanılan paket program E-Views 12'dir. Analiz sonucuna göre; bitcoin ve altın arasında çift yönlü, dolar ve bitcoin arasında çift yönlü, bitcoinden BİST 100'e, BİST 100'den dolara, dolar üzerinden de altına tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğu görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Nedensellik testi, finansal analiz, BİST 100 Endeksi

**JEL Sınıflandırması:** G11, G15, G17

**ABSTRACT** In this study, the causality relationship between the BIST 100 Index and various investment instruments will be analyzed with the Toda-Yamamoto causality test. Investment instruments included in the analysis are bitcoin, dollar, gold, and oil. In the analysis, in addition to traditional investment tools, data on bitcoin, a new investment tool, has also been added. The reason for including Bitcoin data in the calculation is that it is an investment tool preferred by users recently. The related analysis includes monthly, BIST 100, bitcoin, dollar, gold, and oil period-end data for the period 2012 March-2021 December. The package program used in the analysis is E-Views 12. According to the analysis result; it has been observed that there is a bidirectional causality relationship between bitcoin and gold, bidirectional causality between dollar and bitcoin, one-way causality from bitcoin to BIST 100, from BIST 100 to dollar, and from dollar to gold.

**Keywords:** Causality test, financial analysis, BIST 100 Index

**JEL Classification:** G11, G15, G17

\* Sorumlu yazar / Corresponding author.

E-posta adresi / E-mail address: [ccilingir@aydin.edu.tr](mailto:ccilingir@aydin.edu.tr) (C. Çilingir Kara)



## 1. GİRİŞ

Yatırımcılar, tasarruflarını değerlendirmek için finansal piyasalarda çeşitli işlemler yapmaktadırlar. Bu işlemler kısa veya uzun dönemli olup yatırımcıların kar elde etme güdüsünden kaynaklanmaktadır. Yatırımcıların işlem yapabileceği çeşitli finansal enstrümanlar bulunmaktadır. Bu enstrümanların başında hisse senetleri gelmektedir. Hisse senetleri yatırım yapan kişiye kar payı, temettü gibi bazı haklar sağlamaktadır. Hisse senetlerinin yanı sıra döviz, altın, petrol de yatırım aracı olarak kullanılmaktadır. Kullanıcılar, kendi para birimlerinin değer kaybedeceğini düşündükleri zaman döviz yatırımlarına yönelebilmektedirler. Özellikle dolarizasyon olgusunun yaşandığı ülkelerde, sıklıkla tasarrufların dövize yatırıldığı görülmektedir.

Dolarizasyonun sebepleri arasında ülkedeki mevcut enflasyonun yüksekliği ve döviz kurunun oynak olması yer almaktadır. Yüksek enflasyona sahip bir ülkede, bireylerin satın alma gücü azalmaktadır. Döviz kurlarının oynaklığı neticesinde, bireyler yerli para birimini elinde tutmak istemeyecekler, çünkü alternatif maliyetleri artacaktır (Raheem, [2017](#): 697).

Geleneksel yatırım araçlarında oldukça büyük bir paya sahip olan altın; genellikle kullanıcılar için güvenli bir liman olarak görülen, uzun yıllar elde tutulan, gelecekte de değerini koruyacağı düşünülen bir finansal araçtır. Finansal okuryazarlığı olmasa da birçok kullanıcı altına yatırım yapabilmektedir. Bireylerin yanı sıra devletler de kendi kasalarında altın rezervi tutmaktadır.

Petrol ise; haneler ve şirketler için günümüzde de önemini koruyan bir enerji kaynağıdır. Bu kıt kaynağın uygun şekilde tahsis edilmesi için, düzgün işleyen bir petrol piyasası gerekmektedir. Bu nedenle brent petrol, uluslararası ticareti yapılan ham petrolün fiyatlandırılması için kullanılmakta ve brent petrol miktarı olarak ham petrolün yaklaşık olarak üçte ikisini oluşturmaktadır (Rushlow ve Bauer, [2021](#): 88).

Son yıllarda altın, petrol, döviz alım satımının yapılmasına ilaveten, kripto para birimlerine olan talebin arttığı görülmektedir. Kripto para birimlerinden en yüksek işlem hacmine sahip olanı, bitcoindir. Bitcoin, son yılların “dijital altını” olarak görülmekle birlikte, diğer yatırım araçlarına göre oldukça riskli olabilmektedir. Bitcoin piyasasında, sert yükselişlerin ardından, düşüşler yaşanabilmektedir.

Bitcoin'in yaratıcısı, Satoshi Nakamoto olarak bilinmektedir. Bu sanal sistemde işlemler, eşler arası (peer-to-peer-P2P) ağı ile uygulanmaktadır. Merkeziyetsiz bir sistem üzerine kurulan bitcoin, güçlü bir kriptografi ile korunmaktadır. Bireyler, şirketler, hatta hükümetler de dahil olmak üzere, bitcoini kontrol edememektedir. Bu yeni para birimi fiziksel olmamakla birlikte oluşturulan sistem, manipülasyon ve yolsuzluğa karşı dayanıklı olduğu düşünülmektedir (Caetano, [2015](#): 2).

Bitcoin herhangi bir merkezi kontrol olmadan, kripto para birimi platformunda işlem yapılmasını sağlamaktadır. Bitcoinin halka ilk kez açıldığı tarih, 2008 mali krizinden kısa bir süre sonrasında rastlamaktadır. Bu kriz, bitcoinin yaratıcısı Satoshi Nakamoto için, merkezi olmayan bir sistem kurulabilmesinde itici güç oluşturmuştur. Bitcoin, uluslararası para transferine izin vererek itibari para birimlerinin yerine kullanılabilir. Bitcoinde işlem ücreti ya çok düşük olmakta ya da herhangi bir işlem ücreti bulunmamaktadır (Kaushal vd., [2022](#):172).

Bitcoin miktarı, piyasada sınırlı sayıda bulunmaktadır. Piyasaya sürülen son bitcoinin, 2140 yılına kadar dolaşımda olması beklenilmektedir. Şuanda piyasada, 12,5 milyon miktarında bitcoin bulunmaktadır. Bitcoin, yatırımcılara anonim olarak işlem yapabilme imkanı sunmaktadır. Yatırımcılar bitcoin üzerinden işlem yaptığında, yatırımcıların kullanıcı adı gibi özel bilgileri yansıtılmamaktadır. Bitcoin üzerinden yapılan tüm bu işlemler, zincire bağlı bloklar halinde birleştirilmekte ve hareket günlüğüne kaydedilmektedir (Bohr ve Bashir, [2014](#): 94).

Bitcoin, kripto para piyasasındaki para birimleri arasında piyasa değeri en büyük paya sahip para birimidir. Bitcoin'in toplam piyasa değeri 70 milyar USD üzerinde seyretmektedir. Bitcoinin, son 5 yıldaki piyasa değeri 700 kattan fazla artış göstermiştir ve bitcoin reel ekonomide daha fazla kabul edilen bir ödeme aracı rolünü üstlenmektedir. Bu nedenle, analizde bitcoin verilerine yer verilerek yatırım araçları ve BİST 100 Endeksi arasındaki nedensellik ilişkisinin bulunmasında daha kapsamlı bir çalışma yapılabilmesi hedeflenmiştir (Pichl ve Kaizoji, [2017](#): 474-476).

Bu çalışmada, BİST 100 Endeksi ile bitcoin, dolar, altın ve petrol fiyatları arasındaki nedensellik ilişkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Analizdeki veriler arasında nedensellik ilişkisi saptanarak ilişkinin hangi yönde olduğu bulunacaktır. Analizde kullanılacak nedensellik testi, Toda-Yamamoto nedensellik testidir. Analize bitcoin verileri de dahil edilerek yalnızca geleneksel yatırım araçlarının değil, bitcoin verilerinin de BİST 100 Endeksi ile olan ilişkisi test edilecektir. Bitcoin verilerinin analize dahil edilmesinin nedeni, piyasa değeri ve işlem hacmi en yüksek kripto para birimi olmasıdır. Analizde kullanılan ilgili yatırım araçları ile BİST 100 Endeksi'nin ilişkili olarak birlikte hareket edeceği beklenilmektedir. Çalışmada, öncelikle literatüre yönelik bilgiler verilecek, daha sonra ilgili analiz hakkında teorik bilgiler sunulacaktır. Sonrasında ekonometrik analiz yapılarak sonuç kısmına yer verilecektir.

## **2. LİTERATÜR TARAMASI**

Mevcut literatür çalışmalarının, pay senedi endeksleri ile çeşitli yatırım araçları arasındaki ilişkiyi incelediği görülmektedir. Literatürde yatırım araçlarının yanı sıra makroekonomik göstergelerden de yararlandığı görülmüştür. Çalışmalarda ilgili ilişki kurulurken genellikle nedensellik testlerinden faydalanılmıştır. BİST 100 Endeksi ile yatırım araçları arasındaki ilişkinin incelendiği çalışmalar aşağıda yer almaktadır.

Sharma ve Mahendru ([2010](#)), çalışmalarında hisse senedi fiyatları ile makroekonomik değişkenler arasındaki ilişkiyi, çoklu regresyon modeli ile analiz etmiştir. Analiz kapsamında Bombay Borsası verileri ile döviz kuru, döviz rezervi, altın fiyatı, enflasyon oranı arasındaki ilişki ortaya konulmuştur. Analiz, Ocak 2008'den Ocak 2009'a kadar olan dönemden haftalık veriler alınarak oluşturulmuştur. Sonuç olarak, enflasyon ve döviz rezervi hariç diğer bağımsız değişkenler ile hisse senedi fiyatı arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Mulyadi ve Anwar ([2012](#)), çalışmalarında Endonezya'daki hisse senedi getirisi ile altın getirisi arasındaki ilişkiyi probit ekonometrik model yardımıyla incelemiştir. İlgili model, 1997-2011 yılları arasında kapsamaktadır. Uygulama sonucunda, altın yatırımlarının, hisse senedi yatırımlarına göre daha kazançlı, yatırımcılar için daha güvenli bir liman olduğu görülmüştür.

Yıldız ([2014](#)), çalışmasında BİST pay senedi endeksi ile döviz kuru, altın ve faiz oranı arasındaki ilişkiyi Granger nedensellik testi ile ölçmüştür. Finansal krizin yaşandığı 2001 ve 2008 yıllarına ait veriler, istatistiksel olarak anlamlı sonuç vermediğinden, hesaplama dahil edilmemiştir. Çalışma sonucunda, ilgili değişkenler ile BİST pay endeksi arasında negatif ilişki olduğu görülmektedir. Bu ilişkiler, faiz oranı ile uzun dönemli etkiliyken, döviz kuru ve altınla kısa dönemde etkilidir.

Öncü vd. ([2015](#)), çalışmalarında Ocak 2002-Kasım 2013 dönemindeki günlük verilerden yararlanarak BİST 100 Endeksi, dolar kuru ve altın fiyatları arasında Engle Granger eşbütünleşme testi uygulamışlardır. Çalışma neticesinde, BİST 100 verilerinin altın ve dolar kuru verileri arasında eşbütünleşme olmadığı görülmüştür. Dolar kuru ve altının, BİST 100 Endeksi'nin Granger nedeni olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Sandal vd. (2017), çalışmalarında BİST 100 Endeksi ile petrol ve altın fiyatları arasındaki ilişkiyi Engle-Granger ve Johansen eşbütünleşme testi ile incelemiştir. Uygulama, 2005 Ocak-2015 Aralık dönemindeki aylık verileri kapsamaktadır. Analiz neticesinde, altın fiyatlarından, hisse senedi fiyatlarına doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğu görülmüştür. BİST 100 Endeks fiyatları ile petrol fiyatları arasında herhangi bir ilişkiye rastlanılmamıştır.

Eyüboğlu ve Eyüboğlu (2018), çalışmalarında dolar ve euro döviz kuru ile BİST 100 Endeksi ile Borsa İstanbul'da yer alan seçili 24 borsa endeksi arasındaki ilişkiyi ARDL ve Toda-Yamamoto nedensellik testi ile incelemiştir. Uygulama, 03.01.2011-26.05.2016 dönemine ait verileri içermektedir. Analiz neticesinde; 24 borsa endeksi arasından BİST Tekstil Deri Endeksi ile euro döviz kuru arasında, dolar kuru ile ise BİST Tekstil Deri, Ticaret ve Teknoloji Endeksleri arasında nedensellik ilişkisi olduğu görülmüştür.

Erdaş ve Çağlar (2018), çalışmalarında bitcoin, altın, brent petrol, dolar, S&P 500 ve BİST 100 Endeksi arasındaki ilişkiyi, Hatemi-J nedensellik testi ile analiz etmişlerdir. Analizde bitcoindeki hareketlerin, diğer finansal araçları etkileyebilme gücü ölçülmek istenilmiştir. Analiz sonucunda, S&P 500 fiyatları ile bitcoin fiyatları arasında bir nedensellik ilişkisi olduğu, bitcoindeki pozitif bir şokun, S&P 500 Endeksi'nde negatif, bitcoindeki negatif bir şokun, S&P 500 Endeksi'ne pozitif ve negatif etki yaptığı görülmüştür. BİST 100 Endeksi ile bitcoin arasında herhangi bir nedensellik ilişkisine rastlanılmamıştır.

Güney ve Saka Iğın (2019), çalışmalarında BİST 100 endeksinde işlem gören hisse senetleri ile faiz oranı, döviz kuru ve altın fiyatları arasındaki ilişkiyi ölçmüşlerdir. Analizde VAR modeli ile Granger nedensellik testi kullanılmıştır. Yapılan analiz, Aralık 2007-Mayıs 2018 dönemlerini kapsamaktadır. Analiz neticesinde, BİST 100 endeksi verileri ile; faiz oranı ve altın fiyatları arasında çift yönlü nedensellik ilişkisine, dolar kurundan BİST 100 endeksine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kılıç ve Uçaktürk (2020), çalışmalarında 25.12.2009-30.03.2018 dönemine ait, BİST 100, faiz oranı, altın ve dolar kuruna ait haftalık veriler arasındaki ilişkiyi, Johansen eşbütünleşme testi ve Toda-Yamamoto nedensellik testi ile incelemiştir. Analiz sonucunda, BİST 100'den dolar ve faize doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi bulunurken, altın ile herhangi bir nedensellik ilişkisi bulunamamıştır.

Soyaslan (2020), çalışmasında bitcoin ile BİST 100 Endeksi, BİST Banka ve BİST Teknoloji Endeksi arasındaki ilişkiyi Granger nedensellik testi ile ölçmüştür. İlgili analiz, 21.04.2011-11.02.2020 dönemine ait bitcoin, BİST 100, BİST Banka, BİST Teknoloji Endeksi günlük kapanış verilerini içermektedir. Çalışma neticesinde, BİST 100 Endeksi ile bitcoin arasında uzun dönemli bir ilişki olduğu görülmektedir. Kısa dönemde, ilgili veriler arasında herhangi bir nedensellik ilişkisine rastlanılmamıştır.

İlgili literatürde yapılan çalışmaların, pay senedi endeksi ile altın, döviz kurları, petrol, faiz gibi yatırım araçları arasındaki ilişkiyi incelediği görülmektedir. Bu ilişki kurulurken genellikle nedensellik testlerinden yararlanılmıştır. Nedensellik testlerine ilaveten eşbütünleme testleri ile analizler desteklenmiştir. Analiz sonuçları, incelenen döneme göre değişebilmekle birlikte, genellikle ilgili veriler arasında tek yönlü nedensellik ilişkisine rastlanılmıştır.

### 3. EKONOMETRİK ANALİZ

#### 3.1. Veri Seti

Çalışmada, BİST 100 Endeksi verileri ile bitcoin, dolar, altın ve brent petrol verileri arasındaki nedensellik ilişkisi incelenmektedir. Bu ilişkinin olup olmadığı, varsa da tek veya çift yönlü olduğu belirlenmesi amaçlanmaktadır. Analizde kullanılacak paket program, E-Views 12'dir. Çalışmaya dahil edilecek veriler, 2012 Mart-2021 Aralık dönemine ait ay sonu kapanış verileridir. İlgili veriler, <http://tr.investing.com/> sitesinden alınmıştır. İlgili analizde bitcoin BTC, dolar USD, altın XAU, brent petrol XBR kısaltmalarıyla gösterilecektir.

#### 3.2. Yöntem

Toda-Yamamoto (1995) nedensellik testi, yaklaşım olarak düzeltilmiş VAR modeline dayalı araştırma yapmaktadır. Bu yeni yaklaşımda, Granger nedensellik testi sırasında değişkenler arasında olası durağan olmayan veya eşbütünleşme işlemi yapılmadan geleneksel nedensellik ilişkisi kurulabilmektedir. Toda-Yamamoto, optimal gecikme uzunluğunun belirlenmesi işlemi (k) ile başlar, daha sonra bütünleşme seviyesi  $d_{max}$  belirlenmektedir. Durağanlık testi (birim kök testi) değişkenlerin I(0), I(1) ve I(2)'de durağan olduğunu gösteriyorsa, maximum bütünleşme derecesi ( $d_{max}$ ) 2 olacaktır. Uygulanan modele, bütün değişkenlerin maximum bütünleşme dereceleri ( $d_{max}$ ) gecikme uzunluğu olarak eklenecektir. Gecikme uzunluğu ve maximum bütünleşme dereceleri ( $d_{max}$ ) ile VAR modeli kullanılarak ilgili nedensellik testi Formül 1 ve Formül 2 vasıtası ile tahmin edilmektedir (Paul, 2020: 10-11).

$$Y_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^{k+d_{max}} \beta_{1i} Y_{t-i} + \sum_{i=1}^{k+d_{max}} \beta_{2i} X_{t-i} + \varepsilon_{1t} \quad (1)$$

$$X_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^{k+d_{max}} \beta_{1i} X_{t-i} + \sum_{i=1}^{k+d_{max}} \beta_{2i} Y_{t-i} + \varepsilon_{2t} \quad (2)$$

Toda-Yamamoto nedensellik testi, serilerin durağan olması şartını bulundurmasa da, maksimum bütünleşme derecesinin bulunması amacıyla birim kök testi yapılacaktır. ADF birim kök testi, Formül 3 yardımı ile bulunmaktadır (Dickey ve Fuller, 1979; Glynn vd., 2007: 66).

$$\Delta Y_t = (p - 1) Y_{(t-1)} + u_t \quad (3)$$

Uygulamada ilk olarak, ADF birim kök testi yapılacaktır. Ardından modele uygun gecikme uzunluğu belirlenecektir. Gecikme uzunluğunun belirlenmesinde VAR modelinden yararlanılacaktır. Gecikme uzunluğu bulunduktan sonra, bütünleşme derecesi de eklenerek, ilgili nedensellik testi yapılacaktır.

#### 3.3. Amprik Bulgular

Birim kök testi yapılmadan önce, analizde kullanılacak olan değişkenlerin tanımlayıcı istatistik sonuçlarına yer verilmiştir. 2012 Mart-2021 Aralık dönemine ait ay sonu kapanış verilerinden oluşan BİST100, BTC,USD, XAU ve XBR'nin tanımlayıcı istatistik sonuçları Tablo 1'de gösterilmektedir.

**Tablo 1***Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları*

Endeks	Ortalama	Medyan	Standart Sapma	Çarpıklık	Basıklık	Gözlem Sayısı
BİST 100	265,55	258,3	90,11	0,36	2,16	118
BTC	8.115,02	1.097,05	14.268,34	2,38	7,81	118
USD	4,25	3,51	2,45	1,25	4,56	118
XAU	1.417,88	1.316,73	240,21	0,69	2,18	118
XBR	24,76	15,94	19,7	0,96	2,31	118

Tablo 1'e göre en yüksek ortalama, medyan, standart sapma, çarpıklık ve basıklık değerleri BTC'ye aittir. BİST100, BTC, USD, XAU ve XBR verilerinin tamamı sağa çarpık bir dağılım göstermektedir. Ayrıca verilerin tamamı basıktır ve normalden daha dik bir dağılım göstermektedir. İlgili analiz her bir değişkenden 118 gözlem sayısı olmak üzere, toplamda 590 gözlem sayısından oluşmaktadır.

**Tablo 2***ADF Birim Kök Testi Sonuçları*

Endeks	Sabitli	Sabitli Trendli	Sabitsiz	Prob.
BİST 100 (%5 Level)	-2,88	-3,44	-1,94	0,00
BTC (%5 Level)	-2,88	-3,44	-1,94	0,00
USD (%5 Level)	-2,88	-3,44	-1,94	0,00
XAU (%5 Level)	-2,88	-3,44	-1,94	0,00
XBR (%5 Level)	-2,88	-3,44	-1,94	0,00

Birim kök testi, seriler durağanlık şartını sağlayıp sağlamadığını görmek amacıyla yapılmaktadır. Seriler arasında gerçek bir ilişkinin varolabilmesi için, ilgili seriler durağanlık şartını sağlamalıdır. Durağanlık şartının sağlanması, ADF birim kök testi ile ölçülecektir.

Yapılan ADF birim kök testi sonucunda, BİST 100, dolar, altın, brent petrol ve bitcoin verilerinin durağan olmadığı görülmüştür. Bunun neticesinde, ilgili verilere fark alınma işlemi yapılmıştır. BİST 100, dolar, altın, brent petrol verileri 1. dereceden fark alma işlemi yapılarak, durağanlaştırılmıştır. Bitcoin verilerinin ise, 2. dereceden farkı alınarak, durağanlaştırma işlemi gerçekleştirilmiştir. Bunun sonucunda, verilerin maksimum bütünleşme derecesinin 2 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Birim kök testi yapılan serinin olasılık değerlerinin, 0,05'ten küçük olması nedeniyle, serinin durağan olduğu görülmektedir. %5 düzeyine ait durağanlaştırılan verilere ait birim kök testi sonuçları Tablo 2'de gösterilmiştir.

Birim kök testi yapıldıktan sonra, gecikme uzunluğu bulunarak bütünleşme derecesi eklenecektir. Gecikme uzunluğunun belirlenmesinde, VAR modelinden yararlanılmaktadır. İlgili sonuçlar, Tablo 3'te gösterilmiştir.

**Tablo 3**

*Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi*

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-3.506,85	NA	7,28	64,52	64,77	64,62
1	-3.062,00	832,57	3,29	56,82	57,68*	57,17
2	-3.021,29	72,45	2,47	56,53	58,01	57,13
3	-2.988,49	55,36	2,16	56,39	58,49	57,24
4	-2.952,21	57,91	1,79	56,18	58,90	57,28
5	-2.911,86	60,70	1,38	55,90	59,23	57,25
6	-2.839,53	102,20	6,01	55,03	58,98	56,63
7	-2.772,25	88,87	2,91	54,26	58,82	56,11
8	-2.733,90	47,14	2,44	54,01	59,20	56,11
9	-2.680,44	60,81*	1,59*	53,49*	59,29	55,84*

Tablo 3'te Akaike bilgi kriterine göre uygun gecikme uzunluğu, 9 olarak belirlenmiştir. Gecikme uzunluğu 9 olarak belirlendikten sonra; Toda-Yamamoto nedensellik testi yapabilmek için ilgili modele, değişkenlerin uygun gecikme uzunluğuna ilave olarak, maksimum bütünlüşmesi derecesi eklenmiştir. Uygulanan modelde, bütün değişkenlerin d+2, yani 11. gecikmeleri eklenmiştir (Akkuş, 2021: 294).

Gecikme uzunluğunun belirlenmesinden sonra, Toda-Yamamoto nedensellik testi yapılacaktır. Toda-Yamamoto nedensellik testi sonucuna göre, olasılık değerlerinin, 0,05'ten küçük olması istenilmektedir. Olasılık değerlerinin, 0,05'ten küçük olması, ilgili veriler arasında nedensellik ilişkisinin bulunduğunu ve verilerin birbirlerini anlamlı olarak etkilediğini göstermektedir.

**Tablo 4**

*Toda-Yamamoto Nedensellik Testi Sonuçları*

<b>Bağımlı Değişken: BİST 100</b>				
Excluded	Chi-sq	df	Prob.	
BTC	17,16	9	<b>0,04</b>	
USD	13,66	9	0,13	
XAU	11,58	9	0,23	
XBR	6,90	9	0,64	
All	65,37	36	0,00	
<b>Bağımlı Değişken: BTC</b>				
Excluded	Chi-sq	df	Prob.	
BİST 100	6,28	9	0,71	
USD	22,80	9	<b>0,00</b>	
XAU	46,25	9	<b>0,00</b>	
XBR	10,36	9	0,32	
All	139,90	36	0,00	



Tablo 4'ün Devamı

<b>Bağımlı Değişken: USD</b>				
Excluded	Chi-sq	df	Prob.	
BİST 100	18,89	9	<b>0,02</b>	
BTC	98,40	9	<b>0,00</b>	
XAU	14,68	9	0,10	
XBR	2,63	9	0,97	
All	205,27	36	0,00	
<b>Bağımlı Değişken: XAU</b>				
Excluded	Chi-sq	df	Prob.	
BİST 100	13,31	9	0,14	
BTC	61,33	9	<b>0,00</b>	
USD	16,14	9	0,06	
XBR	7,62	9	0,57	
All	156,01	36	0,00	
<b>Bağımlı Değişken: XBR</b>				
Excluded	Chi-sq	df	Prob.	
BİST 100	15,60	9	0,07	
BTC	16,91	9	0,05	
USD	9,67	9	0,37	
XAU	6,76	9	0,66	
All	67,08	36	0,00	

Tablo 4'te, Toda-Yamamoto nedensellik testinin sonucuna ait veriler yer almaktadır. Tablo 4'te BİST 100, bitcoin, dolar, altın ve brent petrolün bağımlı değişken olduğu olasılık değerleri görülmektedir. BİST 100'ün bağımlı değişken olduğu olasılık değerlerinde, bitcoin olasılık değerinin 0,04 olması, bitcoin üzerinden BİST 100'e doğru nedensellik ilişkisinin bulunduğunu göstermektedir. Bunun anlamı, bitcoin, BİST100'ün Granger nedenidir ve bitcoin fiyatlarının BİST 100 üzerinde anlamlı etkisi bulunmaktadır. Bu durumda, bitcoin fiyatları arttıkça, BİST 100 fiyatlarının arttığı, bitcoin fiyatları azaldıkça, BİST 100 fiyatlarının azaldığı yorumu yapılabilmektedir. Diğer tüm bağımlı değişkenler için de benzer yorumlar yapılabilmektedir. Bitcoinin bağımlı değişken olduğu durumda; dolar ve altın üzerinden bitcoin fiyatlarına, doların bağımlı değişken olduğu durumda; BİST 100 ve bitcoin üzerinden, dolar fiyatlarına doğru bir nedensellik ilişkisi bulunmaktadır. Altının bağımlı değişken olduğu durumda; bitcoin fiyatları üzerinden, altına doğru bir nedensellik ilişkisi bulunmaktadır. Brent petrol bağımlı değişken olduğunda ise, olasılık değerleri 0,05'ten küçük olmadığı için, herhangi bir verinin Granger nedeni olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Analiz sonucundan hareketle; bitcoinden BİST 100'e tek yönlü, BİST 100'den dolara tek yönlü, dolar üzerinden altına tek yönlü, bitcoin ve dolar arasında çift yönlü, altın ve bitcoin arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Tek yönlü nedensellik ilişkisinde, bağımsız değişken; bağımlı değişkenin Granger nedenidir ve bağımsız değişken, bağımlı değişkeni anlamlı olarak etkilemektedir. Çift yönlü ilişki durumunda ise; her iki değişken de birbirini anlamlı olarak etkilemekte ve birbirlerinin Granger nedeni olmaktadır. Bu durumda; bitcoin fiyatları artarken, dolar fiyatlarının artacağı, dolar fiyatları artarken bitcoin fiyatlarının artacağı yorumu yapılabilmektedir. Aynı durum bitcoin ve altın için de geçerlidir. Bu kalemler, düşüş yaşadığında da birlikte düşüş yaşayacaklardır.

#### **4. SONUÇ**

Günümüzde yatırım araçlarına ait kalemler oldukça farklılaşmaktadır. Bitcoin ve altcoinlerin ortaya çıkması, finans dünyasındaki hareketlerin de seyrini değiştirmektedir. Yatırımcılar, tasarruflarını merkeziyetsiz ve blok zinciri teknolojisini kullanan bu pazarlarda kullanmaya başlamışlardır. Bazı yatırımcılar, blok zinciri tabanlı yatırım araçlarına talep gösterirken, yatırımcıların birçoğu geleneksel yatırım araçlarını kullanmaya devam etmektedir. Geleneksel yatırım araçlarında, dolar, altın, petrol gibi enstrümanlar ön plana çıkmaktadır.

Çalışmada, BİST 100 endeksi ile çeşitli yatırım araçları arasında ilişki kurulması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, BİST 100 endeksi ile, bitcoin, dolar, altın, brent petrol fiyatına ait veriler arasında bir nedensellik ilişkisi aranmıştır. Çalışma kapsamına, Mart 2012-Aralık 2021 dönemine ait ay sonu kapanış verileri dahil edilmiştir. Analizde, E-Views 12 paket programı kullanılarak Toda-Yamamoto nedensellik testi yapılmıştır. Analiz sonucunda, bitcoin ve altın arasında çift yönlü, bitcoin ve dolar arasında çift yönlü, bitcoinden BİST 100'e tek yönlü, BİST 100'den dolara tek yönlü, dolar üzerinden de altına tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Analizde ulaşılan sonuçlar Kılıç ve Uçaktürk (2020) ile Sandal vd. (2017) tarafından yapılan çalışmalarla benzer sonuçlar verirken, Erdaş ve Çağlar'ın (2018) çalışmaları ile farklılık göstermektedir.

Sonuçtan hareketle, yatırım araçlarının birbirlerini etkilediği görülmektedir. Özellikle, yeni bir yatırım aracı olan bitcoinin, analizde kullanılan geleneksel yatırım araçları ile olan nedensellik ilişkisi sonucu çarpıcıdır. Analiz sonucunda, bitcoin üzerinden; BİST 100, altın ve dolara doğru nedensellik ilişkisi olduğu görülmektedir. Dolayısı ile, bitcoinin ilgili verileri anlamlı olarak etkileyeceği yorumu yapılabilmektedir. Özellikle kripto para birimleri dolar üzerinden değerlendirildiğinden bitcoin verilerinin, dolar verilerinin Granger nedeni olması muhtemel bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. Sonuçtan hareketle, bitcoin fiyatlarında yaşanan olumlu gelişmelerin BİST 100, altın ve doları olumlu olarak etkilemesi beklenilmektedir. Yatırımcılar, ilgili sonuca göre portföylerini farklılaştırarak risklerini minimize edebileceklerdir.

Analiz sonucunda özellikle bitcoinin, dolar ve altın ile çift yönlü nedensellik ilişkisine sahip olması dikkat çekicidir. Gelecekte yapılacak olan çalışmalarda bitcoinin yanı sıra farklı altcoin birimlerine yer verilerek mevcut çalışmaların kapsamının artırılması sağlanılabilecektir.

#### **Beyan ve Açıklama / Disclosure Statement**

Yazar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir.

The author has no conflict of interest to declare.

#### **Finansal Destek / Funding**

Bu çalışmada herhangi bir finansal destek alınmamıştır.

No funding to declare for this study.

#### **Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı / Author Contribution Statement**

Çalışmanın tüm aşamaları yazar tarafından yürütülmüştür.

All stages of the study were conducted by the author.

### Etik Kurul İzni / Ethics Board Approval

Bu çalışma etik kurul izni gerektirmemektedir.

This study does not require ethics board approval.

**Bu Makaleye Atıf Vermek İçin / To Cite This Article:** Çilingir Kara, C. (2022). BİST 100 Endeksi ile çeşitli yatırım araçları arasındaki ilişkinin Toda-Yamamoto nedensellik testi ile analizi. *Balıkesir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), 35-45.

### KAYNAKÇA

- Akkuş, H. T. (2021). Kısa dönemli ilişki analizi. Çelik İ. ve Bozkuş Kahyaoğlu, S. (Ed.), *Finansal zaman serisi analizleri* içinde (2. Baskı, 253-298). Gazi Kitabevi.
- Bohr, J. & Bashir, M. (2014, July 23-24). *Who uses bitcoin? An exploration of the bitcoin community* [Paper presentation]. Twelfth Annual International Conference on Privacy, Security and Trust (PST), Toronto, Canada. <https://www.computer.org/csdl/proceedings-article/pst/2014/06890928/12OmNvk7JTj>
- Caetano, R. (2015). *Learning Bitcoin : Embrace the new world of finance by leveraging the power of crypto-currencies using bitcoin and the blockchain*. Packt Publishing.
- Dickey, D. A. & Fuller, W. A. (1979). Distribution of the estimators for autoregressive time series with a unit root. *Journal of the American Statistical Association*, 74, 427-431.
- Erdaş, M. L. ve Çağlar, A. E. (2018). Analysis of the relationships between bitcoin and exchange rate, commodities and global indexes by asymmetric causality test. *Eastern Journal Of European Studies*, 9(2), 27-45.
- Eyüboğlu, S. ve Eyüboğlu, K. (2018). Borsa İstanbul sektör endeksleri ile döviz kurları arasındaki ilişkilerin incelenmesi: ARDL modeli . *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 8-28.
- Glynn, J., Perera, N. & Verma, R. (2007). Unit root tests and structural breaks: A survey with applications. *Revista de Metodos Cuantitativos para la Economia y la Empresa*, 3(1), 63-79.
- Güney, S. ve Saka Ilgın, K. (2019). Yatırım araçlarının BIST-100 endeksi üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 53, 226-245.
- Investing. (2021). *Endeks verileri*. 10.12.2021 tarihinde <http://tr.investing.com/currencies/streaming-forex-rates-majors> adresinden erişilmiştir.
- Kaushal, P. K., Bagga, A., & Sobti, R. (2017, July 1-2). *Evolution of bitcoin and security risk in bitcoin wallets* [Paper presentation]. International Conference on Computer, Communications and Electronics (Comptelix), Jaipur, India. <https://www.proceedings.com/35670.html>
- Kılıç, E. ve Uçaktürk, M. (2020). Alternatif yatırım araçlarının menkul kıymetler borsası ile etkileşimi. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, 499-518.
- Mulyadi, M. S. & Anwar, Y. (2012), Gold versus stock investment: An econometric analysis, *International Journal of Development and Sustainability*, 1(1), 1-7.
- Öncü, M. A., Çömlekçi, I., Yazgan, H. I. ve Bar, M. (2015). Yatırım araçları arasındaki eşbütünleşme (BİST 100, altın, reel döviz kuru). *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(1), 43-57.

- Paul, U. C. (2020). The causal relationship between private sector credit growth and economic growth in Bangladesh: Use of Toda-Yamamoto Granger Causality test in VAR model. *Munich Personal RePEc Archive*, 1-22.
- Pichl, L. & Kaizoji, T. (2017). Volatility analysis of bitcoin. *Quantitative Finance and Economics*, 1(4), 474-485.
- Raheem, I. D. (2017). Dollarization: asymmetry and breaks. *International Review of Applied Economics*, 32(5), 697-710.
- Rushlow, J. & Bauer, P. (2021). How the removal of a market barrier enhanced market efficiency: the case of WTI and brent crude oil prices. *Atlantic Economic Journal*, 49(1), 87-96.
- Sandal, M., Çemrek, F. ve Yıldız, Z. (2017). BİST 100 endeksi ile altın ve petrol fiyatları arasındaki nedensellik ilişkisinin incelenmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(3), 155-170 .
- Sharma, G. D. & Mahendru M. (2010). Impact of macro-economic variables on stock prices in India. *Global Journal of Management and Business Research*, 10(7), 19-26.
- Soyaslan, E. (2020). Bitcoin fiyatları ile BİST 100, BİST banka ve BİST Teknoloji Endeksi arasındaki ilişkinin analizi. *Fiscaoeconomia*, 4(3), 628-640 .
- Toda, H. Y. & Yamamoto, T. (1995). Statistical inference in vector autoregressions with possibly integrated processes. *Journal Of Econometrics*, 66(1-2), 225-250.
- Yıldız, A. (2014). BIST 100 endeksi ile alternatif yatırım araçlarının ilişkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(2), 39-56.



# Tüketici Tercihini Etkileyen Tüketici Değer Algısının Kavramsal Boyutları

## *The Conceptual Dimensions of the Consumer Perception of Value Affecting Consumer Preference*

ÜLKÜ TUTAR <sup>a,\*</sup> , FUAT ÇAMLİBEL <sup>b</sup> ,

<sup>a</sup> Öğr.Gör., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Zara Ahmet Çuhadaroğlu MYO, Finans-Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, Sivas, Türkiye

<sup>b</sup> Öğr.Gör. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Zara Ahmet Çuhadaroğlu MYO, Finans-Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, Sivas, Türkiye

(Gönderim Tarihi/Received: 11.11.2021; Kabul Tarihi/Accepted: 21.02.2022)

**ÖZ** Tüketici davranışı, kişinin ürün ve hizmetleri seçme, satın alma, kullanma ve elden çıkarmadaki kararları ve bunlarla ilgili faaliyetleri olarak tanımlanabilir. Tüketici davranışlarının temelini satın alma karar süreci oluşturur. Aynı kültürde büyümüş, aynı yaş ve aynı mesleğe sahip bireylerin satın alma davranışlarının ve karar süreçlerinin farklı olduğu görülmektedir. Bunun en önemli etmenlerinden biri de bireylerin sahip oldukları değerlerdir. Bu ifadeden de anlaşılacağı üzere, aslında tüketicinin satın aldığı, algılanan ürünün değeridir. “Tüketici değeri” kavramı aslında doğası gereği normatif bir bakış açısına sahiptir. Bu çalışmada “Tüketici değer algısı ne demektir?”, “Tüketici neden değer satın alır?” gibi sorulara; kültürel, kişisel değer algısı ve fayda-maliyet değişkenleri ele alınarak cevap aranmaktadır. Ayrıca çalışmada değer algısını, tüketici açısından değerlendiren modellerle de yer verilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Tüketici tercihi, değer algısı, satın alma karar süreci, maliyet-fayda analizi

**JEL Sınıflandırması:** A13, D11, D46, D61

**ABSTRACT** Consumer behavior can be defined as the decisions of the person in choosing, buying, using, and disposing of products and services and related activities. The basis of consumer behavior is the purchase decision process. It is seen that the purchasing behaviors and decision processes of the individuals who have grown up in the same culture and who have the same age and the same profession are different. One of the most important factors of this is the values that individuals have. As can be understood from this expression, it is actually the value of the perceived product purchased by the consumer. The concept of consumer value actually has a normative view of its nature. In this study, answers are sought to the questions such as "What does the value of consumer perception mean?", "Why do consumers purchase value?" through cultural, personal value perception, and benefit-cost variables. In addition, models that evaluate the perception of value concerning the consumer are also included in the study.

**Keywords:** Consumer preference, value perception, purchasing decision process, cost-benefit analysis

**JEL Classification:** A13, D11, D46, D61

\* Sorumlu yazar / Corresponding author.

E-posta adresi / E-mail address: ulkututar@cutto.org (Ü. Tutar)



## 1. GİRİŞ

Değerler; bireylerin ideal yaşam biçimlerinin ne olması gerektiği ile ilgili inançları ve bireylerin güvenlik, saygınlık, toplumdaki konumunu koruma gibi değişkenler tarafından şekillenen, insan davranışlarına rehberlik eden, düşünce ve ilkeler bütünüdür (Gutman, 1982: 60). Oliver (1999) değerini bilişsel bir yargı olduğu tezini ortaya atmaktadır. Oliver (1997: 28) tüketici değer algısını “ürünün kullanımı veya tecrübe edilmesi sonucunda elde edilenler yani ürünün performansı ile ürünü elde etme maliyetlerinin karşılaştırılması sonucu ortaya çıkan yargı” olarak tanımlamaktadır. Oliver, ürünün kullanımı sonucu tüketicinin elde ettiği değeri “kalite” ile elde etme maliyetlerini ifade eden değer kavramını ise tüketicilerin “fiyat” ile değerlendirdiğini vurgulamaktadır (Duman, 2003: 51).

Benzer şekilde, Zeithaml’a (1988: 14) göre de algılanan değer, tüketicinin kendisine sunulan mal ya da hizmetlere ilişkin algılamaları temelinde bir ürünün faydası hakkındaki genel değerlendirmesidir. “Değer; düşük fiyattır, verilenler karşılığında alınan her şeydir, ödenen fiyat karşılığında elde edilen kalitedir, bir üründe olması istenilen her şeydir.” şeklinde sıralayan Zeithaml, “değeri” nelerin oluşturduğunu belirlemeye çalıştığı araştırmasında, tek bir ürün kategorisinde dahi, cevapların oldukça kişisel olduğunu tespit etmiştir (Eskiler ve Altunışık, 2015: 518).

Algılanan değer subjektif bir kavramdır. Tüketicilere, kültürlere ve zamana göre değişiklik gösterebilmektedir. Bir ürünün satın alım öncesinde, satın alım esnasında, kullanım sırasında ve kullanımdan sonraki aşamada farklı öncelikler, değer algılanmasında belirleyici olabilmektedir (Altunel ve Günlü, 2015: 194). Değer algısı, ürünün kullanımı veya tecrübe edilmesi sonucu elde edilenler ile ürünü elde etme maliyetinin karşılaştırılması sonucu ortaya çıkan kişisel yargılar olarak ifade edilebilir.

İşletmelerin tüketiciye sunduğu dört ürün boyutu, “Ürün özellikleri, ürünü elde etme süreci, ürün deneyimi ve maliyetler” tüketicinin değer algısını şekillendirmektedir (Kothari ve Lackner, 2006: 245). “Tüketicinin Değer Algısı = Ürün + Ürünü Elde Etme Süreci + Ürün Deneyimi-Maliyetler” şeklinde formüle edilebilir (Ural, 2008: 5).

Diğer taraftan paraya karşı değeri temsil eden kalite ile fiyat arasındaki değiş-tokuş da değer tanımılarından en yaygın olanıdır. Farklı tüketiciler için algılanan değer bileşenleri farklılık gösterebilir. Çünkü kalite ve fiyat bileşeni, paranın algılanan değeri üzerinde açıkça farklı ve ayrışan etkilere sahiptir (Sweeney ve Soutar, 2001: 204).

İşletmelerin çoğu ürün-odaklı yaklaşımla faaliyetlerini sürdürmektedirler (Kothari ve Lackner, 2006: 347). İşletmenin sürdürülebilirliğini pazarda yaşanan yoğun rekabet ve alternatif mal ve hizmetlerin ortaya çıkışı zorlaştırmaktadır. Ürün-odaklı yaklaşımla faaliyet gösteren işletmeler yeni ürünler üretmekte ve pazarda tüketicilerin kabulünü umut etmektedirler. Modern pazarlama anlayışını benimseyen işletmeler ise tüketicinin değişen istek ve gereksinimlerinden yola çıkmaktadırlar. Pazarlama dünyasının son geldiği nokta ise, tüketici istek ve gereksinimlerinin daha derin bir şekilde analiz edilerek ürünün tüm tüketim sürecinde yarattığı değerlerin dikkate alınması gereğidir. Değer temelli pazarlama yaklaşımının temel düşüncesine göre, tüketici ürün satın almaz. Tüketicinin satın aldığı değerdir. Pazarlama yöneticisi, işletmenin uzun dönem karlılığını arttıran ve değer yaratan boyutların ne olduğunu ve tüketici tarafından nasıl algılandığını anlamalıdır (Ural, 2008: 5).

Etkin pazarlama stratejilerinin planlanmasında müşterilerin tüketim faaliyetlerinin kapsamlı bir analizinin önemi ilk olarak Boyd ve Levy (1963) tarafından belirtilmiştir. Boyd ve Levy pazarlama stratejilerinin, müşterinin ihtiyaçları ve davranış kalıpları açısından planlanması ve uygulanması gerektiğini savunmuşlardır (Lai, 1995: 382).



Serbestleşme ve entegrasyon çabaları, özellikle 1987 sonrası bankacılık sisteminin bilançolarında önemli yapısal değişiklikler yaratmıştır. Hükümetin döviz kuru ve borç politikasını biraz değiştirdiği 1987'den başlayarak, mevduat dışı fonların özel bankaların toplam yükümlülükleri içindeki nispi payı kalıcı olarak arttı ve 1993'te zirveye ulaştı. Diğer bir deyişle, bu dönemde, Türk özel bankaları mevduat yerine mevduat dışı fonları ikame etmeye çalışmıştır.

Maddi ve manevi olmak üzere iki grup öğeden oluşan kültürde maddi (teknolojiden, eşyaya her türlü araç gereç) ve manevi öğeler (dil, din, inançlar, gelenekler) birbirleriyle sürekli etkileşim halindedir.

Kültür, insanların yaşam biçimlerini etkilerken; yaşam biçimleri de insanların tüketim alışkanlıklarını etkilemektedir. Aynı kültürel ve sosyal gruptaki insanların paylaştıkları kuşaktan kuşağa aktardıkları ortak anlamlar, ortak duygusal reaksiyonları, karakteristik bilgi ve inançları ve tipik davranış kalıplarını içerir (Peter ve Olson, 2008). Bir toplumda hem maddi ve manevi kültür öğeleri, hem de ortak anlamlar bireylerin tüketim davranışlarını çok yakından etkilemektedir. Örneğin, Hindistan pazarında buzdolaplarının daha küçük ebatlı ya da satışlarının düşük olması, Hintlilerin yiyeceklerini daha çok baharatla muhafaza etmelerinden dolayı buzdolabına çokta fazla ihtiyaç duymamalarından kaynaklanmaktadır.

Benzer şekilde Japonya ve Tokyo'da gezerken yemek-içmek ayıp kabul edildiği için eğlence parklarında insanların oturup bir şeyler yiyebileceği restoranlara ihtiyaç duyulurken, ABD'de Amerikalılar eğlence parklarında restorana ihtiyaç duymadan yiyecek ve içeceklerini ellerine alarak park içerisinde gezerek tüketebilmektedirler (Koç, 2017: 206).

Kültür kendi içerisinde farklılıklar gösterebilmektedir. Bunun nedeni toplum içerisinde alt kültürlerin ve yine alt kültürün unsuru olan sosyal sınıfların olmasıdır. Schiffman ve Kanuk (2007) alt kültürün tüketici davranışlarını ve değer algısını önemli ölçüde etkilediğini ifade ederek, alt kültürü; yaş, din, ırk, milliyet, gelir, cinsiyet, aile tipi, meslek ve çevre olarak tüketici davranışı açısından kategorize etmiştir.

## 2.2. Kişisel Değerler

Kişisel değerler; bireylerin, kendileri için neyi arzu ettiğine dair inançları ve ihtiyaçlarıyla yakından bağlantılı değerleridir. Bu değerler; kişisel, sosyal ve kültürel öğrenme yoluyla türetilmiş ve değiştirilmiştir. Bilişsel bir perspektiften bakıldığında, kişisel değerler, sosyal ve kültürel modifikasyondan sonra, altta yatan ihtiyaçların zihinsel temsilidir, dünyanın gerçekleri göz önünde bulundurulur ve bireyin kişiliğini yansıtır. Kişisel değerler, belirli durumlarda farklı eylem ve yargılara rehberlik eden inançlardır. Bu nedenle, kişisel değerler soyuttur.

Ürünler için kişisel algıları temsil eden kişisel değer boyutu; materyalist, hedonik ve öz kimlik değerlerinden oluşmaktadır. Öz kimlik değeri, tüketicinin göstermek istediği öz imajıyla ürünün uyumluluk derecesini belirlerken, ürünün tüketicide oluşturduğu duygusal tatmin boyutu hedonik değeri ifade eder. Kişisel değerlerin tamamlayıcısı olan sosyal değer boyutu ise tüketicinin tercih ettiği ürünlerle, referans gruplarına üyeliğin işareti ve seçkinlik göstergesi olarak algılanan prestij değerlerini sembolize eder (Wiedmann vd., 2007).

Maslow (1954), Rokeach (1973) ve Feather'ın (1977) çalışmalarını temel alan Kahle ve Kennedy (1988), (List of Values – LOV) sekiz değer içeren değerler listesi oluşturmuştur. Oluşturduğu değer listesinde bulunan değerlere sahip kişilerin tüketici davranışlarını kategorize etmiştir (Koç, 2017: 199).

Bir diğer değerlerle ilgili model ise “Değerler ve Yaşam Tarzları (Value and Lifestyles- VALS)” ve “Değerler ve Yaşam Tarzları 2 (VALS2)” dir. En çok bilinen ve çok kullanılan yaşam tarzı ölçme yöntemi değerler ve yaşam tarzları (VALS)'dır. VALS 1980 yılında, Stanford Araştırma Enstitüsü araştırmacıları Mitchell ve Spengler tarafından geliştirilmiştir. Günün şartlarına uymadığı ve yetersiz kaldığı için 1980'lerin sonuna doğru eleştirilmeye başlanmıştır. Bu eleştirilerin sonucu olarak Stanford



Araştırma Enstitüsü tarafından tüketici davranışlarını daha iyi tahmin etmek için VALS2 geliştirilmiştir (Erciş vd., 2007: 285).

Geliştirilen ve sekiz yaşam tarzı grubuna ait değerlerin belirlendiği bu ölçekte iki faktör temel alınarak hazırlanmıştır. Bu faktörler, tüketicinin kaynakları ve kişisel yönelimidir. Gelir, eğitim, kendine güven, sağlık, satın alma isteği, zekâ ve sahip olunan enerji seviyesi “kaynakları” ifade ederken statü ve faaliyet uyumu ise “kişisel yönelimi” ifade etmektedir (Witchel, 2002: 271). Tüketicilerin kaynaklarının seviyesi ve kişisel yönelimine göre belirlenen yaşam tarzları ve değerlerini gösteren gruplar Tablo 1’de verilmektedir.

**Tablo 1**

*Yaşam Tarzı ve Değerleri Gösteren Gruplar*

Gruplar	Özellikler
1. Gerçekleştirilenler	Rafine olmuş zevklere ve yüksek öz saygıya sahip, gelir düzeyi yüksek üst sosyal sınıfı temsil eden hayatların da çok fazla çeşitlilik olan yenilikleri ve teknolojiyi yakından takip eden değişime açık kişiler.
2. Nail Olanlar	İyi eğitilmiş, araştırmacı, sorumluluk bilinci ve sosyal sorumluluğu yüksek, halinden memnun kişilerdir. Gelir düzeyleri birçok sosyal sınıfa göre yüksek olmasına rağmen satın alacakları ürünlerin dayanıklılığına ve işlevine göre tercih eden mantıklı tüketicilerdir.
3. Başarılılar	Otoriteye saygılı, muhafazakâr, başarı odaklı, geleneksel yaşam tarzını benimseyen aktif tüketicilerdir. Aile ve iş imajları onlar için çok önemlidir. Başarının kanıtı sayılacak marka değeri yüksek, prestijli ürün ve hizmetleri almak isterler.
4. Deneyimleyenler	Genç, enerjik, azimli ve asi tüketicilerdir. Heyecanı arayan sıra dışı yönleri vardır fakat bu arayışları gelip geçicidir. Kolay vazgeçebilirler. Sosyal faaliyetler onlar için önemlidir. Aktif bir sosyal hayata sahiptirler ve harcamalarının çoğunu sosyal ortamlarda gerçekleştirirler.
5. İnananlar	Muhafazakâr, gelenek ve göreneklere önem veren, din, toplum ve ulusal kurallara itaat eden kişilerdir. Vakitlerinin çoğunu aileleri ve üyesi oldukları toplumsal ve dini organizasyonlar da geçirirler. Gelirleri çoğunlukla orta düzeydir ve daha çok yerli ürünleri tercih ederler.
6. Yapıcılar	Pratik ve fonksiyonel ürünleri tercih ederler. Lüks ürün merakları yoktur. Kendi kendine yetebilen, geleneklerine ve ailelerine bağlı çocuk, yetiştirme, evlerindeki küçük onarımları yapma ve bahçe işleri dışında çok az ilgi alanları vardır. Otoriteye saygılı, özel hayatlarına hassas muhafazakâr kişilerdir. Yeni fikirlere temkinli ve kuşkucudurlar.
7. Çabalayanlar	Ekonomik, sosyal kaynakları yetersiz olmasına rağmen moda ürünleri ve eğlenceyi severler. Başkalarının fikirlerine önem verirler. Çok paraya sahip olmak isterler. Gösterişli ürünleri tercih ederek zengin imajı oluşturmaya çalışırlar.
8. Mücadele Edenler	Eğitim seviyeleri, gelir düzeyleri ve sosyal becerileri düşük, endişeli ve çekingen bireylerdir. Sevdikleri markalara bağlılıkları yüksek olmasına rağmen zevklerine yönelik tüketim alışkanlıkları çok düşüktür.

*Not.* “The use of psychographics as an indicator of job success for online faculty”, Witchel, 2002’den uyarlanmıştır.

Erciş vd. (2007) çalışmalarında; Erzurum’da yaşayan tüketiciler arasında “Değerler ve Yaşam Tarzları 2 (VALS2)” modelini uygulayabilecekleri bir anket çalışması yaparak yaşam tarzı gruplarını tespit etmişlerdir. Daha sonra bu tarzların satın alma karar sürecine rolünü incelemiş ve şu sonuçları elde etmişlerdir; “deneyimleyenler”, “gayret edenler” daha çok kullandıkları ürünün yeni bir modelinin piyasaya çıkması mevcut kullandıkları ürüne karşı hoşnutsuzluk ve bıkkınlık duymalarına neden olmaktadır. Yeni alternatif ürünler tercih ederken “nail olanlar” ve “yapıcıların” ürün hakkındaki bilgiyi ailelerinden edindikleri ve ürünün ihtiyaçlarını karşılamasına dikkat ettikleri tespit edilmiştir. Alternatifleri değerlendirme aşamasında, “nail olanların” alternatifleri değerlendirirken daha çok ürünün özelliklerine baktığı, üründe aradığı özellikleri listeleyip, ihtiyacını en çok karşılayacak ürünü tercih ettiği ve bütün ürün alternatiflerini değerlendirdiği ortaya çıkmıştır. Satın alma sonrasında ise “nail olanlar grubunun” tatmin olduğu ürünü arkadaşına tavsiye eden, bu ürün markasını sonraki alışverişlerinde de tercih eden tüketici grubu olduğu görülmüştür. Ayrıca “deneyimleyenlerin” ve “nail olanların” üründen tatmin olmadıkları durumda; tüketici koruma derneklerine başvurdukları ve firma hakkında yakınlarını uyardıkları da belirlenmiştir.

Tüketicilerin değer algılarına (kişisel, sosyal ve finansal değerlerine) ve yaşam tarzlarına yönelik satın alma davranışları üzerine yapılmış çalışmalardan biri de Sütütemiz ve Kurnaz’ın (2016) çalışmasıdır. Söz konusu çalışmada; cinsiyete göre tüketicilerin lüks değere yönelik algılarında belirgin farkların olup olmadığı araştırılmıştır. Araştırmada, İstanbul ilinde yaşayan tüketiciler ana kütle olarak belirlenmiş ve 18 yaş üzerindeki 1100 kişiden oluşan örnekleme anket uygulanmıştır. Anket verileri keşfedici faktör analizine tabi tutulmuştur. Çalışmada lüks algısının oluşmasında, finansal, fonksiyonel, kişisel ve sosyal olmak üzere dört temel değer boyutu tespit edilmiştir. Çalışmanın sonucunda kadın tüketicilerin lüks değer algısında “sosyal değer boyutu” daha önemli iken, erkek tüketiciler için “kişisel değer boyutu” en önemli boyut olarak bulunmuştur.

Y kuşağı tüketicilerinin fiyata yönelik algılarını saptamak ve bu algıların cinsiyete ve alışveriş sıklığına göre değişkenlik gösterip göstermediğini belirlemek için Bozbay ve Akturan (2017) araştırmalarında 226 kişiye anket uygulamış ve elde edilen veriler ile birlikte hipotezler t-testi ve Anova Testi kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucuna göre; Y kuşağı kadın tüketiciler erkek tüketicilere kıyasla indirim duyarlılığı ve fiyat bilinci açılarından farklılık göstermektedir. Kadınlar, erkeklere nazaran fiyat uzmanlığı ve indirim duyarlılığı bakımından daha pozitif algılara sahiptir. Bunların yanı sıra Y kuşağında sıklıkla giyim alışverişi yapan tüketicilerin fiyat uzmanlığı ve prestij duyarlılıklarının, daha az alışveriş yapan tüketicilere oranla daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

### 2.3. Tüketici Değeri ve Fayda İlişkisi

Tüketicilerin ürünlerde aradığı olası faydaların kapsamlı bir şekilde anlaşılması, pazarlamacıların sağlam pazarlama stratejilerini, özellikle ürün farklılaştırmasını veya konumlandırmasını formüle etmeleri için temel bir dayanaktır. Sheth vd. (1991) tüketicinin seçimini etkileyen beş ürün faydasını; işlevsel, sosyal, duygusal, epistemik ve koşullu olarak sınıflandırmıştır. Sheth ve arkadaşları ürün faydalarını tüketim değerleri ile birleştirmektedir. Tüketicinin üründen elde ettiği fayda değeriyle doğru orantılıdır. Tüketici değerinin fayda ilişkisi boyutunu aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür (Sheth vd., 1991:163):

- (1) İşlevsel fayda, bir ürünün fonksiyonel veya fiziksel performans kapasitesini ve bir tüketicinin ürünü kullanırken veya tüketirken doğrudan deneyimleyebileceği, somut özelliklerini ifade eder.
- (2) Sosyal fayda, bir ürünün (Giyim, mücevher, ev veya otomobil gibi) sosyal sınıf, sosyal statü veya belirli bir sosyal gruba ilişkisinden elde edilen algısal faydalardır. Dikkat çeken, göze çarpan ürünler ve onların sembolize ettiği statüler sosyal fayda özelliği taşır.
- (3) Duygusal fayda, bir ürünün duyguları veya duygusal durumları uyandırma kapasitesinden elde edilen algısal faydaya işaret eder. Duygusal faydalar; çocukluk deneyimleri, mutluluk hissi

uyandıran yiyecekler gibi genellikle kişisel, kendine özgü anlamlar, tatlar ve anılar ile ilişkilidir.

- (4) Epistemik fayda, bir ürünün merakı tatmin etme, yenilik sağlama veya bilgi arzusunu karşılama kapasitesinden elde edilen kazanım anlamına gelir. Keşif, yenilik arayan ve çeşitlilik arz eden tüketim davranışları, epistemik değer arayışının örnekleridir. Ayrıca, bir tüketicinin yeni ürünleri benimseme eğilimi epistemik fayda ile tutarlıdır (Sheth vd., 1991).
- (5) Estetik fayda, bir ürünün güzellik duygusu sunma veya kişisel ifadeyi geliştirme kapasitesinden elde edilen kazanım anlamına gelir. Estetik fayda genellikle sübjektif ve kendine özgüdür. Stil talepleri, ürün-görünüm talepleri, sanatsal ürün alımları ve moda takipleri, tüketicilerin estetik faydaları takip etmelerinin örnekleridir.
- (6) Hedonik fayda, bir ürünün, eğlenme, zevk alma ihtiyacını karşılama kapasitesinden elde edilen kazanım anlamına gelir. Hedonik fayda birçok ürünün önemli bir boyutunu ifade eder. İnsanlar her zaman rasyonel ya da “ciddi” faydalar aramazlar; rahatlamak veya dikkat dağıtmak isteyebilirler. Bir tatil gezisi yapmak, barlara gitmek, spor yapmak, çizgi film izlemek ya da TV programlarını izlemek hatta arkadaşlarıyla eğlenmek için komik hediyeler almak hedonik fayda arayışının örnekleridir.
- (7) Durumsal fayda, bir ürünün belirli durumlarda durumsal ihtiyaçları karşılama kapasitesinden elde edilen kazanım anlamına gelir. Bir ürün, işlevsel, sosyal ya da diğer faydalarını artıran, önceden belirlenmiş fiziksel veya sosyal durumların varlığında durumsal değer kazanır.
- (8) Bütünsel fayda, bir bütün olarak bir ürün kümelenmesi içinde tamamlayıcılık, uyumluluk ve tutarlılıktan elde edilen algısal faydaya atıfta bulunur. Giysi, mobilya ve gıda tüketiminde bütünsel faydalar sıklıkla gereklidir. Bütünsel ürün faydası, bir ürün kombinasyonundan elde edilen “sinerji”nin bir sonucudur. Pazarlama stratejisi üzerindeki etkisi yüksektir. Örneğin; Bir evin satın alınması, ev büyük bir ev ise işlevsel fayda sağlayabilir, bulunduğu lokasyon yüksek statülü olarak kabul ediliyorsa sosyal faydayı da sağlamış olur. Dahası tüketici, ev sahibi olmakla kendini güvende hissediyorsa duygusal fayda sağlanmış olur, ev satın alma yeniliği zevkli olduğundan beraberinde epistemik fayda da sağlanmış olur ve evin tüm aile fertlerinin ihtiyaç duyduğu gereksinimlere cevap veriyor olmasıyla birlikte durumsal fayda oluşturularak bütünsel fayda sağlanmış olur.

## 2.4. Fiyat-Değer İlişkisi

Tüketici araştırmacıları; tüketicilerin, bir ürünü “işlem değeri” uğruna değil, kendi ihtiyaçlarını veya kişisel değerlerini tatmin edecek şekilde karşılamak için satın aldıklarını iddia etmektedirler.

Pazarlama stratejistlerine göre “değer” demek, değişimdeki bir şeyin geri dönüşü anlamına gelir (örneğin, dolar değeri değişkendir). Gale ve Swire (2006) çalışmalarında özellikle piyasada rekabet eden ürünler için tüketicinin fiyat-değer algısını etkileyecek 3 temel yöntemden bahsetmektedir. Bunlar; “Önem-Performans Analizi”, “Mühendislik Ekonomisi” ve “İlişkilendirme Analizi”dir. Fiyatlandırma yapılırken sadece üreticinin maliyetleri değil tüketicinin satın alma maliyetinin boyutlarının da değerlendirilmesi gerekmektedir.

### 2.4.1. Önem-performans analizi

Bu yaklaşım, Customer Value Inc. Şirketi tarafından geliştirilmiştir. Benzer ürün üreten rakip markalar arasındaki farklılıkların para birimi ile ifade edilmesini sağlayan bu analiz ile tüketici değer farklılıklarının fiyata dönüştürülmesi, sadece ürünün temel özellikleriyle değil, ürünün psikolojik yararlarından tutunda iyi markalara yakınlığı ile ilgili ilişkisel niteliklere kadar tüm detaylarının da fiyata dönüştürülebilmesini sağlamaktadır. Ayrıca, ürünün performansı ile ilgili tüketicinin algıladığı değer farklılıklarının da parayla ifade edilmesine olanak tanımaktadır (Ural, 2008: 6).

### 2.4.2. Mühendislik ekonomisi (ekonomik değer analizi)

Tüketici için satın alma maliyeti sadece ürünün fiyatı ile sınırlı değildir. Ürüne erişim maliyeti, ürünün kullanım maliyeti, psikolojik maliyetler gibi maliyetler tüketici açısından satın alma maliyeti olarak değerlendirilir. Bu nedenle fiyatlama yapılırken bu faktörlerin göz önünde bulundurulması gerekir.

### 2.4.3. İlişkilendirme analizi

Yeni ürünlerin tasarımları için uygulanan Pazar araştırmaları ile benzerlik gösteren bu analiz; ürünün performansında veya temel özelliklerinde yapılacak bir iyileştirmenin, ürünün değerinde ne kadarlık bir artışa neden olacağını ortaya koyar. Bu değer artışının karşılığı olan maliyetler de hesaplanarak değer artış-maliyet karşılaştırması yapılmaktadır. İlişkilendirme analizi ile birlikte önem-performans analizi de kullanılmaktadır.

Tüketicinin daha iyi bir performansa ödemeye istekli olduğu yüksek fiyatın tahmini, ürün ilişkilendirme analizi ile belirlenebilmektedir. Örneğin; tüketiciye bir anket oluşturularak farklı markalarda ki benzer ürünler için; “Teknik desteksiz düşük fiyat mı ödemek ister, yoksa hem garanti hem teknik destek seçenekleri ile birlikte yüksek fiyat mı ödemek ister?” hangisini tercih ettikleri sorulabilir. Benzer şekillerdeki anketler sonucunda, önem performans analizinin paraya dönüştürülmüş verileri de kullanılarak tüketicinin ödemeye istekli olduğu yüksek ürün fiyatı belirlenmektedir.

Tüketicinin fiyat için algıladığı değer hesaplanmasında; önem-performans analizi, fiyat verileri, ekonomik değer analizi (mühendislik analizi) ve ilişkilendirme analizi birlikte değerlendirilmelidir (Gale ve Swire, 2006: 2-3).

Günümüzde, ürünün tüketimine veya kullanımına dayalı ürün faydası, tüketicilerin algılayabileceği tek fayda değildir. Bugünün tüketicileri, geleneksel ürün avantajlarına ek olarak, kalite, fiyat, satın alma kolaylığı ve satış sonrası hizmeti de içeren genişletilmiş bir fayda kavramına sahiplerdir. Bir ürünün satın alınmasının lojistik faydaları, tüketicilerin satın alma ve satın alma ile ilgili diğer (satın alma sonrası) tüketim destek özelliklerinden elde edebileceği faydalardır. Bunlar, Şekil 2’de görüldüğü gibi satın alma kolaylığı, satın alma keyfi, çeşitli seçenekler, kısa sipariş süresi, parça ve sarf malzemelerinin kullanılabilirliği, garanti ve satış sonrası hizmeti içerir.

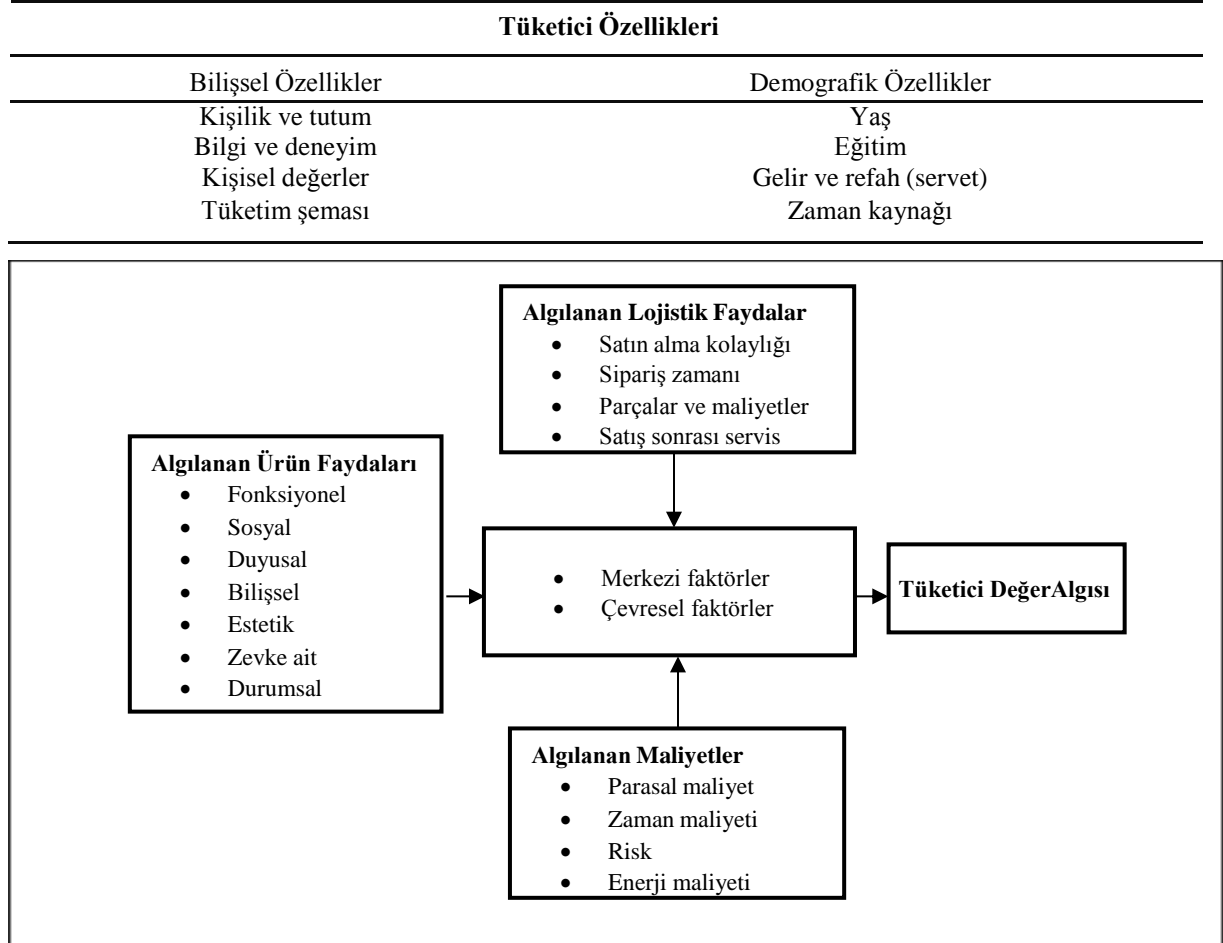
Model, tüketici tarafından dikkate alınan bir satın alımın ilgili maliyetlerini; parasal maliyet, zaman maliyeti, riskler ve insan enerji maliyetini göstermektedir. Parasal maliyet sadece parasal ödeme anlamına gelir. Zaman maliyeti, edinim veya tüketim ile ilgili faaliyetler için gerekli olan süreyi ifade eder. Tüketiciler, tüketici faaliyetlerinin belirsizliği veya olası olumsuz sonuçlarıyla karşı karşıya kaldıklarında risklerle karşılaşır; aldatılmış olma, fazla ücret alma veya gereksiz bir ürünü satın alma konusunda yanıltma gibi. Son olarak, insan enerjisi maliyeti fiziksel efor, operasyon zorluğu ve bilişsel enerjiyi ifade eder. Bunlar yaşlı müşteriler için büyük endişe kaynağı olabilir. Bununla birlikte, tüm bu maliyetler, faydalar gibi, tüketicinin algısına da tabidir. Zaman, para, risk ve insan enerjisi algıları insanlar arasında değiştiğinden, bu maliyetler müşteriler arasında farklı değerlendirilebilir.

Fayda-maliyet prensibine göre, müşteriler maliyetlere karşı faydaları değerlendirir ve ürünlerin satın alma değerini algılar. Şekil 2’de gösterildiği gibi, değerlendirme girdileri “algılanan ürün faydaları”, “algılanan lojistik faydalar” ve “algılanan maliyetler” dir. Bununla birlikte, tüketici araştırmalarında, beklenti-değer araştırması ve eleme-sonuç analizleri gibi birçok paradigmanın önerdiği gibi, tüm fayda ve maliyetler eşit olarak değerlendirilmez. Bazı faydalar ve maliyetler merkezi faktörler olarak kabul edilir ve bu nedenle daha ağırlıklıdır, diğerleri ise çevresel faktörler olarak algılanır ve daha az ağırlıklıdır. Tüketici değerlendirici faktörler için özgül ağırlık kalıpları ile ilgili bu olgu, modele de yansımıştır. Model tüketici değerinin öznel değerlendirmenin bir sonucu

olduğunu ve bunun da farklı algılanan faydaları ve algılanan maliyetlerin farklı olduğunu ifade etmektedir (Lai,1995: 385).

## Şekil 2

Tüketici Pazarı İçin Müşteri Değer Modeli



Not. “Consumer values, product benefits and customer value: a consumption behavior approach”, Lai, 1995’ten uyarlanmıştır.

## 3. SONUÇ

Tüketici davranışları araştırmaları genellikle antropoloji, sosyoloji ve psikoloji gibi tanımlayıcı bir çalışma perspektifine dayanır. Bu nedenle, “tüketici değerleri”, tüketicilerin bir üründe aradıkları önemli kişisel hedeflerin tanımlanmasıdır. Tüketici davranışı araştırmacıları, “değer” kelimesinin, beklenen faydayı ifade ettiğini ve insanların sahip oldukları ürünlerin değerini, kullandıklarının sonunda elde ettikleri tatmin düzeyine göre belirlediğini ve sonrasında bazı kişisel değerlere ulaşabildiğini vurgulamaktadır. Yani tüketicinin üründen elde ettiği fayda o ürün için algıladığı değerle doğru orantılıdır. Tüketici için bir ürünün işlevsel faydası o ürünün işlevsel değerini ifade ederken, dikkat çekici olması, bir statüyü temsil etmesi ise sosyal faydasını diğer bir ifadeyle sosyal değerini ifade etmektedir. Aslında bir üründen bütünsel olarak sağlanan fayda tüketici için ürünün algılanan değerini ifade etmektedir. Tüketicilerin satın alma memnuniyeti hem satın almanın algılanan

değerine hem de adil bir satın alma değerinin ne olması gerektiği konusundaki bilgisine bağlıdır.

Diğer taraftan bir toplumda hem manevi kültür öğeleri hem de ortak anlamlar bireylerin tüketim davranışlarını çok yakından etkilemektedir. Örneğin; Hindistan pazarında buzdolaplarının daha küçük ebatlı ya da satışlarının düşük olması, Hintlilerin yiyeceklerini daha çok baharatla muhafaza etme kültürlerinden kaynaklanmaktadır. Benzer şekilde, Japonya ve Tokyo'da gezip dolaşırken, yemek yemenin bir şeyler içmenin ayıp kabul edilmesinden dolayı eğlence parklarında insanların oturup bir şeyler yiyebileceği restoranlara ihtiyaç duyması da yine manevi kültür öğelerinin sonucudur.

Şirketler, ürün fiyatlarını maliyete, rekabete ve tüketici değerine dayalı fiyatlandırma yöntemlerini kullanarak belirlerken; tüketici ise zihninde belirlediği, “kendi tüketici değerine dayalı olarak” ödemeye istekli olduğu bedeli adil fiyat olarak kabul eder. Aslında “tüketicinin değer algısı” ürün için algılanan faydalar ve algılanan maliyetler arasındaki artı veya eksi değerleri ifade etmektedir.

Tüm bu bahsedilenlerin yanı sıra, pazarlamada gelenekselden, dijitale geçtiğimiz son zamanlarda, gözardı edilmemesi gereken bir durum da tüketici değer algısının “Online” bir boyut kazanması gerçeğidir. Dijital ekonomi ve dijital pazarlama beraberinde tüketici değerini de etkilemektedir (Kotler vd., 2017). Tüketici bir ürün hakkında bilgiye hızla ulaşır, karşılaştırma yapabilmekte ve internet ortamındaki herhangi bir platformda yapılan yorumlardan olumlu veya olumsuz bir şekilde etkilenebilmektedir. Bu nedenle bu konunun da farklı bir çalışmada ele alınması önerilmektedir.

#### **Beyan ve Açıklama / Disclosure Statement**

Yazar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir.

The author has no conflict of interest to declare.

#### **Finansal Destek / Funding**

Bu çalışmada herhangi bir finansal destek alınmamıştır.

No funding to declare for this study.

#### **Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı / Author Contribution Statement**

Bütün yazarlar eşit düzeyde katkı vermiştir.

All authors have contributed equally.

#### **Etik Kurul İzni / Ethics Board Approval**

Bu çalışma etik kurul izni gerektirmemektedir.

This study does not require ethics board approval.

**Bu Makaleye Atıf Vermek İçin / To Cite This Article:** Tutar, Ü ve Çamlıbel, F. (2022). Tüketici tercihini etkileyen tüketici değer algısının kavramsal boyutları. *Balıkesir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), 47-58.

## KAYNAKÇA

- Altunel, M. C. ve Günlü E. (2015). Deneyimleme kalitesi, algılanan değer ve memnuniyetin müze ziyaretçilerinin tavsiye etme eğilimi üzerindeki etkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 191- 206.
- Boyd, H. W. & Levy, S. J. (1963). New dimensions in consumer analysis. *Harvard Business Review*, 41, 129-140.
- Bozbay, Z. ve Akturan, U. (2017). Cinsiyet ve alışveriş davranışının fiyat algulamaları ile ilişkisinin saptanması: Y kuşağı üzerine bir araştırma. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar* 54(629), 87-100.
- Cop, R. ve Yüzüak, A. (2016). Değer temelli pazarlamada müşteri değerine, firma ve müşteri bakış açısından bolu ilinde bir uygulama. *Gazi Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 18(1), 49-80.
- Duman, T. (2003). Richard L. Oliver'ın tüketici memnuniyeti (consumer satisfaction) ve tüketici değer algısı (consumer value) kavramları hakkındaki görüşleri: Teorik bir karşılaştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 45-54.
- Erciş, A., Ünal, S. ve Can P. (2007). Yaşam tarzlarının satın alma karar süreci üzerindeki rolü. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 281-311.
- Eskiler, E. ve Altunışık, R. (2015, 5-7 Kasım). *Algılanan değer ve müşteri memnuniyetinin satın alma eğilimleri üzerine etkisi* [Bildiri sunumu]. III. Rekreasyon Araştırmaları Kongresi. Eskişehir, Türkiye. [http://www.anatoliajournal.com/kongre\\_arsivi/rekreasyon/3.rekreasyon/RAK2015%20BI%CC%87LDI%CC%87RI%CC%87%20KI%CC%87TABIv6.pdf](http://www.anatoliajournal.com/kongre_arsivi/rekreasyon/3.rekreasyon/RAK2015%20BI%CC%87LDI%CC%87RI%CC%87%20KI%CC%87TABIv6.pdf)
- Feather, N. T. (1977). Value importance, conservatism and change. *European Journal of Social Psychology*, 7(2), 241-245.
- Gale, B. T. & Swire, D.J. (2006). *Value-based marketing & pricing*. 1-28. <http://ifcongress.cval.com/pdfs/VBMarketingAndPricing.pdf>
- Gutman, J. (1982). A means-end chain model based on consumer categorization processes. *Journal of Marketing*, 46(2), 60-72.
- Kahle, L. & Kennedy, P. (1988). Using the list of values (LOV) to understand consumers. *Journal of Services Marketing*, 2, 49-56.
- Koç, E. (2017). *Temel tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri*. Seçkin Yayıncılık.
- Kothari, A. & Lackner, J. (2006). A value based approach to management. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 21(4), 243-249.
- Kotler, P., Kartajaya, H. ve Setiawan I. (2017). *Pazarlama 4.0 gelenekselden dijitalle geçiş*. Optimist Yayın.
- Lai, A. W. (1995). Consumer values, product benefits and customer value: a consumption behavior approach. *ACR North American Advances*. 22(1), 381-388.
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and personality*. Longman.
- Oliver, R L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. Boston, MA: Irwin, McGraw-Hill.
- Peter, J.P. & Olson, J.C. (2008). *Consumer behavior and marketing strategy*. McGraw-Hill.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. The Free Press.
- Schiffman, L.G. & Konuk, L.L. (2007). *Consumer behavior* (9th Edition). Prentice Hall.
- Sheth, J.N., Bruce I. Newman, & Barbara L. Gross (1991). Why we buy what we buy: A theory of consumption values. *Journal of Business Research*, 22(2), 159-170.

- Sütütemiz, N. ve Kurnaz, A. (2016). Cinsiyetin lüks değer algısı üzerindeki etkisinin incelenmesi: İstanbul ili örneği. *Journal of Human Sciences*, 13(3), 4432-4445.
- Sweeney, J. C. & Soutar, G.N. (2001). Consumer perceived value: The development of A multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203-220.
- Şengüder, T. (2001). An examination of personal and cultural values between Turkish and American consumers concerning cross-national customer satisfaction judgement [Unpublished doctoral dissertation]. Nova Southeastern University.
- Ural T., (2008). Değer temelli fiyatlandırma: ürünün tüketici değer algısına göre fiyatlandırılması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 1-16.
- Wiedmann, K.-P., Hennigs, N., & Siebels, A. (2007). Measuring consumers, luxury value perception: A cross-cultural framework. *Academy of Marketing Science Review*. 7,1- 21.
- Witchel, A. D. (2002). The use of psychographics as an indicator of job success for online faculty [Unpublished doctoral dissertation]. Argosy University.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.